



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DISEÑO EDITORIAL SOBRE LAS TRADICIONALES
ALLULLAS DE LATACUNGA A PARTIR DEL ESTUDIO
HISTÓRICO DE CARTELES Y MATERIALES GRÁFICOS.”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Ingenieros en
Diseño Gráfico Computarizado

AUTORES:

Heredia Almachi Diana Carolina

Valenzuela Chango Robinson Ivan

TUTOR:

Mg. Vilma Lucía Naranjo Huera

LATACUNGA - ECUADOR

MARZO, 2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Nosotros HEREDIA ALMACHI DIANA CAROLINA y VALENZUELA CHANGO ROBINSON IVAN declaramos ser autores del presente proyecto de investigación: **“DISEÑO EDITORIAL SOBRE LAS TRADICIONALES ALLULLAS DE LATACUNGA A PARTIR DEL ESTUDIO HISTÓRICO DE CARTELES Y MATERIALES GRÁFICOS.”**, siendo la Mg. Vilma Lucia Naranjo Huera, tutor de presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

.....

HEREDIA ALMACHI DIANA CAROLINA

C.I. 0503496861

.....

VALENZUELA CHANGO ROBINSON IVAN

C.I. 050393160-2

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“DISEÑO EDITORIAL FOTOGRÁFICO DE LA HISTORIA VISUAL PUBLICITARIA DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS A PARTIR DEL ESTUDIO DE CARTELES Y MATERIALES GRÁFICOS” de los postulantes: **HEREDIA ALMACHI DIANA CAROLINA y VALENZUELA CHANGO ROBINSON IVAN**, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicada de la Universidad Técnica de Cotopaxi designo, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, enero del 2018

.....

Mg. VILMA LUCIA NARANJO HUERA

C.I. 1713451910

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Cumpliendo con el Reglamento de Titulación de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en calidad de Lectores de Tribunal de Proyecto de Investigación con el Título “**DISEÑO EDITORIAL SOBRE LAS TRADICIONALES ALLULLAS DE LATACUNGA A PARTIR DEL ESTUDIO HISTÓRICO DE CARTELES Y MATERIALES GRÁFICOS.**”, propuesto por los estudiante **HEREDIA ALMACHI DIANA CAROLINA** y **VALENZUELA CHANGO ROBINSON IVAN** de la Carrera de **DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO**, presentamos el aval de aprobación del Proyecto de Investigación, nos permitimos indicar que fue revisado y corregido en su totalidad, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidos al **Acto de Defensa de Proyecto de Investigación** en la fecha y hora señalada.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, febrero del 2018.

Para constancia firman:

Lector 1 (Presidente)

Nombre: Mg. Mike Aguilar

CC: 0704346766

Lector 2

Nombre: Mg. Pablo García

CC: 1708151258

Lector 3

Nombre: Arq. Hugo Razo

CC: 0501422166

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado en el transcurso de mi carrera por haberme dado fuerzas cuando sentía que no podía más y por darme la luz de cada amanecer.

Gracias también a mis amados padres Carmen Almachi y Cleber Heredia por el apoyo incondicional, por ser un gran ejemplo de lucha constante por darme a los mejores hermanos del mundo Cintia y Ronny, y sobre todo agradezco por haberme educado con valores que día a día he practicado. A mi hermosa familia que formé junto a ti amado Esposo Roberto, gracias por el apoyo constante e incondicional que me brindas a diario, a ti Gael hijo de mi corazón, por ser mi fortaleza y regalarme a diario tu sonrisa que me llena de alegría, amor y gratitud.

Y quedare eternamente agradecida con mi querida Universidad Técnica de Cotopaxi a mis profesores por su paciencia y enseñanzas en especial a mi tutor del Proyecto de Investigación la Mg. Vilma Lucia Naranjo Huera y Señores lectores pues aportaron con sugerencias productivas para la culminación del proyecto.

Diana

AGRADECIMIENTO

A mi familia por ser lo más hermoso e importante en mi vida y a todas las personas que en todo momento me apoyaron en mi preparación. Agradezco a la Mg. Lucía Naranjo por inculcar el valor cultural de la gráfica popular, también agradezco al Mg. Mike Aguilar, Mg. Pablo García y Arq. Hugo Razo por sustentar con las correcciones necesarias en la culminación de este proyecto.

Robinson

DEDICATORIA

Dedico el esfuerzo, constancia y sacrificio a Dios por permitirme llegar hasta este momento tan anhelado en mi formación académica. A mis padres por su comprensión, apoyo moral y económico por darme lo necesario para seguir adelante en mis estudios. A mi esposo por la ayuda y paciencia que tuvo a nuestro hijo mientras escribía páginas del proyecto, por el apoyo que tuve de su parte desde el principio, pues no fue fácil, pero con su paciencia y amor fue posible. Y principalmente dedico este y todos mis triunfos a mi amado hijo por ser mi motivo de inspiración y lucha constante.

Con mucho cariño

Diana

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”

Thomas Chalmers

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo y sacrificio sustentado en este proyecto a Dios, por tan anhelado sueño de formarme como profesional, a mis padres por apoyarme arduamente en mi formación académica como en valores, por impulsarme a que el estudio es el mejor traje de gala para la vida, en especial a mi padre quien con su lucha y esfuerzo supo guiarme al camino del éxito a pesar que ya no estás junto a mi tu bendición guía mi camino, a mis tíos hermanos, sobrinos por tan gratificantes palabras de motivación.

Tengo que dar un especial reconocimiento a Yolanda Maritza y a mis queridos hijos quienes ha sido un apoyo primordial en mi vida y estar junto a mi lado en los momentos que más lo he necesitado, por brindar amor, cariño y afecto a mi ser.

Y finalmente dedico este esfuerzo a los docentes de mi querida Universidad que me han compartido con sus conocimientos en el grato camino de mi educación.

Robinson

“Aprender sin reflexionar es mal gastar energía”

Confucio

TITULO:” DISEÑO EDITORIAL SOBRE LAS TRADICIONALES ALLULLAS DE LATACUNGA A PARTIR DEL ESTUDIO HISTÓRICO DE CARTELES Y MATERIALES GRÁFICOS.”

Autores: Diana Heredia;
Robinson Valenzuela.

RESUMEN

Los negocios de *Allullas* de la ciudad Latacunga ubicados en el sector la Estación, han sido un ejemplo de la tradición Latacungueña y reflejan parte de la cultura popular ecuatoriana. La gráfica de la gastronomía Latacungueña es parte de la identidad visual y parte de la cultura del lugar. Sin embargo, todos estos productos visuales están limitados a la vista y aprecio de la ciudadanía Latacungueña y sus visitantes. Mientras que para algunos estas gráficas tienden a perder valor, sin embargo, para investigadores se las considera como un dato gráfico de la cultura. Es así que para dar a conocer la gráfica de las tradicionales *Allullas* se realizó el Diseño de un folleto fotográfico de la historia visual publicitaria de las tradicionales *Allullas*, mediante el registro de carteles y materiales gráficos, que fortalezca el valor de dato que poseen dichas gráficas y para el beneficio de los comerciantes de este producto. El folleto da a conocer rasgos característicos de las gráficas contadas mediante fotografías. Mediante fichas de registro se contemplan estilos gráficos que identifican el negocio y el producto tradicional. Para esto se realizó un análisis cualitativo que reunió datos para el análisis e interpretación del lenguaje visual. Además, mediante las entrevistas realizadas a propietarios de los negocios de las tradicionales *Allullas* se logró considerar que estas gráficas expresan una historia, cada valor cultural se refleja mediante la composición de los rótulos colocados en paredes y fachadas, sea esta de modo manual o digital, como signo de identidad pues expresa hechos y recuerdos memorables que marcaron historias con el pasar de los años, pero que se sigue conservando en las nuevas generaciones. El folleto fotográfico refleja una recolección de fotografías que tiene como fin preservar la gráfica como medio de comunicación, expresa cualidades que hace mención a herencias y tradiciones otorgadas por personas hábiles, quienes con puño y letra representaron artes gráficas de acuerdo a la necesidad del propietario, pero sobre todo se considera la apertura de las fachadas como una expresión artístico cultural que algunos negocios utilizan para promocionar su producto. El diseño contempla una cromática representada de acuerdo a los colores puros y auténticos de paredes y fachadas de los negocios y por ende a su atractivo cultural más cercano que es la Estación del ferrocarril. Además, esta investigación abrió la posibilidad de considerar a la pintura hecha a mano como una técnica que complementa al diseño digital a través de la representación visual en las estructuras físicas de los negocios, considerando un orden estético de los elementos visuales que ofrece las técnicas gráficas.

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO**

TOPIC: “EDITORIAL DESIGN ABOUT LATACUNGA TRADITIONAL ALLULLAS FROM THE HISTORICAL STUDY OF POSTERS AND GRAPHIC MATERIALS”.

Authors: Heredia Almachi Diana Carolina
Valenzuela Chango Robinson Ivan

ABSTRACT

Allullas businesses in Latacunga city located at La Estación have been an example of Latacungueña tradition and reflect part of the Ecuadorian popular culture. Latacungueña gastronomy graph is part of the visual identity and part of the folk culture. However, all these visual products are limited to view and appreciation of Latacungueña citizenship and its visitors, while some these graphics tend to depreciate, nevertheless some researchers consider it as a graphic data of culture. For this reason, to publish the graphic of traditional Allullas was carried out the design of a photographic brochure of the visual advertising history of traditional Allullas, through the registration of posters and graphic materials that strengthens the data value that these graphs have for the benefit of the merchants of this product. The brochure publishes characteristics features of the graphs counted by photographs. By means of registration cards, graphic styles that identify the business and the traditional product are contemplated. A qualitative analysis gathered data for the analysis and interpretation of the visual language. In addition, through interviews with owners of the traditional Allullas business, it was possible to consider that these graphs express a history, each cultural value is reflected by the composition of the signs placed on walls and facades, either manually or digitally as a sign of identity because it expresses memorable events and memories that marked stories with the passage of time, but that is still preserved in the new generations. The photographic brochure reflects a collection of photographs to preserve the graphic as a means of communication expresses qualities about inheritances and graphs according to the need of the owner, but it is considered the opening of the facades as an artistic cultural expression that some businesses use to promote their product. The design contemplates a chromatic represented according to the pure and authentic colors of walls and facades of the businesses and therefore to its nearest cultural attraction that is the Railroad station. In addition, this research opened the possibility of considering handmade painting as a technique that complements digital design through visual representation in the physical structures of business, considering an aesthetic order of the visual elements offered by graphic techniques.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Ingles del Centro de Idiomas de la universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: LA traducción del resumen de tesis al Idioma Ingles presentado por los señores Egresados de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación: **HEREDIA ALMACHI DIANA CAROLINA** y **VALENZUELA CHANGO ROBINSON IVAN** cuyo título versa “**DISEÑO EDITORIAL FOTOGRÁFICO DE LA HISTORIA VISUAL PUBLICITARIA DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS A PARTIR DEL ESTUDIO DE CARTELES Y MATERIALES GRÁFICOS**”, lo realizo bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad u autorizo hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, 2018

Atentamente,

Lic.

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS

C.C.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
AVAL DE TRADUCCIÓN	xi
ÍNDICE	xii
INDICE DE IMÁGENES	xiv
INDICE DE FICHAS	xiv
INDICE DE TABLAS	xv
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. RESUMEN	2
3. JUSTIFICACIÓN	3
4. BENEFICIARIOS	5
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	6
6. OBJETIVOS	7
6.1 General	7
6.2 Específicos	7
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	8
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA	11
8.1 Maquetación de un folleto fotográfico	11
8.1.1 Maquetación	11
8.1.2 Diagramación	12
8.1.3 Tipografía	12
8.1.4 Color	13
8.1.5 Fotografía	15

8.1.5 Folleto.....	16
8.2 Las <i>Allullas</i>	19
8.2.1 La Economía.....	22
8.3 La gráfica popular	23
8.3.1 Rotulación Popular	25
8.3.2 La Cultura	26
8.3.3 Cultura Popular	27
9. PREGUNTA CIENTÍFICA	28
10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL	28
10.1 Investigación Bibliográfica (Documental).....	28
10.2 Registro y recopilación de material gráfico	29
10.3 Investigación etnográfica.....	33
10.3.1 Preguntas de las entrevistas	35
10.4 Diseño Metodológico	37
11. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	43
11.1 Fichas de análisis interpretativo	43
11.2 Análisis de la entrevista	52
11.3 Resultado e interpretación rotuladores.....	64
11.4 Resultados de la propuesta	74
12. TABLA DE PRESUPUESTOS	76
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	76
13.1 Conclusiones	76
13.2 Recomendaciones	77
14. BIBLIOGRAFÍA.....	78
15. ANEXO 1 Hoja de vida Tutor Mg. Lucia Naranjo	81
15.1 HOJA DE VIDA: Estudiante Diana Heredia	82
15.3 HOJA DE VIDA: Estudiante Robinson Valenzuela	83
15.3 ANEXO 2 Imágenes de verificación	84

INDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N° 1 Registro de piezas	29
IMAGEN N° 2 Datos generales	30
IMAGEN N° 3 Medidas de soportes	31
IMAGEN N° 4 Contenido visual	31
IMAGEN N° 5 Herramientas de organización y composición	31
IMAGEN N° 6 Rueda cromática	32
IMAGEN N° 7 Familia tipográfica.....	33
IMAGEN N° 8 Mapeo	34
IMAGEN N° 9 Ficha se entrevistas	36
IMAGEN N° 10 Pantone utilizado en el folleto	38
IMAGEN N° 11 Boceto previo del folleto	39
IMAGEN N° 12 Vista del software utilizado	39
IMAGEN N° 13 Márgenes del folleto	40
IMAGEN N° 14 Columnas del folleto.....	41
IMAGEN N° 15 Medianil del folleto.....	42
IMAGEN N° 16 Sangría del Folleto.....	42
IMAGEN N° 17 Portada del folleto.....	74
IMAGEN N° 18 Diagramación.....	74
IMAGEN N° 19 Fotos memorables.....	75
IMAGEN N° 20 Fotos memorables.....	75

INDICE DE FICHAS

Ficha N° 1 Panificadora el Pueblo	43
Ficha N° 2 Panificadora la Estación	44
Ficha N° 3 Tecno PanFuente: Heredia y Valenzuela	45
Ficha N° 4 Panificadora Cotopaxi.....	46
Ficha N° 5 Herencia y Tradición.....	47
Ficha N° 6 Panificadora San Camilo.....	48

Ficha N° 7 La Casa de las Allullas Especiales	49
Ficha N° 8 Víveres Charito	50
Ficha N° 9 La Mama Negra	51

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 datos personal comerciantes	52
Tabla N° 2 comerciantes	53
Tabla N° 3 comerciantes	54
Tabla N° 4 comerciantes	55
Tabla N° 5 comerciantes	57
Tabla N° 6 comerciantes	58
Tabla N° 7 comerciantes	59
Tabla N° 8 comerciantes	61
Tabla N° 9 comerciantes	62
Tabla N° 10 comerciantes	63
Tabla N° 11 datos personal rotuladores	65
Tabla N° 12 rotuladores	65
Tabla N° 13 rotuladores	66
Tabla N° 14 rotuladores	67
Tabla N° 15 rotuladores	68
Tabla N° 16 rotuladores	69
Tabla N° 17 rotuladores	70
Tabla N° 18 rotuladores	71
Tabla N° 19 rotuladores	72
Tabla N° 20 Presupuestos	76

1. INFORMACIÓN GENERAL

Fecha de inicio: octubre 2017

Fecha de finalización: marzo 2018

Lugar de ejecución:

Barrio La Estación, Parroquia, La Matriz, Cantón Latacunga, Provincia Cotopaxi,
Zona 3, Institución Universidad Técnica de Cotopaxi

Unidad Académica que auspicia

Unidad Académica de Ciencias Humanas y de la Educación

Carrera que auspicia:

Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado

Proyecto de investigación vinculado: Estudio sobre el recambio de rótulos de comercio popular en Cotopaxi.

Equipo de Trabajo

Tutor del proyecto: Mg. Vilma Lucia Naranjo Huera

Número de teléfono: 0984679630

Email: vilma.naranjo@utc.edu.ec

Estudiante: Sra. Diana Carolina Heredia Almachi

Número de teléfono: 0992904182

Email: diana.heredia1@utc.edu.ec

Estudiante: Sr. Robinson Ivan Valenzuela Chango

Número de teléfono: 0992987992

Email: robinson.valenzuela2@utc.edu.ec

Área de Conocimiento

Diseño Gráfico aplicado a la Investigación

Plan Nacional del Buen Vivir

Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Plan Regional

Patrimonio cultural y sustentabilidad patrimonial

Líneas de investigación de la UTC

Tecnología de la Información y Comunicación, y Diseño Gráfico

SUBLINEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA DE DISEÑO

Diseño Aplicado a Investigación y Gestión Histórica-Cultural

2. RESUMEN

Los negocios de las tradicionales *Allullas* de la ciudad Latacunga ubicados en el sector la Estación, han sido un ejemplo de perseverancia de la cultura popular, ente identificativo de la gastronomía Latacungueña que contempla la identidad visual como parte de la cultura a lo largo del tiempo, sin embargo, todos estos productos visuales estuvieron restringidos a la vista y aprecio de la ciudadanía provocando la desvalorización de la gráfica manual, puesto que se las considera como un aporte gráfico fundamental en la sociedad. Es así que para dar a conocer toda esta transición gráfica se realizó el Diseño de un folleto fotográfico de la historia visual publicitaria de las tradicionales *Allullas*, mediante el registro de carteles y materiales gráficos, que fortalezca el valor de dato que poseen dichas gráficas para el beneficio de los comerciantes de este producto. El folleto da a conocer rasgos característicos de las gráficas contadas mediante fotografías, contemplan estilos únicos que identifican el negocio y el producto tradicional. Para esto se realizó un análisis cualitativo que reunió datos de estudio e interpretación del lenguaje visual, mediante fichas de registro que facilito el análisis de cada rasgo y característica que poseen dichas gráficas, además que se logró receptor productos gráficos mediante las entrevistas realizadas a

propietarios de los negocios de las tradicionales *Allullas* que permanecían ocultos para del público, considerando que estas gráficas expresan una historia inculcado por parte de personas hábiles de aquel entonces, cada valor cultural que se representa refleja la composición de los rótulos colocadas en paredes y fachadas, sea esta de modo manual o digital, como signo de identidad pues expresa hechos y recuerdos memorables que marcaron historias con el pasar de los años, pero que se sigue conservando en las nuevas generaciones. El folleto fotográfico refleja una recolección de fotografías que tiene como fin preservar la gráfica como medio de comunicación, expresa cualidades que hace mención a herencias y tradiciones otorgadas por personas hábiles, quienes con puño y letra representaron artes de acuerdo a la necesidad del propietario, pero sobre todo se considera la apertura de las fachadas como una expresión artístico cultural que comúnmente pocos negocios utilizan para promocionar su producto. El diseño contempla una cromática representada de acuerdo a los colores puros y auténticos de paredes y fachadas de los negocios y por ende a su atractivo cultural más cercano que es la Estación del ferrocarril. Además, esta investigación abrió la posibilidad de considerar a la pintura hecha a mano como una técnica que complementa al diseño a través de la manifestación de su producto plasmada en las estructuras de los negocios, considerando un orden estético y simétrico de los elementos visuales que ofrece esta técnica.

3. JUSTIFICACIÓN

Muchas de las personas que miran un cartel o pieza publicitaria de manera rápida, desvalorizan la importancia que estos aportan a la sociedad. Puesto que no observan el valor visual y cultural de estos datos gráficos. Existe una historia reservada en paredes, carteles y fotografías que puede dar cuenta de la cultura, sin embargo, las gráficas muchas veces pasan por alto o incluso son criticadas, no se les da ese valor de dato que tienen para contar una historia. Las calles como un espacio de difusión y la utilización de varios materiales para la comunicación hacen que cada vendedor cree mensajes visuales diversos y a la vez una manera de expresión comercial. En la ciudad de Latacunga en los lugares donde se elaboran y se venden las *Allullas*, se pueden ver

gráficas que promocionan el tradicional producto, por ende, esta investigación pretende reconocer la historia visual de las gráficas publicitarias, sus cambios y evoluciones mediante la elaboración de un folleto fotográfico. Lo que permitirá pautar el desarrollo de otras tesis vinculadas a esta problemática, dicho que la misma se deriva del proyecto: Estudio sobre el recambio de rótulos de comercio popular en Cotopaxi.

