



## **FACULTAD DE COMUNICACIÓN DISEÑO GRÁFICO / INDUSTRIAL**

APLICACIÓN DE LAS TÉCNICAS DE DISEÑO GRÁFICO E INDUSTRIAL A  
UNA PROPUESTA DE IMAGEN CORPORATIVA, MANUAL DE USO,  
SEÑALÉTICA, PACKAGING, ANIMACIÓN, PÁGINA WEB, MATERIAL  
COMUNICACIONAL, MOBILIARIO E ILUMINACIÓN PARA EL CENTRO  
ARTESANAL EL CEDACERO DE GUANGOPOLO, PROVINCIA DE  
PICHINCHA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Licenciados en Diseño Gráfico e  
Industrial

Profesor/a guía  
Neus Villacís G.

Autores  
Ivy Fernanda Maldonado Sánchez (119757)  
Ricardo Fabián Loaiza Castillo (119766)

Año  
2014

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con los estudiantes, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

---

Neus Villacís G.  
Diseñadora, EDGP  
CI: 1802349553

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaramos que este trabajo es original, de nuestra autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

---

Ivy Fernanda Maldonado Sánchez

CI: 1719140335

---

Ricardo Fabián Loaiza Castillo

CI: 1712634573

## AGRADECIMIENTOS

Dios puso en mi vida personas maravillosas que han aportado en mi vida como ser humano y como profesional. Agradezco a mis padres, Shella Sánchez y Luis Maldonado, a mis hermanos: Max, Viviana, Sebastián, Felipe y Maritza, a mi abuela, Azucena Tamayo y a Ricardo Loiza por su compañía incondicional y su ayuda.

Fernanda Maldonado

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre, de quien aprendí la importancia del trabajo bien hecho y el valor de una vida honesta.

Fernanda Maldonado

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres, Miguel y Cecilia, por el apoyo incondicional en todas las decisiones que he tomado en mi vida. También le agradezco a mi hermano Miguel por la compañía y soporte durante mis veladas de estudio y trabajo. Agradezco también a Fernanda Maldonado por el apoyo y por ayudarme a mantener mi vida enfocada en cumplir mis propósitos y metas, y a todas aquellas personas que dirigieron mi formación como profesional.

Ricardo Loaiza

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres por ser el principal pilar sobre el que he construido mi vida. Las enseñanzas y valores que me han transmitido desde niño, me han permitido ser quien soy.

Ricardo Loaiza

## RESUMEN

El presente trabajo plantea parte de la resolución de una problemática mundial, la desaparición de las artesanías. Este mundo industrializado que crece de forma veloz, no ha permitido que los artesanos puedan actualizarse y emplear herramientas comunicativas que permitan mantener viva la cultura de sus ancestros.

Este proyecto ayudará a los artesanos del Centro Artesanal El Cedacero, ubicado en la parroquia de Guangopolo, a develar la belleza y riqueza de sus artesanías, pues el desarrollo de piezas gráficas e industriales permitirá transmitir la esencia y riqueza cultural del guangopolense.

La elaboración de la imagen corporativa realizada, resulta pieza clave para que el turista conozca al artesano; el diseño de la señalética, que es un instrumento valioso de comunicación visual, permite que el visitante pueda llegar fácilmente, al Centro Artesanal; la realización de packaging ayudará que el artesano deposite su trabajo en una pieza capaz no solo de mantener en óptimas condiciones el producto, sino también para que el turista se lleve a casa una parte de la cultura guangopolense; el texto visual de la animación hará que tanto grandes como chicos se instruyan en la elaboración de los cedazos, artesanía por excelencia guangopolense; el desarrollo de la página web permitirá que nacionales y extranjeros conozcan la riqueza artesanal de la parroquia; el material comunicacional será una herramienta que promocionará al Centro Artesanal; el diseño y elaboración del equipamiento ayudará al transporte y exposición de la variedad de artesanías de Guangopolo; y finalmente, el manual de iluminación será indispensable para mantener integra la salud física de todos aquellos que ejecutan las artesanías sobre la base de la crin de caballo.

Para que este proyecto sea exitoso, fue imprescindible la participación de los artesanos guangopolenses en la toma de decisiones sobre las propuestas finales que plantearon los diseñadores.

## ABSTRACT

This paper presents part of the resolution of a global problem, the disappearance of crafts. The industrialized world that is growing so fast, has not allowed artisans to develop and use communication tools in order to keep alive the culture of their ancestors.

This project will help artisans from El Cedacero Craft Center, located in the parish of Guangopolo, to reveal the beauty and richness of their crafts, the development of industrial and graphic pieces will allow to convey the essence and cultural wealth of the guangopolense people.

The development of a corporate image is a key factor for tourists, this would enable them to learn the artisan. The design of signage, which is a valuable tool for visual communication allows the visitor to easily get to the Artisan Center. The elaboration of packaging allow the craftsman to deposit their work in one piece not only able to keep the product in good condition, but also for tourists to take home a part of the guangopolense culture; visual text animation will make both adults and children to learn about the elaboration of “cedazo”, guangopolense quintessential craft. Development of the website will allow local and foreign people to know the rich craftsmanship of the parish, the communication material will be a tool that will promote the craft Center. The design and development of equipment will help transport and display Guangopolo’s variety of crafts, and finally the lighting manual is essential for maintaining the physical health of all those elaborating the crafts over the base of horsehair.

In order for this project to be successful, it was essential the participation of artisans guangopolenses in making final decisions on proposals raised by the designers.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>1. CAPÍTULO I: GUANGOPOLO, CAPITAL MUNDIAL DEL CEDAZO. IMPORTANCIA DE LA ARTESANÍA DE GUANGOPOLO EN EL ECUADOR</b> .....	3
1.1. Preámbulo a la artesanía en el Ecuador.....	3
1.2. Cultura de la parroquia. Estudio sociológico y geográfico de la comunidad de Guangopolo.....	5
1.2.1. Orígenes.....	5
1.2.2. Desarrollo de cultura.....	9
1.2.3. Evolución de la comunidad.....	12
1.2.4. Estilo de vida del guangopolense.....	15
1.2.5. Historia del cedazo y evolución de la artesanía....	17
1.2.6. El centro artesanal El Cedacero.....	32
<b>2. CAPÍTULO II: DISEÑO GRÁFICO. LA ESENCIA DE UNA CULTURA, MILENARIA</b> .....	41
2.1. El Diseño Gráfico en el Ecuador.....	41
2.2. Desarrollo de la idea de diseño.....	42
2.2.1. Textualización.....	42
2.2.2. Planificación de diseño.....	45
2.2.3. Estilo de diseño.....	46
2.3. Imagen Corporativa.....	47
2.3.1. La Marca.....	48
2.3.2. Tipografía.....	49
2.3.3. Cromática.....	50
2.4. Señalética.....	52
2.5. Diseño Web.....	53

2.5.1. Aplicación del Diseño Gráfico a la Web.....	53
2.5.2. Diseño de Interfaz.....	53
2.6. Animación.....	54
2.6.1. Proceso para crear una Animación.....	55
2.7. Packaging.....	56
2.7.1. Diseño de envases.....	56
2.7.2. Materiales.....	57
2.7.3. La cromática aplicada al envase.....	58
2.7.4. La Gráfica Aplicada al Envase.....	58
2.7.5. La Tipografía Aplicada al Envase.....	59
2.7.6. Disposición y Jerarquía de la Información de un Envase.....	59
2.7.7. El Envase Promocional.....	60
2.8. Síntesis de Diseño Gráfico.....	60

### **3. CAPÍTULO III. DISEÑO INDUSTRIAL. LA**

#### **IMPORTANCIA DEL BIENESTAR DEL ARTESANO..... 62**

3.1. Análisis global del Centro Artesanal "El Cedacero" .....	62
3.2. Diseño de mobiliario interior.....	65
3.2.1. Ergonomía.....	65
3.3. Iluminación.....	67
3.4. Síntesis de Diseño Industrial.....	69

### **4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE DISEÑO**

#### **GRÁFICO..... 73**

4.1. Elaboración de la marca.....	73
4.1.1. Proceso de Simplificación de formas.....	74
4.1.2. Proceso de bocetaje.....	77
4.1.3. Digitalización posibles alternativas.....	79
4.1.4. Paletas de colores.....	81

4.1.5. Alternativas de composición.....	85
4.1.6. Combinaciones cromáticas.....	85
4.1.7. Definición de la mejor propuesta.....	89
4.2. Justificación de la marca.....	91
4.2.1. Elementos de la marca.....	92
4.2.2. Distribución de espacios y de elementos.....	92
4.2.2. Área de respeto de la marca.....	93
4.2.3. Tamaño mínimo.....	94
4.3. Cromática de la marca.....	95
4.3.1. Variación de color en CMYK.....	95
4.3.2. Variación de color en RGB.....	96
4.3.3. Variación de color en PANTONE.....	96
4.3.3. Variación de color en BLANCO Y NEGRO.....	97
4.3.4. Variación de color en escala de grises.....	98
4.3.5. Paletas de color.....	98
4.3.5.1. Paleta secundaria positivo / negativo en CMYK.....	98
4.3.5.2. Paleta secundaria en escalas positivo / negativo en CMYK.....	99
4.3.5.3. Paleta secundaria positivo / negativo en RGB.....	100
4.3.5.4. Paleta secundaria en escalas positivo / negativo RGB.....	100
4.3.5.5. Variación monocromática plana positivo / negativo en PANTONE.....	101
4.3.5.6. Paleta secundaria monocromática positivo / negativo PANTONE.....	102
4.4. Restricciones de la marca.....	102
4.4.1. Alteraciones cromáticas.....	102
4.4.2. No aplicar sobre fondos, texturas o tramas.....	103
4.4.3. No aplicar bordes o márgenes.....	103
4.4.4. No rotar.....	103

4.4.5. No deformar.....	104
4.4.6. No aplicar sombra.....	104
4.4.7. No modificar la composición.....	105
4.4.8. No aplicar efectos.....	105
4.5. Material Comunicacional.....	105
4.5.1. Tipografía de Apoyo (Texto Corrido).....	106
4.5.2. Papelería Corporativa.....	107
4.5.2.1. Tarjetas de Presentación.....	107
4.5.2.2. Etiquetas Formato #1.....	108
4.5.2.3. Etiquetas Formato #2.....	108
4.5.2.4. Empaques.....	109
4.5.2.5. Adhesivos.....	110
4.5.2.6. Cotización Papelería.....	111
4.5.3 Uniformes Corporativos.....	111
4.5.3.1. Camiseta tipo Polo.....	113
4.5.3.2. Chaleco.....	114
4.5.3.3. Pantalón.....	115
4.5.3.4. Delantal.....	116
4.5.3.5. Cotización Uniformes.....	117
4.5.4. Credenciales.....	117
4.5.5. Página Web.....	118
4.5.5.1. Página de Inicio.....	118
4.5.5.2. ¿Quiénes somos?.....	119
4.5.5.3. Historia.....	120
4.5.5.4. Proyecto.....	121
4.5.5.5. Eventos.....	122
4.5.5.6. Productos.....	123
4.5.5.7. Contactos.....	124
4.5.6. Vallas.....	125
4.6. Señalética.....	126
4.6.1. Señalética interna.....	127
4.6.1.1. Sistema de Pictogramas-AIGA.....	127

4.6.1.2. Distribución de espacios y dimensiones.....	128
4.6.1.3. Formato #1.....	128
4.6.1.4. Aplicación Pictogramas Formato #1.....	129
4.6.1.5. Instalación PVC Formato #1.....	130
4.6.1.6. Cotización Señalética Interna Formato #1.....	131
4.6.1.7. Formato #2.....	131
4.6.1.8. Aplicación Pictogramas Formato #1.....	132
4.6.1.9. Instalación PVC Formato #2.....	133
4.6.1.10. Cotización Señalética Interna Formato #2.....	134
4.6.1.11 Panel de horarios de trabajo.....	134
4.6.1.12 Instalación de panel de horarios de trabajo.....	135
4.6.2. Señalética externa.....	135
4.6.2.1. Distribución de espacios y dimensiones.....	135
4.6.2.2. Formato de Exterior #1.....	135
4.6.2.3. Instalación Para Panel de Exteriores.....	137
4.6.2.4. Aplicación Pictogramas Formato de Exterior #1.....	138
4.6.2.5. Cotización Señalética Externa.....	139
4.6.2.6. Planos Técnicos.....	139
4.7. Animación para el Centro Artesanal el Cedacero.....	143
4.7.1. Sinopsis.....	143
4.7.2. Escenario.....	144
4.7.3. Storyboard.....	145

## **5. CAPÍTULO V: PROPUESTA DE DISEÑO**

<b>INDUSTRIAL.....</b>	<b>149</b>
------------------------	------------

5.1. Necesidades del Artesano.....	149
5.2. Salto a la creatividad.....	149
5.3. Proceso de bocetaje.....	153
5.4. Depuración de la idea de diseño.....	156
5.5. Elaboración de maquetas.....	158
5.5.1. Primera maqueta.....	158
5.5.2. Segunda maqueta.....	160
5.5.2.1. Imágenes de la maqueta.....	161
5.6. Ejecución de prototipos.....	163
5.6.1. Primer Prototipo.....	163
5.6.1.1. Planos técnicos.....	163
5.6.1.2. Planteamiento de materiales para el objeto.....	165
5.6.1.3. Proceso de elaboración del primer prototipo.....	165
5.6.1.4. Correcciones del prototipo.....	169
5.6.1.5. Objeto construido.....	170
5.6.2. Segundo Prototipo.....	171
5.6.2.1. Planos técnicos.....	172
5.6.2.2. Implementación de nuevos materiales....	173
5.6.2.3. Objeto construido.....	174
5.6.2.4. Correcciones y observaciones del segundo prototipo.....	176
5.6.3. Prototipo Final.....	177
5.6.3.1. Planos técnicos.....	177
5.6.3.2. Proceso de elaboración del objeto.....	182
5.6.3.3. Análisis de las nuevas adaptaciones.....	199
5.6.3.4. Costo total de la elaboración del objeto.....	199
5.6.3.5. Objeto construido.....	199
5.6.3.6. Explosión.....	203

5.6.3.7. Render.....	203
5.6.3.8. Montaje del objeto con productos.....	206
5.7. Puntos importantes de una adecuada iluminación.....	209
<b>6. CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>211</b>
6.1. Conclusiones.....	211
6.2. Recomendaciones.....	213
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>215</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>.CD</b>

## INTRODUCCIÓN

Guangopolo es una parroquia ubicada en las faldas del cerro Ilaló, muy cerca del Río San Pedro, al este de la ciudad de Quito. Los orígenes de sus habitantes están ligados a los Quitus Karas, por eso esta parroquia es una de las pocas que conserva ciertas raíces indígenas.

Entre las principales actividades de los pobladores de esta zona, está la actividad artesanal con la elaboración del cedazo. (Quito Turismo, 2012, p.55) Esta actividad, con el paso del tiempo, se ha visto afectada tanto por la migración como por la escasez de materia prima (cerda o crin de caballo). Sin embargo, aún hay personas que se dedican a este trabajo manual y han hecho de esta zona, Guangopolo, el único lugar donde se pueden encontrar artesanías de crin de caballo como los cedazos y otros productos.

Con el fin de favorecer la comercialización de las artesanías, la Junta Parroquial de Guangopolo construyó un Centro Artesanal Cedacero, un espacio determinado para reubicar y concentrar a los artesanos, y así, rescatar y mantener viva la cultura de las artesanías de Guangopolo. Entre la variedad de productos que se manufacturan en esta zona se encuentran: cedazos, carteras, llaveros, pulseras, collares, correas, canastas, textiles y productos gastronómicos de la zona.

A pesar de la buena infraestructura del centro artesanal, se ha visto que éste tiene varias necesidades, entre las cuales se pueden citar: a) identidad para el centro artesanal, b) valor agregado para los productos, c) mobiliario, d) material informativo, e) envases y embalajes.

Con la finalidad de dar una mayor proyección turística a esta zona y plasmar la esencia de la cultura en las artesanías y dotarle de una identidad, se ve la necesidad de aplicar varias ramas del Diseño Gráfico e Industrial encaminadas a: la imagen corporativa, la señalética, el manual de uso, el packaging, la

animación, el material educativo, el aspecto comunicacional, el diseño web, el mobiliario, y la iluminación.

# **1. CAPÍTULO I: GUANGOPOLO, CAPITAL MUNDIAL DEL CEDAZO. IMPORTANCIA DE LA ARTESANÍA DE GUANGOPOLO EN EL ECUADOR**

## **1.1. Preámbulo a la artesanía en el Ecuador.**

Para conocer la esencia de la artesanía en Guangopolo, es fundamental tener un acercamiento a la riqueza artesanal que ha existido y existe en el Ecuador.

Si bien es complejo buscar el origen de las artesanías por el entramado cultural que existe, en ciertos lugares se pueden encontrar evidencias que nos ayudan a entender de mejor manera no solo las culturas sino también los oficios que éstas desarrollaban.

Pablo Cuvi (1194) en su libro “Artesanías del Ecuador” indica que:

“Pasando de la mitología a la historia, el origen preciso de los primeros habitantes del territorio que hoy día es el Ecuador continúa siendo un enigma. En el Ilaló, una colina cercana a Quito, fueron hallados puntas de flechas y otros objetos de piedra elaborados hace 10.000 años. Otros restos igualmente antiguos, de la época precerámica, aparecieron en Santa Elena y en El Oro, pero aún se ignora la procedencia de estos remotos pobladores.” (p.11)

A pesar de que el origen de nuestras artesanías no es claro, se sabe con certeza que desde sus inicios las artesanías han sido muy ricas y de gran variedad.

Según los investigadores Édgar Pita S. y Peter C. Meier (1985):

“El Ecuador ha tenido desde hace milenios una rica producción artesanal; mucho antes del incario los pueblos de América del Sur alcanzaron a dominar una serie de técnicas para la producción de instrumentos de trabajos, bienes utilitarios, decorativos y ceremoniales.

Los pueblos indígenas desarrollaron grandes habilidades, especialmente en el arte del tejido, la cerámica y la orfebrería.” (p.19)

Las habilidades artesanales, se han venido desarrollando de forma grupal e individual dentro de comunidades familiares originarias de los Andes, más conocidas como ayllus. La agricultura y la manufactura dentro de estas comunidades, tenían la misma importancia y ambas tenían como fin el autoconsumo. (Pita. E, Meier, P, 1985, p.19).

Si bien los pueblos indígenas que habitaban en el siglo XV poseían una organización de comunidades agrícolas-artesanales con regímenes políticos y militares bien desarrollados, cuando llegan los incas al país, los logran someter. De esta manera imponen su propia organización económica, social y política; para poder explotar todos sus recursos. Esto se ve claramente reflejado en la política de recaudación de tributos impuesta en los ámbitos de tierras y de productos artesanales, los tejidos sobre todo. (Pita. E, Meier, P, 1985, p.19).

Después de la llegada de los españoles y la conquista del imperio inca, se establece una economía de exportación. En 1534 la ambición de los españoles creció de tal forma, que consideraban que la productividad de los indígenas era demasiado baja, por lo que sus exigencias no podían ser satisfechas. Este acontecimiento llevó a los blancos a introducir un sistema de obrajes comunitarios, que eran una especie de talleres donde se sometía al artesano a realizar trabajos forzados para que puedan pagar el tributo que les permitía tener la oportunidad de exportar sus productos a Perú, Colombia, Panamá y Chile. (Pita. E, Meier, P, 1985, p.20).

Como se observa, la artesanía ha logrado subsistir a pesar de los distintos cambios culturales y sociales que se han presentado en el país.

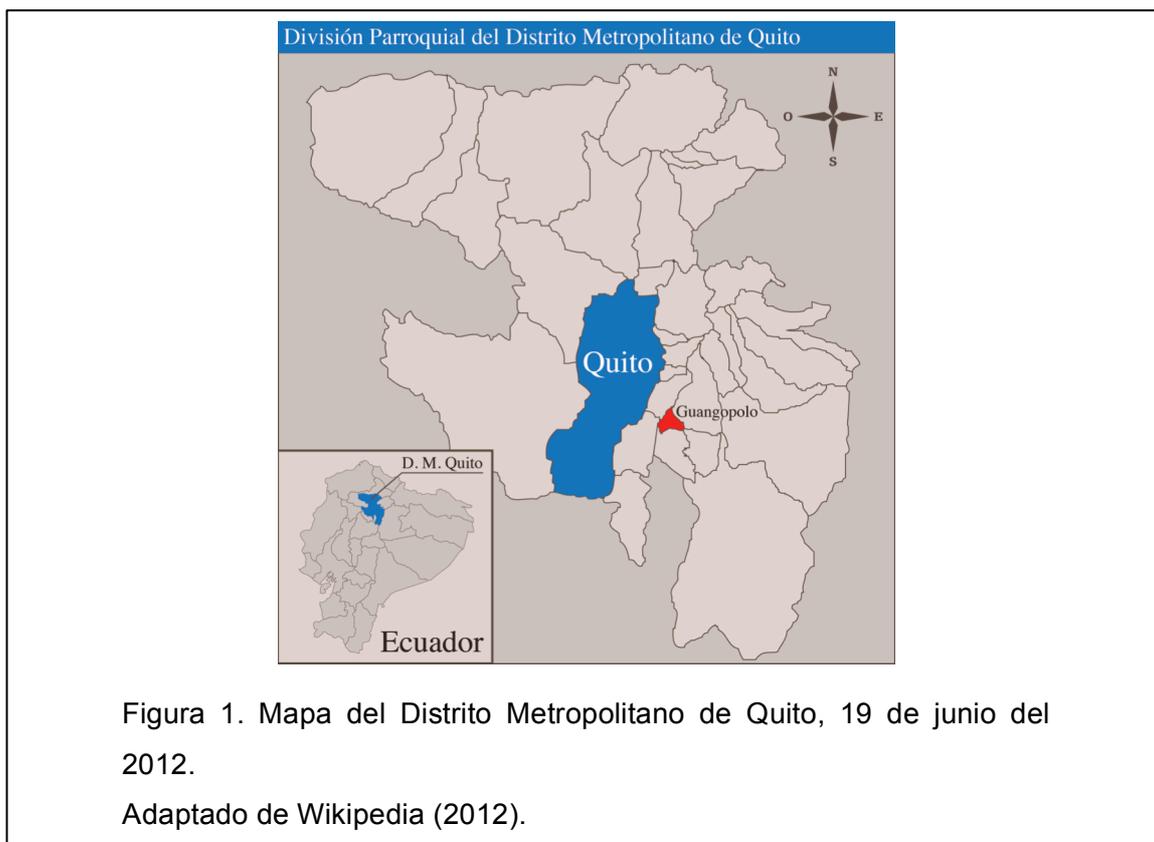
El sociólogo quiteño Pablo Cuvi (1994) afirma en su libro “Artesanías del Ecuador” que:

“Cada generación realiza una nueva lectura del mundo y de sus cosas. A la nuestra, que alcanzó su clímax en los años setentas, le correspondió redescubrir las artesanías del folklore andinos desde la perspectiva de una rebelión que, apuntando hacia un futuro solidario...”.  
(p.9).

## **1.2. Cultura de la parroquia. Estudio sociológico y geográfico de la comunidad de Guangopolo.**

### **1.2.1. Orígenes**

Dentro del Distrito Metropolitano existen 65 parroquias tanto urbanas como rurales. Entre las rurales se encuentra Guangopolo que está ubicado en las faldas del cerro Ilaló, muy cerca del río San Pedro, al este de la ciudad de Quito. (Quito Turismo, 2012, p.55).



Guangopolo está compuesto por 3 comunidades y un centro urbano. Entre éstas se encuentran: La Comunidad Ancestral o la Toglla, La Comunidad de Romiloma, La Comunidad de Sorialoma y el Centro Urbano. (Paucar, Jaime, 2011, p. 7).

Para conocer los orígenes de la población que habitaba en este lugar, se tomó información de gente que forma parte de la comunidad de Guagopolo.

Se realizó una entrevista el día 15 de febrero del 2013 al Señor Abraham Paucar y a su esposa Rosa Cabrera (véase filmación Anexo 1). Estos personajes son artesanos nativos que se han dedicado a la confección de artesanías sobre la base de crin de caballo por más de 45 años.

Mediante la entrevista realizada a estos artesanos, algo que llamó mucho la atención fue que todos los guangopolenses sentían la obligación de defender y proteger de los ajenos al cerro Ilaló ya que, éste era considerado como un dios para la cultura.



*Figura 2.* Artesano Guangopolense llamado Abraham Paucar, 27 de febrero de 2013, Guangopolo.



*Figura 3.* Artesana Guangopolense llamada Rosa Cabrera, 27 de febrero de 2013, Guangopolo.

También se le realizó una entrevista el 18 de febrero del 2013, el autor del libro Guangopolo Capital mundial del cedazo, Leopoldo Tobar (véase grabación Anexo 2) quien reafirma lo mencionado por los artesanos: --“Sin el llaló, Guangopolo no sería lo que es. En este cerro está la fuerza telúrica, el espíritu de ese pueblo”-.

Según cuenta la historia, esta zona estaba poblada por los Quitus en el año de 1535, quienes en un principio vivían bajo un régimen nómada. Una vez que logran asentarse de forma permanente en la zona del llaló, se convierten en una agrupación sedentaria que llega a domesticar una gran variedad de plantas y animales. Al rededor del siglo XVI, se mezclan con los Caras y conforman el grupo quitu-cara. (Costales, Alfredo, 2006, p.113).

En el mismo siglo, esta comunidad autóctona es invadida.

Por testimonios de la antigua documentación colonial del siglo XVI se deduce que los conquistadores cusqueños trajeron a territorios del Reino de Quito la misma división administrativa del Tahuantinsuyo. (Costales, Alfredo, 2006, p.101).

Además, los nuevos invasores cuzqueños buscaron la forma de diferenciarse de aquellos a quienes estaban sometiendo. De esta forma a los nativos del lugar se los llamo lliactaios, mientras que ellos se denominaron mitimas o extranjeros. (Costales, Alfredo, 2006, p.104).

Tras la llegada de los españoles en el siglo XVI, todos los pueblos indígenas son conquistados. Los nuevos invasores deciden adoptar la organización instaurada por los cusqueños dado que, de esta manera se lograba diferencia de mejor manera los empadronamientos, visitas, numeraciones de los grupos indígenas e incluso la diferenciación de lengua materna. (Costales, Alfredo, 2006, p.104).

### **1.2.2. Desarrollo de cultura**

A pesar del cambio cultural continuo los quitu-caras lograron mantener su esencia.

“La conquista incásica no borro las pautas culturales esenciales de los quitu-caras, ni por el mestizaje ni por la fuerza. La organización social primaria de los quiteños, el bulu, se mantuvo intacta y pervivió incluso dentro del sistema implantado por los españoles.” (Costales, Alfredo, 2006, p.104).

Guangopolo fue uno de los puntos estratégicos de poder para los lliactaios, porque servía de puente con los grupos de los valles de los Chillos, Cumbayá, Tumbaco y Nayón. Los señores lliactaios de la zona, contrarrestaban el poder de los mitimas de Guápulo. (Costales, Alfredo, 2006, p.105).

Con la llegada de los conquistadores españoles, nace en Guangopolo el perfeccionamiento de una actividad que marcará la historia de este lugar. Se está hablando de la elaboración del cedazo.

Según Paucar, el cedazo es una artesanía milenaria (no se sabe con exactitud, sin embargo los nativos aseguran que desde sus orígenes fue confeccionada). En un principio el tejido era realizado con cabuya, fibra obtenida de la penca, y el aro de madera de pumamaqui. Sin embargo a partir de la llegada de los españoles se perfecciona la técnica de elaboración. Se reemplaza la cabuya por la crin de caballo y el aro se mantiene del mismo material.

Este acontecimiento permite realizar cedazos de mejor calidad con un periodo de vida más largo. Al mismo tiempo ayuda a los artesanos a trabajar de manera más óptima, dado que la crin de caballo es un material más fácil de manipular.

“La tradición mantiene la idea de que en Guangopolo la iglesia católica existió desde tiempos coloniales, tanto que –dicen- fueron los sacerdotes españoles Señalín el uno y Donoso el otro, quienes les indicaron la confección del cedazo con cola de caballo.” (Tobar, Leopoldo, 2011, p.81).

Pero la historia de esta artesanía va más allá. Cuentan los nativos que sus antecesores tenían como prioridad mantener el bulu dentro del llaló, razón por la cual no permitían la entrada de blancos o de gente ajena a sus tierras. Según la leyenda que relatan, hubo un sacerdote español de apellido Donoso que convenció a la gente de que él vivía en el llaló. Es así como logra ser aceptado en la comunidad y pasa a ser llamado Taita llaló. (Tobar, Leopoldo, 2011, p.24).

Fue Taita llaló quien les enseñó la confección del cedazo usando como materia prima la crin de caballo. Este sacerdote tuvo un hijo de nombre Ascencio al que

nunca le dio su apellido. La madre de éste, fue una indígena guangopolense de apellido Siñalín. Este niño fue llevado al convento para aprender a leer y escribir. (Tobar, Leopoldo,2011, p.24).

Años más tarde se convierte en el Apu del Ilaló. . El Apu era un ser considerado como un dios menor, éste tenía la función de ser intermediario entre los seres humanos y los lugares privilegiados de la Pachamama (Hanag Pacha). Este personaje es descrito como un hombre alto, blanco y de ojos café oscuro. (Tobar, Leopoldo,2011, p.24).

En el siglo XIX mucha gente quería entrar a Guangopolo y fue Ascencio Siñalín quien defendió estas tierras. Posteriormente decidió emprender un viaje a Colombia, llevando cedazos y acompañado por un escolta. Al llegar al pueblo de la Virgen de Chiquinquirá en una noche de luna llena, vio caer una pequeña moneda de oro de un costal, y observó a la distancia que había más monedas y las recogió. Así logro reunir seis libras de ellas. (Tobar, Leopoldo,2011, p.25).

Tres años más tarde, regresó a Ecuador donde encontró a los pobladores de su comunidad llorando a causa del juicio de Hidalgo, dueño de la hacienda de Cunuyacu, quien pretendía comprar las tierras de Guangopolo y convertir a sus indios en gañanes. Al ver a su gente desesperada, decide enseñarles la bolsa con monedas de oro que había recolectado. Junto con ellos emprende un viaje a Quito para una audiencia con el Presidente. Una vez que arriba, indica al presidente que los indígenas son los verdaderos propietarios de las tierras de Gaugopolo. Tomo varios días para dictar la sentencia debido a que el juez, afirmaba que los guagopolenses no tenían los recursos para pagar por esos territorios, mientras que los blancos hacendados poseían el dinero necesario para adquirirlas. Siñalín pregonó que él era el defensor de los indígenas y por ello, entrega todas sus monedas de oro. Entonces el juez afirmó -¡Las tierras son tuyas, indio!- (Tobar, Leopoldo,2011, p.25).

Apu, Ascencio Siñalín, hijo de Donoso fue un protector de los indígenas y procreo una descendencia que aún habita en Gaungopolo. Este viejo

personaje, más ficticio que real, dicen que dejó diciendo: “Yo defendí estas tierras. Nosotros los guangopolenses somos como los judíos errantes, y cuando regresen nunca les nieguen un pedazo de tierra”. (Tobar, Leopoldo, 2011, p.25).

### **1.2.3. Evolución de la comunidad**

Alrededor de los años de 1950, el parque central de Guangopolo no era más que un potrero rodeado de pequeñas casas de adobe. En éstas se asentaron las primeras familias originarias de estas tierras y por cuestiones geográficas carecían de servicios básicos y vías de acceso. El único acceso a Guangopolo era a través de dos chaquiñanes formados por el tránsito que los pobladores habían realizado.

Eduardo Nuela testifica que, la idea de convertir a Guangopolo en una parroquia fue un acto impulsado por un grupo de jóvenes progresistas, con el fin de mejorar la calidad de vida de su ciudad natal. Muchos de ellos se formaron en Machala, donde se dedicaron a la comercialización y adquirieron nuevos valores culturales que provenían del pensamiento liberal, el mismo que en aquellas épocas era sinónimo de progreso. (Tobar, Leopoldo, 2011, p.49).

Guangopolo no logró su parroquialización fácilmente y la pelea fue muy dura, ya que los pobladores ancianos de la comunidad fueron los primeros en oponerse al cambio.

“Divulgado el objetivo de los jóvenes, los mayores se opusieron, tildándoles de mocosos, de unos que todavía ni siquiera podían amarrarse bien los pantalones. El hecho es que los mayores le temían a la “civilización” que -según ellos- traería a la gente extraña, a usurpadores de sus tierras y de sus mujeres, y convertiría en rutina su aislado paraíso terrenal, su Guangopolo que durante siglos había existido sin intervención del estado.” (Tobar, Leopoldo, 2011, p.50).

Los pobladores recuerdan a una persona con autoridad de Cabildo, Pedro Guamantica, quien repartió lotes de terreno a varias familias con el fin de que cultivaran diferentes productos para el sustento diario. Y de esta forma mantenerlos apartados de los jóvenes revolucionarios que pretendían ayudar a salir adelante a su pueblo. (Tobar, Leopoldo,2011, p.50).

Los mayores sabían que la parroquialización implicaba adaptarse a un nuevo régimen, ellos tenían una perspectiva totalmente distinta sobre el progreso. Por esta razón a los jóvenes tan solo les quedaba la bondad del pretérito y un inamovible presente. (Tobar, Leopoldo,2011, p.51).

Es necesario resaltar el relato del investigador Leopoldo Tobar (2011) sobre la realidad de Guangopolo y como pensaban los adultos.

“...el aislamiento de Guangopolo le otorgó la característica de caserío autónomo, de comuna que se autogobernaba, es decir, que se otorgaba un gobierno de sí para sí, repartía la tierra según los requerimientos de la gente, a la producción del cedazo todos tenían acceso, a su comercialización igual, todos tenían trabajo, sin duda era una población libre, regidos por una forma de democracia comunitaria, sin fuerzas represivas internas, sin encontrarse sometida al pago de impuestos. Por esto Pedro Guamantica, César Gualiche, los mayores en general, se opusieron a que Guangopolo se hiciera parroquia. “Así estamos bien; autoridades distintas a nosotros vendrán.” ( p.51).

