



**CARRERA**

**DISEÑO GRÁFICO**

**TÍTULO**

LA ILUSTRACIÓN PUBLICITARIA Y SU APORTE AL DESARROLLO  
TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS  
TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

**AUTOR/A:**

TOMMY ROBINZON OLIVO

**ASESOR:**

Lcdo. Luis Alberto Llulema

ESMERALDAS, 2023

# ÍNDICE

<b>Resumen:</b> .....	4
<b>Introducción:</b> .....	4
<b>Definición del problema:</b> .....	4
<b>Justificación:</b> .....	5
<b>Objetivos:</b> .....	6
<b>Objetivo general:</b> .....	6
<b>Objetivos específicos:</b> .....	6
<b>1. MARCO TEÓRICO</b> .....	7
<b>1.1. BASES CONCEPTUALES:</b> .....	7
<b>1.2. ANTECEDENTES:</b> .....	14
<b>2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b> .....	16
<b>2.1. Descripción del proyecto:</b> .....	16
<b>2.1.1. Objetivos del proyecto:</b> .....	16
<b>2.2. Diseño conceptual:</b> .....	17
<b>2.3. Diseño detallado:</b> .....	17
<b>2.4. Construcción del prototipo:</b> .....	18
<b>2.5. Pruebas y ajustes:</b> .....	20
<b>2.6. Producción y lanzamiento:</b> .....	22
<b>3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:</b> .....	28
<b>3.1 Conclusiones:</b> .....	28

<b>3.2. Recomendaciones:</b> .....	29
Bibliografía .....	29
Figura 1.....	7
Figura 2.....	7
Figura 3.....	8
Figura 4.....	8
Figura 5.....	11
Figura 6.....	18
Figura 7.....	19
Figura 8.....	20
Figura 9.....	22
Figura 10.....	23
Figura 11.....	23
Figura 12.....	24
Figura 13.....	25
Figura 14.....	26
Figura 15.....	27
Figura 16.....	28

## **Resumen:**

El presente documento contiene información sobre cómo la ilustración digital puede ayudar a potenciar la publicidad. En la presente investigación se ha escogido, como sujeto de publicidad, el turismo de la ciudad de Esmeraldas. Con esta investigación se busca fomentar la publicidad ilustrada en el ámbito turístico como una nueva estrategia publicitaria.

## **Introducción:**

La presente investigación busca desarrollar alternativas publicitarias que ayuden al ámbito turístico de una manera innovadora. Como aporte desde el ámbito de la carrera de Diseño Gráfico, una de las maneras con las que se puede lograr esto es mediante la publicidad ilustrada, el desarrollo y uso de ilustraciones en las composiciones publicitarias es una nueva forma de promocionar los atractivos turísticos de forma fresca dándole nuevos aires. Con el fin de contribuir a lo planteado, se pretende presentar una metodología la cual podría ser de utilidad para futuros receptores de conocimiento.

## **Definición del problema:**

La publicidad ha existido desde los inicios de la historia humana, Varga (2021) plantea que fue específicamente en la antigua Grecia donde surge la publicidad, con la existencia de pregoneros, quienes eran aquellos que exclamaban las cualidades de sus productos y servicios al pueblo con la finalidad de atraer a potenciales clientes.

Con el paso del tiempo, la forma en la que ha ido evolucionando la publicidad ha sido, sin duda, muy interesante. Debido a su transformación, deja de ser simples volantes y afiches estáticos, para adentrarse en los medios audiovisuales, hasta llegar las redes sociales en la actualidad, entre ellas: Facebook, Instagram y Tiktok.

El diseño gráfico también se ha ido innovando, con los nuevos campos digitales, busca abrirse camino a esta nueva etapa tecnológica desarrollando nuevas técnicas o adaptando recursos ya existentes para modernizarlos. Este es el caso de las ilustraciones, que, si bien en un inicio fueron concebidas como simple decoración o material de admiración, en el presente se han convertido en las nuevas formas de poder expresar ideas y comunicarse, junto con el

diseño gráfico, las ilustraciones ahora pueden formar parte de publicidad, dándole un toque único, nuevo y fresco.

El diseño gráfico como disciplina que desarrolla sistemas visuales de información para facilitar las actividades humanas, puede contribuir con la difusión del conocimiento que hay que compartir en la comunidad de cada empresa, para enfrentar los cambios que la pandemia ha provocado. Y por lo mismo, convertirse en valioso apoyo para el desarrollo de la industria. En el mundo, muchas de las grandes empresas confían la tarea de publicitar sus marcas, productos o servicios a los diseñadores gráficos, quienes han creado campañas únicas, muchas de estas combinando técnicas de foto manipulación e ilustración digital. (Valdovinos, 2020, pp 4)

No obstante, en Ecuador, las publicidades aún mantienen este estilo bastante tradicional de publicidad en cuanto a composición y la manera que lo presentan, sin embargo, en algunos lugares, muchos diseñadores utilizan la ilustración para dar reconocimiento productos, servicios o lugares turísticos como ciudades o atracciones turísticas. De esta manera, se puede concebir al diseñador como un apoyo para las industrias, empresas o emprendimientos.

En el caso de la ciudad de Esmeraldas, existe la publicidad enfocada al turismo y a dar a conocer la ciudad a nivel nacional puesto que se trata de una de las principales fuentes de ingresos. Acorde con Velarde (2013, como se citó en Sánchez, 2022), “a nivel provincial la cadena productiva que se ha identificado está enfocada únicamente en actividades como la producción de cacao, pesca artesanal, turismo y ganadería, pero la provincia no cuenta con grandes empresas”. A pesar de la importancia que se le da a la actividad turística como promotora del desarrollo económico, los esquemas y composiciones de divulgación no rompen el estereotipo de cualquier publicidad vista anteriormente. Hasta el momento de esta investigación, se reconoce de forma empírica que mucha de la publicidad existente, se enfoca en el turismo debido a que poseen recursos los cuales pueden ser aprovechados de forma beneficiosa para el desarrollo económico mediante el turismo.

