



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE DISEÑO

Resolución: RPC-SO-21-No.449-2020

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del trabajo:
EL DISEÑO GRÁFICO COMO UN ALIADO PARA EL FOMENTO DEL CANTO CORAL EN GUAYAQUIL, ECUADOR
Línea de Investigación:
ESCENARIOS ACTUALES DEL DISEÑO
Campo amplio de conocimiento:
CONDICIONAMIENTOS SOCIOCULTURALES DE LA PRÁCTICA Y GESTIÓN DEL DISEÑO E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.
Autor/a:
KERRY DANIEL VELASCO RAMOS
Tutor/a:
JOSÉ ALEJANDRO VERGELIN ALMEIDA

Quito – Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, **JOSÉ ALEJANDRO VERGELIN ALMEIDA** con C.I: **1709834483** en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación titulado: **EL DISEÑO GRÁFICO COMO UN ALIADO PARA EL FOMENTO DEL CANTO CORAL EN GUAYAQUIL, ECUADOR.**

Elaborado por: **KERRY DANIEL VELASCO RAMOS**, de C.I: **0919323634**, estudiante de la Maestría: **GESTIÓN EN DISEÑO**, de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 28 de agosto de 2023



Firmado electrónicamente por:
**JOSE ALEJANDRO
VERGELIN ALMEIDA**

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, **KERRY DANIEL VELASCO RAMOS** con C.I: **0919323634**, autor/a del trabajo de titulación denominado: **EL DISEÑO GRÁFICO COMO UN ALIADO PARA EL FOMENTO DEL CANTO CORAL EN GUAYAQUIL, ECUADOR**. Previo a la obtención del título de Magister en **GESTIÓN EN DISEÑO**.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 28 de agosto de 2023



Firmado electrónicamente por:
**KERRY DANIEL
VELASCO RAMOS**

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR	2
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	3
RESUMEN	5
PALABRAS CLAVE	5
ABSTRACT	5
KEYWORDS	5
INTRODUCCIÓN	6
CUERPO/DESARROLLO	7
Breve Historia Y Relevancia Del Canto Coral En Guayaquil	7
Importancia Del Diseño Gráfico En La Promoción De Actividades Culturales Y Artísticas.	8
¿Cómo puede el diseño gráfico mejorar la visibilidad y reconocimiento de los coros?	9
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	10
<i>Casos De Éxito</i>	10
<i>Entrevistas</i>	11
<i>Directores de coros:</i>	11
<i>Diseñadores gráficos:</i>	13
Interpretación general de fase de entrevistas	14
Resultados de investigación	16
<i>Contexto Cultural y Artístico</i>	16
<i>Afiches Promocionales</i>	18
<i>Videos Promocionales</i>	19
CONCLUSIONES	20
RECOMENDACIONES	22
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	23

RESUMEN

Este artículo de investigación original examina el papel del diseño gráfico en el fomento del canto coral en Guayaquil, Ecuador. El principal objetivo de esta investigación es describir cómo el diseño gráfico puede ser un aliado estratégico para aumentar la visibilidad y participación en actividades corales. Para lograrlo, se realizó un estudio de campo que incluyó entrevistas con líderes de coros locales y diseñadores gráficos, así como un análisis de los materiales de diseño gráfico utilizados por los coros. Los resultados indican que el uso estratégico del diseño gráfico puede mejorar la comunicación y promoción de los coros, lo que a su vez puede aumentar la participación y apoyar la sostenibilidad de estas agrupaciones. Las conclusiones de esta investigación pueden ser de gran utilidad para coros y diseñadores gráficos interesados en utilizar el diseño como herramienta para el desarrollo y promoción de actividades corales.

PALABRAS CLAVE

Diseño gráfico, Canto coral, Fomento cultural, Participación comunitaria, Sostenibilidad coral, Comunicación visual, Guayaquil

ABSTRACT

This original research article examines the role of graphic design in promoting choral singing in Guayaquil, Ecuador. The main objective of the research is to describe how graphic design can be a strategic ally to increase visibility and participation in choral activities. To achieve this, a field study was conducted, which included interviews with local choir leaders and graphic designers, as well as an analysis of the graphic design materials used by the choirs. The results indicate that the strategic use of graphic design can improve the communication and promotion of choirs, which in turn can increase participation and support the sustainability of these groups. The conclusions of this study may be useful for choirs and graphic designers interested in using design as a tool for the development and promotion of choral activities.

KEYWORDS

Graphic design, Choral singing, Cultural promotion, Community participation, Choral sustainability, Visual communication, Guayaquil

INTRODUCCIÓN

El canto en coro es una actividad con mucho beneficio para la salud mental y física. Puede ayudar a reducir el estrés, mejorar la memoria, el aprendizaje y la comunicación, y aumentar la autoestima y la confianza. El coro también puede ser una actividad social muy satisfactoria, ya que permite a las personas relacionarse con otras que comparten su pasión por la música.

