

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Diseño, Arte y Comunicación

**Creación de un recorrido visual que promueva
donaciones económicas para la restauración de
las obras artísticas en la catedral de Guayaquil**

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Diseño Gráfico

Presentado por:

Franklin Ramon Intriago Chamorro

María Beatriz Lindao Flores

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2019

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mis padres, Sr. Ramon Intriago y Carmen Chamorro, por su esfuerzo y amor incondicional para que cumpla con mis sueños y metas propuestas, a pesar de los obstáculos, se han mantenido firme creyendo en mis potencialidades y augurando éxitos en mi vida profesional, a ellos mi gratitud y confianza.

Su Hijo Franklin.

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mi madre, Sra. Silvia Flores Escalante por su ejemplo como docente, destacando su labor hacia la educación en servicio a los demás, lo cual ha sido motivo de mi inspiración en mi carrera, sin su apoyo y su confianza no hubiera alcanzado mis metas, estoy convencida que estarás muy orgullosa de tu hija.

Quien te quiere, María.

AGRADECIMIENTOS

Mi más sincero agradecimiento a:
Lcdo. Carlos González Lema y Lcda.
Mónica Robles, ambos profesores y tutores
a los largo de la carrera, por sus vastos
conocimientos y su vocación de ser
maestros, hace que nuestro resultado sea
favorable para nuestro perfil profesional y
como ser humano un ente consciente y
dispuesto a colaborar en cualquier
circunstancia que se presente.

Sus estudiantes

María Lindao Y Franklin Intriago

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento. de propiedad intelectual de la institución; Franklin Ramon Intriago Chamorro y María Beatriz Lindao Flores damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”

Franklin Ramon Intriago Chamorro
Autor 1

María Beatriz Lindao Flores
Autor 2

EVALUADORES

.....
Lcdo. Carlos González Lema
PROFESOR DE LA MATERIA

.....
Lcda. Mónica Robles
PROFESOR TUTOR

RESUMEN

La importancia de la Catedral Metropolitana de Guayaquil “San Pedro Apóstol”, radica en su lugar de emplazamiento, su contenido, y su significación por ser sede del arzobispado y símbolo de la catolicidad guayaquileña. Dentro de la iglesia encontramos una pequeña cripta, el altar Mayor, el confesionario, el Mausoleo Episcopal donde se conservan reliquias, a más de su imponente altura, impecables pilares, balustres, pasillos, esculturas, pinturas, balcones, vitrales y altares. Las imágenes, realizadas por artistas al servicio de la Iglesia, se han convertido en uno de los principales medios para provocar la devoción de los fieles, en consonancia con la prédica de sus presbíteros desde el púlpito. Sin embargo, la infraestructura de la iglesia al pasar el tiempo se ha visto afectada, incluyendo su patrimonio artístico, por lo que de continuo, se están realizando actividades de recaudación de fondos para hacer reparaciones. Mas, tales actividades no están unificadas en un concepto y el presupuesto para mantenimiento y restauración de los bienes inmuebles y patrimoniales no se logra cubrir en su totalidad, afectando a las obras artísticas que prosiguen en franco deterioro. Ante esta necesidad, nuestro proyecto se enfoca en el diseño e implementación de una campaña para aumentar las donaciones en pro de la restauración del patrimonio artístico de la catedral, a través de dar a conocer las características principales de los altares, pinturas y otras piezas artísticas. La presencia de imágenes restauradas, emitirá un mensaje positivo a la fe de los fieles y renovará la importancia del templo como símbolo de la catolicidad guayaquileña ante visitantes nacionales y extranjeros.

Palabras Clave: Catedral, Arte Sacro, Retablo, Feligreses, Audio.

ABSTRACT

The Metropolitan Cathedral of Guayaquil "San Pedro Apóstol", its importance lies in its place of location and because it is the seat of the archbishopric, inside the church we find a small crypt, the main altar, the confessional, the Episcopal Mausoleum where relics are preserved, at more than its imposing height, impeccable pillars, balustrade, corridors, sculptures, paintings, balconies, stained glass windows and altars. However, the infrastructure of the church over time is affected therefore, they are always in activities to put donations. The budget for maintenance and restoration of real estate and property is not fully covered, therefore, it does not have maintenance and restoration in the artistic works that exist in the church, due to this they are carrying out different activities to raise funds Faced with this need, our project focuses on the design and implementation of a campaign to increase donations, revealing the main characteristics of altars, paintings and other artistic pieces. The recreated images become the main means to provoke the devotion of the faithful illustrating what the priest preaches from the pulpit. The artists put their art at the service of the Church, creating the staging of sacred history and exemplary lives of saints to catechize and move the faithful.

Keywords: Cathedral, Sacred Art, Altarpiece, Parishioners, Audio.

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES.....	6
RESUMEN.....	I
ABSTRACT.....	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
CAPÍTULO 1.....	5
1. Introducción.....	5
1.1 Descripción del problema.....	6
1.2 Justificación del problema.....	6
1.3 Objetivos.....	7
1.3.1 Objetivo General.....	7
1.3.2 Objetivos Específicos.....	7
1.4 Marco teórico.....	7
Casos exitosos de campañas de recaudación.....	9
CAPÍTULO 2.....	11
2. Metodología.....	11
CAPÍTULO 3.....	13
3. Resultados Y ANÁLISIS.....	13
3.5 Resultados de la encuesta para feedback.....	18
3.7.2 AFICHES PUBLICITARIOS.....	21
3.7.3 TRÍPTICO.....	25
3.7.4 POSTAL.....	26
3.7.5 LIBRO CON FOTOGRAFÍAS E INFORMACIÓN DE LOS ALTARES.....	27
3.7.6 PROPUESTA INICIAL DEL GUIÓN DEL AUDIO RECORRIDO.....	28
4. 7.7 PROPUESTA INICIAL DE campaña.....	33

3. 7. 8 PRESUPUESTO.....	35
CAPÍTULO 4.....	37
4. Conclusiones Y Recomendaciones.....	37
5. Recomendaciones.....	38
BIBLIOGRAFÍA.....	39

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios, la Iglesia Católica ha gestionado sus gastos por medio de colectas, donaciones y recaudación de fondos, para cubrir necesidades como pagos a sus trabajadores, valores destinados para ayuda social, beneficencia, el cuidado de su patrimonio, entre otros. En la actualidad, las donaciones son escasas y la iglesia se vale de diferentes actividades para conseguir dinero como bingos, venta de comidas, venta de ropa, etc.

Por otro lado, las iglesias poseen riquezas pictóricas e históricas de un gran valor artístico que el tiempo deteriora si no se hacen los debidos mantenimientos.

El presente proyecto, se enfoca en el diseño e implementación de una campaña para aumentar las donaciones para mantenimiento y restauración de las obras pictóricas de la Catedral Metropolitana de Guayaquil, siendo este lugar, una muestra histórica y religiosa que se debe valorar como símbolo físico de la catolicidad guayaquileña.