### **Justificación:**

La presente investigación se realiza para contribuir al desarrollo turístico de la ciudad de Esmeraldas mediante nuevas alternativas publicitarias como lo es la ilustración. Es factible estudiar el caso debido a que, siendo el turismo es una de las fuentes de ingreso en la

economía de la ciudad de Esmeraldas, se debe estudiar nuevas maneras de impulsar el contenido de divulgación para que logre atraer a más turistas mediante el valor agregado que estas puedan contener en su composición.

El aporte que esta investigación brinda al turismo de Esmeraldas por medio de la ilustración digital es una nueva forma de publicitar la ciudad para atraer a los turistas. El ser diseñador no sólo es poder realizar trabajos estéticos que le agraden al espectador, es poder comunicar ideas, enriqueciéndolas con principios de composición y psicología cromática. Con este principio, se podría esperar que los resultados presentados en este trabajo investigativo, contengan soluciones creativas y coherentes que puedan servir como base de lo que podría ser una campaña publicitaria aplicada al sector turístico.

Como principal beneficiario tenemos a la alcaldía de Esmeraldas, quienes podrán utilizar las propuestas diseñadas como punto de partida para promocionar los atractivos de la ciudad de una manera novedosa, como consecuencia, se beneficiarían también el sector comercial, gastronómico y las cadenas hoteleras de la ciudad.

## **Objetivos:**

### **Objetivo general:**

Promover la ilustración digital como estrategia de publicidad para la promoción del turismo en la ciudad de Esmeraldas.

### **Objetivos específicos:**

Analizar las publicidades publicadas en las redes sociales en la ciudad de Esmeraldas enfocadas al sector turístico.

Identificar los atractivos turísticos de la ciudad de Esmeraldas que podrían publicitarse con el uso de ilustraciones.

Diseñar ilustraciones publicitarias que aporten al desarrollo turístico de la ciudad de Esmeraldas.

# 1. MARCO TEÓRICO

## 1.1. BASES CONCEPTUALES:

### Elementos del diseño:

Valda (2021), menciona a los elementos gráficos del diseño en la siguiente clasificación descrita por Wong: elementos conceptuales (punto, línea, plano, volumen), visuales (forma, medida, color, textura), de relación (dirección, posición, espacio, gravedad), y prácticos (representación, significado, función).

Figura 1

*Elementos Conceptuales. El punto, la línea, el plano y el volumen.*

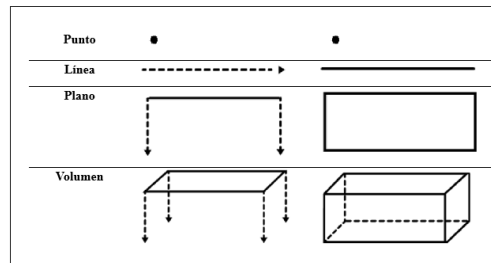


Figura 2

*Elementos visuales. La forma, medida, color y textura.*

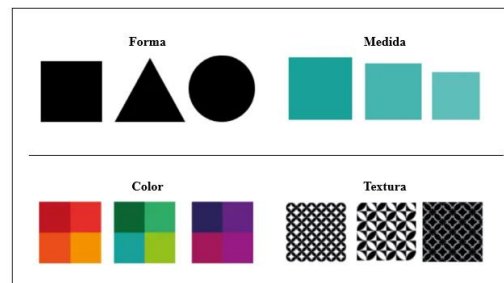


Figura 3

*Elementos de relación. La dirección, posición, espacio y gravedad.*

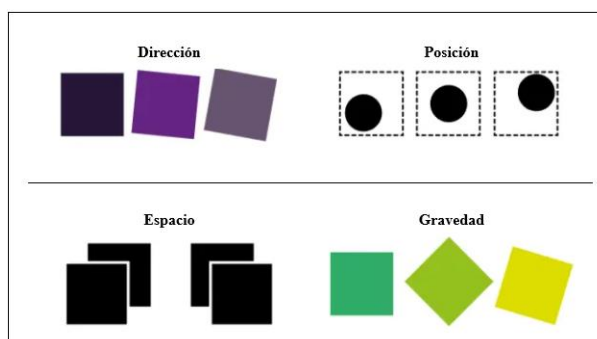
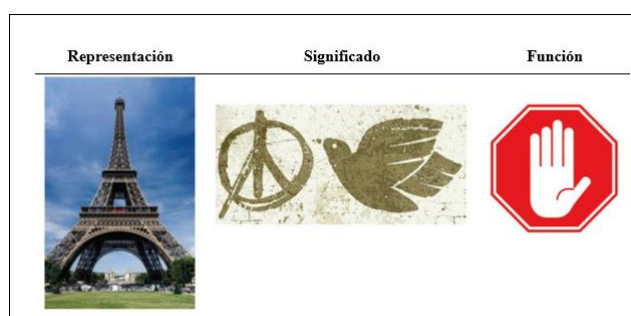


Figura 4

*Elementos prácticos. La representación, significado, espacio y función.*



### **Dibujo:**

Scheinberger (s/f), en su libro, *Ser Ilustrador*, sugiere que “dibujar es de las primeras técnicas culturales que aprendemos de niños”. (p.12), es decir; habla del dibujo como la primera forma de expresión y comunicación entre las personas.

