



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DISEÑO DE UN CATÁLOGO QUE RECOJA LA GRÁFICA POPULAR
DE CARTELES COMERCIALES DE LOS CANTONES SALCEDO Y
PUJILÍ”**

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

Autores:

Plasencia Santafé Martha Isabel

Untuña Suntasig Daysi Magali

Tutor:

M.Sc. Naranjo Huera Vilma Lucia

LATACUNGA - ECUADOR

MARZO, 2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Nosotras **PLASENCIA SANTAFE MARTHA ISABEL y UNTUÑA SUNTASIG DAYSI MAGALI** declaramos ser autoras del presente proyecto de investigación: “**DISEÑO DE UN CATÁLOGO QUE RECOJA LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES COMERCIALES DE LOS CANTONES SALCEDO Y PUJILÍ**”, siendo la **M.Sc. Lucia Naranjo** tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

.....

Plasencia Santafe Martha Isabel

C.I. 050329661-8

.....

Untuña Suntasig Daysi Magali

C.I. 050418354-2

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“DISEÑO DE UN CATÁLOGO QUE RECOJA LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES COMERCIALES DE LOS CANTONES SALCEDO Y PUJILÍ”, de las postulantes, **PLASENCIA SANTAFAE MARTHA ISABEL y UNTUÑA SUNTASIG DAYSI MAGALI**, de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado, 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 Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, enero de 2018

.....
M.Sc. Naranjo Huera Vilma Lucia
C.I. 171345191-0
TUTORA

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 DE UN CATÁLOGO QUE RECOJA LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES COMERCIALES DE LOS CANTONES SALCEDO Y PUJILÍ**”, propuesto por las estudiantes **PLASENCIA SANTAFE MARTHA ISABEL** y **UNTUÑA SUNTASIG DAYSI MAGALI**, de la carrera de **DISEÑO GRÁFICA 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 reúne los méritos suficientes para ser sometido al **Acto de Defensa del 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 de 2018

Para constancia firman:

Lector 1 (Presidente)
Nombre: M.Sc. Alexander Lascano
CC: 050262202-0

Lector 2
Nombre: M.Sc. Pablo García
CC: 170875125-8

Lector 3
Nombre: M.Sc. Bolívar Vaca
CC: 050086756-9

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por protegerme durante mi camino y darme fuerzas y valor para superar obstáculos y dificultades para culminar esta etapa de mi vida. Agradezco a todos y cada uno de mis docentes quienes impartieron sus conocimientos que ha sido muy importante para terminar mi carrera.

A mis lectores porque cada una de sus valiosas aportaciones hicieron posible este proyecto y por la gran calidad humana que me han demostrado con sus conocimientos y profesionalismo. A mi tutora M.Sc. Lucia Naranjo por su valiosa guía y por toda la paciencia que con sus conocimientos y asesoramiento brindado pudimos sacar este proyecto.

Isabel

DEDICATORIA

Dedico este proyecto principalmente a la Virgencita del Cisne, por haberme dado vida y por permitirme llegar a este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre Eva, por ser la amiga y confidente de toda mi vida, que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ayudado salir adelante. A mi padre Miguel por ser el pilar importante y porque siempre me ha guiado por un camino mejor y por su esfuerzo en el trabajo para que no me falte nada. A mis hermanas quienes han sido mis mejores amigas y siempre han estado en las buenas y en las malas dándome ánimos para seguir luchando. Finalmente, a mi enamorado Robinson quien con su amor incondicional me dio valor y fuerza para logra mi meta.

Isabel

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco infinitamente a Dios, por haberme brindado la dicha de caminar junto a mis padres en cada etapa de mi vida personal y estudiantil. A mis padres Rafael y Carmen por haberme brindado su incondicional apoyo y confianza. A mis hermanos Xavier y Ángel, por sus cálidas y motivadoras palabras de aliento, que a pesar de la distancia y de las adversidades que se nos han presentado, nos encontramos unidos por la fuerza del cariño que desde el día de nuestro nacimiento hemos seguido fortaleciendo.

Agradezco también, a mi asesora de proyecto M. Sc Lucía Naranjo, por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su profesionalismo y conocimientos y por su paciencia y guía durante el desarrollo de la tesis.

Finalmente, a mis amigos y familiares que fueron partícipes de cada acierto y desacierto durante el transcurso de mi carrera y de mi vida, además de haber compartido momentos amenos y felices. Gracias por su compañía en momentos de soledad, me motivaron a seguir adelante.

A todos ustedes mi eterno agradecimiento.

Daysi

DEDICATORIA

En el cielo a dos ángeles Ángel y Paula, que me brindaron la dicha de tener al mejor padre junto a mí. De la misma forma a mí Divino Niñito de Isinche, por ser luz y fé a lo largo de mi vida.

A mis padres, que con su ejemplo y dedicación me han mostrado el camino para seguir creciendo con cada detalle que la vida me enseña, a no rendirme y luchar siempre.

Daysi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Autoras:

Plasencia Santafé Martha Isabel

Untuña Suntasig Daysi Magali

TITULO: “DISEÑO DE UN CATÁLOGO QUE RECOJA LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES COMERCIALES DE LOS CANTONES SALCEDO Y PUJILÍ”

RESUMEN

La gráfica popular comercial es una forma de publicidad y se manifiesta como rotulaciones elaboradas manualmente con diferentes técnicas y materiales. Estas graficas permiten conocer cada establecimiento comercial. Mediante ellas se reconoce la ciudad, en las calles de Salcedo y Pujilí se encuentran imágenes, ilustraciones, tipografías y colores que sirven para reconocer actividades típicas de los comercios, sentimientos, emociones e incluso características personales de los comerciantes (apodos, apellidos, nombres, diminutivos, etc.). Actualmente carteles, vallas, afiches, volantes entre otros recursos gráficos se encuentran elaborados por tecnología que se va actualizando, sin embargo, todavía existen gráficas que se han creado manualmente para que mediante su forma, color y estilo difundan información de pequeños locales comerciales como: vulcanizadoras, mecánicas, tiendas de abarrotes, farmacias, heladerías, pastelerías, papelerías y entre otros. Estos rótulos elaborados de forma manual y por personas que varían desde profesionales de diseño hasta personas con creatividad y habilidades innatas o heredadas. O las gráficas elaboradas por el propio comerciante, iniciativa motivada por la necesidad de promocionar un pequeño negocio y para obtener un ingreso económico.

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar un catálogo que recoja parte de la gráfica manual de los locales comerciales de los cantones de Salcedo y Pujilí, además se describe las gráficas mediante el estudio del lenguaje visual, permitiendo abarcar información sobre el soporte y elementos compositivos de los rótulos. Igualmente, las entrevistas realizadas a tres rotuladores determinaron la información sobre la elaboración y particularidades constructivas del diseño de la publicidad manual, plasmada en rótulos comerciales. El diseño del catálogo recoge y clasifica las gráficas, teniendo en cuenta que un catálogo es un medio impreso que permite mostrar un contenido original y ordenado gracias a sus características y políticas editoriales. Además, la fotografía brinda facilidad para la exposición de imágenes de los rótulos comerciales.

Palabras clave: Gráfica Popular, Catalogación, Fotografía Documental, Rotulación.

TECHICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF HUMAN SCIENCES AND EDUCATION

Authors:
Plasencia Santafé Martha Isabel
Untuña Suntasig Daysi Magali

THEME: “DESING A CATALOG THAT COLLECTS THE POPULAR GRAPHIC OF COMMERCIAL POSTERS OF THE CANTONS SALCEDO AND PUJILÍ ””

ABSTRACT

The popular commercial graphics is a form of publicity and its manifests as labeling system elaborated manually with different techniques and materials. These graphics permit to know each commercial establishment. Through these graphics the city is recognized, in the streets of Salcedo and Pujili there are images, illustrations, typographies and colors that serve for recognize typical activities of the shops, feelings, emotions and even personal characters of the merchants (nicknames, surnames, names, diminutives, etc.). Currently, the posters, billboards, flyers and the others graphic resources are produced by technology that are updating; however, there are still graphics that have been created manually so that through their shape, color and style transmit information from smalls shops, such up: vulcanizes, mechanics, stores, pharmacies, ice cream shops, bakeries, bookstores and others. These labels are produced manually and by people who work from the professional design until people with creativity and initiative and innate skills. Or the graphs are elaborated by the merchant himself, initiative motivated by need the promotion a small business and to obtain an economic income. The objective of this project is to design a catalog that collects part of the manual graphics of the commercial establishments of the cantons of Salcedo and Pujili, as well as to describe the graphs through the study of the visual language, to including information about the support and compositional elements of the graphics. In addition, the interviews carried out to three labelings determined the appropriate information about the elaboration and the constructive particularities of the design of the manual advertising, represented in commercial labels. The set design collects and classifies the graphics, taking into account that a catalog is a medium printed that allows to display original and ordered content thanks to its editorial characteristics and policies. In addition, the photograph included in its content facilities the exposure of images of the commercial labels.

Keyword: Popular Graphics, Cataloging, Documentary Photography, Labeling system



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que: La traducción del resumen del Proyecto de Titulación al Idioma Inglés presentado por las señoritas Egresadas de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación: **PLASENCIA SANTAFE MARTHA ISABEL** y **UNTUÑA SUNTASIG DAYSI MAGALI**, cuyo título versa “**DISEÑO DE UN CATÁLOGO QUE RECOJA LA GRÁFICA POPULAR DE CARTELES COMERCIALES DE LOS CANTONES SALCEDO Y PUJILÍ**” lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del idioma.

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

Latacunga, 2018

Atentamente.

Msc. Alison Mena Barthelotty

DOCENTE CENTRO CULTURA DE IDIOMAS

C.C. 0501801252

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
AVAL DE TRADUCCIÓN	xi
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	3
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
5. OBJETIVOS	5
General	5
Específicos.....	6
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	6
7. MARCO TEÓRICO.....	9
7.1 Antecedentes.....	9

7.2. Aproximación al diseño una catalogación de la gráfica popular mediante la fotografía y el diseño editorial.....	10
7.2.1. Diseño Editorial	10
7.2.2. El proceso de catalogación	11
7.2.3. La Diagramación del Catálogo	12
7.2.4. Aspectos importantes para la elaboración de catálogos:	12
7.3. Fotografía documental.....	12
7.3.1. Propósito de la fotografía documental	14
7.3.2. Función de la fotografía documental	14
7.3.3. Cualidades de fotografía	15
7.3.4. Fotografía, expresión artística.....	15
7.3.5. Técnica de Composición fotográfica	16
7.3.6. Técnica de iluminación	16
7.4. Gráfica Popular Comercial	17
7.4.1. La Comunicación Gráfica.....	17
7.4.2. La gráfica como patrimonio cultural	17
7.4.3. Cultura Popular	18
7.4.4. Gráfica Popular	18
7.4.5. Gráfica Popular Comercial	19
7.4.6. Características formales de la gráfica popular	19
8. PREGUNTA CIENTÍFICA	20
9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	20
9.1. Tipos de investigación.....	20
9.1.1. Investigación bibliográfica	20
9.1.2. Investigación descriptiva	20
9.2. Metodología y técnicas.....	21

9.2.1. Técnica para el análisis de las gráficas	21
9.2.2. Del análisis a la comprensión	22
9.2.3. Técnica de la entrevista.....	23
9.2.4. Registro de gráficas en los cantones de Salcedo y Pujilí	23
9.3. Métodos e instrumentos	24
9.3.1. Observación	24
9.3.2. Entrevista	24
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	24
10.1 Entrevista a los comerciantes	24
10.2. Entrevista a los rotuladores	32
11. FICHAJE.....	44
11.1. Diseño de ficha	44
11.2. Ficha de Análisis.....	50
12. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	51
12.1. Objetivos.....	51
12.1.1. Objetivo General.....	51
12.1.2. Objetivos específicos:	51
12.2. Planteamiento de la propuesta	51
12.3. Justificación de la propuesta.....	52
12.4.1. Definir el problema.....	53
12.4.2. Lluvia de ideas	53
12.4.3. Prototipar	58
12.4.4. Evaluar	60
13. RECURSOS	63
14. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO	64
15. CONCLUSIONES	66

16. RECOMENDACIONES	67
17. BIBLIOGRAFÍA.....	68
18. ANEXOS.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Beneficiarios del proyecto	4
Tabla 2: Actividades y sistema de tareas	6
Tabla 3: Datos personales de los comerciantes.....	25
Tabla 4: Hace cuánto tiempo tiene su rótulo.....	26
Tabla 5. Quién pintó su rótulo y cuál fue el costo	27
Tabla 6: Por qué prefirió pintar el rótulo a mano, y en ese soporte o fachada.....	28
Tabla 7: Usted ha pensado en cambiar su rótulo a uno impreso, que le atrae del rótulo digital.....	29
Tabla 8: Qué valor o significado tiene los elementos compositivos y el nombre en el rótulo.	30
Tabla 9: Considera usted importante el rótulo para el incremento de las ventas de su negocio.....	31
Tabla 10: Datos personales de los rotulistas.	32
Tabla 11: Inicios en el oficio.....	33
Tabla 12: Proceso de trabajo e Inspiración para el trabajo	35
Tabla 13: Trabajos realizados	37
Tabla 14: Relación con los clientes.....	39
Tabla 15: Valoración del trabajo manual	41
Tabla 16: Opinión de las gráficas digitales actuales	42
Tabla 17: Costos Directos	64
Tabla 18: Costos Indirectos.....	65
Tabla 19: Presupuesto General.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Datos generales	45
Gráfico 2: Familias Tipográficas	46
Gráfico 3: Color	47
Gráfico 4: Análisis de enunciado	48
Gráfico 5: Contenido Visual	48
Gráfico 6: Espacio para la imagen	49
Gráfico 7: Ficha de análisis.....	50
Gráfico 8: Tipografía helvética	54
Gráfico 9: Tipografía Century Gothic.....	55
Gráfico 10: Pantone del color	56
Gráfico 11: Márgenes y líneas de flujo	57
Gráfico 12: Medidas de márgenes.....	58
Gráfico 13: Boceto burdo.....	59
Gráfico 14: Bocetos de páginas interiores	60
Gráfico 15: Diseño de portadas propuestas.....	61
Gráfico 16: Retícula de tres columnas	62
Gráfico 17: Retículas de cuatro columnas	62
Gráfico 18: Maquetación de portadillas.....	63

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto: Gráfica Popular Comercial

Fecha de inicio: Octubre, 2017

Fecha de finalización: Marzo, 2018

Lugar de ejecución: Salcedo y Pujilí

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Humanas y de Educación

Carrera que auspicia: Diseño Gráfico Computarizado

Proyecto de investigación vinculado: “Estudio de las gráficas de comercio popular en Cotopaxi”

Equipo de Trabajo:

Tutor: M.Sc. Naranjo Huera Vilma Lucia

Investigadores

Plasencia Santafé Martha Isabel

Untuña Suntasig Daysi Magali

Área de Conocimiento: Diseño Gráfico.

Línea de investigación: El Plan Nacional Para El Buen Vivir: “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía: La libertad individual y social exige la emancipación del pensamiento. El conocimiento debe ser entendido como un proceso permanente y cotidiano, orientado hacia la comprensión de saberes específicos y diversos en permanente diálogo”.

Línea de investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi: Tecnologías de la Información y Comunicación, y Diseño Gráfico.

Sub líneas de investigación de la Carrera: Diseño aplicado a investigación y gestión histórica-cultural.

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La creatividad que se muestra a través de la composición y estructura gráfica que forman los rótulos comerciales populares, y la capacidad de los rotuladores de plasmar en sus trabajos manuales características constituyen un papel fundamental en la elaboración de rótulos, de locales y fachadas que se toma en cuenta, pues cada pieza se acopla al lugar donde está ubicado. La importancia del estudio de las gráficas radica en que los carteles comerciales son un referente para recuperar la gráfica popular ecuatoriana, como base de información para un estudio inicial. La recolección de los rótulos comerciales y sus hábitos de diseño permitirá obtener un documento con la descripción compositiva de su estructura. El desarrollo de la pieza editorial servirá como introducción al amplio tema de la gráfica popular, que sirve para catalogar aspectos relevantes de diseño de la publicidad gráfica manual, además, de uso cromático y tipográfico, el contexto e información relevante que el diseño combina con sentimientos, emociones y habilidades innatas o heredadas. De igual manera, los rotuladores tienen un papel esencial, puesto que su creación está inspirada en sus conocimientos para plasmar gráficos, imágenes cómicas con pintura y mediante el uso de sopletes y estencil para finalmente moldear en materiales como tol, madera, vidrio y paredes. Esta actividad es una iniciativa que se ha ido fortaleciendo en algunos artesanos. Existen parámetros normativas y reglas para la construcción de este tipo de rótulos aún desconocidos para la sociedad que gusta del diseño, así que la recopilación de información estará descrita y plasmada en un catálogo que permitirá formar nuevos indicios de conocimiento y justificación al tema de gráfica popular.

Por tanto, el catálogo es una pieza que, organiza, sintetiza y expone la información directa a su público, en consecuencia, es denominado un medio impreso de exposición y con sus propias políticas editoriales, además, proporciona una visión general y rápida de su contenido. Por ende, permite la recopilación sintetizada de información del diseño de la publicidad que muestran los rótulos comerciales para mostrar y vender un producto o servicio. Sin embargo, las gráficas tienen un contenido exacto y la manera en la que se perciba el mensaje puede variar. Por tanto, la publicidad plasmada en los rótulos comerciales utiliza el poder de

convicción para influir en el comportamiento o actitud que benefician directamente a otros, puesto que, puede mejorar una preferencia de compra o más bien, mejorar la reputación de un local y crear lealtad del cliente a futuro. El desarrollo y resultado final del catálogo está enteramente ligado a cumplir nuestro objetivo general, y poder dar un reconocimiento cultural de las gráficas de tal manera que sirva de referente para diseñadores, publicistas e investigadores de ésta forma cultural de diseño, con el único fin de recopilar y exponer información, además, tomar en cuenta elementos directos de comunicación, como la funcionalidad del diseño manual en la sociedad, rescatando la memoria histórica de la gráfica popular.

Es así como, con base a lo expuesto en gráfica popular, rótulos y el diseño de la publicidad y como herramienta de síntesis de conocimiento para el público los rótulos, el proyecto de investigación mostrarán como resultado todo lo expuesto anteriormente, con base en la realidad de los actores principales de este trabajo manual que trasciende la historia y que permanece a través del tiempo, como referente único y tangible de diseño. Además, la elaboración del proyecto será una herramienta en donde las nuevas generaciones interesadas en seguir el camino del diseño, la publicidad y la comunicación visual puedan hacer uso de la referente a la gráfica popular existente en los cantones de Salcedo y Pujilí, para utilizarlo como forma de diseño y aprendizaje.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

- Este proyecto está vinculado al proyecto de investigación “Estudio de las gráficas de comercio popular en Cotopaxi” por lo tanto este es un aporte para la investigación que lleva a cabo la carrera de diseño gráfico computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi, y demás investigadores interesadas en el estudio de rótulos y la comunicación visual comercial.
- Pequeños comerciantes y rotuladores manuales de los sectores donde se realizó el estudio.