Para este trabajo, se utilizaron medios tecnológicos que resaltan la importancia de las piezas artísticas, y aumentan el interés de los visitantes por mantenerlas y preservarlas. Esto permitirá que cada año lleguen más visitantes a este lugar, aumentando los ingresos que requiere la catedral para la renovación de las obras.

1.1 Descripción del problema

Las Iglesias a través del tiempo, necesitan el mantenimiento de todos sus bienes inmuebles y patrimoniales y la Catedral Metropolitana de Guayaquil no es la excepción, por lo que para este fin, se recaudan donativos. El problema es que tal recaudación es inferior a sus gastos. Por ende, falta presupuesto para su administración cuya totalidad no se logra debido al desinterés en el proyecto y a la escasez de recurso humano idóneo para tal gestión. Esto hace necesario buscar nuevas estrategias de recolección de fondos en pro de la conservación sostenible, recuperación y preservación del patrimonio de este admirable activo.

Hasta el 7 de Julio del 2019, la Catedral llevaba recaudado \$700.000 de los \$6.000.000 que necesita para hacer el mantenimiento total de la catedral. Las visitas de los ciudadanos y turistas dentro de la catedral contribuye por ser continua, pero en el momento de realizar un aporte económico, depende de su solidaridad, ingresos y del valor cultural que proporcionen a estos lugares. Son muchos aspectos los que influyen en los visitantes para brindar su donación.

1.2 Justificación del problema

Una pintura se deteriora por varios motivos: el tiempo, el entorno donde se encuentra, entre otros. Esto, acompañado por un cuidado no adecuado de las obras, aumenta la gravedad del problema. El presente proyecto, trata de desarrollar estrategias para recaudar fondos y aumentar las donaciones que ayudarán al mantenimiento y restauración de los bienes artísticos que contiene la Catedral Metropolitana de Guayaquil. Los resultados positivos de esta intervención, servirán como modelo para otros templos de la ciudad de Guayaquil con requerimientos similares. Con esto, se pretende dar a los visitantes una experiencia mejorada durante su visita. El proyecto se dirigirá a los fieles, por ser los más cercanos a la iglesia y por hallarse más prestos a las actividades que se realizan en la comunidad.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

- Diseñar una campaña mediante procesos propios del diseño gráfico para incrementar las donaciones hacia la Catedral Metropolitana de Guayaquil en pro de la restauración y preservación de su patrimonio cultural y religioso.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar información sobre los elementos icónicos, artísticos y religiosos que posee la Catedral, mediante el levantamiento de información primaria y secundaria.
- Desarrollar un concepto de campaña propicio para su aplicación en el público objetivo.
- Validar los prototipos de las artes que se usarán en la campaña.

1.4 Marco teórico

Dado que este proyecto se centra en la Catedral Metropolitana de Guayaquil (San Pedro Apóstol), resulta fundamental dar cuenta de algunas definiciones prácticas para una mejor comprensión. Se empieza por una corta reseña de los orígenes del arte católico en América y cómo llegó este al Ecuador. Se finaliza argumentando por qué la Catedral de Guayaquil es como es y cuál es su importancia para la ciudad de Guayaquil. En resumen, se efectuará un análisis del itinerario que hiciera el arte católico en relación a la Catedral Metropolitana de Guayaquil.

El arte sacro católico, llegó a este continente después del descubrimiento de América. Como en todas las colonias, la Iglesia usó la iconografía religiosa para la evangelización del pueblo indígena. Esto es: pinturas y esculturas de cristos, vírgenes, santos, entre otros íconos sacros. El arte fue así, un medio de educación para el pueblo

iletrado y desconocedor de la nueva religión que irrumpía con fuerza en el nuevo continente, así lo afirmaron sacerdotes e historiadores en varios escritos.

Más de tres siglos del arte católico en América, dieron como resultado una fusión de estilos y técnicas artísticas que se enriqueció con materiales que en Europa no eran conocidos, como metales preciosos, pigmentos raros y maderas de la región. Además de lograr un intercambio comercial de arte religioso entre las ciudades portuarias del Caribe, el Golfo de México y el Pacífico (González, 2017).

El arte sacro se vislumbra con mayor riqueza en la sierra ecuatoriana, según un artículo del diario El Comercio (2014). Por ejemplo, en Quito, patrimonio de la humanidad desde 1978 por la riqueza artística colonial que conserva, se observa arquitectura monumental religiosa con híbridas influencias españolas, italianas, árabes, flamencas e indígenas, lo que deja en claro el eclecticismo de estilos. También la ciudad de Cuenca es un sitio donde el arte y la arquitectura muestran la grandeza cultural no solo de Ecuador sino de América, de tal forma que en 1999 fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad.

En Guayaquil hay lugares donde se respira arte y cultura. Los museos brindan la posibilidad de conocer las distintas manifestaciones culturales de la ciudad, muestran obras pictóricas, escultura, numismática, arte sacro y piezas de cultura ancestrales que dieron origen a nuestra identidad (Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, 2018)

¿Qué es una catedral?

La catedral es la iglesia principal de una diócesis como sede o cátedra episcopal, desde donde cada obispo católico preside la comunidad cristiana, enseñando la vida de la fe y la doctrina de la iglesia (Lender Torres Prado, 2019). Usualmente, las catedrales toman nombres de santos y advocaciones de devoción de la iglesia católica, por eso la catedral de Guayaquil se llama San Pedro Apóstol. La provincia del Guayas posee 2 catedrales, una en Guayaquil y otra en Yaguachi (San Jacinto), además de una catedral en Durán.

En una entrevista María de los Ángeles Custoja (2019) expuso que el estilo que tiene la catedral de Guayaquil, es un neogótico con su estructura y vitrales inmensos que hoy en día no están bien cuidados. Un estimado de 1500 personas asiste a cada misa, en cuyo final se informa sobre las necesidades que se tienen para proceder a colectas.

Luego de una etapa brillante y espléndida de la Iglesia en América y principalmente en Ecuador, se estima que el 23% de católicos son activos y comprometidos con su iglesia.

CASOS EXITOSOS DE CAMPAÑAS DE RECAUDACIÓN

En nuestra investigación se ha encontrado varios modelos de gestión dentro de espacios religiosos que nos han aportado ideas para nuestra propuesta.

Hay pocas Iglesias que han emprendido diversas acciones para tener ingresos. Una de ellas ha sido el monasterio de las Madres Agustinas ubicado en el norte de Quito, Lomas de San Juan, creando un modelo de gestión sostenible que garantiza la conservación y el mantenimiento del inmueble. Este proyecto se basó en un recorrido mostrando las riquezas que guardan en sus interiores. El evento fue realizado en el 2016, denominado “Rutas de las leyendas”, dirigido por las religiosas (EL COMERCIO, 2016).