El dibujo también se puede reconocer como una forma de arte y representación, la cual, ayuda a tener una mejor idea de lo que se quiere comunicar, convirtiéndose en un apoyo visual al momento de diseñar una composición. El dibujo en la publicidad orientada al turismo en la ciudad de Esmeraldas vendría a representar un apoyo visual igual que las fotografías, pero de manera única e innovadora.

## Ilustración:

Acorde con Belda (2022) “La ilustración es un área artística y medio de comunicación, que aúna creatividad y talento, basada en los fundamentos de dibujo”. (p.01).

Meza (2016), expresa su posición respecto a la ilustración como “un dibujo o expresión artística que tiene un fin informativo, cuyo objetivo principal es la comunicación visual. La ilustración se encarga de clarificar, iluminar, decorar o representar visualmente un texto escrito, sin importar su género”.

### Características entre dibujo, diseño, arte e ilustración:

Tabla 1

#### *Características de Dibujo, Diseño, Arte e Ilustración.*

<b>Dibujo</b>	<b>Diseño</b>	<b>Arte</b>	<b>Ilustración</b>
Representación de formas en un lienzo mediante trazos.	Proceso de creación visual con un propósito.	Manifestación de pensamiento y cultura del ser humano mediante la producción de imágenes.	Representación de textos mediante el uso de imágenes, generadas a partir de la aplicación de elementos de diseño y técnicas artísticas.
Es la principal facultad de todo artista o ilustrador.	Planeación, ordenamiento y composición de formas y figuras con un propósito.	No se realiza por encargos, se realiza como trabajo personal.	Realizada por encargo.
Usado principalmente como medio para enseñar fundamentos.	Disciplina creativa realizada por encargo que busca mejorar la experiencia del público.	Su distribución no es en cualquier medio, y puede estar limitada a galerías y circuitos de arte.	Su distribución masiva en medios de comunicación.
Se aprende de manera natural.	Su lenguaje visual se compone de elementos conceptuales, visuales, prácticos y de relación.	La distribución no es masiva.	Contiene un componente de lenguaje gracias a su potencial de contar historias.

**Nota:** Las características aquí presentadas no son necesariamente las únicas que describen cada una de las disciplinas enunciadas en esta tabla. Igualmente, es necesario tener en cuenta que las condiciones de presentación, reproducción, distribución y otros, pueden cambiar a través del tiempo, ajustadas por diferentes factores (culturales, sociales, tecnológicos, etc.).

Fuente: “La ilustración: dilucidación y proceso creativo” Meza, et al. (2016)

### **Ilustración digital:**

Según Hernández (2022), se puede considerar una ilustración digital a todo dibujo, sketch o boceto que haya pasado del plano físico a lo digital mediante el uso de diversos softwares que pueden transformar algo analógico en algo digital, convirtiéndose así en una imagen con un estilo propio del autor y que puede llegar a ser concebida como un conjunto de píxeles o una ilustración digital vectorial.

### **Ilustración publicitaria:**

Para Vargas (2021), la ilustración publicitaria es una disciplina dentro del diseño gráfico que permite la utilización de las técnicas de dibujo, para posteriormente ser utilizadas dentro de piezas gráficas, figuras o escenarios con el fin de poder mejorar el impacto que puede tener la imagen de una marca o producto a la hora de realizar publicidad al respecto.

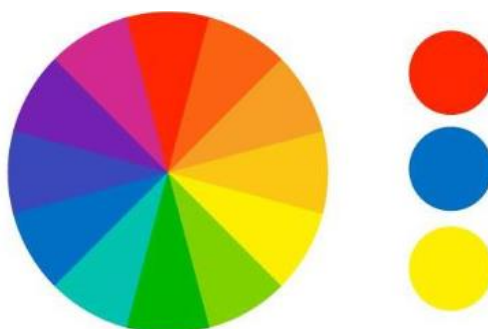
### **El color:**

Se ha dicho ya que es un elemento fundamental, y que tiene un valor emocional y sensitivo más que racional, De acuerdo con la clasificación tradicional, hay tres colores fundamentales o simples, llamados colores primarios, que deben su nombre al hecho de que no pueden reducirse a otros. Son el amarillo, el rojo y el azul. De la combinación de estos tres colores entre sí nacen los colores secundarios o binarios, que son el naranja (amarillo y rojo), el violeta (rojo y azul) y el verde (azul y amarillo). Cada color secundario forma con el color primario que no entra en su composición un contraste de gran intensidad en el que ambos se resaltan mutuamente. Se habla entonces de los colores complementarios.

Los seis colores principales se dividen también por sus cualidades plásticas, en colores fríos y colores cálidos. Los primeros (violeta, verde y azul) se distancian del espectador y suelen ser utilizados de forma racional y académica. Los segundos (rojo, amarillo y naranja) son cercanos o salientes, y dan la impresión de avanzar hacia el espectador. Estos últimos suelen usarse de forma más directa, más emocional y sensitiva. (Arriola, 2007). (p.38)

Figura 5

*Círculo cromático.*



Nota: en este círculo cromático se pueden apreciar las distintas combinaciones y tonalidades mencionadas anteriormente, así como los tres colores primarios ubicados a la derecha del gráfico

### **Codificación del color:**

El color es ideal para añadir estructuras a una maquetación; es posible codificar con color un tema determinado, de forma que se diferencia de otras áreas temáticas. En Internet, donde la compleja serie de vínculos que forman un sitio Web requieren una estructura inteligible, la codificación de color puede ser de gran ayuda. Sin embargo, si se usan más de seis colores, empieza a ser difícil etiquetarlas y, en consecuencia, diferenciar con claridad un área de otra.