Tabla 1: Beneficiarios del proyecto

Nº de comerciantes	Nº de rotuladores
64 comerciantes que hacen uso de rótulos comerciales pintados manualmente.	3 personas que se mantienen en el oficio de la rotulación manual en los cantones de estudio.

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En Ecuador la gráfica popular, al igual que muchas expresiones populares, está en peligro de extinción. En la provincia de Cotopaxi las gráficas populares se encuentran luchando por sobrevivir; puesto que, esta rica manifestación ofrece a sus artífices una herramienta que facilita radicalmente el proceso de elaboración de ciertos carteles o rótulos otorgando un lenguaje universal.

En el cantón Pujilí según la base (catastral del pago de patente del año 2010) se tienen registrados 740 negocios comerciales en la Parroquia Matriz, y en el cantón Salcedo alrededor de 520 locales en un total de 1360 aproximadamente, sin embargo, en la actualidad algunos locales comerciales no requieren de rótulos, tomando en cuenta que son pocos quienes conservan los rótulos y gráficas involucrando la esencia de estilos de cada local comercial, estilos que encuentran en distintos soportes como: madera, metal y paredes, además, sirve para comunicar innumerable información vinculada a la vida cotidiana, tomando en cuenta que, se muestra como una forma de comunicación y diseño más difundida en el paisaje urbano local. El problema es la pérdida de los recursos culturales de las ciudades, debido a que el diseñador actual tiene otra perspectiva de ver y transmitir el diseño en la gráfica.

En los cantones de estudio, no existen indicios de estudio del tema, sin embargo, se ha realizado investigaciones en otras ciudades del país. Las investigaciones anteriores ayudaran a consolidar la información y enriquecerá teóricamente al proyecto actual. Es importante saber que, la gráfica popular ha ido desapareciendo con el pasar del tiempo y existen cada día menos piezas de estudio, por tal motivo

se observó el problema y dada la situación de resolverla mediante una propuesta de un catálogo con piezas destacadas en función de comunicación, diseño, tipografía y cromática, para brindar un aporte de conocimiento de cómo se manejó del diseño de la publicidad manual antes, relacionarla con el presente y poner una pauta posible de este estudio al futuro, mediante fotografías obtenidas en diferentes lugares, tomando en cuenta soportes, y además, todos los rótulos de establecimientos comerciales que forman una parte importantísima del paisaje de las ciudades de estudio por su durabilidad. Las entrevistas fomentaran la comunicación directa con los rotuladores populares que han trabajado en esta actividad por años y que ha disminuido actualmente debido a la tecnología y las nuevas tendencias que hacen que no se perciba el oficio tradicional.

El estudio pretende abarcar estilos, fuentes y procedimientos que se encuentran en cada uno de los rótulos comerciales, tomando en cuenta que son elaborados de forma manual, y que, mediante su composición, permitirá el estudio del diseño de los rótulos comerciales, además del manejo de la publicidad que funcionó en un tiempo determinado o si sigue funcionando actualmente, sin embargo, es importante conocer, además, los aspectos que son considerados para ser elaborados.

¿De qué manera el Diseño Gráfico puede aportar en el registro de la cultura gráfica de los comercios de los cantones de Salcedo y Pujilí en el periodo 2017-2018?

5. OBJETIVOS

General

- Diseñar un catálogo que recoja la gráfica popular de carteles comerciales en los cantones de Salcedo y Pujilí, mediante el registro fotográfico y análisis estético, gráfico, tipográfico, color e imagen de la gráfica popular para dar a conocer el valor cultural popular.

Específicos

- Analizar los referentes teóricos de la gráfica popular, fotografía documental, y diseño editorial.
- Describir las piezas gráficas (letreros, carteles en función de determinar las orientaciones de composición (características).
- Sintetizar la información obtenida de entrevistas a los actores de la gráfica popular.
- Elaborar un catálogo sobre la gráfica popular comercial de las ciudades Salcedo y Pujilí, la historia de esta y de los rotuladores ambiguos.

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

Tabla 2: Actividades y sistema de tareas

OBJETIVO	ACTIVIDAD	RESULTADO DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD
Analizar los referentes teóricos de la gráfica popular, fotografía documental, y diseño editorial.	Recopilar información bibliográfica y propuesta de temas.	Compilación y clasificación de información exclusiva de libros, artículos, tesis.	Lectura de barrido y análisis. Técnica: Ficha bibliográfica.
	Plantear el marco teórico con base en la bibliografía revisada.	Síntesis de la información para el desarrollo del marco teórico por temas.	Lectura comprensiva. Elaboración de citas.

Describir las piezas gráficas (letreros, carteles en función de determinar las orientaciones de su composición (características).	Registrar las gráficas de las calles tomadas como referente del estudio de los cantones de Salcedo y Pujilí.	Listado de las fotografías de la gráfica popular existente.	Mapeo de gráfica popular.
	Recopilar fotografías de gráficas populares de archivos documentales disponibles.	Compilación de fotografías antiguas.	Buscar en internet. Periódicos locales y álbumes familiares de los comerciantes y rotulistas.
	Levantar fichas de análisis de los elementos compositivos. (tipografía, color, jerarquía visual, gráficas)	Análisis de los elementos compositivos mediante fichas.	Clasificación de fichas de acuerdo con las características por secciones según el tipo de negocio.
Sintetizar la información obtenida de entrevistas a los actores de la gráfica popular.	Diseñar la entrevista.	Guion de la entrevista.	Esquema de entrevista. (Preguntas)
	Recopilar la información, a través de entrevistas a los rotuladores populares y comerciantes.	Compilación de entrevistas de rotuladores y comerciantes.	Entrevistas grabadas a los actores de la gráfica popular.

	Transcribir las entrevistas.	Documentación de entrevistas.	Archivar la información de las entrevistas obtenidas.
	Redactar un texto con los datos de la observación y la entrevista.	Interpretación de la información obtenida de las entrevistas.	Establecer la información idónea.
Elaborar un catálogo sobre la gráfica popular comercial de los cantones de Salcedo y Pujilí, historia de esta y de los rotuladores ambiguos.	Establecer el contenido del catálogo en un boceto.	Resultados del boceto y selección del contenido.	Diseño del boceto.
	Diseñar la retícula y estilos tipográficos	Integración de textos e imágenes en el formato.	Distribución del contenido en la retícula y aplicación de estilos tipográficos.
	Diseñar la portada y la contra portada	Selección de elementos para la portada.	Composición de elementos

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

7. MARCO TEÓRICO

7.1 Antecedentes

Los antecedentes de la gráfica popular son varias, las investigaciones han ido elaborando por parte de los diseñadores gráficos de varias instituciones en diversas provincias del Ecuador, como también Latinoamérica:

En Quito en el año 2008 se destaca el siguiente estudio “OJO AL AVISO. UNA PANORÁMICA DE LA GRÁFICA, EL DISEÑO, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN VISUAL POPULAR”, realizado por: Ana Lucía Garcés, en conclusión, redacta lo siguiente: “la tensión que existe entre estas formas de producción visual frente a otras más institucionalizadas (sean aquellas venidas estrictamente del campo del arte o del diseño gráfico actual)”.

En Cuenca en el año 2011 se destaca el siguiente estudio “RECOPILOCIÓN VISUAL GRÁFICA POPULAR DE LA CIUDAD DE CUENCA”, con el objetivo de “Investigar elementos y técnicas de la comunicación gráfica popular local relevantes a través de registro gráfico y análisis semiótico. Para elaborar un producto editorial que muestre el desarrollo del valor gráfico urbano y que tanto de influencia tiene en el diseño actual”. Realizado por: Pedro José Molina Ríos, en conclusión, redacta lo siguiente: “lo que se desea expresar es el cambio que ha surgido anteriormente en las gráficas populares”.

En Guayaquil en el año 2011 se encontró otra investigación sobre “GRÁFICA POPULAR GUAYAQUILEÑA”, con el objetivo de “Rescatar la gráfica popular Guayaquileña, a través de un estudio de las mismas e implementándola en un diseño del medio editorial”. Los autores de esta investigación son: Andrea Brito Aguirre, Jacqueline Brito Aguirre, Andrés Landívar Ruiz, en la conclusión menciona lo siguiente: “gráfica popular, facilita su entendimiento como artefacto cultural”.

En Latinoamérica en el año 2010 se encontró el siguiente estudio realizado: “GRÁFICA POPULAR EN LA VEGA CENTRAL UNA APROXIMACIÓN DESDE LOS CREADORES Y LOCATARIOS”, con el objetivo de “Examinar el proceso de construcción de los letreros de los locales comerciales de la Vega

central, y caracterizar las valoraciones e ideas que asocian a ellos los actores involucrados en su elaboración”. El autor Nidia Hip Herrera quien redacta como conclusión “considerando la gráfica como “mensaje”, cuestión que requería tomar en cuenta, a un cliente a quien se dirigiría la información”.

Estos estudios, se han tomado como base fundamental para continuar con la investigación del proyecto, donde se tomará como referencia algunos aspectos a considerar.

7.2. Aproximación al diseño una catalogación de la gráfica popular mediante la fotografía y el diseño editorial.

7.2.1. Diseño Editorial

El diseño editorial es una composición armónica maquetada de una serie de elementos gráficos. Permite la difusión de información de una manera clara y efectiva. Caldwell C. y Zappaterra Y. Expresan que, “Un editorial es un artículo que expresa la opinión de un editor sobre cuestiones que entrañan un interés especial en un momento particular” p. 7. De esta manera, la información, mensaje e imágenes se transmiten mediante el contenido plasmado en un diseño editorial al público receptor que se encuentra dirigido el trabajo de maquetación.

Ghinaglia (2009)

“El diseño editorial incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación”. (p.26)

El diseño editorial proporciona varias alternativas para maquetación entre ellos tenemos libros, revistas, carteles, postales, instructivos, manuales y catálogos. Tomando en cuenta que los catálogos impresos nos brindan la posibilidad para

elaborar una maquetación única y diferente al resto, ya que permite presentar el producto directamente al consumidor del producto gráfico.

Un catálogo es un documento que sintetiza, organiza y difunde información. Se caracteriza por su facilidad de lectura y organización de elementos. De esta manera Peña (2013), afirma que “un catálogo debe localizar y registrar los bienes para luego documentarlos y analizar su valor patrimonial”. (p. 23). Al ser un documento que registra, permite la protección de la información para su difusión y permanencia en un tiempo determinado.

José, (2002), afirma:

Es una forma de publicidad muy utilizada, por no tener ciertas limitaciones más que la propia inversión que se quiera realizar en la edición de este, y por ser un soporte inmejorable para la presentación de productos: la calidad del papel, la posibilidad de utilizar muchas imágenes y extenderlos en los textos nos puede permitir crear un producto verdaderamente atractivo, un escaparate sobre papel que despierte el interés y la atención de nuestro público objetivo. (p. 80)

7.2.2. El proceso de catalogación

Para llegar a un proceso de catalogación en urbanismo, el autor Peña (2013), propone tres fases para producción y elaboración de un catálogo: fase previa, de campo y gabinete. Sin embargo, consideramos oportuno acercar estas fases que si bien provienen de otro campo se las puede adaptar al diseño gráfico de un catálogo fotográfico de gráfica popular. (p. 28)

1. **Fase previa**, es el proceso de documentación de la información, en esta etapa Peña (2013) propone, “Buscar inventarios y registros existentes que puedan afectar a nuestra área de trabajo”. (p. 28). Para ello en esta fase es necesario rastrear inventarios de la gráfica popular existente.
2. **Fase de campo**, según el autor esta fase es fundamental para recopilar datos fotográficos que permitan describir y localizar elementos informativos.
3. **Fase de gabinete**, “Consiste en la documentación de distintos bienes reconocidos, para generar información sobre el elemento”, para determinar la intensidad de su valor.

7.2.3. La Diagramación del Catálogo

En el diseño editorial comprende la diagramación de diarios periódicos, revistas, libros, folletos entre otros productos gráficos que conllevan la maquetación. Está permite organizar contenidos escritos, imágenes y tipografía, además, mediante un proceso creativo que involucra la etapa del bocetaje y actualmente su digitalización por medio de un software especializado.

Cabalceta Román, (2007) dice que la diagramación “Consiste en tratar de equilibrar elementos a través de las páginas; organizar las masas de texto, las ilustraciones, los espacios en blanco, los títulos y las fotografías, procurando encontrar la armonía de las partes con el todo”. (p. 3)

7.2.4. Aspectos importantes para la elaboración de catálogos:

El color es importante para realizar cualquier tipo de pieza editorial, además, nos da emoción de acuerdo con el color que se utilice dependiendo la temática.

Cabalceta Román, (2007) Expresa que “La estética del color en el diseño, cuando es factible su aplicación dado a los costos que implica, facilita la atracción e interés del usuario por el documento. Sin embargo, un mal uso del mismo puede volver nuestro documento en un verdadero caos visual.” (p. 9)

La tipografía es otro aspecto indispensable en la diagramación de catálogos. Así de esta manera, Cabalceta Román, (2007) comenta que “Todas las familias tipográficas que usamos a diario y que se encuentran en nuestras computadoras, nacieron del tipo Romano Clásico. Fueron mejoradas durante el reinado del emperador Trajano, a fines del siglo I, y cuyos caracteres son apreciables en la columna dirigida en su honor en Roma”. (p. 7)

7.3. Fotografía documental

La fotografía es un medio de información, se considera como arte o técnica de obtener imágenes duraderas, son imágenes con un concepto propio, por medio de ellas se comunica e interpreta un mensaje. Es fácil observar el contenido de una fotografía antes que leer textos completos de información.

Una foto puede perdurar la realidad en un solo instante, desde la época de la guerra mundial los fotógrafos registraron como una documentación las fotos, de esa manera capturar aquellos instantes terminantes, la fotografía como tal es un medio de información, se considera como arte o técnica de obtener imágenes duraderas con el fin de recopilar recuerdos de los hechos más significativos, las fotografías son imágenes con conceptos propios, por medio de ellas se comunica e interpreta un mensaje a través del sentido visual, ya que es muy fácil descifrar.

La fotografía documental desde muchos años atrás viene ser como un archivo histórico que recolecta los hechos reales, puesto que todo material fotográfico, llega ser un documento que será útil para una revisión visual de los hechos ocurridos anteriormente.

Flusser (1990)

Las fotografías son todas las imágenes que significan conceptos contenidos en algún programa, y tienen la intención de programar una conducta mágica de la sociedad. Esto no es, por supuesto, que las fotografías significan para el simple observador. Este considera que las fotografías significan situaciones que han sido impresas automáticamente sobre superficies; que son situaciones que de algún modo provienen del mundo "exterior". (p. 39).

A través de varias historias el ser humano ha registrado las actividades con imágenes que son importantes para tener como referencias, sin embargo, días tras días tiende ser importante las fotografías documentadas, son como un documento escrito, pero con más información como dice, Susan Sontag (2006). "Las fotografías no solo evidencia lo que hay allí sino lo que el individuo ve, no son solo un registro sino una evidencia del mundo". (p. 130).

Es decir que la fotografía documental es evidencia mundial para que todos puedan tener acceso a la documentación de forma fácil y rápida así, tomar en cuenta cuando se lo necesita para realizar alguna investigación sobre el caso que esté relacionado con las fotos.

7.3.1. Propósito de la fotografía documental

Si alcanzamos a opinar sobre fotografía documental es muy simple, los fotógrafos determinan como se ve la imagen en base de los propósitos y cualidades de las mismas, la imagen digital tiende a ser documentada, sin embargo, antes de guardarla debe ser procesada y editada para así mostrarla al público a quien va dirigida.

Meyer (2000) dice, “Los propósitos de un fotógrafo documental son registrar algunos aspectos de la realidad, produciendo una representación de lo que el fotógrafo vio, y que pretende representar aquella realidad en la manera más objetiva posible”. (p.1). En fin, la fotografía tiene un propósito específico y principal, que son mostrar la realidad de los hechos ocurridos en aquel momento, que servirá al futuro como una documentación para el análisis de la situación en aquellos tiempos.

7.3.2. Función de la fotografía documental

Unas de las principales funciones es informar lo que contiene la foto, para así poder estudiar a profundidad lo que se quiere mostrar, es decir el mensaje y a quién está dirigido, Según Guevara, L. E. (2006) dice que: “La principal función de la fotografía documental es informar y educar. (...) el sujeto y el contenido de la fotografía son reales, pero la forma en que son presentados es artística”. (p. 1).

(Feininger,1977).

Por desgracia, dado que los temas son generalmente conocidos, y debido a que las fotografías carecen de dos de las más importantes características del tema que son la tridimensionalidad y el movimiento, así como el color, ausente de las fotografías en blanco y negro, se hace evidente que en la fotografía documental-ilustrativa el planteamiento objetivo, que tan indispensable es en las fotografías reproductoras-utilitarias, hace que las imágenes obtenidas resulten apagadas y carentes de interés. Esta falta de interés, que es inherente a la mayoría de los sujetos y a las formas usuales de representación fotográfica, debe ser sustituida por un planteamiento creador, realista y excepcional en lo que respecta al tema y por una forma de presentación que sea interesante desde el punto de vista gráfico. (p.56).

Las fotografías deben ser realmente atractivas y funcionales para llamar la atención al público en general, además deben estar bien capturadas y en un ángulo adecuado según la orientación y la posición de la gráfica, con una buena cámara fotográfica que contenga la calidad de las mismas.

7.3.3. Cualidades de fotografía

Hay que seguir las reglas, pero también hay que darles un toque para que sean diferentes. Saber lo que se hace para crear una composición única y diferente para mostrar lo formal, informal, estético y equilibrio de una imagen y así provocar una reacción que llame la atención.

Freund & Elias (1993) dice que “Las cualidades de una buena fotografía son: fisonomía agradable, nitidez general, proporciones naturales, detalles en los oscuros, belleza. Desde ahí impone la condición de que la actitud esté en armonía con la edad, la estatura, los hábitos, las costumbres del individuo”. (p.10). La fotografía en el catálogo tendrá sus propias cualidades, acordes al tema del estudio, el encuadre de estas varía según los rótulos comerciales.

7.3.4. Fotografía, expresión artística

La fotografía es considerada expresión artística, va más allá de la realidad, transmite un mensaje y un sentimiento, además, una fotografía no se comunica sola lo hace por medio del ojo que la mira. Nos brinda infinitas formas de preservarlas, guardando los archivos y no solo en la memoria, sino más bien, nos brinda la capacidad de plasmar una imagen en el recuerdo restaurable de lo físico el humor, sentimientos, deseos y creatividad del fotógrafo y de la imagen.

Las fotos artísticas no se toman, sino que se crean y dependen fundamentalmente de la creatividad del fotógrafo y de su modo de plasmarla en una imagen. Así salva las cosas preciosas y únicas del olvido para que no desaparezcan.