Otro modelo es el dado por “Las Edades del hombre”, una fundación de carácter religioso, cuyo objetivo es realizar eventos anuales sobre muestras de arte sacro. A la fecha han logrado la asistencia de más de 241.000 visitantes y la restauración de 2.000 obras de arte, sin duda, es uno de los mayores éxitos de la últimas décadas como proyecto cultural en España (Turismo Arlanza, 2019)

Finalmente, “Iglesia de Puertas abiertas” es una exposición que muestra las distintas actividades evangelizadoras y la vida de los grupos de la parroquia de Ejea

(España) a través de carteles contrastándolos con piezas artísticas. Este evento da a conocer el trabajo que hacen los grupos de evangelización en comunidad (Turismo de Ejea, 2018)

Referencia de un presupuesto por trabajo de restauración.

Para realizar el presupuesto, se usó el ejemplo de restauración básica, dado en la página Asoarte titulado “Justificación de un presupuesto de restauración en pintura de caballete” (8 de noviembre de 2013). En él se describe que el valor por la restauración de un óleo sobre lienzo de algodón, de la primera mitad del s. XX, con unas medidas de 80,50 X 62,80 cm, que no necesita levantar el lienzo de su bastidor para eliminar las deformaciones, asciende a 811,91 USD ó 720,00 € + IVA Total. Se asume un tiempo mínimo invertido por un especialista titulado superior de 152 horas e incluye los materiales de restauración (“Justificación de un presupuesto”, 2013).

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

La metodología de investigación utilizada para el desarrollo del proyecto de “Diseño de Campaña para la recaudación de fondos para la Catedral Metropolitana de Guayaquil”, se basó en un proceso de diseño centrado en los feligreses de esta comunidad religiosa.

La primera fase de esta esta metodología fue:

1. Mapa de empatía:

Esta herramienta permitió colocarse en el lugar de los fieles, con el objetivo de identificar las características que permitan realizar una conexión con el concepto y el objetivo de la campaña, mediante las siguientes variables: Qué dice y qué hace, qué piensa y qué siente, el público objetivo.

2. Encuesta:

Este instrumento de evaluación permitió conocer las características del público objetivo, la información previa, las actividades que realiza en la iglesia, su participación directa o indirecta en los eventos para recaudar fondos y la forma de comunicarse o enterarse sobre lo que está planificado.

PROTOTIPAR Y EVALUAR.

Para evaluar creamos un libro, un brochure, la postal, el afiche y el audio, estos prototipos los probamos con el grupo objetivo, a quienes está dirigido la propuesta. Durante la evaluación se pudo interactuar con los fieles, generando un Feedback, para llegar a una solución más pertinente.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS.

3.1 Resultado del Mapa de Empatía

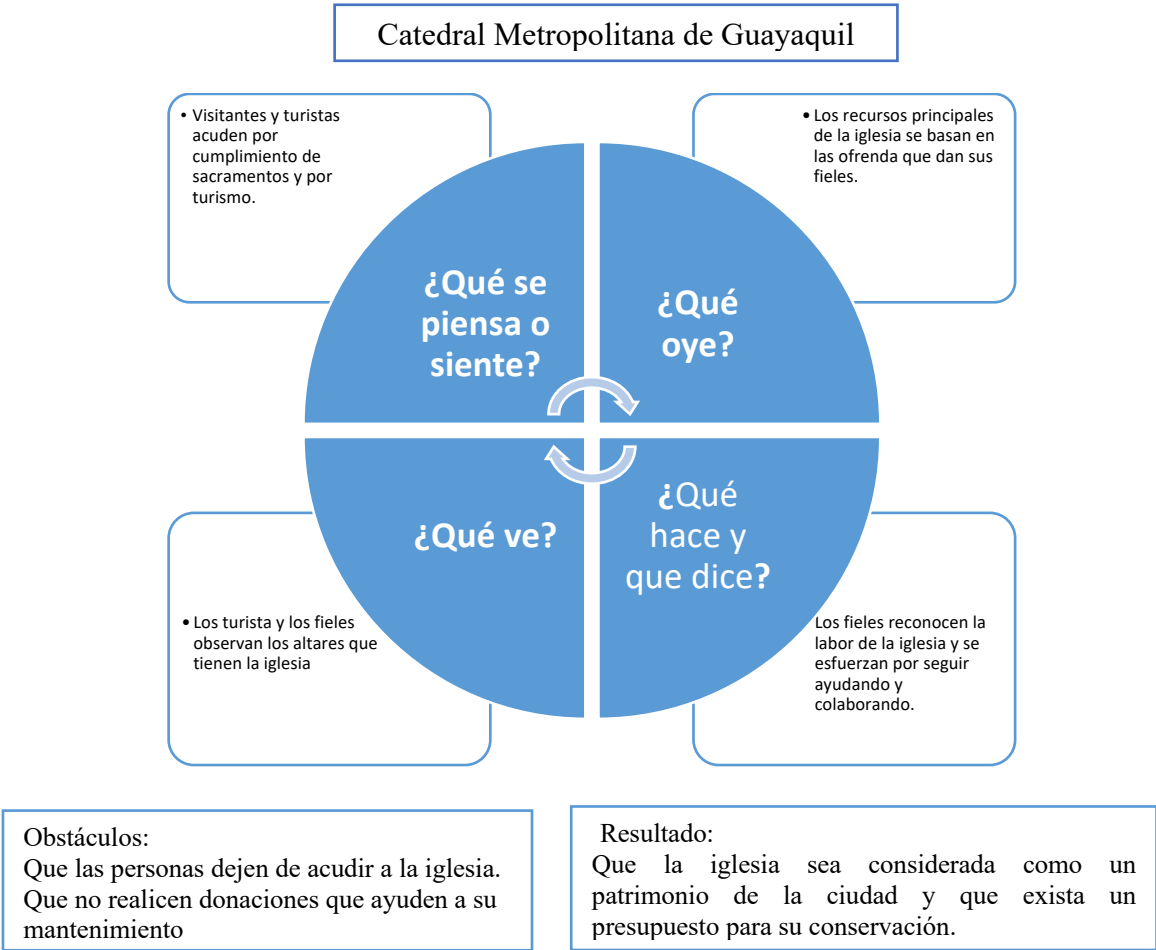


Figura 1. Mapa de empatía, Catedral Metropolitana de Guayaquil.
Fuente: Autoría propia