Es esencial elegir colores con niveles de brillo y saturación similares, ya que en caso contrario cada caja de texto combinada con la maquetación deberá manejarse por separado a fin de mantener una legibilidad. Lo mismo puede aplicarse a cualquier color adicional usado para añadir un énfasis, por ejemplo, vínculos destacados. (Arriola, 2007). (p.41)

### **Publicidad:**

Kotler (como se citó en Tigsí 2021) define publicidad “como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado”. (p.470)

En el contexto turístico, podría decirse que la publicidad es la forma en la que se da a conocer a las personas externas a la ciudad los atractivos que se encuentran en la misma. Con ayuda del diseño gráfico y la ilustración como apoyo visual, podría elevar el nivel de publicidad

turística y, a su vez, aportar a mayor visualización de la ciudad de Esmeraldas como atractivo turístico.

### **Publicidad en redes sociales:**

Según Boada (2019), define a la publicidad dentro de las redes sociales como la acción de mostrar anuncios pagados por marcas o los mismos usuarios de la red social, con el fin de mostrar algún producto o servicio, y captar la atención del espectador, algunas marcas prefieren colocar estos anuncios en medio del contenido dentro de la red social, mientras que otras, prefieren hacerlo a manera de display. (p.60)

### **Estrategia publicitaria:**

De acuerdo con la definición de García (s/f) “La estrategia publicitaria se define con el objeto de traducir de forma comprensible a nuestro público objetivo, los fines comunicacionales de la empresa anunciante”. (p.7)

### **Turismo:**

Statistics (2010), el turismo es un fenómeno cultural, social y económico que realiza una o varias personas al momento de desplazarse fuera de su entorno habitual o fuera de su lugar de origen, y se puede dar por la influencia de varias situaciones que pueden ser personal, profesional o incluso de negocio, señala también la acción turística abarca algunas actividades dentro de las cuales, una de ellas es la actividad económica como consecuencia del turismo.

### **Actores turísticos:**

Hernández (2022), define como actores turísticos a “un espacio físico, rico en connotaciones sociales y culturales y con identidad propia, lo que lo convierte en un destino único y atractivo”. (p.22)

### **Turismo en Esmeraldas:**

La provincia de Esmeraldas es conocida como “La provincia verde”, su territorio tiene una extensión de 15.232,60 km<sup>2</sup>, se encuentra en la costa noroccidental del país. Según el Censo 2010 posee 534.092 habitantes (INEC, 2010). Su población está distribuida en doce cantones: Atacames, Eloy Alfaro, Esmeraldas, La Concordia, Muisne, Quinindé, Río Verde y San Lorenzo (PDYOT, 2015).

Con esta descripción de Esmeraldas y centrado en el sector turístico, se puede definir a Esmeraldas como el equivalente de lo que se conoce marca. Por otro lado, el turismo en Esmeraldas vendría a significar todas aquellas acciones que se hacen dentro de la ciudad cuando alguien externo a ella la visita. Con esto como principio, la ilustración publicitaria aplicada al turismo es una forma de combinar el arte y el diseño gráfico con el fin de poder aumentar, o enriquecer a la ciudad como un atractivo turístico.

## **1.2. ANTECEDENTES:**

Del estudio de Riera (2019), *Ilustración Digital, Papercut De Animales Endémicos En Peligro De Extinción De Morona Santiago, Aplicados A Publicidad Exterior*, cuyo objetivo principal era ilustrar de manera digital, papercut de animales endémicos en peligro de extinción de Morona Santiago, aplicados a publicidad exterior, mediante el método inductivo-deductivo, obtuvo como principal resultado se obtuvo varias piezas gráficas ilustradas con los animales endémicos que sirvieron para una futura publicidad de campaña de concientización. Una de sus principales conclusiones fue que, al usar una forma innovadora de publicidad, como lo es la ilustración, puede lograr captar la atención del público objetivo al que va dirigido de mejor manera, dependiendo la técnica de ilustración.

En un artículo de Sepúlveda y Barbosa (2021), *Revisión De Diseño Gráfico: La Importancia De La Publicidad Ilustrada Como Herramienta De Comunicación*, con el objetivo de indagar e informar a los lectores sobre la importancia, ventajas, usabilidad, historia y aplicaciones que hay en el día a día de la publicidad ilustrada, usando la metodología de revisión de recursos, resultó en La Ilustración reviste una clara importancia y significancia en lo que respecta a la difusión del conocimiento. De este modo, se pudo lograr que cada vez una mayor parte de la población accediera al conocimiento que antes era entendido como un privilegio y que era utilizado por los sectores dominantes para ejercer poder y dominio. Concluyendo con que la ilustración publicitaria depende de varios factores como: los medios de comunicación el diseño y la creatividad además de tener claro el mensaje que se quiere dar al público teniendo en cuenta la publicidad se basa en la creación de un estado de consumismo entre los clientes.

Para Vargas (2021), en *Análisis Semiótico De La Ilustración Utilizada En Las Campañas Publicitarias Peruanas Entre El 2016-2021*, tenía por objetivo analizar la ilustración aplicada en las piezas gráficas de las campañas publicitarias peruanas seleccionadas que se llevaron a cabo entre el 2016-2021, mediante fichas de observación, como resultado logró reconocer aspectos importantes a la hora de componer una ilustración publicitaria como lo son el dinamismo de la composición, la armonía entre elementos, la jerarquía visual, etc. Con esto, logra concluir que las ilustraciones publicitarias analizadas en su estudio presentan elementos gráficos fáciles de

reconocer y relacionar, con el público peruano. Entre estos elementos se encuentran íconos relacionados a la cultura chicha, iconografía regional de diferentes culturas y escenarios icónicos en la mente del público como es una carretilla de comida ambulante o el mundial de fútbol.