Este estudio ayudara para reconocer el valor de estas gráficas y del trabajo del rotulador.

Cabe mencionar para que una pieza gráfica sea valorada no necesariamente debe estar expuesta en un museo. Sino más bien, se propone realizar un estudio que destaque a la pieza publicitaria como un patrimonio de los ciudadanos. Además, es necesario tomar en cuenta que cada pieza tiene su historia en el proceso de realización. Hay tener claro que para diseñar una gráfica se crea la idea para comunicar el mensaje publicitario y se lo plasma, muchas de ellas con un valor creativo que las diferencia de las demás. Este proceso puede considerar a algunas gráficas como una obra de arte por ser realizada a mano, con la paciencia de los artesanos de la publicidad. Con el registro de las gráficas es posible destacar los detalles y caracteres de cada elemento visual, además se puede hacer un reconocimiento a las personas hábiles por su constancia en el oficio. Además de acuerdo a los resultados que se obtengan, se reconocerá la historia visual de la transición de cada pieza gráfica detallada en fotografías. Así también se podrán revivir historias memorables, de estos sitios de comercialización del producto. Se destaca el valor de la tradición mediante fotografías que registren el ambiente de la cultura de las *Allullas*.

Con la presente investigación se pretende exponer la gráfica como medio de comunicación, e identificar las características de las diferentes piezas de publicidad de los negocios expendedores de las tradicionales *Allullas* en el sector La Estación. La gráfica de las *Allullas* compuesta por imágenes y letras impregnadas en las paredes, carteles colgantes y rótulos hechos a mano apertura al análisis e interpretación del valor con la que fue concebida, tal es el caso de los diversos negocios expendedores de este producto que poseen información archivada mediante fotografías, pero no está a

disposición del público, más bien son archivos familiares que se conservan como recuerdos del negocio. Por lo tanto, este estudio proyecta difundir la importancia que estos tienen a través del tiempo, mediante un folleto fotográfico donde se detallara la historia de cada una de estas piezas publicitarias. Mediante la fotografía se registran con la finalidad de aportar en la puesta en valor como icónico-cultural de Latacunga. Además, se realizará un análisis semántico cromático de las características de cada una de estas piezas gráficas para cubrir la parte de la historia visual de la gráfica, mostrando así una oportunidad de seguir exponiendo el arte de rotuladores en este tipo de negocio, pues la propuesta de vincular a la arquitectura con elementos gráficos dará paso a la técnica de dar conocer tanto al producto como al negocio que por herencia familiar ha ido trascendiendo por generaciones y los hechos memorables que ha permitido preservar las deliciosas recetas a través del tiempo, en consecuencia, esta memoria fotográfica se pondrá a disposición mediante esta tesis de pregrado con el fin de establecer una fuente de información para futuras investigaciones sobre el tema, sea en estudiantes, docentes y personas en general interesados en la gráfica que tiene que ver con la cultura de la *Allulla*, ya que la información disponible sobre este tema es mínima en nuestro medio.

4. BENEFICIARIOS

Los beneficiarios directos son los comerciantes de este producto tradicional, quienes serán reconocidos a través de una historia visual publicitaria. Sobre todo, porque se destaca la trascendencia de la actividad, además se enfatizará en el valor cultural del oficio de la rotulación manual. Otros beneficiarios indirectos son las instituciones locales y nacionales encargadas de gestionar los valores culturales de la ciudad de Latacunga. La Universidad Técnica de Cotopaxi y los 362 estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico pues se prevé que serán un aporte para el proyecto de investigación que tiene que ver con la gráfica popular que se desarrolla en la carrera.

5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En el Ecuador, la gráfica comercial se muestra como medio de comunicación y de diseño más habitual en diferentes negocios para promocionar sus productos, la técnica realizada a mano se puede observar en diferentes calles, ciudades, avenidas y el mensaje que comunica es desarrollado por la riqueza original del pintor popular. La expresión artística del rotulista surge de la creatividad y la manera de combinar ideas para representar el comercio, la gráfica como elemento cultural parte de un conjunto de letras y dibujos que ocupa paredes, fachadas, vallas y otros recursos murales que sirven para comunicar información vinculada a la vida cotidiana. Esta expresión popular actualmente se encuentra en peligro de extinción, la tecnología y la globalización hacen que la gráfica manual sea menos apreciada poniendo en riesgo la supervivencia del oficio del rotulador popular.

En la provincia de Cotopaxi la gráfica de los comercios de *Allullas* se hace presente como un rasgo de comunicación en sector de La Estación, se puede identificar en las calles diferentes soportes, rótulos, fachadas de paredes que forman parte de una comunicación directa, pero muchas personas desconocen el valor y proceso del cómo fue concebido su mensaje. Ahora bien, el avance de la tecnología acelera el proceso productivo de manera artificial y el esfuerzo humano es diferente, por ende, se considera destacar el estudio de las técnicas y estilos que vienen de la mano de los rotulistas de la ciudad.

En el cantón Latacunga el auge de la rotulación manual se mantiene vigente, siendo todavía un elemento activo en los expendios de la tradicional *Allulla* en el sector de la Estación, los rótulos expresa una forma de comunicación que preserva una historia con hechos memorables que prevalece con el avance de la ciudad, las características forman parte de la expresión cultural como portavoz de la experiencia y años de servicio de la tradicional *Allulla*, un producto con alta representación culinaria y forma de preparación que deleita a propios y extraños pero sobre todo la sonrisa es la carta de presentación y bienvenida por parte de los propietarios.

Frente a ello se pretende identificar y preservar el surgimiento de la gráfica partiendo de un folleto fotográfico que permita destacar las diversas piezas publicitarias y fotografías, por otro lado, el presente proyecto se desprende del proyecto de investigación sobre la gráfica popular en Cotopaxi, a través del estudio de carteles y materiales gráficos, que lleva a cabo la carrera de diseño gráfico de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

6. OBJETIVOS

6.1 General

Diseñar un folleto fotográfico de la historia visual publicitaria de las tradicionales *Allullas*, mediante el registro de carteles y materiales gráficos, que fortalezca el valor de dato que poseen dichas gráficas para el beneficio de los comerciantes de este producto, en el periodo académico octubre 2017 - marzo 2018.

6.2 Específicos

1. Revisar los referentes teóricos sobre la gráfica popular, diseño editorial y fotografía documental.
 - Recoger información bibliográfica.
 - Seleccionar la información.
 - Plantear el marco teórico en base a la bibliografía investigada.
2. Relevar mediante la fotografía y fichas de registro la publicidad gráfica y las escenas de la cultura de las *Allullas*.
 - Registrar gráficamente los sectores comerciales de las tradicionales *Allullas*.
 - Recopilar fotografías de gráficas y carteles publicitarios.
 - Realizar fichas para el análisis de los elementos compositivos (tipografía, color, jerarquía visual, ilustraciones)
3. Registrar datos visuales y testimonios orales de la producción y comercialización de las tradicionales *Allullas*.
 - Reunir los archivos documentales disponibles.

- Compilar las entrevistas de la elaboración de estos productos.
 - Redactar el texto con los datos de la entrevista y observación.
4. Diseñar una memoria fotográfica en base a los datos visuales y testimonios orales de la cultura de la *Allullas*.
- Planificar el contenido de la revista fotográfica mediante una propuesta.
 - Diseñar la retícula, para la revista.
 - Seleccionar color, tipografía y estilos para el contenido.
 - Diseñar portada y contraportada.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

OBJETIVO	ACTIVIDAD	RESULTADO DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD
Objetivo 1	Recoger información bibliográfica	Recopilación de libros, artículos, tesis	Lectura de barrido. Técnica: Ficha bibliográfica.
	Seleccionar la información	Clasificación de temas	Lectura comprensiva. Elaboración de citas.
	Plantear el marco teórico en base a la bibliografía investigada	Análisis de la información por autores	Desarrollo del marco teórico por temas

Objetivo 2	Registrar gráficamente los sectores comerciales de las tradicionales <i>Allullas</i>	Búsqueda de ubicación de cada negocio	Mapeo de gráfica de las <i>Allullas</i> en el sector la estación.
	Recopilar fotografías de gráficas y carteles publicitarios	Selección de las mejores fotografías	Clasificación por tipo de gráfica
	Realizar fichas de los elementos compositivos. (tipografía, color, jerarquía visual, ilustraciones)	Análisis de los elementos compositivos mediante fichas.	Ordenar las fichas de acuerdo a las características predominantes.
Objetivo 3	Reunir los archivos documentales disponibles	Selección de archivos válidos	Redactar fuente de origen
	Compilar las entrevistas de la elaboración de estos productos	Documentación de entrevistas.	Archivar la información de las entrevistas obtenidas.
	Redactar el texto con los datos de la	Resumir la información.	Establecer la información idónea.

	entrevista y observación		
Objetivo 4	Planificar el contenido de la revista fotográfica mediante una propuesta.	Selección del contenido.	Diseño del boceto.
	Diseño de retícula, para la revista	Integración de cuadro de textos e imágenes en el formato.	Distribución del contenido en la retícula y aplicación de estilos tipográficos.
	Seleccionar color, tipografía y estilos para el contenido.	Pruebas	Aplicación de estilos
	Diseñar portada y contraportada.	Selección de los elementos para la portada (fotografía).	Composición de elementos

Fuente: Heredia y Valenzuela

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

8.1 Maquetación de un folleto fotográfico

8.1.1 Maquetación

La maquetación “es la disposición ordenada e intencionada de un conjunto de elementos (texto, fotografías, diagramas y otros) en un espacio concreto” (Tirado, 2016, p.7). Particularmente parte de un boceto que hace referencia a “la relación ordenada en la que se incluyen o describe de forma individual caracteres que están relacionados entre sí” (Ibáñez, 2005, p.94). Por ende, en la presente investigación se hace énfasis en proporcionar una interpretación precisa y centrada del sujeto que caracterice aspectos constructivos del diseño editorial mediante un folleto fotográfico con datos generales y de forma ordenada, además se toma como punto inicial a diversas cualidades importantes que impulse a una adecuada proporción y distribución de datos y en orden estructural.

Está claro que la posición de los recursos gráficos hace frente a previos bocetos que articulan un determinado espacio, aquí se asigna una retícula, la misma que “es una herramienta invisible pero perceptible, sobre la cual se distribuyen los diferentes elementos gráficos, pero también es un método que proporciona una estructura para construir elementos” (Lizandra, 2007, p.65). Y sirve, “para organizar, configurar y conseguir una mejor visualización o comunicación visual mediante soluciones rápidas, seguras y legibles” (Lizandra, 2007, p.65). Es decir, “que sirve de guía y construye un principio organizador que mantiene el sentido del orden y lo transforma en parte sustancial del diseño” (Lizandra, 2007, p.65). Dentro de lo expuesto se posiciona las filas y columnas considerando un margen delimitador, al mismo tiempo los módulos definen el espacio en el cual se coloca el titular “es un texto destacado cuya finalidad es captar la atención del receptor y/o suministrarle la información sintetizada esencial de la página o apartado” (Tirado, 2016, p.16). Su tamaño pasa a ser mayor con caracteres diferenciadores tal como; negrilla o cursiva que se relaciona a la primera impresión, pie de imagen “un texto escueto que clarifica el contenido y su relación con el tema del proyecto” (Tirado, 2016, p.16). Fortalece las cualidades de la imagen en

relación del objetivo, el cuerpo de texto “contiene la base de la información, desarrollándose de forma detallada con una extensión y características acordes a las requeridas por el formato de publicación” (Tirado, 2016, p.16). Su cualidad es exponer el texto en forma lógica, ordenada y concisa para que capte el interés del lector.

8.1.2 Diagramación

Para su concepción es fructífero hacer mención que diagramar es “Distribuir, organizar los elementos del mensaje bi-media en el espacio bidimensional mediante criterios de jerarquización buscando funcionalidad bajo una apariencia estética agradable” (Cumpa, 2002, p.12). Con el propósito que la organización entre páginas establezca un orden adecuado y promueva una fácil lectura para que la continuidad en redacción sea evidente a la hora de revisar su contenido, los criterios compositivos hacen alusión al espacio utilizado incluye sangría, tratamiento de la imagen, párrafo, tamaño y estilo. Esto compone diversas posibilidades de manifestación bajo un modelo establecido para que el lector explore, entienda y analice la información sin confusión alguna.

Las claves que se analizan para este proceso son “que es lo que vamos a organizar, como lo vamos a organizar” (Cumpa, 2002, p.19). Es evidente que la tipografía, el color y la composición dan criterio a la interpelación porque son complementos extraordinarios en cualquier pieza grafica sea compleja o sencilla, la atracción es mayor porque resalta el argumento que se exhibe y el objetivo de la comunicación está presente, es lógico pensar que este paso tiene criterio que armoniza el mensaje, fortalece el carácter del contenido y hace eficiente el concepto.

8.1.3 Tipografía

Previo a esto, “Los jeroglíficos, pictogramas e ideogramas, son los primeros signos de escritura de una civilización para expresar sus ideas y transmitir un concepto o una cosa” (Rivas y Parejo, 2008, p.72). A tal punto se hace mención que la selección tipográfica se ajusta en base al grado de legibilidad de las personas, con el hecho de que la propiedad de la composición sea perceptible y la expresión imagen-texto personifique la realidad en un contexto expícito, por ende, es necesario conocer que el

tipo es una “pieza de la imprenta y de la máquina de escribir en que está de realce una letra u otro signo” (Rivas y Parejo, 2008, p.76). Igualmente, la tipografía es la “calidad o forma de letra con que está impresa una obra” (Rivas y Parejo, 2008, p.76). Esta atribuye a inclinarse a la selección de una fuente procedente de una familia y se describe como el “conjunto de características comunes del estilo de un grupo de caracteres, números y signos” (Rivas y Parejo, 2008, p.76). Es así que la fuente Sans-Serif es la adecuada para el proyecto de los expendios de las tradicionales *Allullas* porque “Tienen trazado uniforme que propicia su legibilidad, en especial a distancia. Son más Neutras y minimalistas que las serif y sugieren sobriedad, orden y limpieza” (Tirado, 2016, p.89). Evidentemente estas particularidades permite considerar un correcto aprovechamiento del espacio entre línea e interlineado al desarrollar el folleto porque estipula la separación entre párrafos en sentido vertical y la continuidad del texto de acuerdo a la anatomía de la tipografía, a más de eso el conservar el orden evita una distracción al lector donde la distancia de la línea en la caja de texto y un correcto tamaño de letra aporta a que el mensaje sea predecible a la hora de poner a consideración del público y que su interacción resulte satisfactorio, necesariamente se valora los (12-14) puntos del tamaño de letra entre el título y cuerpo para intercalar el rango de la composición con contenidos textuales que puntualicen el significado, para continuar se agrega a la alineación como la dirección de lectura simultáneamente compuesta del tipo caligráfico el cual establece un margen delimitador con alusión de conservar un orden, distribuir los caracteres de forma ordenada y usar el espacio de trabajo de acuerdo a las proporciones establecidas.

8.1.4 Color

Por lo consiguiente es fundamental mencionar que el color complementa el proceso de estudio porque trasmite realismo de los objetos y los detalles, para esto se “Remonta a la antigua Grecia, al trabajo del filósofo Aristóteles (384-322 AC), que determino por primera vez que todos los colores se forman por una mezcla de cuatro colores básicos y que correspondían con los de la tierra, fuego, agua y cielo” (Lava, 2008, p.34). Este pasa a ser un atributo que comunica estímulos de alegría, calma, y emociones

producidas en el ojo humano, pero no está por demás mencionar que Isaac Newton “Estableció un principio hasta hoy aceptado: la luz es color” (Lava, 2008, p.34). No obstante, “El color ha hecho el milagro de conceder al anuncio, en todas sus variantes, una atención artística expectante, sobre todo de la mano del cartel, (...)”. (Godoy, 2007, p.62). Es así que la capacidad de comunicación es poderosa porque se interioriza en lo más profundo del objeto e incide a la determinación del cuerpo, la superficie se valoriza por la absorción del material y el pigmento que la compone. De igual manera es fructífero manifestar que los colores secundarios proceden de la mezcla de los colores primarios amarillo, azul y rojo y a partir de ese proceso se consigue resultados que forman el círculo cromático y hace viable la decodificación del mensaje mediante un efecto ocasionado por la luz.

Por el otro lado las propiedades del color asemejan a la calidad de imagen que se registra, el tono “Refiere al atributo que diferencia cualitativamente el color y por la cual designamos los colores” (Lava, 2008, p.36). Basando las cualidades podemos definir que mezcla es propicia para valerse y aplicar en el producto, en cuanto al hablar de la saturación “Es la intensidad cromática o pureza de un color” (Lava, 2008, p.36). Puntualiza la carencia de blancos y negros, crea dinamismo en la fotografía controlando la luminosidad en los canales del 100% a 0%, en cambio el brillo “Es la cantidad de luz emitida por una fuente lumínica o reflejada por una superficie” (Lava, 2008, p.36). El poder de absorción y refracción parte de las propiedades físicas del cuerpo, valiéndose de sus rasgos induce a una sensación con concepto propio enlosado a un hecho. Todo esto hace alusión a enfatizar que el color como efecto psicológico aporta un sentido al mensaje con reacción emocional que evoca significados únicos y viables a cumplir un propósito de provocar una necesidad en el sub consciente racional de las personas, está claro que a través del color se representa la realidad en la cual la comunicación esta inherente en cada paso, calle o lugar a donde se direcciona, hay que tomar en cuenta que la interacción con rótulos, fachadas no se puede dejar pasar por desapercibidas porque esos conocimientos previos del aspecto cultural del lugar se asemejan a una gama cromática que fortalece el rango de identidad y los modos de

comportamiento dentro del grupo social, el conjunto de valores y tradiciones hace única la representación en el entorno, aquí se asocia el proceso del cómo fue concebida el mensaje.

Para poner a consideración lo mencionado se toma en cuenta el apoyo de una plataforma que conlleve a su desarrollo, a esta se define como “un sistema o entorno que funciona como soporte de relación entre diferentes programas específicos (en el caso de la maquetación) de cada uno de los campos de la edición” (Tirado, 2016, p.11). Evidentemente el software Indesign es una de las más conocidas en el medio publicitario y por ende en el diseño gráfico porque proporciona la espontaneidad y la hace factible al esquema editorial por sus diversas herramientas que permite organizar y estructurar la base, la selección de elementos y los aspectos contextuales concibe a un diseño propicio y adecuado con caracteres distribuidas en el espacio de trabajo donde el peso y posición “Hace referencia a la percepción psicológica de gravitación o atracción que posee los diferentes componentes del proyecto” (Tirado, 2016, p.27). La cual se centra en establecer el punto de interés en el espectador y valore las cualidades plasmadas en el modelo a considerar.

8.1.5 Fotografía

Conceptualiza el proceso de registrar el tiempo y espacio que “actúa como punto de encuentro ideológico y sirve como estímulo para la interacción social humana” (Wright, 2001, p. 13). Que hace referencia a las cualidades representativas de “un elemento publicitario diferente de cualquier otro, que atrae e impacta”. (Godoy, 2007, p. 64). Normalmente resalta datos de interés a través del registro del tiempo con el fin de comunicar un mensaje de la condición más efectiva, creativa y practica posible.