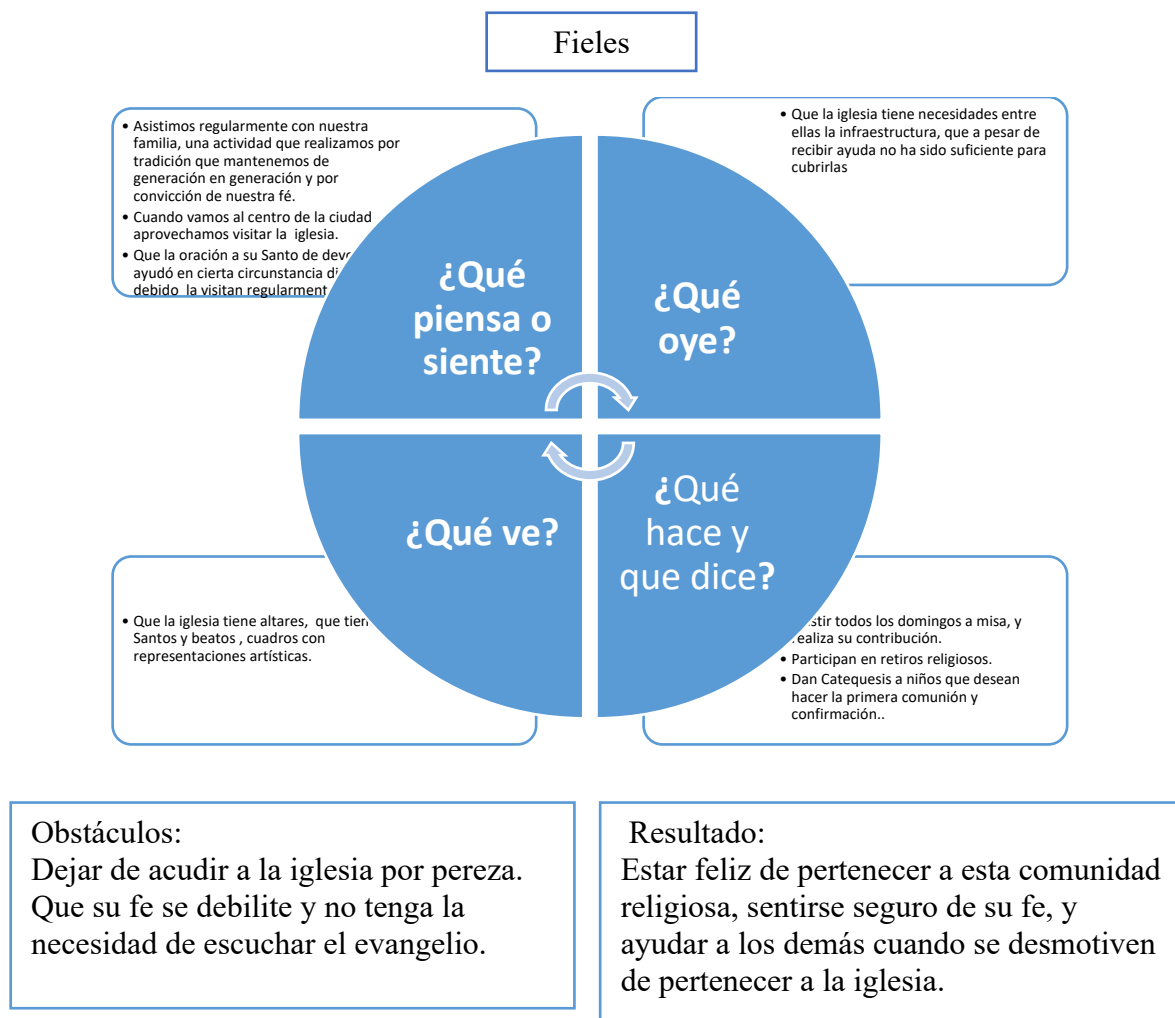


Figura 2. Mapa de empatía, Fieles
Fuente: Autoría propia

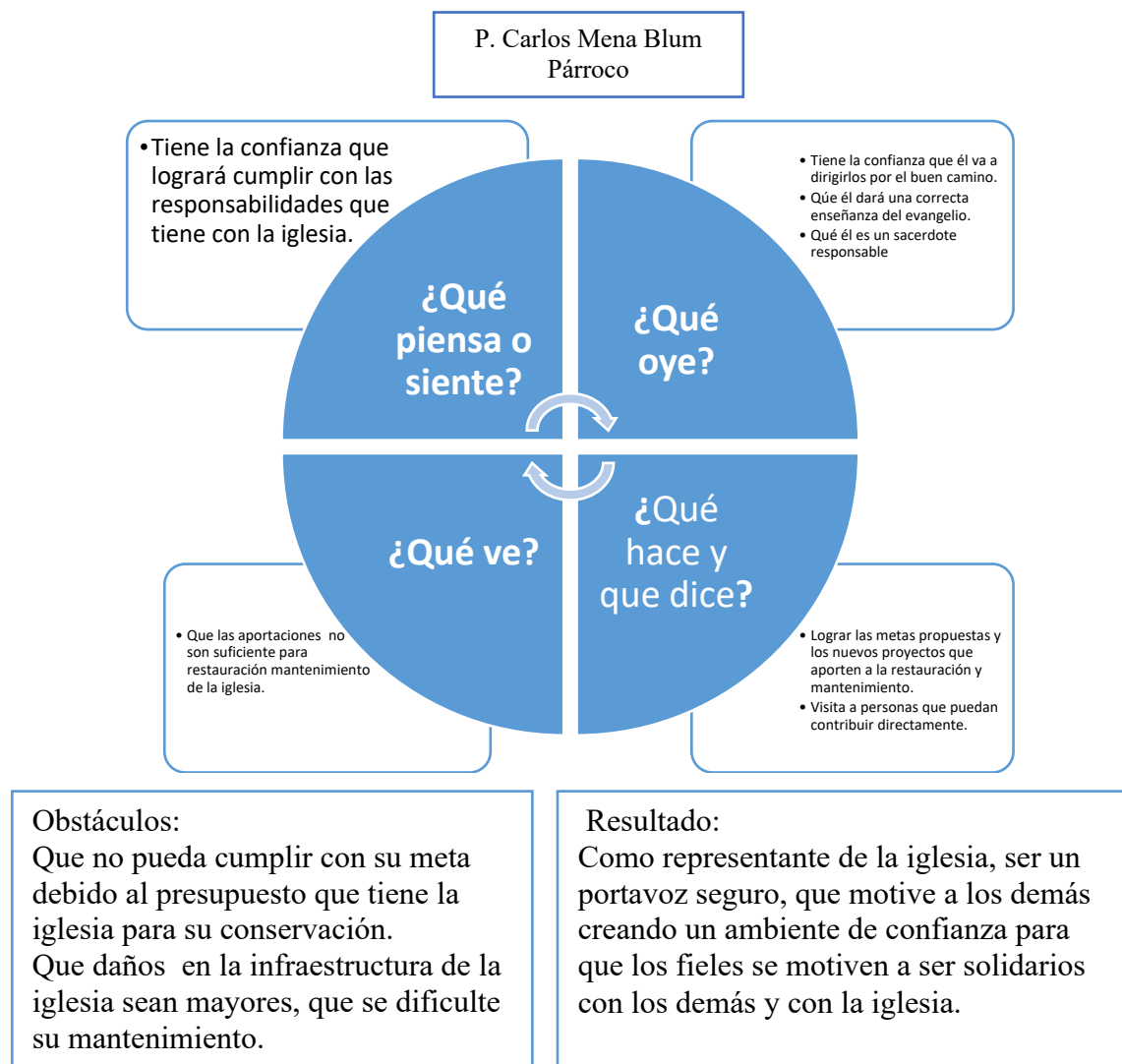


Figura 3. Mapa de empatía, P. Carlos Mena Blum
Fuente: Autoría propia

3.2 Estrategia elegida a implementar luego del estudio realizado

1. Diseñar una campaña mediante procesos propios del diseño gráfico para despertar el interés de los visitantes hacia la Catedral de Guayaquil e incrementar las donaciones.