El estudio de Hernández (2022), La ilustración digital como estrategia publicitaria de las caretas pertenecientes a los personajes de la Diablada Pillareña en la provincia de Tungurahua, Desarrollar ilustraciones digitales de las caretas de la Diablada Pillareña para promover el reconocimiento colectivo de sus personajes tradicionales por parte de los asistentes a la fiesta popular en la provincia de Tungurahua, mediante una metodología inductiva, la cual resultó en una variedad de ilustraciones las cuales luego fueron aplicadas a distintos soportes que podrían ser utilizados para publicitar la cultura y tradición de la localidad. De esta manera, el autor concluye que las ilustraciones digitales cumplen la función de captar la atención del asistente promedio a la fiesta popular en la provincia de Tungurahua, en donde las piezas graficas diseñadas además servir como ornamento visual, funcionan como elementos aplicativos en productos publicitarios.

Por otro lado, Porras (2021), en La ilustración como aporte en el reconocimiento cultural de las máscaras usadas en la diablada Pillareña, tuvo como objetivo diseñar una propuesta gráfica que permita el reconocimiento de las máscaras de la diablada pillareña basada en la ilustración digital, cuya metodología desarrollada mediante una investigación de campo realizada durante el periodo de pandemia, tuvo como principal resultado tenemos ilustraciones de máscaras inspiradas en la diablada Pillareña, las cuales se terminaron convirtiendo en productos comerciales o souvenirs. Se ha podido observar, como una de sus principales conclusiones, que las ilustraciones pueden servir para resaltar festividades culturales si se sabe hacer un buen manejo del color como del diseño, caso que trasladado a las máscaras de la diablada pillareña posibilita mantener elementos como la figura del diablo, los cuernos, las expresiones y la forma en la creación del producto digital reforzado en estas características mantiene el valor cultural de la artesanía.

## **2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **2.1. Descripción del proyecto:**

Una vez finalizada la investigación correspondiente y la toma de datos suficiente, la propuesta a desarrollarse es el material gráfico publicitario a partir de ilustraciones digitales las cuales sean un soporte para el desarrollo turístico de la Ciudad de Esmeraldas. Al haber tan poca publicidad de este aspecto, la información sobre el turismo se ve muy reducida, limitando las posibilidades de visita de extranjeros o turistas locales a playas como Atacames.

A partir de la recolección de datos por medio de las fichas de observación, se puede conocer datos importantes como el poco enfoque que se le da a algunas parroquias de Esmeraldas, las cuales tienen un potencial turístico muy alto, ya sea por su gastronomía o por sus paisajes y actividades. También se puede destacar el bajo impacto que tiene el material publicitario dentro de páginas informativas como la de la prefectura o la alcaldía de Esmeraldas, limitándose a fotos y poca información turística, sin mencionar la promoción reducida a las playas de Atacames, Tonsupa y Mompiche.

Con el desarrollo de este material gráfico, se pretende el apoyo desde el ámbito del diseño gráfico a las autoridades pertinentes, tomando este proyecto y propuesta como un punto de partida, el cual les sirva para incentivar el turismo de otras parroquias propias de la ciudad de Esmeraldas, así como mejorar la visibilidad de las otras parroquias que sean potencialmente turísticas, logrando que tengan un mayor alcance de visita.

La publicidad es muy importante a la hora de expandirse, darse a conocer o promocionar un producto o servicio, debido a esto, es importante contar con el material publicitario adecuado, que permita cumplir con los objetivos deseados. En el caso del sector turístico, es importante que las composiciones gráficas con las que se van a publicitar sean no sólo algo llamativo, sino que también sea informativo e innovador, es debido a esto que se propone una nueva forma de publicidad a través de ilustraciones digitales.

#### **2.1.1. Objetivos del proyecto**

##### **2.1.1.1. Objetivo general:**

Desarrollar material publicitario a través de la ilustración digital para promover el turismo en la ciudad de Esmeraldas.

### **2.1.1.2. Objetivos específicos:**

Diseñar una marca que englobe el proyecto actual de publicidad turística para la promoción de parroquias con potencial turístico de la ciudad de Esmeraldas.

Ilustrar la composición que acompañará a cada pieza gráfica.

Realizar las distintas composiciones publicitarias dándole mayor jerarquía a las ilustraciones digitales.

### **2.2. Diseño conceptual:**

Para el desarrollo del presente proyecto, el concepto escogido es “RAÍCES, CONOCE MÁS SOBRE ESMERALDAS”, este concepto se lo puede definir como el redescubrimiento de otras zonas con potencial turístico por su gastronomía o paisajes atractivos. Con esta marca se pretende dar más fuerza al presente proyecto, proporcionándole el impacto y la importancia que se merece.

### **2.3. Diseño detallado:**

En este apartado se encuentran las ideas generales e iniciales que dieron base al presente proyecto. Inicialmente está la marca. La marca pretende englobar este proyecto, por lo que se tomó en cuenta aspectos generales como la forma de la misma, así como la gama cromática, teniendo en cuenta que debe reflejar valores como calidez, frescura, naturaleza, y dinamismo. Se pensó en un isotipo que tuviera elementos representativos de Esmeraldas, estos elementos no están relacionados directamente con el nombre de la marca, permitiendo un mayor abanico de posibilidades de este. Para la cromática se optó por colores cálidos, sin embargo, se seleccionó subtonos fríos con el objetivo de crear contraste en la marca, y lograr el objetivo de hacerla visualmente atractiva.