Freund & Elias (1993) “Entre las actuales tendencias, cabe distinguir dos grandes corrientes: los fotógrafos para quienes la imagen es un medio de expresar, a través

de sus propios sentimientos, las preocupaciones de nuestro tiempo. Para otros, es un medio de realizar sus aspiraciones artísticas personales”. (p.22)

Todas aquellas fotografías que transmiten un mensaje artístico visual son las que expresa un sentimiento propio, para que los rotulistas puedan seguir trabajando en el arte y mejorando su trabajo con las referencias obtenidas.

7.3.5. Técnica de Composición fotográfica

La composición, es determinada por la parte que desea mostrar se toma en cuenta el punto central que se desee captar en la imagen.

Simplificar. - La simplicidad comunica de forma más eficaz, llama la atención y además es fácil de organizar y obtener una composición de calidad. Entre las técnicas que se pueden utilizar para obtener una imagen simplificada son, encuadre de cámara, enfoque selectivo, iluminación y cromática.

Punto de vista. - Cuando se fija la mirada de diferente punto de vista, cambia la percepción e interpretación de una imagen con tan solo cambiar la ubicación del fotógrafo.

La escala. - El tamaño ofrece muchas oportunidades para los fotógrafos, se puede obtener aspectos extremos o reducirlos.

7.3.6. Técnica de iluminación

La iluminación es muy importante para la fotografía, del mismo modo para la realización de las gráficas comerciales se tomará en cuenta la luz natural que es primordial para la calidad de la misma.

según Bustos menciona que:

La luz natural es aquella que proviene del mismo sol y es influida en su paso por la atmósfera terrestre, además dependiendo de la hora del día puede dar diferentes matices en intensidad, dirección, dureza y color, lo que significa que una luz apta para determinado trabajo pueda tener una corta duración debido a la rotación de

la tierra. Una ventaja de la luz natural es que permite hacer tomas fotográficas en exteriores y puede ser complemento a la luz artificial. (p. 2).

7.4. Gráfica Popular Comercial

7.4.1. La Comunicación Gráfica

La comunicación es un factor de interacción mediante símbolos gráficos o imágenes, además de permitir la expansión de un mensaje y persuadir con información a todos quienes sean partícipes de la información gráfica plasmada. En base a varios autores que toman a la comunicación gráfica como un proceso que nos brinda la posibilidad de mostrar un mensaje mediante el uso de imágenes, ilustraciones, símbolos, iconos, y que a la vez se encuentran plasmadas sobre superficies planas o en diferentes soportes. Sin embargo, no solamente las que son denominadas imágenes visuales pueden estar en superficies o soportes, más bien contempla todo lo que se puede ver, tomando en cuenta que existen imagen que pueden ser totalmente intencionales de acuerdo con su creación u ocasionales simplemente por persuasión.

La comunicación visual se asemeja a un proceso para transmitir por medio del uso de códigos que permitan la comunicación. Es decir, existe comunicación visual con el simple hecho de observar todo lo que nos rodea, así, como texturas, formas o composiciones artísticas o naturales. Actualmente la comunicación gráfica es un elemento gráfico fundamental en la existencia cultural, económica e incluso política. Mediante el comunicador gráfico combina la creación creativa con la comunicación para que el mensaje sea estético, dominando el contenido. Según, Baldwin, Roberts, & Casals, (2007). Expresa que, la comunicación visual la podemos encontrar en todos lados y añade que ya es parte de nuestra cultura.

7.4.2. La gráfica como patrimonio cultural

La cultura ha contribuido a través del tiempo con nuevas formas de diseño, las gráficas se han desarrollado dependiendo de la necesidad, además que existen indicios de gráficas creadas rudimentariamente y utilizando elementos naturales

para comunicar. De esta manera Chaves & Sánchez, (2001), en su artículo “El patrimonio gráfico y su recuperación” expresa que, “La producción gráfica ocupa un lugar privilegiado en el corazón mismo de la cultura. Además, esas manifestaciones se constituyen como instrumentos que permiten la transmisión de mensajes, es considerada la primera expresión no oral del lenguaje: hay culturas que no escriben, transmiten; pero no hay ninguna que carezca de algún medio, siquiera rudimentario, de expresión gráfica”. (p.3). Al ser una expresión cultural, tiene a ser llamativo por su creatividad y mediante la composición y ubicación de la gráfica será producida a medida de ser popular.

7.4.3. Cultura Popular

La cultura popular está delimitada por los gustos artísticos, gestos o actividades cotidianas en determinados lugares que son notorios de acuerdo con la ocasión, espacio y tiempo de una cultura. La identidad cultural de los pueblos se encuentra en la cultura popular. La comprensión de estas manifestaciones contribuye a esclarecer de manera creciente los fundamentos de lo que somos, de nuestra razón de ser y proyección al futuro.

7.4.4. Gráfica Popular

Los trabajos gráficos que en la cultura popular se denotan como gusto y tradición popular en un lugar determinado, buscar transmitir un mensaje mediante el uso de gráficos, símbolos y combinaciones pintadas de manera tradicional o manual. Las piezas gráficas populares normalmente no tienen norma, a más de la estética y buen gusto del rotulador popular que hace de cada pieza única y relevante para que sea funcional y comunique un servicio o producto de los locales comerciales o de servicios.

Checa-Artasu (2008) Menciona que, “la gráfica popular “al conjunto de elementos gráficos, imágenes, letras que de forma más o menos ordenada, usando las paredes, fachadas, bardas, vallas y otros recursos murales, sirven para comunicar diversas informaciones vinculadas al devenir de la vida cotidiana”. (p. 2). De esta manera está plasmada en varios sectores desde la antigüedad, este tipo de publicidad que

no proviene de un estudio de diseño o mucho menos de agencias publicitarias, sino más bien de la creatividad de pintores que se encuentran por las calles o buscan un sustento de vida mediante esta fuente de trabajo rica en iniciativa e impulso. Rotuladores populares que plasman imágenes y textos mediante expresiones y formas de representación diferentes en cada ocasión.

7.4.5. Gráfica Popular Comercial

La gráfica se ha transformado en una forma de mostrar un mensaje de una manera efectiva, tomando en cuenta varios aspectos que comuniquen, al definirlo como popular la Real Academia de lengua como “Que es estimado o, al menos, conocido por el público en general.” O Perteneiente o relativo al pueblo. Por ser de carácter comercial usa recursos como paredes, fachadas o recursos murales comerciales, en ocasiones incluso se realizan rótulos políticos o de campañas de instituciones, en algunos lugares incluso se promociona eventos barriales, culturales, deportivos y musicales.

Estéticamente, nos ofrece la gráfica popular comercial un sin números de dibujos animados, comics, figuras humanas, dibujos de animales que se vende en el lugar que se encuentre plasmado el rótulo, comida, bebidas, platos típicos, maquinarias o herramientas en el caso de ofrecer servicios de suelda, automotriz, electrónico o más.

7.4.6. Características formales de la gráfica popular

La característica de la gráfica popular es importante ya que, no sigue reglas, además, la pieza gráfica trata de mostrar principios y métodos, sin embargo, su composición no sigue un orden jerárquico, a pesar, tiene el fin de comunicar ampliamente y dar la impresión tradicional en el lugar.

Según Checa-Artasu (2008), “La gráfica popular asume todo tipo de contenidos y sirve para todo tipo de situaciones donde se haga necesario comunicar alguna cosa. (La casuística....), de que todo sirve y todo vale. Sin duda alguna, a esto ayuda, la falta de reglamentaciones sobre el paisaje urbano en bastantes ciudades de México”.

(p. 8), todo ello complica el hecho de establecer una clasificación, siendo su fin comunicar y persuadir.

8. PREGUNTA CIENTÍFICA

¿De qué manera el Diseño Gráfico puede aportar en el registro de la cultura gráfica de los comercios de los cantones de Salcedo y Pujilí?

Mediante el diseño de un catálogo que registre y analice fotográficamente los rótulos de la gráfica popular comercial de los cantones de Salcedo y Pujilí

9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

9.1. Tipos de investigación

9.1.1. Investigación bibliográfica

Para la fundamentación técnico-científica especialmente al inicio del proyecto de investigación se emprendió un análisis de la bibliografía relativa al tema de estudio. Se elaboró un fichero de las principales referencias, posteriormente se estudió a mayor profundidad los autores de la Peña, Cabalceta, Susan Sontang, Meyer, Flusser y Checa-Artasu que, fueron los que guiaron en mayor medida el proyecto. La investigación documental, se caracteriza por la utilización de documentos; recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes; ya que, utiliza los procedimientos lógicos y mentales de toda investigación; análisis, síntesis, deducción, inducción, etc.

9.1.2. Investigación descriptiva

La gráfica popular de los carteles comerciales se debe realizar la descripción de los mismos, tomando en cuenta que cada pieza es diferente, en cuanto a composiciones que determinan características especiales. Es así, que la investigación descriptiva mediante la observación de dichas piezas permite obtener datos de la composición gráfica. Además, tomando en cuenta que el estudio de la gráfica nos abre caminos a su estudio. Utilizando nuestros propios recursos gráficos, se elaboraron fichas de

observación y descripción de acuerdo a los requerimientos de información de todas las piezas gráficas.

9.2. Metodología y técnicas

Al momento de buscar soluciones creativas para el diseño de nuevos productos comunicacionales, se debe partir desde varios enfoques uno de ellos es buscar la solución adecuada para que el nuevo producto sea ágil, comprensivo y único y además hacer que sea útil y práctico para el grupo objetivo al que va dirigido. De esta manera la Metodología de Pensamiento de Diseño junto con el mapeo y las técnicas fotográficas y de análisis del lenguaje visual ayudaron a orientar camino para llegar a la propuesta para el diseño del catálogo de la gráfica popular. Las técnicas de la entrevista ayudaron a la recopilación de datos referentes a los rótulo y comercios varios. Así como también la realización de entrevistas a los rotuladores, fortalecen el conocimiento del oficio y la revalorización de la rotulación popular.

9.2.1. Técnica para el análisis de las gráficas

El proyecto de la gráfica popular comercial es interpretativo, desarrolla un análisis crítico y establece la explicación sintetizada y técnica del estudio de las piezas gráficas de los carteles comerciales de los cantones Salcedo y Pujilí, además, la descripción y comprensión de los elementos gráficos de las mismas.

Las piezas fueron observadas in situ, y con una ficha descriptiva de los elementos mencionados en el párrafo anterior. Dicha observación se realizó teniendo contacto directo con las piezas gráficas debido a la posibilidad de disponer de un acceso permitiera una inspección más minuciosa, considerando a la vez, también, las limitaciones de tiempo y recursos. De este modo, las anotaciones de las características físicas como material de soporte, texturas, dimensiones y colores son más bien estimaciones aproximadas de lo que se puede observar a distancia cercana.

Para recolectar aspectos necesarios de diseño, la investigación ha incluido una propuesta de análisis basada en la comprensión, 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.

9.2.2. Del análisis a la comprensión

El estudio del mensaje de cada cartel comercial es indispensable para conocer sobre los factores que se encuentran en cada una de las partes de la composición de un rótulo comercial.

Una propuesta para llegar al mensaje

Primer paso: Clasificación del producto visual. Tomando aspectos para clasificación como: según las características físicas del soporte y, después, según su función o funciones.

Segundo paso: estudio del contenido de un producto visual. Clasificada la representación visual, se pasa al estudio del contenido que realizaremos en dos etapas, el análisis pre-iconográfico y el análisis iconográfico.

Tercer paso: estudio del contexto. Es importante el estudio del contexto de esta manera, tomando en cuenta elemento como quién y para qué la creó, cuándo y dónde creó la imagen de esta manera determinar y comprender su significado

Acaso, (2009) Propone que en este estudio se realice en tres partes: el contexto del emisor del mensaje visual, el lugar, y el momento de creación o consumo.

Cuarto paso: enunciación. Una vez determinado todos los elementos narrativos y de lenguaje visual, los relacionamos para llegar al significado final del mensaje. Es decir, se unen todos los elementos y adquieren un significado uniforme de todos los elementos estudiados en una sola estructura.

Todas las características obtenidas del estudio se resumieron mediante el uso de fichas con distribución formal de los elementos que componen un cartel de gráfica popular.

9.2.3. Técnica de la entrevista

Parte de la investigación se realizó desde un enfoque cualitativo. Específicamente permitió obtener información asociada a la experiencia y percepción subjetiva de los actores involucrados en el proceso de la gráfica popular, y a la interpretación de los rótulos, la información recabada se emplea para la definición del proyecto de creación de catálogo y para la redacción de textos que acompañara a las imágenes en el mismo. La técnica de la entrevista permitió acercarnos de mejor forma y de manera más profunda a la relación que existe entre los sujetos involucrados como rotulistas y dueños de locales comerciales, en nuestro estudio, así como para recabar datos para el análisis visual de las gráficas. Se presenta como una aproximación pertinente al entendimiento de los modos en que los actores involucrados perciben, describen y conceptualizan su experiencia relacionada a la gráfica de rótulos; afectando a las formas o características de las piezas gráficas resultantes.

9.2.4. Registro de gráficas en los cantones de Salcedo y Pujilí

El objeto de estudio de la investigación de gráfica popular son los carteles comerciales elaborados por artesanos, que a la vez es considerada como popular, además, mediante un mapeo de los lugares de estudio, se recopiló fotografías de las piezas de los rótulos comerciales, permitiendo así, la ubicación para el análisis de fachadas y elementos gráficos. Para la delimitación del alcance del proyecto se consideró el registro de las calles, Panamericana, García Moreno, Jaime Mata Yerovi, Olmedo, 24 de Mayo, Sucre y Vicente León, perteneciente a la parroquia San Miguel del cantón Salcedo, a esto se le añade las calles, Avenida Velasco Ibarra, Abdón Calderón, Gabriel Álvarez, Pichincha, Antonio José de Sucre, José Joaquín de Olmedo, Vicente Rocafuerte, Juan Salinas, José Merizalde y Rafael Morales pertenecientes a la parroquia Matriz del cantón Pujilí.

9.3. Métodos e instrumentos

9.3.1. Observación

Mediante la observación se tomó datos necesarios para poder proporcionar información mediante el fichaje. Datos como el soporte, la ubicación del cartel, la forma, el contenido de cada uno de los carteles comerciales (si obtienen imágenes, letras o colores), además del soporte que es importante y en él también las dimensiones y estructura. Para poder evidenciar la información en las fichas elaboradas para este proyecto.

9.3.2. Entrevista

Entre las técnicas de recolección de información, se ha incluido el uso de información mediante entrevistas. Esta técnica nos permite indagar en los actores directos de creación y diseño de los carteles de manera interactiva, además que nos permite obtener la información necesaria para contextualizar las imágenes en el catálogo, de acuerdo con los datos obtenidos.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

10.1 Entrevista a los comerciantes

Se intentó entrevistar brevemente a todos los comerciantes del lugar (falta identificar claramente el lugar del estudio) para obtener datos acerca del rótulo de su local para incluirlos en las fichas de registro y análisis. En resumen, en el cantón Salcedo, en las calles que se tomaron en cuenta para la recopilación de las piezas gráficas, todas las personas nos facilitaron la toma fotográfica de los mismos, a excepción de una persona. Sin embargo, había personas que estaban ocupadas atendiendo el negocio quienes facilitaron la información de manera muy breve, por ese motivo.

En cambio, en comparación con las entrevistas efectuadas en el cantón Pujilí, consideramos que fueron menos las personas quienes facilitaron las tomas fotografías, y algunas incluso no permitieron dar mayores datos de su rótulo. Al

momento de acercarnos a estos últimos para la recopilación de los datos generales del rótulo, mencionaron que ellos piensan que podemos perjudicar al negocio, de tal modo que se obtuvo menos permisos para registrar las gráficas del cantón Pujilí. Por otro lado, en el siguiente apartado se detalla 6 de las entrevistas que se escogieron de todas por la conversación más fluida que se produjo, al momento de pedirles información general acerca de sus gráficas. De las cuales 3 corresponden comerciantes del cantón Pujilí y 3 corresponden al cantón Salcedo.

Tabla 3: Datos personales de los comerciantes

Nombre	Rótulos	Ocupación	Lugar de entrevista
Marcelo Valarezo		Propietario: Heladería Ivonndy	Salcedo
Mirian Saavedra		Propietaria: Viveres	Salcedo
Piedad Tapia		Propietaria: Heladería delicious	Salcedo
Manuel Pozo		Propietario: Tienda	Pujilí

Alicia Amores		Propietaria: Mecánica León	Pujilí
Ing. Diego Olmos		Propietario: Cerámica Olmos	Pujilí

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Tabla 4: Hace cuánto tiempo tiene su rótulo

Informante	Respuesta
Marcelo Valarezo	Hace una semana
Mirian Saavedra	40 años, pero Si lo remodelamos últimamente hace cinco años fue remodelado.
Piedad Tapia	Bueno, yo sé hacer pintar, cada tres o cuatro años le pinto
Manuel Pozo	6 meses
Alicia Amores	El 26 de mayo cumple 30 años
Ing. Diego Olmos	Unos 15 años, y el otro 8 año

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: En esta pregunta 4 de los 6 entrevistados manifiestan que sus rótulos son de hace varios años atrás y los conservan como publicidad del local. Por otro lado, los entrevistados comentan que remodelan sus rótulos cada cierto año, para aclarar la pintura y que sea visible. Nosotras como investigadoras hemos observado que los rótulos comerciales son antiguos, sin embargo, se puede apreciar que en algunos casos sus gráficos conservan su nitidez, por el retoque realizado. Y algunos de estos fueron realizados hace poco tiempo, es así como la mayoría de los rótulos son visibles a pesar de su antigüedad.

Tabla 5. Quién pintó su rótulo y cuál fue el costo

Informante	Respuesta
Marcelo Valarezo	Mi primo él estudió Diseño Gráfico en la universidad en Cotopaxi eso y muchísimas cosas más se llama Israel Valarezo.
Mirian Saavedra	Maestros de aquí mismo del sector, no sé.
Piedad Tapia	Uno de Quito él es pintor, ni me acuerdo unos mil dólares con todo mano de obra y todo, es que es pintura de agua, pero de la fina lavable, por ejemplo, ahí se mancha yo le cojo estopa con jabón se limpia es como es esmalte.
Manuel Pozo	Estudia Diseño Gráfico en la UTC es un joven no sé el nombre la verdad me presentaron un día le pedí que venga a pintar y nunca más le vi, me cobro 20 dólares dijo 20 es el metro y es metro.
Alicia Amores	Mandamos hacer en Latacunga.
Ing. Diego Olmos	Pintó mi papá.

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: Existen varias versiones de quienes pintaron el rótulo, algunas gráficas son pintadas por rotulistas del mismo cantón, otros los mandan hacer afueras de las ciudades, también existen pintados por estudiantes uno de ellos estudiante de la carrera de diseño gráfico y el otro se desconoce, además existen rótulos que son pintados por los mismo dueños del local todas estas personas tienen sus habilidades en las manos, también se toma en cuenta que una de las entrevistas nos manifiesta que en algunos sitios los pintan la casa del producto que ellos distribuyen el lugar, y no les cuesta nada por el simple hecho que ellos comercializar las mercaderías de las mismas.