3.3 Estrategias complementarios que surgieron para implementar a largo plazo.

1. Crowdfunding, subir la idea a una plataforma que suele ser online, para ser candidato a la financiación, y de esta manera valorar el proyecto donde se indica: la descripción del mismo, la cantidad que se necesita, y cuánto tiempo hay para recaudarlo en pro del mantenimiento y conservación de las piezas artísticas.

2. La Campaña “Contempla”. Utilizará binoculares o un dron para dar una experiencia cercana de los vitrales que se encuentran en la iglesia.

3.4 Fotografía de prueba de los prototipos en la Catedral Metropolitana



Foto 3. Prueba de Audifono
Fuente: Autoría propia



Foto 4. Presentación del Prototipo del libro
Fuente: Autoría propia.



Foto 5. Presentación del Prototipo del libro
Fuente: Autoría propia



Foto 6. Presentación del Prototipo de postal.
Fuente: Autoría propia.



Foto 7. Presentación del Prototipo del stand.
Fuente: Autoría propia

3. 5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA PARA FEEDBACK

La mayoría (x%) de los fieles están interesados en participar en eventos que realice la Catedral Metropolitana de Guayaquil, ya que conocen del problema de infraestructura que está atravesando. Buena parte (x%) de los encuestados está de acuerdo que se explique sobre las pinturas y el arte que tiene la iglesia y la explicación de la vida religiosa de cada uno de los Santos y Beatos llamaría su atención. Frecuentemente, los encuestados asisten a la iglesia acompañados de sus familias que mantienen esta tradición. La participación en las actividades que realizan, conlleva gastos para los que voluntariamente aportan, teniendo presente que ayudan a la iglesia.

3.6 CAMPAÑA PUBLICITARIA

Nombre de Campaña:

Escucha

Concepto de la Campaña:

Tu aportación, ¡Restaura!

Objetivos de la Campaña:

Recaudar fondos para la conservación y mantenimiento de los altares de la catedral

Insight:

Asistimos a la iglesia por cumplir un sacramento y por la oración, pero no sabemos el valor artístico de los altares, retablos y otras piezas que se encuentran a nuestra vista.

Grupo objetivo: Fieles

Imágenes: Familia y pareja

Empatía: 35 a 45 años

Estudios superiores

Gustos: Paseo en familia/ Cine/ Fiestas pastorales/ Fiestas de la ciudad.

Formal y semi-informal

Viven en la Ciudad y tienen una creencia religiosa católica.

Son curiosos.

Pasan por la catedral cuando entran/ salen del trabajo y en la hora de comer

Van a agradecer por un favor.

Van a la catedral por ser más acogedora y se pueden tomar fotos.

Comen en restaurantes.

Usan Celulares.

Revisan redes sociales: Instagram y Facebook.

Actividades: Estudian y trabajan

3.7 DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS

3.7.1 DISEÑO DE LOGO

Retícula de composición



Equilibrio
Armonía
Profesionalidad

Boceto:



■ = X
■ = |

El logo está inspirado en el audio-recorrido que se va a presentar en este evento. Se ha usado el símbolo de eco y personas, se ha unido estos dos símbolos, y se ha creado este imagotipo. El eco connota el mensaje que nos invita a contribuir. El marco exterior, así como el color quiere mostrar su seriedad y tranquilidad, el turquesa alude a lo divino y a la calma, reflejando lo que se experimenta dentro de este espacio donde se va a realizar el evento.



Imagen 1. Logo de Campaña.
Fuente: Autoría propia

3.7.2 AFICHES PUBLICITARIOS

Estos impresos estarán ubicados en el exterior y en puntos de entrada de la Catedral para atraer a los fieles a su interior. Se ha representado el concepto de la campaña, *Tu aportación, ¡Restaura!*, que es encabezado por el texto: *El que tiene oídos que oiga*, que alude a palabras dichas por el mismo Jesús en el evangelio de Mateo y en el Apocalipsis (familiares a los fieles destinatarios) y aluden al audio recorrido que se promueve en la campaña. Icónicamente, el texto es apoyado por un elemento central cotidiano que es necesario restaurar y por el que a través de su cristal roto se presenta o refleja una de las piezas artísticas de la catedral que necesita ser intervenida. Esto alude al empleo de una metonimia como recurso retórico, donde se insta a que actúe una clave comparativa en los destinatarios que sustituye la necesidad de arreglar los objetos básicos por la necesidad de restaurar los objetos artísticos en la catedral. Finalmente, los afiches contienen información básica como dirección, fechas de lanzamiento, acompañada de la marca que está visible en todas las piezas elaboradas.



Imagen 2. Afiche publicitario para la campaña “Escucha”
Fuente: Autoría propia



Imagen 3. Afiche publicitario para la campaña “Escucha”
Fuente: Elaboración propia



Imagen 4. Afiche publicitario para la campaña “Escucha”
Fuente: Elaboración propia.

3. 7. 3 TRÍPTICO

Este medio visual es informativo y guía, y se dará a los fieles que adquieran el recorrido. En la parte interna contiene el mapa del recorrido; en la externa, una explicación del proyecto y datos del costo de algunas de las piezas a restaurar y el avance de la recaudación y las redes sociales donde pueden acceder a más información del evento.



Imagen 5. Tríptico para la campaña “Escucha”
Fuente: Autoría propia

3. 7. 4 POSTAL

Este recurso, lo podrán adquirir en el stand como recuerdo del audio recorrido para regalar a sus seres cercanos. En el reverso, contiene información de la pieza artística que se ve en el anverso y de las redes sociales.



Imagen 6. Postal para la campaña “Escucha”.
Fuente: Autoría propia.

3. 7. 5 LIBRO CON FOTOGRAFÍAS E INFORMACIÓN DE LOS ALTARES

En este libro se encuentra toda la información de las piezas expuestas en cada recorrido. Hay 3, uno por tramo y el libro completo. Tendrá un costo y se lo podrá adquirir en el stand en cualquier momento.