Al momento de realizar el material publicitario, primero se comenzó por la creación de las piezas gráficas, es decir, las ilustraciones digitales. Se comenzó pensando qué clase de pintura digital sería, optando así por un diseño vectorial, debido a que esto permite la expansión o reducción de la composición sin comprometer la calidad de la imagen. A continuación, se realizó la selección del estilo de ilustración, se escogió el estilo flat, es decir, plano, además que se seleccionó un estilo algo cartoonizado, con el objetivo de poder adaptarse a las capacidades del dispositivo utilizado para ilustrar (laptop). Finalmente, se escogieron las

parroquias con potencial turístico que debutarán en este proyecto, así como los atractivos turísticos a ilustrar. Primeramente, se encuentra la Parroquia de Tachina, la cual cuenta con atractivos turísticos como su malecón, además de contar con su propia playa, Achilube, así como una casca, El Tigre, y su excelente gastronomía. Por último, se optó por la parroquia de Camarones, la cual cuenta con una playa y una gastronomía excelente. Una vez decididas las parroquias y atractivos se pretende hacer las composiciones las cuales tendrán un tamaño cuadrado, con el objetivo de poder encajar en cualquier plataforma digital en la que se quiera subir, así como también serán muy adaptables a medios impresos. Adicional, al ser ilustraciones en formato cuadrado, permite también la adaptabilidad en las composiciones, dejando que se pueda usar no sólo la ilustración como lienzo de trabajo, sino que también se le pueda añadir espacio, dejando vuelo a la creatividad, abriendo posibilidades a composiciones rectangulares, entre otras.

#### **2.4. Construcción del prototipo:**

En esta etapa se realizaron los prototipos, lo primero a construir fue la marca. La marca fue basada con el fin de combinar lo que es la vegetación de la ciudad, así como el playa, una combinación de tierra y mar, además de agregar el sol representando también lo que sería la costa.

*Figura 6*

*Marca “Raíces”*



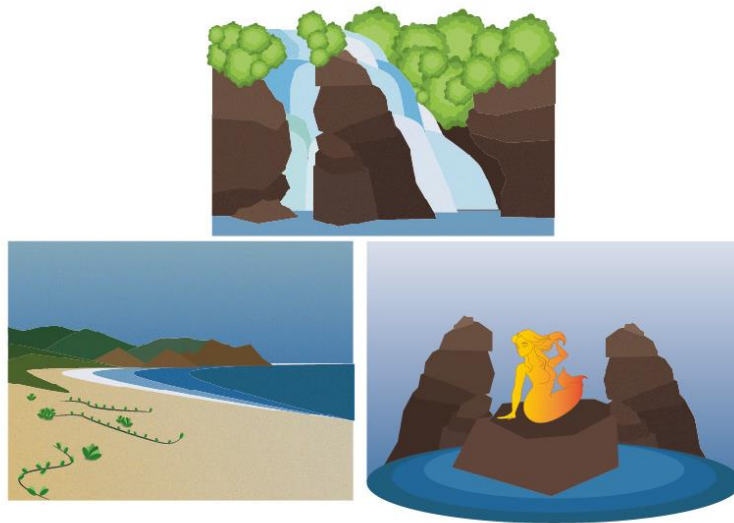
Nota: esta marca será la que acoja a los sitios con potencial turístico.

Esta marca es la que acompañará al proyecto, el nombre de “raíces” está escogido bajo el concepto de conocer más allá de lo que está en la superficie, así pues, representará a las parroquias escogidas para esta investigación.

A continuación, las ilustraciones de las parroquias escogidas, se realizaron las ilustraciones con la interfaz de Adobe Illustrator, estas ilustraciones están construidas bajo un estilo minimalista y un poco caricaturesco. Aquí se presentan los principales atractivos turísticos de la zona, como lo son la estatua de La Sirena, la cascada El Tigre y la playa de Camarones.

*Figura 7*

*Ilustraciones digitales de los atractivos turísticos*



Nota: cada atractivo fue representado con un estilo minimalista y medianamente caricaturizado.

Por último, una demostración de cómo sería construida la publicidad usando las ilustraciones como una forma innovadora y creativa.

Figura 8

Propuesta de publicidad



Nota: esta es una pequeña demostración de cómo podría generarse una publicidad con la ilustración del sitio.




### 2.5. Pruebas y ajustes:

Para las pruebas y ajustes de los prototipos se realizó una pequeña entrevista con expertos en la materia que pudieron aportar con sus opiniones y recomendaciones. De manera general, se expresó que las ilustraciones están bien realizadas, sin embargo, se recomendó tener un mayor contraste en los colores, y un poco más de luz, además de tratar de evitar degradados debido a que, de esta forma, se podría mantener una línea gráfica. Luego de haber obtenido un feedback, se realizaron los respectivos cambios.