Se presume que la mayor parte realizan este tipo de gráfica por la economía de su producción, se considera que los rótulos manuales pueden ser de precios bajos, dependiendo el tamaño, el material y la persona que realiza el rótulo, puede ser un familiar, un vecino o amigo que cobra muy poco o no se cobra. ya que la mayoría

de los negocios son pequeños y buscan la manera de promocionar el negocio sin mayores gastos, aunque existen negocios que invierten un poco más incluso en la adecuación del local.

Tabla 6: Por qué prefirió pintar el rótulo a mano, y en ese soporte o fachada.

Informante	Respuesta
Marcelo Valarezo	Porque es original. Porque eso llama mucha atención, eso se hace manualmente.
Miriam Saavedra	Por la duración, porque los otros con el agua no más se van
Piedad Tapia	Para que sea presentable el local por dentro y fuera siempre hay que tener presentadito para un negocio. Porque a mí me 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.
Manuel Pozo	Por la identificación, por el tipo de casa que es no tiene mucho espacio, y como voy a poner gigantografías y eso no se le aprecia.
Alicia Amores	Porque es algo natural, y es que algo que uno se debe apreciar es el arte. Esto es mecánico de arte de fierros es un arte, entonces se prefiere el arte se da prioridad a los artesanos, y a las habilidades ¿no...? Porque es más llamativo, porque fue una de las primeras mecánicas de aquí del cantón y se ve desde la avenida, desde la entrada del estadio, es totalmente tiene una visibilidad completa.
Ing. Diego Olmos	Porque somos artesanos, es pintado en madera es en triple fue hecho sin tener ni tipografías nada.

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: según la entrevista analizada, los comerciantes prefieren tener un rótulo pintado a mano **por** la originalidad, por la durabilidad, por lo artesano,

porque así ellos pueden diferenciar de los demás de una manera patrimonial. Además, pintar en paredes es algo que les tiene presentable al negocio, y los clientes aprecian algo llamativo.

Desde nuestro punto de vista los comerciantes aprecian los realizado a mano tal vez por trayectoria del negocio, y porque dura más dependiendo del material que los pintores y los dueños ocupan para realizar la gráfica popular.

Tabla 7: Usted ha pensado en cambiar su rótulo a uno impreso, que le atrae del rótulo digital.

Informante	Respuesta
Marcelo Valarezo	Si tengo los dos, pero conservo porque es original
Mirian Saavedra	Si, porque las letras, los colores y algún diseño las nuevas formas.
Piedad Tapia	No, no porque en primer lugar son caros, en segundo lugar, el negocio ahora aquí en salcedo en este sector ya no vale porque el punto de venta se ha hecho en Panzaleo desde el desvió, desde ahí ha quedado por acá botado ya no tenemos los negocios como antes los productos, también se coge muy pocos porque antes cambian ahora ya no quieren cambiar entonces se coge poco lo que se va a vender no más.
Manuel Pozo	Si tengo dos rótulos en las ventanas tengo micro pulverizados
Alicia Amores	Jamás claro que estamos en otro siglo otras tecnologías, pero yo nunca he pensado cambiar.
Ing. Diego Olmos	También tengo rótulos modernos y están hechos en vinil.

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: Las respuestas obtenidas reflejan que en ocasiones también tiene rótulos digitales, pero hay personas que no piensan cambiar jamás, por el simple hecho que ellos empezaron con ese rótulo y para ella es algo que valora del negocio,

le recuerda sus inicios. Sin embargo, otros piensan con el tiempo tener un rótulo digital ya que ahí pueden poner imágenes, utilización de varios colores y diferentes tipos de letras.

En nuestra opinión la gráfica popular comercial es algo que la gente valora, ya que la baja economía no les permite obtenerlo los rótulos digitales, y la sociedad se encuentra en una situación baja de recursos económicos, y ellos prefieren economizar.

Tabla 8: Qué valor o significado tiene los elementos compositivos y el nombre en el rótulo.

Informante	Respuesta
Marcelo Valarezo	Porque este negocio es de mi prima y es su nombre solo es el aumento de la “y”.
Miriam Saavedra	El valor es de mi padre el ya cumplió 85 años y estamos remplazando ya los hijos. Pasamos ser ya como asesores de mi papá.
Piedad Tapia	Claro para distinguir de los demás negocios siempre hay que poner un nombre a cada negocio a cada heladería aquí siempre se pone el nombre, bueno mi hijo estudiaba en Quito el un día vino y dijo mami pongamos heladería delicios es bonito. Entonces, bueno ahí puso ese nombre desde que comencé tengo con ese nombre.
Manuel Pozo	Identificación de alimentos
Alicia Amores	Fue idea de mi esposo incluso justo como el apellido es León. La mecánica es león entonces en vez de la “o” le puso un dibujo de león una cara de un león ese es el logotipo.
Ing. Diego Olmos	Le mantenemos sobre todo porque fue hecho con un diseño de arcoíris nuestros clientes también nos ubica por eso. Y es un patrimonio nuestro como somos artesanos nos conocen ya por la obra.

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: Los entrevistados manifiestan, que el nombre de sus títulos es algo sentimental, algo legado que ellos recuerdan a esa persona especial, incluso nace de la opinión de los hijos y familiares para así poder distinguir de los demás negocios, las imágenes que se ve reflejado en aquellos rótulos como un patrimonio propio de los comerciantes, en realidad los comerciantes utilizan su nombre o apellido, porque desde que empezaron todos los clientes y amigos los conocen al negocios por el nombre del dueño y es algo natural que se empieza de esa manera.

Tabla 9: Considera usted importante el rótulo para el incremento de las ventas de su negocio.

Informante	Respuesta
Marcelo Valarezo	Eso sí ayuda muchísimo los que viene se toman fotos eso es original.
Mirian Saavedra	Claro si incrementa las ventas
Piedad Tapia	Claro La publicidad si se hace vender
Manuel Pozo	Eso sí, siempre la publicidad ayuda que la gente sepa lo que uno está ofreciendo no.
Alicia Amores	Si inclusive justo este 14 de octubre de este año, toda la vida hemos sacado, somos bien patriotas he sacamos la bandera por el día del cantón entonces ha pasado pues yo no he visto ha pasado un español ha pasado el turista por aquí y ha tomado un foto con la bandera del Ecuador y la foto del letrero digamos , y esta en las redes sociales a nivel mundial se digamos es algo bueno porque incluso me llaman mucho por teléfono porque es algo llamativo, yo le veo bastantes llamativo porque llama la atención a los turistas, porque vienen viernes o domingo y la mirada es al letrero.
Ing. Diego Olmos	Claro siempre como somos artesano y entonces los turistas nos ubica por el letrero que está en la puerta.

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: Los comerciantes manifiestan que el rótulo de su negocio ayuda a incrementar las ventas, incluso las grafica de mayor atracción los clientes se detienen a tomar fotos y de paso consumen los productos, por tal motivo los dueños del local lo ubican de una manera visibles donde puedan apreciar los clientes así ellos ven y saben dónde está, además, desde nuestro punto de vista las gráficas están pintados con colores llamativos, y puedan impactar visualmente a las personas.

10.2. Entrevista a los rotuladores

Es importante la opinión de los maestros en el arte de la pintura a mano, de tal modo se realizó las entrevistas a 3 rotulistas dos del cantón Salcedo y uno de Pujilí, son valiosas las respuestas obtenidas que son útiles para el proyecto planteado.

Tabla 10: Datos personales de los rotulistas.

Nombre	Ocupación	Edad	Años de experiencia	Lugar de entrevista
Rolando Heriberto Ramon Tiglla	Rotulista, Diseñador gráfico, especialista en 3D	31	11	Salcedo
Jorge Orlando Morocho	Rotulista	69	37	Salcedo
Manuel María Lozada Monje	Rotulista, Pintor, profesor de arte	98	20	Pujilí

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Tabla 11: Inicios en el oficio

Informante	Respuesta
<p>Rolando Heriberto Ramón Tiglla</p>	<p>Bueno yo en si no empecé este negocio este negocio es de mi papa él ya tiene varios años aquí trabajando yo desde que era pequeño la tenía este local el empezó con negocio una simple para haciendo publicidad todo eso antes lo que era solo a mano, en cambio ahora se va ampliando, se va uniendo nuevas cosas con lo que impresiones digitales impresiones en altas gamas de resolución todas esas cosas, desde que salí del colegio ya pasaba aquí y me gusto eso por eso decidí estudiar eso bueno incluso ahora ya me alejado poco por lo que dedico otra rama hacer otras cosas ahora en esto solo está mi papá y mi hermano más se dedican a eso.</p>
<p>Jorge Orlando Morocho</p>	<p>Bueno yo mi trabajo casi venía practicando porque me gustaba el dibujo desde que era muy pequeño, solamente mi educación es de tercer grado, culmine mis estudios cuando hubo esa programación que podía uno culminar hasta el sexto grado en la escuela nocturna ahí pude acabar mis estudios. Para mí es un poquito como una anécdota yo trabajo aparte en trabajos muy distintos, era llantero y trabajaba también por la costa así, lo que pasa es que tuve un accidente, falleció mi hijo y algunos familiares seguidos y después de eso tuve el accidente de la mano, en donde yo trabajaba, me cogió una máquina y me abandono y me dejo en el hospital, y no más se volvió el señor. Luego de unos dos meses vino el señor a como visitarme, me solicito los recibos de todos los gastos de cuando yo estuve hospitalizado de todos los gasto que tuve y el señor que es lo que hizo me vino me cogió y me rompió</p>

	<p> toditos los recibos de la cantidad de dinero que tenía yo gastado y de ahí me manifestó “cóbrame si me puedes”, después de eso tuve que vender lo que tenía y lo que no tenía, quiero agradecer infinitamente pues a mi esposa que fue el pilar fundamental cuando estuve en esos hechos de dolor. </p> <p> Me iba yo solicitaba trabajo por todo lugar por todas partes, pero siempre me cerraban las puertas, me veían la mano y me decían no, porque usted no me responde. </p> <p> Bueno yo aprendí el trabajo, haciendo afiche para identificación de las casas, comencé en acrílico, en acero inoxidable, en tol y así poco a poco me fui surgiendo. </p> <p> Empecé también cuando un señor me dijo ¿usted hace rótulos? Y yo sin saber ni leer ni escribir le dije si si si hago, entonces me dijo deme haciendo un rotulito y yo ni por idea, ahí si entonces le dije a mi señora tengo que hacer un rotulo y ahora como hago. </p> <p> Me fui donde un maestro y le solicite que me dé haciendo un marquito. Las letras bueno me salieron, bueno para mí parecía que estaban mal hechas, pero para el señor digo que maestro está muy bonito y me agradeció y para mí fue una ilusión por primera vez ahí nación y poco a poco me fui especializando aprendiendo un poco más y perfeccionándome más. Así era ya el único en el cantón Salcedo. </p>
Manuel María Lozada Monje	<p> Desde los 13 años realizó hasta los 18 años de ahí me hice chofer luego no me gusto ser chofer me gustaba dibujar y regrese a la pintura, siempre me gustó el dibujo o pintura, mi padre y mi tío le gustaba la pintura, pero no me enseñaron solo mirando lo que pintaba aprendí y la práctica, unos 20 </p>

	años llevo este oficio, también amplió fotos quiere que lo indique me da una copio de la fotografía y le amplió, también realizo cuadros a oleo.
--	--

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: los entrevistados manifiestan, que ellos empezaron por una intuición propia de ellos y porque les gustaba pintar, uno de ellos comenta que aprendió de su papa, y desde que salió del colegio el practica el oficio , por tal razón fue a estudiar diseño gráfico para poder así ayudar a su papá a perfeccionar el trabajo y a implementar nuevas tecnologías para el negocio, sin embargo los dos rotulistas tuvieron que aprender por sí mismo el oficio, además uno de ellos es discapacitados, a pesar de ello ha seguido adelante, cuando empezó él no tenía ni idea de cómo hacer un rotulo, sin embargo, hizo uno, y el cliente le ha felicitado y fue desde entonces que tuvo ánimos para seguir realizando el trabajo y así poco a poco perfeccionando el mismo, además su esposa fue el pilar fundamental para que el siguiera con ese oficio.

En nuestra opinión nos damos cuenta de que los rotulistas son personas que han sufrido mucho, sin embargo, ellos han salido adelante, demostrando sus habilidades que tienen en las manos, ellos llevan realizando varios años este tipo de trabajo, a pesar de que ha implementado la tecnología ellos prefieren seguir rotulando porque los clientes prefieren por la durabilidad de este.

Tabla 12: Proceso de trabajo e Inspiración para el trabajo

Informante	Respuesta
Rolando Heriberto Ramón Tiglla	En si los trabajos casi la mayor parte son dependiendo al gusto del cliente, creo que la mayor del trabajo no es necesario hacer un estudio se podríamos decir para realizar boceto lo único que ellos vienes quiero así y se hace más al gusto de ellos, como son marcas reconocidas tenga que hacer uno o tres pospuesta y escoja una de ellas, entonces no es tan complicado eso, bueno la tipografía en si ellos buscan que sea clara nítida

	<p>para que llame más la atención entonces no es previo un estudio, eso también depende ya el gusto de los clientes porque hay algunos que desean en lo que es todavía el tol pero ahí ya se le va mezclando con lo que es ya a lesivos cortes en plotter para que salga el rótulo más bien, y otros solo desean impresos y ya es solo digitalizado y ya no es necesario ocupar otras cosas, en tol es más común , eso es igual ocupamos para que aguante más se da primeramente un fondo que es adecuado para el metal y de ahí si pintura ya bueno nosotros ya trabajamos con materiales sintético que es de mejor calidad que el esmalte común, si eso si hacemos todo mediante plantillas porque se garantiza más el trabajo ya que como tenemos igual plotter para rayado entonces todas la letras sacamos lo que es vectorizado y lo que cortamos es a mano en cuanto son las plantillas, y cuando es a lesivo si directo sale de plotter de corte y se le pega.</p>
<p>Jorge Orlando Morocho</p>	<p>En ese tiempo yo lo que utilizaba solamente pintura, sintética, acrílico, lacas, así, los trabajos los hacían también en acrílico y alto relieve. Trabajo también letras en bloque y en acero inoxidable. Hago letras en espuma flex y en metal. Hago de pintar los cajones de los carros, aprendí a pintar y salgo a trabajar afuera a domicilio a donde me solicitan.</p> <p>El mejor material es el tol por lo que dura, cuando el trabajo es grande he hecho plantillas hasta de diez metros hasta unos dos metros de ancho o lago lo que sea, pero todo esto hecho lo echó mano antes de que haiga todo esto de la computadora y todo por imaginación mía. Ahora viendo en la computadora yo he sabido hacer el mismo tipo de letras que ya ha habido en la computadora. A hora ya ha de ser de unos cuatro a cinco años que ya vengo haciendo este tipo de trabajos a</p>

	computadora.
Manuel María Lozada Monje	Las pinturas a oleo, pero es carísimas esa pintura, se necesita mucha experiencia, se pone fondo, después se le hace diseño en un papel a veces cuando es difícil ya le indico este caballo se va para la mana, esto le calco y de ahí se pone el paisaje. Las técnicas son manuales pintura y soplete, y estampada se pone unos sablones una tela malla y se hace cala más o menos como eso y ya queda estampado las fotos también les quedo viendo y ya les dibujo, le ocupó la pluma para algunos es desconocido y no lo conoce es una pluma de lata es quieren ver eso, con eso realizó una caratula a también hago tatuajes, en tol se utiliza la pintura sintética primero se pone primero fondo al aceite fondo previo luego fondo laca y de ahí se manda la pintura sintética el color que sea, ya para madera ya es fácil solo se utiliza el sintético esmalte

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: cada uno de los rotulistas tiene sus propios procesos de trabajo, en lo que se concierne a uno de ellos manifiesta, que no necesita hacer proceso porque no son marcar grandes para hacer proceso o estudio y simplemente se realiza directamente al soporte donde el cliente lo prefiera. desde nuestro punto de vista cada rotulista utiliza diferentes opiniones al diseño y a los materiales que ellos ocupan, pero el material más utilizados es el tol por la durabilidad del a la pintura y porque se puede volver retocar la pintura.

Tabla 13: Trabajos realizados

Informante	Respuesta
Rolando Heriberto Ramón Tiglla	Eso si no se podría decir por lo que no todos los trabajos son lo mismo, pero creo que los rótulos cuando son que tocan mezclar ahí con a lesivos todo eso, esos son que más se demora porque son de pintura simplemente se realiza la

	<p>plantilla y se le hace pasar con el soplete dependiendo de los colores que se desee hacer es más fácil.</p> <p>Creo que experiencia mala es cuando se nos gotea la pintura nos arruga los a lesivo, toca estar pendiente de que los trabajos nos salgan bien, entonces nos daña la pintura nos tocó otra vez volver a empezar desde cero eso es lo más complicado a veces así pese que se está en computadora las faltas de ortografías también siempre creo que nadie se salva de eso a veces mientras más concentrado esté más parece que se falla en esos sentidos.</p> <p>También depende ósea algunos quieren que se nítido, pero quiere pequeños no puedo entonces no se puede decir que tamaño de tipografía va, entonces para que sea legible debe ser grande y clara para que desde lejos vea puede leer. Las tipografías creo que son las más claras son las Ariel por lo que es más legible.</p>
<p>Jorge Orlando Morocho</p>	<p>Hay trabajos como este en tol que dura siquiera unos diez años dependiendo del tamaño se demora el tiempo. También depende de cuánto mida tal vez dos o tres semanas me demore en hacer. Pero cuando hago en tol, pero yo tengo un horno donde les seco para que se seque rápido, es más rápido y tiene mayor durabilidad, cuando es secada al horno dura unos quince años. Una experiencia que venían los de las cooperativas y me decían que le dé pintando los cajones de los carros, la salcedeñitas todos ellos han sido mis clientes, entonces me decían porque pinta a mano, entonces les decía porque es que a mano “dura más”. Un rotulo hecho en tol no es exageración a dura de unos ocho a diez años eso si no es un poco mas así pintado a mano. Aunque ahora ya se hace a soplete.</p>

	En el tol hay que mandar un fondo especial para que aguante la pintura sino se pela, por ejemplo, en el triplex depende del grueso o delgado por eso se le pone un marquito para que dure y no se doble.
Manuel María Lozada Monje	Unos ochos horas en pintar y la fotografía en 10 minutos, he realizado más grandes en quito pinte un bar que tiene 4 m x 3m, y las caratulas me llevo un minuto. Las imprentas ustedes ya conocen lo que también le gustan son las góticas, bueno dice bienvenidos esta gótica le gusta eso hicieron en la unidad educativa capitán galo molina, yo le ago. directo las letras no necesito bocetos, pero también hago matrices para ocupar el compresor ya le indico ahí está estas matrices y luego se estampa elaboró manualmente las matrices le pinto, también doy clases de pintura

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: Los entrevistados comentan que dependiendo el tamaño y el tipo del soporte demoran en realizar un trabajo, sin embargo uno de ellos manifiesta que no se demora más de un día en realizar un trabajo de 4x3m por tal razón que él tiene habilidades en sus dedos, desde nuestro punto de vista cada uno tienen sus propias técnicas de aplicar en e sus trabajo, depende del cliente como lo desee y que calidad lo prefiere ocupan los materiales, siempre en cuando ellos siles muestra el material es durable y recomendable.