Para ello es imprescindible recordar que “En 1839 se hace oficial el invento de la fotografía y desde entonces hasta la actualidad la producción de todo tipo de imágenes que parten de la captación química de la luz se ha multiplicado aritméticamente” (Jiménez, 2007, p. 46). Además, este autor señala que “En 1888 se empieza a comercializar cámaras asequibles a cualquier ciudadano medio bajo el lema «Usted

apriete el botón, nosotros hacemos el resto»” (Jiménez, 2007, p. 46). Ahora bien, “La fotografía nace en pleno Romanticismo, en un periodo donde el hombre intuye que su evolución le desborda y hace un intenso desesperado por recuperarse a sí mismo desde la sobrevaloración de los sentimientos” (Jiménez, 2007, p. 47). En efecto, es importante destacar que la fotografía documental “trata de proporcionar evidencias mediante un documento que actúa como canal, en el sentido más realista, de forma que la cámara, siempre discreta, permita al espectador disfrutar de la escena prácticamente sin mediación” (Wright, 2001, p. 126). Es así que se hace mención al encuadre fotográfico como la proporción de las escenas a capturar, esta conserva el potencial del contenido de los mensajes y sensaciones del proceso de creación del rótulo de las tradicionales *Allullas*, sus cualidades y características son innatas y únicas en su tipo, conservan detalles y dentro de ellas un significado y una historia que enmarca realidades procedentes de familias, “El encuadre en sí mismo actúa como el principal límite de la imagen formando una barrera física, (...)”. (Wright. 2001, p. 66). Que determina la forma, proporción y las dimensiones de la imagen, la misma que hace alusión a la composición y “Consiste en reducir la imagen real de una obra de arte a las formas y direcciones simples que constituyen su esqueleto” (Arnheim, 2001, p.9). Consiguiendo la mejor vista y ángulo posible a través de la adecuada distribución de elementos dentro del espacio logrando la armonía, equilibrio entre los componentes que predominan en el contexto cultural de la gráfica popular plasmadas en los diferentes rótulos del sector la estación destacando la esencia y pregnancia del mensaje y forma con la que fue desarrollada.

8.1.5 Folleto

Paralelamente,

El folleto es considerado por la doctrina como el elemento informativo principal de la oferta pública, manifestación documental del deber de informar del emisor u oferente en las operaciones de apelación al ahorro y «fuente de responsabilidad frente a los inversores». (Ochaíta, 2006, p.195).

En virtud del autor, el folleto es un instrumento viable que apertura a una comunicación eficiente con la disposición de un sinnúmero de hojas.

Para considerar las tomas y ángulos en el folleto fotográfico es fructuoso la interpretación de la historia cognitiva y valor artístico del proceso de creación de los rótulos porque se hace énfasis a los conocimientos básicos pero idóneas de los rotulistas a mano en el arte de crear comunicación sin necesidad del uso de la tecnología obteniendo buenos resultados. Todo esto parte desde los cimientos latinos la cual “Los vestigios más antiguos del alfabeto se encontraron en una pared rocosa llena de grafitis, cerca de una árida carretera en Wadi el-Hol (el Valle Terrible) que atraviesa el desierto entre Abidos y Tebas, en el alto Egipto” (Clayton, 2015, p.2). El sistema latino se fue obteniendo con la travesía del tiempo porque en Roma, “se utilizaron pinceles para rótulos y carteles temporales de gran tamaño” (Clayton, 2015, p.2). En este marco se señala que, “En Pompeya se conservan varias paredes que se usaron para estos fines y se ha descubierto la casa de uno de los pintores de rótulos, Aemilius Celer” (Clayton, 2015, p.2). Junto a lo mencionado es elemental hacer referencia a una porción o espacio que se registra porque pasa a ser un acontecimiento de proximidad a un suceso que enmarca diversas rutas de estudio con características estructurales que mantiene cierta diferencia una de las otras, esto permite validar los componentes que hace posible su registro a tal punto que se establece como una herramienta de presentación con el hecho de establecer una mira retrospectiva, para ello la importancia de mencionar que la luz es un recurso que se toma en consideración a la hora de generar fotografías en función que “Es una forma de energía que forma parte de espectro electromagnético, sin luz no podemos ver y tampoco habría fotografía” (González, Sardina y Ortiz, 2007, p.73). Por consiguiente y gracias a la energía natural y artificial se percibe la sensación del color de manera espontánea, la mezcla de materiales fotoquímicos ofrece resultados predominantes que a veces un ojo humano no puede diferenciar a simple vista y pasan por desapercibidas pero que las mismas son importantes.

Se menciona que los componentes permiten hallar factores de figura y profundidad y los rasgos compositivos aluden la calidad de imagen, por ende es fundamental trabajar

con ambos elementos que promulgarían buenos resultados para la construcción del esquema fotográfico tomando en consideración en no exceder la calidad de iluminación, por otra parte se destaca que la dirección de la luz proyecta sombras y provoca realismo y el concepto se interpreta de mejor manera porque la textura, volumen influye notablemente en aspectos mensurables, este proceso se valida en factor de realzar el encuadre y los elementos compositivos de los rótulos con el fin de obtener un resultado adecuado.

Es primordial trabajar adecuadamente en la iluminación porque “Se puede cambiar, modificar o alterar sustancialmente el ambiente de una determinada escena y, por lo tanto, el mensaje, (...)”. (González et al, 2007, p.74). La calidad de la iluminación aporta a que el concepto se perciba y los detalles proyecten la realidad con la que fue producida según las circunstancias del momento, es ahí que la calidad está estrechamente ligada a la proyección en noción de la luz y noción de la sombra, el aspecto de los objetos parte de las propiedades físicas para que la percepción a receptor sea nítida, y se promulgue interés mediante una sensación espontánea, llena de factores expresivos que cubran el grado expresivo, para ello se hace énfasis en considerar los aspectos mencionados y estructurar las escenas fotográficas de acuerdo a las particularidades estrictamente puestas a respecto.

Es fructífero señalar que el color es “Predecible de la luz que se refleja en el ojo humano”. (González et al, 2007, p.81). Y se interpreta las diferentes combinaciones cromáticas con conceptualizaciones ligadas al conocimiento, a través del color se da vida a un espacio, lugar, escena y se visualiza con mayor facilidad los rasgos diferenciadores entre un elemento y otro.

Se hace mención a que el color en una fotografía cuenta una historia tal como se percibe en los expendios de la tradicional *Allulla* del sector la estación, sus rótulos trasmite una noción e idea del concepto constructivo con la que fue desarrollada y es producto de análisis sistemático. Frente ello “la forma es el factor que determina la apariencia externa de los objetos, de sus límites; y se diferencia del contenido, de la materia de la

que está hecha, de su color o textura” (González et al, 2007, p.85). Hay que ponerlo a consideración porque identifica el tipo de material con la que está concebida y la finalidad proyectual por parte del propietario en conservar las dimensiones y proporciones,

Por otra parte, se busca analizar el contenido desde el punto de vista empírica porque permite indagar la información con datos reales y sustentables, al mismo tiempo se señala que el ritmo “Aparece como consecuencia de la repetición de elementos en una escena” (González et al, 2007, p.87). Que interactúa como punto de interés por la correcta distribución de elementos que ocupan un espacio dentro del encuadre tal como formas y colores, no está demás mencionar que la textura en la imagen fotográfica pone en manifiesto la apariencia real que generalmente no es predecible al tacto, pero promueve una representación de la misma, la iluminación ocupa un espacio dentro de este proceso como fundamento en realzar la textura del objeto de estudio.

El formato horizontal se pone en manifiesto como el ente más adecuado para ordenar y determinar los bordes de la fotografía, esto se adapta mejor a la visión humana, promueve firmeza en base a una línea de fuerza que muestra características y cualidades naturales de los elementos que se encuentran dentro del espacio registrado, su concepto valida cualidades significativas que comunica de manera espontánea el mensaje, al mismo tiempo el formato vertical hace alusión su utilización de acuerdo a las particularidades (más largo que ancho) con el fundamento de impartir caracteres que promulgue constancia de una historia guardada y que es esencial su análisis.

8.2 Las *Allullas*

El término “*Allullas*” está establecido por el Diccionario de la Real Academia Española con la letra “H” anticipada de la “A” es decir se escribe “Hallulla” y no “*Allulla*” estipulado en dicho texto, pero hay que tomar muy en cuenta que en la gráfica publicitaria de los negocios expendedores del producto tradicional en el sector La Estación de la ciudad de Latacunga está escrito con “A” sin anteponer la letra “H” dado el caso que para la presente investigación se utilizara la palabra “*ALLULLA*” pues se

ha convertido en un ente identificativo de los diferentes sitios comerciales del producto tradicional y en diferentes obras literarias realizadas por personas laticungueñas en sus redacciones puesto que para hablar de la *Allulla* la escriben con “A”

Tal es el caso de Tito León Gutiérrez Estrada que en su obra *Leña Verde. Antología de la cocina ecuatoriana* en uno de sus versos menciona:

“¡Llévate mi alma al paso,

soy la crocante *Allulla*,

soy el alma de Latacunga,

soy del queso la blancura,

llévate mi ternura ¡” (Gutiérrez, 2011, pág. 145)

Este plato típico tradicional de la ciudad de Latacunga, de origen “(Del árabe hispano hallun, bollo de fiesta, y este del hebreo hallah torta de pan ácimo consumido en Pascua).” (Karolis & Ubilla, 2008, pág. 69). Producto tradicional que se expende en el sector de La Estación desde hace muchos años atrás, es considerado como gastronomía típica de esta ciudad, además de las Chugchucaras la *Allullas* es otro de los platos típicos producido por personas que por legado de sus antepasados han ido elaborando todos los días imparable este delicioso producto, “Que lo digan entonces los viejos hornos de leña que se prendían en las madrugadas y convocaban a las familias en jornadas esforzadas” (Gutiérrez, 2011, pág. 142). Todo el proceso de la elaboración se lo realizaba con paciencia y delicadeza

Se mezclaba la harina con los sabores, sobre todo con la manteca de cerdo, y había que trabajar fuerte para que la masa se transforme en masa fina y repose en las artesas hasta encontrarse el siguiente día con los miembros de la familia dispuestos a la rutina. (Gutiérrez, 2011, pág. 142)

valía la pena pasar todo esto puesto que la recompensa al momento de la venta cubría aquello, las *Allullas* se convirtieron en un factor tradicional muy importante en la

sociedad y los principales consumidores fueron los viajeros, personas que se trasladaban para las distintas ciudades como por ejemplo a la Capital Quito y más aún “En el mundo de la politiquería y del favoritismo, la hallulla es el mejor agrado para conseguir algún empleo, alguna asignación ministerial, el favor del diputado o funcionario de gobierno” (Karolis & Ubilla, 2008, p.69). Pues su exquisito sabor es incomparable para el paladar de quien lo pruebe y esto hacia que al momento de ser obsequiado facilitaba todo aquello.

Así también a las *Allullas* se lo puede considera como material de estudio porque “La comida o la gastronomía puede estudiarse aplicando una perspectiva multidisciplinaria o incluso transdisciplinar, al igual que ocurre con otras cuestiones turísticas, desde el momento que en su origen, producción, comercialización y consumo (...)” (Royo, 2011, p.74). La gastronomía de la ciudad de Latacunga se ha convertido un ente identificativo tradicional, es por eso que más allá de ser una comida típica, en ciertas investigaciones se ha convertido en una fuente de estudio, tal es el caso que en la presente investigación más allá del estudio a la Gráfica Popular el investigar sobre este plato típico ha conllevado a indagar en diferentes obras literarias donde han sido plasmada ya a las *Allullas* como materias de estudio. De esa modo si se habla de multidisciplinar, esta involucra otras disciplinas para el estudio como es el de la comida como aspecto tradicional, porque se ha convertido en una tradición, de que cuando se pasa de visita por la ciudad, probar uno de los principales platos típicos de la ciudad, quedarse por unos minutos u horas en el sector La Estación para los Turistas o Viajeros se ha convertido en una costumbre irresistibles pues miran la gran cantidad de personas a las afueras de los expendios degustando de las delicias hacen que se bajen del auto o bus y saboree ellos también de este producto.

Muchas de las personas se acercan a los expendios para obtener el producto como un obsequio para ser enviado al extranjero, pero estas se elaboraban diferente manera “hallulla especial tamaño bocado, que requería mucha paciencia en su elaboración, llamada coctel y de otro tamaño más grande con dos huecos en el centro que enviaban a los ecuatorianos que vivían en el extranjero.” (Karolis & Ubilla, 2008, p.69). puesto

que no solo se envía un producto sino más bien una pequeña historia de la ciudad porque según nuestros antepasados es una historia tradicional la preparación de este producto y la de gustación hace que se trasladen imaginariamente hacia su lugar de origen.

Ahora si combinamos a la gastronomía con alguno de los aspectos sociales según Montesinos A. menciona que “La cocina es el elemento cultural que mejor define a un pueblo, a sus recursos, a su entorno, a sus costumbres y a sus influencias externas; porque son todos estos factores los que forman la cocina de un pueblo” (Armendáriz, 2013, pág, 36). Factores que causan armonía y esta es la que se puede apreciar al momento de la degustación de este producto tradicional, si bien es cierto saborear ese crocante sabor de las *Allullas* hace que el nuestro paladar busque la necesidad de seguir probando dicho alimento, y es mucho más agradable con la compañía de otra persona para compartir momentos amenos, “La presentación de la hallulla en la mesa de los latacungueños era junto al queso de hoja con café o chocolate caliente, principalmente en horas de la tarde” (Karolis & Ubilla, 2008, pág. 69). estos dos alimentos hacen el complemento indicado para su degustación, y en los expendios lo comercializan conjunto con las *Allullas*, y este agregado adicional.

8.2.1 La Economía

Si miramos desde otro punto de vista en el aspecto comercial este producto ha sido eje principal en la economía de ciertos habitantes del sector La Estación de la ciudad de Latacunga “La consecuencia combinada de estos dos factores es que la gastronomía se ha ido convirtiendo en uno de los atractivos indispensables en todo producto turístico y sin ella difícilmente un destino puede alcanzar cierto grado de consolidación o éxito.” (Magadan y Rivas. 2012, pág. 59). por este motivo se han desarrollado estrategias para dar a conocer en el medio el producto tradicional, a base de la publicidad donde los comerciantes han visto la necesidad de emplear el medio de la gráfica popular como estrategia de venta, estrategia que ha ido cambiando con el pasar de los años, con el cambio de administrador, y gustos diferentes es así que la transformación de algunos sitios han cambiado pero algunos aún conservan la gráfica desde hace muchos años atrás, este se da a notar por el deterioro que se visualiza en ciertos soportes. Ahora en

el aspecto económico a base de la venta del producto tradicional, no es que los fabricantes ganen una cantidad exagerada por la venta del mismo, sino más bien miran las posibilidades, y el alcance económico expendiendo así a un precio moderado que va alrededor de 1 dólar a 2 dólares las bolsitas de *Allullas* y que generalmente hacen la promoción conjuntamente con el queso de hoja que costea alrededor de 0.25 ctvs. de dólar, este precio estipulado por las y los vendedores lo hacen significativo en la calidad con la que realizan ya que no son productos guardados sino más bien productos del día y es por eso que venden en gran cantidad, demostrando así las ganancias fructíferas de las ventas, ahí se reflejan la cantidad económica de las ventas.

8.3 La gráfica popular

El origen de la gráfica popular no posee con registros teóricos en gran cantidad, los pocos que existen tratan contextualizar en un mismo lineamiento dicho concepto, “La gráfica popular te muestra directamente a qué se refiere, a diferencia del diseño académico que se hace en los despachos profesionales, en el que los logotipos, por ejemplo, son signos que representan algo que no son.” (Vega, 2008, pág. 56). Se la considera como un medio gráfico por el cual se transmite de manera visual la cultura, tradición, sentimientos además representa rasgos con concepto propio enlazado a un hecho que aporta significados únicos para el medio. En la presente investigación se

Tomando como punto de partida a los últimos sesenta años del siglo XV que enmarcaron el nacimiento y el desarrollo de la tipografía, las secuelas de las iniciativas y experimentaciones gráficas surgen en el siglo XVI con la energía creadora con que se dieron origen a innovadores diseños (...). (Velandia, 2009, pág. 4)

En base a lo mencionado se puede manifestar que de manera muy creativa personas hábiles, promocionaban los negocios con métodos y técnicas que poseían en ese entonces y probablemente lo realizaban acorde a las necesidades de los usuarios, además que se pudo haber tomado en cuenta mucho las sugerencias por el cliente, siendo una de estas el de hacerle el típico “dibujito” del productos para acompañar al texto, puesto que “La letra por sí sola, y dado el segmento poblacional al que se dirige, no asegura el éxito de esa funcionalidad. Así, el dibujo aparece como complemento

para corroborar y certificar que la función se cumple.” (Checa-Artasu & Castro, 2010, pág. 25). Dicho esto se puede cerciorar que en la época donde el diseño y la publicidad abrían grandes puertas ante el desarrollo de una sociedad aun no existía en su totalidad personas con bases de estudios, y según investigaciones dadas abundaba el analfabetismo, pues su mayoría las personas que no podían leer ni escribir, y seguramente estas personas eran las que acudían a estos sectores comerciales, pues eran los adultos y las amas de casa quienes frecuentan hasta el días de hoy este tipo de negocios, en base a esta necesidad se corrobora la factibilidad de acompañar a la tipografía un dibujo que de forma visual representar al producto o servicio para que pudiera ser identificado por los clientes, de esta manera se volvió una práctica en la vida diaria realizar este tipo de trabajos, convirtiéndose en la moda de esta época.

En pequeñas tiendas de los sectores urbanos se puede observar aun las diferentes formas de comercializar sus productos o servicios, puesto que dichos diseños fueron plasmados en paredes, fachadas, carteles y murallas dan a notar que fueron pintadas y decoradas por personas no profesionales en el área del diseño gráfico denominadas “Pintores” “Estos artistas con frecuencia echan mano de valores característicos de la expresión popular, como el humor, recurso dinamizador y desacralizado en toda cultura.” (Garcés, 2009, pág. 8). De forma manual característica de su época plasmaban lo requerido, además de sugerencias que seguramente el dueño del negocio exigía y que de manera creativa y eficaz trasmitían el mensaje propuesto, si bien es cierto hasta el día de hoy se puede apreciar y percibir dichos mensajes en ese tipo de expresión Ejemplo: en un local donde se ofrece el servicio de belleza, la publicidad marca la tipografía gruesa que deletrea la palabra “peluquería” y con un dibujo de unas tijeras cortando cabellos, son una de las representaciones más comunes que se observaba en el medio, estas personas además de dejar huellas artísticas demostraban su habilidad innata “

El pintor de letras tomó las ciudades del Viejo Continente desde mediados del siglo XVII y consolidó un oficio que prevalecería hasta bien entrado el siglo XX. A finales del siglo XIX,

la letra pintada en la pared se vinculó al rotulismo (...). (Checa-Artasu & Castro 2009, pág. 51)

En esta época el rotulista “(...) trata de una forma de comunicar eminentemente urbana, mutable, efímera, poco valorada, que cubre la necesidad de comunicar de un amplio segmento de la sociedad (...)” (Checa-Artasu & Castro, 2010, pág. 25). Formando así una relación estrecha rotulista y mensaje, considerando que no basta con el simple hecho de diseñar, sino más bien el que este diseño contenga el mensaje a ser transmitido y de esta manera deja atrás al legendario pintor dándole otro nombre más vigente a los tiempos.

8.3.1 Rotulación Popular

Las diferentes necesidades publicitarias del consumidor nacen donde la industrialización y los procesos de comercialización fueron cambiando, transformándose en el tiempo y provocando la evolución de la rotulación popular que “se trata de un fenómeno que podemos considerar global y muestra de la diversidad cultural del planeta” (Checa-Artasu & Castro, 2010, pág. 25). Apareciendo nuevas técnicas y estilos de representación del diseño, “en países europeos y en Estados Unidos donde se desarrolló en mayor medida la disciplina del diseño gráfico” (Checa-Artasu & Castro, 2010, pág. 25). La misma que trajo consigo métodos vertiginosos y tecnológicos de ahí nació la necesidad de formar personas aptas para realizar la actividad gráfica, así como también el de crear institutos donde los formen profesionalmente, aportando de esta manera con pasos significativos para la sociedad.