Arturo Espinosa, profesor entusiasta de la única escuela de pueblo, fue una pieza clave para los autodenominados “Amantes del Progreso”. Se cree que él fue educado bajo un régimen liberal. Por ello, este profesor no solo se dedicaba a enseñar a leer y escribir sino que también decidió ser un guía en la lucha para la autonomía y progreso de la comunidad. (Tobar, Leopoldo,2011, p.51).

Como se mencionó anteriormente, la idea revolucionaria se dio por los jóvenes comerciantes que ya habían experimentado la vida en otras provincias,

aquellos que al ver el progreso de otros lugares se sintieron en la obligación de encaminar a su Guangopolo hacia el progreso y desarrollo.

Gracias a Octavio Señalín, Jacinto Coronado, Feliciano Guamán, Isaías Zambrano, Pedro Yáñez, Baltasar Sánchez, Manuel Guamán, Estanislao Espinosa, Luis Flores, Víctor Farinango, Humberto Tibanta, Agustín Farinango, Mariano Zambrano, Eduardo Nuela, Serafín Sánchez, Aurelio Salazar, Luís Chalco, Manuel Casanova, Oswaldo Legña Mendoza, Segundo Farinango, Esteban Oyacato, Guadalupe Legña, Segundo Coral, Juan José Alomoto y Francisco Guamantica, jóvenes entusiastas luchadores, Guangopolo logra su parroquialización el 7 de julio de 1953. (Tobar, Leopoldo, 2011, p.52)

A pesar de los logros mencionados anteriormente, durante aquella época apareció el colador plástico que perjudicó a los guangopolense. Con la naciente industria del plástico, se desprestigia al cedazo de crin de caballo y se da una disminución radical en la venta y producción de esta artesanía que venía de generaciones, afirma Abraham Paucar.

Posteriormente en los años ochenta, los artesanos se vieron en la obligación de crear nuevos productos al ver que el cedazo ya no tenía el mismo éxito de siempre. Cuenta Rosa Cabrera, esposa de Abraham, que lo primero que ella pensó fue que esta materia prima tenía un potencial aún no explotado. Es así como un día decidió crear un muñequito implementando la paja y el pelo de caballo. Una vez concluida esta obra, de la cual se sentía muy orgullosa, decidió enseñarle a su esposo. A él no le agradó su trabajo pero Rosa Cabrera no se desanimó, decidió seguir creando nuevas cosas.

Cierto día en el parque de El Ejido, estaba realizando unos sombreritos con cola de caballo y dos señoras se le acercaron a preguntar lo que hacía. Al ver la habilidad de Rosita, le dieron ciertas ideas. Así nacieron las creaciones de mariposas, tortugas, culebras, separadores de libros, canastas, sombreros, gargantillas, entre otros.

#### **1.2.4. Estilo de vida del guangopolense**

La comunidad de Guangopolo está compuesta por pequeñas familias campesinas que se dedican a trabajar la tierra. De ello, nacen huertos con gran variedad de productos agrícolas que suelen ser utilizados para el autoconsumo. Sin embargo, la mayor fuente de ingresos económicos de esta población, es la elaboración del cedazo. (Tobar, Leopoldo,2011, p.44).

Según la señora Clorinda Zambrano, artesana de esta comunidad, la elaboración del cedazo siempre ha estado a cargo de las mujeres. Los maridos iban a Salinas, La Libertad, Machala o donde quiera para vender no solo los cedazos sino también menudencias, telas y zapatos para subsistir. Afirma que en Guangopolo la gran mayoría de habitantes eran mujeres y que los hombres tenían otras familias por los viajes que realizaban continuamente. (Tobar, Leopoldo,2011, p.40).

Tiempo después hubo varios paisanos descendientes de guagopolenses, que decidían ir a visitar su lugar de origen. Y por los encantos de este pueblo, tomaban la decisión de quedarse.

Es importante mencionar que los primeros habitantes de este territorio eran indígenas, a principios de siglo XX los guangopolenses deciden cortarse el guango y dejar de usar sus trajes típicos. Este fenómeno sucede por el continuo viaje que hacían los comerciantes hacia otras provincias. (Tobar, Leopoldo,2011, p.42).

A pesar de este acontecimiento, la esencia del guangopolense ha perdurado con el paso del tiempo.

“La identidad es tener conciencia de pertenecer a un bulu, a una determinada formación social, a una nación. El guangopolense está atado consigo mismo y con las raíces de sus predecesores. Se despojaron del atuendo indígena, cierto, pero las telas que cubren al

cuerpo humano de un individuo no otorgan identidad.” (Tobar, Leopoldo, 2011, p.99).

La cultura del guangopolense es extraordinaria. Desde sus principios vivían en comunidad y es por eso que el territorio era de todos. Las tierras se repartían unánimemente y la gente era muy generosa. Estas cualidades se representaban claramente cuando una joven pareja decidía casarse. A la pareja se le daba un terreno y todas las personas de la comunidad colaboraban con la construcción de la casa, a este tipo de trabajo en equipo se lo denominaba “minga”.

Jaime Paucar (2011) afirma, que una de las características del guangopolense es ser un pueblo rebelde y luchador.

“Es un pueblo de origen preincaico, perteneciente a los quitu-caras, en épocas de la Colonia resultó difícil que españoles esclavistas y la misma religión ingresen a su territorio, es característica natural de los guangopolenses ser un pueblo rebelde y luchador, solo por mencionar que muchos de sus hijos formaron parte de las montoneras liberales de Eloy Alfaro en la Revolución Liberal.” (p.6).

La devoción al Creador es realmente admirable en esta sociedad. Esto se ve claramente reflejado desde hace ya muchos años cuando los pobladores llevaban al Señor de los Milagros desde Tumbaco hacia sus territorios. Para la llegada de Cristo, todos preparaban las fiestas con semanas de anticipación. Tal era la dedicación y fe que le ponían a estas fechas, que según cuentan, cuando le llevaba al Señor en verano, al siguiente día, seguro llovía para mantener los huertos y animales. (Tobar, Leopoldo,2011, p.45)

### 1.2.5. Historia del cedazo y evolución de la artesanía.

El cedazo, también conocido como shushuna, ha sido la mayor fuente de ingreso de la comunidad de Guangopolo durante décadas. Este producto consta de 2 elementos el tejido que en sus inicios era elaborado con cabuya, fibra que se obtiene de la penca, y el aro hecho con madera de pumamaqui, arbusto silvestre común en la zona del Ilaló. (Tobar, Leopoldo, 2011, p.44).



*Figura 4.* Cedazos en venta, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

Con la llegada de los Ibéricos se reemplaza a la cabuya por una nueva materia prima. Un sacerdote español fue quien les enseñó a los habitantes de la zona a confeccionar el cedazo con los pelos de la cola de caballo, este material ha sido y es importado de Colombia. (Tobar, Leopoldo, 2011, p.44).

La elaboración del cedazo se ha ido transmitiendo de padres a hijos durante mucho tiempo. Cuenta Abraham que desde los cinco años de edad, los niños

aprenden a abotonar el pelo de caballo, es decir, a anudar el pelo de caballo, que posteriormente es templado en el telar.

Pero no basta con saber tejer el textil, dado que para construir el cedazo, se requiere de la intervención de dos tipos de artesanos. Los primeros que son los encargados de tejer la tela de crin de caballo y los segundos que son aquellos que dan forma al aro donde se posa el textil, relata Abraham.



*Figura 5.* Tejido de crin de caballo finiquitado, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.



*Figura 6.* Aros de madera de Pumamaqui, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

Para la elaboración de este tejido se requiere de un telar. Dentro de la comunidad a este instrumento se lo conoce como “guanga” o “panga”. Rosita comenta que los telares son construidos por los mismos artesanos de Guangopolo. La madera que se usaba antiguamente era la de Guila o Puyán ya que, eran maderas muy fuertes, resistentes, durables y no se apolillan. Afirma que esos telares podían durar más de doscientos años, razón por la cual se iban pasando de generación a generación. En la actualidad se han visto obligados a sustituir esta madera por madera de guarango ya que la original es muy escasa. Lamentablemente, el guarango dura menos y se apolilla por lo que la tradición de heredar los telares ya no se da más. Sin embargo, han encontrado una manera de conservar el telar y ésta es, aplicar con un trapo la gasolina diesel evitando así que entren con facilidad las polillas.



*Figura 7. Telar, 23 de febrero de 2013, Guangopolo*

Este telar consta de distintas partes e instrumentos que hacen posible la elaboración de esta artesanía:

**Chontas:** Palos que intervienen en las cruizas.

**Mama Chonta:** Asienta el cruzado.

**Guagua Chonta:** Abre el cruzado.

**Piolas:** Atan los inguiles.

**Culua:** Par de palos ubicados en la parte posterior que dan estructura al telar.

**Panga Caspi:** Sostiene al telar.

**Inguiles:** Palitos que se entrecruzan para el rematado de la tela.

**Cumiles:** Sostienen al tejido por ambos lados.

**Cumil delgado:** ubicado en la parte superior.

**Cumil grueso:** Ubicado en la parte inferior.

**Shitana :** Jala el ramero.

**Guango:** Estructura lateral, superior e inferior del telar.

A diferencia de los tejidos de 2 cruzadas que existen en el mercado, el tejido de crin de caballo está conformado por 4 cruzadas (4 puntadas). Rosita indica que por esta razón, su confección es más compleja y laboriosa.

Con el tejido que sale de los telares de madera, no solo es posible elaborar cedazos sino también forros de chaquetas. Comenta Abraham que antiguamente los sastres solo usaban esta tela de crin de caballo para darle cuerpo a sus obras. Hoy en día con la creciente industria textil, existen forros sintéticos que resultan más económicos.

En la producción de cedazos los artesanos se han encargado de desarrollar distintas dimensiones para diferentes usos. Entre ellas se pueden encontrar de forma creciente:

**Kinsa Medio** de aproximadamente 48cm de diámetro.

**Chusco** de aproximadamente 44cm de diámetro.

**Pishca** de aproximadamente 40cm de diámetro.

**Sucta Grande** de aproximadamente 36cm de diámetro.

**Sucta Parejo** de aproximadamente 32cm de diámetro.

**Cuatro Cuarta** de aproximadamente 28cm de diámetro.

**Tres y Geme** de aproximadamente 24cm de diámetro.

**Tres y Media** de aproximadamente 20cm de diámetro.

**Tres Cuarta** de aproximadamente 16cm de diámetro.

**Dos y Geme** de aproximadamente 12cm de diámetro.

Una vez que el telar está armado, se procede a preparar la materia prima. Esta materia prima se la adquiere por costales, también llamados “bultos”. Aquí vienen aproximadamente treinta o cuarenta colas de caballos y en la actualidad tienen un costo aproximado de \$300.00. La preparación de la cola de caballo consiste en lavarla con agua y jabón. Posteriormente se la deja secar al aire libre y se la peina con un peine de madera de diente grueso. Una vez que la cola está limpia y cepillada, se procede a clasificarla desde las cerdas más largas hasta las más cortas. Después se las envuelve en una tela (maito) para igualar las colas en diferentes tamaños. Este proceso de preparación del crin de caballo como se puede ver es largo y se lo debe realizar con mucha cautela.



*Figura 8.* Crin de caballo envuelta, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

Teniendo ya preparado el telar y la crin de caballo, empieza la confección. Lo primero que se hace es montar las hebras de crin de caballo abotonadas (4 pelos hecho nudo en un extremo) en los cumiles. Al haber un cumil ubicado en la parte inferior, se separa en la mitad a los abotamientos de tal forma que sea posible atar otro nudo en el cumil superior para templar la base de la tela. A continuación con la ayuda de una piola de algodón se atan los 3 pares de hinguiles a las cerdas ya templadas, para poder mantener separados los 3 cruces. Una vez armada la base del textil, se requiere de la shitana que es una especie de aguja de crochet gigante, este instrumento es el encargado de traspasar las hebras de izquierda a derecha. La mama chonta asienta el cruzado es decir asienta el tejido mientras que la guagua chonta es primordial

dado que ayuda a mantener separados los higuiles el momento del cruce de las cerdas en sentido horizontal. Cuando se ha terminado de tejer, se aflojan los cumiles para desatar la tela del telar.



*Figura 9.* Crin de caballo abotonada, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

Una vez concluida la tela, se procede a encajonarla en el aro de pumamaqui. Este textil es sujetado con piola plástica en un el guagua aro (base con una altura aproximada de 3cm). Posteriormente a esta base se la monta en la mama aro (una base más alta que la mencionada anteriormente), para que la manipulación del instrumento sea más fácil y además evitar que los alimentos se derramen. Este último proceso se logra, a través de la perforación de ambas bases (cada 5cm aproximadamente) y con la ayuda de una aguja y la piola se las cose entre sí para conseguir el producto final.



*Figura 10.* Nueva tendencia de decorar el aro del cedazo, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

Los restos de materia prima de la elaboración de cedazos, nunca se han desperdiciado. Hasta hoy en día se la utiliza para construir cepillos de ropa, plumeros, cepillos limpiabotellas y cepillos para masajes.



*Figura 11.* Cepillos de crin de caballo, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.



*Figura 12.* Objeto hecho a base de pelo de caballo para limpiar polvos, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

Como se mencionó con anterioridad, la industrial del cernidor plástico logró apoderarse del grupo de consumidores que hacían uso del cedazo. A partir de este acontecimiento, las ventas del cedazo bajan considerablemente, razón por la cual nace la necesidad de buscar nuevas maneras de subsistir. La creatividad del artesano guangopolense lo lleva a desarrollar nuevos objetos utilizando la misma materia prima que desde ya hace años manipulan y conocen con experticia.

Leopoldo Tobar reafirma en la entrevista que la gente en Guangopolo es muy creativa dado que a pesar de la disminución en la demanda de cedazos, ha sido capaz de buscar nuevas formas para salir a delante con la misma materia prima.

Los nuevos productos no solo llevan a los artesanos a crear diferentes formas con la crin de caballo, sino que también les obliga a ampliar la gama cromática para desarrollarlos. Esta nueva necesidad, los lleva a buscar la manera de tinturar la cola de color blanco. Es así como a través del uso de pigmentos naturales, flores y plantas de la zona, logran conseguir colores que no existían con anterioridad.

Recientemente, ha surgido una nueva forma de trabajar la materia prima. Rosita, esposa de Abraham, comenta que en la actualidad, aproximadamente el 30% de la población se dedica a trenzar cordones. Afirma que fueron unos “gringos” (el vulgo considera gringos a las personas de piel blanca, ojos y pelo claros) quienes les enseñaron a confeccionar este tejido, que hoy en día es utilizado como base por otros artesanos. Así, se desarrollan nuevas y novedosas artesanías que enriquecen la gama de productos elaborados con la crin de caballo.

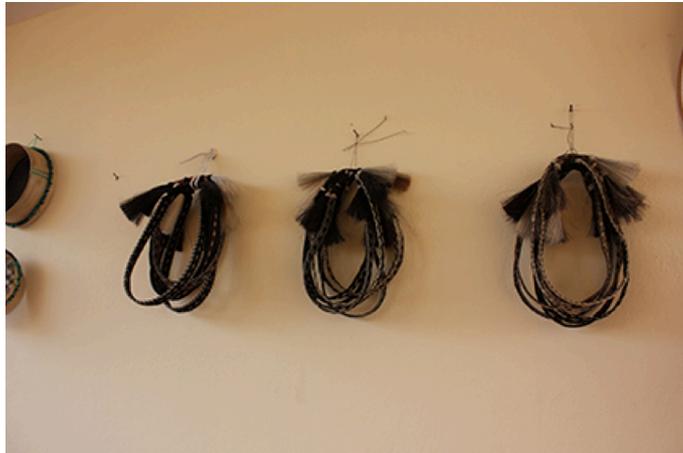
Entre las artesanías que actualmente se ofrecen al público están:

### *Cinturones*



*Figura 13.* Cinturones de crin de caballo y cuero, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

### *Cintas para sombreros*



*Figura 14.* Cintas decorativas para sombreros, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

### *Pulseras*



*Figura 15.* Pulseras tejidas con crin de caballo, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

### Cedazos



*Figura 16.* Cedazos decorados, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

### Llaveros



*Figura 17.* Llaveros tejidos con pelo de caballo, 23 de febrero de 2013, Guanqopolo.

## Aretes



*Figura 18.* Aretes con crin de caballo pigmentada, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

### Mariposas



*Figura 19.* Mariposa con crin de caballo pigmentada, 23 de febrero de 2013, Guanqopolo.

### Quinde



*Figura 20.* Quinde en proceso de elaboración, 23 de febrero de 2013, Guanqopolo.

### Portavasos



*Figura 21.* Portavasos tejido con pelo de caballo, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

### Tejidos miniatura



*Figura 22.* Tejido miniatura pintado con oleos, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

## Canastitas



*Figura 23.* Canastas con tejido de crin de caballo, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

### 1.2.6. El centro artesanal El Cedacero.

La Junta Parroquial de Guangopolo construyó el Centro Artesanal “El Cedacero”. Según cuentan los moradores, para lograr mantener viva la esencia de sus artesanías. En este espacio, lo que se pretendía era reubicar y concentrar a los artesanos, facilitando así la comercialización de sus productos.

En este lugar se puede encontrar una amplia gama de productos, los mismos que ya se han mencionado con anterioridad (cedazos, carteras, llaveros, pulseras, collares, correas, canastas, textiles, etc).

Este Centro tiene la función de cumplir como un lugar comunitario para la distribución de las artesanías guangopolenses.

Cuando se llega a este centro, el turista se encuentra con una construcción majestuosa de color blanco con un gran letrero que dice “Centro Artesanal El Cedacero”, esta infraestructura está conformada por líneas rectas, ventanales grandes y tumbados altos.



*Figura 24.* Fachada Centro Artesanal El Cedacero, 7 de abril de 2012, Guangopolo.

Cuando se ingresa, en la entrada se puede observar un pequeño escenario que alude a la cultura del lugar. En éste, se puede encontrar a dos personajes vestidos con el traje típico de Guangopolo y en medio de los dos un cedazo gigante de aproximadamente 1.30 metros.



*Figura 25.* Traje típico guangopolense, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

Luego de ser cautivado por la exotividad de estos trajes, el turista tiene dos opciones:

La primera que es ir por una rampa que se dirige hacia el segundo piso, espacio en el que se pueden encontrar artesanías ajenas a la materia prima de importancia del pueblo.



*Figura 26.* Rampa que se dirige hacia el ambiente de arriba en el Centro Artesanal El Cedacero, 7 de abril de 2012, Guangopolo.

Entre ellas:

*Bolsos de tela*



*Figura 27.* Bolsos de tela hecho a mano, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

### *Camisetas de algodón*



*Figura 28. Camisetas con estampados, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.*

### *Escarpines, gorros y bufandas de lana*



*Figura 29. Artesanías tejidas en algodón, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.*

## Chalecos



*Figura 30.* Chalecos confeccionados a mano, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

## Bisutería moderna



*Figura 31.* Bisutería con pedrería, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

### Cuadros en acrílico



*Figura 32.* Cuadros de artistas guangopolenses pintados en acrílico, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

O ir por la segunda rampa, que conduce hacia el piso inferior, espacio donde la mirada es cautivada por la variedad, complejidad y creatividad de las artesanías de crin de caballo allí expuestas.



*Figura 33.* Rampa que se dirige hacia el ambiente de abajo en el Centro Artesanal El Cedacero, 7 de abril de 2012, Guangopolo.

Éstas poseen una gama cromática muy rica, se pueden encontrar tonos que varían desde los más oscuros y discretos hasta los más claros y alegres. De los que se desprenden mariposas, aretes, cedazos pintados, canastas, entre otros.



*Figura 34.* Variedad artesanal en el Centro Artesanal El Cedacero, 7 de abril de 2012, Guangopolo.

Además en este nivel, existe una terraza externa que cumple el papel de mirador hacia el Río San Pedro y las piscinas termales.

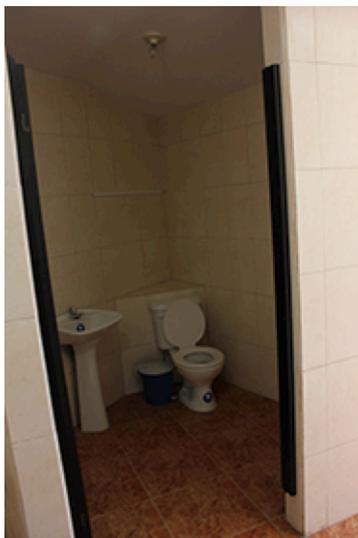


*Figura 35.* Terraza externa con vista panorámica, 7 de abril de 2012, Guangopolo.

A este nivel, le sigue una rampa más que se dirige hacia un nivel aún menor. Allí se halla otra terraza, además de un espacio designado como patio de comidas y tres sanitarios (mujeres, hombres y discapacitados).



*Figura 36.* Patio de comidas dentro del Centro Artesanal, 7 de abril de 2012, Guangopolo.



*Figura 37.* Servicios Higiénicos en el Centro Artesanal El Cedacero, 7 de abril de 2012, Guangopolo.

## **2. CAPÍTULO II: DISEÑO GRÁFICO. LA ESENCIA DE UNA CULTURA, MILENARIA.**

### **2.1. El Diseño Gráfico en el Ecuador**

Rómulo Moya Peralta (2006) afirma que “El Ecuador es un país por descubrir, un país por diseñar”. Mediante esta afirmación se cuestiona sobre dónde radica la identidad de un país y que es lo que nos diferencia y hace únicos. El Ecuador posee varios elementos exóticos que van más allá de la gente, la hospitalidad, los nevados, la selva, las playas, la gastronomía y la artesanía. Entre estos elementos se pueden encontrar culturas antiquísimas, un desarrollo gráfico milenario, una biodiversidad muy amplia, una yuxtaposición entre culturas y nacionalidades diferentes, una fusión de etnias, y mucho más.

A través de lo expuesto anteriormente, se sabe con certeza que hay varios campos en el país en los que el diseñador puede incursionar.

“Abrazado por un contexto universal diverso y agresivo, el único destino posible para el diseño ecuatoriano es entender la necesidad de convertirnos en diseñadores locales lo que implica entablar una relación con el lugar, el contexto, desde la perspectiva histórica, cultural, social y política. Comprender que el diseño es una forma de pensamiento, un trabajo intelectual dotado de la posibilidad de generar cambios.” (Moya. R, 2006, p73).

Es indispensable que el diseño gráfico tenga la capacidad de comunicar; sin embargo, nunca hay que dejar a un lado la estética y todo lo que conlleva, entender que ésta no es un valor universal sino que depende de los ojos del público al que está expuesta, de la pertenencia que tenga ese grafismo a la cultura en donde se implanta. (Moya. R, 2006, p73).

Durante mucho tiempo se ha confundido el trabajo del diseñador y del artesano, creyendo que ambos tienen relación directa entre sí. Actualmente,

varios autores han logrado explicar los diferentes roles que cada uno cumple, pero también las similitudes cuando se trata del diseño aplicado a la artesanía.

“A pesar de todas las diferencias que se pueden plantear entre diseño y arte, desde mi perspectiva persisten dos valores inquebrantables, la funcionalidad de la pieza en tanto transmisora de un mensaje planteado a priori, es decir como punto primigenio en el proceso de diseño, y la poética que encarna a esa pieza, logrando abrir los ojos de quien la ve, removiendo la sensibilidad de quien la lee, forzando la tensión de quien la siente.” (Moya. R, 2006, p73).

## **2.2. Desarrollo de la idea de diseño**

Es fundamental ser consciente de que la idea de diseño nace a partir de la resolución de uno o más problemas de tipo creativo, práctico o incluso económico. La mayoría de veces estos problemas pueden parecer evidentes o presentarse de una manera muy vaga, no obstante es claro que este proceso implica un análisis profundo de todos los elementos de diseño sin suponer que se sabe con certeza cuál es el problema principal (Ambrose.G, Harris.P, 2009, p.80).

### **2.2.1. Textualización**

El primer período para el desarrollo de una marca implica un proceso racional, deliberado, controlado y progresivo, esto permite al diseñador familiarizarse completamente con la organización para la cual va a trabajar. Esta fase consiste en identificar la identidad que más satisfaga para posteriormente clasificarlas en tres categorías que implican definiciones sencillas: (Julius. E, 2009, p7).

¿Quién es usted?

¿A qué se dedica?

¿Cómo lo hace?

El siguiente periodo requiere de la sintetización de las definiciones anteriormente señaladas en una “descripción de marca”. Por ende es pertinente enumerar los valores y cualidades del cliente. Finalmente las conclusiones formarán una declaración de posicionamiento. Logrando así la “idea gestora” para poder desarrollar el comportamiento y la actitud del logotipo (Julius. E, 2009, p7).

El último periodo “branding”, representa a la expresión creativa (manera de introducir dicho comportamiento o actitud en el mercado). El estudio y la reflexión son aquellos que definirán la identidad visual de la marca. Posteriormente, se seguirán generando “historias” y suministrando “experiencias prácticas” que sustentarán a la marca y la describirán con precisión y autenticidad (Julius. E, 2009, p7).

A partir de lo expuesto anteriormente, se puede determinar que lo primero que debe hacer el diseñador, es la textualización del caso a resolver. Este análisis ha sido ya expresado a lo largo del primer capítulo, allí se han descrito minuciosamente la historia y los elementos más significativos de esta cultura y sobre todo del Centro Artesanal.

Según Gavin Ambrose y Paul Harris (2009) tal como lo hace Julius (2009) afirman que la textualización es un esquema de requisitos del cliente. El diseñador armado de sus herramientas creativas, materiales y habilidades personales responde a la textualización con soluciones creativas. Es así como se puede concluir que mediante este estudio, es posible realizar un trabajo de diseño gráfico exitoso que cumpla con las expectativas del artesano y del turista.

Existen dos tipos de textualización según Ambrose-Harris:

Formal:

Es aquella en la que el cliente, dota al diseñador un documento escrito. En éste, se detalla el material de referencia y el conjunto de objetivos con los que se debe cumplir. Los objetivos pueden representar aspiraciones estéticas y creativas.

Cuando un diseñador cuenta con este material, es capaz de conocer con certeza lo que quiere el cliente. Además mientras se desarrolla el proyecto, consultar frecuentemente la textualización garantiza el desarrollo del proyecto de forma adecuada. (Ambrose. G, 2009, p76).

Informal:

“...con frecuencia, no es más que una conversación rápida o una llamada. En tales casos, es importante que el diseñador tome notas y haga preguntas para comprender mejor lo que se le pide y el porqué. También es buena práctica complementar esta conversación informal con una carta o un correo electrónico, para confirmar con el cliente las instrucciones y formalizar y consolidar los objetivos del proyecto. Este tipo de briefing muestra el grado de entusiasmo del cliente y durante la primera conversación a veces se generan ideas creativas.” (Ambrose. G, Harris. P, 2009, p74).

Para el desarrollo de este proyecto se ha aplicado un tipo de textualización informal dado que, para conseguir la información ha sido necesario entrevistar a los artesanos y realizar encuestas que reflejen los requerimientos de los usuarios del Centro Artesanal El Cedacero.

### **2.2.2. Planificación de diseño**

Es importante realizar una agenda de diseño que permita descartar opciones, incluso mucho antes de empezar a trabajar en el diseño mismo. De este modo se puede saber, por medio de la investigación, qué tipo de marca requiere el centro artesanal. Por ejemplo, se sabe que no es necesaria la aplicación del logotipo en hojas membretadas, carpetas o sobres. Mientras que es imprescindible utilizar la marca para el desarrollo de tarjetas de presentación, material comunicacional, envases, entre otros. Estos factores influyen directamente en el tipo de marca que se elaborará. (Murphy. J, Rowe. M, 1982, p.50).

Como diseñadores hay que ser conscientes de los recursos con los que cuentan los artesanos, por esta razón se deben plantear límites con lo que respecta a la selección cromática, materiales, procesos de producción y acabados. (Murphy. J, Rowe. M, 1982, p.50).

Es importante mencionar que el desarrollo de la idea de diseño será el reflejo de nuestra investigación y trabajo en conjunto con las personas de la parroquia de Guangopolo.

“...incluso antes de empezar el trabajo preliminar del diseño, nuestras investigaciones nos habrán ayudado a concentrar la atención en determinadas direcciones clave susceptibles de ser particularmente apropiadas o fructíferas. Aunque las opciones creativas a las que nos enfrentamos son ilimitadas, estamos buscando soluciones de diseño que sigan vías claramente comprendidas y aceptadas. No vagamos sin rumbo.” (Murphy. J, Rowe. M, 1982, p.50).

### 2.2.3. Estilo de diseño

Es muy común que los diseñadores se orienten a un tipo de diseño “globalizado” con el fin de encajar dentro del mercado al que están expuestos. Esto da la impresión de que las piezas gráficas son creadas en cualquier parte y, por tanto, en ninguna parte. Por este motivo, muchos diseñadores han descubierto que provenir de un lugar específico, permite realizar trabajos que manifiesten la importancia y riqueza de su procedencia. (Twemlow. A, 2006, p.14).

En el caso del centro artesanal “El Cedacero” es de suma importancia denotar las raíces de la comunidad y evidenciar que se trata de una cultura milenaria. Por este motivo, el estilo de diseño irá orientado hacia una tendencia más tradicionalista y conservadora. Logrando así, ser capaz de potenciar la riqueza cultural y transmitir el origen del artesano guangopolense.

“El peligro radica en que si el diseño se vuelve demasiado internacional, accesible y adaptable, se termina ablandando y pierde la especificidad y las referencias locales que permiten saber que en realidad procede de un lugar en concreto. Rudy Vanderlans, cofundador y editor de la revista *Emigre*, opina que el hecho de que muchos trabajos de diseño gráfico parezcan haberse creado aislados de un contexto es “un empobrecimiento de la cultura.” (Twemlow. A, 2006, p.15).

Después de haber estudiado el criterio de Twemlow y Vanderlans expresados en el libro “Qué es el diseño gráfico 2?” (2006), es importante recalcar que es responsabilidad de los diseñadores mantener vivos los rasgos culturales de nuestras raíces, de esta manera se puede asumir que la principal fuente de inspiración para la elaboración de este proyecto se encuentra en la historia, creencias, tradiciones y estilo de vida que llevan los artesanos de la comunidad de Guangopolo.

## **2.3. Imagen Corporativa**

El fin de la creación de una imagen creativa es hacer que el cliente sobreviva y prospere. En el Centro Artesanal estos dos acontecimientos son los que ayudarán a que las artesanías derivadas de la crin de caballo sean capaces de mantenerse en un medio donde la producción masiva logra opacar y menospreciar a la artesanía. (Fishel. C, 2000, p.9).

“Para Kan una identidad corporativa acertada debe poseer las siguientes cualidades: debe ser verdadera imagen y reflejo de la empresa; debe representar una ética en la forma de pensar y comportarse, y debe presentar una imagen bella, tanto interior como exteriormente, de la empresa.” (Fishel. C, 2000, p.11).

Según la encuesta realizada a los artesanos del centro el día sábado 30 de marzo del 2013 (ANEXO 1), se evidenció que los artesanos requieren únicamente de ciertos elementos para el desarrollo apropiado de su trabajo. El primero es la necesidad de tener tarjetas de presentación que permitan al turista tener la información del artesano u artesanos a los cuales ha comprado los productos. Por otro lado, es válida también la propuesta de la realización de etiquetas para que sean colocadas en cada una de las artesanías realizadas, con el nombre del artesano que realizó el trabajo, para que el consumidor tenga acceso a hacer más pedidos al artesano en el cual está interesado.

A través de estas dos piezas gráficas, no solo se pretende dar información del artesano, sino también de la riqueza cultural que posee la comunidad y las artesanías en el país.

### **2.3.1. La Marca**

Como se ha expuesto, la comunidad de Guangopolo posee una identidad cultural que está muy arraigada en cada uno de sus habitantes. Por lo tanto es

de suma importancia que ésta, se refleje en todos los aspectos del centro artesanal “El Cedacero”.

Como primer objetivo a cumplir, se ha visto la necesidad de crear e implementar una marca. A través del desarrollo de ésta, será posible establecer una identidad corporativa que cumpla con los requerimientos de los artesanos.

John Murphy y Michael Rowe (1982) afirman que los productos y organizaciones tienen su propia “personalidad”, es así que al igual que las personas, pueden llegar a ser muy complejas. El fin de agregar una marca a un producto u organización, es obtener una condensación de la realidad y convertirla en una afirmación simple. Es como podrá ser controlada, modificada y desarrollada a lo largo del tiempo.

Se sabe con certeza, que una de las cualidades más representativas del guagopolense, es la de ser comerciante por excelencia. La implementación de una marca ayudará a identificar, diferenciar y mejorar cada aspecto de sus productos. Con esto, su trabajo se disdtinguirá del que ofrece el resto artesanos no solo de la zona sino, también del resto del país y del mundo. (Murphy. J, Rowe. M, 1982, p.6).

Como se ha mencionado anteriormente el desarrollo de la marca ayudará a elaborar una imagen global del centro artesanal. En este punto el grafismo pasará a ser propiamente diseño. De esta manera estará en capacidad de coordinarse con otras disciplinas tales como el diseño multimedia y el diseño industrial. (Costa, Joan, 1987, p.10).

Mediante la encuesta realizada el 30 de marzo del 2013 (ANEXO 1), se pudo observar que los artesanos tienen mayor preferencia por ciertos elementos para el desarrollo de la marca.

En primer lugar con un 55.5% de aceptación, está la aplicación del cedazo como base de diseño. Y en segundo y tercer lugar, con un 22.2% de aceptación está la aplicación del telar y la crin de caballo.

### 2.3.2. Tipografía

La tipografía es un elemento clave para el desarrollo de la imagen corporativa del centro artesanal. Es importante tomar en cuenta que los textos que se escribirán y publicarán en cada una de las piezas gráficas de este proyecto, tienen la intención de ser leídos e interpretados por los diferentes usuarios del centro. Por este motivo, deberá ser aprovechado al máximo el diseño tipográfico, para lograr que el lenguaje y el texto se manifiesten de manera eficiente y apropiada. (Bonsiepe. G, 1995, p.68).

El desarrollo de una composición tipográfica adecuada, obliga al diseñador a investigar y aplicar todos sus conocimientos.