Imagen 7. Libro para la campaña “Escucha”.
Fuente: Autoría propia.

3. 7. 6 PROPUESTA INICIAL DEL GUIÓN DEL AUDIO RECORRIDO

El visitante debe entregar cédula o pasaporte originales que estén vigentes, no credenciales u otros documentos. A continuación, el audio dice lo siguiente:

- Bienvenidos a la catedral
- El siguiente audio recorrido presentará información histórica, cultural y religiosa sobre las imágenes que están en el interior de este templo.
- Podrá dirigirse por medio del mapa y siguiendo las indicaciones que le da el audio. Alguna consulta puede hacerla a los guías. Si en cualquier momento quiere disfrutar de la obra puede poner en pausa el audio.
- Por favor, avance al siguiente punto...
- A su derecha siga recto hasta que esté sobre el punto indicado

Del lado derecho tenemos el altar menor de San Josemaría Escrivá hecho en mármol. En la parte superior, un arco ojival con representación policromada de la Virgen de Guadalupe, en la parte derecha se sitúa el Santo Juan Diego de rodillas, quien ofrece una rosa a la Virgen, y a la izquierda el santo Josemaría inclinado en una oración ante ella. En la parte central, un cuadro con el Santo, en el fondo una presentación de los trabajos, sea en el seno del hogar, en el taller, en el quirófano, la oficina, los medios de transporte, deporte, etc., ya que este santo veía el trabajo como un camino de santidad. En la parte interior, dividida en dos horizontalmente, con cinco secciones en formas de ventanales, siguiendo el estilo neogótico del templo, tenemos una placa con la fecha de nacimiento del Santo San Josemaría Escrivá quien fue el fundador del Opus Dei nacido en 1928.

- *Por favor avance al siguiente punto...*
- *A su derecha siga recto hasta que esté sobre el punto indicado.*

Tiempo de caminar...

Del lado derecho, tenemos el retablo de la **Virgen de Guadalupe** hecho en mármol, en la parte superior, un arco ojival con representación policromada de una escena de la Virgen de Guadalupe. Del lado derecho está San Juan Pablo II y del lado izquierdo San Juan Diego que se inclinan hacia ella en oración y admiración. En parte central, se halla la pintura de la Virgen de Guadalupe, muy conocida. Siguiendo, en la parte inferior se encuentran una placa con las inscripciones: Humildemente te pido remedios mis aflicciones, “¿No estoy yo aquí que soy tu madre?, palabras dirigidas por la Santísima Virgen a Juan Diego”. Todo el retablo está rodeado de un guardapolvo de mármol simulando un ventanal de arco ojival.

- *Por favor avance al siguiente punto...*
- *A su derecha siga recto hasta que esté sobre el punto indicado*

Tiempo caminar...

Del lado derecho tenemos el Altar menor del **Sagrado Corazón de Jesús** con un arco formado por tres circunferencias conocido como trilobulado y decoraciones de elementos de carácter geométrico vegetal, pilares de mármol y esculturas policromadas de Jesucristo y ángeles talladas en Madera. La figura de Jesucristo muestra su corazón atravesado por tres clavos y engastado en una corona de espinas que está señalando con la mano derecha. El corazón abierto simboliza el amor de Dios hacia todos los hombres, sin excepciones, amor por la humanidad. La espiga significa esperanza y resurrección, vuelta al origen, eucaristía. Los dos personajes que están a los lados son una especie de ángeles guardianes que simbolizan protección, cuyos deberes son asistir y servir a Dios. Ecuador lleva 145 años de consagración al Sagrado Corazón de Jesús, mediante decreto del presidente de la República Gabriel García Moreno, en 1874.

- *Por favor avance al siguiente punto...*
- *A su derecha siga recto hasta que esté sobre el punto indicado*

Tiempo caminar...

Del lado derecho, tenemos el **Altar Mayor**. Está elaborado en mármol de Carrara y un juego de bronce integrado por la cruz, 7 candelabros y lampadarios que prescriben la liturgia. El altar es símbolo de la cruz, mientras Jesucristo es sacerdote, altar y víctima. En la cara frontal del altar se reproduce en altorrelieve la famosa pintura “La Última Cena” de Leonardo Da Vinci, a cuyos costados, entre pilastras, están el escudo Papal de S. S. Pío XII y el escudo episcopal de Mons. José Félix Heredia, SJ.

El altar mayor está rodeado de un baldaquino que es una especie de templete sostenido por 4 columnas salomónicas de mármol rosa de estilo neogótico parecidas a las columnas que se encuentran en la entrada lateral derecha por la calle Clemente Ballén, sigue el estilo de esta entrada, con sus capiteles y el fuste de decoraciones geométricas vegetales.

- *Por favor avance al siguiente punto...*
- *A su izquierdo siga recto hasta que esté sobre el punto indicado*

Tiempo caminar...

La Hornacina del **Padre Eterno**, es un hueco semiesférico practicado en una pared con arco ojival de mármol, la parte interior está elaborada en alto relieve con la representación de la trinidad (Padre, Hijo y Espíritu Santo).

El Personaje central tiene sobre su cabeza una aureola o nimbo triangular, característica del arte colonial, el uso de formas de puntas como el nimbo. Las 3 figuras y el mismo arco reflejan el predominio de estas formas. La vestimenta de la divinidad está pintada a imitación del estofado, técnica pictórica, al estilo del arte colonial.

Sobre espesas nubes, aparece Dios-Padre bendiciendo con la mano derecha y con la mano izquierda carga el globo terráqueo. Un anciano providente que todo lo gobierna y todo lo ve. La vestimenta de color rojo simboliza el amor que emana de Él. De la paloma salen rayos dorados por la divinidad y gotas de sangre por el martirio. Cristo en la parte inferior yace inerte con las huellas de la crucifixión.

- *Por favor avance al siguiente punto...*
- *A su izquierda siga recto hasta que esté sobre el punto indicado.*

El altar de la Divina Misericordia está hecho con mármol. En la parte superior un arco ojival con representaciones policromadas de las conversaciones que tuvo Sor Faustina Kowalska con Jesucristo. En la parte central una réplica de la pintura de Jesús de la divina misericordia: Jesús sobre una nube, vestido con una túnica blanca, tiene la mano levantada para bendecir y con la otra toca la túnica sobre el pecho del cual sale una luz, su mirada es frontal a diferencia del original que mira hacia el suelo. Hay dos ángeles a los extremos con las manos en signo de petición.

La parte baja del altar se divide en dos áreas;

En la primera parte se resalta un escalón y la “Cruz de la unidad”, en esta cruz figuran Cristo y María. En la parte superior se encuentra el símbolo del Padre en forma de triángulo llamado “Ojo de la providencia”, esta cruz está rodeada de un arco formado de 3 circunferencias llamado trilobulado sobre pequeñas columnas geométricas y decoraciones vegetales. La segunda división tiene una placa de mármol con alto relieve con la frase “Jesús en ti confío”

- *Por favor avance al siguiente punto...*
- *A su izquierda siga recto hasta que esté sobre el punto indicado*

Tiempo caminar...