Es así que en el Ecuador como en otros países la gráfica popular tuvo una gran relevancia en tiendas comerciales de los sectores urbanos, que hasta en la actualidad poseen aun este tipo de publicidad, tomando en cuenta el gran alcance de la tecnología, pues esto no ha perjudicado en nada la comercialización de dichos productos, quien no recuerda un letrero, pared, fachada o cartel con el nombre de la dueña del negocio o la impregnación de la imagen y el color de la publicidad, o simplemente la atención cordial que tuvieron con el cliente, todo esto ha hecho que se forme la Cultura en la sociedad.

8.3.2 La Cultura

No existe una definición concreta sobre la cultura algunas de estas han sido conceptualizadas por el momento histórico, “desde la revolución Liberal en Francia, se afirma que la cultura es la posesión de bienes culturales, generalmente de Bellas Artes: Música Pintura Danza, etc.” (Ortega, 1991, pág. 14). Denotando así entre estas bellas artes la pintura “La pintura comienza a reflejar todos los elementos de la vida social y expresa en la actualidad los sentimientos no sólo del artista, sino que convierte al espectador en elemento activo para el disfrute de la obra.” (López, Álvarez, Lesbia, 2009, pág. 5). Es por eso que lo plasmado por manos habilidosas puede considerarse como un arte representativo de nuestra cultura el mismo que “establece sus “señales de humo” que no solamente presuponen la comunicación entre sus miembros sino también el habla a la naturaleza, a lo desconocido, a los mitos y a los sueños.” (Garcés, 2009, pág. 7). Por ello el mensaje que representa la gráfica popular mediante el canal que es lo plasmado en carteles, paredes, etc. Comunica no solamente a un público en específico sino más bien que el mensaje llegue a entenderse y mientras en más personas mejor.

Denotando de esta manera de que el negocio se ubique en una posición alta donde la producción expanda en gran cantidad a las ciudades urbanas mostrando así que la Cultura no se va a quedar en lo plasmado a mano por los pintores sino más bien mostrar que “cualquier práctica es simultáneamente económica y simbólica” (Canclini, 1989, pág. 33). Creando así una Cultura Productora donde los consumidores le den otra perspectiva a la economía puesto que puede ser percibida como “un producto cultural y un productor cultural. Tiene una dimensión simbólica y, por consiguiente, expresiva y comunicativa” (Batista, 2004, pág. 9). La mayoría de negocios de los sectores urbanos que aun poseen este tipo de gráfica son los que elaboran productos tradicionales oriundos de las diferentes ciudades, es por eso que más allá de promocionar y ofertar el producto, comunican y ofrecen cultura, cultura que representa a una ciudad, provincia o país, “todo pueblo produce una cultura, como plasmación acumulada de su praxis a lo largo de su historia” (Zemelman, 1990, pág. 228). Dicha

historia puede ser presentada ante la sociedad, fomentando así la práctica diaria de los comerciantes, y de la misma manera la publicidad gráfica que se ha ido formando a lo largo de la historia acotándose a las tendencias publicitarias de determinada época, donde posiblemente limitarse a la moda actual atraería clientes, pues si bien es cierto lo que llamaba la atención eran las novedades que llegaban y esto hacia que sea practicado por los habitantes cada vez por supuesto con más constancia “El discurso publicitario es el resultado de la cultura del momento y es cultura productora al mismo tiempo.”(Santos, 2013, pág. 191). Es por eso que toda gráfica que se ha llevado a cabo en cierta época ha sido como su ente identificativo, pues si hablamos de la gráfica popular aún sigue siendo ese ente en ciertos lugares de expendio pues aun optan por seguir en ese momento productor que en cierta época fue la tendencia actual en la publicidad, pues posiblemente eso fue lo que les llevo a ser reconocidos ante la sociedad, así como también que se puede ir formando una cultura en la misma.

8.3.3 Cultura Popular

No se conoce a ciencia cierta la conceptualización indicada pues existen varios, donde determinan a la cultura popular en conceptos muy extensos poco entendibles por eso es muy complejo de darle identidad conceptual a las palabras “cultura popular”, puesto que esta es utilizada para determinar diferentes aspectos como cultura, folklor y sociedad, etc. Enfocarse en dos términos los cuales son: cultura y pueblo ayudaran a conceptualizar y a aportar la información adecuada a la investigación pues “la combinación de ambos términos aun alude a una dimensión no menos complicada de delimitar: la cultura popular” (Matecon&Tomas, 2008, pág. 19). Si se empieza como punto de partida por el concepto que ofrece el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, define a la cultura popular como el “conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo” (Gallardo et al. 2011, pág. 69). Dicha definición nos facilita una perspectiva puntual a la forma de manifestaciones hacia la manera con la que se trasmitía el mensaje para promocionar sus productos en los diferentes expendios donde los carteles, paredes y fachadas pintadas a mano formaban parte de la vida cotidiana tradicional de vendedores y rotuladores de determinados lugares, puesto que esa era la única manera de hacerlo en ese entonces,

pues existían esas personas aptas para realizar este tipo de trabajo manual, y de esa manera mostrar así a la cultura popular como “la expresión de la inteligencia intemporal de un pueblo” (Gallardo et al. 2011, pág. 69). Que ha ido evolucionando en el tiempo y donde se regían a tendencias que marcaban la forma de supervivencia, transformaciones que con el devenir del tiempo van cambiando para el bienestar de los habitantes y que con la ayuda de ciertos factores han sabido sobrellevar a la cultura como identidad de sus pueblos, dejando así plasmada la memoria de una tradición temporal que a futuro serviría como fuente de investigación y así también demostrar que existían personas dotadas de inteligencia para sobrellevar problemas de la vida diaria, transformándolos en tendencias y de esta manera cubrir el aspecto de la cultura popular.

9. PREGUNTA CIENTÍFICA

¿De qué manera el diseño gráfico puede cubrir la necesidad de información visual de carteles y materiales gráficos de las tradicionales *Allullas*?

“El diseño de un folleto fotográfico de la historia visual de las tradicionales *Allullas* cubrirá el índice de información visual escasa de carteles y materiales gráficos disponibles para estudios sobre la gráfica popular”.

10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

10.1 Investigación Bibliográfica (Documental)

Este tipo de investigación proporciona la información ya existente que fomenta el análisis de la bibliografía conforme al tema. Para ello se profundizó en los autores Terence Wright (2001) manual de fotografía y Miguel Tirado (2016) maquetación de productos editoriales, Martín Checa y María Castro (2010) en la descripción de rotulador popular y Tito Gutiérrez (2011) en la antología de la cocina andina quienes fueron una guía para comprender los elementos del marco teórico de este proyecto. Se caracteriza porque presenta resultados coherentes que hacen viable la interpretación y deducción de la problemática.

10.2 Registro y recopilación de material gráfico

Para el registro y recopilación de material gráfico que conduzca a el “Diseño editorial fotográfico de la historia visual publicitaria de las tradicionales *Allullas*” fue necesario en primer lugar realizar la investigación de campo. Para ello la primera decisión fue identificar el principal lugar de comercio, el sector de la estación es uno de los lugares de expendio de las tradicionales *Allullas* por ser un lugar donde existe acaulemente la estación del tren turístico y por qué sus negocios cuentan con una tradición de más de 180 años a testimonio de la señora Andrea Huertas, comerciante del sector.

En el sector de la Estación se registró piezas gráficas, que tienen que ver con 9 negocio de las tradicionales *Allullas*. De las cuales se realizó un análisis interpretativo y sistemático de las diferentes piezas gráficas. Y mediante la técnica del fichaje utilizada se puedo elaborar una ficha que nos facilite analizar a cada pieza gráfica obtenida.

IMAGEN N° 1 Registro de piezas



Fuente: Heredia y Valenzuela

Las piezas fueron observadas desde el lugar de estudio, y con una ficha descriptiva se registraron los elementos que componen la pieza gráfica. La observación se realizó en contacto directo con el elemento debido a la accesibilidad por parte de los propietarios para realizar un análisis minucioso de los caracteres físicos detrás de las fotografías adjuntas, tal como: el material de soporte, texturas, dimensiones y colores, además se pudo puntualizar los rasgos que diferencia del uno al otro y el valor que conserva.

Para tomar aspectos necesarios, la investigación ha tomado como referencia la propuesta de análisis basada en la comprensión, de estudio de contexto y clasificación de piezas visuales de la autora María Acaso (2009), de esta manera nos basamos en cuatro pasos fundamentales para la utilización de la metodología propuesta por la autora.

Como primer paso se colocó los datos de información de cada ficha como el nombre del propietario, el giro de cada negocio, año de vigencia del rótulo y dirección.

IMAGEN N° 2 Datos generales

Datos generales	
Nombre: Panificadora El pueblo	Giro: expendio allullas
Soporte: Pared y lona	Técnica: vivnil y digital imp
año: 2013	cuidad: Latacunga
ubicación: Av Marco Aurelio Subia entre Gral. Flavio Alfaro y Gral. Julio Andrade	

Fuente: Heredia y Valenzuela

Como segundo paso se hizo el análisis de tipo de soporte físico como: tamaño del soporte, de los elementos y forma de los mismos.

IMAGEN N° 3 Medidas de soportes

tamaño de soporte	600 x 2040 cm 600x 120 cm	forma de soporte	rectangulo ovalado y perfiles
tamaño de elementos	100 x 150 cm 60 x 70 cm	forma de contenido	cuadrado

Fuente: Heredia y Valenzuela

El tercer paso fue el de hacer el análisis pre iconográfico e iconográfico de la imagen, conociendo de esta manera cual era el Puntum de cada escena.

IMAGEN N° 4 Contenido visual

Contenido visual	
Pre-iconográfico	Iconográfico
imagenes laterales	punctum: los abuelitos

Fuente: Heredia y Valenzuela

Como cuarto paso se hizo el análisis de enunciación que da a conocer el mensaje manifiesto y latente da cada pieza. Así también se le adjunto las herramientas de composición; color, tipografía y contenido.

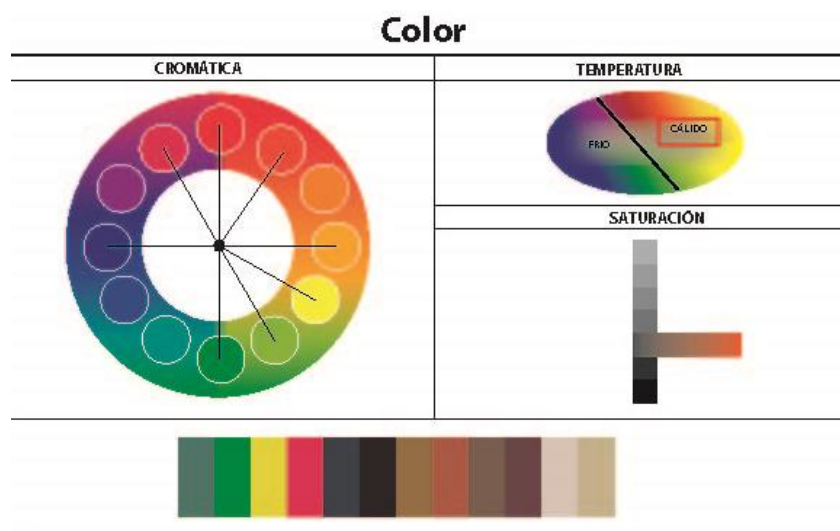
IMAGEN N° 5 Herramientas de organización y composición

Herramientas de organización o composición
<p>Cromatica: mezcla de colores calido y frios</p> <p>Tipografica: composicion de tipografica que forman frases en orden gerarquico y mezcla de mayusculas y minusculas</p> <p>Contenido: tipografia pegada en la pared y un rotulo con un forma ovalada incrustada y una imagen perfilada.</p> <p>Composición de estilo propio</p>
Análisis de enunciado
<p>Mensaje manifiesto: tanto el rotulo como la tipografia en la par uestran e indican que en ese sitio se expende productos tradicionales.</p>
<p>Mensaje latente: la escena esta compuesta por una cromatica entre colores calidos y frios combinando al producto con la marca y la fotografia de los dueños resaltando asi lo tradicional pues lleva el nombre de Panificadora El Pueblo</p>

Fuente: Heredia y Valenzuela

Además, se realizó un análisis cromático tomado como referencia a Timothy Samara donde nos facilita una rueda de 12 colores que nos indica para saber cuáles tonos fueron aplicados en cada pieza, fuera de eso nos proporciona una manera de estudio para clasificar cada pieza gráfica, si esta en tonos cálido o fríos, así mismo el esquema para el análisis de tono saturación.

IMAGEN N ° 6 Rueda cromática



Fuente: Timothy Samara

Finalmente, para la conclusión del análisis de la tipografía se tomó en cuenta a dos autores a Geovani M. MARTINEZ Castillo y a Eduardo Gabriel Pepe quienes nos proporcionan información del estudio tipográfico desde su anatomía hasta la clasificación de la misma. Y nos facilitó de esta manera realizar los siguientes análisis: variable de tono donde nos muestra que existen 5 tipos: extra light, Light, regula, negra y extra negra, variable de proporción que tiene 3 tipos: condensada, regular y expandida y variable de inclinación que posee 2 tipos: la recta e inclinada, estos dos autores facilitaron el análisis de la tipografía pues a simple vista se podía ver que todas se parecen, pero no fue así, todas tiene un rasgo o características que las diferencia de las demás y finalmente en la facilidad del programa *ADOBE ILLUSTRATOR* de pudo conocer el nombre de cada tipografía utilizada en cada pieza gráfica.

IMAGEN N° 7 Familia tipográfica

Familias Tipográfica	
Serif	San serif o palo seco
	
Manuscrita	Exhibición
	
variantes tipograficos	
Variables de tono	
Variables de proporción	
Variables de inclinación	
Nombre tipográfico	
Adver Gotic The NautiGal Friz quadrata Palatino Sans	

Fuente: Heredia y Valenzuela

10.3 Investigación etnográfica

Este tipo de investigación consistió en la observación participante, aplicando la técnica de la entrevista con el fin de recopilar datos que promueva el desarrollo de la investigación, además se dividió el modo de vida y labor diaria los propietarios de los negocios que en cierta instancia nos permitieron el ingreso a sus negocios. Para esto se realizó con anticipación una serie de preguntas que de forma temática permita recibir toda la información necesaria para conocer el origen y manera de percepción de cada pieza gráfica, puesto que las temáticas tenían que ver sobre estas. La experiencia de las entrevistas fue fructífera pues se pudo percibir más allá de lo que se tuvo como objetivo, algunas historias familiares que darán paso a la edición del folleto fotográfico.

IMAGEN N° 8 Mapeo



Fuente: Heredia y Valenzuela

10.3.1 Preguntas de las entrevistas

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

Objetivo de la entrevista es: conocer a detalle origen e historia de la publicidad gráfica de cada negocio que expende el producto tradicional las *Allullas* así también recopilar datos archivados como periódicos y fotografías antiguas.

Comerciantes

1. ¿Cree importante que el rótulo es un medio de comunicación para promocionar su producto?
2. ¿Por qué eligió a un pintor para realizar sus letreros?
3. ¿Su letrero representa algún sentimiento personal?
4. ¿Hace cuánto tiempo posee usted su letrero?
5. ¿Cómo ha influido el uso del letrero en su negocio?
6. ¿Qué es lo que más le gusta del diseño actual de su rótulo?
7. ¿A usted le interesaría cambiar de alguna manera el diseño de su rótulo? ¿Por qué?
8. ¿Cree usted que su negocio ha sido afectado por el uso de nuevos sistemas de comunicación que son utilizados por las grandes marcas?
9. ¿Cuál sería su apoyo para que sea posible la realización de este proyecto?

Rotulistas

1. ¿En qué momento inicia en la pintura?
2. ¿Dónde nace la inspiración de pintar?
3. ¿Cuánto ha sido el tiempo máximo que ha pasado trabajando en una obra?
4. ¿Qué estilos y movimientos artísticos se ven reflejados en su pintura?
5. ¿Qué es lo que quiere transmitir con sus obras?

6. ¿Cómo ve a la pintura en la actualidad?
7. ¿Sueles pintar por amor al arte o por otros condicionamientos?
8. ¿Qué opina sobre la gráfica actual?

Esta técnica dio paso a la realización del análisis de interpretación que gracias a la referencia de Nidia Capella (2017) y su estudio, facilitó la transcripción de cada pregunta, tomando la referencia a la técnica de la entrevista expuesta en el texto de Ellen Lupton (2011) donde menciona que “Al compartir el entorno del participante el diseñador puede extraer nuevas conclusiones (...)” y plantea que es importante la interpretación cualitativa. Además, que se pueden percibir, sentimientos y acciones que no quieren dar a conocer en la entrevista.

IMAGEN N° 9 Ficha se entrevistas

8. ¿Cree usted que su negocio ha sido afectado por el uso de nuevos sistemas de comunicación que son utilizados por las grandes marcas?

Informante	Respuesta
Edison Huertas	No porque a nosotros ya nos conocen desde hace 45 años no nos afectado en ningún aspecto.
Andrea Huertas	No porque las personas saben qué tipo de producto vendemos y ya tengo mis clientes fijos desde hace años
John Terán	No porque la publicidad que tengo en mi negocio es lo suficiente para que las personas adquieran mi producto y no necesito llenar de muchos elementos que cansen o distraiga al cliente, además porque ya conocen mis productos.
Rosario Castro	No porque a partir de mi vistoso letrero las personas visitan mi negocio y más que todo por la economía
Luis García	No porque no le interesa un rotulo luminoso sino más bien la calidad el rotulo no le hace al negocio.

Tabla N° 7

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: Los entrevistados mencionaron que no les afecta en ningún sentido, pues hasta el momento les basta el tipo de grafica que poseen y con la fama que los clientes les dan, y esto atrae atraer nuevas personas que quieran adquirir sus productos, tienen clientes fijos y además por el tiempo que están en el mercado, y ya los conocen con tan solo mencionar el nombre y se dirigen a ellos.

Fuente: Heredia y Valenzuela

10.4 Diseño Metodológico

Con la metodología de Design Thinking se propone identificar la gráfica representada en rótulos de los expendios de las tradicionales *Allullas*, además realzar el valor histórico cultural que ha permitido su desarrollo de acuerdo a la modernización, para ello se movilizó a los exteriores de los negocios identificando que los rótulos y fachadas mantiene una herencia que se ha conservado durante años pero su valor es latente, frente a lo mencionado la técnica de la entrevista es la adecuada porque describe acontecimientos fundamentadas por parte de los propietarios quienes con su experiencia se refleja en los productos que comercializan.

Para determinar los modos de comportamiento y las actividades se tuvo que realizar un registro fotográfico de los expendios que permitieron el ingreso y nos ayudaron con la travesía mediante un recorrido de sus memorias. Su sueño se ve representado, lo que se ofrece se vende e indudablemente el sabor es único y diferente deleita a turistas nacionales y extranjeras.

Con los datos encontrados, se realizó un recorrido en busca de ejemplares para determinar el tamaño y proporción del folleto, de esta manera se optó que las medidas adecuadas son de 19cm de alto x 22cm de ancho, tomando en cuenta que sea un formato manejable y cómoda para la lectura.

Con lo mencionado se define el título “*ALLULLAS* queso de hoja”, en virtud que refleja el aspecto cultural de la ciudad, pero sobre todo del sector la estación donde es el promotor de este delicioso producto. Junto a ello se plantea que la tipografía adecuada es **De Rotterdam Demo** quién conserva rasgos que hace relación al ámbito cultural.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123567890

Por otro lado, la tipografía **CLEARLIGH**, complementa en la formalidad y legibilidad a los detalles especiales de la portada.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123567890

Conjuntamente de los elementos compositivos puestos a consideración como tipografía y diseño se eligió en representar como portada la producción de las tradicionales *Allullas* mediante el uso de las manos trabajadoras que hacen posible que la cultura permanezca en el devenir de los años.