Tabla 14: Relación con los clientes

Informante	Respuesta
Rolando Heriberto Ramon Tiglla	Bueno eso sí creo que no todos son iguales hay buenos hay malos, pero igual toca ahí trabajar, hay que saberles convencerles entonces, siempre van a ver cliente que no le

		<p>gusta entonces eso creo que de los mecánicos son los que más se trabaja con ellos. Esos ya dependen como se haga el negocio, pero nosotros casi siempre ponemos las pinturas y trabajamos con pinturas sintéticos tiene mayor flexibilidad seca más rápido por eso, todo depende como se haga el negocio. Dependiendo la publicidad que vaya a hacer, si es una mecánica pues quiere un motor eso y esas cosas, a gusto de ellos.</p>
Jorge Morocho	Orlando	<p>Bueno siempre vienen trayendo los dibujos y yo dependiendo de donde vaya por ejemplo si va alto hay que poner las letras que se vean o también se les dice por ejemplo dependiendo del tamaño como podemos hacer. El precio también depende del tamaño por ejemplo un tol hecho de 1,20 por 1,80 unos quince o veinte sucres antes, ahora siquiera unos cuarenta ha de estar costando. Mas antes a los clientes les gustaba en ángulos porque tenía un poco más doble y la duración, es más, ahora el cliente dice este letrero esta flexible entonces no de haciendo uno que no mueva, entonces hacemos con tubo así mismo depende de las dimensiones hacemos de un cuarto de media de una. Es raro que los clientes den los materiales, pero todo depende del cómo se quede.</p>
Manuel Lozada	María Monje	<p>Las unidades educativas, un señor que conocía entonces pinto caratulas tesis de grado agradecimientos dedicatorias sabias que yo pintaba el me llevo, bueno siempre me gusta dejar unas flores como esas flores de aquí depende del acuerdo que haya a veces me dan la pintura ellos o yo los compro los colores básicos amarillo azul y rojo de ahí parten los demás colores, lo más es esmalte, tinta china, el olio es muy poco caro.</p>

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: los entrevistados menciona que hay diferentes tipos de clientes, de tal motivo que no todas las personas son iguales entonces hay personas que son carismáticas y otros no, los trabajos que realizan son depende de los gustos de los cliente, muchas veces ellos ya traen los diseños, sin embargo los materiales es de acuerdo al contrato que realizan, en casi la mayoría los materiales son puestos por los rotulistas, nosotras como investigadoras apreciamos que los clientes son sociales con los rotulistas, además, ellos valoran el trabajo que realizan, son pocos quienes molestan por los precios, sin embargo ellos manifiestan que la rotulación pintada a mano son durables por varios años.

Tabla 15: Valoración del trabajo manual

Informante	Respuesta
Rolando Heriberto Ramón Tiglla	Así si no le, pero bueno el más económico uno manual el más pequeños unos 15 dólares y ya los grandes como del municipio ya ale de 600 a 700 dólares claro se hace más grande y ya es depende claro se hace más grandes, pero ya es impresas no más.
Jorge Orlando Morocho	Valoran digamos la calidad del trabajo la garantía que uno se dé para el trabajo, a veces me dicen que haga así no más una manito de pintura pero que les digo yo para no más de eso no le va a quedar bien entonces hagámosle una cosa le va a costar un poquito más, pero le garantizo más, Así ya me recomiendan otros dicen que allá me cobra menos entonces yo les digo que haga no más, pero yo si le garantizo más. Los clientes valoran que dure, y que quede bonito así les dura más, pero yo garantizo el trabajo también el costo porque es más barato hacer a mano ahora los otros no les dura y se rompen rápido.

Manuel María Lozada Monje	Los cuadros de 50 dólares dependiente el tamaño y la técnica, En tatuaje vale 50 centavos que es temporal y la para permanente y se utiliza tinta vegetal, El digital ya está cometido ese error lindo y todo eso dura dos tres años lo que es más y luego ya acaba, pero eso de acaba más rápido y están volviendo en marcos que han puesto esas gigantografías y estamos poniendo latas ya se dan cuenta que la pintura dura más. 17 años ha tenido un señor yo volví a pintar otra vez 17 años ha tenido ese rotulo.
------------------------------	---

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: Los rotulistas comentan que los clientes valoran la calidad del trabajo, aunque a veces cueste un poco más, sin embargo, les va a durar muchos años más, un trabajo en tol a medidas pequeñas está a un rededor de \$15 dólares que es accesible por el bolsillo de los mismo, por otro lado, la nueva modalidad de las impresiones no les dura entonces los clientes están volviendo a ocupar a los rotulistas utilizando los materiales para pintar sobre los mismos.

Tabla 16: Opinión de las gráficas digitales actuales

Informante	Respuesta
Rolando Heriberto Ramón Tiglla	Yo creo que, si incluso el costo de mayor pero la durabilidad hay muchos, depende de la calidad de impresión ahora que hay bastantes competencias hay más baratos que otros y así la gente creo que no entiende es dependiendo la calidad de impresión que vale el precio, incluso los rótulos aguanten más de ahí si nos ha complicado bastante pues ya digo bastante es la diferencia del rótulo manual y ahora que ya es la impresión

<p>Jorge Orlando Morocho</p>	<p>Con eso de haber elaborado en computadora ya me vino bajando el trabajo la nueva tecnología para hacer así los rótulos impresos me bajo el trabajo. ¿Pero que tuve que hacer? No he tenido ninguna clase de preparación no he aprendido de nadie poco a poco me iba así haciendo de prender el diseño gráfico yo tenía un amigo que yo le paga le decía que me ayude y venía a mi domicilio a darme haciendo el diseño gráfico, pero usted sabe que cuando hay un poquito de egoísmo no le gustaba enseñarme, fue entonces cuando le pague a un joven y le dije no sea malito enséñeme las bases principales para aprender el diseño.</p> <p>De ahí aprendió no soy perfecto, pero si me falta aprender un poco más.</p> <p>Lo que me falta por ejemplo es el recorte de las imágenes, pero hay un amiguito que me da recordando y yo le aplico.</p>
<p>Manuel María Lozada Monje</p>	<p>Bueno en cierto punto si me afecto mucho, pero gracias a dios yo vivo de cuantos eso de las caratulas mismo siempre me ocupo en los trabajos didácticos y fotos a olio y los murales, en Moraspungo pinte un paisaje de 7 metros me lleve un día en pintar, pero me dieron 5 ayudantes ellos pintaron el fondo pinte el blanco bote azul y con la mano ya estaba el paisaje.</p>

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Interpretación: en resumen unos de los tres rotulistas menciona que l tecnología no afectado mucho, tomando en consideración que las impresiones de las gigantografías depende de la resolución es la durabilidad, y los otros dos nos comenta que la tecnología ha afectado a su negocio en ciertos parámetros pero que ellos están tratando de acoplar a esa nueva modalidad y así poder permanecer en el

mercado, sin embargo hay clientes que prefieren lo tradicional lo realizado a mano, en conclusión como investigadoras tómanos en cuenta que las gráficas digitales actuales son muy recomendables por la durabilidad que es menos que la pintada a mano, tomando en cuenta que los clientes se han dado en cuenta que están gastando mucho porque tienen que cambiar cada años los rótulos y es afectable a la economía de los dueños de los negocios.

11. FICHAJE

Para el estudio y comprensión de los carteles comerciales se ha utilizado la siguiente ficha para recabar información relevante para el estudio. A partir de la información obtenida por observación y entrevistas se presenta datos generales, resumen las características de estructura y un análisis de la composición de las piezas gráficas.

11.1. Diseño de ficha

Se diseñó la ficha en diferentes secciones para facilitar el análisis de las gráficas, cada una de las partes registran diferentes aspectos importantes que serán estudiados.

Se tomó en cuenta los pasos de María Caso, (2009), para realizar la ficha, además, se tomó como referencia para el análisis de la tipografía a dos autores Eduardo Gabriel Pepe, (2008) y Martínez Castillo, (2009), quienes mediante el aporte de sus conocimientos permitieron la clasificación de las mismas, así, para el estudio del color se tomó características esenciales de estudio del libro del autor Timothy, (2008), además, se determinó la distribución de los elementos de la ficha de la siguiente forma:

Primera parte de la ficha de análisis de la gráfica popular comercial

Es una de las partes primordiales en la distribución de las fichas, permite registrar datos generales de las gráficas.

Gráfico 1: Datos generales

Datos generales
Texto principal:
Cuidad:
Año:
Soporte:
Técnica:
Ubicación:
Autor:

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Segunda parte de la ficha de análisis de la gráfica popular comercial

La tipografía es esencial para legibilidad y comprensión de la gráfica, a pesar de no ser analizada a profundidad en esta investigación, es fundamental para el diseño de la gráfica comercial, por lo tanto, analizaremos los tipos y las variantes de estos, tomando como referencia el documento de estudio de tipografía del autor Martínez Castillo, (2009). Donde entre sus formas de clasificación nos menciona que la familia tipográfica “es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como, por ejemplo, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí, pero tienen rasgos propios. Cada fuente y familia tipográfica tiene características que la distinguen entre otras, que las hace únicas y le da personalidad al texto”, tomando en cuenta todas estas características que describe el autor se clasifica a la tipografía de la siguiente manera: Serif, Sans Serif o palo seco, manuscrita y exhibición, de la misma manera el autor Pepe, (2008). Menciona lo siguiente: “Las familias tipográficas presentan en su diseño una serie de variables que permiten al diseñador obtener diversas soluciones de diseño, con respeto al ritmo, al color y a las jerarquías del texto. las variables de un diseño tipográfico se pueden agrupar en tres conjuntos básicos: el peso o tono. la amplitud o proporción y la inclinación”. (p.11).

Gráfico 2: Familias Tipográficas

Familias Tipográfica			
Serif		Manuscrita	
<i>A</i> ○	A ○	<i>A</i> ○	<i>A</i> ○
San serif o palo seco		Exhibición	
<i>A</i> ○	A ○	<i>A</i> ○	<i>A</i> ○

Variantes Tipográficos					
Variables de tono	<i>A</i> ○ extra light	<i>A</i> ○ light	<i>A</i> ○ Regular	<i>A</i> ○ negra (bold)	<i>A</i> ○ extra negra
Variables de proporción	Nn ○ condensadas	Nn ○ regular	Nn ○ expandidas		
Variables de inclinación	ABC ○		<i>ABC</i> ○		

Fuente: Martínez Castillo y Pepe Eduardo Gabriel

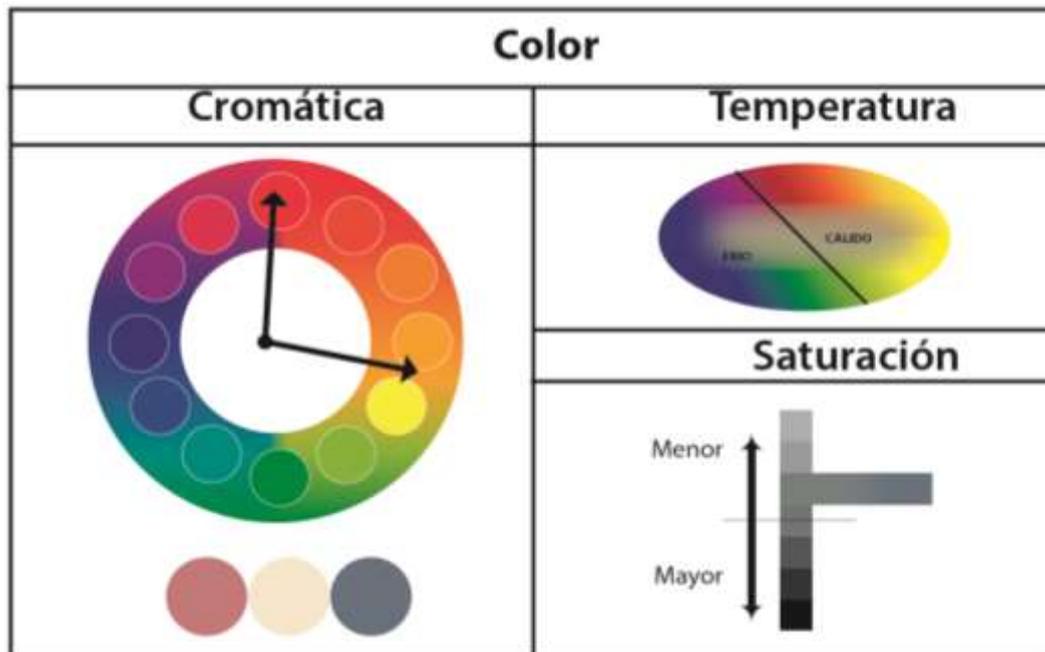
Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Tercera parte de la ficha de análisis de la gráfica popular comercial

El color es la parte importante que un diseñador debe saber, está en la parte inferior a la derecha de la ficha, donde se analiza la cromática, temperatura y saturación, además se toma en cuenta para la paleta de color a Timothy, (2008) quien en su libro de “Los elementos del diseño” nos menciona de la siguiente manera: “Cada color está definido por cuatro cualidades esenciales relacionadas con nuestra percepción de su naturaleza esencial como ondas lumínicas(...), el significado que transmite el color es también profundamente subjetivo” (p.83).

Es así como se estudia la saturación ya que en muchas gráficas los colores están saturados a porcentaje moderado, por lo tanto, hay mayor y menor saturación de color.

Gráfico 3: Color



Fuente: Elementos del diseño de Timothy Samara

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Cuarta parte de la ficha de análisis de la gráfica popular comercial

El análisis del enunciado ayuda a percibir el mensaje manifiesto y latente donde va más allá del contexto que está publicado son los valores que se muestra en un estudio del diseño de la gráfica popular.

Gráfico 4: Análisis de enunciado

Análisis de enunciado	
Mensaje manifiesto:	
Mensaje latente:	

Fuente: Lenguaje Visual de María Acaso

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Gráfico 5: Contenido Visual

Contenido visual			
Pre-iconográfico		Iconográfico	
		Punctum:	
		Contrapunctum:	
Tamaño de soporte		Forma de soporte	
Tamaño de elementos		Forma de contenido	

Fuente: Lenguaje Visual de María Acaso

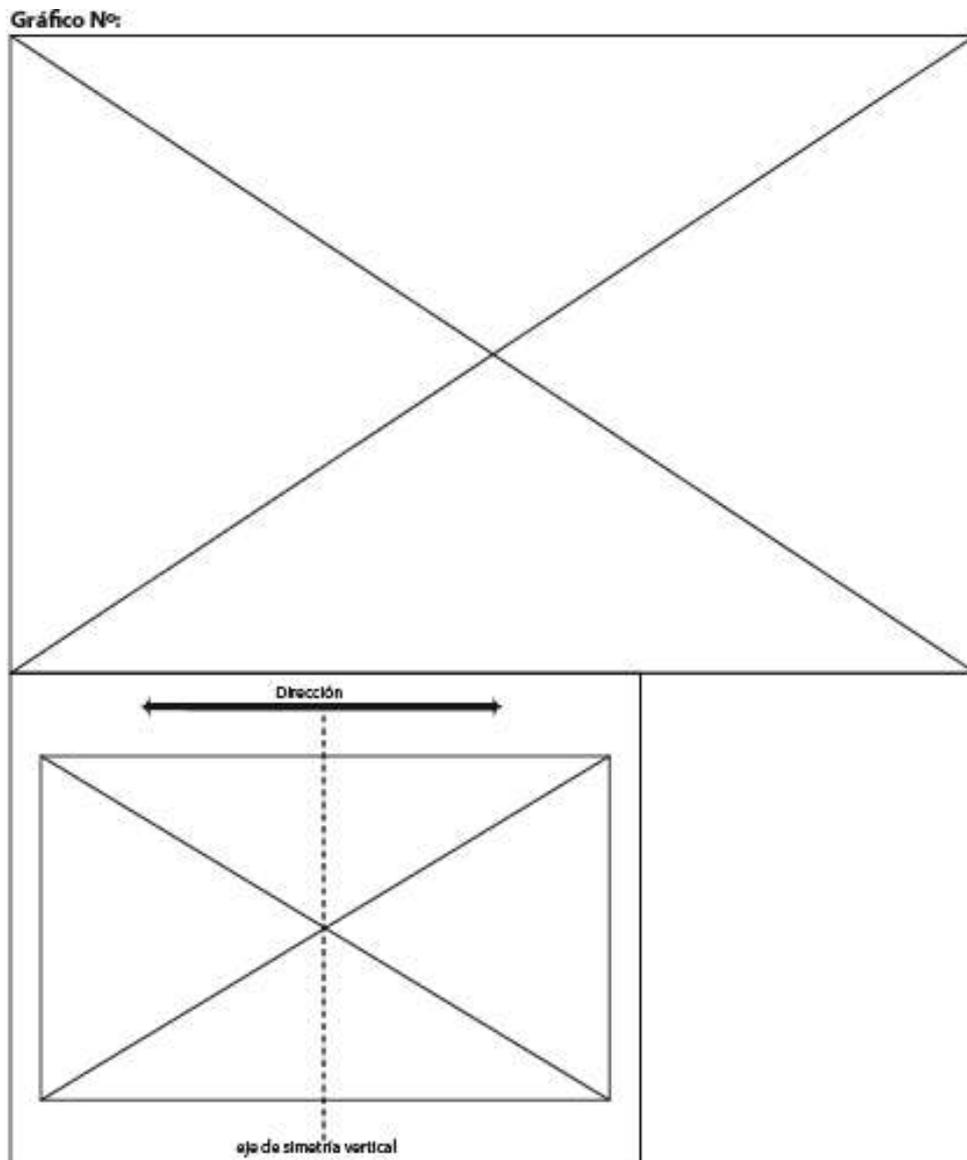
Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Parte final de la ficha de análisis de la gráfica popular comercial

En la parte superior izquierda se coloca la imagen del lugar o soporte en el que se encuentra pintada la gráfica comercial de los dos cantones, además se coloca la imagen del rótulo donde se puede hacer el estudio previo a la ficha diseñada, con la finalidad de registrar todos los aspectos relevantes de la composición de este y en

la parte superior de la imagen se encuentra el número de la gráfica con respecto al orden en el que fueron registradas.