“Un diseñador elige las opciones que tiene a sus disposición. Por ejemplo, la tipografía no es un mero conjunto de letras y formas, sino un elemento seleccionado en función de sus orígenes históricos y sus connotaciones, de su aspecto y de cómo llena y colorea el espacio.” (Twemlow. A, 2006, p.15).

La tipografía además de hacer que los mensajes sean legibles, tiene la capacidad de matizar e incluso alterar el propósito de esos mensajes. Sus caracteres pueden contener un poder simbólico abundante, de esta manera puede representar un comportamiento tanto radical como conservador. Se sabe que Guangopolo posee una riqueza cultural milenaria, la tipografía al tener la capacidad de expresar emoción y personalidad, ayudará a potenciar el producto final con lo que respecta a la marca. (Cheng. K, 2006, p.7).

“Así, se ha diseñado fuentes para pantallas de baja resolución, para navegar en internet, para el reconocimiento óptico de caracteres, o para interfaces de PDA (Personal Digital Assistant). Otros tipos se han diseñado teniendo en cuenta, principalmente, criterios funcionales: tipos optimizados para la legibilidad a larga distancia en la señalización de autopistas o para la impresión en papel de poca calidad, como la de

periódicos y guías de teléfono. Otras tipografías se han diseñado para públicos específicos como, por ejemplo, niños que empiezan a leer, disléxicos y personas con personas de vista.” (Cheng. K, 2006, p.7).

Por lo tanto, el diseñador debe tomar en cuenta todos estos aspectos. Así se aprovecharán los recursos tipográficos que existen en el medio actualmente.

Por otro lado se puede decir que no existen métodos específicos para la creación de una tipografía. Las metodologías que decida incorporar el diseñador son muy variadas y personales. La inspiración para que surja la fuente es quizás, la parte más compleja en el proceso de diseño. Con lo que respecta a Guangopolo, se puede tomar como fuente de inspiración algunos elementos tales como: las formas de los tejidos, las texturas de las distinta materias primas, rasgos culturales, entre otros. (Cheng. K, 2006, p.8.)

### **2.3.3. Cromática**

El color es uno de los elementos gráficos más importante, tiene la capacidad de ser identificado y diferenciado de otros productos o servicios. (Swann. A, 1993, p.7).

Según Alan Swann (1993) cada color posee una connotación y significado diferente. Guangopolo es una cultura que tiene varios aspectos que facilitarán la determinación de la cromática de la imagen corporativa. Los aspectos que se tomarán en cuenta son:

- El estilo de vida tradicional del guangopolense.
- El entorno natural de la parroquia rural de Guangopolo.
- La materia prima que se utiliza para la elaboración de las artesanías.

- La cromática del escudo de Guangopolo y el significado que tiene cada uno de los colores para la comunidad.

A través de este análisis y la encuesta realizada a los artesanos el día 30 de marzo del 2013 (ANEXO 1), se han determinado seis distintos posibles colores a ser usados. Entre ellos, están los siguientes:

- **Amarillo:** Al ser un color que contiene mucha luz es capaz de representar alegría, calidez y mucha energía. Su aplicación en piezas gráficas lo hace muy visible y reconocible del resto de colores. (Swann. A, 1993, p.49)
- **Naranja:** Simboliza vida, vibración, claridad y calidez. Este color transporta al espectador hacia lugares cálidos y exóticos. (Swann. A, 1993, p.65)
- **Verde:** Posee una gran afinidad con la naturaleza, ayuda a conectar al ser humano con el mundo natural. Crea sensaciones de comodidad, relajación y espacio.
- **Marrón:** Posee la cualidad de producir nostalgia o imágenes históricas. Relacionado generalmente con una vida sana, productos naturales y distintas actividades al aire libre. (Swann. A, 1993, p.74)
- **Azul:** Se caracteriza por ser un color frío, refrescante y calmante. Generalmente se los relaciona con la fresca agua o la profundidad infinita cielo. (Chiazzari. S, 1999, p.19)
- **Blanco:** Representa la pureza en su máxima expresión. Se trata de un color de protección con la capacidad de aporta paz y

comodidad. Contribuye a la limpieza interior de las emociones, pensamientos y espíritu. (Chiazzari. S, 1999, p.20)

## **2.4. Señalética**

Uno de los aspectos gráficos más importantes que se deben implementar dentro y fuera del Centro Artesanal es la señalética. Se puede observar que el centro carece de información para que los turistas sean direccionados.

“En estas ocasiones, se requiere que el espacio público facilite el desplazamiento, que se despliegue ante los ojos como un mapa y que conduzca con eficiencia, y con las menores dificultades posibles a su destino. Se desea incluso no tener conciencia de que se está en un proceso de búsqueda del camino que hay que seguir; todo lo que se quiere es pensar en lo que ocurrirá al llegar al destino.” (Twemlow. A, 2006, p.100).

La tipografía en la señalética juega un papel primordial, debido a que es la manifestación visual del lenguaje. Esta tiene la cualidad de transformar los caracteres individuales en palabras y las palabras en mensajes. (Cheng. K, 2006, p.7.)

La señalización del centro artesanal estará interactuando con el usuario de manera permanente, Chen (2006) afirma que hoy en día existen tipografías que se acoplan a distintos tipos de aplicaciones. Una de ellas es la señalética.

Mediante la encuesta realizada a los artesanos el día 30 de marzo del 2013 (ANEXO 1), se confirmó que la señalización es necesaria desde la Carretera Intervalles hasta el Centro, por otro lado, se determinó que dentro del centro también es necesario este material a pesar de que el espacio es bastante reducido.

## **2.5. Diseño Web**

El diseño web ha ocupado recientemente un campo dentro de lo que es el diseño en general, por su capacidad de fusionarse entre el diseño gráfico y el diseño industrial. El diseño web logra crear una relación comunicativa entre el usuario y la computadora, provocando no solo que interactúen entre sí, sino que se intercambie información específica. (Bonsiepe. G, 1995, p.42).

La implementación de esta rama del diseño, será una herramienta a través de la cual el turista y el artesano podrán mantener una comunicación. Con está, el centro podrá ser promovido alrededor del mundo. Así, se pondrán sus productos y esencia cultural a disposición de todo aquel que esté interesado.

### **2.5.1. Aplicación del Diseño Gráfico a la Web**

El diseño gráfico es fundamental dentro de una página web, éste funciona como un medio visual y debe prestar atención a la imagen que presenta. Es importante que el diseñador gráfico tome decisiones acertadas con lo que respecta a todo lo que el usuario observará dentro del sitio web: gráficos, cromática, tipografía, diseño, etc. (Niederst. J, 2008, p.30).

Para la página web del centro artesanal, se tomará a la imagen corporativa como pilar del diseño. De esta forma, las decisiones mencionadas anteriormente, podrán ser cubiertas de manera correcta y brindarán al proyecto la unidad gráfica necesaria para cubrir los requerimientos de los artesanos.

### **2.5.2. Diseño de Interfaz**

El diseño de interfaz consiste en cómo será el funcionamiento del sitio web. Es decir el concepto de usabilidad, la facilidad con la que el usuario puede cumplir sus objetivos dentro de la página y la experiencia que genera interactuar con el sitio. (Niederst. J, 2008, p.31).

La interfaz web posee ciertos elementos que permiten al usuario navegar de forma exitosa. Entre estos elementos se encuentran: (Niederst. J, 2008, p.31).

- Botoneras
- Vínculos
- Dispositivos de navegación
- Funcionabilidad apropiada

Para “El Cedacero”, el diseñador mismo será el que determine la distribución de elementos dentro de la interfaz. Esto sucede ya que es él, el que domina el manejo de la imagen corporativa y será capaz de reflejar por completo la esencia tanto del Centro Artesanal como de la riqueza cultural que existe en Guangopolo. (Niederst. J, 2008, p.32).

En el caso de este proyecto, serán los turistas y visitantes quienes acudan a la página web para nutrirse de la cultura, conocer sobre las artesanías y poder llegar con facilidad al Centro.

## **2.6. Animación**

A lo largo de esta investigación, se ha determinado que uno de los motivos que ha afectado a la producción artesanal de Guangopolo es la falta de material educativo que instruya, tanto a las nuevas generaciones como a los turistas a cerca de la importancia de la riqueza artesanal guangopolense.

María Paz Gil Tovar (2013) asegura que hoy en día, la educación es uno de los campos más importantes en los que se utiliza la animación. A través de este

medio, se facilita el aprendizaje de los estudiantes. Esto es posible gracias a los efectos visuales que se han desarrollado en los últimos tiempos.

Por este motivo, se ha decidido utilizar la animación como medio principal para transmitir la esencia cultural ancestral de Guangopolo para que niños, jóvenes y adultos, se instruyan y valoren el trabajo artesanal.

### **2.6.1. Proceso para crear una Animación**

A lo largo de la historia se han determinado una serie de pasos para el desarrollo de una animación, éstos son los siguientes:

- La Historia:

Normalmente una animación narra una historia, para ello es necesaria la elaboración de tres documentos.

- La Sinopsis: resume la historia. (Gil. M, 2013, p.6).
  - El Escenario: describe la historia. (Gil. M, 2013, p.6).
  - Storyboard: describe detalladamente cada una de las escenas de la historia. (Gil. M, 2013, p.6).
- Creación de Personajes:

Los animadores crean una serie de personajes con las características necesarias para poder desenvolverse a lo largo de la historia. (Gil. M, 2013, p.7).

- Grabación y lectura de sonido:

Se realiza un estudio de sonidos y voces con el fin de crear una armonización perfecta con los personajes y escenografía. (Gil. M, 2013, p.7).

- Proceso de animación:

Se determina el espacio y las acciones de los personajes, además de los efectos y movimientos de cámara. (Gil. M, 2013, p.7).

## **2.7. Packaging**

### **2.7.1. Diseño de envases**

Uno de los propósitos del centro artesanal es fomentar la comercialización de las artesanías de Guangopolo. Para cumplir con este objetivo, se ha visto la necesidad de implementar envases para los productos artesanales y de este modo, brindarles un valor agregado a los mismos.

“El envase es la única forma de contacto directo entre el producto y el consumidor. El envase actúa como *vendedor silencioso*, transmitiendo la imagen del producto y la firma del fabricante. Es un instrumento de decisión del marketing de los productos para su venta directa, que contiene una fracción adecuada al consumidor; que informa sobre características de uso (almacenaje, conservación, propiedades nutricionales, etc.) y que permite la identificación y diferenciación en una oferta cada vez más heterogénea.” (Cervera, A. 2003, p.27).

La implementación del envase hará posible la identificación del origen de los productos de la parroquia. Este tipo de diferenciación se logrará, a través de la aplicación de la identidad corporativa que tendrá el centro artesanal. El packaging desarrollado, será capaz de proporcionar protección, seguridad al producto, conservación eficaz y facilidad de transporte. (Cervera. A, 2003, p.27).

Ángel Cervera (2003) asegura que el envase puede influenciar directamente en el precio de comercialización de un producto. Un envase atractivo puede alterar el valor psicológico de un objeto, hacerlo deseable, incentivar su compra e incluso contribuir en la venta de otros productos de la misma gama. La aplicación de envases para las artesanías elaboradas a base de crin de caballo, favorecerá a la comunidad. Un producto que posee una presentación adecuada, es capaz de sobresalir del resto y además competir en el mercado internacional.

Según la encuesta realizada a los artesanos el día 30 de marzo del 2013, se observó que sí existe la necesidad de entregar las artesanías en empaques que identifiquen no solo al artesano sino también a la comunidad.

Como diseñadores, se debe estar conscientes de que el presupuesto con el que cuenta mensualmente un artesano para gastar en este tipo de material es bajo. Por lo que se deben buscar materiales de precios cómodos para elaborar los empaques que realmente sean necesarios.

### **2.7.2. Materiales**

Uno de los aspectos más importantes del packaging es la elección del material. Generalmente, éste es determinado según el producto que será envasado. Para que esta selección sea la adecuada, es necesario que proteja, conserve, transporte y exponga el producto de la manera más higiénica y segura posible. (Calver. G, 2004, p.112).

Calver (2004) menciona que otro de las cualidades importantes que otorga el material al envase es la percepción que los consumidores puedan llegar a tener de un producto. Estas percepciones pueden ser manipuladas a través de la imagen de un envase y las sensaciones que es capaz de producir al estar en la mano del consumidor.

Para el desarrollo del empaque de las artesanías, es pertinente buscar materiales que vayan acorde a la rusticidad que tiene como esencia el producto guangolopolense. De esta manera, será posible impulsar la imagen del Centro Artesanal, la cultura y del artesano.

Según Giles Calver la elección de materiales pueden ejercer tal influencia en la percepción de los consumidores que los diseñadores deberían considerarlos un requisito esencial de todos los proyectos.

### **2.7.3. La cromática aplicada al envase**

El desarrollo de un envase implica la ejecución de una investigación adecuada, para determinar la influencia del color sobre el consumidor. Por lo tanto, es pertinente involucrarse en la cromática global del centro para determinar qué colores serán los adecuados el momento de realizar los empaques. Los estudios afirman que las personas reaccionan de manera inconsciente ante los distintos argumentos cromáticos que se pueden encontrar en un espacio determinado. (Cervera. A, 2003, p.84).

“Cuando la vista se posa sobre un color, la reacción del subconsciente aparece instantánea: positiva o negativa. En un envase o en un anuncio todos los elementos se hallan encuadrados en un clima cromático del que no se pueden escapar. Cuando éste falta, es decir, cuando el dominante está representado por la conjugación de colores detonantes y sin armonía, el resultado crea en el consumidor una reacción negativa.” (Cervera. A, 2003, p.84).

### **2.7.4. La Gráfica Aplicada al Envase**

La función principal de la gráfica en el envase es mostrar la marca de la empresa o producto. De esta manera, el consumidor será capaz de

identificarla y diferenciarla durante el proceso de selección. Una marca bien desarrollada y bien aplicada, causa la diferencia para que el producto quede grabado en la memoria del comprador asegura Calver (2004). Cuando se habla de envases para artesanías, se debe buscar la forma de manifestar la identidad de la cultura y del artesano. A través de esto, el turista tendrá la posibilidad de saber el lugar de origen del producto que adquiere.

### **2.7.5. La Tipografía Aplicada al Envase**

El estudio tipográfico y la función que cumple sobre el envase es uno de los puntos más importantes para un diseño óptimo. Por lo general, los productos tienen nombres, descriptores, prestaciones, variantes, usos, componentes, ingredientes, información para el cliente, etc. A través de un manejo tipográfico adecuado se puede otorgar jerarquía a cada uno de los elementos mencionados anteriormente. (Calver. G, 2004, p.122).

En un principio la legibilidad del tipo será lo que determine que tipografía se utilizará en el envase. En segundo lugar será el tamaño del envase y la extensión de la información que se expondrá en el mismo. Se tomará en cuenta la opinión de los artesanos para la ejecución del diseño de envases. (Calver. G, 2004, p.122).

### **2.7.6. Disposición y Jerarquía de la Información de un Envase**

Como se ha mencionado en el punto anterior, todos los envases muestran información. Por lo general esta información está dividida en: marca, nombre, variante del producto, características y prestaciones, pesos y medidas, etc. Es importante tomar en cuenta que los consumidores del centro artesanal serán turistas, de esta manera será fácil determinar qué información será la más importante para el diseño del envase y el cliente. (Calver. G, 2004, p.126).

“Uno de los factores principales que hay que tener en cuenta cuando se diseña la distribución de un envase y se crea jerarquía de información es la experiencia del consumidor a la hora de comprar. No todos son iguales. A algunos les gusta comprar, mientras que otros lo odian con todas sus fuerzas. Unos asimilan muy bien la información y toman decisiones sin vacilar. Otros no confían mucho en su capacidad para comparar un producto con otro. Esas personas miran el envase en busca de ayuda, y es importante saber qué factores influirán en su decisión para mas tarde darles prioridad.” (Calver. G, 2004, p.126).

### **2.7.7. El Envase Promocional**

Es importante el uso del envase de manera promocional, lo que significa otorgar al envase una característica que logre que el producto sea más deseable para el consumidor. Debido a los requerimientos del centro artesanal se ha decidido tomar el método del “carácter motivador”, que consiste en aplicar el diseño para que el producto adquiera una imagen más atractiva. Cervera (2003) afirma que es la técnica más sutil, ya que en ésta se busca explotar tanto el diseño gráfico como industrial, logrando así, que el consumidor se vea atraído por el producto tan solo por su apariencia.

### **2.8. Síntesis de Diseño Gráfico**

El Centro Artesanal Cedacero cuenta con una infraestructura exterior ideal, sin embargo en su interior se va a plantear una imagen con la que se identifique la comunidad de Guangopolo. Una vez desarrollado este punto se procederá a desarrollar la línea gráfica global del lugar.

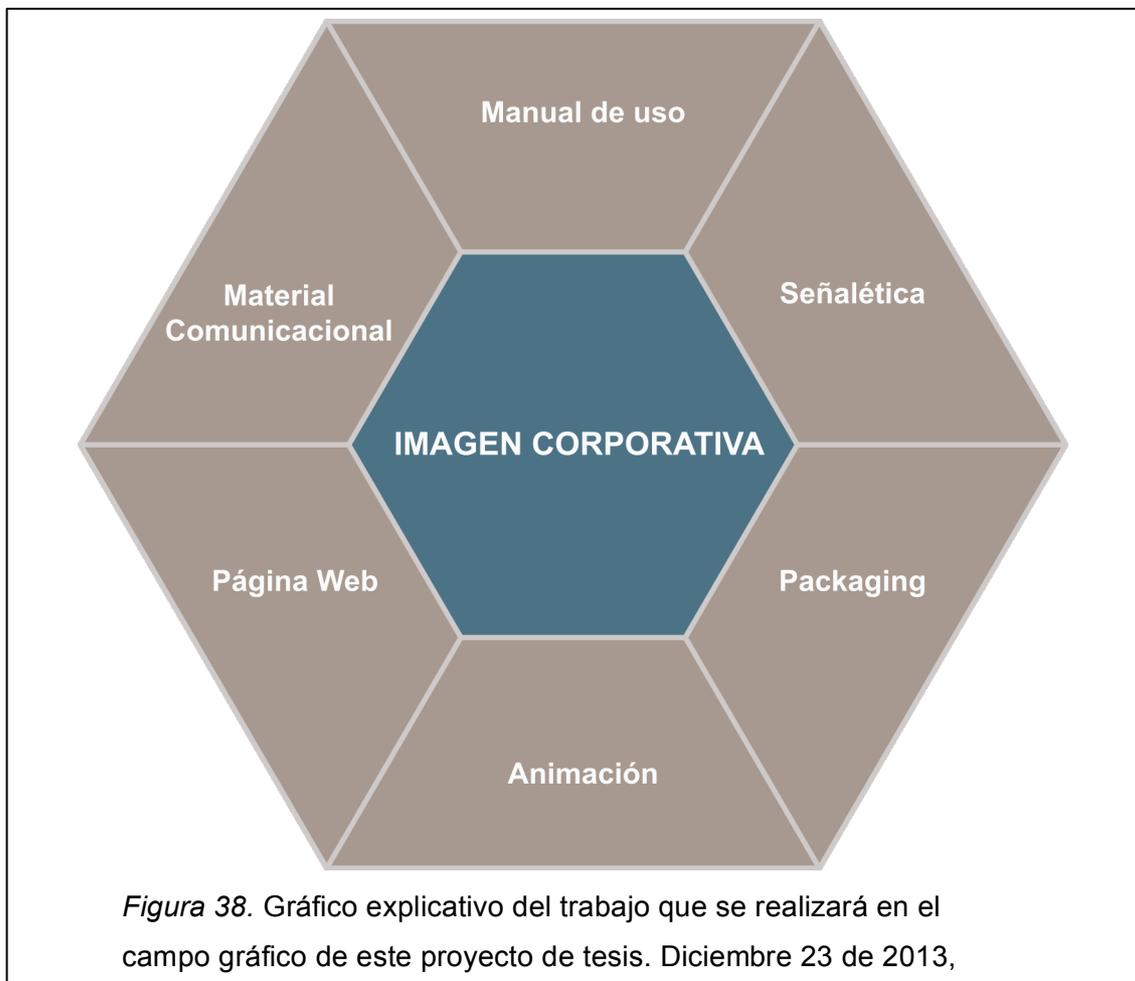
Dentro del Diseño Gráfico de este proyecto de tesis, se pueden encontrar:

1. Imagen Corporativa
2. Manual de uso
3. Señalética
4. Packaging
5. Animación

6. Página Web
7. Material comunicacional

Después de haber desarrollado los capítulos 1 y 2, como diseñadores se logró evidenciar las verdaderas necesidades que se tenían dentro del Centro Artesanal. Adicionalmente para poder cumplir con todas las variables especificadas en el tema de tesis se decidió conjugar algunas de ellas que están directamente relacionadas o que dependen unas de otras.

Se entiende que manual de uso, señalética, packaging, animación, página web y material comunicacional son ramas que se encuentran dentro de lo que es la imagen corporativa, tal como se detalla en el siguiente cuadro:



### 3. CAPÍTULO III. DISEÑO INDUSTRIAL. LA IMPORTANCIA DEL BIENESTAR DEL ARTESANO.

#### 3.1. Análisis global del Centro Artesanal "El Cedacero"

Para realizar un proyecto industrial exitoso, es de suma importancia analizar cada aspecto del Centro Artesanal. Esto incluye el estudio de los espacios exteriores e interiores. Además de todos los objetos con los que interactúa el artesano y el turista.



*Figura 39.* Fachada exterior del Centro Artesanal El Cedacero, 7 de abril de 2012, Guangopolo.

Con lo que respecta a la infraestructura, se puede decir que es majestuosa, posee líneas rectas, tumbados altos, ventanales grandes: básicamente su fuerza estética se basa en formas geométricas simples, texturas planas y colores claros. A través de este análisis es como se puede determinar que el estilo que posee es minimalista.

“El minimalismo en la arquitectura se muestra como un método de trabajo en el que lo estético busca toda su fuerza y capacidad de asombro de una forma simple y sin elementos superfluos. Se dice aquello de “menos es más” y los espacios se adecuan a una idea de vida que pretende ser sencilla, dejando que la fascinación se muestre en la linealidad de un muro, en las texturas suaves de un suelo, en un espacio reservado al espacio, en el vacío como elemento vertebrador de esta arquitectura que busca sus esencias. La ausencia se convierte, por tanto, en una virtud que ensalza la formalidad, la imaginación y el apetito por crear nuevas sensaciones con las mínimas intervenciones.” (Mostaedi, A. Croto, C. 2003, p3).



*Figura 40.* Vista del piso inferior del Centro Artesanal El Cedacero, 23 de febrero de 2012, Guangopolo.

Como se ha venido observando, las artesanías de Guangopolo tienen formas orgánicas y los materiales que se emplean no han sido sometidos a procesos industriales. Por ende se podría decir, que la naturaleza de una artesanía no se acopla de ninguna manera a la tendencia minimalista. Sin embargo, existen rasgos dentro la cultura de la parroquia, que se pueden encontrar en el movimiento minimalista.

“El minimalismo prescinde de todo lo irrelevante para enfatizar lo importante y con ello gana en libertad. Este aspecto lo relaciona con una manera de entender la vida propia de sociedades tradicionales, no consumistas, en las que la casa es también un espacio para la calma y la reflexión, para el descanso y el sosiego, donde lo sagrado convive con lo cotidiano. (O’ Bryan, L. 2003, p9).

Por otro lado, los ventanales grandes aportan con el desarrollo de las actividades que se realizan dentro del centro. Según Laura O’ Bryan (2003) la luminosidad es uno de los aspectos esenciales de la tendencia minimalista, señala que ésta puede ser potenciada con el empleo de la monocromía, el uso masivo del color blanco y las grandes superficies acristaladas. Además de permitir una mejor entrada de luz natural, estas aberturas también se convierten en un vehículo que comunica los medios externos e internos. (O’ Bryan, L. 2003, p9).

Después de este análisis, se observa que en la etapa de diseño es importante conjugar los aspectos minimalistas y artesanales, así se obtendrá un resultado que satisfaga las expectativas del proyecto.

Una de las necesidades más importantes que se puede encontrar dentro del centro artesanal, es el mobiliario. Se ha visto que cada artesano ha acoplado su espacio de trabajo a su conveniencia. No existe estudio alguno sobre exposición de productos, ergonomía de trabajo, distribución de los espacios, entre otros.

“...otro de los rasgos fundamentales de los ambientes minimalistas: “Si algo no sirve por lo menos para tres cosas, entonces no sirve”. Tanto los elementos constructivos como el mobiliario suelen cumplir varias funciones. Normalmente ejercen de separadores de ambientes, ya sean móviles o fijos, además de superficie de trabajo o armario de almacenaje, maximizando de esta manera la superficie libre.” (O’ Bryan, L. 2003, p9).

### **3.2. Diseño de mobiliario interior**

Según la encuesta realizada a los artesanos el día 30 de marzo del 2013 (ANEXO), se evidenció que los artesanos no se sienten a gusto con sus stands de exhibición. Además se advirtió que si bien es cierto que los artesanos elaboran sus productos dentro del Centro Artesanal, la verdadera comercialización de estas artesanías es en ferias o en bazares a nivel nacional.

“En el mercado actual, saturado por los medios de comunicación y el diseño, la imagen de una empresa resulta tan crucial para su éxito como la calidad del producto que ofrece. Las compañías más punteras invierten una parte importante de sus recursos en crear una imagen corporativa fuerte que les permita sobresalir entre sus competidores. Esto exige, cada vez más, una presencia destacada en las ferias de muestras, un importante foco de captación de clientes potenciales. Esta circunstancia ha llevado a muchas compañías a contratar servicios de los más destacados arquitectos y diseñadores a la hora de construir sus stands, desarrollándose una nueva disciplina híbrida que combina los elementos más modernos del diseño tanto espacial como de estrategia comercial.” (Broto, C. 2004, p7).

Para los artesanos es fundamental tener un espacio de trabajo y de exposición de productos que sea llamativo, impactante y que se pueda transportar. El diseño de este objeto utilitario debe reflejar completamente la esencia de la marca para lograr sobresalir sobre el resto de artesanías que hay en el mercado.

#### **3.2.1. Ergonomía**

Como se ha venido mencionando el Centro Artesanal cumple con dos requerimientos, el primero que es de exposición de los productos de la parroquia y el segundo que es el de espacio de trabajo para los artesanos. Para poder satisfacer las necesidades del usuario es primordial aplicar conocimientos de ergonomía, que consiste en desarrollar sistemas y productos que aumenten la productividad de un espacio específico. (Fernandez. J, Marley. R, Noriega S. & Ibarra. G. 2008, p1).

A través de la aplicación de los criterios ya señalados, los artesanos serán capaces de trabajar de manera intuitiva y al mismo tiempo minimizar los riesgos de lesiones y enfermedades. (Fernandez. J, Marley. R, Noriega S. & Ibarra. G. 2008, p1).

“La ergonomía ocupacional (también llamada industrial) son los términos más utilizados en ingeniería; puede definirse como el diseño del sitio de trabajo, del equipo, las maquinas, las herramientas, el producto, el medioambiente y los sistemas. Considerando las capacidades físicas, fisiológicas, biomecánicas, y psicológicas cognitivas del ser humano, con la meta de optimizar la efectividad y la productividad del sistema de trabajo, y de garantizar la seguridad, la salud y el bienestar de los trabajadores. Brevemente, la ergonomía es una disciplina científica que estudia como ajustar la tarea al trabajador, hay que evitar ajustar al trabajador a la tarea.” (Fernandez. J, Marley. R, Noriega S. & Ibarra. G. 2008, p2).

Para empezar con la creación de los exhibidores para el Centro Artesanal, es necesario plantearse ciertas preguntas que guiarán de la mejor manera hacia una solución efectiva. Estas preguntas son: (Fernández. J, Marley. R, Noriega S. & Ibarra. G. 2008, p5).

- ¿Para quién será diseñada?

Sera especialmente diseñada para los artesanos guangopolenses que poseen un espacio dentro del Centro Artesanal.

- ¿Para qué tarea será diseñada?

Sera especialmente diseñada para transportar y exponer de forma adecuada las artesanías guangopolenses.

- ¿Para qué entorno será diseñada?

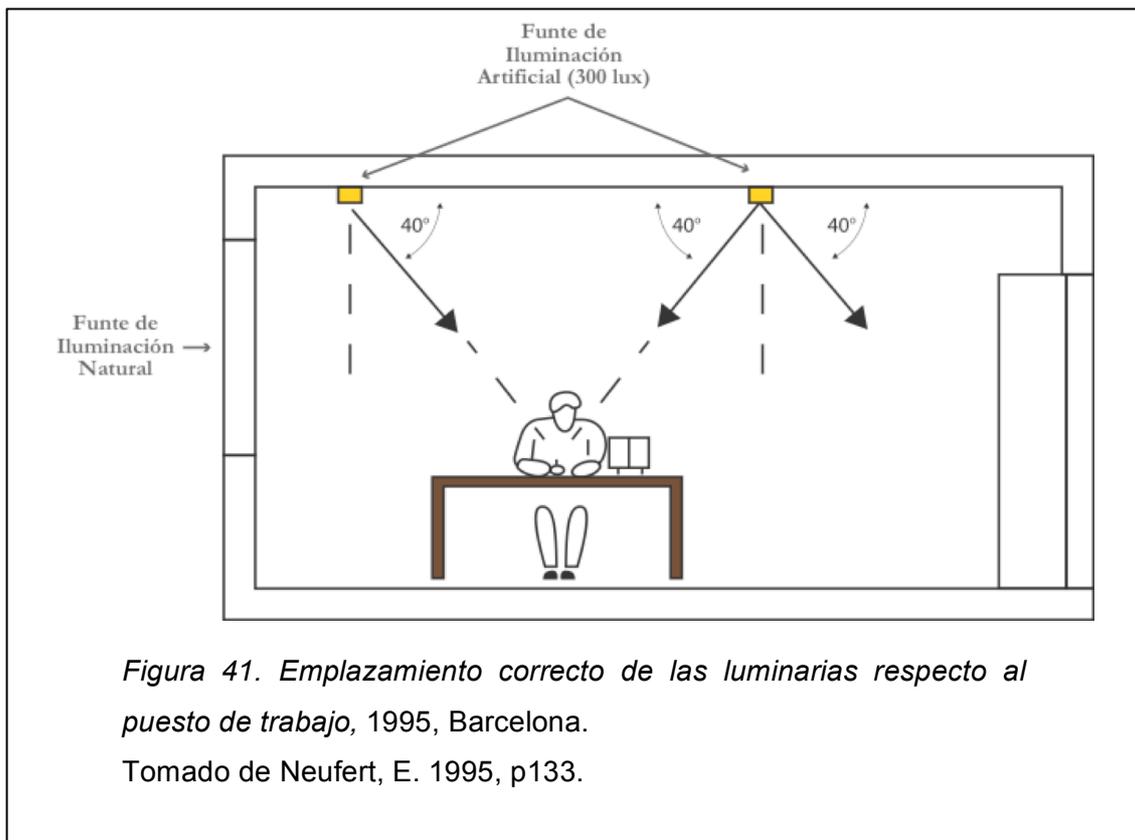
El objeto utilitario servirá para exponer los productos en ferias y bazares.

### 3.3. Iluminación

Según Deyan Sudgio (1992), es primordial seguir los siguientes consejos para iluminar los espacios de trabajo que involucran la elaboración de actividades que exigen mucha precisión en el detalle tales como la ejecución de las artesanías de Guangopolo:

- Las ventajas de una buena iluminación permiten:
  - Realizar cómodamente diversas actividades
  - Evitar el cansancio visual
- Es indispensable que la luz caiga directamente sobre el trabajo que se está realizando, evitando la proyección de sombras o reflejos molestos.
- Un análisis que se debe tomar en cuenta el momento de iluminar un espacio específico es, si el sujeto que hará uso de este espacio es diestro o zurdo.
- Si el usuario es diestro, la luz tendrá que estar situada a la izquierda del sujeto. Mientras que si el sujeto es zurdo, se deberá ubicar la luz al lado derecho. Logrando así evitar cualquier tipo de sombras.
- Es muy recomendable una fuente de luz graduable, donde el usuario pueda acomodar la luz según la actividad que va a realizar.
- La iluminación que brindan los focos de tungsteno halógeno, es la más recomendable el momento en el que se requiere un grado de iluminación muy alto.

- La elaboración de tareas que requieren mucho detalle, demandan un mayor grado de iluminación a diferencia de aquellas menos complejas.
- Las personas mayores de 60 años requieren el doble de luz que aquellas de 30 años, para realizar una misma actividad.
- Es indispensable lograr un equilibrio, entre la luz que se emplea para realizar la actividad y los alrededores de la misma. Esto se logra dejando los alrededores a una intensidad no menor de un tercio de luz con respecto a la que se usa en la realización del trabajo.
- Para todas aquellas actividades tales como coser, tejer, leer, entre otras, es necesario utilizar mínimo una iluminación de 300 lux (1200 lumens por m<sup>2</sup>) (p.14).



*Figura 41. Emplazamiento correcto de las luminarias respecto al puesto de trabajo, 1995, Barcelona.*

Tomado de Neufert, E. 1995, p133.

### 3.4. Síntesis de Diseño Industrial

En un principio se creyó que la verdadera necesidad era la de desarrollar stands para que los artesanos puedan exponer su producto dentro del Centro Artesanal. Una vez concluido el proceso de investigación se llegó a la conclusión de que la verdadera necesidad era la de crear un objeto utilitario que sea transportable ya que la verdadera comercialización de los productos artesanales se da en ferias o bazares a nivel nacional, tal como se evidencia en la siguiente imagen:



*Figura 42.* Jóven artesana comercializando sus productos de crin de caballo en la feria de fin de semana en la Plaza Foch. 27 de abril de 2013, Quito.

Adicionalmente es de gran importancia mencionar que con la inauguración del Centro, se quiso exponer fotografías de gente de la comunidad y además muchos artesanos que se dedicaban a pintar en oleos encontraron un espacio para comercializar sus obras , por esta razón como diseñadores se creyó que era necesario generar un sistema de iluminación para mejorar la exhibición de las mismas.



*Figura 43.* Vista del primer piso del Centro Artesanal El Cedacero donde se pueden apreciar las fotos de la comunidad en las paredes. Abril 7 de 2012, Guangopolo.