El color que se ha tomado para el diseño de la portada está inmerso a los rasgos característicos de los negocios por ser colores puros, auténticos y legibles realizados por artistas manuales que fueron identificados mediante la visita de campo.

IMAGEN N° 10 Pantone utilizado en el folleto

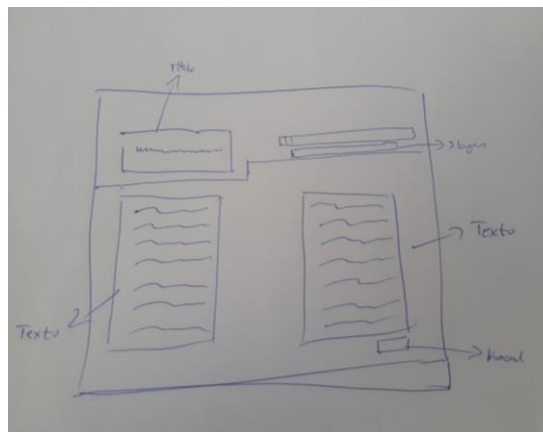
	PANTONE: ac343d	
	C: 23%	R: 221%
	M: 88%	G: 220%
	Y: 67%	B: 0%
	K: 16%	
	PANTONE: dbd50e	
	C: 20%	R: 221%
	M: 0%	G: 220%
	Y: 100%	B: 0%
	K: 0%	

Fuente: Heredia y Valenzuela

Se presenta un boceto burdo elaborado a mano donde incluye la idea del contenido del folleto.

Boceto. –

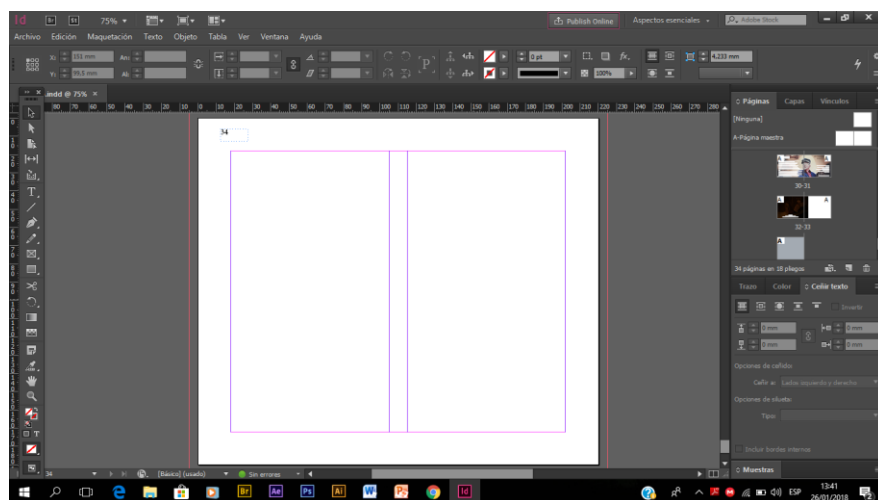
IMAGEN N° 11 Boceto previo del folleto



Fuente: Heredia y Valenzuela

Se muestra la página en el software

IMAGEN N° 12 Vista del software utilizado



Fuente: Heredia y Valenzuela

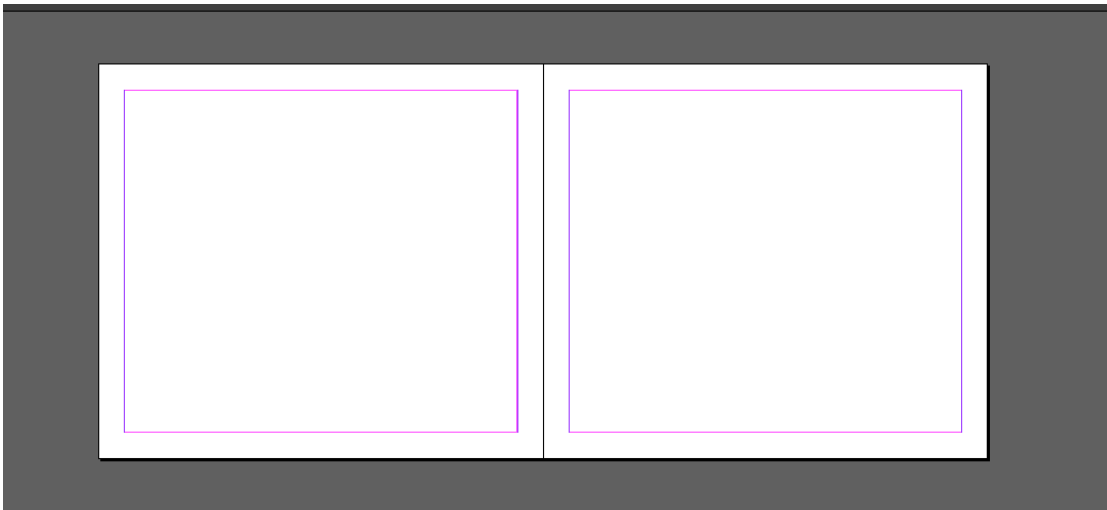
Para la elaboración del catálogo se ha tomado en cuenta las siguientes retículas:

Retícula Jerárquica: Permite fijar el espacio de una manera arquitectónica, se utiliza cuando el contenido no se repite y esta estandarizado.

Se inició con previos bocetos para identificar la ubicación de elementos dentro de la retícula con la finalidad de que la visualización e interpretación sea efectiva en los usuarios.

El margen se estableció a la medida de 18 mm para la parte superior, inferior, interior y exterior porque ayuda a la correcta distribución del texto en el espacio de trabajo tomando en consideración que los acabados estén de acuerdo a la limitación del área de corte y grapado.

IMAGEN N° 13 Márgenes del folleto

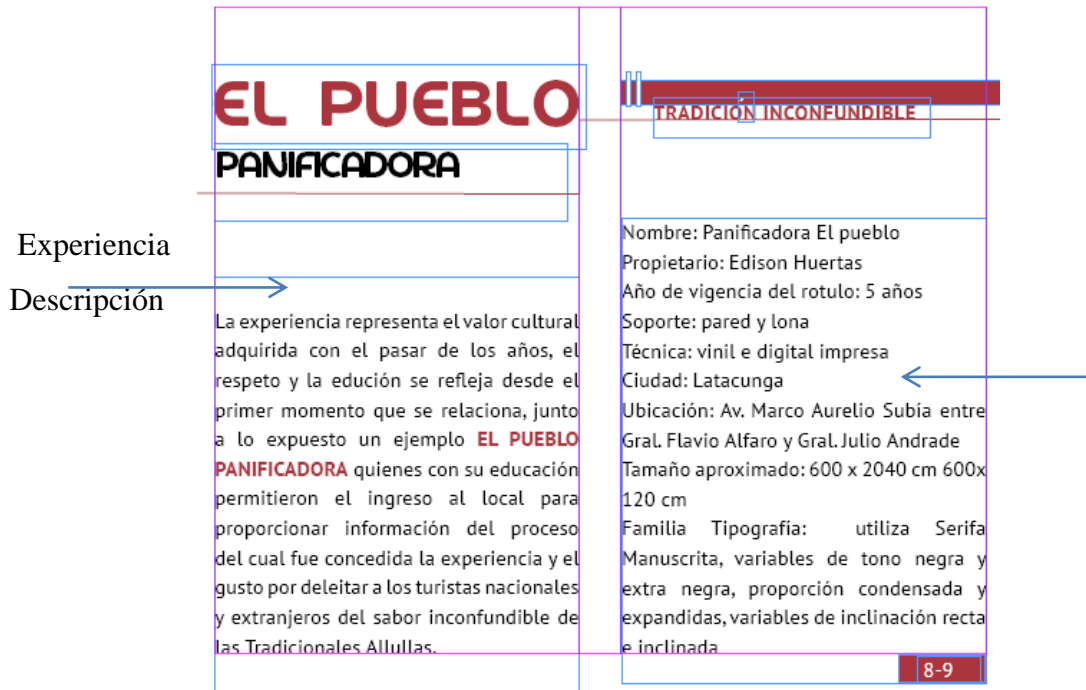


Fuente: Heredia y Valenzuela

Las columnas se consideraron en 2 divisiones porque se manifiesta la experiencia y la descripción de los elementos principales del letrero.

Ejemplo:

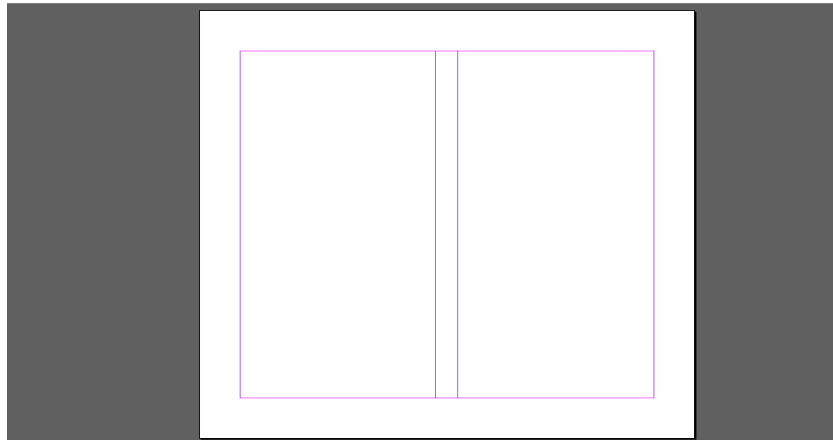
IMAGEN N° 14 Columnas del folleto



Fuente: Heredia y Valenzuela

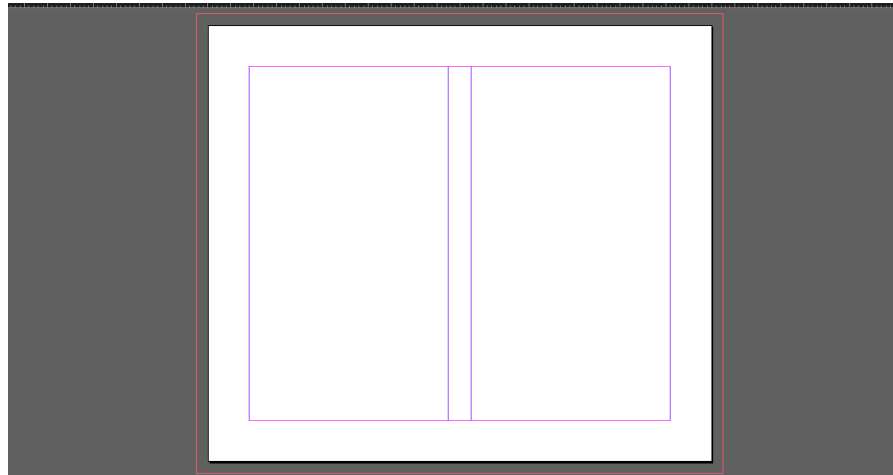
Por otro para la colocación de las fotografías se considera utilizar una sola columna porque ocupa todo el espacio de trabajo para exhibir el arte de la gráfica representada en los rótulos de los locales expendedores de la tradicional *Allulla*. De igual manera se pone en manifiesto que las fotografías memorables ocupan dos caras porque refleja una historia conservada con el pasar de los años pero que aún prevalece como herencia inculcada de aquel entonces, su valor cultural se representa con el fruto de trabajo y esfuerzo que realizan diariamente para crear satisfacción en turistas nacionales y extranjeros.

La medida del medianil se lo considera a 10mm porque la interpretación del texto en dos cajas es legible y conserva continuidad de lectura sin afectar en la visibilidad del lector. Además, esta medida de separación aporta a que la distribución de los elementos sea de forma ordenada conservando la jerarquización entre título y cuerpo.

IMAGEN N° 15 Medianil del folleto

Fuente: Heredia y Valenzuela

Para el sangrado se pone en manifiesto el uso de 5mm como medida en la parte superior, inferior, interior y exterior porque facilita un recuadro guía en el momento de colocar una fotografía sin pérdida de información.

IMAGEN N° 16 Sangría del Folleto

Fuente: Heredia y Valenzuela

Posteriormente mencionado la entrevista permitió corroborar con la información necesaria en el desarrollo del folleto fotográfico con estilo de acorde a la interpretación y análisis de las fichas de registro. La finalidad es conservar el valor cultural de los expendios de las tradicionales *Allullas*.

11. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

11.1 Fichas de análisis interpretativo

Ficha N° 1 Panificadora el Pueblo

FICHA DE ANÁLISIS DE LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES PUBLICITARIOS DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS
Ficha N° 01

				Color	
				CROMÁTICA 	TEMPERATURA  SATURACIÓN 
					
				Herramientas de organización o composición	
				Cromática: mezcla de colores cálidos y fríos Tipográfica: composición de tipografía que forman frases en orden jerárquico y mezcla de mayúsculas y minúsculas Contenido: tipografía pegada en la pared y un rotulo con una forma ovalada incrustada y una imagen perfilada. Composición de estilo propio	
				Análisis de enunciado	
				Mensaje manifiesto: tanto el rótulo como la tipografía en la pared muestran e indican, que en ese sitio se expende productos tradicionales. Mensaje latente: la escena está compuesta por una cromática entre colores cálidos y fríos combinando al producto con la marca, y la fotografía de los dueños resaltando así lo tradicional pues lleva el nombre de Panificadora El Pueblo	
				Familias Tipográfica	
				Serif	San serif o palo seco
					
				Manuscrita	Exhibición
					
				variantes tipograficos	
				Variables de tono	
				Variables de proporción	
				Variables de inclinación	
				Nombre tipográfico	
				Adver Gothic The NautiGal Friz quadrata Palatino Sans	
Dirección vertical  eje de simetría vertical					
Datos generales					
Nombre: Panificadora El pueblo		Giro: expendio allullas			
Soporte: Pared y lona		Técnica: vivnil y digital imp			
año: 2013		ciudad: Latacunga			
ubicación: Av Marco Aurelio Subia entre Gral. Flavio Alfaro y Gral. Julio Andrade					
Contenido visual					
Pre-iconográfico			Iconográfico		
imagenes laterales			punctum: los abuelitos		
tamaño de soporte	600 x 2040 cm	forma de soporte	rectangulo ovalado y perfiles		
tamaño de elementos	100 x 150 cm	forma de contenido	cuadrado		
	60 x 70 cm				

Fuente: Heredia y Valenzuela

Ficha N° 2 Panificadora la Estación

FICHA DE ANÁLISIS DE LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES PUBLICITARIOS DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS
Ficha N° 02

				Color	
				CROMÁTICA 	TEMPERATURA 
				SATURACIÓN 	
				Herramientas de organización o composición	
Cromática: composición de colores cálidos Tipográfica: composición de tipográfica que forman frases en orden jerárquico y mezcla de mayúsculas y minúsculas Contenido: tipografía pegada en la pared un rótulo con una forma circular incrustada en el mismo. Composición de estilo propio				Análisis de enunciado	
				Mensaje manifiesto: a simple vista uno se da cuenta en ese sitio expenden allullas especiales pues lo que resalta del rotulo es la tipografía blanca. Mensaje latente: la escena muestra elementos que compone el diseño pues al lado derecho muestra la venta de chugchucaras mientras al lado izquierdo el de las allullas y queso de hoja todo esto combinado con una cromática en colores cálidos que resalta la gráfica.	
Dirección vertical  eje de simetría vertical				Familias Tipográfica	
				Serif	San serif o palo seco
Datos generales					
				Manuscrita	Exhibición
Nombre: Allullas la Estación Giro: expendio allullas Soporte: Pared y lona Técnica: vivnil y digital imp año: 2003 cuidad: Latacunga ubicación: Av Marco Aurelio Subia entre Gral. Flavio Alfaro y Gral. Julio Andrade					
				variantes tipograficos	
Contenido visual				Variables de tono 	
				Variables de proporción 	
Pre-iconográfico la imagen de allullas y queso de hoja Iconográfico punctum: allullas especiales				Variables de inclinación 	
				Nombre tipográfico	
tamaño de soporte: 1100x 2040 cm / 1200 x 600cm tamaño de elementos: 100 x 100cm				forma de soporte: rectangulo y redondo forma de contenido: rectangulo	
				Brody Balloon GRK1 Block	

Fuente: Heredia y Valenzuela

Ficha N° 3 Tecno Pan

FICHA DE ANÁLISIS DE LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES PUBLICITARIOS DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS
Ficha N° 03

	Color		
	<small>CROMÁTICA</small> 	<small>TEMPERATURA</small>  <small>SATURACIÓN</small> 	
			
	Herramientas de organización o composición		
	Cromática: mezcla de colores cálido y fríos Tipográfica: composición de tipográfica que forman frases y mezcla de mayúsculas y minúsculas Contenido: un rótulo rectangular que da a conocer lo que se expende Composición de estilo propio		
	Análisis de enunciado		
	Mensaje manifiesto: tecno pan un sitio que a simple vista se puede decir que ahí elaboran pan, talvez por el nombre o la imagen del panadero. Mensaje latente: a la gráfica hay que mirarla detenidamente pues muestra y especifica que se vende allullas pues el nombre no demuestra eso además que la imagen del panadero muestra un pan y no una allulla.		
	Familias Tipográfica		
	Serif 	San serif o palo seco 	
	Manuscrita 	Exhibición 	
	variantes tipograficos		
	Variables de tono 		
	Variables de proporción 		
	Variables de inclinación 		
	Nombre tipográfico		
	Martini at Joes Dim Outline Lucila Handwriting		
Datos generales			
Nombre: Panificadora El pueblo	Giro: expendio allullas		
Soporte: Iona	Técnica: digital impresa		
año: 2007	ciudad: Latacunga		
ubicación: Av Marco Aurelio Subia entre Gral. Flavio Alfaro y Gral. Julio Andrade			
Contenido visual			
Pre-iconográfico		Iconográfico	
la tipografía		punctum: el panadero	
tamaño de soporte	300x 60 cm	forma de soporte	rectangulo
tamaño de elementos		forma de contenido	rectangulo

Fuente: Heredia y Valenzuela

Ficha N° 4 Panificadora Cotopaxi

FICHA DE ANÁLISIS DE LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES PUBLICITARIOS DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS
Ficha N° 04

				Color	
				CROMÁTICA	TEMPERATURA
					
					
					
Herramientas de organización o composición					
Cromática: composición de colores cálidos Tipográfica: composición tipográfica que forman frases en orden jerárquico entre mayúsculas y minúsculas Contenido: 2 piezas publicitarias que componen una sola formando el anuncio del mensaje. Composición de estilo propio					
Análisis de enunciado					
Mensaje manifiesto: a simple vista se observa que en ese sitio se vende allullas y queso de hoja así muestra su rotulo además a imagen del abuelito talvez por herencia o tradición es que se haya colocado esa imagen.					
Mensaje latente: la gráfica compuesta por dos piezas muestra un producto tradicional que se ha ido realizando desde hace tiempo atrás por ende la imagen del abuelito, el nombre de expendio muestra la tradición de la provincia y en sí de la ciudad.					
Familias Tipográfica					
Serif			San serif o palo seco		
					
Manuscrita			Exhibición		
					
variantes tipograficos					
Variables de tono					
Variables de proporción					
Variables de inclinación					
Nombre tipográfico					
VLNI Neue Sardines Ballantines					
Datos generales					
Nombre: Panificadora El pueblo		Giro: expendio allullas			
Soporte: lona		Técnica: digital impresa			
año: 2003		ciudad: Latacunga			
ubicación: Av Marco Aurelio Subia entre Gral. Flavio Alfaro y Gral. Julio Andrade					
Contenido visual					
Pre-iconográfico			Iconográfico		
Tipografía con serifa			punctum: foto abuelo		
tamaño de soporte	250 x 100 cm	forma de soporte	cuadrado y redondo		
tamaño de elementos	150 x 150 cm	forma de contenido	cuadrado		

Fuente: Heredia y Valenzuela

Ficha N° 5 Herencia y Tradición

FICHA DE ANÁLISIS DE LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES PUBLICITARIOS DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS
Ficha N° 05