Gráfico 6: Espacio para la imagen



Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

11.2. Ficha de Análisis

Gráfico 7: Ficha de análisis

FICHA DE ANALISIS DE LA GRAFICA POPULAR COMERCIAL DE CANTON SALCEDO Y PUJILI

Gráfico N°: 6



Datos generales	
Texto principal:	Ivonndy
Ciudad:	Salcedo
Año:	2018
Soporte:	Pared
Técnica:	Pintura / Pincel
Ubicación:	Av. Panamericana
Autor:	Israel Valarezo estudiante de la UTC
Familias Tipográfica	
Serif	
A o A o A o A o	
San serif o palo seco	
A o A o A o A o	

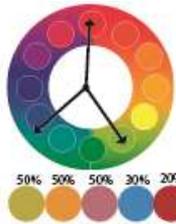
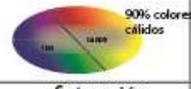
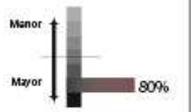
Orientación rectangular horizontal



eje de simetría vertical

Manuscrita	Exhibición
A o A o A o A o	R o A o R o A o
Variantes Tipográficas	
Variables de tono	A o A o A o A o A o <small>extra light light Regular negra (bold) extra negra</small>
Variables de proporción	Nn o Nn o Nn o <small>condensadas regular expandidas</small>
Variables de inclinación	ABC o ABC o
Análisis de enunciado	
Mensaje manifiesto: Hay tiene helados	
Mensaje latente: Vende helados de salcedo y también entrega a otras tienda, además el rótulo esta dirigido a los niños por la imagen que tiene pintada y su diversión es verlo y así promueve el negocio.	

Herramientas de Organización o Composición			
La composición está en el soporte es rectangular horizontal, la cromática está pintado el fondo de colores cálidos y las letras de colores frio dando contraste al texto, la iconografía se encuentra bien dividida a cada lado del eje simétrico vertical			
Contenido visual			
Pre-iconográfico	Iconográfico		
Existe otro rótulo en la parte de arriba, el espacio es amplio y llama la atención a los peatones.	Punctum Helado y zorro Contrapunctum El texto Ivonndy		
Tamaño de soporte	4 x 250 m	Forma de soporte	Rectángulo
Tamaño de elementos	helado 2,20m y el texto 26 cm	Forma de contenido	simetrico lineal

Color	
Cromática	Temperatura
	 <p style="text-align: right;">90% colores cálidos</p>
Saturación	
 <p style="text-align: right;">80%</p>	

Registrado por: Plasencia Isabel - Untuña Daysi Fecha de levantamiento: 14 de enero 2018
 Esta ficha se elaboró en base bibliográfica de: Mario Caro, Maritza Cantillo, Eduardo Gabriel Páez, Tincoy Samay

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi
Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

12. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Tema: “Elaboración de un catálogo que recoja la gráfica popular comercial de los cantones Pujilí y Salcedo”.

12.1. Objetivos

12.1.1. Objetivo General

- Elaborar un catálogo mediante el uso de elementos editoriales para organizar y plasmar las fotografías de los rótulos de la gráfica popular comercial de los cantones de estudio (Pujilí y Salcedo).

12.1.2. Objetivos específicos:

- Elaboración de un catálogo mediante el uso, selección y construcción de una retícula y demás elementos de diseño editorial.
- Seleccionar las fotografías e información necesaria para el contenido del catálogo.
- Catalogación de las gráficas según secciones.
- Diseñar y diagramar un catálogo con la información sintetizada.

12.2. Planteamiento de la propuesta

La presente propuesta de elaboración de un catálogo de la gráfica popular comercial es planteada con la finalidad de conceptualizar la gráfica popular comercial existente en los cantones de Pujilí y Salcedo, sobre todo realzar su valor histórico y cultural, además de características desde su proceso de creación hasta su permanencia en el tiempo, este proyecto está encaminado a difundir el uso tipográfico y gráfico que se ha elaborado de forma manual por diferentes rotuladores.

12.3. Justificación de la propuesta

Al encontrarnos en la etapa de recopilación del material gráfico e información necesaria para el catálogo, nos dimos cuenta de que la travesía de los rotulistas para llegar a ser reconocidos es fundamental en el desarrollo de sus actividades diarias. Mediante el recorrido de sus memorias, hemos podido captar varios aspectos, entre ellos, sus primeros trabajos, sus expectativas, sus anhelos, sueños y habilidades plasmadas en cada uno de los rótulos que han pintado a lo largo de sus avanzados años en el desarrollo de la gráfica elaborada a mano.

De esta manera, y tomando en cuenta que, un catálogo es una pieza editorial que permite, organizar, sintetizar y exponer la información directa al público, y mediante el uso correcto de un formato que permita la facilidad de lectura e interpretación de imágenes, la propuesta está organizada y pensaba en distribuir la información que será transmitida tanto como imágenes y entrevistas de los actores directos en el diseño de la gráfica comercial.

12.4. Metodología Pensamiento de Diseño Gráfico, *Design Thinking*.

Para realizar el proyecto se ha tomado referencias de solución de trabajos de diseño, de esta manera se ha tomado como referencia la metodología de *Design Thinking*, donde se toma en cuenta que;

El Pensamiento de diseño se basa en cinco fases fundamentales; empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. Esta metodología incluye varias técnicas entre ellas; la lluvia de ideas, mapas mentales, entrevista y recopilación de información necesaria para el trabajo de diseño, la metodología propone innovar para dar solución a tareas complicadas, sin embargo, todas las ideas sirven y en un momento determinado llegaremos a utilizar solo las mejores. Por lo tanto, mediante el uso de la metodología propuesta desarrollamos el producto editorial de una manera rápida.

12.4.1. Definir el problema

La problemática en los cantones de estudio se basa en la transmisión del valor tradicional, cultural y manual de los elementos comunicacionales plasmados en los rótulos comerciales de los cantones de estudio.

Por tanto, el problema se encuentra inmerso en la escasa información fotográfica y comunicacional de los procesos y elementos que se encuentran sumido desde la creación de un rótulo comercial hasta su composición, mensaje y percepción del público al que se encuentra dirigido.

12.4.2. Lluvia de ideas

Título del catálogo

Una vez definido el problema, la búsqueda de soluciones óptimas empieza. Entre las características de los rótulos utilizados de manera popular, además de los diferentes soportes, dimensiones, gama de colores, resalta la forma manual de elaboración, además con la finalidad de promocionar un nombre que se centre directamente con el producto editorial y las características de los rótulos comerciales, se ha decidido que el catálogo lleve por nombre “*A pura mano*” Gráfica Comercial, Salcedo y Pujilí.

Formato

Una vez revisadas varias características de los catálogos en general, además de publicaciones, nos dimos cuenta de que, por lo general un catálogo tiene su forma cuadrada. De esta manera optamos por salir de esa línea y aplicar las medidas: 28 cm de alto x 21 de ancho. Tomando en cuenta que es un formato manejable y cómodo para la lectura.

Tipografía

Uno del elemento importante y que destacan en un diseño es la tipografía. La legibilidad y estilo permiten dar forma y claridad al contenido de nuestro catálogo

entre las características a tomarse en cuenta de la tipografía es el peso para que no se pierda dentro del contenido y para poder mostrar el mensaje.

Al ser considerada una de las tipografía más importante y famosa por tener su propio largometraje. Entre su origen tenemos su proveniencia del latín Suiza denominada Helvetia, además caracterizada por su versatilidad, originalidad y alta legibilidad y al ser una tipografía de palo seco, permite su uso por su gran variedad de pesos que la hacen la mejor en cualquier texto. De esta manera la tipografía elegida es la HELVÉTICA, que permite darle formalidad y legibilidad a los detalles especiales de la portada y de las secciones del catálogo.

A continuación, las variaciones de la tipografía Helvética World denominada así, al pasar a ser parte de Adobe en 1996; fuente tipográfica a utilizarse en el trabajo editorial.

Gráfico 8: Tipografía helvética

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

La tipografía complementaria en el proyecto, para el uso en textos es la tipografía denominada Century Gothic. Al ser una tipografía de la familia Sans Serif, además por ser considerada una forma de tipografía ecológica por su peso y grosor en el trazo, se convierte en la idónea para cuerpos de texto.

Gráfico 9: Tipografía Century Gothic

CENTURY GOTHIC
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNO
 PQRSTUVWXYZ
 1234567890!"£\$%&()

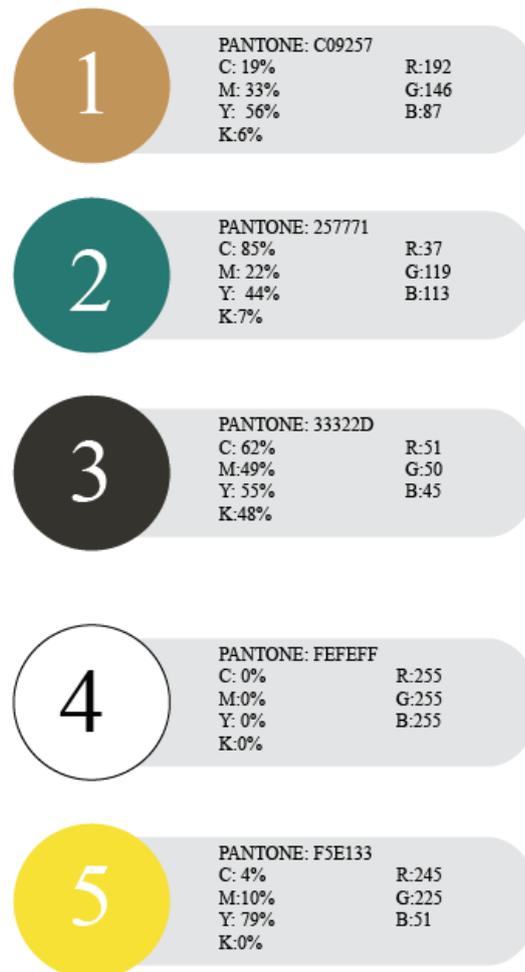
Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Color

Los colores que se han tomado para la elaboración del catálogo varían de acuerdo a muestras de color tomadas de los rótulos comerciales, además resaltan por ser colores puros, armoniosos, auténticos que permiten contraste y sobre todo por referentes de la gráfica pintada a mano. Son colores que están inmersos en cada rótulo que se ha encontrado a lo largo de nuestro trabajo de campo.

La variante cromática, está distribuida en los elementos del catálogo, tipografías y fondos respectivamente usando características de un estilo de pintura barroca, ya que estos colores son denominados intensos. Es conocido también por su exageración y naturalismo en la utilización del claroscuro.

Gráfico 10: Pantone del color

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Selección de la retícula y márgenes.

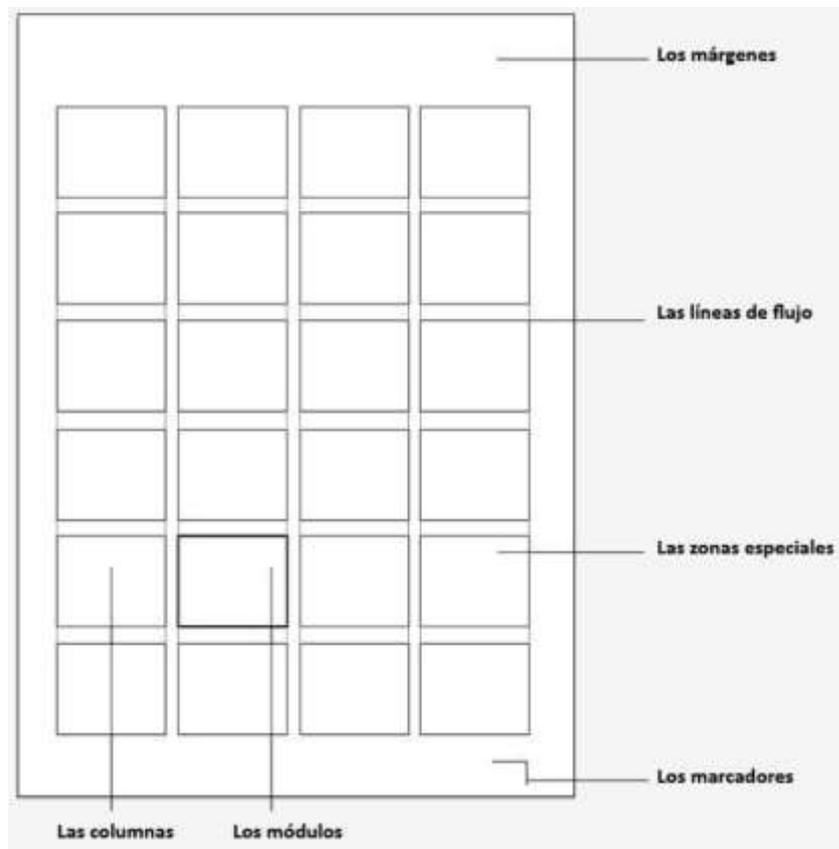
La retícula permite distribuir elementos en forma ordenada dentro de un formato, dependiendo de las necesidades específicas del catálogo.

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

Retícula modular: Permite el uso de módulos gracias a su gran número de líneas de flujo horizontales, desarrollando una imagen del trabajo estética y conceptual.

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

Gráfico 11: Márgenes y líneas de flujo



Fuente: Diseñar con y sin retícula (Timothy Samara)

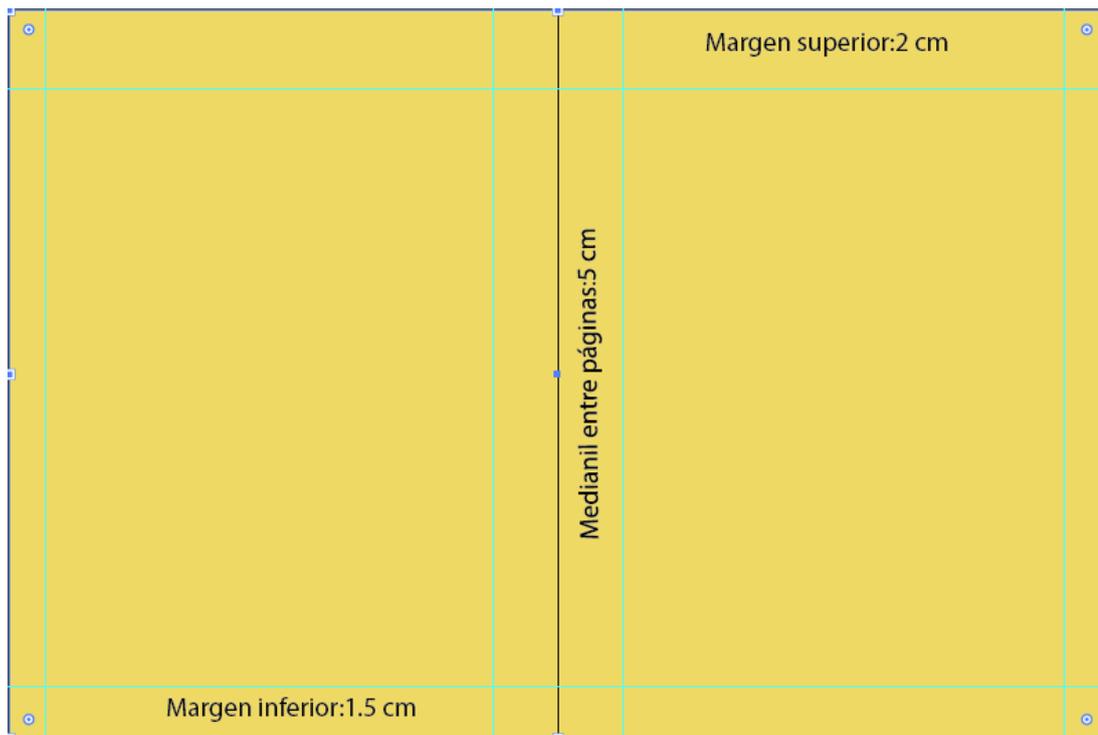
Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Tomando en cuenta todos los elementos necesarios para la elección de la retícula y márgenes, las medidas son:

Margen superior: 2 cm

Margen inferior: 1.5 cm

Medianil entre páginas: 5 cm

Gráfico 12: Medidas de márgenes

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

12.4.3. Prototipar

Esta etapa nos permite definir elemento único de diseño de nuestra propuesta, además de composición y bocetaje de páginas y portada para complementar la forma del catálogo de la gráfica comercial.

La portada

Luego de tomar los elementos de tipografía, diseño y composición y previo un análisis del nombre y lo que se quiere mostrar de la gráfica comercial en la portada se ha tomado como referencia las manos que dan vida a la gráfica mediante el uso de varias técnicas para la creación de rótulos. Técnicas innatas que se han desarrollado mediante la práctica durante décadas.

Además de la composición que consta de una imagen de una mano trabajando en sobre el diseño.

Boceto burdo de portada. Elaborado de forma manual buscando plasmar las características de los elementos de forma sencilla.

Gráfico 13: Boceto burdo



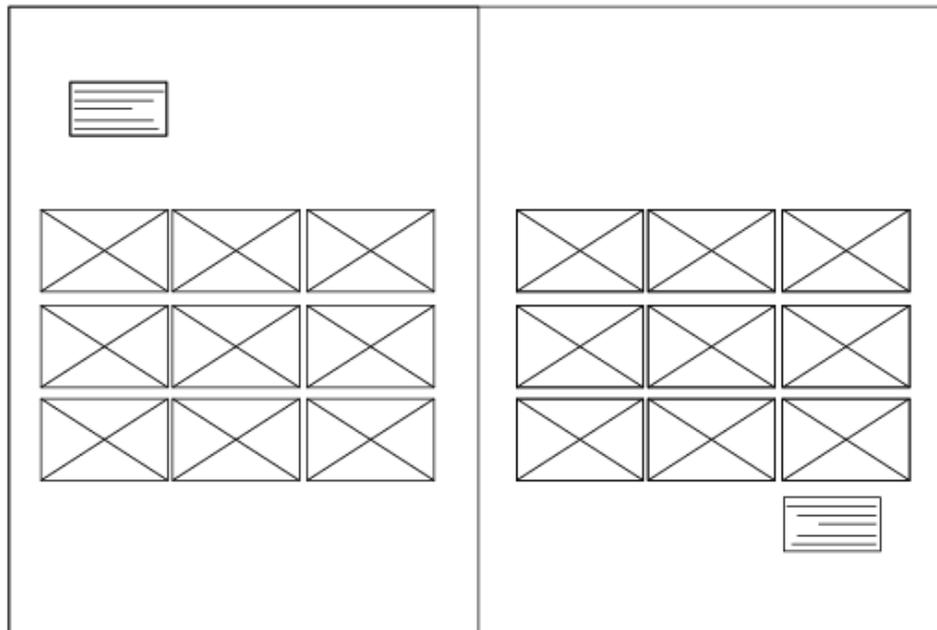
Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Bocetaje de páginas

Las páginas en su contenido, debe mostrar frescura y elegancia que motiven a que las imágenes del contenido del catálogo resalten, sin la necesidad de carga en el contenido.

Boceto detallado Su forma y estructura permiten plasmar los elementos de manera ordenada y distintiva para cada página.

Gráfico 14: Bocetos de páginas interiores

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

12.4.4. Evaluar

Basados en la información obtenida con anterioridad, es momento de plasmar la forma de diseño, en esta etapa la utilización de un software especializado para maquetación y distribución de elementos en el catálogo es el Software *Indesing*.