*Figura 44.* Vista del segundo piso del Centro Artesanal El Cedacero donde se pueden apreciar en segundo plano cuadros en oleo. Abril 7 de 2012, Guangopolo.

Con el paso del tiempo, estas obras se dejaron de exponer. Por esta razón, en lugar de elaborar un sistema de iluminación, se tomó la decisión de generar una pieza gráfica para instruir a los artesanos la forma adecuada en la que se debe iluminar el espacio en el que elaboran sus artesanías.



*Figura 45.* Vista del primer piso del Centro Artesanal El Cedacero donde se ven las paredes vacías sin obras expuestas. Febrero 23 de 2013, Guanoopolo.



*Figura 46.* Vista del segundo piso del Centro Artesanal El Cedacero donde se observa que se han removido las obras de arte de las paredes. Febrero 23 de 2013. Guanoopolo.

Como se mencionó al principio de este capítulo, hubo algunos cambios que permitieron que se detecten las verdaderas necesidades que posee la comunidad en el campo de diseño industrial. A continuación se expone un gráfico explicativo que indicará el trabajo que se realizará para cumplir con esta variable.



## 4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE DISEÑO GRÁFICO

### 4.1. Elaboración de la marca

La parroquia de Guangopolo es conocida a nivel nacional por la elaboración de cedazos. Además de construir esta herramienta culinaria, han innovado creando distintas artesanías que se derivan de la material prima que es la crin de caballo.

En 2012 la Junta Parroquial de Guangopolo, logra a través del apoyo de Quito Turismo, dotar a esta comunidad con un Centro Artesanal. Este espacio tiene como objetivo, mantener viva la riqueza artesanal que tiene esta cultura.

Si bien los artesanos cuentan con un espacio determinado para realizar sus actividades, se ha visto que no hubo interés por darle una identidad capaz de reflejar la esencia del artesano guangopolense. Por esta razón se ha visto la necesidad de apoyar a los artesanos dándoles una imagen corporativa, que no solo identifique al centro artesanal sino también a los artesanos y sus artesanías.

Para el desarrollo de esta marca, se han detectado varios requerimientos entre ellos:

- Rentabilidad
- Preservación
- Turismo
- Calidad de vida
- Artesanía
- Cultura
- Continuidad

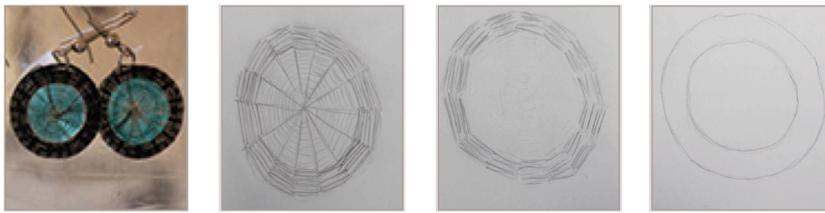
Después de este análisis, se procedió a hacer un trabajo de simplificación de formas. Para cumplir con este proceso, fue necesario realizar un sesión fotográfica de todas las artesanías existentes en el Centro Artesanal.

El proceso de simplificación de formas es indispensable en este proyecto, dado que es la única manera de llegar a comprender a profundidad los tipos y sobre todo la estructura de los tejidos que se elaboran en la comunidad de Guangopolo.

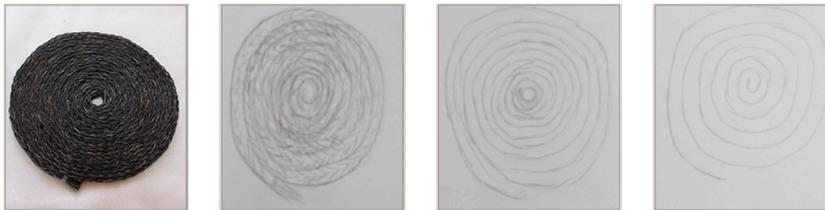
#### **4.1.1. Proceso de Simplificación de formas**

En este proceso se tomo en cuenta las artesanías de mayor importancia y acogida en el mercado. Entre ella podemos encontrar:

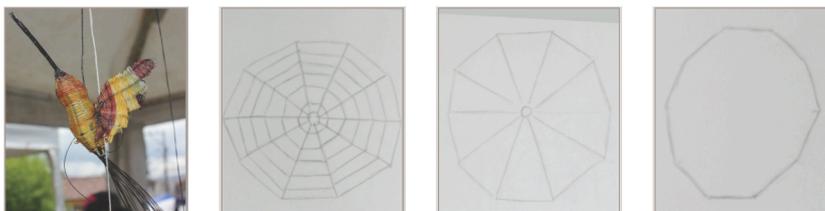
- Aretes
- Llaveros
- Porta vasos
- Figuras
- Cedazos



*Figura 48.* Aretes con crin de caballo pigmentado, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.



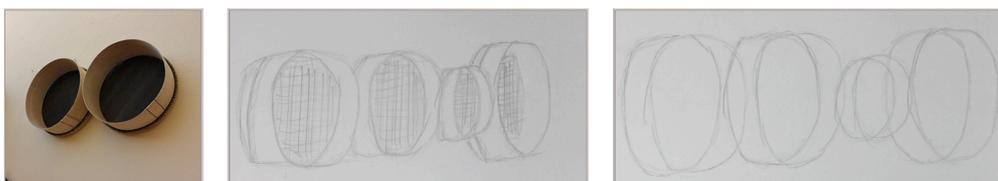
*Figura 49.* Portavasos de crin de caballo tejido, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.



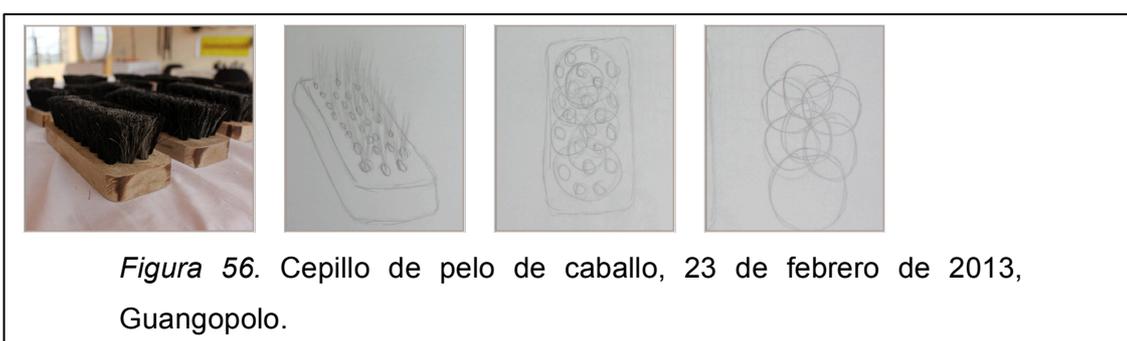
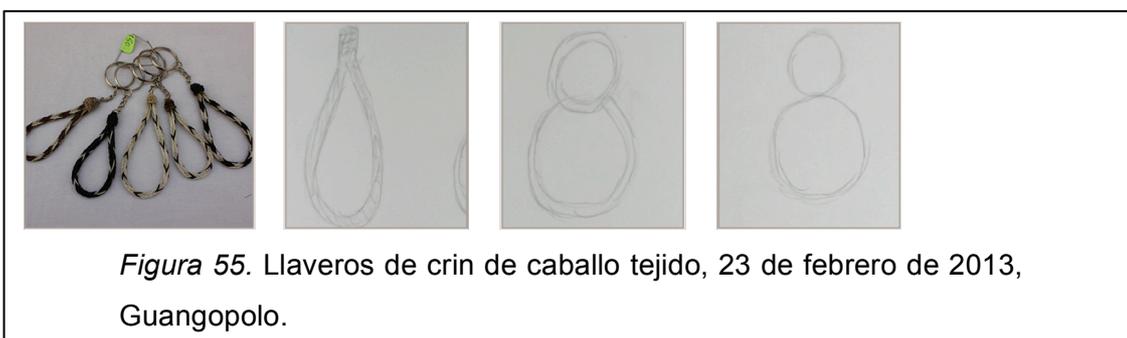
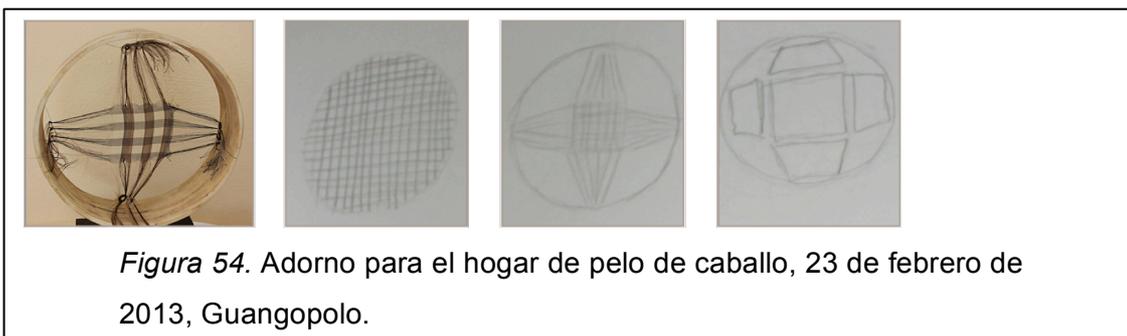
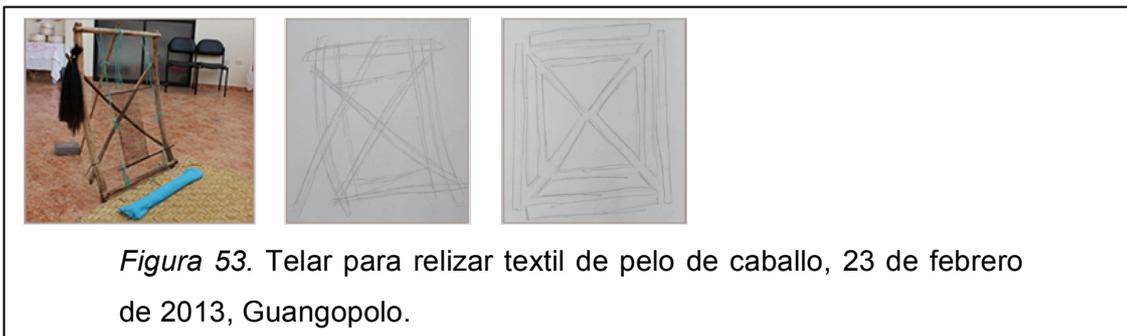
*Figura 50.* Colibrí tejido con pelo de caballo, 30 de marzo de 2013, Guangopolo.

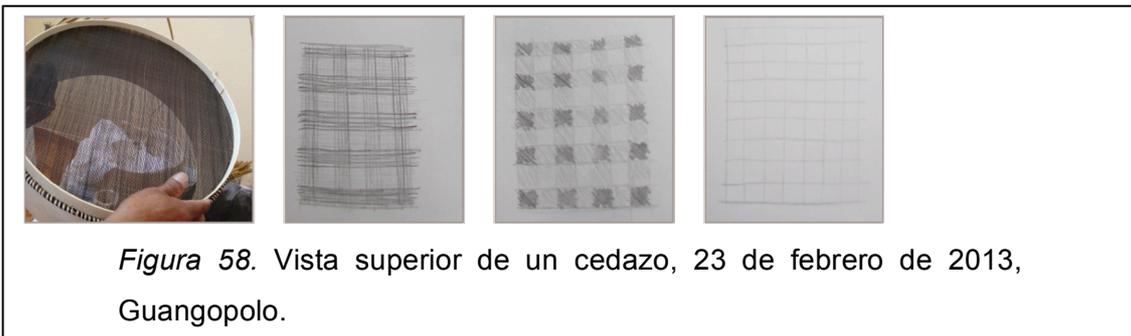
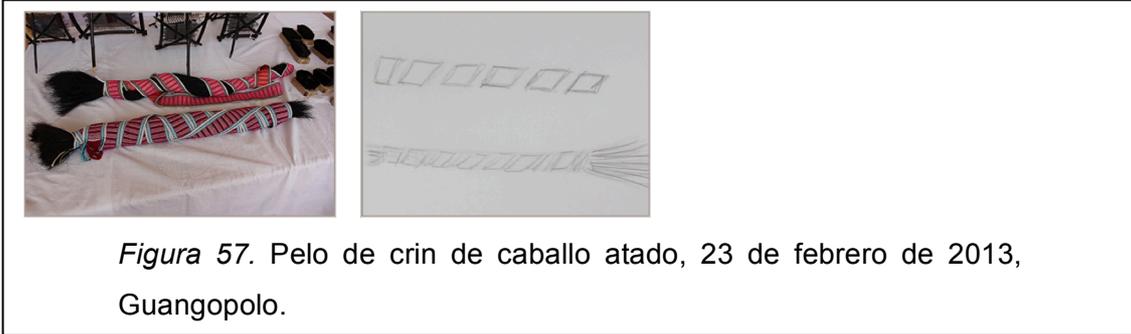


*Figura 51.* Llaveros tejidos con crin de caballo, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.



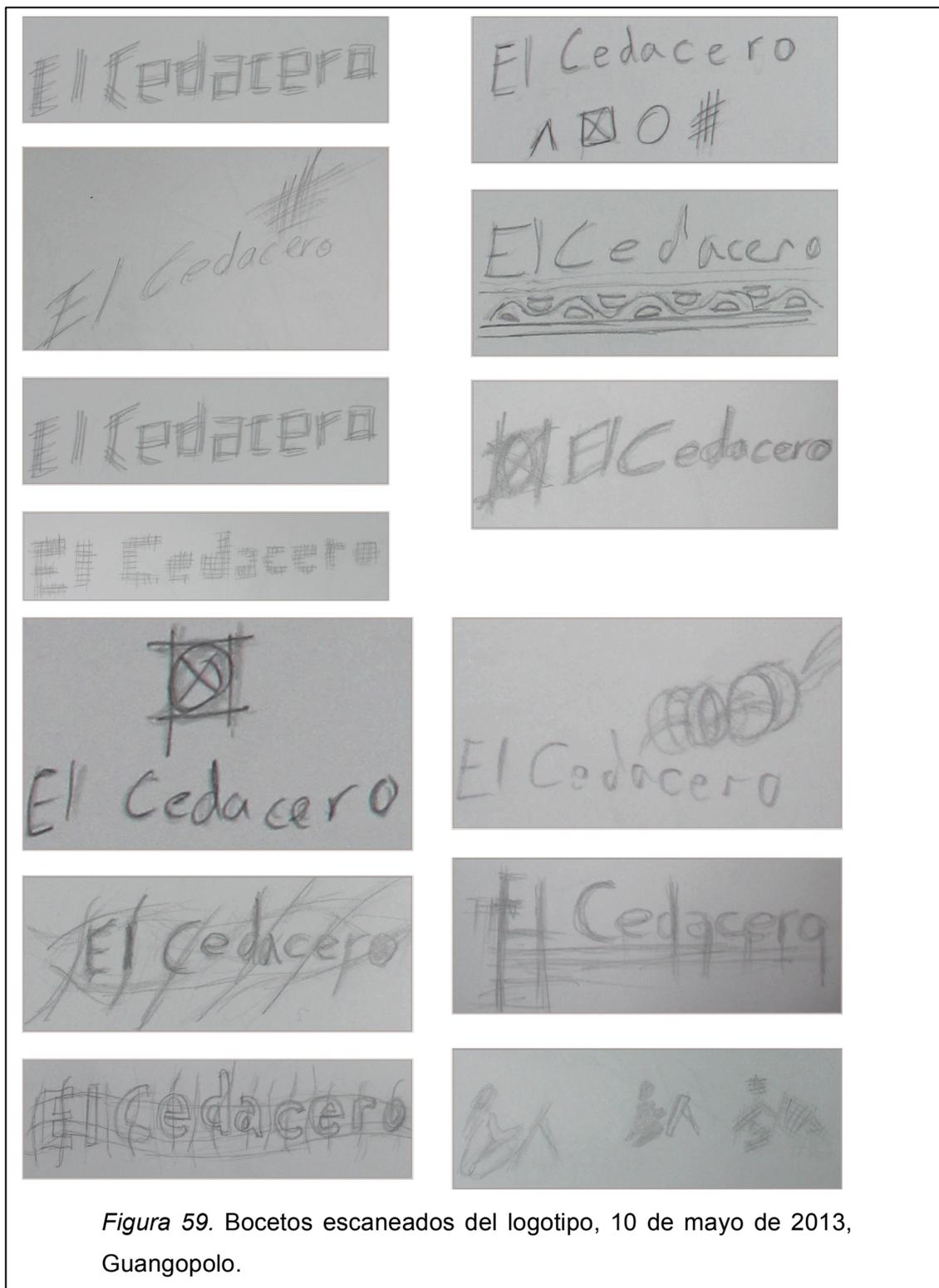
*Figura 52.* Cedazos, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.

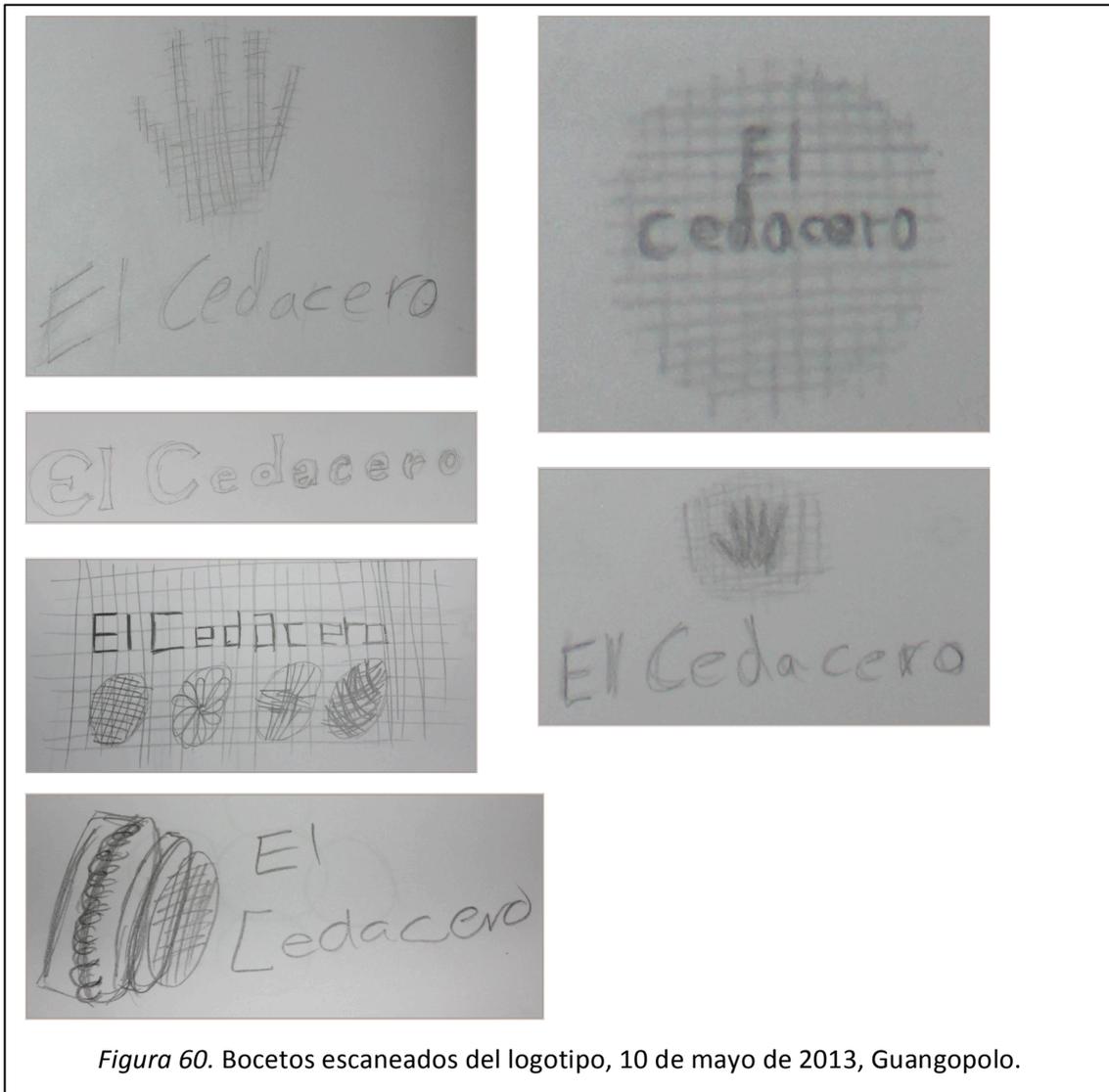




#### 4.1.2. Proceso de bocetaje

Una vez comprendidas todas las formas, comienza el proceso de bocetaje. Este proceso permite al diseñador realizar distintas composiciones a partir de las formas anteriormente realizadas y el nombre de la marca.





#### 4.1.3. Digitalización posibles alternativas

Una vez concluido el proceso de bocetaje, se procede a digitalizar las alternativas que mejor cumplen con los requerimientos del Centro Artesanal.

*Alternativa A:*

En esta alternativa se busca recrear los distintos tejidos que elaboran los artesanos de Guangopolo.

*Alternativa B:*

En esta opción se trató de hacer énfasis en la principal artesanía que es el cedazo. En esta se puede observar la amplia gama de tamaños que se elaboran.

*Alternativa C:*

Esta alternativa busca simplificar al máximo la artesanía por excelencia que es el cedazo.



*Figura 63. Alternativa C del logotipo, 5 de junio de 2013, Quito.*

*Alternativa D:*

En esta propuesta se buscó conjugar los elementos más importantes de la cultura y las artesanías de la misma.



*Figura 64. Alternativa D del logotipo, 5 de junio de 2013, Quito.*

#### **4.1.4. Paletas de colores**

Para desarrollar de forma apropiada este proyecto, fue necesario realizar paletas cromáticas. Estas paletas surgen a partir del trabajo fotográfico que realizó tanto al Centro Artesanal como a las artesanías que se encuentran en el mismo.



■ C: 73% M: 67% Y: 66% K: 83%	■ C: 27% M: 86% Y: 100% K: 23%
■ C: 26% M: 30% Y: 28% K: 0%	■ C: 30% M: 80% Y: 69% K: 22%
■ C: 32% M: 48% Y: 64% K: 8%	■ C: 88% M: 54% Y: 46% K: 23%
■ C: 51% M: 64% Y: 64% K: 41%	

*Figura 65.* Pulseras de crin de caballo con pedrería, 23 de febrero de 2013. Guanqopolo.



■ C: 11% M: 14% Y: 11% K: 0%	■ C: 26% M: 45% Y: 48% K: 0%
■ C: 25% M: 52% Y: 37% K: 1%	■ C: 17% M: 24% Y: 48% K: 0%
■ C: 34% M: 76% Y: 57% K: 19%	■ C: 22% M: 17% Y: 17% K: 0%
■ C: 24% M: 63% Y: 61% K: 6%	■ C: 42% M: 41% Y: 45% K: 4%

*Figura 66.* Adorno de crin de caballo, 23 de febrero de 2013, Guanqopolo.



■ C: 73% M: 67% Y: 67% K: 85%	■ C: 44% M: 52% Y: 69% K: 22%
■ C: 88% M: 56% Y: 59% K: 44%	■ C: 31% M: 38% Y: 40% K: 1%
■ C: 64% M: 29% Y: 44% K: 3%	
■ C: 78% M: 48% Y: 35% K: 9%	

*Figura 67.* Aretes tejidos con crin de caballo, 23 de febrero de 2013, Guanqopolo.



■ C: 62% M: 68% Y: 66% K: 84%	■ C: 37% M: 90% Y: 81% K: 60%
■ C: 42% M: 74% Y: 78% K: 36%	■ C: 30% M: 96% Y: 88% K: 36%
■ C: 37% M: 76% Y: 82% K: 46%	■ C: 18% M: 98% Y: 90% K: 7%
■ C: 37% M: 71% Y: 86% K: 38%	■ C: 15% M: 82% Y: 77% K: 4%

*Figura 68.* Correas de crin de caballo y cuero, 23 de febrero de 2013. Guanqopolo.



■ C: 51% M: 71% Y: 75% K: 68%	■ C: 36% M: 52% Y: 69% K: 14%
■ C: 44% M: 72% Y: 82% K: 57%	■ C: 31% M: 31% Y: 38% K: 0%
■ C: 43% M: 61% Y: 70% K: 30%	■ C: 9% M: 9% Y: 11% K: 0%
■ C: 37% M: 50% Y: 55% K: 10%	■ C: 8% M: 6% Y: 6% K: 0%

*Figura 69.* Aros de árbol de Pumamaqui, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.



■ C: 72% M: 66% Y: 68% K: 88%	■ C: 42% M: 58% Y: 81% K: 30%
■ C: 64% M: 57% Y: 51% K: 27%	■ C: 43% M: 50% Y: 53% K: 12%
■ C: 37% M: 28% Y: 25% K: 0%	■ C: 11% M: 15% Y: 18% K: 0%
■ C: 5% M: 3% Y: 5% K: 0%	■ C: 1% M: 8% Y: 22% K: 0%

*Figura 70.* Tejido de crin de caballo con aros de pumamaqui listos para la elaboración de pequeños cedazos, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.



■ C: 57% M: 70% Y: 74% K: 74%	■ C: 11% M: 97% Y: 93% K: 2%
■ C: 42% M: 86% Y: 77% K: 66%	■ C: 13% M: 71% Y: 67% K: 1%
■ C: 37% M: 90% Y: 81% K: 60%	■ C: 24% M: 71% Y: 86% K: 13%
■ C: 25% M: 97% Y: 93% K: 22%	■ C: 32% M: 73% Y: 85% K: 28%

*Figura 71.* Exhibidor de artesanías, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.



■ C: 40% M: 91% Y: 72% K: 61%	■ C: 78% M: 48% Y: 35% K: 9%
■ C: 27% M: 99% Y: 79% K: 25%	■ C: 66% M: 39% Y: 41% K: 7%
■ C: 21% M: 99% Y: 72% K: 10%	■ C: 37% M: 37% Y: 40% K: 1%
■ C: 37% M: 84% Y: 44% K: 15%	■ C: 29% M: 23% Y: 28% K: 0%

*Figura 72.* Envueltos de pelo de caballo, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.



■ C: 72% M: 67% Y: 62% K: 83%	■ C: 48% M: 66% Y: 78% K: 53%
■ C: 62% M: 59% Y: 70% K: 54%	■ C: 39% M: 69% Y: 80% K: 41%
■ C: 57% M: 63% Y: 62% K: 45%	■ C: 35% M: 42% Y: 56% K: 5%
■ C: 56% M: 60% Y: 66% K: 42%	

*Figura 73.* Cepillos hechos con cerdas de crin de caballo, 23 de febrero de 2013. Guanacopolo.



■ C: 61% M: 68% Y: 71% K: 76%	■ C: 45% M: 53% Y: 85% K: 30%
■ C: 59% M: 59% Y: 67% K: 46%	■ C: 34% M: 50% Y: 75% K: 13%
■ C: 48% M: 64% Y: 70% K: 41%	■ C: 31% M: 39% Y: 64% K: 4%
■ C: 42% M: 49% Y: 64% K: 15%	■ C: 27% M: 30% Y: 49% K: 0%

*Figura 74.* Telar, 23 de febrero de 2013, Guangopolo.



■ C: 61% M: 71% Y: 67% K: 75%	■ C: 53% M: 75% Y: 71% K: 75%
■ C: 61% M: 61% Y: 67% K: 51%	■ C: 30% M: 44% Y: 69% K: 6%
■ C: 53% M: 75% Y: 71% K: 75%	■ C: 21% M: 30% Y: 63% K: 0%
■ C: 44% M: 66% Y: 72% K: 40%	■ C: 22% M: 22% Y: 34% K: 0%

*Figura 75.* Artesanía de un pequeño telar con el tejido, 23 de febrero de 2013, Guanacopolo.

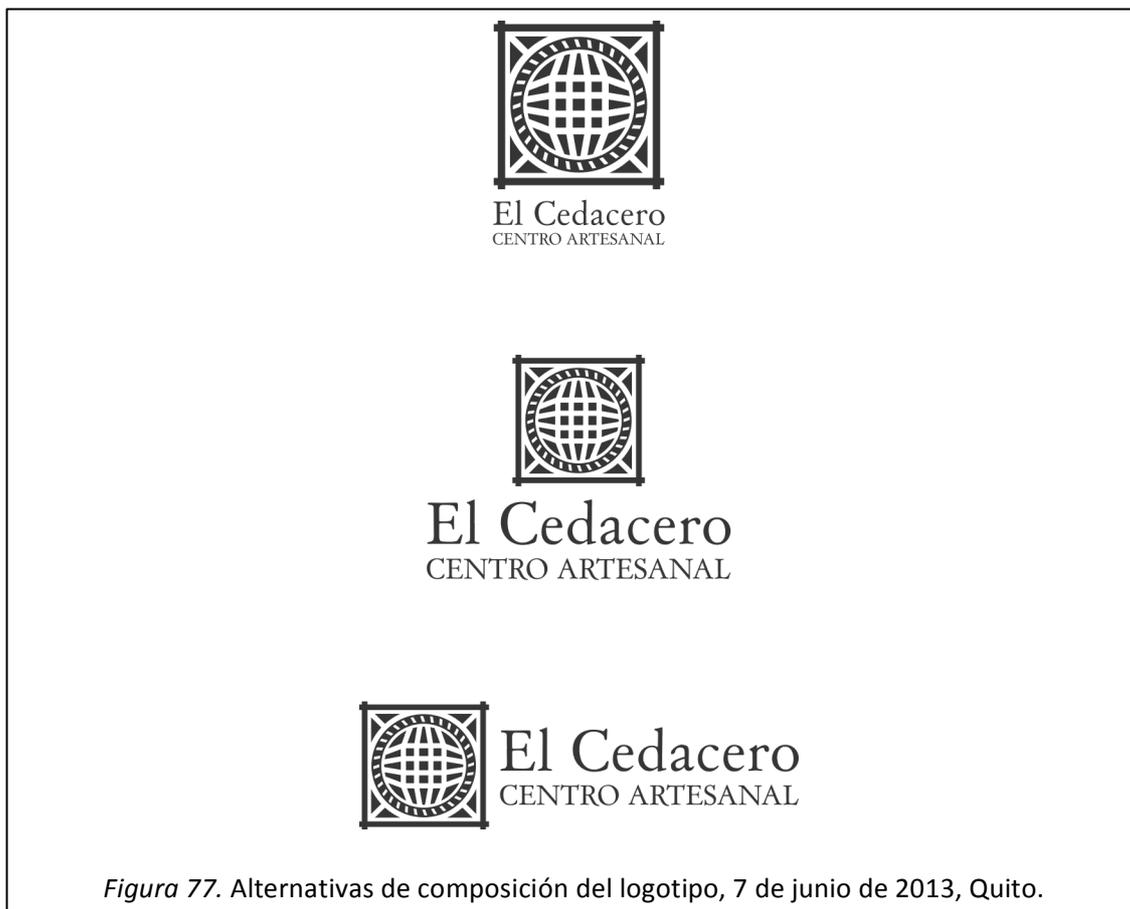


■ C: 73% M: 67% Y: 67% K: 85%	■ C: 34% M: 41% Y: 53% K: 4%
■ C: 60% M: 63% Y: 69% K: 60%	■ C: 30% M: 23% Y: 25% K: 0%
■ C: 49% M: 75% Y: 77% K: 72%	
■ C: 49% M: 53% Y: 78% K: 25%	

*Figura 76.* Limpia Polvos hechos cerdas de crin de caballo, 23 de febrero de 2013, Guanacopolo.

#### 4.1.5. Alternativas de composición

La elaboración de distintos tipos de composición permite al diseñador realizar un análisis profundo para determinar como puede funcionar de mejor manera la marca.



#### 4.1.6. Combinaciones cromáticas

Las combinaciones cromáticas son posibles gracias a las paletas de colores anteriormente expuestas. A través de este ejercicio, se puede observar de que forma y bajo que cromática funciona de manera óptima la nueva marca.



El Cedacero  
Taller Artesanal



El Cedacero  
Taller Artesanal



El Cedacero  
Taller Artesanal



El Cedacero  
Taller Artesanal

Figura 78. Alternativas cromáticas del logotipo, 8 de junio de 2013, Quito.



El Cedacero  
Taller Artesanal



El Cedacero  
Taller Artesanal



El Cedacero  
Taller Artesanal



El Cedacero  
Taller Artesanal

*Figura 79.* Alternativas cromáticas del logotipo, 8 de junio de 2013, Quito.



El Cedacero  
Taller Artesanal



El Cedacero  
Taller Artesanal



El Cedacero  
Taller Artesanal

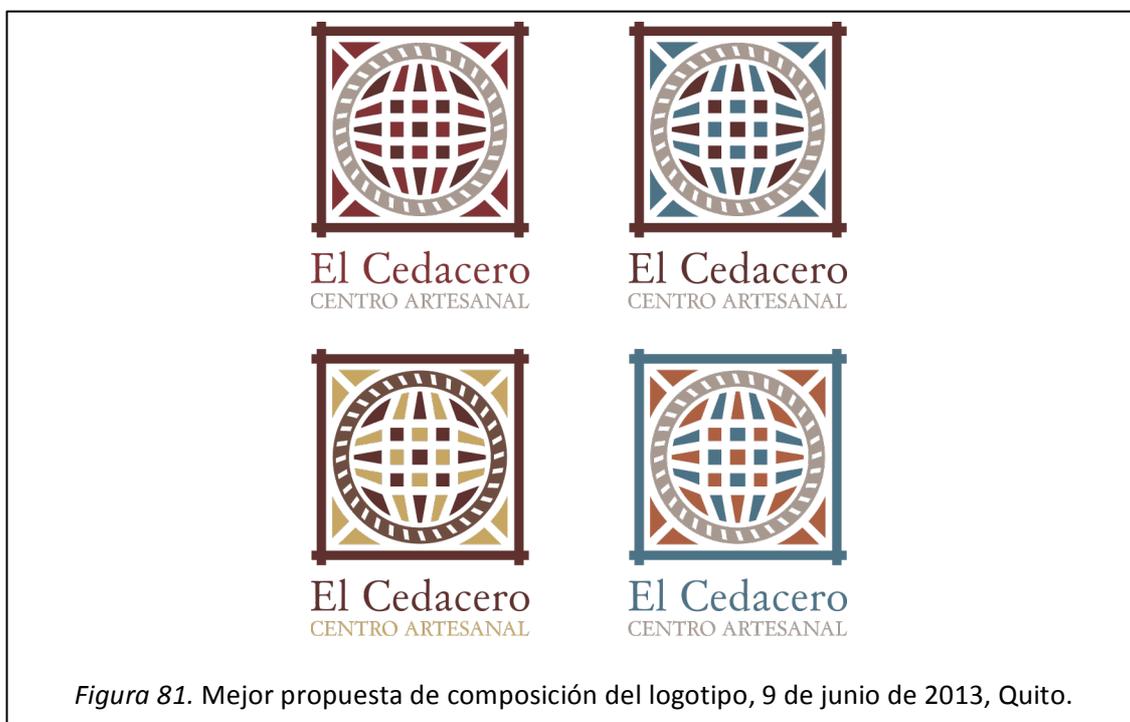


El Cedacero  
Taller Artesanal

Figura 80. Alternativas cromáticas del logotipo, 8 de junio de 2013, Quito.