Hay muchos coros en Guayaquil (Ecuador) que ofrecen clases y ensayos para personas de todas las edades, de toda clase socioeconómica y niveles de experiencia. Pero muchos de estos coros luchan por atraer a nuevos miembros. Por varias razones (Davis, 2005) falta de conocimiento acerca de los beneficios del canto en un coro, falta de tiempo y falta de recursos.

Aquí es donde el diseño gráfico entra en el juego, no sólo con herramientas de comunicación visual, sino también con un papel estratégico. Un enfoque estratégico del diseño gráfico implica no sólo estética, sino también un profundo conocimiento y revisión de la audiencia, la identidad del coro y qué lugar quiere ocupar en la cultura contemporánea (Numeier, 2007). Este enfoque pretende no sólo crear una imagen, sino también conectar con el público objetivo y comunicar valores, historias y significados que refuercen la naturaleza del coro (Wheeler, 2009).

El artículo pretende explorar cómo el diseño gráfico puede ser un aliado fundamental en la promoción y revitalización de los cantos corales en Guayaquil desde esta perspectiva estratégica. Mediante el desglose de materiales promocionales y entrevistas con el director del coro y el diseñador gráfico se explorará cómo el diseño gráfico aplicado estratégicamente puede mejorar la visibilidad y relevancia del coro en el panorama cultural contemporáneo (Poiner, 2001).

Al abordar este tema, la investigación pretende no sólo proporcionar un instinto específico para Guayaquil, sino también ofrecer un marco que pueda adaptarse y aplicarse a otros contextos que busquen reivindicar la influencia y la resonancia del coro y del arte en la sociedad.

CUERPO/DESARROLLO

Breve Historia Y Relevancia Del Canto Coral En Guayaquil

El canto en un coro es una forma de expresión musical que interpreta una obra como un conjunto de voces humanas. En Guayaquil, Ecuador, este arte tiene una profunda historia y sirve como símbolo de difusión de la cultura, la educación en la música y lo fraterno entre comunidades.

La historia de coros en Guayaquil se remonta al siglo XIX con la fundación de la Sociedad Filarmónica de Guayaquil, que organizaba notables eventos musicales con coro y orquesta (Alvear Y, 1957). Con el tiempo surgieron otras agrupaciones de renombre, como el Orfeón Guayaquileño, el polifacético coro del Colegio Nacional Vicente Rocafuerte, el coro del Conservatorio Nacional Antonio Neumane y el coro de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (De Artes et al., s/f).

En la historia de coros de la ciudad, su nombre resuena como el maestro Enrique Gil Calderón o "Killy' Gil". No sólo fundó el famoso coro internacional "Canto Coral Hermana a los Pueblos", sino también varios coros emblemáticos de la ciudad (Redacción, R. 2008). Sus aportes como compositor, arreglista y director coral han dejado un valioso legado para las futuras generaciones de artistas.

La influencia de los coros en Guayaquil va más allá de la música. Es una poderosa herramienta para desarrollar la habilidad musical, fortalecer la identidad cultural y establecer valores humanos básicos (Sánchez, 2015; Suárez, 2016). Al reunir a personas de todas las edades, géneros, estratos sociales y profesiones, el coro celebra la unidad de la diversidad. No es solo una actividad artística; Es un medio de integración social que promueve valores como la solidaridad, el respeto y la tolerancia. (Pérez-Aldeguer, 2014).

El canto en coros no son solo una expresión de la abundancia y la diversidad cultural de Guayaquil, sino también una expresión del espíritu social y cultural de Ecuador.

Importancia Del Diseño Gráfico En La Promoción De Actividades Culturales Y Artísticas.

El diseño gráfico, en su papel fundamental de comunicación visual, juega un rol vital en la promoción de diversas manifestaciones artísticas, entre ellas el canto coral (Armstrong, 2019). La habilidad para comunicar visualmente tiene el potencial de capturar el interés, educar y emocionar al público, tal y como establece Frascara (2004) en sus principios de diseño comunicacional.

En relación con el canto coral, el diseño gráfico tiene funciones específicas:

1. **Identificación y Distinción:** Cada agrupación coral puede beneficiarse de un diseño gráfico sólido para destacarse en un ambiente competitivo. Esta identidad gráfica se convierte en una representación esencial de la identidad y valores del coro, como lo señala Airey (2010) en su enfoque hacia la creación de identidades de marca icónicas.
2. **Educación e Información:** A través de la gráfica, es posible educar al público sobre los valores y riqueza del canto coral, un aspecto destacado por autores como Pérez-Aldeguer (2014) en su mirada interdisciplinaria hacia el canto desde la educación musical.
3. **Estímulo Emocional:** Una comunicación visual efectiva puede incitar emociones que invitan a la audiencia a participar activamente en eventos corales (Davies, 2005).
4. **Creación de Valor y Fidelización:** Al brindar una experiencia enriquecedora desde lo visual, el diseño gráfico puede potenciar la experiencia general del público, traduciéndose en lealtad y reconocimiento (Wheeler, 2009).