		Color	
		<p>CRÓMATICA</p> 	<p>TEMPERATURA</p>  <p>SATURACIÓN</p> 
			
Herramientas de organización o composición			
<p>Cromática: mezcla de colores cálido y fríos Tipográfica: composición tipográfica que forman frases en orden jerárquico entre mayúsculas Contenido: tipografía plasmada en la pared y un rotulo con una forma circular incrustada en el mismo. Composición de estilo propio</p>			
Análisis de enunciado			
<p>Mensaje manifiesto: está compuesta por dos técnicas que muestran un mismo mensaje la venta de productos tradicionales propios de la ciudad.</p> <p>Mensaje latente: se aplicaron dos técnicas tanto la digital impresa como la de aplicación de tipografía a mano, si se la mira detenidamente se puede apreciar que es el único lugar donde se escribía con H la palabra allulla, además que la composición denota la una herencia propia de la provincia por el Cotopaxi tras los productos.</p>			
Familias Tipográfica			
Serif		San serif o palo seco	
			
Manuscrita		Exhibición	
			
variantes tipograficos			
Variables de tono			
Variables de proporción			
Variables de inclinación			
Nombre tipográfico			
<p>Cp Company Cooper BT Std FHA Broken</p>			
Datos generales			
Nombre: Panificadora El pueblo		Giro: expendio allullas	
Soporte: Pared y lona		Técnica: acrilico y digital imp	
año: 2013		ciudad: Latacunga	
ubicación: Av Marco Aurelio Subia entre Gral. Flavio Alfaro y Gral. Julio Andrade			
Contenido visual			
Pre-iconográfico		Iconográfico	
la tipografía roja en las paredes		punctum: el circulo donde esta la imagen del cotopaxi	
tamaño de soporte	300x 2040 cm 200x 60cm	forma de soporte	cuadrado y redondo
tamaño de elementos	150 x 150 cm	forma de contenido	cuadrado

Fuente: Heredia y Valenzuela

Ficha N° 6 Panificadora San Camilo


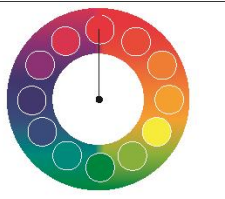
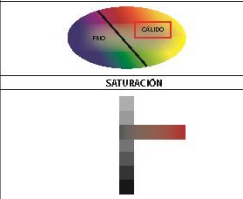





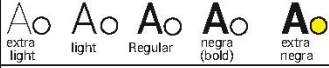


FICHA DE ANÁLISIS DE LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES PUBLICITARIOS DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS
Ficha N° 06

				Color	
				<p>CROMÁTICA</p> 	<p>TEMPERATURA</p>  <p>SATURACIÓN</p> 
					
				Herramientas de organización o composición	
				<p>Cromática: composición de colores cálidos Tipográfica: composición de tipografía serif y san serifa Contenido: composición de imágenes que representan una área de elaboración del producto Composición de estilo propio</p>	
				Análisis de enunciado	
				<p>Mensaje manifiesto: la gráfica demuestra que en este sitio se vende allullas y queso de hoja por las imágenes sin saber cuál es el nombre del negocio.</p> <p>Mensaje latente: esta grafica compuesta por elementos tipográficos y cromáticos ayudada de imágenes, que muestran al producto y a la manera de elaboración, y el mal uso del tamaño de tipografía en el nombre del negocio denotan a simple vista la tradición de elaborar los productos en horno de leña.</p>	
				Familias Tipográfica	
				Serif	San serif o palo seco
					
				Manuscrita	Exhibición
					
				variantes tipograficos	
				Variables de tono	
				Variables de proporción	
				Variables de inclinación	
				Nombre tipográfico	
				<p>Eveleth Clean Ballantines Script</p>	
Datos generales					
Nombre: Panificadora San Camilo		Giro: expendio allullas			
Soporte: Iona		Técnica: digital impresa			
año: 2017		ciudad: Latacunga			
ubicación: Av Marco Aurelio Subia entre Gral. Flavio Alfaro y Gral. Julio Andrade					
Contenido visual					
Pre-iconográfico		Iconográfico			
la persona alado del horno		punctum: la allullas y queso de hoja			
tamaño de soporte	250 x 50cm	forma de soporte	rectangulo		
tamaño de elementos		forma de contenido	rectangulo		

Fuente: Heredia y Valenzuela

Ficha N° 7 La Casa de las Allullas Especiales

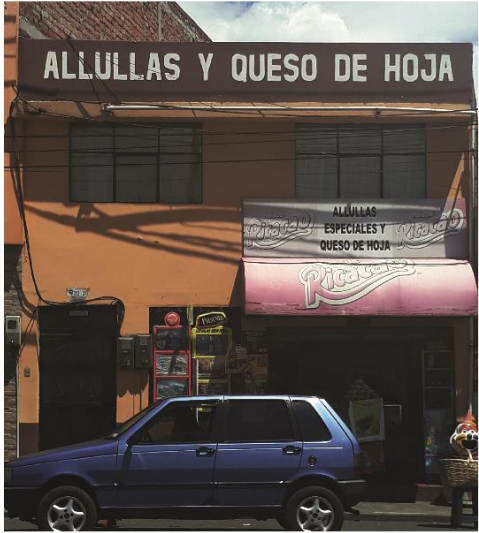
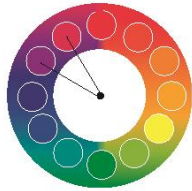
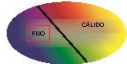


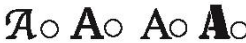






FICHA DE ANÁLISIS DE LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES PUBLICITARIOS DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS
Ficha N° 07

				Color	
					
					
				Herramientas de organización o composición	
				<p>Cromática: composición de colores cálidos Tipográfica: composición de tipografía forma una frase Contenido: tipografía plasma en la pared y fachada Composición bien hecha.</p>	
				Análisis de enunciado	
				<p>Mensaje manifiesto: un diseño simplificado que representa esta gráfica, que muestra lo que en ese sitio se expende.</p>	
				<p>Mensaje latente: la gráfica plasmada a mano en la pared del expendio muestra simplicidad y buen gusto al momento de diseñarla pues no cansa el sentido de la vista y transmite el mensaje adecuado.</p>	
				Familias Tipográfica	
				Serif	San serif o palo seco
					
				Manuscrita	Exhibición
					
				variantes tipograficos	
				Variables de tono	
				Variables de proporción	
				Variables de inclinación	
				Nombre tipográfico	
				Olden Daze NF Arial	
Datos generales					
Nombre: Casa de la Allullas Especiales		Giro: expendio allullas			
Soporte: Pared		Técnica: acrilico			
año: 1993		cuidad: Latacunga			
ubicación: Av Marco Aurelio Subia entre Gral. Flavio Alfaro y Gral. Julio Andrade					
Contenido visual					
Pre-iconográfico		Iconográfico			
tipografía en las paredes		punctum: tipografía grande en la fachada			
tamaño de soporte	400x2040 cm	forma de soporte	rectangulo		
tamaño de elementos		forma de contenido	rectangulo		

Fuente: Heredia y Valenzuela

Ficha N° 8 Víveres Charito

FICHA DE ANÁLISIS DE LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES PUBLICITARIOS DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS
Ficha N° 08

				Color	
				CROMÁTICA	TEMPERATURA
					
					
					
Herramientas de organización o composición					
<p>Cromática: composición de colores cálidos Tipográfica: tipografía ordenada que forma una frase Contenido: tipografía plasmada en la pared, un rotulo y una carpa auspiciada por ricacao Composición de estilo propio</p>					
Análisis de enunciado					
<p>Mensaje manifiesto: por el tamaño, color y ubicación de la tipografía se muestra que en ese sitio se expenden productos tradicionales.</p> <p>Mensaje latente: la escena de la gráfica de este negocio está compuesta por tres piezas el de la pared plasmada a mano que indica la venta de allullas y queso de hoja, el del rótulo que oferta los mismos productos, pero que más espacio ocupa su auspiciante pues ese negocio no solo vende los productos tradicionales sino también otros tipos de productos.</p>					
Familias Tipográfica					
Serif			San serif o palo seco		
					
Manuscrita			Exhibición		
					
variantes tipograficos					
Variables de tono					
Variables de proporción					
Variables de inclinación					
Nombre tipográfico					
Cindie Mono A Blooming Elegant					
Datos generales					
Nombre: Víveres Charito		Giro: expendio allullas			
Soporte: Pared y lona		Técnica: acrilico digital imp			
año: 1972		ciudad: Latacunga			
ubicación: Av. Eloy Alfaro					
Contenido visual					
Pre-iconográfico			Iconográfico		
el rotulo de ricacao			punctum: Tipografía blanca		
tamaño de soporte		300x60 cm 200x100 cm		forma de soporte	
tamaño de elementos				forma de contenido	
				rectangulo	
				rectangulo	

Fuente: Heredia y Valenzuela

Ficha N° 9 La Mama Negra

FICHA DE ANÁLISIS DE LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES PUBLICITARIOS DE LAS TRADICIONALES ALLULLAS
Ficha N° 09

		<p align="center">Color</p>	
		<p>CROMÁTICA</p> 	<p>TEMPERATURA</p>  <p>SATURACIÓN</p> 
			
		<p align="center">Herramientas de organización o composición</p>	
		<p>Cromática: una mezcla de colores cálidos y fríos Tipográfica: composición tipográfica que forman frases en orden jerárquico Contenido: 3 piezas publicitarias que dan a conocer el mismo mensaje. Composición difusa</p>	
		<p align="center">Análisis de enunciado</p>	
		<p>Mensaje manifiesto: el ente identificativo de esta grafica es la tradicional Mama Negra pues a simple vista y por ayuda del mensaje muestra que ahí se expende allullas y queso de hoja.</p>	
		<p>Mensaje latente: muestra a la Mama Negra como cultura y tradición, pues no solo se llevan el producto sino la cultura representativa de la ciudad, así como lo es la Mama Negra también lo son las allullas, todo esto acompañada de una composición un poco desordenada de tres piezas que ofertan los mismos productos.</p>	
		<p align="center">Familias Tipográfica</p>	
		<p align="center">Serif</p> 	<p align="center">San serif o palo seco</p> 
		<p align="center">Manuscrita</p> 	<p align="center">Exhibición</p> 
		<p align="center">variantes tipograficos</p>	
		<p>Variables de tono</p> 	
		<p>Variables de proporción</p> 	
		<p>Variables de inclinación</p> 	
		<p align="center">Nombre tipográfico</p>	
		<p>Hobo Murray Hill D Jolly Good Proper Peanut Gallery</p>	
<p align="center">Datos generales</p>			
<p>Nombre: La Mama Negra</p>		<p>Giro: expendio allullas</p>	
<p>Soporte: lona</p>		<p>Técnica: digital impresa</p>	
<p>año: 2013</p>		<p>cuidad: Latacunga</p>	
<p>ubicación: Av Marco Aurelio Subia entre Gral. Flavio Alfaro y Gral. Julio Andrade</p>			
<p align="center">Contenido visual</p>			
<p>Pre-iconográfico</p>		<p>Iconográfico</p>	
<p>Imagen de la Mama Negra</p>		<p>punctum: palabra MAMA NEGRA</p>	
<p>tamaño de soporte</p>	<p>90 x 50 cm 200x 40 cm 200x 60cm</p>	<p>forma de soporte</p>	<p>rectangulo</p>
<p>tamaño de elementos</p>		<p>forma de contenido</p>	<p>cuadrado</p>

Fuente: Heredia y Valenzuela

11.2 Análisis de la entrevista

Se eligió las entrevistas como la técnica más oportuna para el análisis y resultados, las mismas que se comprueba que es apta para recibir datos interpretativos que contribuyen para la realización del proyecto, de los nuevos locales comerciales se nos dio la oportunidad de entrevistar a cinco personas quienes nos facilitaron la información completa expuesta en el momento, para realizar el análisis de la gráfica popular en los negocios de las tradicionales *Allullas*.

Como experiencia a las salidas que se tuvo algunas fueron muy gratas pues personas muy amables nos abrieron las puertas de sus negocios para poder ingresar a las respectivas entrevistas, cinco de los nueve nos facilitaron aquello, mientras en dos de los negocios nos obsequiaron las deliciosas *Allullas* y nos mencionaron que sería una excelente idea que diéramos a conocer mediante un material editorial a sus negocios sea esto por medio del estudio que estamos por concluir, además se nos permitió la toma de fotografías de los carteles publicitarios, paredes y fachadas en ocho de los nuevo negocios y se recopiló fotografías archivadas de la estación del tren así como también la historia de la misma. Fue una grata experiencia pues se conoció a personas muy amables y respetuosas y otras que no se nos permitió conocerlas de ese mismo punto de vista.

Tabla N° 1 datos personal comerciantes

Nombre	Ocupación	Lugar de entrevista
Edison Huertas	Propietario: Panificadora el Pueblo	Latacunga
Andrea Huertas	Propietaria: Panificadora Cotopaxi	Latacunga

John Terán	Propietaria: Herencia y Tradición Latacungeña	Latacunga
Rosario Castro	Propietario: Víveres Charito	Latacunga
Luis García	Propietaria: La casa de la Allullas	Latacunga

Fuente: Heredia y Valenzuela

Tabla N° 2 comerciantes

1. ¿Cree importante que el rótulo es un medio de comunicación para promocionar su producto?

Informante	Respuesta
Edison Huertas	Claro que es importante porque las personas ya desde lejos divisa, al menos nosotros ya tenemos de tradición 45 años ya nos conocen, ya les dicen el nombre de la panadería y se acercan.
Andrea Huertas	Si porque a través de eso las personas saben lo que vendo y vienen, es una publicidad más.
John Terán	Claro que si el rotulo es importante, es la información bien dicha, la información que doy a las personas que no conocen o que conocen los productos que yo elaboro, anunciamos lo que ofrecemos y vendemos lo que está pintado en las paredes y los plasmado en los rótulos.
Rosario Castro	Si es importante porque mercadería que no se exhibe no se vende.

Luis García	Es que eso es lógico no van a venir a preguntarme por zapatos aquí, eso es muy importante.
-------------	--

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: En esta pregunta cinco de los entrevistados manifiestan que es muy importante su rotulo, de hecho, que promociona lo que venden, además que por medio de este llegan a sus negocios pues leen el nombre y se acercan a adquirir los productos. De manera que el rotulo ha facilitado en gran parte la comunicación para quienes pasan por el sector haciendo visible al producto de cada uno de los expendios.

También trascurso del trabajo de campo, específicamente en el registro de los 9 negocios de *Allulas* del sector de la estación, uno de los negocios se obtuvo un criterio diferente, pues esta persona menciona que no hace falta llenar de productos visuales para atraer clientes, basta con la calidad del producto y el buen trato. Por el contrario, nosotros como investigadores no percibimos eso, puesto que dentro del negocio existían otro tipo de grafica muy diferente a la de fuera, de hecho, en negocios se pudo observar que no se conformaba con un solo rotulo, sino más bien tenían una gran cantidad de piezas graficas sea este dentro y fuera del negocio.

Tabla N° 3 comerciantes

2. ¿Por qué eligió un pintor para realizar sus letreros?

Informante	Respuesta
Edison Huertas	TIENE LA GRAFICA DIGITAL IMPRESA
Andrea Huertas	TIENE LA GRAFICA DIGITAL IMPRESA
John Terán	Por hay personas que no somos hábiles en algunas cosas y somos hábiles para otras por ejemplo yo no sé lo que es el arte de la pintura y los rótulos, entonces tengo que ver que sepa del arte.

Rosario Castro	Que se vea bonito por si hago yo con mis garrapatas, tiene que ser elegante para que se exhiba.
Luis García	Elegí por forma económica y porque cuando me puse mi negocio aun no existían los señores diseñadores gráficos.

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: los cinco entrevistados respondieron cosas diferentes, en los tres negocios eligieron a un pintor, porque ellos saben y conocen la habilidad que estas personas tienen e hicieron que se mire de manera estética los anuncios de sus negocios, así mismo eligieron esto por la economía que esta técnica facilita, además uno de los entrevistados mencionó que la estética esta, en no llenar mucho de elementos a las afueras del negocio. Pero se pudo observar que dentro del mismo posee grafica digital impresa, solo para la vista de quien ingrese a adquirir sus productos. En los dos restantes combinan la técnica a mano con la digital impresa, pues también cuelgan rótulos de sus fachadas.

Como investigadores al observar el medio, nos dimos cuenta que algunos locales poseían graficas digitales únicamente, de hecho, observó el gusto de que la fotografía de sus padres o abuelos este plasmada en la gráfica, y esto se puede hacer mediante la técnica digital.

Tabla N° 4 comerciantes

2. ¿Su letrero representa algún sentimiento personal?

Informante	Respuesta
Edison Huertas	El nombre fue escogido por mi padre “panificadora el pueblo” por la razón que a mi padre siempre le gusto servir al pueblo.
Andrea Huertas	Si porque ahí está la foto de mi padre.

John Terán	Claro el letrero representa la herencia que me dejó mi abuelito de saber trabajar y elaborar lo que expendo, por eso se llama Herencia y Tradición, puesto que yo trabajé junto a él 27 años en su negocio gusta tener siempre lo bueno para que dure porque si pongo una pintura mala lo barato sale caro y entonces enseguida se vuelve a pintar y así en cambio me dura más.
Rosario Castro	Mi nombre víveres Charito
Luis García	El gusto de mi padre que él quería que este escrito en la casa.

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: En los cinco de los entrevistados se puede analizar que los rótulos fueron diseñados acorde a gusto propio, pues está plasmado fotografías y nombres que representan a seres queridos o del mismo propietario, en el caso de dos negocios que se había colocado fotografías de los esposos Huerta, puesto la familia del señor han sido uno de los pilares fundamentales para la existencia de este tipo de productos tradicionales en el sector, convirtiendo a la gráfica como un reflejo de tradición y legado para sus antecesores, y es así el caso de los tres negocios plasmaban el sentimiento de ser de la provincia y de la ciudad, o como el de llevar el nombre del propietario.

En la entrevista se pudo observar que en tres de estos negocios son familiares pues hijos y nietos trabajan aquí, se turnan para laborar en el principal que es el de los esposos Huerta, panificadora El Pueblo, donde vive aún su madre y abuela, entonces el sentimiento está representado en dichas gráficas. Tal es el caso de la Casa de las *Allullas* donde la mantiene con la técnica a mano, porque fue una elección del padre del propietario hacerlo de esta forma u el simplemente quiero conservar aquello. Y en el caso de víveres Charito porque el fuerte de ella son las *Allullas* y queso de hoja

además que fue con lo que empezó en el mercado de venta. Y es por eso que las gráficas en así denotan mucho en los sentimientos para estas personas.

Tabla N° 5 comerciantes

3. ¿Hace cuánto tiempo tiene usted su letrero?

Informante	Respuesta
Edison Huertas	El letrero actual tiene ya 5 años, pero anteriormente había otro el que está ahora posee la foto de mi padre y de mi madre, el anterior era solo puesto en letras panificadora el pueblo.
Andrea Huertas	Sera unos 15 años más o menos anterior poseía un letrero que se ponía en la vereda abierto y no tenía iluminación ni nada de eso
John Terán	En los 5 años le cambie anteriormente tenía otro letrero le cambie le di otra forma se puede decir otro sentido al local se le cambio la fachada del frente
Rosario Castro	45 años más o menos
Luis García	Más de 25 años, pero siempre ha vivido puesto la casa de las <i>Allullas</i> antes no teníamos en la pared sino en una tablita entonces la gente conocía y entraba.

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: en tres de los entrevistados mencionan que el tiempo de vigencia de sus grafica sobrepasa los 15 años, y los mantienen casi intactos porque la pintura acrílica no se ha desvanecido aun de sus fachadas y paredes, y es de ahí donde se explica su antigüedad. Y en los dos restantes han cambiado recientemente, pues

decidieron seguir las tendencias actuales y ponerse a la moda de otros negocios para actualizarlos, y de esta forma decidieron elegir las gráficas actuales.