#### 4.1.7. Definición de la mejor propuesta

La opción de composición del isologotipo que más satisfizo es la expuesta a continuación.



Para el desarrollo de este proyecto, se ha considerado esencial la intervención del artesano guangopolense. Por esta razón fue necesario ir a la parroquia para que los artesanos elijan la cromática que sea de su agrado. A través de este aporte, podemos obtener como resultado un trabajo que es coherente para ambas partes.



*Figura 82. Artesanas Guangopolenses con la cromática de logotipo que fue de su agrado, 25 de mayo de 2013, Guango.*

#### 4.2. Justificación de la marca

En la elaboración de esta propuesta, se buscó fusionar varios aspectos importantes de la comunidad y del centro artesanal.

En el interior del isotipo se puede ver una simplificación de la riqueza tanto del tejido como de la materia prima utilizada en Guangopolo, que es la crin de caballo. A continuación se puede observar una síntesis del aro de Pumamaqui característico del cedazo. Finalmente se ve con claridad el telar que es el eje a través del cual ha sido posible el desarrollo de las nuevas artesanías.

La tipografía seleccionada posee serifas, dado que éstas reflejan la seriedad y dedicación que todos los artesanos dan a cada una de sus creaciones.



#### 4.2.1. Elementos de la marca

A continuación se pueden observar detalladamente los elementos que componen la marca:

En primera instancia se observa claramente el isotipo, reflejo no solo de los tejidos sino también de la materia prima y origen de estos productos que es el cedazo.

Para el logotipo se ha seleccionado la tipografía “Day Roman”, proveniente de la familia de las “Serifs”. Este tipo de letra se caracterizan por reflejar tradición y seriedad, cualidades que se pueden encontrar en los artesanos de “El Cedacero”.



#### 4.2.2. Distribución de espacios y de elementos

En este proceso se ha definido de manera matemática el interlineado y separación entre cada uno de los componentes de la marca.

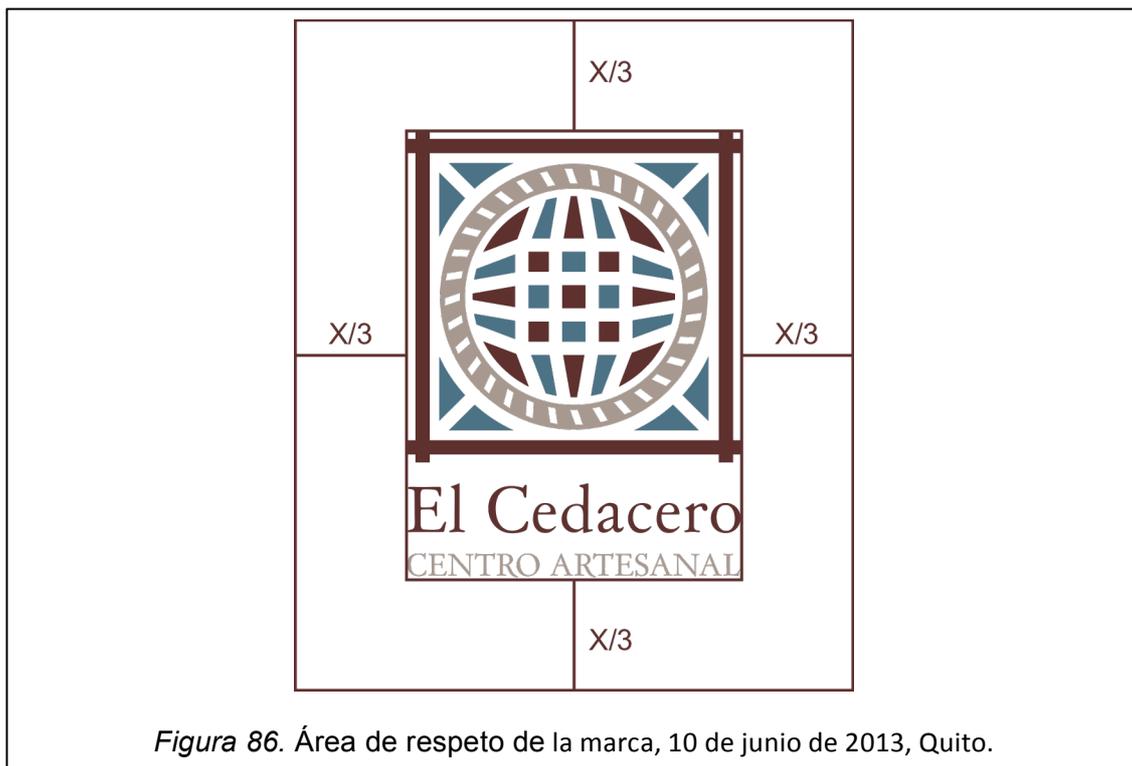
Podemos observar que se ha extraído una medida “x”, que servirá como una guía para determinar el resto de dimensiones dentro de la marca, donde “x” es igual al ancho del isotipo.



#### 4.2.2. Área de respeto de la marca

Para poder mantener una exposición adecuada de la marca, se ha determinado una medida mínima que deberá ser respetada cuando la marca sea aplicada en distintas composiciones gráficas.

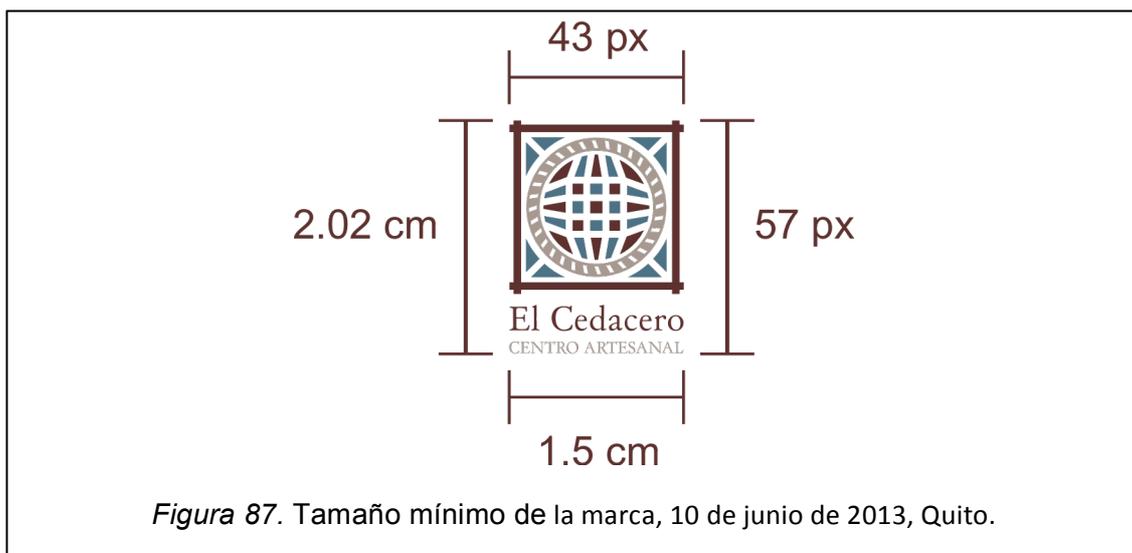
Esta área de respeto es equivalente al valor de "x" dividido para tres y deberá ser aplicada a cada uno de los lados de la marca.



#### 4.2.3. Tamaño mínimo

Para el manejo adecuado de la marca es necesario determinar dimensiones mínimas. Este proceso tiene como objetivo mantener a la marca visible, en el caso de que se requiera la aplicación de la misma en piezas gráficas de tamaño reducido.

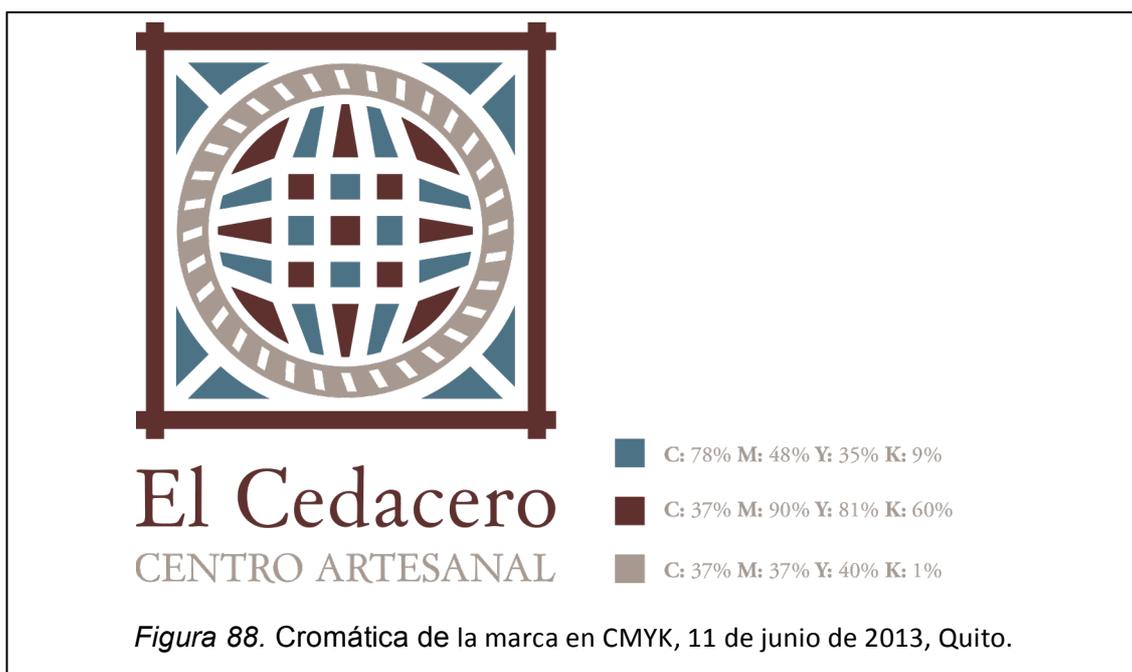
Por este motivo se ha definido un tamaño de reducción mínimo (1.5 cm / 43 px de ancho), valor que deberá ser respetado en todas las aplicaciones de la marca ya sea en formato digital o impreso.



### 4.3. Cromática de la marca

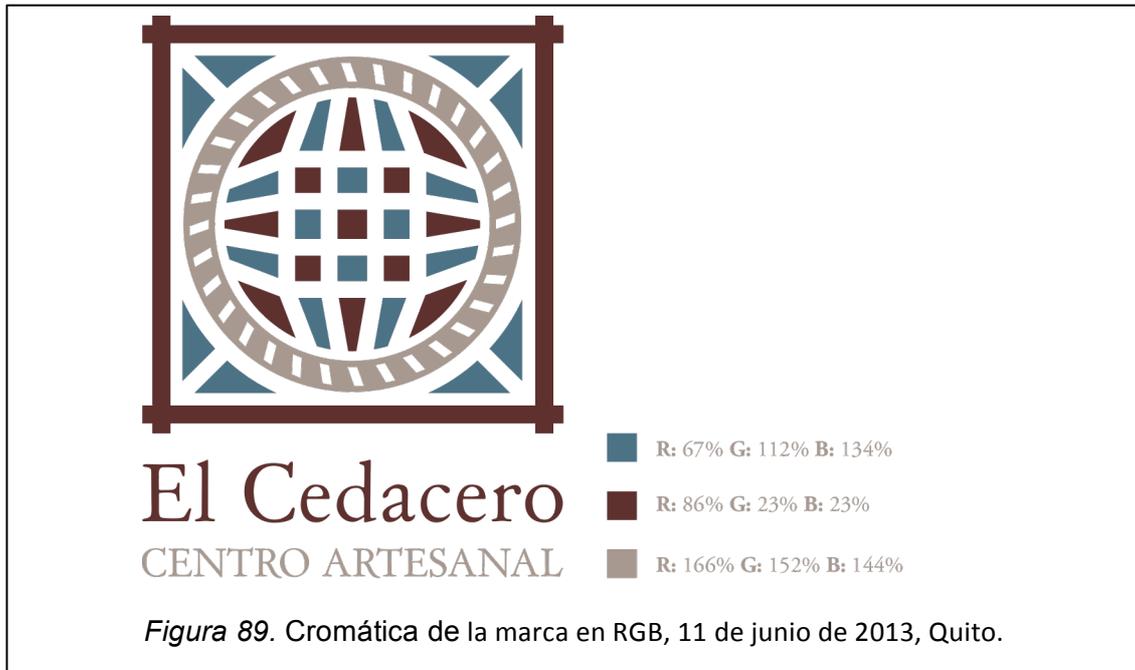
#### 4.3.1. Variación de color en CMYK

El modelo CMYK es un modelo de color sustractivo que se utiliza en la impresión a color. Esta versión de la marca “El Cedacero” se utilizará tanto en offset como en impresión a inyección. A través de esta especificación, no habrá variación del color durante de la impresión.



### 4.3.2. Variación de color en RGB

Los colores RGB se basan en la síntesis aditiva, que representa un color mediante los tres colores luz primarios. Esta versión de la marca “El Cedacero” será utilizada para web y todo tipo de medios digitales.



### 4.3.3. Variación de color en PANTONE

El modelo Pantone es una clasificación universal del color, ésta se utiliza en tintas directas, las mismas que generalmente son institucionales. Esta versión de la marca se utilizará en impresiones de tipo offset.



#### 4.3.3. Variación de color en BLANCO Y NEGRO

Esta aplicación de la marca “El Cedacero” está elaborada para ser utilizada, en formatos que no requieran color tales como clichés, sellos, troqueles corporativos, etc.



#### 4.3.4. Variación de color en escala de grises

La escala de grises es utilizada para piezas gráficas de uso interno de la empresa o periódicos (prensa). De este modo, se abaratan costos. Es importante destacar que esta aplicación de color mantiene la legibilidad y el contraste.

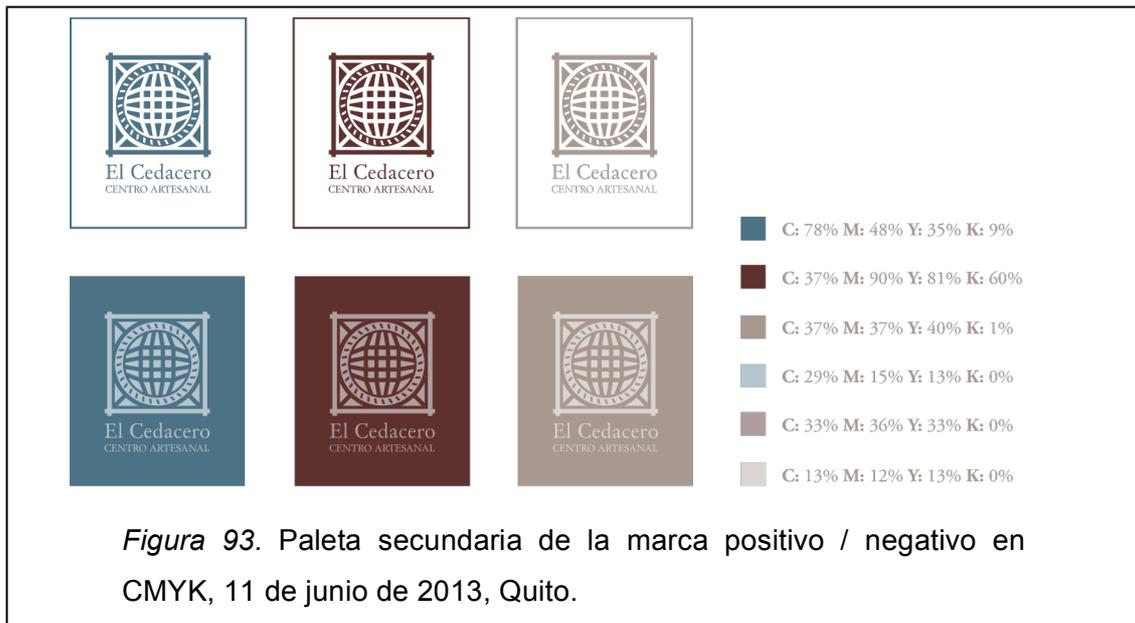


#### 4.3.5. Paletas de color

##### 4.3.5.1. Paleta secundaria positivo / negativo en CMYK

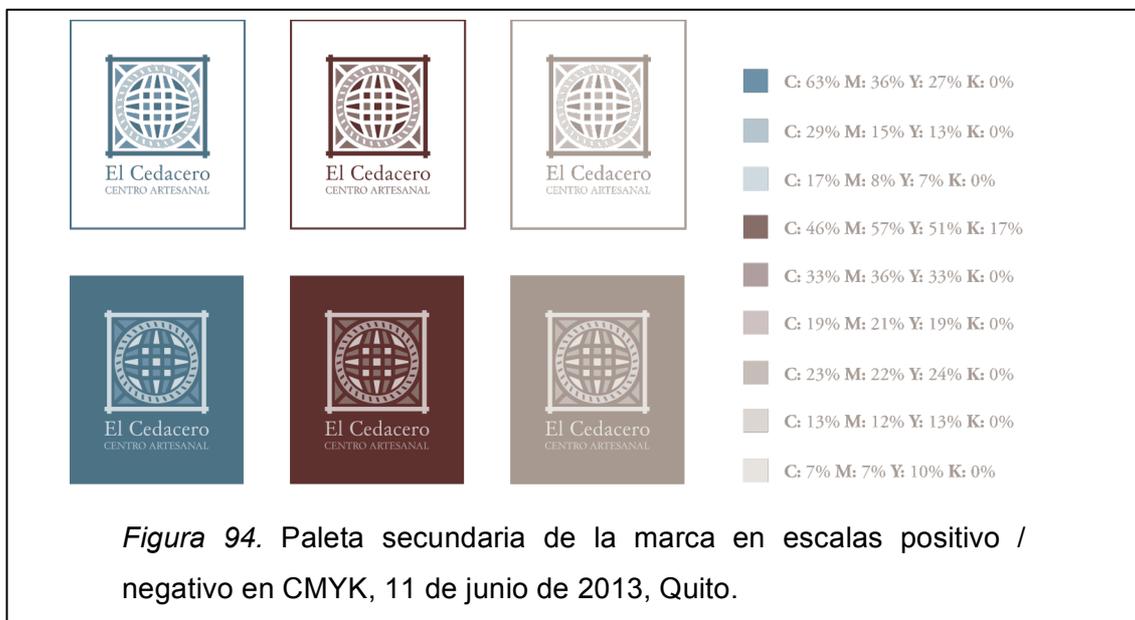
Estas aplicaciones de “El Cedacero”, se utilizarán en distintos elementos gráficos que requieran texturas y fondos como tarjetas de presentación, etiquetas, stickers, etc.

Además se puede aplicar cuando se trabaje con materiales que requieran diferentes tipos de presentación, como tejidos o estampados.



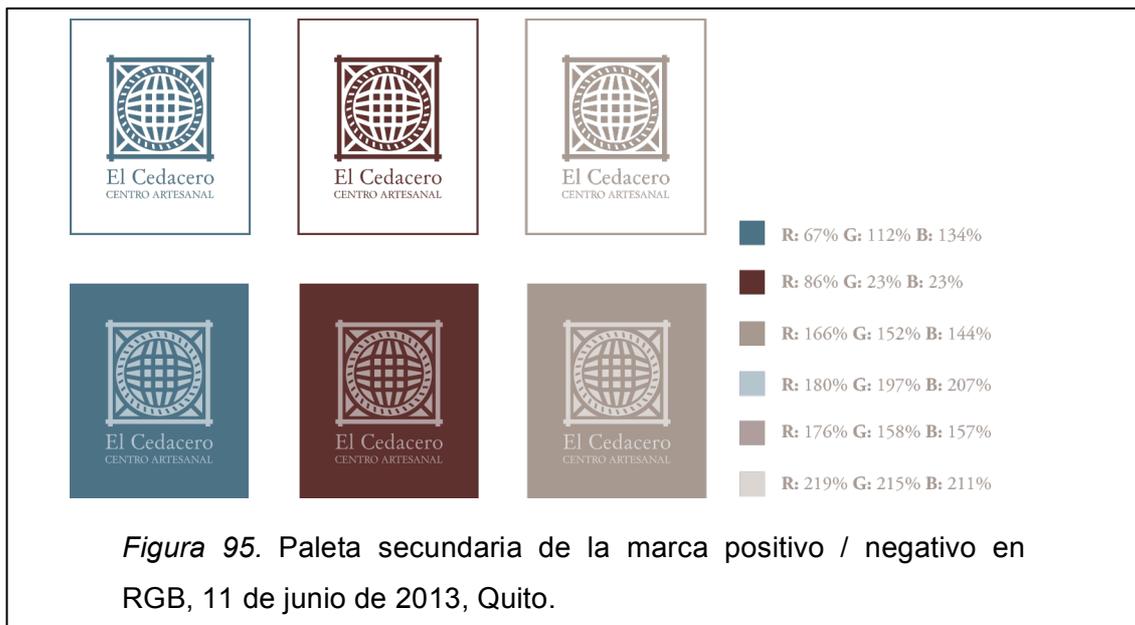
#### 4.3.5.2. Paleta secundaria en escalas positivo / negativo en CMYK

Esta versión se utilizará cuando se necesite aplicar fondos y mantener la jerarquización de los elementos que contiene el isotipo.



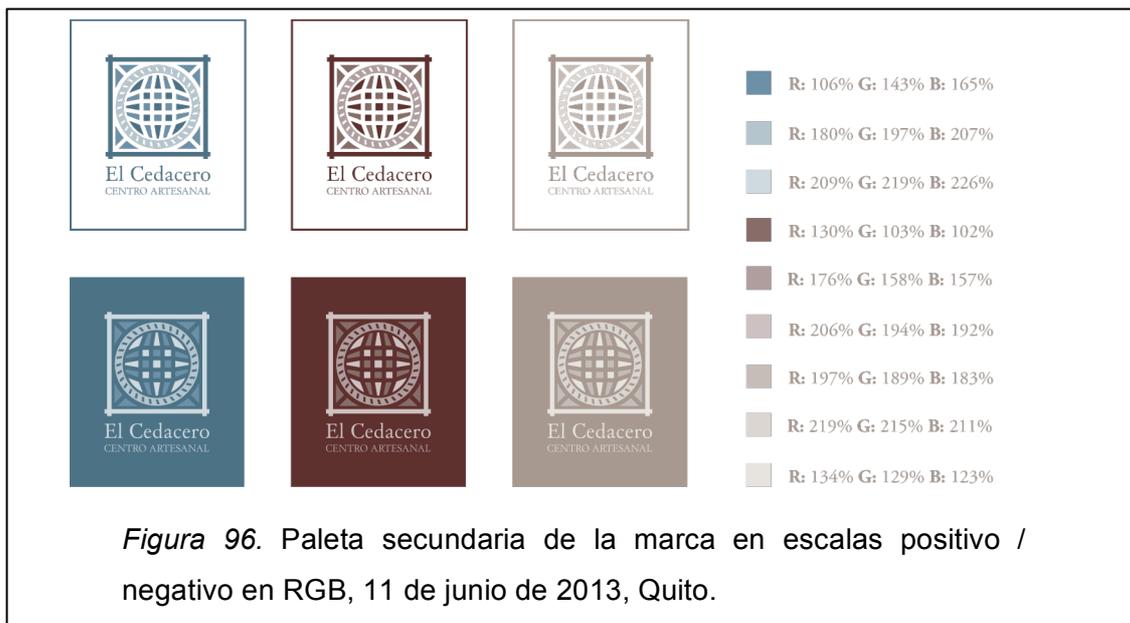
#### 4.3.5.3. Paleta secundaria positivo / negativo en RGB

Estas aplicaciones de “El Cedacero”, se utilizará en distintos elemento gráficos que requieran texturas y fondos como tarjetas de presentación, etiquetas pagina web y todo tipo de medios digitales.



#### 4.3.5.4. Paleta secundaria en escalas positivo / negativo RGB

Esta versión se utilizará cuando se necesite aplicar fondos y mantener la jerarquización de los elementos que contiene el isologotipo.



#### 4.3.5.5. Variación monocromática plana positivo / negativo en PANTONE

Se ha tomado en cuenta las limitantes y presupuestos económicas que poseen los artesanos.

Por este motivo se ha realizado la versión del isologotipo a una sola tinta.



#### 4.3.5.6. Paleta secundaria monocromática positivo / negativo

##### PANTONE

Se ha desarrollado una propuesta monocromática en escalas, de esta manera se mantiene la jerarquización de los elementos del isologotipo.



#### 4.4. Restricciones de la marca

##### 4.4.1. Alteraciones cromáticas

No alterar la paleta de color original con excepción de las distintas variaciones cromáticas que se han planteado anteriormente.



#### 4.4.2. No aplicar sobre fondos, texturas o tramas.

No se debe aplicar la marca sobre fondos que dificulten la legibilidad y contraste.



#### 4.4.3. No aplicar bordes o márgenes

No se deben aplicar este tipo de efectos ya que dificultan la lectura y alteran la marca.



#### 4.4.4. No rotar

No se permite rotar la marca, en caso de que sea necesario este proceso, solo se permite una rotación de 90 grados.



#### 4.4.5. No deformar

Esta estrictamente prohibido deformar o elongar la marca.



#### 4.4.6. No aplicar sombra

No aplicar ningún tipo de sombras a la marca o a los elementos que la componen.



#### 4.4.7. No modificar la composición

No modificar la composición ni el orden de los elementos de la marca.



#### 4.4.8. No aplicar efectos

No se permite la aplicación de ningún tipo de efecto a la marca ni a sus componentes.



#### 4.5. Material Comunicacional

Este tipo de material es indispensable para promocionar y dar a conocer la marca. En el caso del Centro Artesanal, fue necesario mantener una conversación con los artesanos para determinar el tipo de piezas que se necesitaban. A través de esta reunión, se llegó a conocer que a los artesanos les hacía falta tarjetas de presentación, etiquetas, bolsas, uniformes, carnets y página web. Esta investigación fue valiosa, ya que se pudo saber con certeza que las hojas membretadas, carpetas y sobres no eran necesarios dado que la

Junta Parroquial de Guangopolo es la encargada de proveer este material en el caso que sea lo requiera.

#### 4.5.1. Tipografía de Apoyo (Texto Corrido)

Especificar la tipografía que será utilizada para toda la imagen del Centro Artesanal es sumamente importante, ya que de esta manera todas las piezas gráficas mantendrán un solo estilo gráfico.

La tipografía expuesta a continuación, se caracteriza por ser simple, legible y con serifas. Se ha seleccionado este tipo de letra debido a que el Centro Artesanal pretende transmitir una imagen de seriedad y confianza a sus consumidores. Las tipografías con serifas se caracterizan por facilitar la lectura, razón por la cual funcionan de manera óptima y cumplen con los requerimientos necesarios para desarrollar de la mejor forma las piezas gráficas e industriales.



## 4.5.2. Papelería Corporativa

### 4.5.2.1. Tarjetas de Presentación

Las tarjetas de presentación son importantes para que el artesano se haga conocer. En el caso de estas tarjetas, se puede observar que no solo se ha incluido toda la información del Centro Artesanal sino también se ha expuesto una breve biografía del artesano con una foto del mismo. A través de esta biografía, el turista será capaz de conocer la trayectoria y experiencia del artesano.

**Escala:** 70%

**Dimensiones:** 15.3 x 5.5 cm

**Impresión:** Cuatricromía (Tiro y Retiro)

**Material:** Couche mate de 250gr.



#### 4.5.2.2. Etiquetas Formato #1

Este tipo de etiquetas se ha desarrollado principalmente para los artesanos que no realizan su trabajo con crin de caballo, sino con otro tipo de materia prima. Se puede observar que en la parte superior izquierda posee un agujero, que facilita la aplicación de esta etiqueta a cualquier tipo de producto.

**Escala:** 100%

**Dimensiones:** 5.3 x 4 cm

**Impresión:** Cuatricromía (Tiro)

**Material:** Couche mate de 200gr.

**Terminado:** Perforación con broca



#### 4.5.2.3. Etiquetas Formato #2

Por otro lado observamos esta etiqueta que actúa como un collar, en un extremo posee un punto de goma que facilitará al artesano su uso en todos los productos tales como pulseras, correas, entre otros.

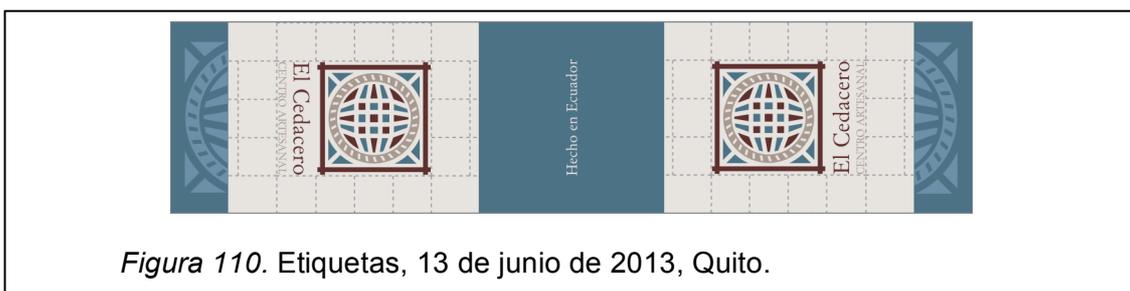
**Escala:** 100%

**Dimensiones:** 10.6 x 2.5 cm

**Impresión:** Cuatricromía (Tiro)

**Material:** Couche mate de 200gr.

**Terminado:** Punto de goma al extremo



*Figura 110. Etiquetas, 13 de junio de 2013, Quito.*

#### 4.5.2.4. Empaques

Para los artes se ha desarrollado un empaque determinado que posee agujeros donde se posarán estas piezas. Así se logrará mantener este producto en perfectas condiciones.

**Escala:** 100%

**Dimensiones:** 5 x 4 cm

**Impresión:** Cuatricromía (Tiro)

**Material:** Couche mate de 200gr.

**Terminado:** Perforación con broca



#### 4.5.2.5. Adhesivos

Dado el costo de las bolsas plásticas, se ha propuesto el uso de bolsas de papel craft. Estas bolsas se pueden conseguir fácilmente en el mercado, Los adhesivos han sido desarrollados para ser aplicados en estas bolsas logrando así la unidad gráfica de todas las piezas.

**Escala:** 100%

**Dimensiones:** 3 x 3.6 cm

**Impresión:** Cuatricromía (Tiro)

**Material:** Adhesivo



#### 4.5.2.6. Cotización Papelería

(Véase proforma Anexo 3)

PRODUCTO	VALOR UNITARIO	CANTIDAD DE MATERIAL QUE RECIBE ARTESANO	CANTIDAD DE ARTESANOS CENTRO	CANTIDAD TOTAL PRODUCTO	VALOR TOTAL
Tarjetas de presentación	\$0.02	500 unidades	15 personas	7500	\$177.00
Etiquetas perforación superior	\$0.04	200 unidades	15 personas	3000	\$123.00
Etiqueta larga tipo collarín	\$0.05	200 unidades	15 personas	3000	\$160.50
Stickes Adhesivos	\$0.04	500 unidades	15 personas	7500	\$303.75
Etiquetas aretes	\$0.07	200 unidades	10 personas (venden esta artesanía)	2000	\$147.60
				<b>TOTAL</b>	<b>\$911.85</b>

*Figura 113. Cotización papelería, 13 de junio de 2013, Quito.*

#### 4.5.3 Uniformes Corporativos

La elaboración de uniformes (Véase proforma Anexo 4) es indispensable para los artesanos por cuatro razones específicas:

- Dentro del Centro Artesanal los artesanos deben ser identificados por los visitantes.
- Los artesanos suelen acudir a ferias alrededor de la ciudad, y es primordial que tengan un uniforme específico con el que el turista reconozca al artesano guangopolense.
- Poseer una imagen superior frente a la competencia.
- Brindar la mejor imagen no solo a su comunidad sino también al consumidor.



*Figura 114. Uniformes Corporativos, 14 de junio de 2013, Quito.*

#### 4.5.3.1. Camiseta tipo Polo

Se ha seleccionado una camisa tipo polo ya que brinda al artesano elegancia, además de darle confort por tratarse de una tela de algodón. Es además una prenda unisex y fácil de conseguir. Se ha decidido bordar el isologotipo en la parte superior izquierda de la prenda.



#### 4.5.3.2. Chaleco

Como complemento se ha planteado la posibilidad de adherir al uniforme un chaleco, prenda que le permitirá al artesano mantenerse caliente y además tener la facilidad de guardar accesorios, dinero y herramientas de trabajo en los bolsillos. El isologotipo irá bordado en la parte superior izquierda.



#### 4.5.3.3. Pantalón

Esta prenda, será de tela de jean de corte recto. Este tipo de tela es extremadamente resistente, no se arruga y es cómoda.



#### 4.5.3.4. Delantal

Es importante tomar en cuenta que cuando los artesanos guangopolenses viajan a las distintas ferias, van acompañados por una persona que se dedica a la gastronomía típica su comunidad.

Por este motivo se ha elaborado un delantal de hilo, el mismo que contendrá el logotipo de “El Cedacero” en el pecho.