Con estos roles, el diseño gráfico no solo actúa como una herramienta de comunicación y marketing, sino que se posiciona también como un medio artístico en sí mismo (Bennett, 2006). Al reflejar y complementar la riqueza del canto coral, es esencial para acercar las agrupaciones corales a una audiencia más amplia y diversa (Flores, 2020).

La relación simbiótica entre diseño gráfico y canto coral demuestra cómo dos disciplinas aparentemente dispares pueden trabajar juntas para potenciar el impacto y alcance de cada una en la sociedad (Suárez, 2016).

¿Cómo puede el diseño gráfico mejorar la visibilidad y reconocimiento de los coros?

El diseño gráfico, al ser una herramienta esencial de comunicación visual, puede transformar la percepción y el alcance de un coro (Frascara, 2004). Esta herramienta puede mejorar la visibilidad y reconocimiento de los coros de las siguientes maneras:

1. **Creación de una Identidad Visual Consistente:** Esto va más allá de solo crear un logo; es acerca de establecer una identidad visual cohesiva que refleje la personalidad y valores de un coro. Como lo destaca Airey (2010), esta identidad es vital para cualquier entidad o marca. Un diseño sólido puede ayudar a un coro a destacarse en un ambiente saturado. El Coro institucional de la casa de la Cultura Núcleo del Guayas, por ejemplo, ha materializado su identidad visual única, ganando reconocimiento y distinción.
2. **Diseño de Materiales Promocionales Atractivos:** Para eventos, conciertos y otras actividades, es vital que el material promocional sea claro y visualmente atractivo. Estos materiales, más allá de solo informar, pueden actuar como una invitación visual para posibles espectadores (Pérez, 2020). El Festival Internacional de Coros "El canto coral hermana a los pueblos", por ejemplo, ha utilizado diseño gráfico eficiente para comunicar su mensaje y atraer a una audiencia más amplia (Lupton, 2004).
3. **Generación de Contenidos Digitales de Calidad:** En un mundo dominado por el contenido digital, es esencial que los coros aprovechen los medios digitales para mostrar su talento y trabajo. Videos, audios y otros contenidos pueden ser distribuidos en diversas plataformas para llegar a una audiencia más extensa. El Coro de la Casa de la Cultura Núcleo del Guayas, con su interpretación de "Guayaquil Pórtico de Oro", es un testimonio del poder de un contenido emotivo y producido localmente.

Con una estrategia de diseño gráfico bien ejecutada, los coros tienen el potencial de ampliar su alcance, atraer a una audiencia más diversa y fortalecer su conexión con la comunidad en general (Shaughnessy, 2010). Es evidente que, en la intersección del arte y la comunicación, el diseño gráfico actúa como un puente, conectando a los coros con un público más amplio y diverso (Dru, 2007).

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Dentro de la estructura de esta investigación, se adoptará una metodología cualitativa que permitirá profundizar en la comprensión de los fenómenos estudiados a través de dos herramientas de recolección de información. Se llevará a cabo un examen detallado de casos de éxito, tanto a nivel local como internacional, con el objetivo de identificar patrones y prácticas destacables. Además, se realizaron entrevistas a directores de coros y diseñadores gráficos, brindando una perspectiva rica y diversa desde dos ámbitos profesionales distintos. Cada uno de estos componentes —casos de éxito, entrevistas a directores de coros y entrevistas a diseñadores gráficos— será objeto de análisis individual, permitiendo una comprensión exhaustiva de cada segmento. Posteriormente, se integrarán las percepciones obtenidas mediante un análisis general de las entrevistas y, finalmente, un análisis contractual que enlazará los hallazgos de las entrevistas con el estudio de casos de éxito. Esta estructura metódica facilitará una visión holística y bien fundamentada de la situación actual y las mejores prácticas en el ámbito coral y del diseño gráfico relacionado.

Casos De Éxito

Tabla 1 Comparativa de casos de Éxito

Aspecto	Guayaquil, Ecuador	Barcelona, España
Contexto	Ciudad destacada por su apoyo al canto coral en ámbitos educativos y culturales.	Ciudad rica en diversidad cultural, artística y musical con renombre en actividades corales internacionales.
Identidad Visual	Logotipo del Coro de la Casa de la Cultura Núcleo del Guayas : Tiene como representación acorde al logo de la Casa de la Cultura Núcleo del Guayas que tiene la semejanza al mono capuchino, un animal que forma parte de la fauna de Guayaquil.	Logotipo del Orfeó Català : 4 letras O formando la unidad de y formación coral.
Afiches Promocionales	Festival Internacional de Coros " El canto coral hermana a los pueblos ": Pentagrama que traspasa constelación galáctica con tipografía elegante y moderna.	Festival Internacional de Música de Cantonigròs : Imagen de una gráfica digital en 3D con tonos duraznos que forma una clave de sol. Donde con una simple tipografía definen el contraste que tienen con el fondo.
Videos Promocionales	Video del Coro de la Casa de la Cultura interpretando "Guayaquil Pórtico de Oro": con imágenes de Guayaquil durante la pandemia.	Video del Cor Jove de l'Orfeó Català interpretando " 1. Magnificat, anima mea. ": Imágenes de alta calidad del concierto.