El Altar de Santa Narcisa de Jesús Martillo y Morán está hecho con mármol. En la parte superior, se halla un arco ojival con representación policromadas de Narcisa inclinada a Jesús besando un corazón. En la parte central se encuentra un óleo sobre lienzo de la figura de la Santa Narcisa de Jesús en un ambiente natural dauleño. Las figuras poseen una aureola o nimbo en sus cabezas, símbolo de santidad, luz espiritual o divina. El nimbo de forma circular está reservado para los ángeles y los santos. En la parte inferior hay dos niveles; el primero dividido en cinco partes cada una con arco trilobulado sobre pequeñas columnas geométricas con decoraciones vegetales. En la parte central se encuentra una reliquia de la santa, hay milagros logrados mediante el contacto con las reliquias, por eso su veneración. La segunda división tiene una placa

de mármol con alto relieve con cruz negra y blanca de mármol con decoraciones florales.

- *Por favor avance al siguiente punto...*
- *A su izquierda siga recto hasta que esté sobre el punto indicado*

Tiempo caminar...

Del lado derecho, tenemos el retablo de la **Virgen de Schoenstatt** realizado en mármol, reproduce elementos característicos de los santuarios schoenstattianos. En la parte superior se encuentra en forma triangular, el símbolo del Padre eterno. En el centro del retablo, la Imagen de la Virgen y el niño Jesús, es una pintura sencilla cuyos protagonistas muestran una mirada frontal hacia el observador, sus miradas dicen: Tú eres precioso y valioso a los ojos de Dios y a mis ojos. Tiene un marco luminoso que rodea toda la imagen con una inscripción: “Un hijo de María nunca perecerá”. La Cruz de la Unidad que se encuentra en la parte inferior, a diferencia de la que está en el retablo de Jesús de la misericordia, está en un fondo rojo símbolo de la sangre que derramó Jesucristo por toda la humanidad, es una especie de tabernáculo. El cuadro y la cruz se encuentran dentro de un arco angular truncado y un conjunto de arcos inscritos, unos en otros que organizan una portada abocinada sobre columnas, que giran en un patrón retorcido conocidas como columnas salomónicas de estilo barroco. Todo este retablo simula una fachada, este estilo se repite en la pieza que rodea la cruz con una pequeña variante, una serie de circunferencias huecas en el arco interior cuyo nombre es arco angelado.

Esperamos que le haya sido grato el recorrido. Más que todo le agradecemos por aportar con esta ayuda al mantenimiento, restauración de estos espacios y creación de eventos de este estilo.

Por favor a la salida puede entregar los audífonos y retirar su documento de identidad.

4. 7. 7 PROPUESTA INICIAL DE CAMPAÑA

La campaña se desarrolla en 4 fases:

- La campaña definió los objetivos que quería lograr en la propuesta, definiendo el target en cuanto a sus características; edad, género, gustos e intereses. Dicha segmentación ayudó a ser más efectivo.
- Se elaboró prototipos que ayuden a una comunicación más directa. Los afiches, los trípticos y el mapa ayudarán a los fieles a realizar el audio recorrido de manera más dinámica y que despierte el interés de participar en el evento. Esto sensibilizará al usuario para que puedan realizar su donación.
- Se eligió los soportes donde serían impresos, se hizo la grabación de cada audio de los tramos a recorrer, y luego se efectuó el Feedback con preguntas a las personas que lo habían escuchado.
- El tiempo que se ha estimado para la duración de la campaña, es semestral y anual con un estimado de 150 personas asistentes al evento por mes. Todo cuenta con la aprobación de las autoridades pertinentes.
- El esquema o ruta que los fieles van a realizar contempla desde la observación del afiche del evento o se entera por redes sociales, prosigue cuando acuda a la Catedral y se acerque a pedir información al stand sobre cómo adquirir el audio recorrido. Por el alquiler, recibirá unos audifonos, un mp3, un tríptico con un mapa como guía, y podrá recorrer y apreciar los altares mientras escucha las características principales de cada imagen. Al final del recorrido encontrará con una caja o contenedor para realizar la donación. El libro estará a la venta en el stand, donde el usuario recuperará sus documentos personales.

Ruta de los Fieles

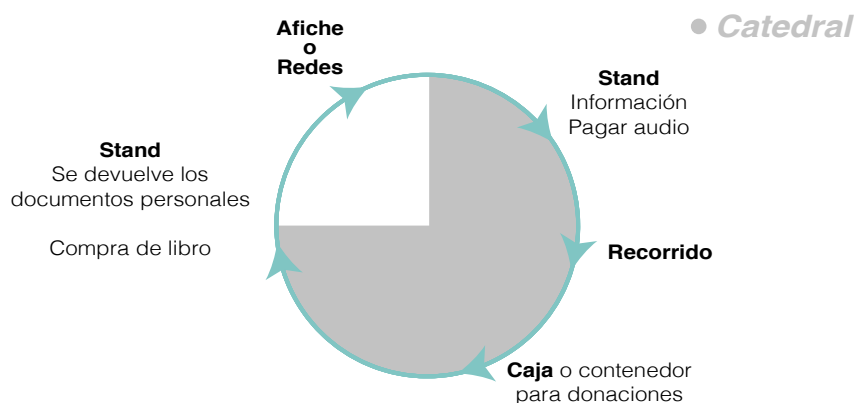


Imagen 8. Ruta del Cliente
Fuente: Autoría propia.

3. 7. 7 CRONOGRAMA

Descripción	Mayo				Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Clases Tutoría																
Definición del Problema																
Empatía y Encuesta																
Descubrimiento																
Validación																
Desarrollo																
Presentación Pública																
Entrega Formato																

3. 7. 8 PRESUPUESTO.

CAMPAÑA ESCUCHA.

	CANTIDAD DE HORAS	DIAS	HORAS	VALOR POR HORA	TOTAL
CONCEPTO CREATIVO	8	14	112	5	\$ 560,00
DISEÑO DE PROPUESTA	8	20	160	5	\$ 800,00
DIGITALIZACIÓN DE PROPUESTA	8	40	320	4	\$ 1.280,00
PROTOTIPO DE MAQUETA	4	10	40	5	\$ 200,00
DIAGRAMACIÓN	8	14	112	4	\$ 448,00
AFICHE	10	10	100	5	\$ 500,00
BROCHURE	104	2	208	5	\$ 1.040,00
PROTOTIPO DEL LIBRO	40	5	200	3	\$ 600,00
GRABACIÓN DE AUDIO	80	10	800	5	\$ 4.000,00
SUELDO	640	120	76800	2,46	\$ 1.574,40
ALQUILER DE STAND	40	10	400	5	\$ 200,00
TOTAL					\$ 11.202,40

Cuadro 1. Valores económicos de gastos para realizar esta campaña.
Autor: Autoría Propia.