Como investigadores se pudo percibir que los que tiene menos años, es por el gusto y desenvolvimiento que la técnica ofrece para plasmar y colocar las fotografías de sus seres queridos en las gráficas, además mencionaron a lo largo de la entrevista que les gusta porque estas poseen luz eléctrica y puede ser vista en la noche.

Tabla N° 6 comerciantes

4. ¿Cómo ha influido el uso del letrero en su negocio?

Informante	Respuesta
Edison Huertas	El letrero actual que es muy visible nos ayudados para llamar a la clientela, más que todo por la foto de mis padres que son muy conocidos aquí en la ciudad de Latacunga.
Andrea Huertas	Es un medio publicitario y a través de eso las personas se informa y sabe que es lo que yo vendo y entonces vienen las personas a través del rotulo.
John Terán	El letrero ayuda a promocionar mi producto y aparte de eso permite que la gente conozca el tipo de producto que elaboro.
Rosario Castro	A influido mucho porque las personas conocen mi negocio más por mi nombre y es rentable.
Luis García	Lo normal puesto que la calidad del producto es lo que se vende.

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: Los cinco entrevistados manifiestan que sus letreros han sido una parte fundamental en sus negocios, pues ha influido mucho en el sentido de publicitar sus productos, porque a través del mismo las personas se informan y saben lo que elabora en ese sitio, así mismo porque dan a conocer el nombre de su negocio, pues este está plasmado en el letrero y en algunos de ellos poseen fotografías que los identifica.

Cabe mencionar que una persona expresó que no era muy importante la publicidad, sino más bien la calidad del producto y buen trato que él daba y esto hacía que vayan a su negocio, pues el mantenía la puerta cerrada y solo clientes fieles entraban y los que iban recomendados por su cliente. Pero se puede observar que, en lo mencionado, hacía referencia a la parte exterior, mientras que en el interior del negocio existía gráfica digital impresa, pues en una conversa fuera de la entrevista, dijo que había enviado hacer este tipo de gráfica pero que no resultó como él quería, nosotros suponemos que por este motivo no dispone a la vista del público dicha gráfica.

Tabla N° 7 comerciantes

5. ¿Qué es lo que más le gusta del diseño actual de su rótulo?

Informante	Respuesta
Edison Huertas	Que las fotos de mis padres están ahí visibles al público.
Andrea Huertas	Toda la iluminación, el color, la foto que tiene, las letras.
John Terán	Que esta dibujado el producto que es típico en nuestra Latacunga en nuestro Cotopaxi que son las <i>Allullas</i> y los Quesos de hoja y realzo la tradición a más de que el nombre de mi negocio, y debe de gustarme porque si no, no lo doy a conocer.
Rosario Castro	Antes la coca cola nos daba un rotulo uno tipo bandera y los carros que pasaban derrumbaban, lo que quedo es las

	letras en la pared porque no le borra ni le quita nadie, queda <i>Allulas</i> especiales y queso de hoja
Luis García	El color el tipo de letra que llame la atención.

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: cuatro de los entrevistados poseían gráfica digital impresa y mencionaron que les gusta la iluminación, la tipografía, imágenes, productos y la forma con la que los diseñaron, por eso escogieron esta técnica. Además, en dos de ellas están plasmadas las fotografías de los señores que iniciaron este negocio, de manera que fueron colocadas en sus rotulo a petición de los dueños. Y en el aspecto manual les gusta porque eso no puede ser borrado fácilmente, el color lo escogieron ellos y se los coloco donde fue y es visible hasta la actualidad, en este caso en fachadas y paredes que está a la vista de toda persona de diferente estatura.

Una de las personas menciona que la gráfica digital de su negocio estaba hecha en su totalidad a gusto de él, pues acogió la cromática, composición, tipografía e imágenes que él deseaba que estén en su gráfica, y menciona que si no fuera de su agrado y gusto él no la colgaría a vista del público. Tal es el caso ya mencionado anteriormente, en el que percibimos que no fue de su agrado o no lleno sus expectativas y por ende no lo colgó en el exterior de su negocio. Los demás al mencionar esta pregunta, se imaginaban a su rotulo y daban a conocer las características de lo que les gustaba, y se apreció que fue en su totalidad gusto de ellos.

Tabla N° 8 comerciantes

6. ¿A usted le interesaría cambiar de alguna manera el diseño de su rótulo? ¿Por qué?

Informante	Respuesta
Edison Huertas	No porque está ahí la foto de mis progenitores y ya ha está ahí 5 años puesto que dialogas con todos mis hermanos y mi padre y escogimos ese diseño.
Andrea Huertas	No porque la mayoría de clientes ya saben, entonces hay personas que talvez ya vienen a comprar el producto y se guían por el rotulo
John Terán	No porque la mayoría de clientes ya saben, entonces hay personas que talvez ya vienen a comprar el producto y se guían por el rotulo
Rosario Castro	Si me gustaría porque genera trabajo porque ve la propaganda y dicen aquí hay tal dicen vende café o venden <i>Allullas</i> por ejemplo mi fuerte es <i>Allullas</i> especiales y el queso de hoja porque eso es lo que me interesa vender lo que me gusta porque empecé con eso.
Luis García	No porque es típico y por esa razón social nos conocen a nosotros no necesito la propaganda, la propaganda son ustedes los que vienen a comprar y los que vienen a comprar pueden decir si vale o no vale y porque mis productos se de primera, y no estoy de acuerdo con eso que dicen mientras más publicidad hay más venden nooo, la calidad el trato eso hacen al negocio

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: cuatro de las personas entrevistadas mencionan, no tener planes de cambiar sus rótulos o medios de publicidad, porque la mayoría de clientes conocen al negocio por el rotulo, además mediante este se guían para llegar hacia el mismo, o porque quieren mantener esa esencia grafica de sus antepasados. Estos son los motivos por los cuales no desean cambiar el actual, pues se sobreentiende que fue hecho al gusto de ellos. Uno de los entrevistados menciona que no lo cambiaria pues el rótulo no le hace al negocio si no la calidad del producto que ofrece y el trato a los clientes, y por eso no necesita cambiar el suyo. Sin embargo, pudimos notar por una conversación fuera de la entrevista que lo intento, pero no obtuvo lo que el requirió, por esa razón conserva el actual.

Otra persona entrevistada menciona que si le gustaría cambiar su grafica actual, pues mención, que la propaganda es la que vende y quiero que en mi rotulo este especificado mi fuerte que es la venta de *Allullas* y queso de hoja, que no solo lleguen por ser una tienda de víveres sino por los productos tradicionales que vendo.

Tabla N° 9 comerciantes

7. ¿Cree usted que su negocio ha sido afectado por el uso de nuevos sistemas de comunicación que son utilizados por las grandes marcas?

Informante	Respuesta
Edison Huertas	No porque a nosotros ya nos conocen desde hace 45 años no nos afectado en ningún aspecto.
Andrea Huertas	No porque las personas saben qué tipo de producto vendemos y ya tengo mis clientes fijos desde hace años
John Terán	No porque la publicidad que tengo en mi negocio es lo suficiente para que las personas adquieran mi producto y no necesito llenar de muchos elementos que canse o

	distraiga al cliente, además porque ya conocen mis productos.
Rosario Castro	No porque a partir de mi vistoso letrero las personas visitan mi negocio y más que todo por la economía
Luis García	No porque no le interesa un rotulo luminoso sino más bien la calidad el rotulo no le hace al negocio.

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: Los entrevistados mencionaron que no les afecta en ningún sentido, pues hasta el momento les basta el tipo de grafica que poseen y con la fama que los clientes les dan, y esto atrae atraer nuevas personas que quieran adquirir sus productos, tienen clientes fijos y además por el tiempo que están en el mercado, y ya los conocen con tan solo mencionar el nombre y se dirigen a ellos.

Cuatro de los entrevistados se les hizo un poco difícil responder a la pregunta, pero se les explico y nos dieron las respuestas mencionadas anteriormente. Uno de los entrevistados menciona que no es necesario llenar de cosas que cansen la vista del cliente. Mientras que tenía graficas fuera del negocio y dentro del mismo, estas con técnica digital y a mano, sin embargo, si cansaba el sentido visual, pero esto facilitó mucho nuestra búsqueda pues dichos elementos son de gran importancia para colocar en nuestro folleto fotográfico.

Tabla N° 10 comerciantes

8. ¿Cuál sería su apoyo para que sea posible la realización de este proyecto?

Informante	Respuesta
Edison Huertas	Una frase que se lo realizo a mi padre, ponerle a disposición suya para que se haga público.
Andrea Huertas	Talvez en videos que hayan subido al internet.

John Terán	Información y fotografías de mi abuelo además fotografías de mi producto y persona, e ingresar al área de trabajo.
Rosario Castro	Tengo alguna fotografía antigua pero no de los rótulos, entrevistas que talvez pueden estar en internet.
Luis García	Fotografías antiguas si poseo la de la casa vieja y la del ferrocarril.

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: tres de las personas entrevistadas proporcionó para nuestro proyecto fotografías y frases para ser colocadas en nuestro folleto fotográfico, con mucha amabilidad dieron paso a las respectivas tomas para recopilar la información. Mientras que los dos entrevistados restantes mencionaron que habían ido otras a entrevistarlos; la televisión y otros estudiantes, y que si nos sirve de algo podíamos investigar a donde fueron a parar este tipo de información y hacer utilidad de ello.

Cabe mencionar que en la conversación dijeron que les gustaría que este producto llegue a manos de ellos pues anteriormente han ido a entrevistas similares, pero no han obtenido ningún ejemplar de esos proyectos.

Con mucha amabilidad nos dejaron bajar de la pared en la que estaban colocadas dichos elementos. Para nuestra percepción se sentían emocionados que estos elementos salgan en un artículo que pueda ser vista al público, por ello la facilidad de proporcionarnos la ayuda.

11.3 Resultado e interpretación rotuladores

La técnica de la entrevista fue escogida porque es una técnica de recopilación de información que facilita el análisis e interpretación de un cierto tema expuesto ante el entrevistado por ese motivo se lo aplico a dos personas rotuladores del centro de la ciudad de Latacunga quienes nos dieron la apertura para poder percibir la respuesta de las temáticas planteadas con anterioridad, estas personas tiene el conocimiento

necesario sobre nuestro tema de investigación pues los rotuladores son entes representativos de la gráfica popular.

Como experiencia en las entrevistas que se obtuvo una interesante y fructífera práctica pues se conoció de fuente experta como se inicia un rotulador desde sus inicios hasta la actualidad, adentrándonos en sus experiencias de manera imaginaria pues al momento que ellos nos fueron contando y respondiendo las temáticas hacíamos un retroceso e imaginábamos el cómo se iniciaban e iban plasmando obras con las características y cualidades que describían, sin duda alguna se aprendió que no es necesario acudir a un centro de educación para aprender el arte u oficio sino más bien tener esas ganas de superarse y de hacer con amor y dedicación lo que uno quiere.

Tabla N° 11 datos personal rotuladores

Nombre	Ocupación	Lugar de entrevista
Henry Cruz	Propietario: Rótulos Publi screem Gigantografías	Latacunga
Edgar Herrera	Propietaria: Ivallas Publicidad	Latacunga

Fuente: Heredia y Valenzuela

Tabla N° 12 rotuladores

1. ¿En qué momento inicia en la pintura?

Informante	Respuesta
Henry Cruz	Hace 25 años me índice como rotulador
Edgar Herrera	Inicie más o menos a los 16 años en lo que es en rótulos Quimbita pintando rótulos en tol en ese tiempo

	<p>hacíamos pintando carrocerías empiezo ahí con él en esa temporada haciendo todo lo que es rotulación a pincel y brocha .</p>
--	---

Tabla 1 de análisis a rotulares

Interpretación: los dos entrevistados iniciaron su oficio a muy cortas edades, según las respuestas empezaron a la edad de entre 15 a 17 años en donde han practicado la rotulación en sitios que hoy en día soy muy conocidos. Pues a temprana edad salieron en busca de realizarse como profesionales en el área de la rotulación y más que todo en un área donde amaban lo que hacían. Las cortadas edades en que iniciaron se dio a notar, pues la experiencia y el tener sus propios negocios dio a notar su ardua labor desde jóvenes.

Tabla N° 13 rotuladores

2. ¿Dónde nace la inspiración de pintar?

Informante	Respuesta
Henry Cruz	<p>En quito, mi inspiración fueron los dibujos y las letras, primero empecé con los dibujos que desde el colegio comencé con el gusto de hacerlos.</p>
Edgar Herrera	<p>Me gustaba el dibujo, la pintura mi objetivo era estudiar en Las bellas Artes en Ibarra, pero mi mamacita era sola y no alcanzaba a darme una universidad o escuela muy cara porque siempre ahí se utilizaba lo que es el óleo temperas entonces no tuve las posibilidades para ir a estudiar en esa escuela, fue por eso que me inspiro en buscar algunos publicistas y fue el maestro Quimbita el que me abrió las puertas</p>

	para aprender y fue desde ahí que me ha gustado pintar y hacer ese tipo de trabajo.
--	---

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: La inspiración de pintar para estas personas nace a partir del gusto y amor al dibujo, uno de los entrevistados nos contó su vida, mencionando que, el bajo recurso económico que poseía, casi trunca su vida profesional, pues su madre lo educó sola desde pequeño y no alcanzaba a darle el tipo de estudio que quiso, el entiendo eso y busco por cuenta propia, encontrando la oportunidad donde un señor que muy amable le abrió las puertas de su negocio y compartiéndole sus conocimientos, él no lo desaprovecho, y con arduo esmero y dedicación lo aprendido dio frutos a futuro. Nos da una gran lección vida, que no exista ningún obstáculo, sea por posibilidades económicas u otras razones, sino más bien esas ganar de salir adelante y buscar oportunidades por sí mismo. Y que no es necesario estudiar en las mejores academias para ser el mejor, porque con poner empeño y amor a lo que le gusta, se puede llegar a ser uno de los mejores.

Tabla N° 14 rotuladores

3. ¿Cuánto ha sido el tiempo máximo que ha pasado trabajando en una obra?

Informante	Respuesta
Henry Cruz	Depende de las medidas hay dibujos pequeños que se hacen rápido y en grandes más tiempo por ejemplo en la medida de 1.50mx1.50m se hace en 3 horas.
Edgar Herrera	Dependiendo luego de trabajar durante un año con el maestro Quimbita trabajé con maestros que son bien conocidos Pilatasig y Alajo en las artes plásticas me

	<p>llevaron a restaurar la iglesia de santo domingo durante 5 años esa fue la obra más grande luego fuimos a quito a restaurar una iglesia de la compañía que lo hicimos por dos años, después de ese trabajo puse mi propio negocio porque ya cogí experiencia.</p>
--	--

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: los entrevistados tienen dos puntos de vista muy diferentes. La primera persona no tuvo una experiencia de haber hecho una obra grande en el sentido de tiempo, pues se le dio a explicar que él hacía trabajos solo para negocios, por lo mencionado que daba a conocer el mensaje. En cambio, el otro señor, participo en obras grandes donde a diario practicaba lo que le gustaba y no se cansaba, pues una restauración es estar todos los días mirando la misma obra durante dos o cinco años. Son obras muy diferentes, pero al final muestran la dedicación que les dan al arte.

Tabla N° 15 rotuladores

4. ¿Qué estilos y movimientos artísticos se ven reflejados en su pintura?

Informante	Respuesta
Henry Cruz	Dibujos a pincel, se hacía caricaturas, figuras retratos a carboncillo y entre otros.
Edgar Herrera	Mucho estilo a veces se trabaje dependiendo el tipo de pintura por ejemplo el grafiti, el abstracto buenos como ya no he manejado ya no me acuerdo, pero manejábamos todos ellos.

Interpretación: Estas personas en su tiempo sabían muy bien que estilo y movimiento utilizaban para realizar sus obras, pero el tiempo hizo a su memoria nublar recuerdos, pues mencionaron con que material trabajaban en el primer caso y en el segundo recordaba muy poco los movimientos artísticos pues dio a conocer dos de ellos como el grafiti y el abstracto, recordando que en aquellas épocas ellos captaban a perfección este tipo de temas.

A nuestro parecer podemos mencionar que esto se deba talvez a que ya no practicaban mucho se habían olvidado de aquello, sus rostros de sorpresa fueron muy notables en cuanto se les hizo la pregunta, el segundo entrevistado se acordó unos cuantos movimientos, después que empezó a responder con otro tema, al final se acordó, y el mismo se dio cuenta que debería de tener presente todos esos temas.

Tabla N° 16 rotuladores

5. ¿Qué es lo que quiere transmitir con sus obras?

Informante	Respuesta
Henry Cruz	El mensaje que se da a cada persona y darle realce a la imagen y a la tipografía para vender el producto.
Edgar Herrera	Lo que uno trasmite en si es el estado de ánimo que uno tiene a veces el sentimiento que uno tiene por ejemplo para usted poder pintar una obre puede estar alegre o triste entonces refleja en la obra dependiendo el estado del ánimo y la obra.

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: el primer caso tiene un objetivo en concreto, que es el de transmitir el mensaje que se pretende dar para vender un producto en específico, aplicado técnicas

que beneficien el realce de la imagen y tipografía del anuncio, y en el segundo nos explica que en el estado de ánimo se ve reflejado en la obra, pues depende con el ánimo que se hace, sea este triste o alegre su obra representara sus sentimientos. El señor menciona algo muy importante, así como otras obras nacen por medio del estado de ánimo una obra de pintura refleja más allá de los sentimientos, si bien es cierto esta persona tuvo que luchar mucho para llegar a ser lo que es hoy en día y sus obras aún le recuerdan lo que había sufrido en ese entonces.

Tabla N° 17 rotuladores

6. ¿Cómo ve a la pintura en la actualidad?

Informante	Respuesta
Henry Cruz	Se a desvalorizado el arte de representar un trabajo de forma manual, la sencillez experiencia y sentimientos se aportaba en el momento de la ejecución de la obra a diferencia que en la actualidad el medio tecnológico ha proporcionado al rotulista a utilizar nuevas herramientas para el trabajo sin esfuerzo.
Edgar Herrera	La pintura prácticamente es una evolución muy fuerte pero en si en la gigantografias es más fácil por ejemplo antes era una belleza usted decía por decir una personas una fruta cualquier cosas se le hacía puro pincel o el aerógrafo se utilizaba lo que es el compreso ahora es más fácil por la tecnología de punta que viene de otros países es más rápida usted entra al internet y escoge la gigantografia e imprimir pienso que la anterior era mucho más elegante plasmaba lo que se siente o quiere era algo hermoso pintar en un pared yo

	<p>tengo pintado unas frutas en Lasso que hasta ahora no se ha borrado y siente que uno en ese tiempo era no maestro pero se ve que uno amaba a la pintura.</p>
--	---

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: los dos entrevistados hablan de algo en común, la tecnología, que se ha ido implementándose de manera muy rápida en la actualidad, pues ahora se puede buscar piezas que complementen un arte basta con seleccionarlal del internet y descargarlas y colocarlas están listas para ser impresas, dicen que esto ha facilitado el trabajo en la actualidad, pero dan a conocer que así como existe esa facilidad también existe la desvalorización al arte hecho a mano, donde la sencillez y experiencia que aportaban se ha perdido, pues se lo consideraba un arte elegante el plasmar en una pared, donde sus autores aun miran sus obras hechas y mencionan que trae consigo muchos sentimientos de su pasado.

Al principio uno de los entrevistados confundió la pregunta, pensó que estábamos hablando de la pintura el material, sin embargo, le explicamos y luego de entender nos dio su criterio ya expuesto anteriormente sobre el tema, para el segundo entrevistado no fue difícil contestar esta pregunta, pues se desenvolvió hasta el punto de recordad sus obras, una de ella que había pintado en Lasso y cada que pasaba por ese sector la miraba y recordaba aquellos tiempos vividos.

Tabla N° 18 rotuladores

7. ¿Sueles pintar por amor al arte o por otros condicionamientos?