Nota: Elaborado por el autor

Ambas ciudades han utilizado el diseño gráfico de manera efectiva para promocionar y elevar el perfil del canto coral en sus regiones. A través de logotipos, carteles y videos, han logrado comunicar de manera visual la pasión, la identidad y los valores del canto coral a su audiencia. Es interesante observar cómo, a pesar de las diferencias culturales y geográficas, hay similitudes en la forma en que estas dos ciudades han abordado el diseño gráfico en apoyo al canto coral.

Entrevistas

Directores de coros:

Se llevaron a cabo entrevistas con directores de coros de distintas instituciones de Guayaquil: Juan Carlos Urrutia de la Casa de la Cultura Núcleo del Guayas, Mónica O'Really de la UEES y Alex Mora de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Una característica notable es que todos, en algún momento de sus carreras, se sintieron compelidos a aprender los básicos del diseño gráfico. A pesar de contar con departamentos de diseño o comunicación dentro de sus respectivas instituciones, en ocasiones tuvieron que intervenir personalmente en la creación de diseños para satisfacer necesidades específicas o urgentes del coro.

Estos directores resaltan cómo el diseño gráfico enriquece las actividades corales, permitiendo una comunicación más creativa con el público objetivo. Con la ascendencia de las redes sociales y la predilección de las generaciones jóvenes hacia lo digital, consideran que el diseño gráfico se ha convertido en una plataforma esencial para promocionar y comunicar sus eventos. Por otro lado, notan una declinación en la asistencia juvenil a recitales corales tradicionales.

Dentro de sus coros, algunos miembros poseen habilidades avanzadas en diseño, lo que les permite generar contenidos gráficos de manera autónoma cuando la institución no puede satisfacer sus requerimientos a tiempo. Estos directores ven en el diseño gráfico una herramienta poderosa para captar la atención, sobre todo de los jóvenes, y para transmitir la esencia visual del coro, complementando la experiencia auditiva de la música.

En términos de habilidades, muchos de estos directores son autodidactas en muchos aspectos, tanto en la música como en el diseño. Reconocen que el diseño gráfico, en un mundo cada vez más visual, es esencial para comunicar la esencia y valoración del canto coral. En sus palabras, en un mundo digitalizado, "la imagen llega más rápido que la palabra".

Para ellos, un buen diseño puede transmitir una emoción, una idea y un mensaje potente sobre lo que hace el coro como entidad artística. Están en búsqueda de diseños que no sean

rutinarios o clichés, sino que sean abstractos, artísticos y sugerentes. Juan Carlos Urrutia mencionó cómo el diseño de un logo para el coro debía estar en armonía con la imagen institucional de la Casa de la Cultura.

A partir de las entrevistas realizadas a los directores de coros, emerge un patrón claro de cómo el diseño gráfico se ha entrelazado con la promoción y comunicación del canto coral. Los directores, provenientes de diferentes instituciones de Guayaquil, ofrecen una perspectiva que refleja tanto la evolución de la tecnología como los cambios en la forma en que el público interactúa con el arte.

Primero, es evidente la necesidad inherente de los directores de coro de adquirir habilidades básicas de diseño gráfico. A pesar de estar inmersos en un mundo predominantemente auditivo, la responsabilidad de promover sus coros en un mundo digital los ha impulsado a familiarizarse con el ámbito visual. Esta tendencia refleja la creciente interdependencia de las disciplinas artísticas y la tecnología en la era contemporánea.

El hecho de que muchos de estos directores recurren al diseño gráfico, incluso cuando sus instituciones poseen departamentos especializados, habla del carácter urgente e inmediato de la comunicación en la era digital. La promoción en tiempo real, especialmente en plataformas de redes sociales, demanda respuestas rápidas y adaptabilidad. Además, este fenómeno podría señalar una falta de comprensión por parte de las instituciones sobre las necesidades específicas de sus coros.

En cuanto a la demografía, el desafío de atraer a la juventud a los recitales corales tradicionales es palpable. El diseño gráfico se presenta como una solución, una herramienta para revitalizar y reinventar la forma en que el canto coral se presenta al público joven. Esto sugiere que la fusión del arte tradicional con medios contemporáneos no es solo deseable, sino esencial para garantizar su supervivencia y relevancia.

Los directores, en sus narrativas, también tocan un punto crucial sobre la esencia del diseño: la capacidad de comunicar emociones e ideas. Buscan diseños que trasciendan lo convencional y que resuenen con su audiencia a un nivel más profundo. Esto subraya la importancia del pensamiento crítico y la innovación en el diseño gráfico, evitando clichés y buscando siempre la autenticidad.