Diseño de portada

La portada es la muestra del trabajo de campo, su diseño y estructura debe plasmar lo que se quiere mostrar. De esta manera la gráfica comercial está inmersa en cada una de las características de los elementos de composición y estructura de los rótulos. Su esencia de creación las manos. Utilizando el software de Adobe Illustrator, el diseño de la portada se encuentra plasmado de la siguiente manera:

Gráfico 15: Diseño de portadas propuestas



Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Maquetación de páginas

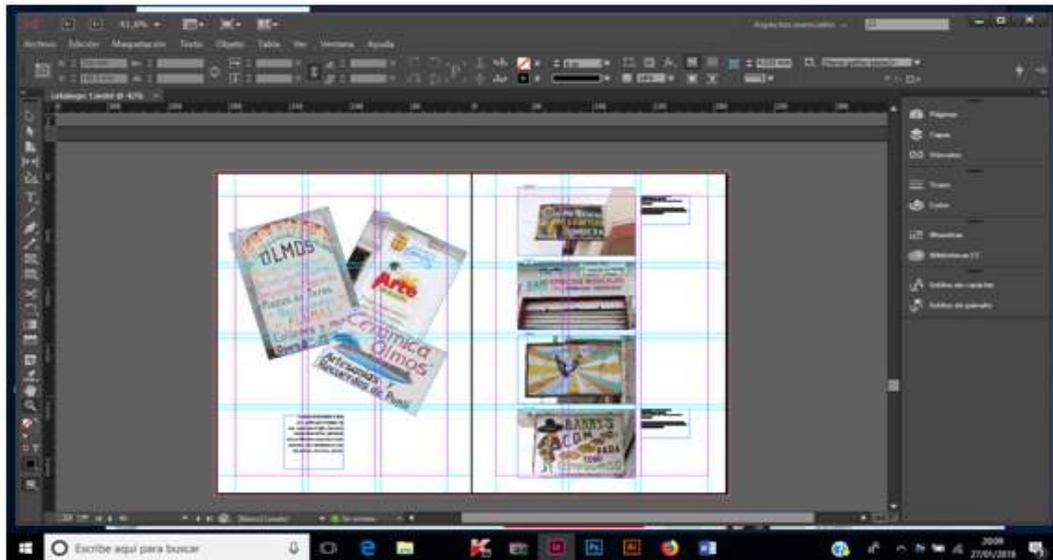
Columnas

Basado en el bocetaje manual, fotografía, color se define la forma de las páginas basadas en tres y cuatro columnas cada una adecuada a la forma de elementos y el tipo de información incluida en el catálogo.

Tres columnas

El tamaño de la columna es indispensable, ya que, facilita la legibilidad. Sin embargo, todo depende del tipo de información, el tamaño de la página para poder plasmar la información adecuada el lugar indicado.

Gráfico 16: Retícula de tres columnas



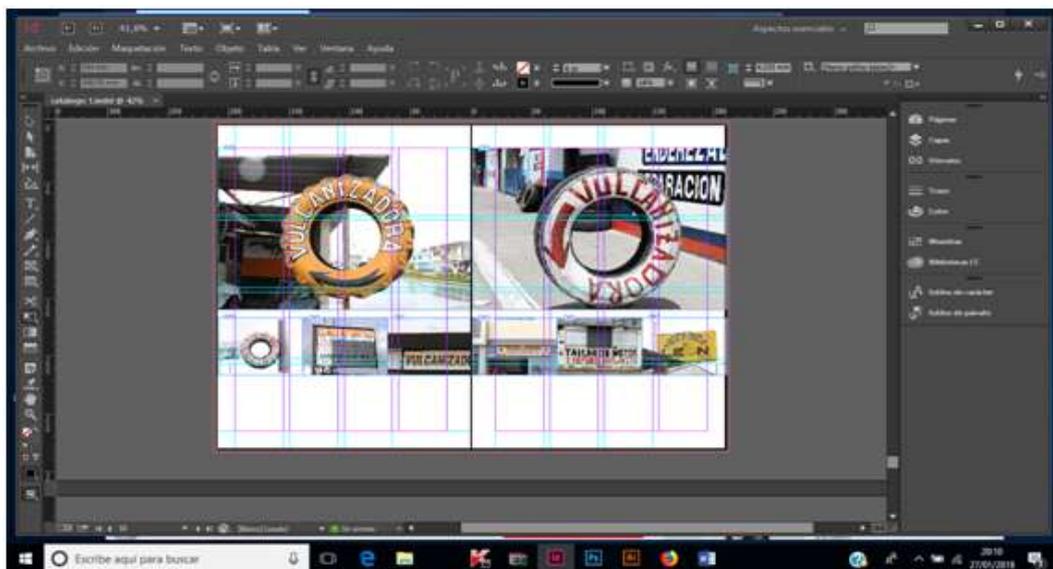
Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Cuatro columnas

Debido a la extensa información fotográfica, el diseño y estructura del catálogo en cuatro columnas, nos permite brindar aire para la exposición de imágenes de los rótulos comerciales.

Gráfico 17: Retículas de cuatro columnas



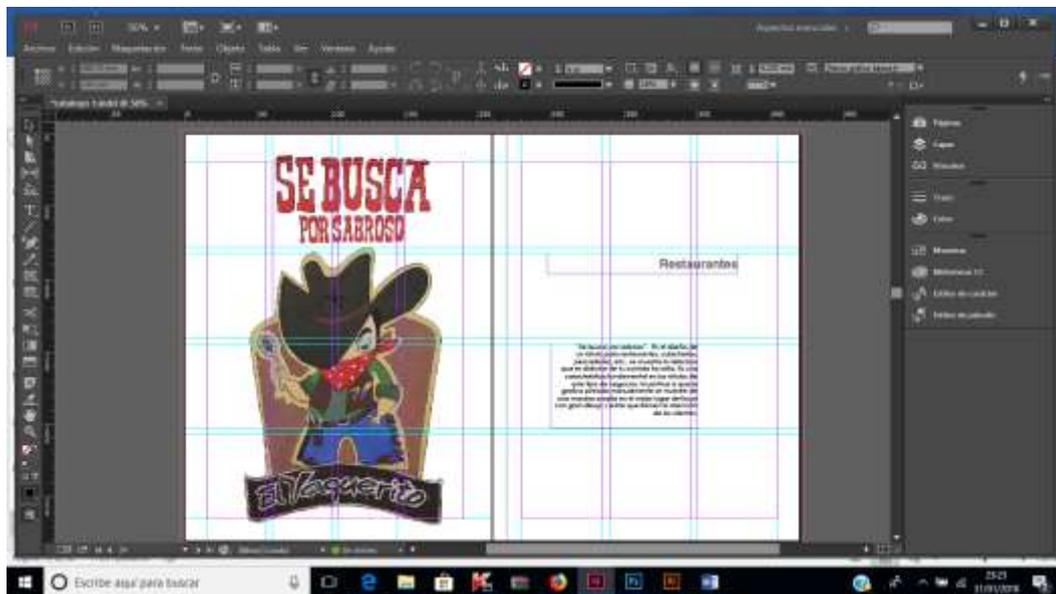
Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Maquetación de portadillas por secciones

Después del análisis de cada una de las categorías de rótulos, las secciones estarán divididas por el soporte y el diseño estará diagramado de la siguiente manera:

Gráfico 18: Maquetación de portadillas



Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

13. RECURSOS

Talento Humano

- Tutora del Proyecto M.Sc. Naranjo Huera Vilma Lucia.
- Plasencia Santafé Martha Isabel
- Untuña Suntasig Daysi Magali
- Personas (rotulistas y comerciantes).

Recursos Materiales

- Materiales de escritorio.
- Cámara fotográfica.
- Copias e impresiones.
- Transporte.

Recursos Tecnológicos

- Equipos de Cómputo
- Cámara Fotográfica
- Programas Aplicados al diseño (Maquetación).
- Internet.

14. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Tabla 17: Costos Directos

Detalles	Cantida d	V. Unidad	Valor total
Materiales de oficina	15	2,50	37,15
Copias	200	0,05	10,00
Impresiones	500	0,10	50,00
Fotografías	200	1,25	250,00
Elaboración del catálogo	1	200	200,00
Cámara fotográfica	1	1000	1.000,00
Computadoras	2	900	1.800
Horas de trabajo	300	3,00	900,00
Total			4.247,15

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Tabla 18: Costos Indirectos

Detalles	Cantidad	V. Unidad	Valor total
Transporte	30	1,00	30,00
Alimentación	40	2,00	80,00
Total			110,00

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Tabla 19: Presupuesto General

Detalle	Valor total
Costos directos	4.247,15
Costos indirectos	110,00
Imprevistos (10%)	435,71
Total	4.792,86

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

15. CONCLUSIONES

- La gráfica popular hace referencia a trabajos elaborados manualmente, en algunas ocasiones utilizan diferentes técnicas como: el uso de plantillas, pincel, brocha, soplete y stencil, las gráficas son plasmadas en paredes, ventanas, puertas y para pequeños espacios utilizan el tol, madera, llantas y soportes reutilizados. Mediante la fotografía documental se analizó la composición de elementos de cada una de las gráficas, que permitió clasificar los rótulos para la catalogación. Siendo, el catálogo un medio editorial impreso que permite mantener la legibilidad de las fotografías e información sintetizada.
- Se logró recopilar 99 gráficas de los dos cantones de estudio, tomando como referencia las calles anteriormente mencionadas, de las cuales se obtuvo información adicional gracias al aporte de los propietarios de los locales comerciales, sin embargo, en el cantón Pujilí no se obtuvo la información adecuada debido a que algunos habitantes del lugar no permitieron tomar fotografías ni brindar información sobre los rótulos, sabiendo que, son espacios públicos al encontrarse al exterior de sus locales a la vista de todos.
- Los rotuladores sintieron la necesidad de actualizar sus conocimientos sobre el diseño de la publicidad en rótulos, sin embargo, aún mantienen esta actividad artesanal fusionada con la digital para no perderla en el tiempo. De los tres rotuladores entrevistados, dos han actualizado sus conocimientos con el estudio del diseño gráfico para elaborar rótulos, pancartas y vallas por medio de programas de diseño y uno aún mantiene su habilidad manual y ha incrementado sus conocimientos y técnicas para elaborar cuadros con pintura, óleo y pincel.
- Para el diseño del catálogo que pueda evidenciar las gráficas de los cantones de Salcedo y Pujilí, fue necesario emplear dos tipos de retículas de tres y

cuatro columnas que a la vez permiten el uso de módulos y medios módulos, que permiten visibilizar ampliamente las imágenes para que se puedan apreciar y valorar la cultura popular tradicional.

16. RECOMENDACIONES

- Al no existir indicios teóricos de la gráfica popular, es recomendable el uso de información basado en el estudio de campo. De esta manera el manejo de la teoría de la gráfica popular se encuentra basada en hechos reales. Además, de basarse en el uso de información de autores que en su trayectoria brinden información manejable para el uso en el trabajo de investigación.
- Para recopilar la gráfica popular es necesario persuadir a los dueños de los locales comerciales con información verídica que corrobore el uso de la información en el trabajo de investigación, tomando en cuenta que son datos importantes para la investigación.
- Para poder hacer uso de la información obtenida mediante fichas, entrevistas y demás elementos permitieron elaborar la investigación, se debe tener facilidad de comunicación con las personas que trabajan y están inmersas directamente involucradas con la rotulación popular, ya que en la actualidad ha crecido el temor de aportar con información personal o de negocios comerciales.
- Las imágenes muestran su contenido y mensaje sin la necesidad de una ampliación textual. El uso de las fotografías de los rótulos comerciales y de los actores directos de la investigación debe ser manejada de acuerdo con el lugar y al mensaje que se quiera transmitir. De esta manera el mensaje de la gráfica popular quedara plasmada a simple vista de quienes deseen hacer uso de la información.

17. BIBLIOGRAFÍA

Libros

Amaya, L. E. G. (2006). *La fotografía documental como elemento editorial en la diagramación de revistas turístico-culturales de los municipios del Estado de Puebla*.

Baldwin, J., Roberts, L., & Casals, M. F. (2007). *Comunicación visual: de la teoría a la práctica: cuestiones preliminares, comunicación, cultura, conflicto, cuestiones finales*. Parramón.

Cabalceta Román, I. (2007). *Manual de diseño y diagramación de documentos*. Costa Rica, América Central: Centro Nacional de Didáctica, CENADI.

Caldwell, C., Caldwell, Y., & Zappaterra, Y. (2014). *Diseño editorial: Periódicos y revistas/Medios impresos y digitales/Editorial design* (No. 7.012). Gustavo Gili.

Checa Artasu, M. M. (2008). *Notas para conceptualizar la gráfica popular mexicana*.

México.

Feininger, A., & Franco, G. (1977). *La fotografía a colori: nuove tecniche*. Garzanti.

Flusser, V. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. México, Trillas: SIGMA.

Freund, G., & Elias, J. (1993). *La fotografía como documento social*. Gustavo Gili.

Ghinaglia, D. (2009). *Taller de Diseño Editorial-Entre corondeles y tipos*. Actas de Diseño.

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. ISSN, 1850, 2032.

José, M. D. L. V. J. (2002). *Diseño Editorial*. Compilador Universidad de Londres, Pág., 12.

Martínez Castillo, G. (2009) *Presentaciones Digitales y Comunicación Interactiva, cap. 3 Instrucción audiovisual para el diseño de presentaciones digitales al 100%*. México: UNISON.

Meyer, P. (2000). *Hacia una redefinición de la fotografía documental*. México: Editorial, Zonezero.

Munari, B., & Cantarell, F. S. I. (1979). *Diseño y comunicación visual*. Gustavo Gili

Pepe, E. G. (2008). *Tipografía expresiva*. Redangente ediciones. ISBN: 978-987-23751-7-1

Sontag, S. (2004). *Sobre fotografía*. México: Editora Companhia das Letras.

Timothy, S. (2008). *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Electrónicos

Chaves, N., & Sánchez, A. (2001). *El patrimonio gráfico y su recuperación*. Revista Tipográfica N°, 47. recuperado [02/01/2018].

Pastor, C. A., Sánchez, J. M., & Zubillaga, A. (2014). *Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA)*. Recuperado de: http://www.educadua.es/doc/dua/dua_pautas_intro_cv.pdf.

Peña, R. D. R. D. L. (2013). *Los catálogos urbanísticos en el principado de asturias: una perspectiva pluridisciplinar*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

18. ANEXOS

Anexo 1: Hoja de vida de la Docente M.Sc. Lucia Naranjo

HOJA DE VIDA

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 grafico 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”.!

Anexos 2: Hoja de vida del estudiante Plasencia Santafe Martha Isabel

HOJA DE VIDA

DATOS PERSONALES

Nombres	Martha Isabel
Apellidos	Plasencia Santafe
Cedula de ciudadanía	050329661-8
Fecha de nacimiento	23 de abril de 1990
Edad	27 años
Lugar de nacimiento	Cotopaxi - Salcedo - Mulliquindil
Estado civil	soltera
Dirección	Mulliquindil (Santa Ana) Palama
Teléfono	0999845949
Correo electrónico	chavelit_90@hotmail.com



ESTUDIOS REALIZADOS

Estudios Primarios:	Escuela General Rumuñahui
Estudios Secundarios:	Colegio Artesanal Santa Ana del 2002 al 2005 Colegio particular Centebad del 2009 al 2012
Estudios Tercer Nivel:	Universidad Técnica de Cotopaxi Diseño Gráfico

Martha Isabel Plasencia Santafe

050329661-8

Anexo 3: Hoja de vida del estudiante Untuña Suntasig Daysi Magali

HOJA DE VIDA

DATOS PERSONALES

Nombres Daysi Magali
Apellidos Untuña Suntasig
Cedula de ciudadanía 050418354-2
Fecha de nacimiento 10 de agosto de 1993
Edad 24 años
Lugar de nacimiento Cotopaxi - Pujilí
Estado civil soltera
Dirección Barrio el Calvario Norte
Teléfono 0983046625
Correo electrónico daysiuntua@yahoo.com



ESTUDIOS REALIZADOS

Estudios Primarios: Escuela Pedro Vicente Maldonado
Estudios Secundarios: Colegio Nacional Experimental Provincia de Cotopaxi
Estudios Tercer Nivel: Universidad Técnica de Cotopaxi
Diseño Gráfico

Daysi Magali Untuña Suntasig

050418354-2

Anexo 4: Preguntas para las entrevistas

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Objetivo: Recopilar información para elaborar un catálogo de la gráfica popular comercial de los cantones Salcedo y Pujilí.

PREGUNTAS PARA PROPIETARIOS COMERCIANTES

1. ¿Hace cuánto tiempo tiene su rótulo?
2. ¿Quién pintó su rótulo y cuál fue el costo?
3. ¿Por qué prefirió pintar el rótulo en ese soporte o fachada?
4. ¿Por qué usted prefiere que su negocio tenga un rótulo realizado a mano y no a computadora?
5. ¿Usted ha pensado en cambiar su rótulo a uno impreso, que le atrae del rótulo digital?
6. ¿Qué valor o significado tiene los elementos compositivos y el nombre en el rótulo?
7. ¿Considera usted importante el rótulo para el incremento de las ventas de su negocio?

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Objetivo: Recopilar información para elaborar un catálogo de la gráfica popular comercial de los cantones Salcedo y Pujilí.

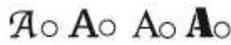
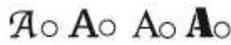
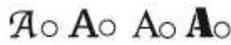
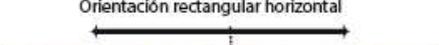
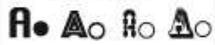
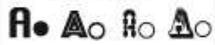
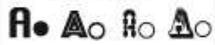
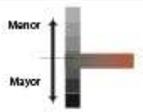
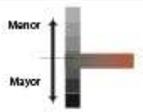
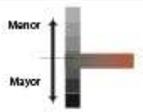
PREGUNTAS PARA ROTULISTAS

1. **Inicios en el oficio** (Por qué escogió este oficio, cuánto tiempo lleva realizando este tipo de trabajo, como aprendió el oficio, tiene vocación por el oficio)
2. **Proceso de trabajo e Inspiración para el trabajo** (Bocetos, de donde se inspira para realizar las tipografías y dibujos, que técnica emplea para realizar su trabajo, qué tipo de materiales ocupa para su trabajo, cual es el mejor material que recomienda).
3. **Trabajos realizados** (Cuánto ha sido el tiempo máximo que ha realizado un trabajo, cuente alguna experiencia que recuerde, qué tamaño es recomendable, qué tipos de letras es legible)
4. **Relación con los clientes** (quienes son, que tanto participa el cliente en el diseño, los clientes le proporcionan los materiales, que piden generalmente que les pinte o dibuje).
5. **Valoración del trabajo manual** (Que considera usted que valoran en un rótulo, Las imágenes, el color o las letras, cual es el costo, tiene algún presupuesto para los clientes).
6. **Opinión de las gráficas digitales actuales** (Qué opina sobre la aplicación de la nueva tecnología en la elaboración de la gráfica actual, y como le ha afectado en su campo laboral).