COSTO

DETALLE	# VISITANTES	MESES	ANUAL	COSTO
BROCHURE	150	12	1800	\$ 1,08
LIBRO	150	12	1800	\$ 0,83
AUDIO	150	12	1800	\$ 2,52

Cuadro 2. Valores de costos de materiales del audio recorrido.

Autor: Autoría Propia.

VENTAS

	PRECIO DE VENTA	# VISITANTES	VALOR	SEMESTRAL	ANUAL
AUDIO RECORRIDO	\$ 2,61	150	\$ 1.350,00	\$ 8.100,00	\$ 16.200,00
LIBRO	\$ 4,83	150	\$ 725,00		\$ 725,00
TOTAL			\$ 2.075,00		\$ 16.925,00

Cuadro 3 Valores para la venta de los productos finales.

Autor: Autoría Propia.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se estableció una campaña publicitaria teniendo por objetivo el incremento de donaciones para la restauración de las piezas artísticas que existen en la Catedral Metropolitana de Guayaquil. Para esto se produjeron artes gráficas que faciliten el mensaje de forma clara, sencilla y eficaz; y que llamen la atención a los fieles hacia la realización de un audio recorrido. Se idearon 3 rutas y sus contenidos que van desde acercarse al stand para solicitar el reproductor de sonido y los audífonos; realizar cada ruta acompañados de una grabación por cada altar; y finalicen con la propuesta de compra de libros. En los audios se destacan detalles de cómo los altares fueron construidos, su arquitectura, soportes y técnicas; y el valor artístico, simbólico y espiritual de las obras inscritas en ellos. El fin es causar en los fieles sentimientos de admiración por el valor patrimonial de las obras y exhortarlos hacia la responsabilidad que conlleva su restauración y mantenimiento.

Del testeo de la campaña, al escuchar el audio recorrido, efectivamente se obtuvo el interés de los fieles por conocer cada una de las imágenes. Como apoyo, se entregó un tríptico que contenía un mapa indicando los tres tramos a recorrer señalados por colores. Esto ayudó a visualizar con facilidad la experiencia del audio recorrido.

En resumen, la campaña testeada dio como resultado la positiva valoración de los fieles por las pinturas y altares de la catedral. La mayoría acotó que, aunque tenían un tiempo significativo asistiendo a misa en este templo, no se habían percatado de los detalles que hacen más valorable el patrimonio artístico del mismo. Además, el testeo sirvió para obtener sugerencias que darán más realce en la inauguración de la campaña y asegurar su apoyo a la misma.

5. RECOMENDACIONES

La campaña publicitaria contó con la aprobación de las autoridades pertinentes de la iglesia, permitiendo el acceso a la información, y el trabajo de un equipo humano que se conjugó con los conocimientos de comunicación visual de parte de los profesionales en Diseño Gráfico aportantes de este proyecto. Sin embargo, además de los citados, su realización involucra a los visitantes asiduos de esta iglesia y a la comunidad en general.

Es importante destacar nuevas formas de generar donaciones como un botón que habilite un enlace dinámico que permita a los ciudadanos contribuir con la iglesia. Esta, es una necesidad real que implica compromisos y responsabilidad social por el patrimonio de la iglesia. Los retos que se presentan son cada día más difíciles, por lo que se recomienda lo siguiente:

- Debería existir una división dirigida por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, para la Conservación y restauración de las obras artísticas existentes de la Catedral y de todas las iglesias, en virtud de que el INPC es el encargado de velar por el patrimonio cultural del Ecuador.
- Debería existir un presupuesto estatal para la conservación y restauración de los bienes patrimoniales de las iglesias principales de la ciudad. El Gobierno no apoya a la iglesia directamente, su mantenimiento depende de la solidaridad de la personas y de la ofrenda que hacen a la iglesia.
- Debería existir una escuela de restauración, donde los estudiantes realicen sus prácticas e implementen sus proyectos finales en el mantenimiento y cuidado de los altares que se encuentran en la catedral y en otras iglesias que necesiten esta ayuda.
- Además, se recomienda realizar proyectos y programas que involucren la restauración de los altares, fomentando la cultura de conservación de estas reliquias y la prevención para no dejar que se destruyen por falta de cuidado.

Los altares tendrán que ser restaurados cada cierto tiempo y para esto, se debe tener un presupuesto que permita la conservación de los mismos.

BIBLIOGRAFÍA

González, R. A. (1 de julio de 2017). Una mirada al Arte sacro Colonial Ruta Memphis. Recuperado de <https://www.rutamemphis.com>

Amílcar, T. T. (12 de mayo de 2019). Orígenes del arte religioso nacional. *EL COMERCIO*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com>

Vera Bravo, Ángel (11 de agosto de 2017). Arte religioso ecuatoriano – interculturalidad – escuela Quiteña. *El Mercurio*, pp. 4C.

Vera Bravo, Ángel (11 de agosto de 2017). Arte religioso ecuatoriano – interculturalidad – escuela Quiteña. *El Mercurio*. Recuperado <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/1628>

Kingman, M., Barriga, M., & Cevallos, P. (2017). Pablo Barriga, historiar desde el arte [Material complementario]. *Revista De Arte Contemporáneo*, (03), 84-96. doi:10.26807/cav.v0i03.52

“Justificación de un presupuesto de restauración en pintura de caballete” (8 de noviembre de 2013). *Asoarte*. Recuperado de <https://asoartemurcia.blogspot.com>

Presupuesto limpieza de cuadro [Material complementario]. (14 de mayo de 2105). *Arte Restauración*. Recuperado de <https://arte-restauracion.es/presupuesto-limpieza-de-cuadro/>

“Cuenca Arte sacro”. (13 de Febrero de 2011). *Cuenca es un universo de arte sacro y religioso*. *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cultura/7/251567>

“Cuenca veta religiosa”. (18 de agosto de 2014). *EL COMERCIO*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/tendencias/cuenca-arte-religioso-museos-artesanos.html>

EL COMERCIO (15 de Diciembre de 2016). “Conozca los tesoros que guardan las agustinas”. *EL COMERCIO*. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/viajar/monasterio-agustinas-patrimonio-quito-centrohistorico.html>

Exposición Angeli (2019). *Turismo Arlanza*. Recuperado de <https://www.turismoarlanza.es/es/exposicion-angeli/>

Turismo de Ejea (2018). Iglesia Puertas Abiertas. Recuperado de <http://www.turismoejea.es/iglesia-de-puertas-abiertas-una-exposicion-de-la-parroquia-de-ejea-para-mostrar-su-trabajo-y-los-servicios-que-ofrecen-a-su-comunidad-y-a-la-sociedad/>

Video

https://www.youtube.com/watch?v=9SU6q7_PSbl