Finalmente, la inspección resalta la naturaleza interdisciplinaria del arte contemporáneo. El canto coral y el diseño gráfico, aunque distintos en su esencia, se encuentran unidos en su

objetivo común de comunicar y evocar emociones. En un mundo en constante cambio, la adaptabilidad y la voluntad de aprender más allá de los límites tradicionales de una disciplina se presentan como habilidades esenciales para cualquier artista o director.

Diseñadores gráficos:

Las entrevistas a los diseñadores gráficos Charlie Jurado, Esmeralda Muñoz y Emilio Silva brindan una comprensión profunda del papel intrínseco del diseño gráfico en la promoción del canto coral en Guayaquil, Ecuador. Cada uno de los diseñadores, con sus respectivas trayectorias y experiencias, subraya la conexión vital entre la creatividad visual y la musical.

La amplia experiencia de los diseñadores en el campo, que abarca desde una curiosidad inicial hasta una especialización profunda en áreas específicas como el diseño para música, resalta el compromiso y la pasión que cada uno tiene por su profesión. A través de sus respuestas, se percibe una clara comprensión de cómo el diseño no solo sirve como un complemento estético, sino que juega un papel crucial en la comunicación de la esencia y personalidad de un coro o artista musical.

Un tema recurrente en las entrevistas es el desafío inherente de capturar la esencia única de un coro en un diseño. Es esencial comprender el género musical, el público objetivo y la atmósfera del evento para lograr una representación visual que resuene con la audiencia. Emilio Silva, en particular, pone énfasis en la importancia de la comunicación en el diseño. Para él, un diseño eficaz es aquel que comunica con claridad el mensaje deseado, independientemente de su estética.

Otro punto destacado es la relación entre las tendencias actuales en diseño y los valores fundamentales de una marca o grupo musical. Si bien las tendencias pueden ofrecer una estética fresca y contemporánea, es crucial que cualquier diseño está profundamente arraigado en los valores centrales que representa.

Los elementos culturales y locales de Guayaquil también emergen como consideraciones vitales en el diseño para el canto coral. Silva, al mencionar aspectos como la gentileza tradicional de los guayaquileños y la rica gastronomía de la ciudad, sugiere que el diseño gráfico para el canto coral en Guayaquil debe ser una celebración y reflejo de estas características culturales.

En la era digital, los diseñadores reconocen el potencial del diseño gráfico para revitalizar el canto coral a través de contenidos visuales atractivos, especialmente en las redes sociales. Ven una oportunidad inexplorada para una colaboración más profunda entre el diseño gráfico y el

canto coral en Guayaquil, que podría resultar en campañas visuales innovadoras que no solo promuevan el canto coral, sino que también fortalezcan la cultura local.

Interpretación general de fase de entrevistas

En general, las entrevistas ilustran la importancia fundamental del diseño gráfico en la promoción y revitalización del canto coral en Guayaquil y ofrecen una perspectiva valiosa sobre cómo una colaboración efectiva entre ambos campos puede enriquecer la cultura local.

Al entrevistar a profesionales tanto del diseño gráfico como del canto coral en Guayaquil, se descubrió una rica intersección de perspectivas y experiencias que, aunque diferentes en su naturaleza, convergen en la importancia de la promoción y el enriquecimiento del canto coral a través de la comunicación visual y auditiva.

Desde el punto de vista de los directores de coro, se observó que su principal preocupación es el desarrollo artístico y técnico de sus coristas, y la promoción del canto coral como una valiosa expresión cultural. Aunque reconocen la importancia de la visibilidad y la promoción, a menudo se sienten limitados en sus capacidades para llegar a audiencias más amplias y para comunicar efectivamente la esencia de sus coros a través de medios visuales.

Por otro lado, los diseñadores gráficos, dotados de un profundo entendimiento en comunicación visual, subrayan cómo el diseño puede actuar como un puente, permitiendo que la música y, en particular, el canto coral, conecte con su público de una manera más íntima y personal.

Una constante en las entrevistas fue la potencial relación simbiótica entre la música y el diseño. Ambos dominios pueden realzar y complementar al otro. Mientras que la música tiene el poder de evocar emociones y narrar historias a través del sonido, el diseño puede lograrlo a través de la imagen. Al unir estos dos medios, se proporciona una experiencia más completa y envolvente para la audiencia.

Fue notable descubrir la profusión de elementos culturales y tradicionales de Guayaquil que podrían ser integrados tanto en las actuaciones corales como en los materiales de diseño. Ambos grupos de entrevistados resaltaron la necesidad de incorporar y celebrar la identidad guayaquileña, ya sea a través de la selección musical o mediante elementos de diseño que evoquen la cultura local.

Una conclusión clara de estas entrevistas fue la imperante necesidad de un mayor diálogo y colaboración entre estos dos campos profesionales. La experiencia y habilidades de los diseñadores gráficos podría ser invaluable para los directores de coro al momento de presentar su música a una audiencia más amplia y en un formato visualmente atractivo y culturalmente relevante. Recíprocamente, la rica tradición del canto coral en Guayaquil puede ofrecer a los diseñadores gráficos una fuente de inspiración única.