*Figura 118. Uniformes Corporativos, 14 de junio de 2013, Quito.*

#### 4.5.3.5. Cotización Uniformes

(Véase proforma Anexo 4)

PRENDA	CANTIDAD	UNIDAD	TOTAL
Camisetas polo color a definir, bordado logotipo	20	9.50	190.00
Chalecos impermeables forrados, igual a imagen, bordado logotipo	20	25.00	500.00
Delantales pechera color blanco, bordado logotipo	2	9.00	18.00
Digitacion de logotipo (una sola vez)	1	10.00	10.00
		<b>TOTAL</b>	<b>718.00</b>

*Figura 119. Cotización uniformes, 13 de junio de 2013, Quito.*

#### 4.5.4. Credenciales

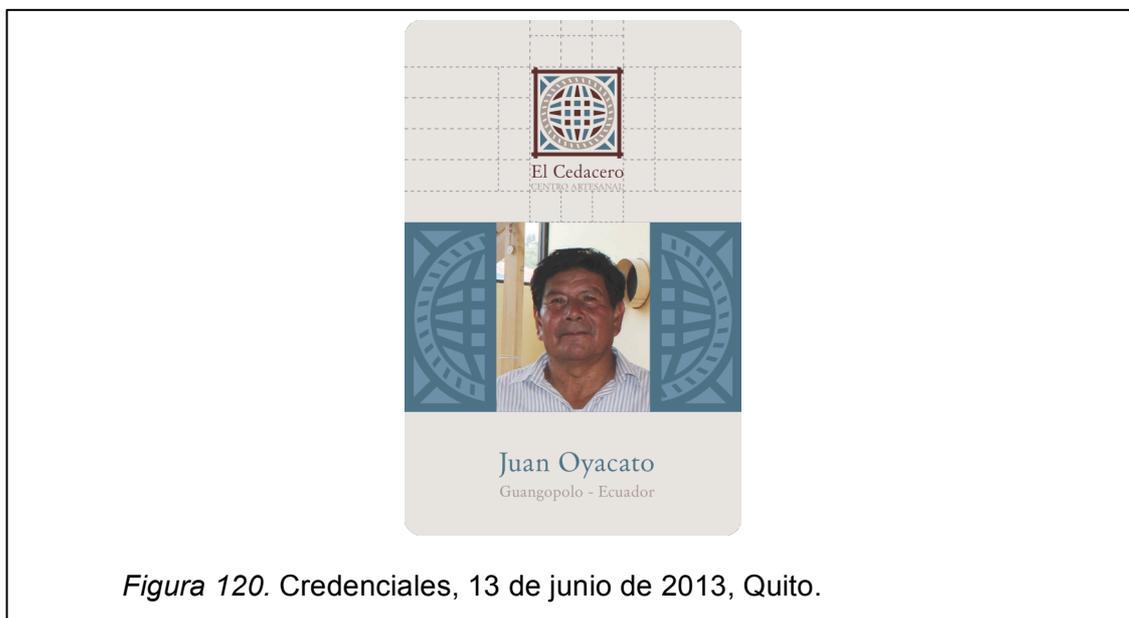
Mediante conversaciones mantenidas con los artesanos, se llegó a conocer que el artesano guangopolense asiste a varias ferias a nivel nacional. Por esta razón es indispensable tener un carnet para identificar a los artesanos del Centro.

**Escala:** 100%

**Dimensiones:** 8.5 x 5.5 cm

**Impresión:** Cuatricromía CMYK

**Material:** PVC



#### 4.5.5. Página Web

Uno de los aspectos más importantes que hay que tomar en cuenta para el Centro Artesanal, es la necesidad de mantener a sus clientes informados y atraer a nuevos consumidores. Por este motivo se ha visto la necesidad de desarrollar una página web. En este espacio los clientes podrán encontrar información de “El Cedacero” tal como la historia, los productos, los eventos, entre otros.

##### 4.5.5.1. Página de Inicio

Esta será la primera vista con la que se encontrará el usuario, en esta se mostrará parte de la nueva imagen del centro y un mapa del sitio para facilitar su navegación.

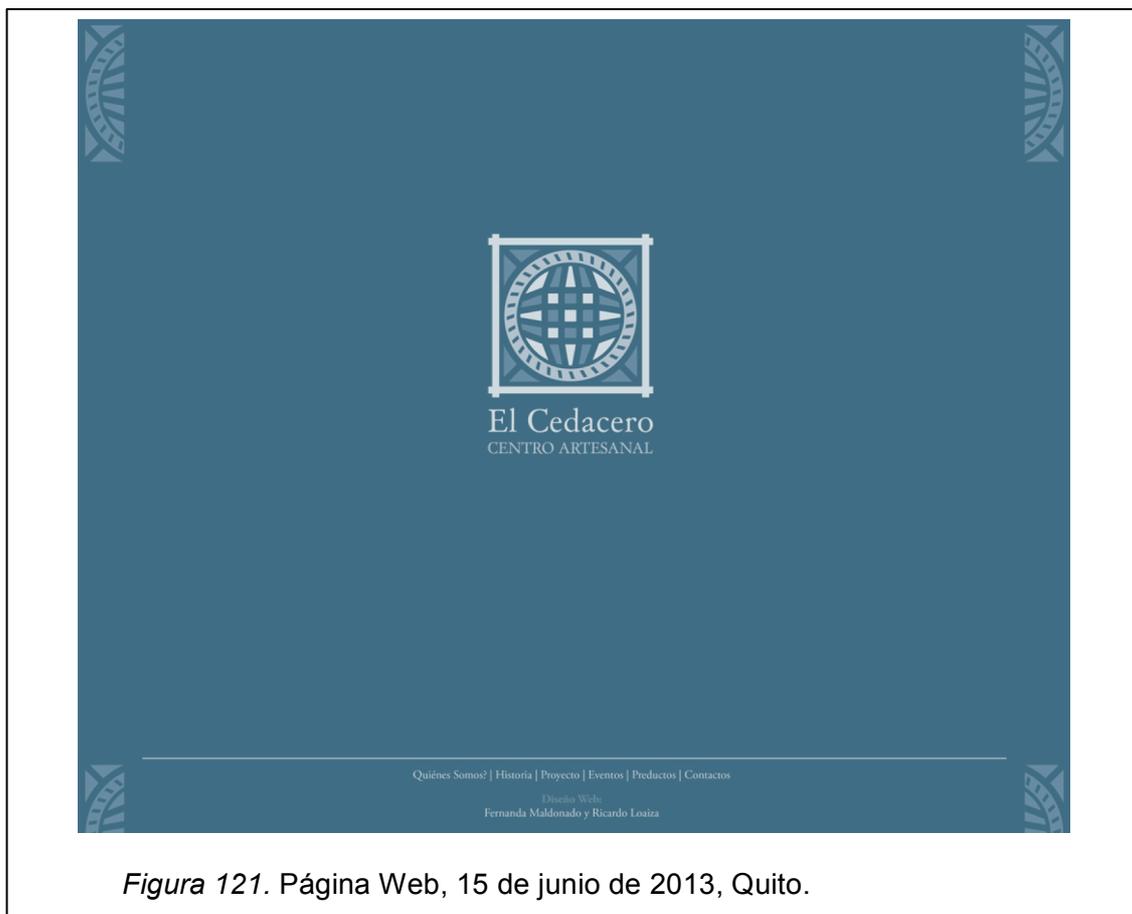


Figura 121. Página Web, 15 de junio de 2013, Quito.

#### 4.5.5.2. ¿Quiénes somos?

En este espacio se explicará en que consiste el proyecto del centro artesanal “El Cedacero”, así como su misión y visión. Esto ayudará a fortalecer la imagen de la comunidad de Guangopolo y sus artesanías.



Figura 122. Página Web, 15 de junio de 2013, Quito.

### 4.5.5.3. Historia

La comunidad de Guangopolo es conocida por ser una cultura milenaria, los artesanos piensan que es de suma importancia que los turistas sepan del origen de sus artesanías.

En este espacio se expondrá la historia de Guangopolo y su artesanía.



Figura 123. Página Web, 15 de junio de 2013, Quito.

#### 4.5.5.4. Proyecto

Se ha destinado un espacio de esta página web para subir la animación que pretende instruir a grandes y chicos sobre el proceso de elaboración del cedazo. Logrando así mantener viva la esencia de esta artesanía ecuatoriana.



Figura 124. Página Web, 15 de junio de 2013, Quito.

#### 4.5.5.5. Eventos

Es muy importante que el turista tenga información de las fiestas y eventos que celebra la comunidad de Guangopolo, esta es la mejor forma de transmitir la cultura, la gente y el trabajo del guangopolense.

En este espacio se encontrará un cronograma completo de los eventos, fiestas, ferias, etc.



Figura 125. Página Web, 15 de junio de 2013, Quito.

#### 4.5.5.6. Productos

No se puede apreciar la verdadera esencia de una artesanía si no se conoce cual es su procedencia, de donde sale la materia prima y como esta es trabajada.

En esta sección se podrá encontrar información de todos los elementos que forman parte del desarrollo y ejecución de las artesanías.

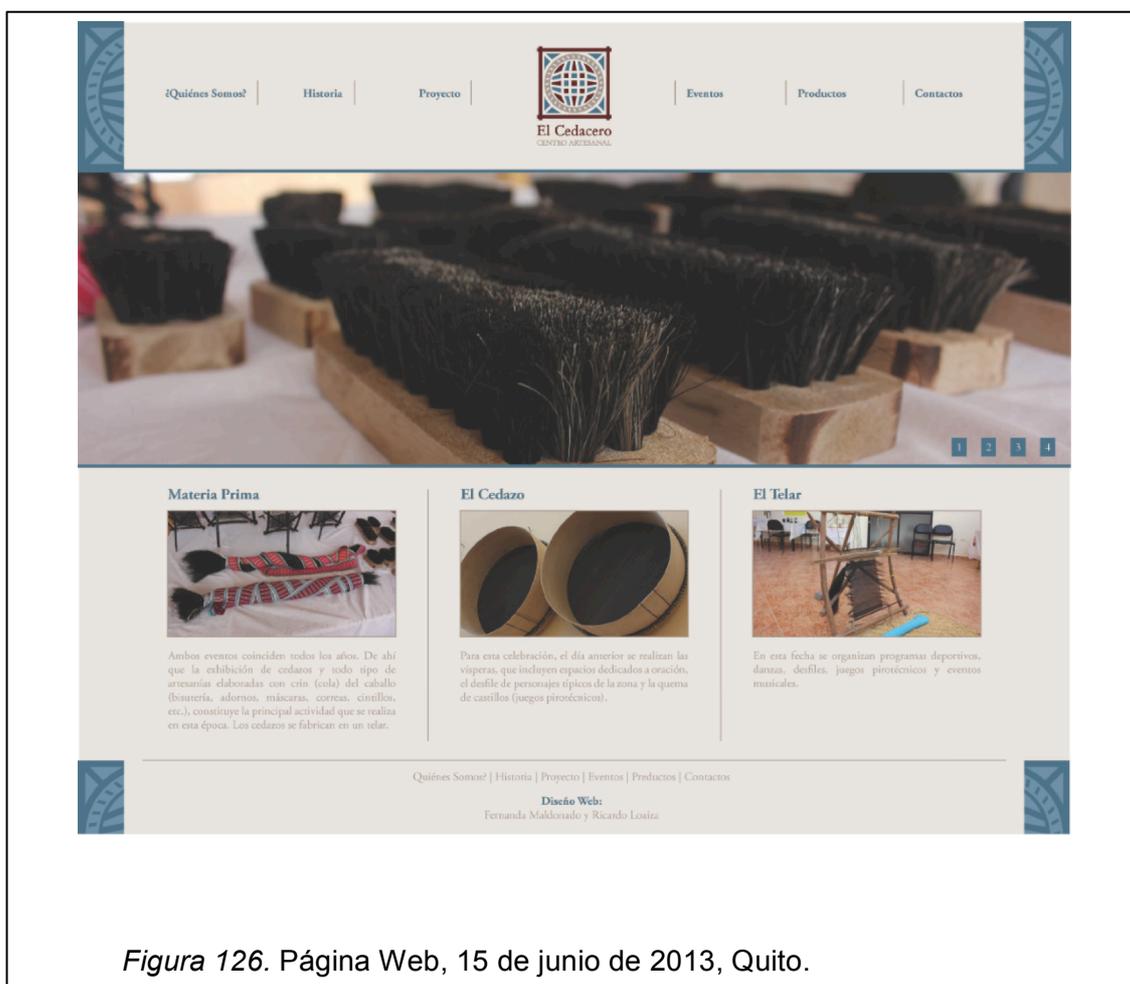


Figura 126. Página Web, 15 de junio de 2013, Quito.

#### 4.5.5.7. Contactos

Una de la principales necesidades que se detecto en el centro artesanal, es el “¿como llegar?”, por este motivo se a creado una sección en la que el turista tendrá a su disposición un mapa, mail de contacto, números de teléfono y horarios de atención de “El Cedacero”.

The image shows a screenshot of a website page for 'El Cedacero Centro Artesanal'. The page has a light beige background with blue accents. At the top, there is a navigation menu with links: '¿Quiénes Somos?', 'Historia', 'Proyecto', 'El Cedacero CENTRO ARTESANAL' (with a logo), 'Eventos', 'Productos', and 'Contactos'. Below the menu is a map of the area around Quito, Ecuador, showing roads like 'Intervalles', 'Tumbaco', 'Cerro Ilaó', and 'Los Chillos'. A red arrow on the map points to the location of 'El Cedacero'. Below the map, there are two columns of text. The left column contains 'Dirección:' and 'Horario:' with their respective details. The right column contains 'Eventos: Fiesta del Cedazo' with a descriptive paragraph. At the bottom of the page, there is a footer with the same navigation menu and the text 'Diseño Web: Fernanda Maldonado y Ricardo Louiza'.

**¿Quiénes Somos?** | **Historia** | **Proyecto** | **El Cedacero** CENTRO ARTESANAL | **Eventos** | **Productos** | **Contactos**

**Dirección:**

- Via Intervalles, Parroquia Guangopolo, Jacinto Jijón y Guayaquil Centro Artesanal "El Cedacero"

**Horario:**

- Lunes a Viernes: 10 am a 6 pm
- Sabados y Domingos: 10 am a 7 pm
- Feriados: 10 am a 7 pm

**Eventos: Fiesta del Cedazo**

De ahí que la exhibición de cedazos y todo tipo de artesanías elaboradas con crin (cola) del caballo (bisutería, adornos, máscaras, correas, cintillos, etc.), constituye la principal actividad que se realiza en esta época. Los cedazos se fabrican en un telar de cintura de origen prehispánico. Finalmente, estos productos se decoran con motivos relacionados con la cultura de la Sierra.

¿Quiénes Somos? | Historia | Proyecto | Eventos | Productos | Contactos

**Diseño Web:**  
Fernanda Maldonado y Ricardo Louiza

Figura 127. Página Web, 15 de junio de 2013, Quito.

#### 4.5.6. Vallas

Es importante que la comunidad de Guangopolo tenga la oportunidad de realizar publicidad en el espacio público, por este motivo se ha realizado un formato de valla publicitaria para poder aplicar a este tipo de medios de comunicación, al mismo tiempo ayudará a mantener presente la nueva imagen de “El Cedacero”.

**Escala:** 2%

**Dimensiones:** 4 x 2 m

**Material:** Lona Banner de 10onz.

**Impresión:** Cuatricromía CMYK



*Figura 128.* Diseño valla, 16 de junio de 2013, Quito.

#### 4.6. Señalética

Es importante que el Centro Artesanal “El Cedacero” cuente con un sistema de orientación para sus visitantes y usuarios. Por este motivo se ha planteado la implementación de señalización para el interior y exterior del centro.

La ubicación y la cromática de la señalética determinará el éxito o el fracaso del trabajo. Existen estudios que indican a que altura deben ser ubicados los paneles, éstos se especificarán a continuación:

1. Visión a distancias cortas: Letreros que deben ser leídos a distancias menores a 10m. Estos letreros son realizados en formatos pequeños. Se deben ubicar a una altura entre 1.5m y 2.5m sobre el nivel del suelo. (Quintana, R. p60).
2. Visión a distancias medianas: Letreros que serán observados a distancias entre los 10m o 15m de distancia. Deben tener dimensiones mayores a 1x1m. (Quintana, R. p60).
3. Visión a distancias largas: Letreros que superan la altura de el primer piso de un edificio. Es necesario que tengan una buena iluminación y sean fabricados con materiales translúcidos y reflectivos. (Quintana, R. p60).

Con lo que respecta a la cromática, existen normativas INEN que indican los colores apropiados para distinguir de forma adecuada la señalética:

1. Color rojo: este color que indica al turista que existe la prohibición de algo. (INEN. 1984, P2).
2. Color amarillo: es un color capaz de alertar al turista acerca de algo. (INEN. 1984, P2).

3. Color verde: es un color que transmite seguridad, es decir que indica rutas, salidas, etc. (INEN. 1984, P2).

4. Color azul: es un color que especifica acciones obligatorias e información para el turista. (INEN. 1984, P2).

#### **4.6.1. Señalética interna**

##### **4.6.1.1. Sistema de Pictogramas-AIGA**

El Centro Artesanal “El Cedacero”, es un espacio que esta destinado para los turistas, por este motivo su señalización debe ser lo más clara y concreta posible.

Para la elaboración de la señalética del Centro, se ha decidido utilizar el “Sistema de Pictograma-AIGA (Instituto de Artes Gráficas de Norteamérica)”. Esté sistema cuenta con una serie de símbolos que se han diseñado para espacios tales como centros de transporte, aeropuertos, espacios públicos, eventos, etc.

Este sistema de símbolos cumple con los estándares internacionales de señalización.



#### 4.6.1.2. Distribución de espacios y dimensiones

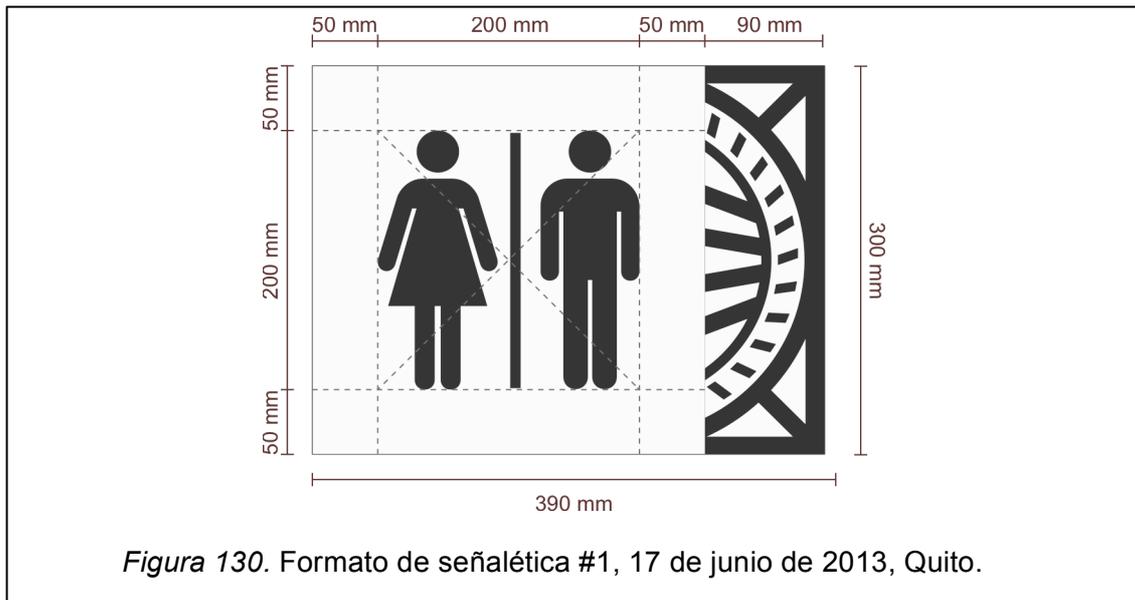
Para la panelería interna del centro artesanal, se ha elaborado dos formatos estándar. En éstos, se han definido matemáticamente las dimensiones que deberá tener cada uno de los paneles y el área en el que se organizarán las palabras y los pictogramas.

#### 4.6.1.3. Formato #1

Este formato se utilizará para aquellos paneles que contengan pictogramas.

**Dimensiones:** 390 x 300 mm

**Escala: 10%**



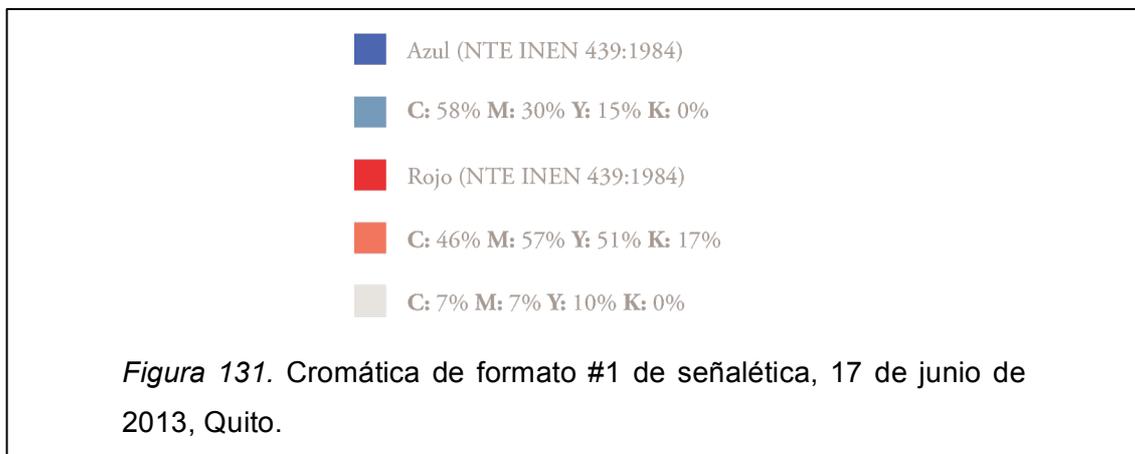
#### 4.6.1.4. Aplicación Pictogramas Formato #1

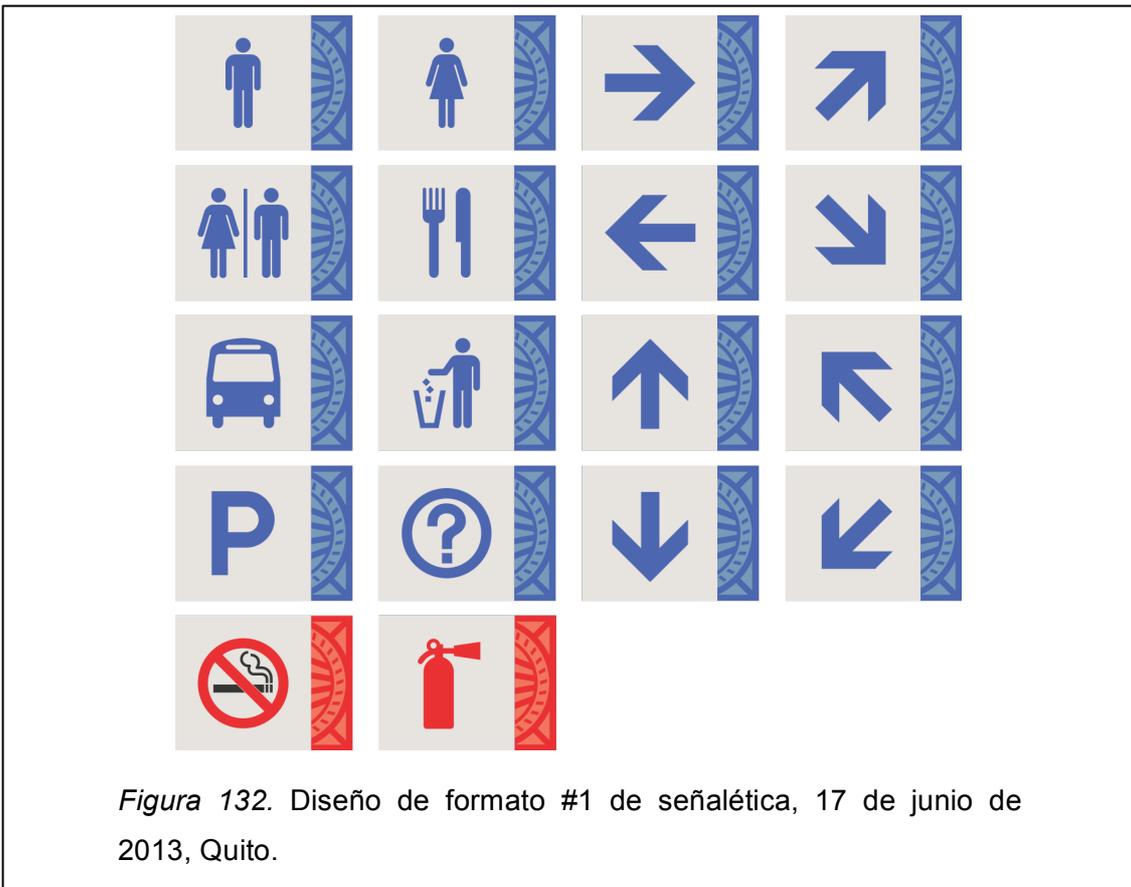
**Escala: 6%**

**Impresión:** Cuatricromía

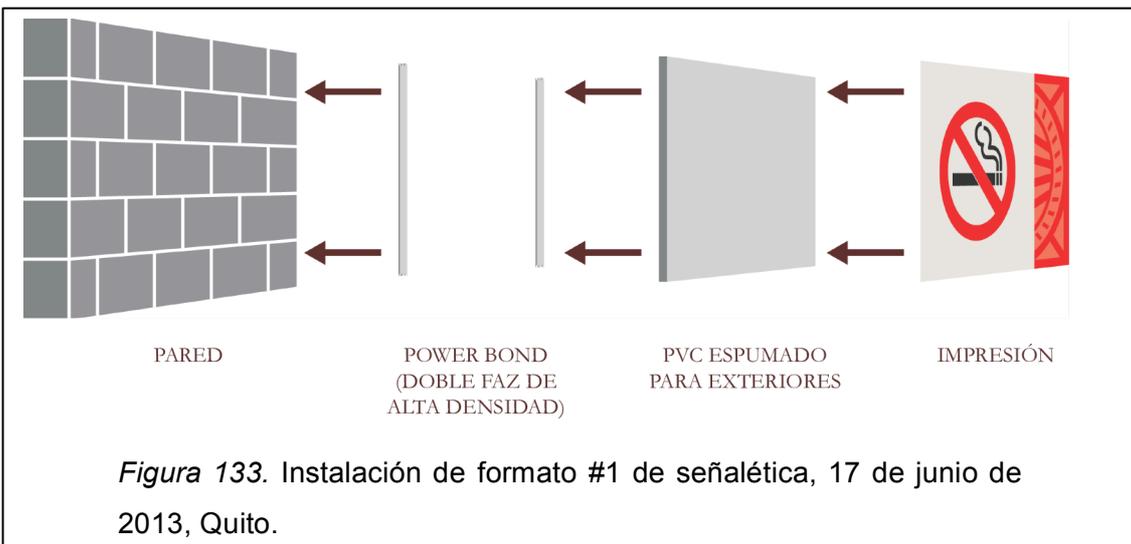
**Material:** PVC Espumado para exterior

**Cromática:**





#### 4.6.1.5. Instalación PVC Formato #1



#### 4.6.1.6. Cotización Señalética Interna Formato #1

(Véase proforma Anexo 5)

MATERIAL	CANTIDAD FABRICA	VALOR	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR
Imp. PVC 3mm	1.20x2.40metros	\$69.12	0.39x0.30metros	\$2.81
			<b>TOTAL</b>	<b>\$2.81</b>

*Figura 134.* Cotización señalética formato #1, 13 de junio de 2013, Quito.

#### 4.6.1.7. Formato #2

Este formato se utilizará para los paneles que contengan texto o más de un pictograma.

Para una buena exposición de los símbolos se deberá dividir el área en dos partes y colocar cada uno de ellos de manera centrada.

Cuando se trabaje con texto, el panel deberá contener la palabra en español y en "Bold" en la parte superior (200pts palabras pequeñas/medianas y 150pts largas). En la parte inferior se expondrá la misma palabra en inglés y en "Regular" (100 pts).

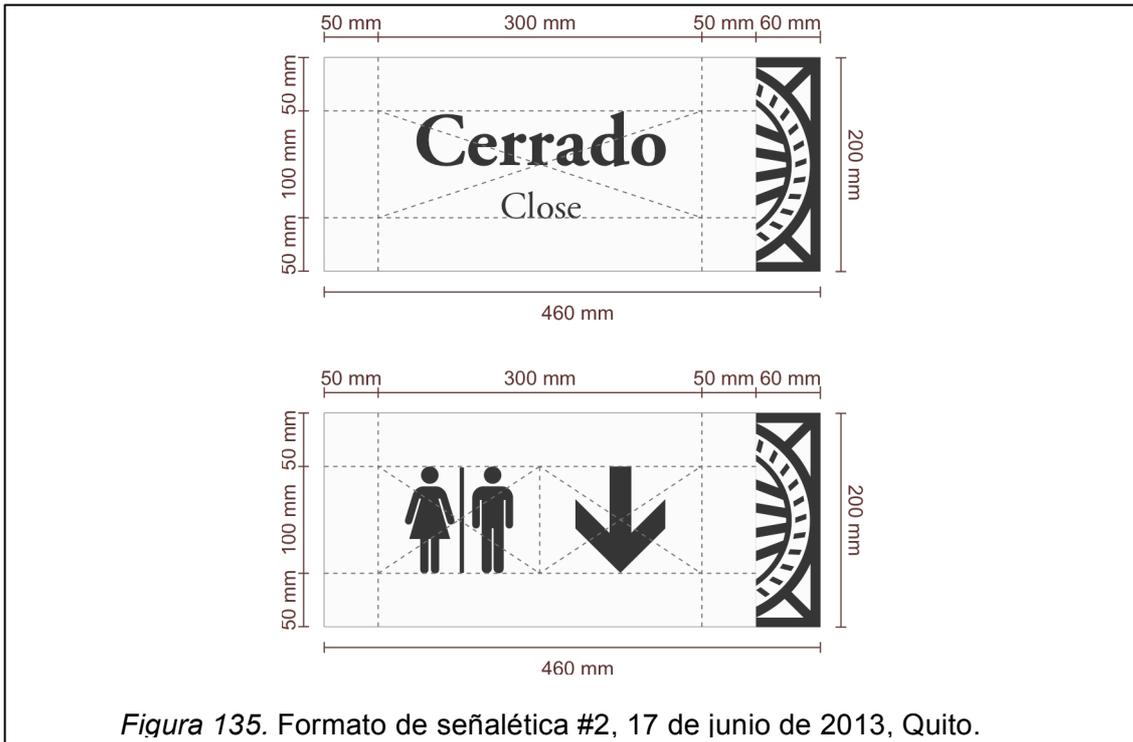
#### Tipografía:

- Adobe Garamond Pro - Regular
- Adobe Garamond Pro – Bold

**Dimensiones:** 46 x 20 cm

**Impresión:** Cuatricromía

**Material:** PVC



#### 4.6.1.8. Aplicación Pictogramas Formato #1

**Escala:** 10%

**Impresión:** Cuatricromía

**Material:** PVC Espumado para exterior

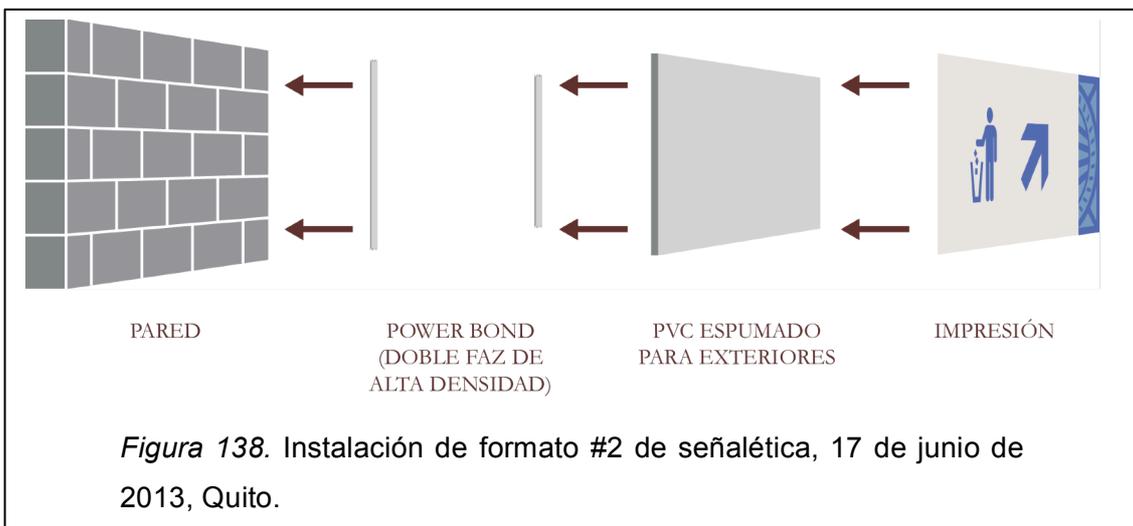
**Cromática:**

	Azul (NTE INEN 439:1984)
	C: 58% M: 30% Y: 15% K: 0%
	Verde (NTE INEN 439:1984)
	C: 65% M: 17% Y: 70% K: 0%
	C: 7% M: 7% Y: 10% K: 0%

Figura 136. Cromática de formato #2 de señalética, 17 de junio de 2013, Quito.