Tabla 2

Feedback de expertos

Pieza gráfica	Feedback
	Como una opinión positiva, los expertos reconocieron de forma acertada el concepto del isotipo sin necesidad de una explicación previa. Sin embargo, como recomendación, manifestaron que sería mejor cambiar la tipografía de “Raíces”

	<p>con la finalidad de que tenga mejor armonía con el isotipo, usar una tipografía sin serifas o que sus terminaciones no sean puntiagudas, sino redondas. Además, se recomendó tener las versiones del logo en positivo y negativo con el objetivo de poder aplicarlo en muchos más soportes.</p>
	<p>El feedback para esta propuesta fue el mejorar el contraste que existían entre las rocas para poder generar profundidad y perspectiva. Además, una pequeña corrección de color en el fondo, para poder obtener más luz en la composición. Por último, debido a cómo estaban puesto las sombras en las rocas y en el agua, se recomendó evitar el degradado en la sirena, en vez de eso, optar por sombras planas.</p>
	<p>En esta pieza, se comentó que estaba bien, pero carecía de elementos representativos debido a que si no se hacía eso, podría parecer cualquier otra playa de Esmeraldas. Se recomendó colocar más piedras, debido a que la playa de Camarones bastante reconocida por las rocas que hay en ella.</p>
	<p>Con la propuesta de cómo se verían las ilustraciones en publicidad, se recomendó cambiar la composición y la retícula utilizada, además de destacar mucho más la ilustración. Se propuso realizar un mejor uso de los colores para generar mayor contraste, además de agregar información</p>

	como ubicación, colocándolo todo en un enlace QR que pudieran escanear, y también presentarlo en diferentes formatos digitales, para ver cómo se adaptarían las ilustraciones a otros formatos.
--	---

**Nota:** en esta tabla se presentan todas las opiniones de los expertos de una manera resumida.

## 2.6. Producción y lanzamiento:

*Figura 9*

*Cambios a la marca*



Nota: se hizo un pequeño reajuste a la tipografía de la marca con la finalidad de que tuviera una mejor armonía con la misma.

Figura 10

*Negativo y positivo de la marca.*



Nota: aquí se puede observar las versiones de la marca en blanco y negro con la finalidad de poder utilizarlos en diferentes soportes.

Figura 11

*Tipografías utilizadas*

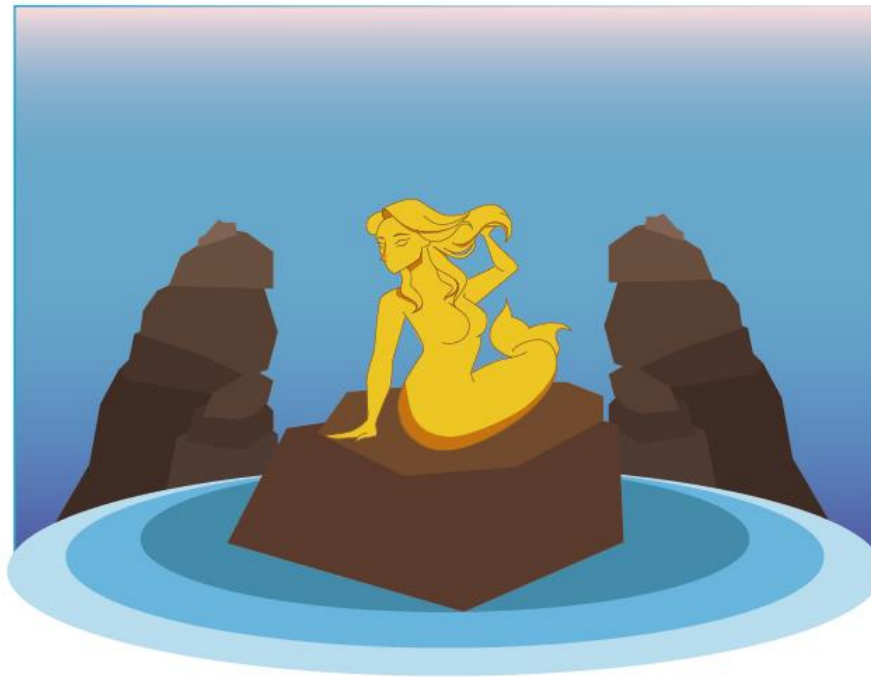
Nesans Semi Bold  
Aa Bb Cc Dd Ee

Montserrat  
Aa Bb Cc Dd Ee

Nota: las tipografías presentadas aquí serán aquellas que se utilizarán en todas las publicidades.

Figura 12

*Corrección de la ilustración de La Sirena*



Nota: se realizó una corrección de color en el fondo para darle más brillo, además de generar un poco más de contraste entre las rocas para generar perspectiva, y sombras planas en la sirena en lugar de un degradado.

Figura 13

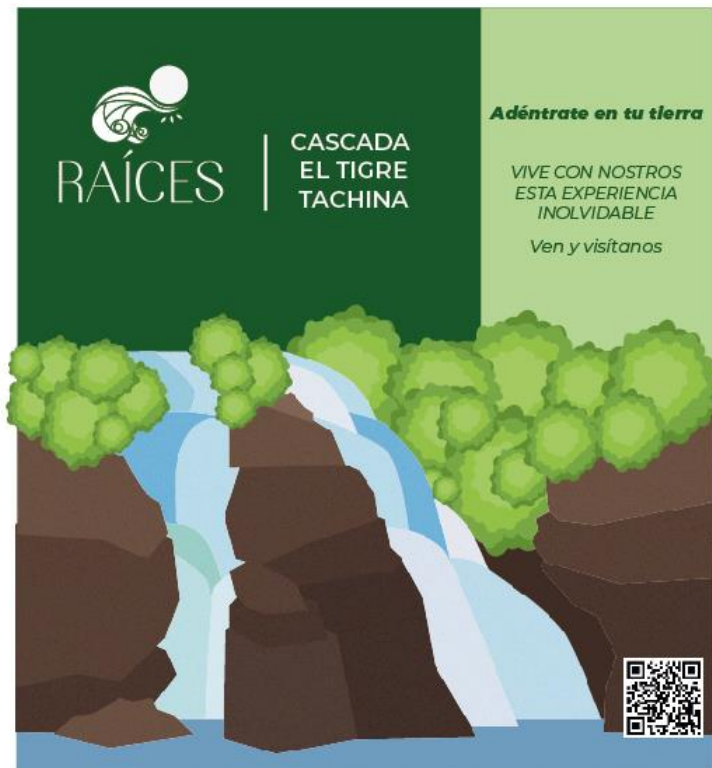
Corrección de ilustración 2



Nota: se realizó una corrección en el fondo, además de agregar elementos representativos de la playa de Camarones como pequeñas rocas.