Anexo 5: Fichas de análisis

FICHA DE ANALISIS DE LA GRAFICA POPULAR COMERCIAL DE CANTON SALCEDO Y PUJILI

Gráfico N°: 38

	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left; padding: 2px;">Datos generales</th> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Texto principal:</td> <td style="padding: 2px;">Vulcanizadora</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Ciudad:</td> <td style="padding: 2px;">Salcedo</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Año:</td> <td style="padding: 2px;">2008</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Soporte:</td> <td style="padding: 2px;">Tol</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Técnica:</td> <td style="padding: 2px;">Pintura</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Ubicación:</td> <td style="padding: 2px;">Av. Olmedo</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Autor:</td> <td style="padding: 2px;">Dueño del local</td> </tr> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left; padding: 2px;">Familias Tipográfica</th> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 2px;">Serif</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 2px;">  </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 2px;">San serif o palo seco</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 2px;">  </td> </tr> </table>	Datos generales		Texto principal:	Vulcanizadora	Ciudad:	Salcedo	Año:	2008	Soporte:	Tol	Técnica:	Pintura	Ubicación:	Av. Olmedo	Autor:	Dueño del local	Familias Tipográfica		Serif				San serif o palo seco			
	Datos generales																										
Texto principal:	Vulcanizadora																										
Ciudad:	Salcedo																										
Año:	2008																										
Soporte:	Tol																										
Técnica:	Pintura																										
Ubicación:	Av. Olmedo																										
Autor:	Dueño del local																										
Familias Tipográfica																											
Serif																											
																											
San serif o palo seco																											
																											
<p style="text-align: center;">Orientación rectangular horizontal</p>   <p style="text-align: center; font-size: small;">eje de simetría vertical</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; padding: 2px;">Manuscrita</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">Exhibición</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 2px;">  </td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">  </td> </tr> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center; padding: 2px;">Variantes Tipográficas</th> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Variables de tono</td> <td style="padding: 2px;">  </td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Variables de proporción</td> <td style="padding: 2px;">  </td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Variables de inclinación</td> <td style="padding: 2px;">  </td> </tr> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center; padding: 2px;">Análisis de enunciado</th> </tr> <tr> <td colspan="2" style="padding: 2px;"> <p>Mensaje manifiesto: La ubicación del letreiro esta en una casa hogar en un local y expuesta en la vía publica lo que puede dificultar el movimiento de vehiculos.</p> <p>Mensaje latente: Con los parches en el cartel expresa que sabe de llantas y tipos de parches, además el uso de las palabras internacional da a conocer que son reconocidas en el exterior.</p> </td> </tr> </table>	Manuscrita	Exhibición			Variantes Tipográficas		Variables de tono		Variables de proporción		Variables de inclinación		Análisis de enunciado		<p>Mensaje manifiesto: La ubicación del letreiro esta en una casa hogar en un local y expuesta en la vía publica lo que puede dificultar el movimiento de vehiculos.</p> <p>Mensaje latente: Con los parches en el cartel expresa que sabe de llantas y tipos de parches, además el uso de las palabras internacional da a conocer que son reconocidas en el exterior.</p>											
Manuscrita	Exhibición																										
																											
Variantes Tipográficas																											
Variables de tono																											
Variables de proporción																											
Variables de inclinación																											
Análisis de enunciado																											
<p>Mensaje manifiesto: La ubicación del letreiro esta en una casa hogar en un local y expuesta en la vía publica lo que puede dificultar el movimiento de vehiculos.</p> <p>Mensaje latente: Con los parches en el cartel expresa que sabe de llantas y tipos de parches, además el uso de las palabras internacional da a conocer que son reconocidas en el exterior.</p>																											
<p style="text-align: center;">Herramientas de Organización o Composición</p> <p>La composición esta con luz natural, la tipografía es San Serif pintada sobre tol utilizando colores cálidos o vivos para atraer la atención del cliente</p>	<p style="text-align: center;">Contenido visual</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left; padding: 2px;">Pre-iconográfico</th> <th colspan="2" style="text-align: left; padding: 2px;">Iconográfico</th> </tr> <tr> <td colspan="2" style="padding: 2px;">Colocado sobre una estructura de mental, la fotografía tomada en el día los elementos como tipografía distintos simétricos.</td> <td colspan="2" style="padding: 2px;">Punctum: tip tap a los lados Contrapunctum: la casa hogar</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Tamaño de soporte</td> <td style="padding: 2px;">2,50 m x 70cm</td> <td style="padding: 2px;">Forma de soporte</td> <td style="padding: 2px;">Rectángulo</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Tamaño de elementos</td> <td style="padding: 2px;">60% de tipografías grandes</td> <td style="padding: 2px;">Forma de contenido</td> <td style="padding: 2px;">circular y lineal</td> </tr> </table>	Pre-iconográfico		Iconográfico		Colocado sobre una estructura de mental, la fotografía tomada en el día los elementos como tipografía distintos simétricos.		Punctum: tip tap a los lados Contrapunctum: la casa hogar		Tamaño de soporte	2,50 m x 70cm	Forma de soporte	Rectángulo	Tamaño de elementos	60% de tipografías grandes	Forma de contenido	circular y lineal										
Pre-iconográfico		Iconográfico																									
Colocado sobre una estructura de mental, la fotografía tomada en el día los elementos como tipografía distintos simétricos.		Punctum: tip tap a los lados Contrapunctum: la casa hogar																									
Tamaño de soporte	2,50 m x 70cm	Forma de soporte	Rectángulo																								
Tamaño de elementos	60% de tipografías grandes	Forma de contenido	circular y lineal																								
<p style="text-align: center;">Color</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="text-align: center; padding: 2px;">Cromática</th> <th style="text-align: center; padding: 2px;">Temperatura</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 2px;">  </td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">  </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center; padding: 2px;"> <p style="text-align: center;">Saturación</p>  </td> </tr> </table>		Cromática	Temperatura			<p style="text-align: center;">Saturación</p> 																					
Cromática	Temperatura																										
																											
<p style="text-align: center;">Saturación</p> 																											

Registrado por Plasencia Isabel - Untuña Daysi Fecha de Inventario: 14 de enero 2018
 Esta ficha se elaboró en base a bibliografía de: Mario Ciro, Mariano Castro, Eduardo Gabriel Paja, Teresita Samara Revisado por M. Sc. Nazario Lucía

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi



Gráfico N°: 95

		Datos generales	
		Texto principal: Variedades Camilita Ciudad: Pujili Año: 2008 Soporte: Pared Técnica: Pintura/ brocha Ubicación: Av. Velasco Ibarra Autor: Lozada	Familias Tipográfica Serif A o A o A o A o San serif o palo seco A o A o A o A o
Orientación rectangular horizontal <p style="text-align: center;">eje de simetría vertical</p>		Manuscrita A o A o A o A o	Exhibición A o A o A o A o
Variantes Tipográficas			
Variables de tono	A o A o A o A o A o <small>extra light light Regular negra (bold) extra negra</small>		
Variables de proporción	Nn o Nn o Nn o <small>condensadas regular expandidas</small>		
Variables de inclinación	ABC o ABC o		
Análisis de enunciado			
Herramientas de Organización o Composición		Mensaje manifiesto: se encuentra pintada en el ceramiento de la casa y vende desde pañales y productos de aseo personal.	
Composición simétrica horizontal de las letras y la imagen reposada centrada a la izquierda con colores vivos y atractivos.		Mensaje latente: el local esta en competencia con otros locales y esta en la vía pública, y llama la atención por las imágenes visuales dinámicas.	
Contenido visual		Color	
Pre-iconográfico gato, flores y letras de distintos colores.	Iconográfico Punctum: que esta en un muro de casa la imagen del gato y flores. Contrapunctum: se ve otro cartel arriba del otro	Cromática 	Temperatura 30% 70%
Tamaño de soporte	7m x 1,20 m	Forma de soporte	Saturación Menor Mayor 33%
Tamaño de elementos	entre 20 a 15cm de letras de alto	Forma de contenido	
Rectángulo		lineal	

Registrado por Plasencia Isabel - Untuña Daysi Fecha de levantamiento: 15 de enero 2018
 Esta ficha se elaboró en base al Registro de: María Cazo, Martínez Castiño, Eduardo Gabriel Peña, Timothy Samara Revisado por M. Sc. Nancy Lucía

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi
Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi



Gráfico N°: 42



Datos generales	
Texto principal:	Servivet
Ciudad:	Salcedo
Año:	2003
Soporte:	Ventana/ vidrio
Técnica:	Pintura
Ubicación:	Av. 24 demayo
Autor:	Anónimo
Familias Tipográfica	
Serif	
A o A o A o A o	
San serif o palo seco	
A o A o A o A o	

Orientación rectangular horizontal



eje de simetría vertical

Manuscrita	Exhibición
A o A o A o A o	A o A o A o A o

Variantes Tipográficas

Variables de tono	A o A o A o A o A o extra light light Regular negra (bold) extra negra
Variables de proporción	Nn o Nn o Nn o condensadas regular expandidas
Variables de inclinación	ABC o ABC o

Análisis de enunciado

Mensaje manifiesto:	Se encuentra ubicado en una esquina donde muchas personas cruzan por ahí, al entrar a esta ahí va dirigido a las comunidades.
Mensaje latente:	Es un servicio de veterinaria que ayuda a los animales de todo tipo, además la imagen visual sea entretenido a las personas por lo dinámico.

Herramientas de Organización o Composición

La composición dinámica y simétrica, utiliza colores cálidos y fríos para dar atracción al ojo humano, además que las imágenes son humorísticas y da sentido de entretenimiento de los clientes.

Contenido visual

Pre-iconográfico		Iconográfico	
La imagen muestra un cerdo y una vaca que se encuentra con buena salud.		Punctum: la vaca y el cerdo Contrapunctum: la palabra ginecología	
Tamaño de soporte	2 x 1,20 m	Forma de soporte	Rectángulo
Tamaño de elementos	75%	Forma de contenido	Lineal

Color

Cromática	Temperatura
	Saturación

Registrado por: Plasencia Isabel - Untuña Daysi

Fecha de levantamiento: 14 de enero 2018

Revisado por: M. Sc. Naranjo Lucía

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi



Gráfico Nº: 60

		Datos generales	
		Texto principal: La carne	Cuidad: Salcedo
		Año: 2010	Soporte: Pared
		Técnica: Pintura/ pincel	Ubicación: Av. Vicente León
		Autor: Anónimo	
		Familias Tipográfica	
		Serif	
		A _o A _o A _o A _o	
		San serif o palo seco	
		A _o A _o A _o A _o	
<p>Orientación rectangular horizontal</p>		<p>Manuscrita</p> <p>A_o A_o A_o A_o</p>	<p>Exhibición</p> <p>A_o A_o A_o A_o</p>
		Variantes Tipográficos	
Variables de tono		A _o (extra light)	A _o (light)
		A _o (Regular)	A _o (negra (bold))
		A _o (extra negra)	A _o (negra)
Variables de proporción		Nn _o (condensadas)	Nn _o (regular)
		Nn _o (expandidas)	Nn _o (expandidas)
Variables de inclinación		ABC _o	ABC _o
Herramientas de Organización o Composición		Análisis de enunciado	
<p>Texto San Serif o palo seco con colores cálidos pintados en pared con una composición formal.</p>		<p>Mensaje manifiesto: Es una casa de dos pisos que en la planta baja en las ventanas tiene un anuncio realizado con tecnología moderna y ofrece productos de primera necesidad.</p>	
		<p>Mensaje latente: Es una tienda que vende la carne de clase por el anuncio y la tipografía es mejor elaborada</p>	
Contenido visual		Color	
Pre-iconográfico		Cromática	Temperatura
La tipografía esta compuesta entre letras grandes y pequeñas			65% Colores cálidos
<p>Punctum: la carne</p> <p>Contrapunctum: la imagen de la vaca y el pollo pintados a los lados.</p>			Saturación
Tamaño de soporte	1.20 m x 90cm	50% 30% 10% 10%	Menor ↑
Tamaño de elementos	55% de elementos grandes		Mayor ↓
Forma de soporte	rectángulo		62%
Forma de contenido	lineal		

Registrado por Plasencia Isabel - Untuña Daysi

Fecha de Inventario: 14 de enero 2018

Revisado por: M. Sc. Nazario Lucia

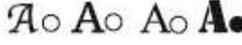
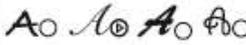
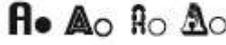
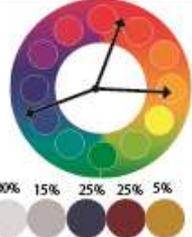
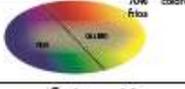
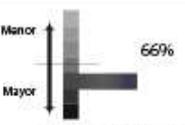
Esta ficha se elaboró en base bibliográfica de: Maria Cano, Martínez Castillo, Eduardo Gabriel Pazo, Timothy Samara

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi



Gráfico N°: 44

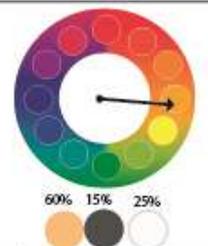
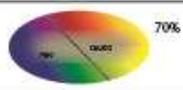
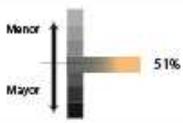
		Datos generales	
		Texto principal: Mercado central Ciudad: Salcedo Año: 2002 Soporte: Tol Técnica: Pintura Ubicación: Av. 24 de mayo Autor: anónimo	Familias Tipográfica Serif  San serif o palo seco 
Orientación rectangular horizontal 		Manuscrita 	Exhibición 
ojo de simetría vertical 		Variantes Tipográficos	
Herramientas de Organización o Composición		Variables de tono 	Variables de proporción 
La composición reposada elementos constante y simétrico, objeto de forma geométrica, con un soporte rectangular de tol el cual se encuentra sujeta por pieza metálica contra el poste de luz.		Variables de inclinación 	Analisis de enunciado
Contenido visual		Color	
Pre-iconográfico		Cromática 	Temperatura 
Tipografía entre Serif y Sans Serif de color rojo y azul sobre un soporte rectangular de color blanco y los bordes negros.		Iconográfico Punctum: Tipografía rojo y azul Contrapunctum: poste de luz y cartel político	Saturación 
Tamaño de soporte 70 x 37 cm	Forma de soporte rectángulo	Tamaño de elementos 90% espacio ocupado	Forma de contenido Regular

Registrado por: Plasencia Isabel - Untuña Daysi Fecha de Inventario: 14 de enero 2018
 Esta ficha se almacenó en base bibliográfica de María Cazo, Martínez Cuello, Eduardo Gabriel Pava, Timothy Santara Revisado por: M. Sc. Huarango Lucía

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi
 Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi



Gráfico N°: 94

		Datos generales	
		Texto principal: Vulcanizadora Ciudad: Pujili Año: 2014 Soporte: Caucho Técnica: Pintura Ubicación: Av. Velasco Ibarra Autor: Lozada	Familias Tipográfica Serif A o A o A o A o San serif o palo seco A o A o A o A o
 <p>Orientación circular</p> <p>Eje de simetría vertical</p>		Manuscrita A o A o A o A o	Exhibición A o A o A o A o
Variantes Tipográficos			
Variables de tono A o A o A o A o A o <small>extra light light Regular negra (bold) extra negra</small>			
Variables de proporción Nn o Nn o Nn o <small>condensadas regular expandidas</small>			
Variables de inclinación ABC o ABC o			
Análisis de enunciado			
Herramientas de Organización o Composición La composición está basada en forma circular, de acuerdo con el soporte, además utiliza dos colotes de contrastes a la tipografía, y está colocada en la esquina del local y visible para todos los que circulan por la vía.		Mensaje manifiesto: Entendemos que la vulcanizadora da un servicio adicional que es el recauche al frío la publicidad es dinámica contando de una tipografía estilizada y un símbolo.	
		Mensaje latente: Da reflejos que la lona es reutilizada que es un negocio con recursos bajos sin embargo hace publicidad de igual manera.	
Contenido visual		Color	
Pre-iconográfico tipografía compuesta de color blanco con bordes negros.		Iconográfico Punctum: flecha de la llanta Contrapunctum: rótulo de lona ubicada a lado	
Tamaño de soporte	1, 20m de diámetro	Forma de soporte	circular
Tamaño de elementos	75% de tipografía grande	Forma de contenido	estático
		Cromática 	Temperatura 
		Saturación 	

Registrado por: Plasencia Isabel - Untuña Daysi

Fecha de levantamiento: 15 de enero 2018

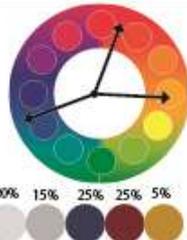
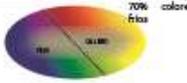
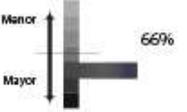
Revisado por: M. Sc. Naranjo Lucía

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi



Gráfico N°: 44

		Datos generales	
		Texto principal: Mercado central Ciudad: Salcedo Año: 2002 Soporte: Tol Técnica: Pintura Ubicación: Av. 24 de mayo Autor: anónimo	Familias Tipográfica Serif A o A o A o A o San serif o palo seco A o A o A o A o
Orientación rectangular horizontal  <p style="text-align: center;">eje de simetría vertical</p>		Manuscrita A o A o A o A o	Exhibición A o A o A o A o
Variantes Tipográficos			
Variables de tono	A o A o A o A o A o <small>extra light light Regular negra (bold) extra negra</small>		
Variables de proporción	Nn o Nn o Nn o <small>condensadas regular expandidas</small>		
Variables de inclinación	ABC o ABC o		
Analisis de enunciado			
Herramientas de Organizacion o Composición		Mensaje manifiesto: Caso, el cual se encuentra un poste de luz con un rótulo de una cooperativa de camionetas y más debajo de eso esta un cartel político.	
La composición reposada elementos constante y simétrico, objeto de forma geométrica, con un soporte rectangular de tol el cual se encuentra sujeta por pieza metálica contra el poste de luz.		Mensaje latente: El rotulo se encuentra en un alto de poste con tipografías legible algo desgastado, sobre un soporte rectangular metálico de nombre Mercado central.	
Contenido visual		Color	
Pre-iconográfico		Cromática	Temperatura
Tipografía entre Serif y Sans Serif de color rojo y azul sobre un soporte rectangular de color blanco y los bordes negros.			
Iconográfico		Saturación	
Punctum: Tipografía rojo y azul Contrapunctum: poste de luz y cartel político	Forma de soporte: rectángulo		
Tamaño de soporte: 70 x 37 cm	Forma de contenido: Regular		
Tamaño de elementos: 90% espacio ocupado			

Registrado por Plasencia Isabel - Untuña Daysi

Fecha de Invasario: 14 de enero 2018

Revisado por M. Sc. Naranjo Lucia

Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Anexo 6: Entrevistas

Entrevista al señor Manuel María Lozada Monje (rotulador, dibujante)



Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Entrevista al señor Rolando Heriberto Ramón Tiglla (rotulador)



Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Entrevista al señor Jorge Orlando Morocho (rotulador)



Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Anexo 7: Fotografías de ejemplares de la gráfica popular

Fotografías de los rótulos de cantón Salcedo



Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Fotografías de los rótulos de cantón Pujilí



Fuente: Plasencia Isabel y Untuña Daysi

Elaborado por: Plasencia Isabel y Untuña Daysi