#### 4.6.1.9. Instalación PVC Formato #2



#### 4.6.1.10. Cotización Señalética Interna Formato #2

(Véase proforma Anexo 5)

MATERIAL	CANTIDAD FABRICA	VALOR	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR
Imp. PVC 3mm	1.20x2.40metros	\$69.12	0.46x0.20metros	\$2.21
			<b>TOTAL</b>	<b>\$2.21</b>

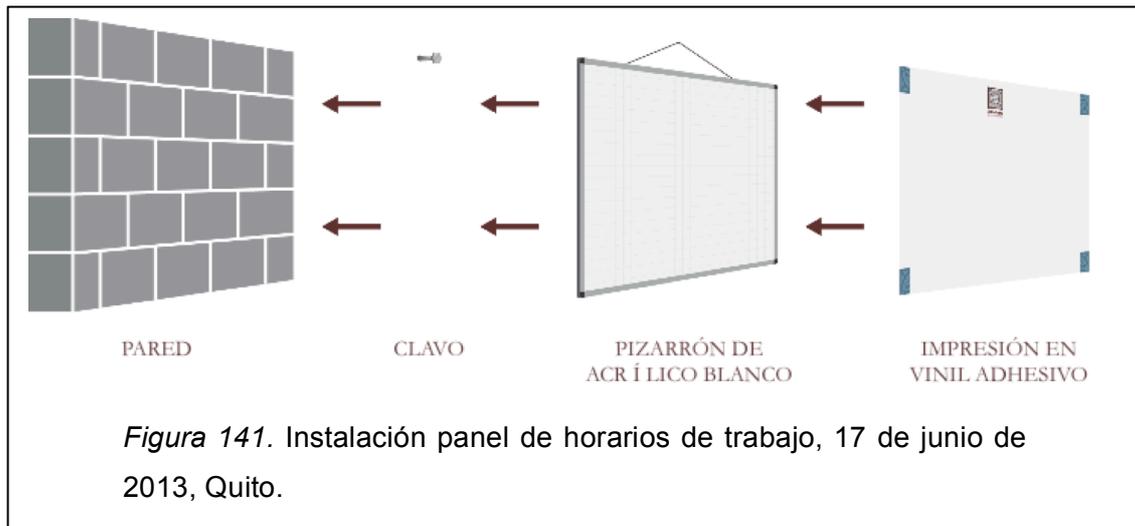
*Figura 139.* Cotización señalética formato #2, 13 de junio de 2013, Quito.

#### 4.6.1.11 Panel de horarios de trabajo

El centro artesanal se requiere un panel en el que se expongan los turnos que tiene cada artesanos para cuidar el Centro. Para satisfacer esta necesidad se ha propuesto un pizarrón de acrílico blanco de 80 x 60cm, brandeado con la nueva imagen de “El Cedacero”. De esta manera, los usuarios del centro podrán actualizar mes a mes los nuevos horarios.



#### 4.6.1.12 Instalación de panel de horarios de trabajo



#### 4.6.2. Señalética externa

##### 4.6.2.1. Distribución de espacios y dimensiones

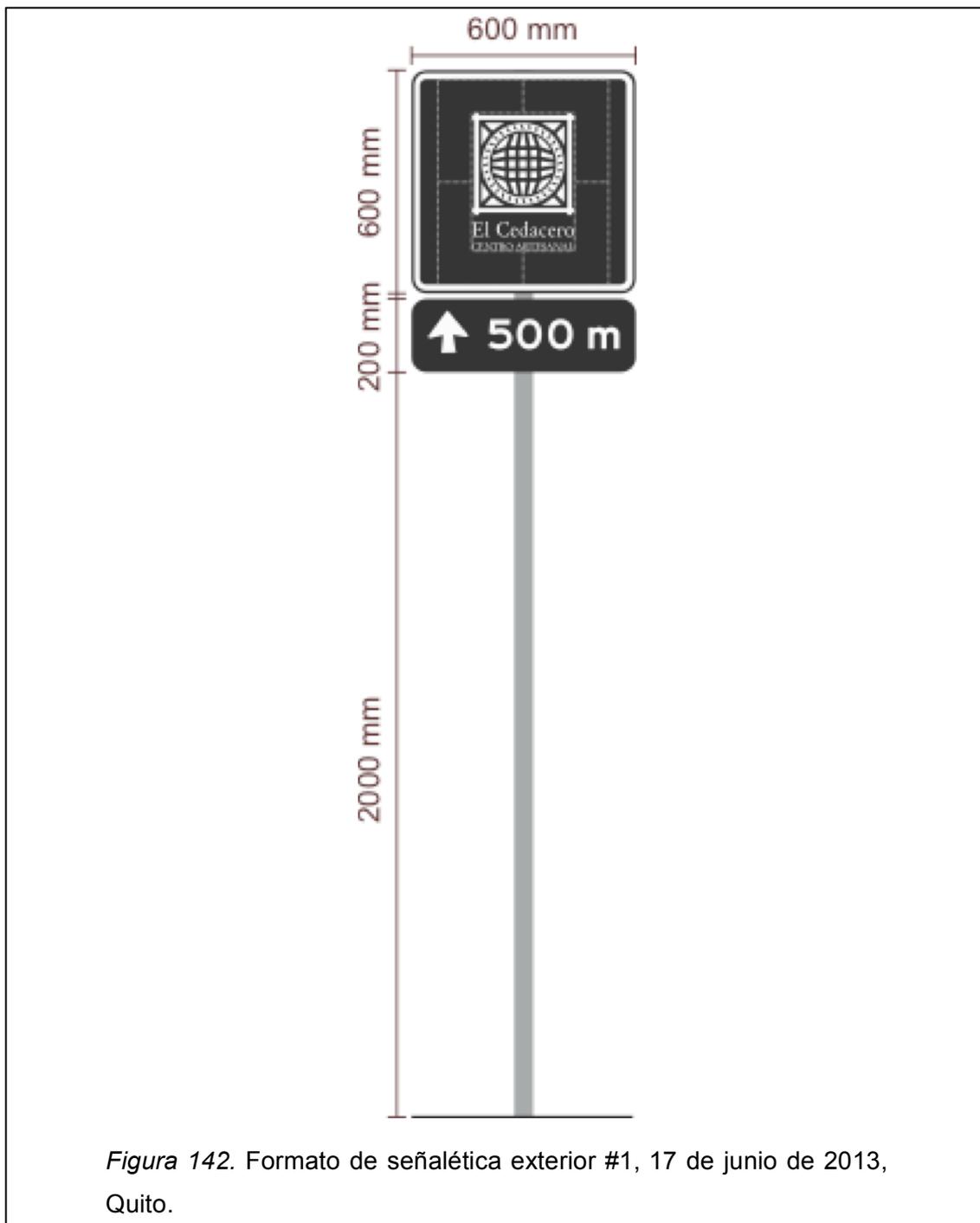
Para la peneria externa del centro artesanal, se ha elaborado un formato. En éste, se han aplicado las dimensiones y tipografía expuestas en el Manual de Señalización Vial del Instituto Ecuatoriano de Normalización (RTE INEN 004-1:2011), las mismas que se encuentran en el Manual de Señalización Turística del Ministerio de Turismo Ecuatoriano.

##### 4.6.2.2. Formato de Exterior #1

Este formato se utilizará para indicar en que dirección se encuentra el Centro Artesanal dentro de Guangopolo.

**Dimensiones:** 600 x 800 mm panel completo.

**Escala:** 4%



#### 4.6.2.3. Instalación Para Panel de Exteriores



#### 4.6.2.4. Aplicación Pictogramas Formato de Exterior #1

**Escala:** 10%

**Impresión:** Cuatricromía

**Material:** Vinil Retro-Reflectivo Prismático

**Cromática:**

■ Café (RTE INEN 004-1:2011)

*Figura 144.* Cromática de formato #1 de señalética exterior, 17 de junio de 2013, Quito.



*Figura 145.* Diseño de formato #1 de señalética exterior, 17 de junio

#### 4.6.2.5. Cotización Señalética Externa

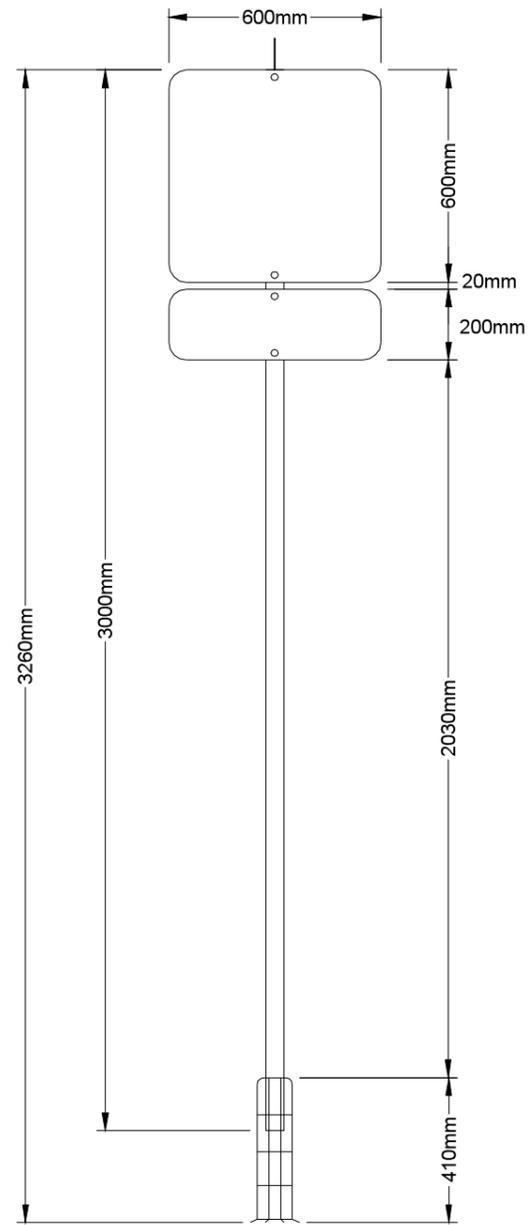
(Véase proforma Anexo 5)

MATERIAL	CANTIDAD FABRICA	VALOR	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR
Tubo cuadrado 1.8mm 2"	6 metros	\$24.44	3 metros	\$12.22
Tol galvanizado 1.44mm	1.22X2.44METROS	\$33.91	60x80cm	\$8.47
Varilla de acero 8mm	12 metros	\$4.89	1 metro	\$0.40
Perno 3"	1 UNIDAD	\$0.30	4 unidades	\$1.20
			<b>TOTAL</b>	<b>\$22.29</b>

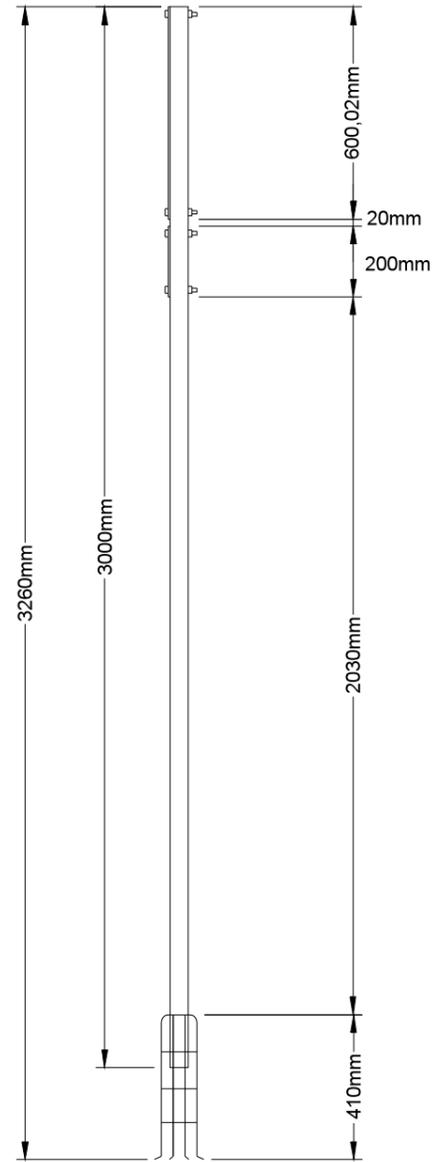
*Figura 146.* Cotización señalética externa formato #1, 13 de junio de 2013, Quito.

#### 4.6.2.6. Planos Técnicos

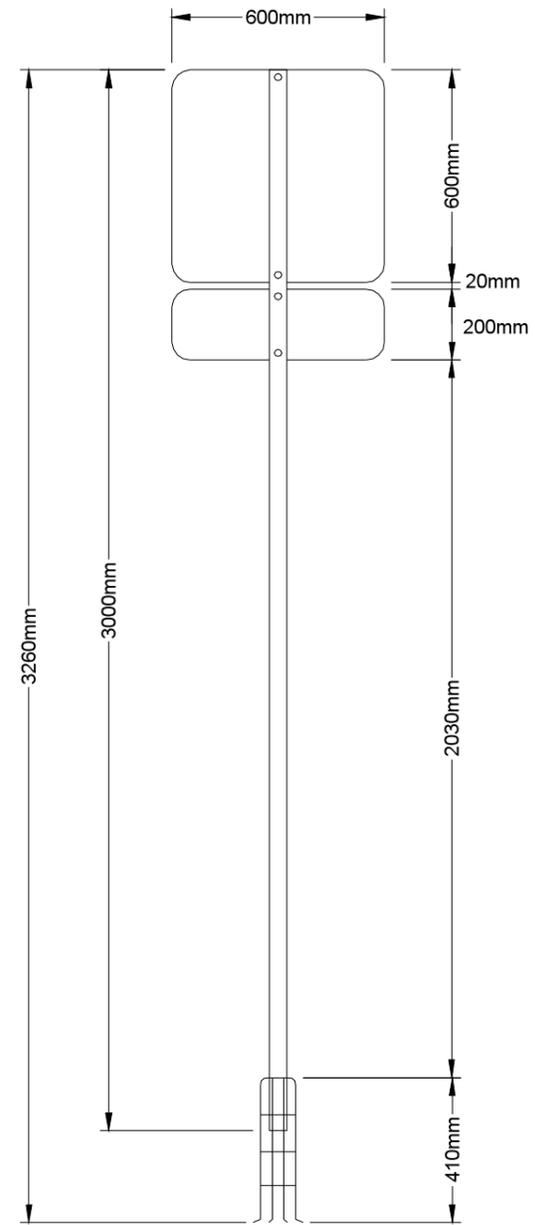
### Vista Frontal



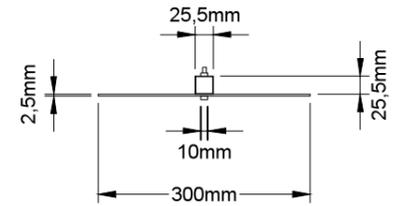
### Vista Lateral



### Vista Posterior

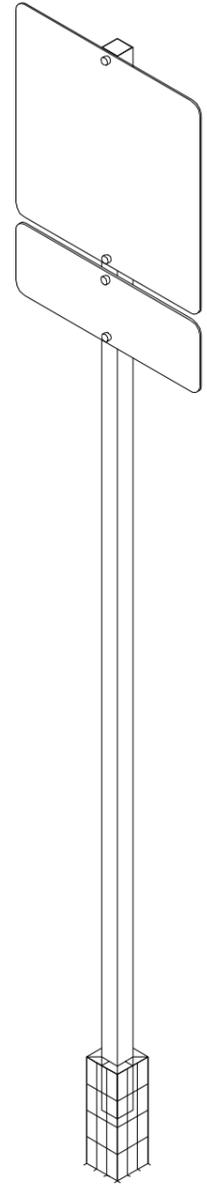


### Vista Superior



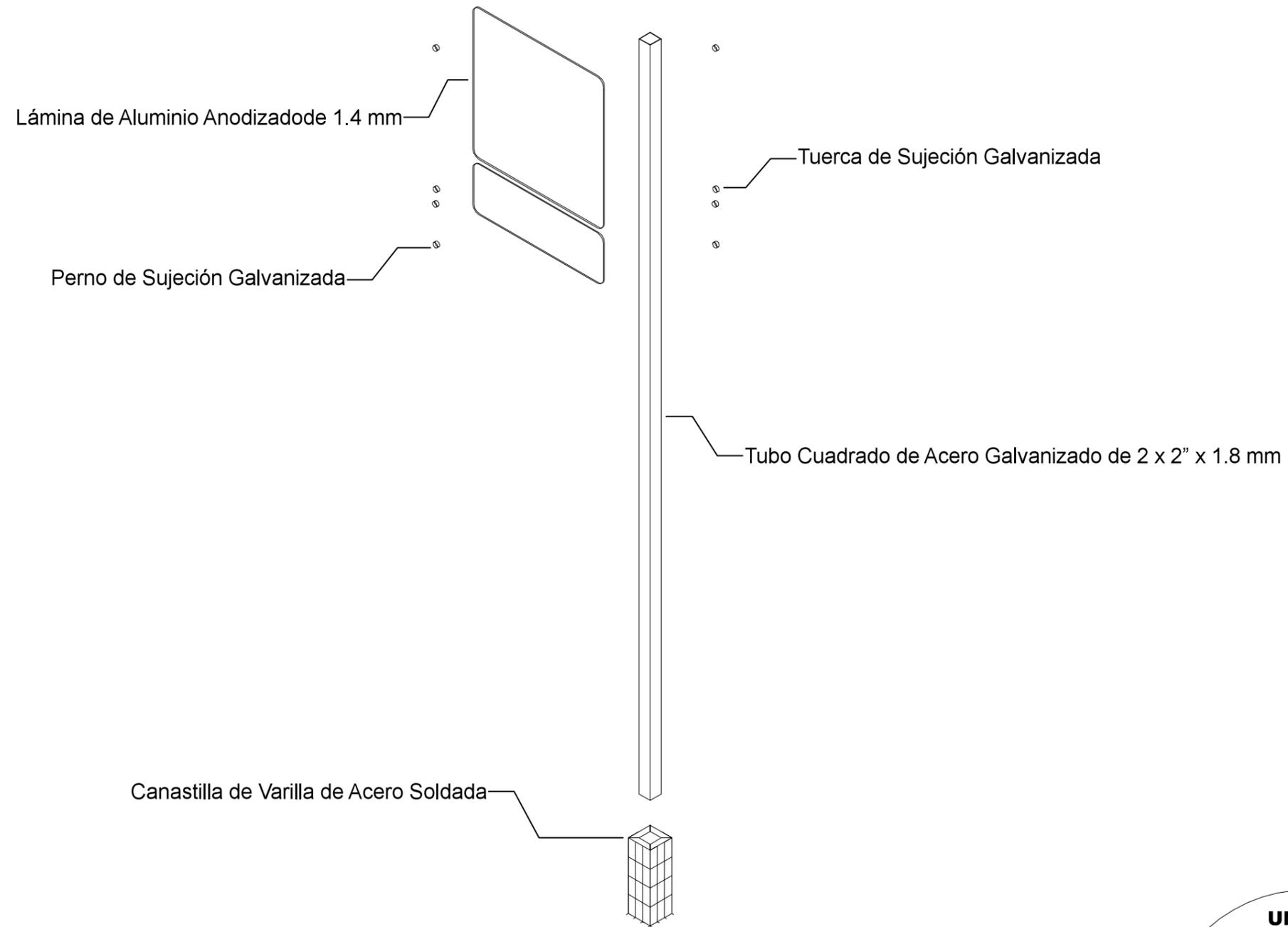
**UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS**  
**DISEÑO INTEGRAL / FACULTAD DE COMUNICACION**  
**Señalética Externa de Guangopolo (Tesis de Grado)**  
**NOMBRE: Fernanda Maldonado y Ricardo Loaiza**  
**CONTENIDO: Vistas    TEMA: Señalética**  
**ESCALA: 1/20    FECHA: 1-Julio-2013    Lamina #: 1**

# Isometría



**UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS**  
**DISEÑO INTEGRAL / FACULTAD DE COMUNICACION**  
**Señalética Externa de Guangopolo (Tesis de Grado)**  
**NOMBRE: Fernanda Maldonado y Ricardo Loiza**  
**CONTENIDO: Isometría    TEMA: Señalética**  
**ESCALA: 1/20    FECHA: 1-Julio-2013    LAMINA #: 2**

## Explosión



**UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS**

**DISEÑO INTEGRAL / FACULTAD DE COMUNICACION**

**Señalética Externa de Guangopolo (Tesis de Grado)**

**NOMBRE: Fernanda Maldonado y Ricardo Loaiza**

**CONTENIDO: Explosión TEMA: Señalética**

**ESCALA: 1/20 FECHA: 1-Julio-2013 LAMINA #: 3**

## **4.7. Animación para el Centro Artesanal el Cedacero**

Según lo especificado en el capítulo 4, lo que se pretende con el desarrollo de la animación es instruir a las nuevas generaciones acerca de la riqueza cultural que posee la elaboración del cedazo en la parroquia de Guangopolo.

### **4.7.1. Sinopsis**

Guangopolo es un parroquia que se distingue del resto de parroquias del Ecuador dado que, posee el conocimiento de la elaboración de una artesanía única en el mundo. Esta artesanía es el cedazo, que es un utensilio que sirve para cernir o colar alimentos en estado líquido.

Para la elaboración de este menester se utiliza como materia prima la crin de caballo. Esta materia prima debe cumplir con varios cuidados antes de ser utilizada entre ellos están:

1. Corte del pelo del animal
2. Almacenamiento del pelo
3. Lavado de la materia prima
4. Secado de la crin al aire libre
5. Cepillado del pelo de caballo
6. Almacenamiento del material procesado

Al ser el cedazo un tejido, requiere de un telar para su confección. Lo primero que se hace es abotonar la cola de caballo es decir que se cogen 4 pelos y se les hace un nudo al extremo.

Teniendo ya preparado el telar y la crin de caballo, empieza la confección. Lo primero que se hace es montar las hebras de crin de caballo abotonadas (4 pelos hecho nudo en un extremo) en los cumiles. Al haber un cumil ubicado en la parte inferior, se separa en la mitad a los abotamientos de tal forma que sea posible atar otro nudo en el cumil superior para templar la base de la tela. A continuación con la ayuda de una piola de algodón se atan los 3 pares de hinguiles a las cerdas ya templadas, para poder mantener separados los 3

cruces. Una vez armada la base del textil, se requiere de la shitana que es una especie de aguja de crochet gigante, este instrumento es el encargado de traspasar las hebras de izquierda a derecha. La mama chonta asienta el cruzado es decir asienta el tejido mientras que la guagua chonta es primordial dado que ayuda a mantener separados los hinguiles el momento del cruce de las cerdas en sentido horizontal.

Una vez finalizado el tejido, se procede al armado del cedazo. Éste proceso requiere de dos aros que junto con la tela le dan forma al cedazo.

#### **4.7.2. Escenario**

La historia se relata sobre un teatro. En el teatro se presentan expresiones artísticas de gran importancia, razón por la cual se eligió este escenario para el desarrollo de esta animación. Adicionalmente la seriedad del teatro se la ha conjugado con ilustraciones infantiles que buscan enseñar de forma lúdica y animada esta obra.

En este escenario, el protagonista es el cedazo. Es por eso que se instruye al público infantil y adulto la forma tan particular en la que se confecciona y elabora este utensilio único de Guangopolo.

## 4.7.3. Storyboard

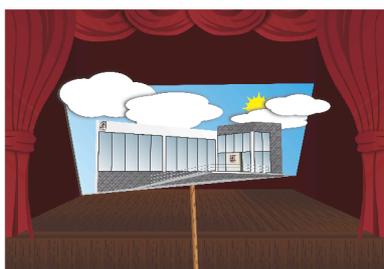
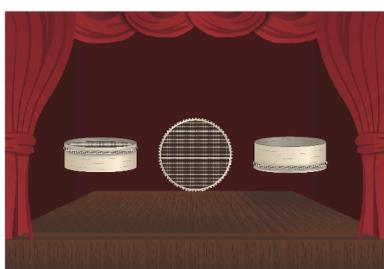
ESC	IMAGEN	AUDIO	TIPO DE ILUMINACIÓN
1		<p><b>Voz en off:</b> Centro Artesanal El Cedacero, cuna varias artesanías ancestrales del Ecuador.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
2		<p><b>Voz en off:</b> Guangopolo se encuentra ubicado en las faldas del cerro Ilaló, muy cerca del río San Pedro, al este de la ciudad de Quito.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
3		<p><b>Voz en off:</b> La importancia de mantener viva la riqueza cultural que representan las artesanías, permitió que esta parroquia sea dotada con un Centro Artesanal.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
4		<p><b>Voz en off:</b> La artesanía de mayor importancia en Guangopolo es el cedazo. A continuación se indicará de forma sencilla como se elabora este utensilio.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
5		<p><b>Voz en off:</b> Como materia prima se utiliza el pelo o crin de caballo. Para conseguir ésta, es necesario cortar la cola o la melena del caballo. ¿Mágico verdad?</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>

Figura 147. Storyboard, 14 de agosto de 2013, Quito.

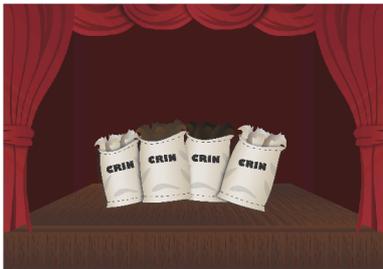
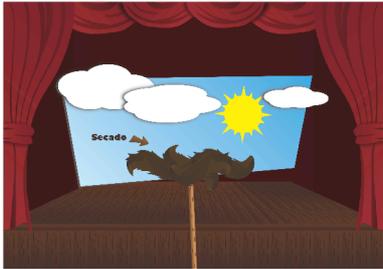
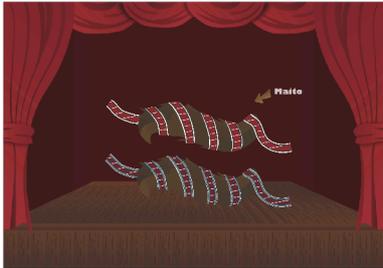
ESC	IMAGEN	AUDIO	ESPECIFICACIÓN ANIMACIÓN
6		<p><b>Voz en off:</b> Una vez extraído el pelo del caballo, se procede a almacenarlo en fundas o costales que contienen aproximadamente 30 colas.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
7		<p><b>Voz en off:</b> Cuando el artesano guangopolence adquiere la crin, debe darle un tratamiento especial para poder comenzar a trabajar. En primer lugar se debe lavar con jabón y agua todo el pelo, teniendo cuidado de no mezclar los distintos colores de la crin.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
8		<p><b>Voz en off:</b> Concluido el proceso de lavado, es necesario poner a secar el pelo de caballo al aire libre.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
9		<p><b>Voz en off:</b> Cuando la crin se encuentra seca, se cepilla el pelo con un cepillo de cerda gruesa para eliminar los nudos.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
10		<p><b>Voz en off:</b> Concluido el tratamiento, es muy importante envolver al pelo según su color. Este tipo de almacenamiento permite mantener en óptimas condiciones la materia prima.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>

Figura 148. Storyboard, 14 de agosto de 2013, Quito.

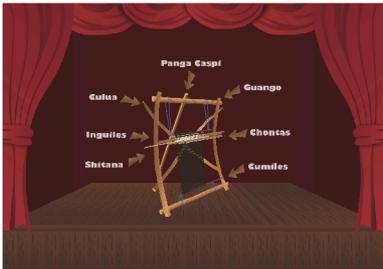
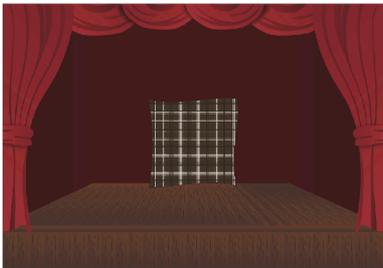
ESC	IMAGEN	AUDIO	ESPECIFICACIÓN ANIMACIÓN
11		<p><b>Voz en off:</b> Para comenzar el tejido del cedazo, se debe abotonar el pelo. Ésto quiere decir que se toma cuatro pelos y se los hace nudo en un extremo.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
12		<p><b>Voz en off:</b> Teniendo ya preparado el telar y la crin de caballo, empieza la confección. Lo primero que se hace es montar las hebras de crin de caballo abotonadas (4 pelos hecho nudo en un extremo) en los cumiles. Al haber un cumil ubicado en la parte inferior, se separa en la mitad a los abotonamientos de tal forma que sea posible atar otro nudo en el cumil superior para templar la base de la tela. A continuación con la ayuda de una piola de algodón se atan los 3 pares de hinguiles a las cerdas ya templadas, para poder mantener separados los 3 cruces. Una vez armada la base del textil, se requiere de la shitana que es una especie de aguja de crochet gigante, este instrumento es el encargado de traspasar las hebras de izquierda a derecha. La mama chonta asienta el cruzado es decir asienta el tejido mientras que la guagua chonta es primordial dado que ayuda a mantener separados lo hinguiles el momento del cruce de las cerdas en sentido horizontal.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
13		<p><b>Voz en off:</b> Cuando se ha terminado de tejer, se aflojan los cumiles para desatar la tela del telar.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>

Figura 149. Storyboard, 14 de agosto de 2013, Quito.

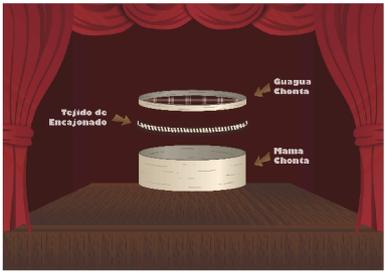
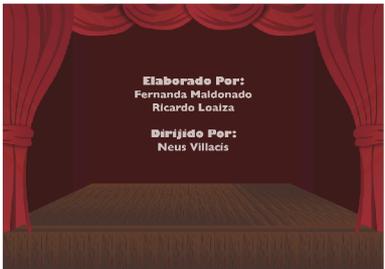
ESC	IMAGEN	AUDIO	ESPECIFICACIÓN ANIMACIÓN
14		<p><b>Voz en off:</b> Una vez concluida la tela, se procede a encajonarla en el aro de pumamaqui. Este textil es sujetado con piola plástica en un el guagua aro (base con una altura aproximada de 3cm). Posteriormente a esta base se la monta en la mama aro (una base más alta que la mencionada anteriormente), para que la manipulación del instrumento sea más fácil y además evitar que los alimentos se derramen. Este último proceso se logra, a través de la perforación de ambas bases (cada 5cm aproximadamente) y con la ayuda de una aguja y una piola se las cose entre sí para conseguir el producto final.</p> <p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
15		<p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>
16		<p><b>Música de fondo:</b> Folklore Andino</p>	<p><b>Iluminación:</b> Senital</p>

Figura 150. Storyboard, 14 de agosto de 2013, Quito.

## **5. CAPÍTULO V: PROPUESTA DE DISEÑO INDUSTRIAL**

### **5.1. Necesidades del Artesano**

Como se ha venido mencionando en este documento, Guangopolo cuenta con un Centro Artesanal muy bien dotado arquitectónicamente. A pesar de esto, los artesanos por costumbre suele acudir a ferias alrededor del país durante todo el año. En estas ferias, los organizadores se preocupan por proveer un mesa y una silla al expositor, dejando de lado instrumentos que faciliten la exposición para cada artesano.

La mayoría de artesanías de Guangopolo son muy livianas, es por eso que en las ferias corren el riesgo de volarse o caerse por el viento. Es así que como diseñadores, se detectó una problemática bastante importante que perjudica a todos los artesanos guangopolenses durante la exposición de sus trabajos.

### **5.2. Salto a la creatividad**

Para el desarrollo de esta herramienta, se decidió usar como fuente de inspiración los siguientes elementos:

- Formas de las artesanías.
- Estudio de tipologías existentes.
- Geometría de la nueva propuesta de logotipo.
- Para lograr un estudio tipológico exitoso, es sumamente importante visitar lugares en los que se pueda encontrar fuentes de inspiración valiosas.

A continuación se enlistarán algunos de los lugares a los que se acudió:

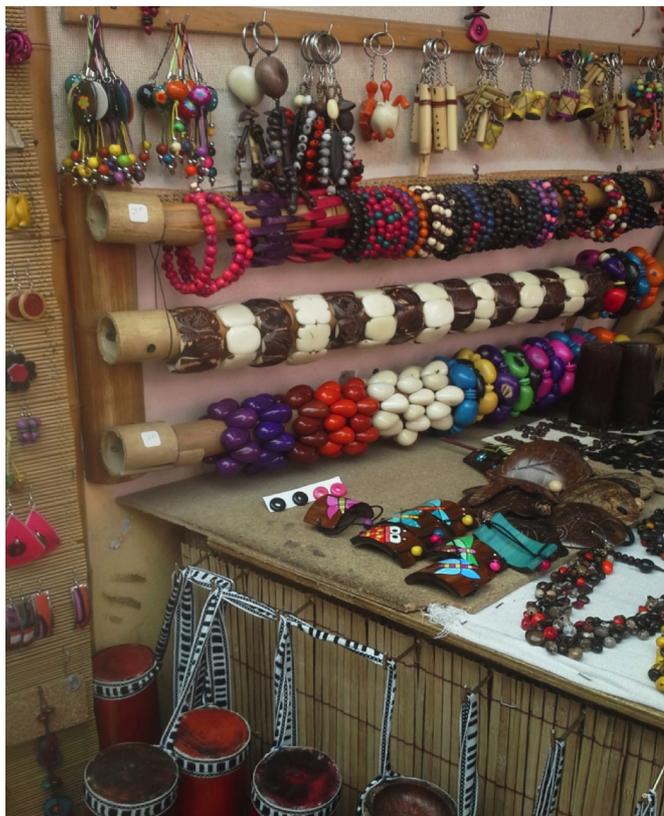
- Mercado Artesanal de Quito
- Tienda de souvenirs del Museo Mindalae
- Feria de parque El Ejido
- Feria de la Plaza Foch
- Exposición de ventas ambulantes de artesanías
- Feria Alemana de navidad
- Grand Bazar de Cumbayá



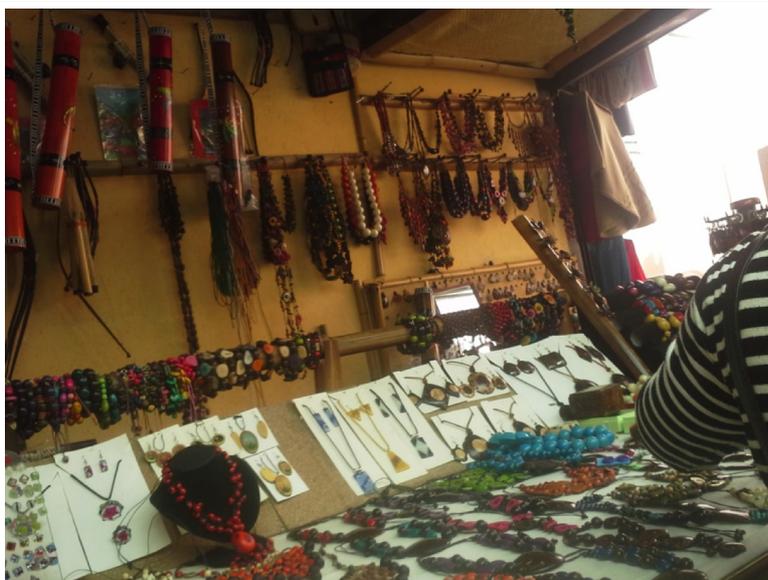
Figura 151. Venta de artesanías de tahua, 27 de febrero de 2013, Quito.