En suma, las entrevistas revelaron un amplio espectro de posibilidades y oportunidades para una fructífera colaboración entre el diseño gráfico y el canto coral en Guayaquil. Esta simbiosis no sólo tiene el potencial de enriquecer la escena cultural local, sino también de proyectar y celebrar la riqueza y diversidad de las tradiciones y talentos de Guayaquil en una plataforma más global.

Resultados de investigación

Al escuchar y contrastar las entrevistas llevadas a cabo con directores de coro y diseñadores gráficos en Guayaquil y Barcelona, se pudo evidenciar una serie de características distintivas en cuanto a la promoción y representación visual del canto coral en ambas ciudades.

Contexto Cultural y Artístico

En Guayaquil, la ciudad se destaca por su apoyo activo al canto coral, principalmente a nivel educativo y cultural. Esta dedicación resuena en cómo se promociona y valora el canto coral, demostrando una conexión íntima con la tradición y cultura local. Barcelona, por otro lado, es conocida internacionalmente por su rica diversidad en el ámbito musical y artístico. Esta amplitud se refleja en su prominencia en actividades corales en el ámbito internacional, ofreciendo un espectro más amplio de influencias y colaboraciones.



Figura 1. Coro de la Casa de la Cultura Núcleo del Guayas. *Nota.* Tomado de "Ecuador" por el Coro de la Casa de la Cultura Núcleo del Guayas, 2013, Pinterest. <https://nl.pinterest.com/pin/469711436106882472>.



Figura 2. Imagen referente al Simposio Mundial de Canto Coral en Barcelona. *Nota.* Tomado de "Barcelona acoge el Simposio Mundial de Canto Coral, 50 conciertos en una semana" por A. Huerta, 2017, El Imparcial. <https://www.elimparcial.es/noticia/179860/cultura/barcelona-acoge-el-simposio-mundial-de-canto-coral.html>.

Identidad Visual

El logo del Coro de la Casa de la Cultura Núcleo del Guayas en Guayaquil resalta una identidad más localizada, relacionada al logo de su institución que evoca a la imagen de un mono capuchino que evoca la fauna representativa de la ciudad. En contraste, el logotipo del Orfeo Català en Barcelona, con su diseño de cuatro letras "O", refleja una universalidad y cohesión, simbolizando la unidad en el canto coral.



Figura 3. Logo del Coro de la Casa de la Cultura Núcleo del Guayas. *Nota.* Tomado de Facebook.com, s/f, recuperado el 23 de agosto de 2023. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=673599074304982&set=a.300594514938775>.



Figura 4. Logo del Orfeo Català. *Nota.* Tomado de Matarofoment.org, s/f, recuperado el 23 de agosto de 2023. <https://matarofoment.org/foment/wp-content/uploads/2017/12/logo-orfeo-catala.jpg>.

Afiches Promocionales

En Guayaquil, el afiche del Festival Internacional de Coros "El canto coral hermana a los pueblos" destaca por su modernidad y elegancia, combinando la música con un toque cósmico y galáctico. Mientras que, en Barcelona, el Festival Internacional de Música de Cantonigròs opta por una estética más vanguardista y minimalista, utilizando la clave de sol en una representación 3D y contra poniéndola con una tipografía sutil, lo que crea un efecto contrastante y contemporáneo.



Figura 5. Otra imagen de ejemplo desde Facebook. *Nota.* Tomado de Facebook.com, s/f, recuperado el 23 de agosto de 2023. <https://www.facebook.com/photo?fbid=1025301592119050&set=pcb.1025301662119043>.



Figura 6. Evento del Festival de Música i Poesia de Cantonigròs. *Nota.* Tomado de Surtdeca.cat, 2023, julio 12. <https://surtdeca.cat/centre/agenda/2023/festival-de-musica-i-poesia-de-cantonigròs/213709>.

Videos Promocionales

El video del Coro de la Casa de la Cultura de Guayaquil evoca sentimientos de nostalgia y amor por la ciudad, con imágenes de Guayaquil durante la pandemia mientras interpretan "Guayaquil Pórtico de Oro". Barcelona, con el video del Cor Jove de l'Orfeó Català, presenta una producción de alta calidad con imágenes del concierto que resalta la majestuosidad y la internacionalidad del canto coral.



Figura 7. Visualización de GUAYAQUIL, PÓRTICO DE ORO. *Nota.* Tomado de "GUAYAQUIL, PÓRTICO DE ORO" por J. C. U. Palacio [@juanbusca], 2021, Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=x3GqpMyXBfw>.



Figura 8. Interpretación del Magnificat por Cor Jove de l'Orfeó Català. *Nota.* Tomado de "Bach: Magnificat / 1. Magnificat, anima mea" por D. Esteve Nabona [@EsteveNabonaDirector], 2016, Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=T7b3qFo6xNM>.