Informante	Respuesta
Henry Cruz	<p>Por la necesidad, puesto que tengo una familia a cuál sacar adelante en mi privilegio como padre responsable.</p>

Edgar Herrera	Mas antes por amor al arte porque era soltero uy con lo que tenía me alcanzaba después me case hice mi familia entonces ahora ya no pinto ahora trabajo ya económicamente porque quiero que mi familia este bien antes era el amor al arte yo tenía unos 10 cuadros miraba y me gustaba y emocionaba.
---------------	---

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: en los dos casos las personas iniciaron esta profesión por amor al arte, pues fue lo que les inspiro a seguir en la práctica de esto, hoy en día lo realizan ya muy poco en lo que se refiere a los trabajos manuales, porque la tecnología los ha obligado a practicarla, y que además va de la mano con el trabajarlos que realizan en la actualidad por la necesidad, de hecho, ambos formaron una familia a quienes deben de sacar adelante como fejes de hogar que son.

Las dos personas se acordaban que en aquellos días lo único que les interesaba era el utilizar el spray, los pinceles y empezar a plasmar sus ideas, en cualquier soporte y con una mirada entristecida añadían estas palabras ya no pinto por amor, si no hago mi trabajo por necesidad económica.

Tabla N° 19 rotuladores

8. ¿Qué opina sobre la gráfica actual?

Informante	Respuesta
Henry Cruz	La grafica actual es más rápida es mucho más moderna, y salen bien los trabajos ya que todo se realiza mediante la máquina que es la computadora.
Edgar Herrera	Si buena pero pienso que en Latacunga falta explotar hay personas que tienen muchas cualidades para lo que

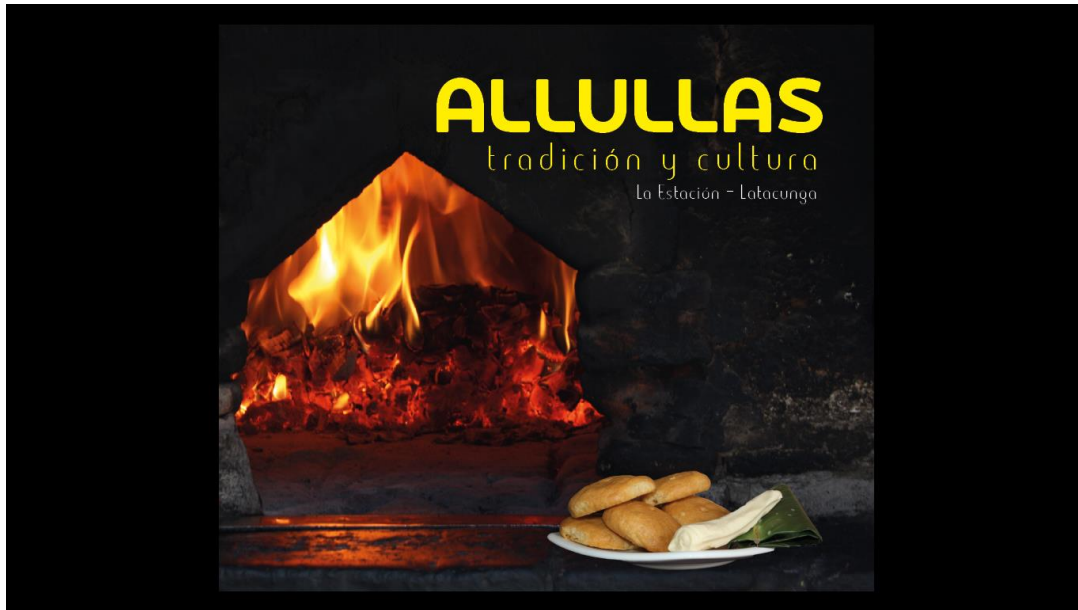
	<p>es diseño de logotipo pero no se sabe valorar entre laticungueños no sabes hacerlo siempre buscan personas de Ambato Quito y aquí si hay gente capaz si hacemos personas capaces ose nada es difícil yo pienso que estamos al mismo nivel de otras ciudades lastimosamente aquí las autoridades no apoyan al arte y le van matando al artesano por eso es que hay muy pocas personas que se quedan a trabajar aquí porque buscar otras ciudades para ir a trabajar.</p>
--	--

Fuente: Heredia y Valenzuela

Interpretación: la gráfica actual está siendo rígida a las tendencias que día a día obligan al ser humano adaptarse, pues se ha mencionado que por medio de la tecnología es mucho más fácil realizar rótulos y letreros que antes se lo hacía a mano, y en lo que se refiere a esta práctica supieron decir que aquí en nuestra ciudad se la desvaloriza, porque las personas que requieren del servicio de un rotulador lo hacen, pero buscan a personas fuera de la ciudad, haciendo de menos a personas que saben del tema y que han hechos obras muy importantes en la misma pero que lastimosamente no han sido valoradas. En esta entrevista se puedo notar la indignación y el no poder hacer nada, pues por parte de estas personas no dan solución alguna, ellos mencionaron que sus trabajos en sus tiempos fueron unos de los mejores, y que han perdido práctica por esta razón.

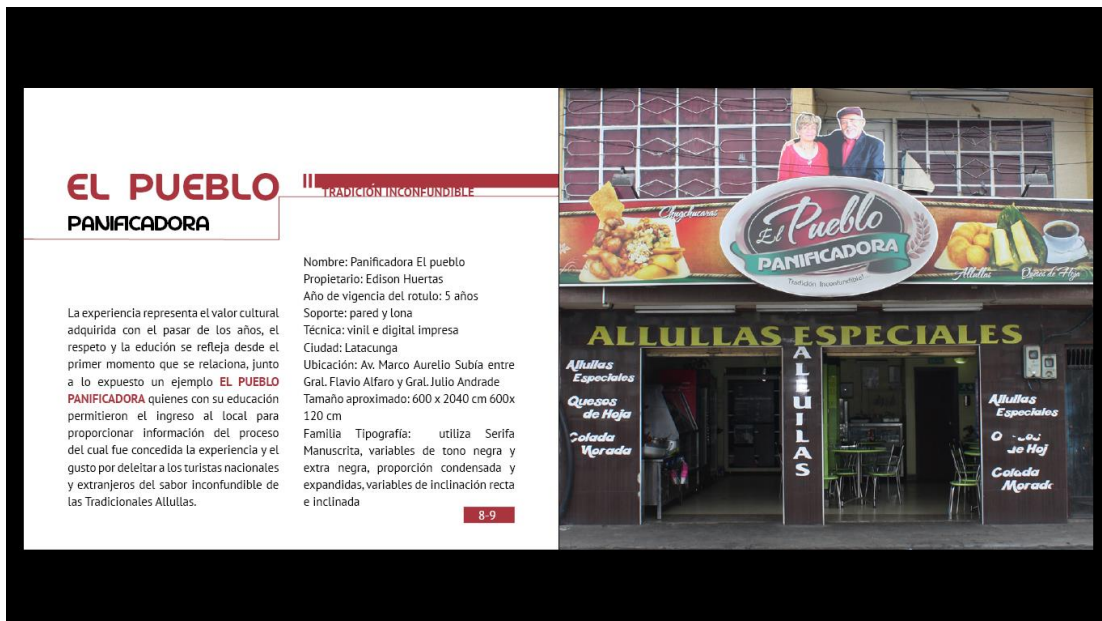
11.4 Resultados de la propuesta

IMAGEN N° 17 Portada del folleto



Fuente: Heredia y Valenzuela

IMAGEN N° 18 Diagramación



Fuente: Heredia y Valenzuela

IMAGEN N° 19 Fotos memorables



Fuente: Heredia y Valenzuela

IMAGEN N° 20 Fotos memorables



Fuente: Heredia y Valenzuela

12. TABLA DE PRESUPUESTO

Tabla N° 20 Presupuestos

Productos	Cantidad	Valor unitario	Precio total
Internet	450 horas	0.50	225 \$
Impresiones	500	0.10	50 \$
Salidas investigación	8	1.50	12 \$
Cámara fotográfica	1	1000	1.000\$
Trípode	1	70	70\$
Tarjeta de memoria	1	20	20\$
Computador (luz)	2	80	160 \$
Tiempo de trabajo	400 (horas)	3	1.200 \$
Impresiones propuesta	5	10	50 \$
TOTAL			2.787 \$

Fuente: Heredia y Valenzuela

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1 Conclusiones

- Los referentes teóricos expuestos en la investigación han complementado con la información necesaria en el desarrollo de la fundamentación científica técnica permitiendo su análisis e interpretación, se fundamenta a la problemática como aspecto cultural que se debe preservar con el cambio que surge el entorno con el fin de preservar sucesos que comúnmente detrás de esto existe.
- Se registró a nueve locales comerciales de producto tradicional las *Allullas* del sector la estación y mediante fotografías tomadas a las respectivas gráficas se pudo realizar las fichas, Que con apoyo del análisis que realiza María Acaso en su texto el Lenguaje Visual se pudo realizar el respectivo estudio de los rasgos y características de la

imagen, además se pudo efectuar el análisis cromático mediante el estudio que ofrece Timothy Samara donde proporciona una rueda cromática y gráficas para tono saturación y temperatura de color, y finalmente con refuerzos de los estudios realizados por Geovani M. Martínez Castillo y Eduardo Gabriel Pepe, se hizo el análisis e interpretación de la tipografía que poseía cada gráfica.

- Para la realización de las entrevistas se tuvo la apertura de cinco personas que nos colaboraron con la misma, se receptó la información necesaria para realizar el análisis e interpretación que ayudo a corroborar en que les beneficia, la importancia, años de vigencia que tiene la gráfica de cada uno de sus negocios y entre otros datos que hicieron posible la elaboración del proyecto, además muy amablemente nos concedieron materiales antiguos, fotografías, frases y videos para la realización del folleto fotográfico.
- Con los datos visuales y testimonios se planifico de forma ordenada la retícula, selección de tipografía y estilos para el contenido, es así que la revista fotográfica contiene aspectos culturales donde refleja historias conmemorativas que ha sobrevivido con el pasar de los tiempos, su diseño contempla rasgos y cualidades que identifica el sector la estación manifestada en las fotografías y las mismas hacen frente a una herencia que se manifiesta en el sabor inconfundible.

13.2 Recomendaciones

- Crear propuestas utilizando arquigrafía como una comunicación visual aplicado a las fachadas a través de elementos gráficos y representativos del sitio con el fin de aprovechar los espacios para generar turismo.
- Impulsar a la conservación del patrimonio cultural intangible representada en graficas a través del estudio, análisis e interpretación de resultados como un reflejo del cambio que ha recibido la sociedad.
- Manifestar el alcance del proyecto a los beneficiarios del sector con el fin de crear propuestas sustentables que contribuya al desarrollo y progreso colectivo en de la sociedad conservando la responsabilidad y el deber de presentar el producto final.

14. BIBLIOGRAFÍA

Armáiz, J. L. (2016). *Fotos y recuerdos: El álbum de familia Brunet-Guayta-Benero. Un siglo de memoria y cambio en la elite manatieña (1870-1970)*.

Arnheim, R. (2001). *El poder del centro: estudio sobre la composición en las artes visuales*. Ediciones Akal.

Bajista, J. (2004) *Economía cultural: elementos para un análisis cultural de los económico y para una*. Recuperado el 24 de abril de 2015, de Pendiente de migración.

Blanco, C. F., & Herrera, C. F. (2011). *Turismo gastronómico. Estrategias de marketing y experiencias de éxito* (Vol. 82). Universidad de Zaragoza.

Caldevilla, D. (2013) *Análisis audiovisual y publicitario actuales*. Editorial Visión Libros, 2014.

Clayton, E. (2015). *La historia de la escritura* (Vol. 81). Siruela.

Cumpa, L., & Alberto, L. (2002). Fundamentos de diagramación. *Fondo editorial de la UNMSM, Lima Perú*.

Chaves, N. (2001). *El patrimonio gráfico y su recuperación*. Recuperado el 14 de marzo de 2014, de Archivo Norberto Chaves.

CHECA ARTASU, Martín.; CASTRO RODRIGUEZ, María Pilar (2009). *Deje que la barda hable. El otro muralismo*. Artes de...

Checa-Artasu, M., & Castro, M. d. (2010). *El olvido de lo obvio: la rotulación popular, un elemento de publicidad en el paisaje urbano*. Recuperado el 11 de octubre de 2014, de Revista Diseño y sociedad.

Dos Santos, T. (1966). *El concepto de clases sociales*. Recuperados el 20 d marzo de 2015, de Revistas Universidad de Chile.

- Gallardo, L. B. P., Rodríguez, N. D. L. C. O., Vide, C. R., Díaz, C. D. C. V., Manzano, R. R., González, E. V., ... & Drummond, V. (2011). *Cultura popular y propiedad intelectual*. Editorial Reus.
- Garcés, A. L. (2009). Ojo al aviso: una panorámica de la gráfica, el diseño, el arte y la comunicación visual popular.
- García, J. R., & Díaz, M. M. (2014). *Estructura, economía y política turística*. Septem Ediciones.
- Godoy, A. C. (2007). *Historia de la publicidad*. Netbiblo.
- González, J. P., Sardina, L. C., & Ortiz, J. M. (2007). *La imagen fotográfica* (Vol. 3). Ediciones Akal.
- Gutiérrez, T. (2011). *Leña Verde. Antología de la cocina andina ecuatoriana*.
- Ibáñez, M. R. A. (2005). *Los catálogos urbanísticos: aspectos jurídicos, metodológicos y de gestión*. Universidad de Oviedo.
- Jiménez, L. C. (2007). *Fotografía y patrimonio* (Vol. 4). Univ de Castilla La Mancha.
- Karolys, M. A., & UBILLA, J. E. (2008). *Lenguaje popular de la fiesta de la Mama Negra*. Latacunga, Ecuador.
- Lava, R. (2008). *Interiorismo*. Editorial Vértice
- Lizandra, J. L. N. (2007). *Fundamentos del diseño* (Vol. 1). Publicacions de la Universitat Jaume I.
- López, Álvarez, Lesbia. Dialéctica. (2009) *ciencia y cultura. pintura, arte y tecnología*, El Cid Editor | apuntes
- MANTECÓN MOVELLÁN, T. A. (2008). *Bajtín y la historia de la cultura popular. Cuarenta años de debate*.

Ochaíta, M. V. (2006). *La responsabilidad civil derivada del folleto informativo en las ofertas públicas de suscripción y venta de acciones*. La Ley.

Rivas, C. H., & Parejo, A. L. (2008). *Introducción al diseño*. Editorial Vértice.

Sanz, J. L. A. (2013). *Gastronomía y nutrición*. Ediciones Paraninfo, SA.

Tapia, E. M. (2008). *Memoria cero* (Vol. 36). UNAM.

Tirado, M. Á. C. (2016). *Maquetación de productos editoriales*. ARGG0110. IC Editorial.

Vega, P. (2008) *El sensacional del diseño Mexicano ¡Ataca de nuevo!* Emeequis

Velandia, L. (2009). *Historia del diseño gráfico*. Argentina: El Cid Editor, 17.

Wright, T. (2001). *Manual de fotografía* (Vol. 1). Ediciones Akal.

Yágüez, E. (2006). *Guía práctica para el desarrollo y dinamización de la Biblioteca Escolar en Secundaria* (Vol. 173). Ministerio de Educación.

Zemelman, H. (Ed.). (1990). *Cultura y política en América Latina*. Siglo XXI.

15. ANEXO 1 Hoja de vida Tutor Mg. Lucía Naranjo

Nombres y apellidos: Vilma Lucía Naranjo Huera

Fecha de nacimiento: 7 de agosto 1980

Cedula de ciudadanía: 1713451910

Estado civil: Unión Libre

Números telefónicos: 0984 679 630 / 032682595

E-mail: vilma.naranjo@utc.edu.ec



ESTUDIOS REALIZADOS

Posgrado: Universidad de Palermo, Buenos Aires – Argentina, Doctoranda

Posgrado: Universidad de las Américas, “UDLA” Quito – Ecuador, Magister en dirección de Comunicación Corporativa “DirCom”.

Nivel superior: Universidad Tecnológica Israel, Quito – Ecuador

Nivel secundario: Instituto Técnico Superior de Artes Plásticas Daniel Reyes, San Antonio de Ibarra – Ecuador.

EXPERIENCIA LABORAL

Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga-Ecuador
Docente, Abril – 2008 Hasta la actualidad.

“Editorial Santillana” Quito-Ecuador
Diagramadora, Enero 2008 – Diciembre 2008

“Campana” Agencia de Publicidad, Quito-Ecuador.
Directora de arte, abril 2006 – mayo 2008

Empresas Pinto S.A. noviembre 2002 – marzo 2006 Quito-Ecuador.
Diseñadora gráfica de identidad corporativa, Noviembre 2002 – marzo 2006.

& Trujillo, Riper Graf Quito-Ecuador.
Pasante, Enero 2001 – Junio 2002

ACTIVIDAD ACADEMICA

Coautoría del Artículo “El diseño de comunicación visual para la organización”.

Coautoría del Artículo Artículo “Representación del danzante de Pujilí y la resistencia simbólica en Ecuador”.

Coautoría del Artículo Artículo “Consumo de la cultura material y el diseño en la ciudad de Latacunga – Ecuador”.

Autoría de la ponencia. “La formalización de la gráfica popular en la globalización. tensiones presentes en la reapropiación del espacio público mediante los diseños gráfico”.

Autoría de la ponencia. “Las gráficas de pequeños comercios en Cotopaxi Ecuador y la cultura visual en sectores populares.”

Autoría y Coordinadora del proyecto “Inclusión de expresiones culturales prehispánicas del pueblo Panzaleo en el diseño gráfico moderno”.

Autoría del proyecto “Plan de comunicación corporativa para mejorar la relación y vínculos con los públicos de interés”.

Creación de un stand denominado “fabrica de ideas para motivar la creatividad a través de actividades de participación”.

15.1 HOJA DE VIDA: Estudiante Diana Heredia**INFORMACIÓN PERSONAL****Nombres:** Diana Carolina Heredia Almachi**CI:** 0503496861**Fecha de nacimiento:** 15 marzo 1993**Dirección:** Ciudadela Nueva Vida**Estado Civil:** Soltera**E-mail:** dianicaritoha@gmail.com**FORMACIÓN ACADÉMICA****Estudios primarios:** Manuel de Jesús Calle**Estudios Secundarios:** Unidad Educativa Segundo Torres**Estudios Superiores:** Universidad Técnica de Cotopaxi

Diana Carolina Heredia Almachi

050349686-1

15.3 HOJA DE VIDA: Estudiante Robinson Valenzuela**INFORMACIÓN PERSONAL****Nombres:** Robinson Ivan Valenzuela Chango**CI:** 0503931602**Fecha de nacimiento:** 07 Mayo 1993**Dirección:** San Vicente (Poaló)**Estado Civil:** Casado**E-mail:** robinyn1993@gmail.com**FORMACIÓN ACADÉMICA****Estudios primarios:** Escuela García Moreno**Estudios Secundarios:** Colegio Juan Abel Echeverría**Estudios Superiores:** Universidad Técnica de Cotopaxi

Robinson Ivan Valenzuela Chango

050393160-2

15.3 ANEXO 2 Imágenes de verificación

Entrevista realizada al Sr. Edison Huertas



Fuente: Heredia y Valenzuela

Entrevista realizada al Sr. John Huertas



Fuente: Heredia y Valenzuela

Entrevista realizada al Sr. John Huertas



Fuente: Heredia y Valenzuela

Entrevista realizada al Sr. Edgar Herrera rotulador



Fuente: Heredia y Valenzuela

Entrevista realizada al Sr. Edgar Herrera rotulador



Fuente: Heredia y Valenzuela

Recolección de Fotografías archivadas



Fuente: Heredia y Valenzuela

Toma de fotografía en el negocio del Sr. Manuel Díaz



Fuente: Heredia y Valenzuela

Presentación previa del producto



Fuente: Heredia y Valenzuela