Figura 14

*Corrección de la publicidad*



Nota: se realizó una corrección para generar contraste, menos información y simplificar datos informativos en un código QR.

Figura 15

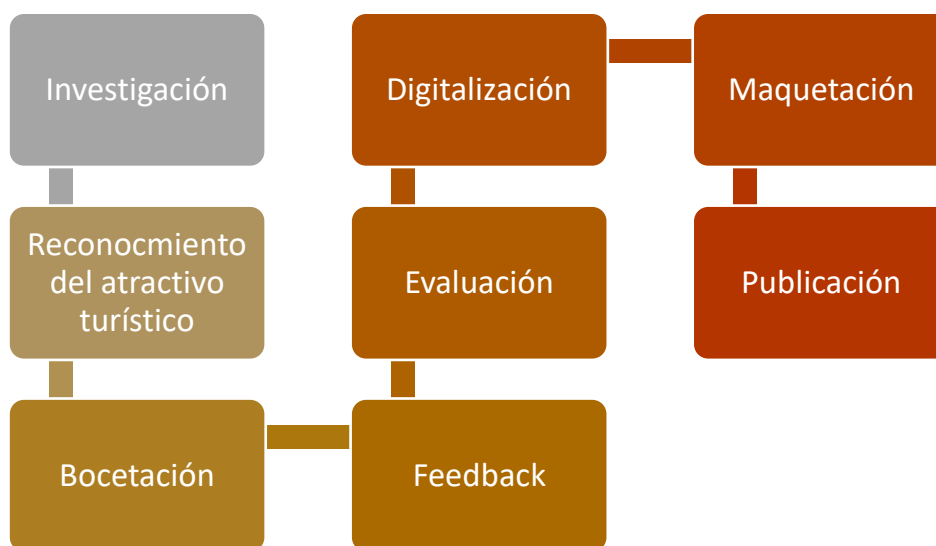
*Corrección de publicidad 2*



Nota: en esta sección se puede apreciar la creación de otra publicidad con un formato diferente, demostrando que las ilustraciones se pueden adaptar a distintos formatos según los requerimientos.

Figura 16

### Proceso de diseño y producción



Nota: este esquema muestra los pasos a seguir para poder realizar la correcta continuación del proyecto en caso de que se quiera aumentar otros lugares con potencial turístico.

## 3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

### 3.1 Conclusiones:

Al analizar la publicidad que existe en las redes sociales de las entidades de promocionar el turismo en Esmeraldas, como la alcaldía, se concluye que el principal foco de atención se centra en playas como Atacames y Tonsupa, dejando un poco de lado las parroquias con un potencial turístico muy fuerte.

Esmeraldas cuenta con muchos atractivos turísticos que podrían explotarse, no se reduce a simplemente sus playas. Luego de una investigación, se concluye que Esmeraldas tiene maravillas escondidas dentro de sus parroquias rurales y urbanas, sólo falta poder exhibirlas de forma que la audiencia se interese por visitar estos sitios.

Se concluye que para una buena representación y una buena forma de ilustrar estos sitios serían mediante un estilo minimalista y la abstracción de estos, de esta forma se puede simplificar los detalles y tener un estilo interesante y único para la cada ilustración, además

de trabajar cada elemento por separado para que las ilustraciones puedan ser adaptables a diferentes formatos en soportes digitales.

### **3.2. Recomendaciones:**

Atender a estas parroquias con potencial turístico es algo importante que podría recomendar, debido a que crear nuevos puntos turísticos aumentaría el turismo en la ciudad, y con ello, también podría aumentar la economía de esta.

Se recomienda hacer una investigación más profunda, a manera de entrevista con los pobladores, con la finalidad de que se pueda obtener más información sobre lo más destacable del lugar, con esto se podrá trabajar de mejor manera nuevas ilustraciones.

## **Bibliografía**

- Belda, N. (2022). ILUSTRACIÓN, ENTRE EL ARTE Y EL DISEÑO. *Universidad de Granada*.
- Boada, N. (22 de Julio de 2019). *Cyberclick*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/publicidad-en-redes-sociales-que-es-ventajas-y-beneficios>
- Hernández Sánchez, L. I. (2022). La ilustración digital como estrategia publicitaria de las caretas pertenecientes a los personajes de la Diablada Pillareña. *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*.
- Porras Toapanta, J. L. (2021). La ilustración como aporte en el reconocimiento cultural de las máscaras usadas en la diablada Pillareña. *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*.
- Riera Salinas, O. D. (2019). ILUSTRACIÓN DIGITAL, PAPER CUT DE ANIMALES ENDÉMICOS EN. *ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO*.
- Sepúlveda Silva, F. A., & Barbosa Rincón, P. A. (2021). REVISIÓN DE DISEÑO GRÁFICO: LA IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD ILUSTRADA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN. *N/A*.
- Statistics. (2010). *UWNTO*. Obtenido de New York: Naciones Unidas: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Tigsi Cevallos, E. G. (2021). Campaña publicitaria para el desarrollo del turismo cultural en el cantón Salcedo a través de medios digitales. *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*.
- Vargas Mantilla, R. (2021). ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA ILUSTRACIÓN UTILIZADA EN LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS PERUANAS ENTRE EL 2016-2021. *Universidad Privada del Norte*.