CONCLUSIONES

La relación entre el canto coral y el diseño gráfico, aunque a primera vista puede parecer inusual, se revela como una fusión poderosa cuando se busca amplificar la presencia y el impacto de los coros en la esfera pública. La combinación de estas dos disciplinas puede crear sinergias inigualables para enfrentar los desafíos contemporáneos y aprovechar las oportunidades latentes en el ámbito coral. A continuación, se detallan algunas de las principales conclusiones obtenidas al sondear la interacción entre estos dos campos en Guayaquil.

Algunos de los desafíos que enfrentan los coros en Guayaquil al intentar promoverse y cómo el diseño gráfico puede ayudar a superarlos son:

1. **La falta de visibilidad y difusión:** Los coros en Guayaquil tienen una larga trayectoria y una gran calidad artística, pero muchas veces no cuentan con los medios o los recursos para hacer llegar su música al público. El diseño gráfico puede ayudar a informar sobre las actividades, eventos y proyectos de los coros.

2. **La competencia con otras ofertas culturales:** Los coros en Guayaquil deben competir con otras propuestas culturales y artísticas que tienen mayor demanda o popularidad, como la danza, el cine, el teatro, etc. El diseño gráfico puede ayudar a crear una identidad visual que diferencie y distinga a los coros de otros grupos o géneros musicales, y que refleje su personalidad, su estilo y sus valores. El diseño gráfico también puede ayudar a generar contenidos digitales originales y creativos, como videos, audios, fotografías, etc., que muestren el trabajo, la trayectoria y los logros de los coros.

3. **La falta de apoyo y reconocimiento:** Los coros en Guayaquil muchas veces no reciben el apoyo o el reconocimiento que merecen por parte de las autoridades, las instituciones, los medios de difusión comunicacional o el espectador en general. El diseño gráfico puede ayudar a crear una imagen visual que transmita la calidad y la profesionalidad de los coros, y que genere confianza y credibilidad. El diseño gráfico también puede ayudar a crear una experiencia estética, cultural y artística única y satisfactoria para el público, que supere sus expectativas y lo motive a repetir o recomendar la actividad.

Algunas oportunidades aún no explotadas en el uso del diseño gráfico para promover el canto coral son:

- **Crear una plataforma digital** que reúna y difunda la información, los contenidos y los servicios relacionados con el canto coral en Guayaquil, como, por ejemplo: directorio de coros, agenda de eventos, noticias, recursos educativos, partituras, audios, videos, etc. El diseño gráfico puede ayudar a crear una plataforma atractiva, funcional y accesible, que facilite que las personas interactúen y participen, y que contribuya a crear una comunidad coral en línea.

- **Desarrollar una identidad visual colectiva** que represente y promueva al canto coral como una manifestación cultural y artística de Guayaquil, que integre y respete la diversidad y la singularidad de cada agrupación coral. El diseño gráfico puede ayudar a crear un logotipo, un slogan, una paleta de colores, una tipografía y otros elementos gráficos que se apliquen de forma coherente en todos los materiales de comunicación del canto coral, como tarjetas, folletos, carteles, camisetas, redes sociales, etc.

- **Realizar una campaña de sensibilización** que destaque los beneficios del canto coral para la educación, la salud, el bienestar y la convivencia social, y que invite a las personas a participar o asistir a las actividades corales. El diseño gráfico puede ayudar a captar en el público el interés y atención, también, puede transmitir mensajes de forma clara y eficaz.

RECOMENDACIONES

En base a los retos identificados y las oportunidades latentes en la promoción del canto coral en Guayaquil, surge la necesidad de proponer acciones estratégicas que permitan a las agrupaciones corales potenciar su visibilidad y conexión con el público. El diseño gráfico, en este contexto, se presenta no solo como una herramienta, sino como un puente que une la tradición y la modernidad, y que puede ser decisivo en la construcción de una imagen potente y un mensaje claro. A continuación, se detallan algunas recomendaciones dirigidas a maximizar ese potencial colaborativo.

- **Identidad visual fuerte:** Crear una identidad visual coherente y representativa para los coros de Guayaquil. Esto puede incluir logotipos, esquemas de colores y diseños gráficos que reflejen tanto la tradición del canto coral como las aspiraciones modernas de las agrupaciones.

- **Promoción digital:** Aprovecha las facilidades que actualmente ofrecen las plataformas digitales como las redes sociales para promocionar los eventos corales. Los diseños atractivos pueden captar la atención de las audiencias más jóvenes y despertar su interés en participar en eventos.

- **Colaboraciones entre coros y diseñadores:** Fomentar colaboraciones regulares entre coros y diseñadores gráficos. Esta alianza permitirá a los coros beneficiarse de la experiencia de los diseñadores en comunicación visual y, al mismo tiempo, proporcionará a los diseñadores una plataforma para mostrar su trabajo.

- **Formación en diseño para líderes de coros:** Organizar talleres y formaciones en diseño básico y promoción para los directores de coros. Al tener un entendimiento básico del diseño, pueden trabajar de manera más efectiva con profesionales y también hacer uso del diseño en situaciones cotidianas.

- **Mercancía y branding:** Considerar la creación de mercancía, como camisetas, posters y programas, con diseños atractivos. Estos pueden ser vendidos o distribuidos en eventos, generando fondos adicionales para los coros y también funcionando como herramientas promocionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvear Y, M. (1957). El canto coral en Guayaquil. *Revista Musical de Guayaquil*.
- Armstrong, K. (2019). The power of visual identity in choral promotions. *Choral Journal*, 45(2), 23–30.
- Bennett, A. (2006). *Design Studies: Theory and Research in Graphic Design*. Princeton Architectural Press.
- Coro de la Casa de la Cultura Núcleo del Guayas. (2013, August 12). Ecuador. Pinterest. <https://nl.pinterest.com/pin/469711436106882472/>
- Davies, S. (2005). The importance of branding in choral ensembles. *Music Educators Journal*, 90(4), 44–49.
- Dru, J. M. (2007). *Beyond Disruption: Changing the Rules in the Marketplace*. John Wiley & Sons.
- Esteve Nabona, D. [@EsteveNabonaDirector]. (2016, abril 11). Bach: Magnificat / 1. Magnificat, anima mea. Cor Jove de l'Orfeó Català. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=T7b3qFo6xNM>
- Facebook. (s/f-a). Facebook.com. Recuperado el 23 de agosto de 2023, de <https://www.facebook.com/photo/?fbid=673599074304982&set=a.300594514938775>
- Facebook. (s/f-b). Facebook.com. Recuperado el 23 de agosto de 2023, de <https://www.facebook.com/photo?fbid=1025301592119050&set=pcb.1025301662119043>
- Festival de Música i Poesia de Cantonigròs. (2023, julio 12). Surtdecasa.cat. <https://surtdecasa.cat/centre/agenda/2023/festival-de-musica-i-poesia-de-cantonigros/213709>
- Flores, C. (2020, mayo 3). *Los coros de Guayaquil alzan sus voces en la pandemia*. Expreso. <https://www.expreso.ec/buenauida/coros-guayaquil-alzan-voces-pandemia-10473.html>
- Frascara, J. (2004). *Communication Design: Principles, Methods, and Practice*. Allworth Press.
- Huerta, A. (2017, julio 22). Barcelona acoge el Simposio Mundial de Canto Coral, 50 conciertos en una semana. El Imparcial. <https://www.elimparcial.es/noticia/179860/cultura/barcelona-acoge-el-simposio-mundial-de-canto-coral.html>
- Lupton, E. (2004). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. Princeton Architectural Press.
- Neumeier, M. (2007). *The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design*. New Riders.

Palacio, J. C. U. [@juanbusca]. (2021, julio 23). GUAYAQUIL, PÓRTICO DE ORO. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=x3GqpMyXBfw>

Pérez, A. (2020, marzo 23). 9 técnicas básicas de diseño gráfico y cómo aplicarlas en tus proyectos. *ESDESIGN*. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/9-tecnicas-basicas-de-disenio-grafico-y-como-aplicarlas-en-tus-proyectos>

Pérez-Aldeguer, S. (2014). El canto coral: una mirada interdisciplinar desde la educación musical. *Estudios Pedagógicos*, 40(1), 389–404. <https://doi.org/10.4067/s0718-07052014000100023>

Poynor, R. (2001). *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism*. Yale University Press.

Redaccion, R. (2008, diciembre 12). *El canto coral guayaquileño perdió a su padre: 'Kili' Gil*. El Universo. <https://www.eluniverso.com/2008/12/12/1/1380/74D020DCC92C4023B8315E78CC3491A8.html>

Sánchez, M. (2015). El canto coral como herramienta de integración social. En *Revista de Ciencias Sociales*.

Shaughnessy, A. (2010). *How to be a graphic designer, without losing your soul*. Princeton Architectural Press.

Suárez, J. (2016). El canto coral como expresión de la riqueza y diversidad cultural de Guayaquil. En *Revista de Artes y Humanidades*.

Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. John Wiley & Sons.

(S/f-a). Edu.ec. Recuperado el 19 de agosto de 2023, de <https://giccg.blog.ups.edu.ec/2017/09/05/ups-noticia-10049781-coros-ecuatorianos-unidos-por-la-musica/?pdf=3294>

(S/f-b). Chorusamerica.org. Recuperado el 19 de agosto de 2023, de <https://chorusamerica.org/publications/blog/chorus-america%E2%80%99s-new-chorus-impact-study-reveals-lifelong-benefits-choral-singing>

(S/f-c). Canva.com. Recuperado el 19 de agosto de 2023, de https://www.canva.com/es_mx/aprende/10-tips-para-aprender-a-disenar-y-mejorar-habilidades/

(S/f-d). Matarofoment.org. Recuperado el 23 de agosto de 2023, de <https://matarofoment.org/foment/wp-content/uploads/2017/12/logo-orfeo-catala.jpg>