Figura 152. Grand Bazar, 5 de abril de 2013, Cumbayá.



*Figura 153.* Venta de artesanías de tahua, 27 de febrero de 2013, Quito.



*Figura 154.* Venta de artesanías de tahua, 27 de febrero de 2013, Quito.

Si bien actualmente existen innumerables lugares y ferias de artesanías, pocos son los individuos que se han preocupado por buscar alternativas que les faciliten la organización y exposición de su trabajo.

Es muy común que el turista llegue a la feria y observe que cada artesano se toma algún tiempo para organizar cada uno de sus productos. En la mayoría de los casos tienden a usar telas que no facilitan la exposición y mucho menos ayudan a la visualización de la artesanía por el bajo contraste que existe.

### 5.3. Proceso de bocetaje

Los bocetos, son primordiales para poder desarrollar ideas de diseño válidas. Como se mencionó anteriormente, las fuentes de inspiración han sido las artesanías, las tipologías y el nuevo logotipo.



Las artesanías son elementos que permite al diseñador no solo hacer uso e inspirarse en sus formas sino también facilitan la creación de bocetos con fundamento.

El estudio de tipologías, obligan al diseñador a involucrarse en el medio en el que interactuará el objeto. Además se pueden encontrar objetos valiosos que ayuden y faciliten el desarrollo del proyecto.

La geometría del nuevo logotipo, permite al diseñador crear unidad y concordancia en cada una de las piezas realizadas en esta tesis.

- Idea de carrito para llevar las artesanías

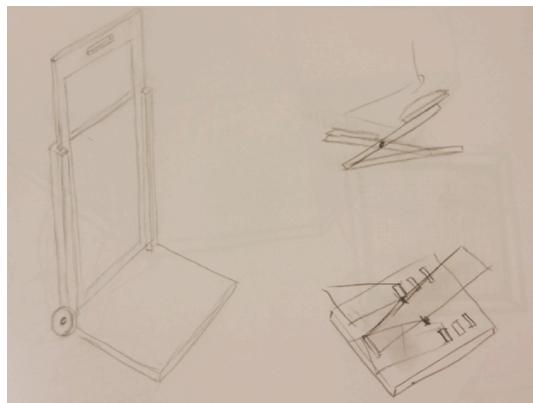


Figura 156. Escaneo boceto I, 2 de agosto de 2013, Quito.

- Idea de objeto con patas tipo acordeón y base superior tipo maletín.

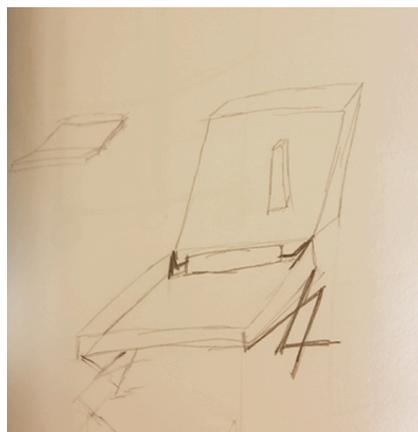
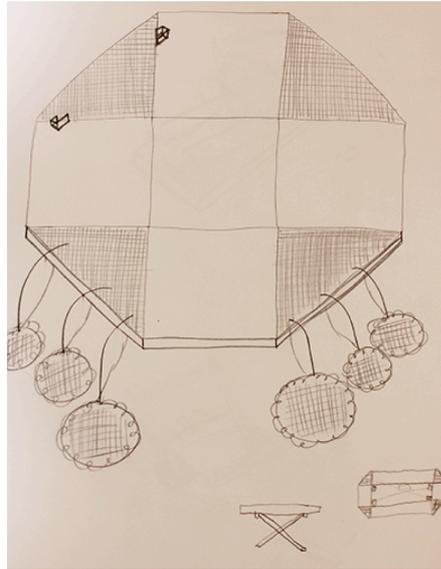


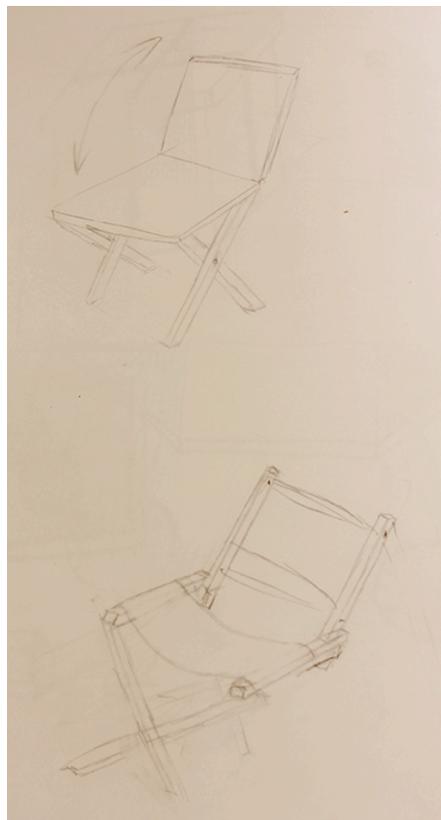
Figura 157. Escaneo boceto II, 2 de agosto de 2013, Quito.

- Mesa plegable con bordes de tela para poner artesanías.



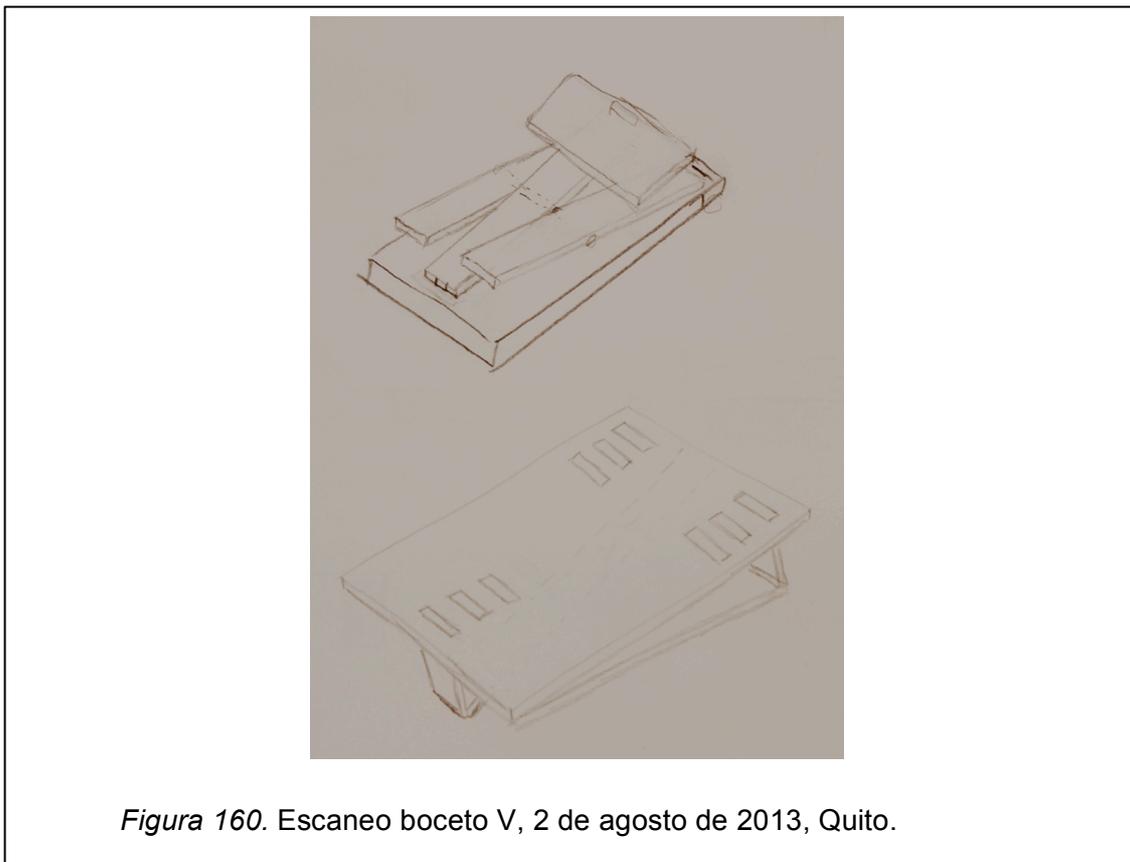
*Figura 158.* Escaneo boceto III, 2 de agosto de 2013, Quito.

- Silla plegable y compacta con espaldar para uso en ferias.



*Figura 159.* Escaneo boceto IV, 2 de agosto de 2013, Quito.

- Silla plegable y compacta sin espaldar.



#### **5.4. Depuración de la idea de diseño**

A lo largo de este proyecto e investigación, se han detectado varias necesidades que requieren los artesanos del centro para facilitar la comercialización de sus productos.

La mayoría de las ventas de los artesanos no se realizan dentro del centro artesanal, sino en las distintas ferias artesanales a nivel provincial. Por este motivo se vio la necesidad de crear un instrumento en el que los artesanos puedan transportar y a la vez exhibir las artesanías que confeccionan.

Después de observar y mantener conversaciones con los artesanos, se llegó a la conclusión de que el exhibidor de sus productos debía poseer las siguientes características:

- Fácil de transportar
- Bajo costo de elaboración
- Liviano
- Fabricación simple
- Mantenimiento simple
- Compacto
- Manipulación sencilla
- Materiales de producción existentes en el mercado
- Espacioso
- Dimensiones aptas para las mesas de las ferias

La idea de diseño expuesta a continuación, presenta rasgos que indican la fusión de varios elementos de la cultura guangopolence tales como el telar, el tejido del cedazo y el nuevo logotipo.

Al igual que para la realización de la marca “El Cedacero”, la forma del objeto nace a partir de la simplificación y geometrización de las artesanías de la comunidad. El resultado de este estudio es una serie de figuras geométricas simples tales como el cuadrado, rectángulo, triángulo, pentágono, hexágono y octágono.

A estas figuras se las combinó de distintas formas para llegar a la figura final del objeto y al mismo tiempo complacer los distintos requerimientos del usuario. De este modo se logró la armonización perfecta entre forma y función.

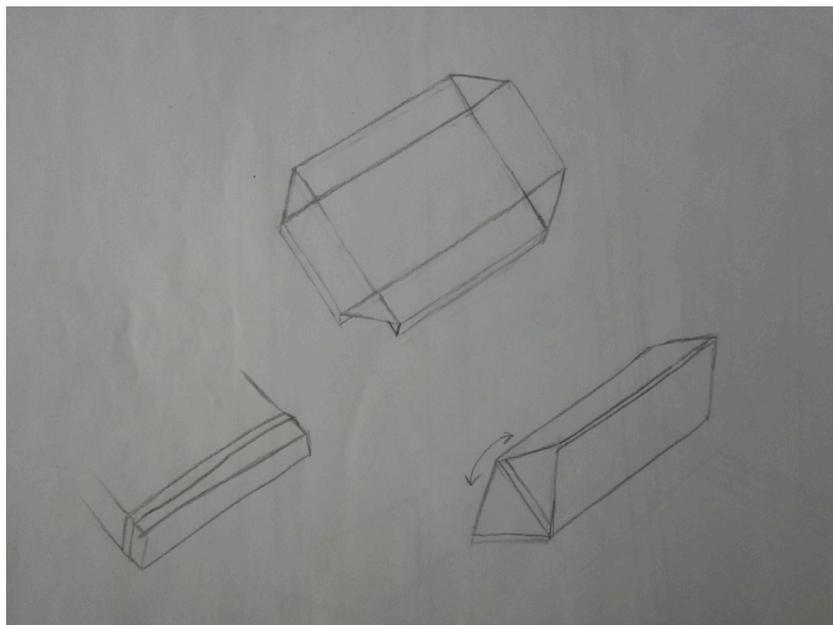


Figura 161. Escaneo boceto VI, 2 de agosto de 2013, Quito.

## 5.5. Elaboración de maquetas

### 5.5.1. Primera maqueta

Una vez depurada la idea de diseño, se procedió a elaborar el primer prototipo a escala 1/10.

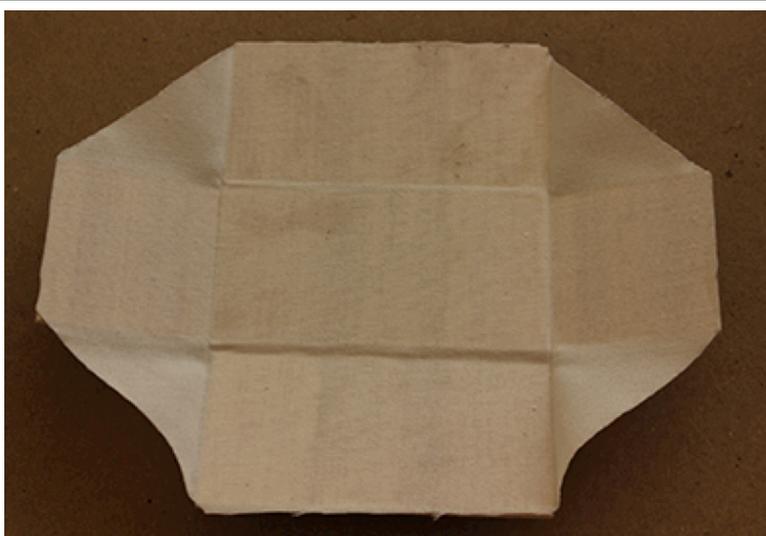


Figura 162. Maqueta 1 abierta, 4 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 163.* Maqueta 1 semi cerrada, 4 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 164.* Maqueta 1 abierta vista inferior, 4 de agosto de 2013, Quito.



Figura 165. Maqueta 1 cerrada, 4 de agosto de 2013, Quito.

### 5.5.2. Segunda maqueta

Realizada la primera maqueta, se decidió experimentar con una nueva a escala real. Esta maqueta permitiría ir definiendo las dimensiones, mecanismos, entre otros.

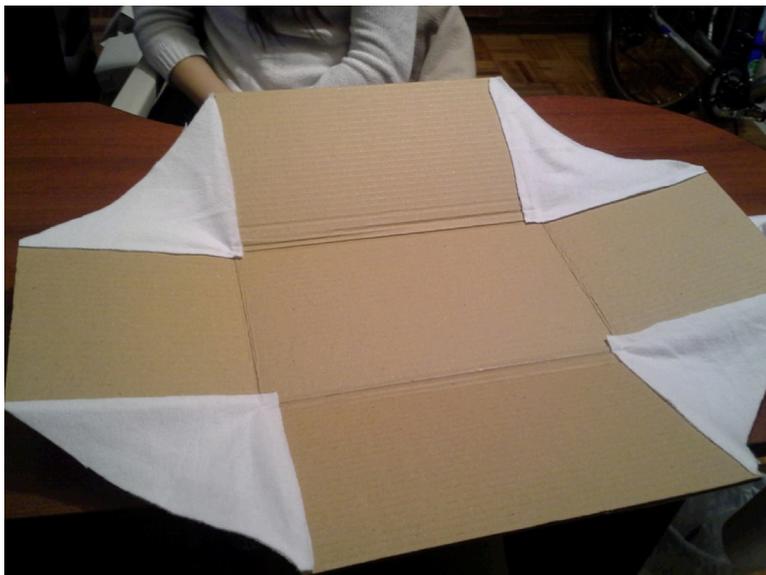
### 5.5.2.1. Imágenes de la maqueta

- Dibujo y corte del pliego de cartón



*Figura 166.* Maqueta 2 dibujo en cartón, 4 de agosto de 2013, Quito.

- Corte y pegado de tela en cuatro lados de la pieza como se observa en la imagen.



*Figura 167.* Maqueta 2 textil adherido, 4 de agosto de 2013, Quito.

- Experimentación de nuevas alternativas y formas con el objeto.



Figura 168. Maqueta 2 cerrada, 4 de agosto de 2013, Quito.

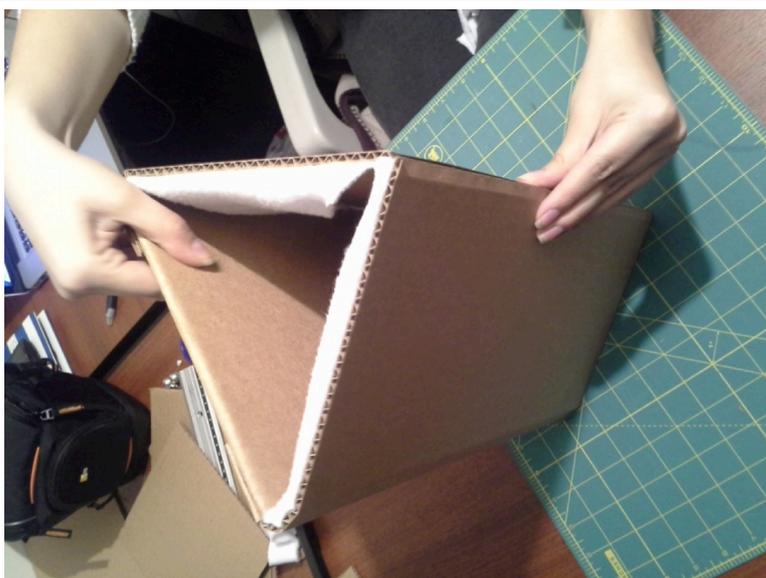


Figura 169. Maqueta 2 cerrada, 4 de agosto de 2013, Quito.

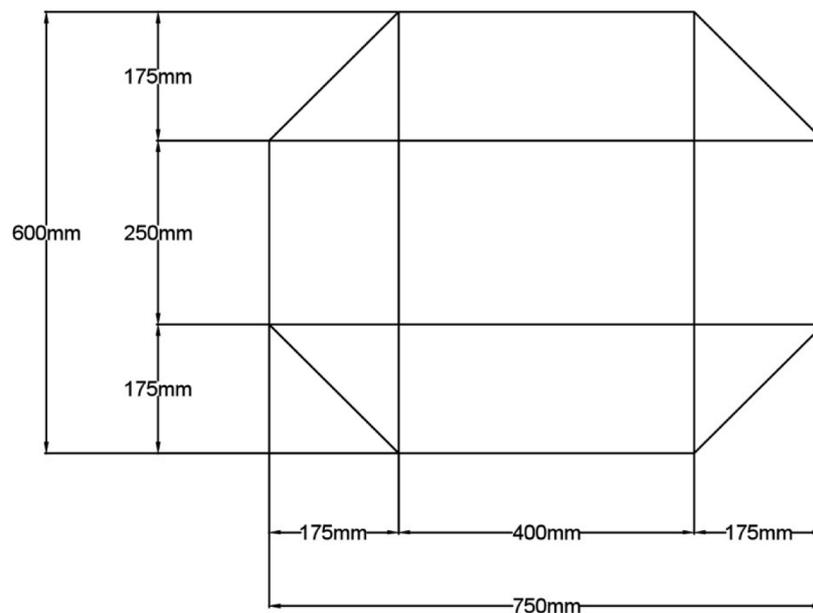
## 5.6. Ejecución de prototipos

### 5.6.1. Primer Prototipo

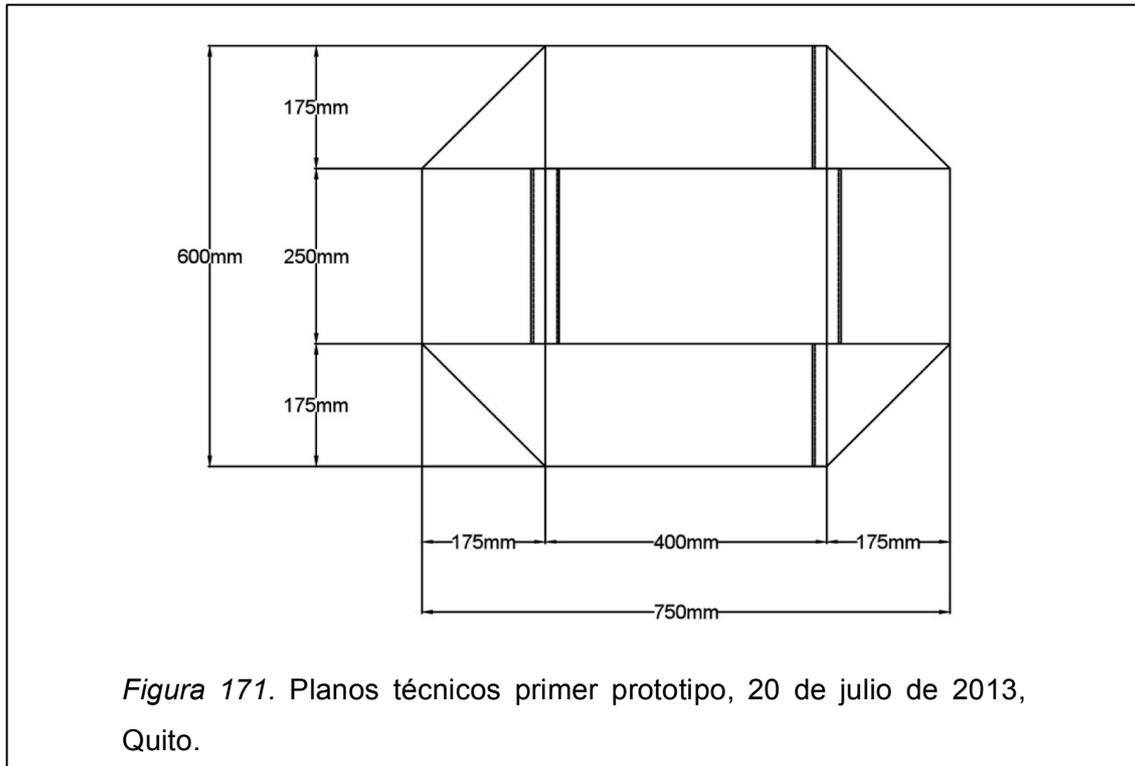
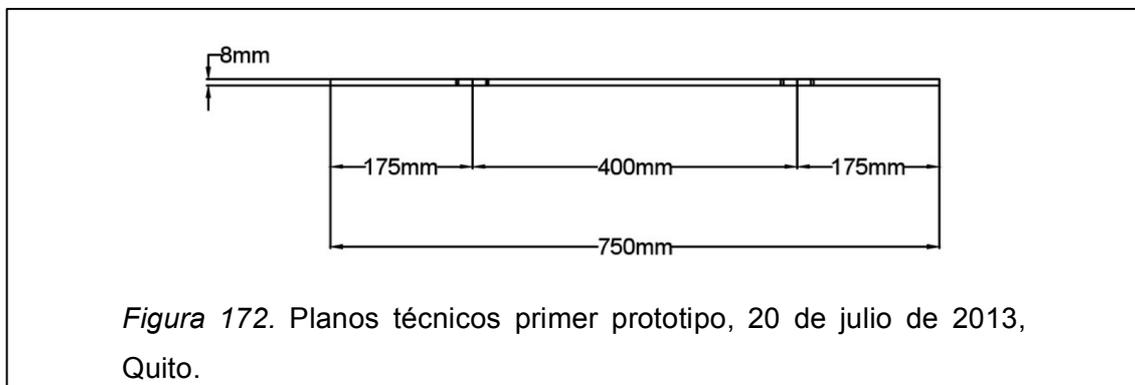
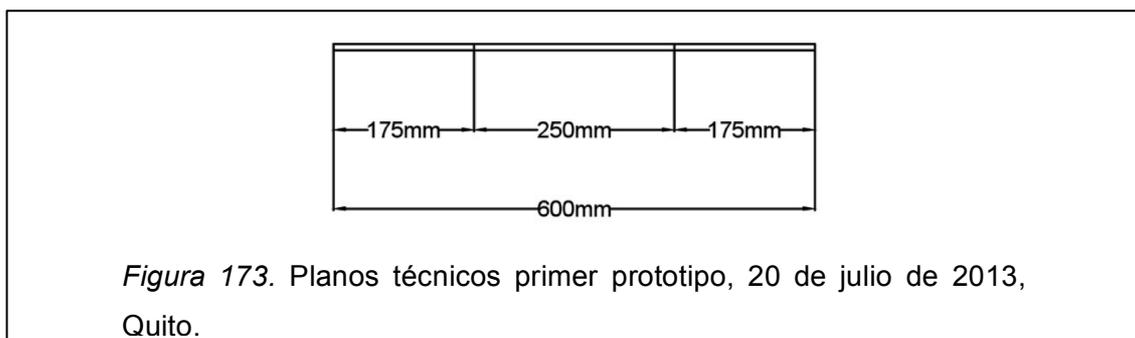
Una vez realizada la maqueta, se procedió a la elaboración del primer prototipo. Para este prototipo se usaron materiales reales y especificaciones técnicas planteadas a partir de las observaciones hechas a la maqueta.

#### 5.6.1.1. Planos técnicos

*Vista Superior:*



*Figura 170.* Planos técnicos primer prototipo, 20 de julio de 2013, Quito.

*Vista Inferior:**Vista Frontal:**Vista Lateral:*

### 5.6.1.2. Planteamiento de materiales para el objeto

Para este primer prototipo se utilizaron los siguientes materiales:

- Triplex de 0.3 mm
- Tela Exp Oporto Plata (exterior)
- Malla Bondeada Negro (interior)
- Hilo de zapatero
- Velcro

### 5.6.1.3. Proceso de elaboración del primer prototipo

- Dibujo del patrón del objeto, basándose en las dimensiones de las tablas de madera.



*Figura 174.* Prototipo 1 dibujo piezas, 5 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 175. Prototipo 1 dibujo piezas, 5 de agosto de 2013, Quito.*

- Corte de las piezas de tela



*Figura 176. Prototipo 1 corte piezas, 5 de agosto de 2013, Quito.*

- Cocido del bolsillo externo



*Figura 177. Prototipo 1 cocido, 5 de agosto de 2013, Quito.*

- Volteada de la pieza, una vez concluida la costura.



*Figura 178.* Prototipo 1 volteado, 5 de agosto de 2013, Quito.

- Costura del velcro para cerrar el bolsillo principal



*Figura 179. Prototipo 1 costura velcro, 5 de agosto de 2013, Quito.*

#### **5.6.1.4. Correcciones del prototipo**

Una vez concluida la elaboración del objeto, se realizó un análisis del mismo para poder determinar los aciertos y errores.

Aciertos:

La tela del interior, posee acolchonamiento y perforaciones que facilitan al mantenimiento y exposición de las artesanías.

Errores:

La tela del exterior, tiende a estirarse y no volver a su estado original. El desgaste de este material perjudicaría a la integridad del objeto.

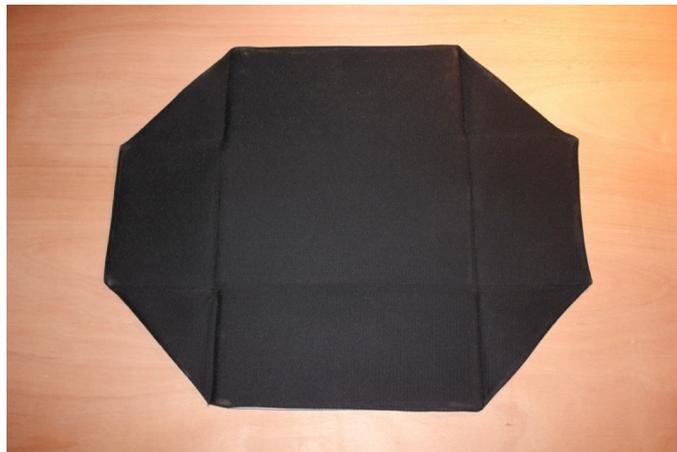
No es necesario usar maderas para darle un alma estable al objeto.

El velcro dificulta la confección de esta pieza, además de tener un periodo de vida muy corto.

Concluido el análisis, se pudo determinar que el objeto debe tener en el exterior un textil impermeable que no sea elástico para aumentar el tiempo de vida del objeto. Se decidió remplazar la madera por esponja o fieltro. Se eliminarán los bolsillos y el uso de velcro.

#### 5.6.1.5. Objeto construido

- Objeto abierto



*Figura 180.* Prototipo 1 abierto, 5 de agosto de 2013, Quito.

- Objeto semi cerrado



*Figura 181.* Prototipo 1 semi abierto, 5 de agosto de 2013, Quito.

- Objeto cerrado



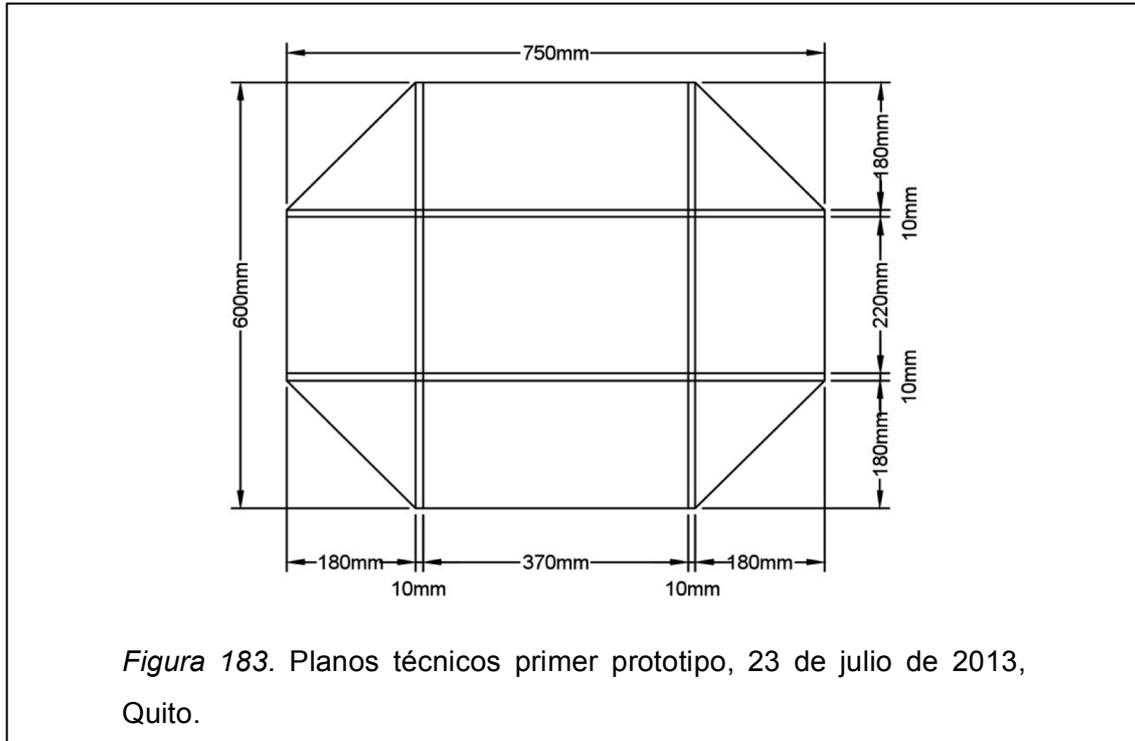
*Figura 182.* Prototipo 1 cerrado, 5 de agosto de 2013, Quito.

### **5.6.2. Segundo Prototipo**

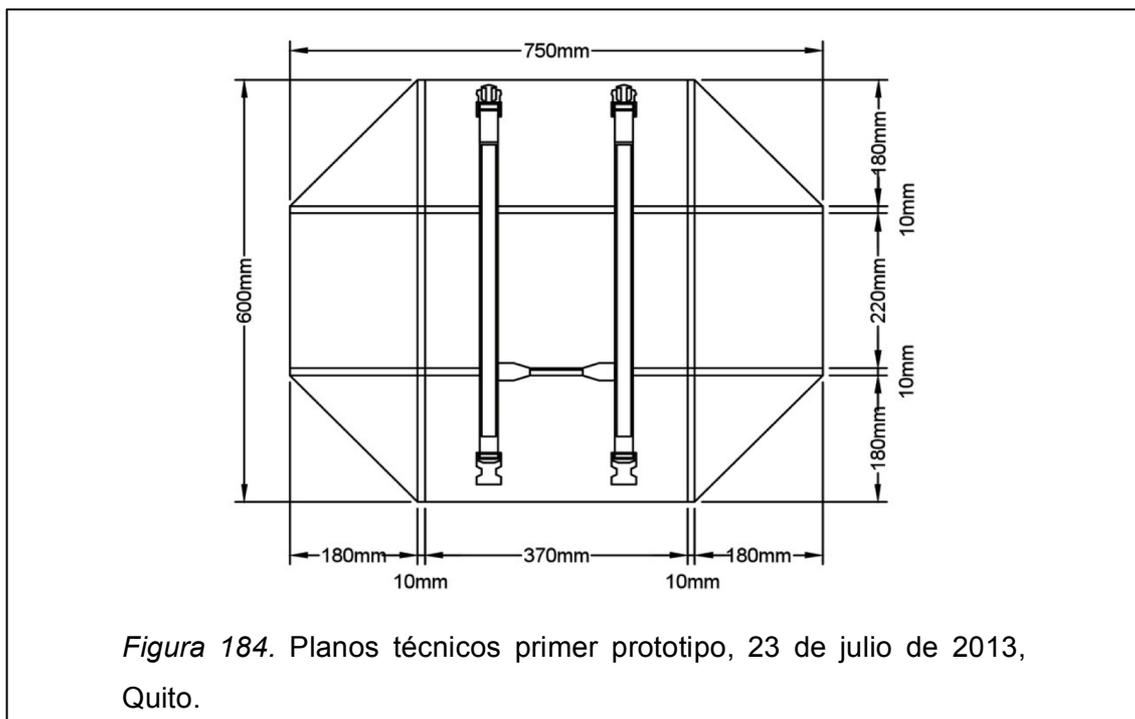
Para la confección de este prototipo, se tomarán en cuenta todos los aciertos y errores que se ejecutaron en la construcción del prototipo anterior.

### 5.6.2.1. Planos técnicos

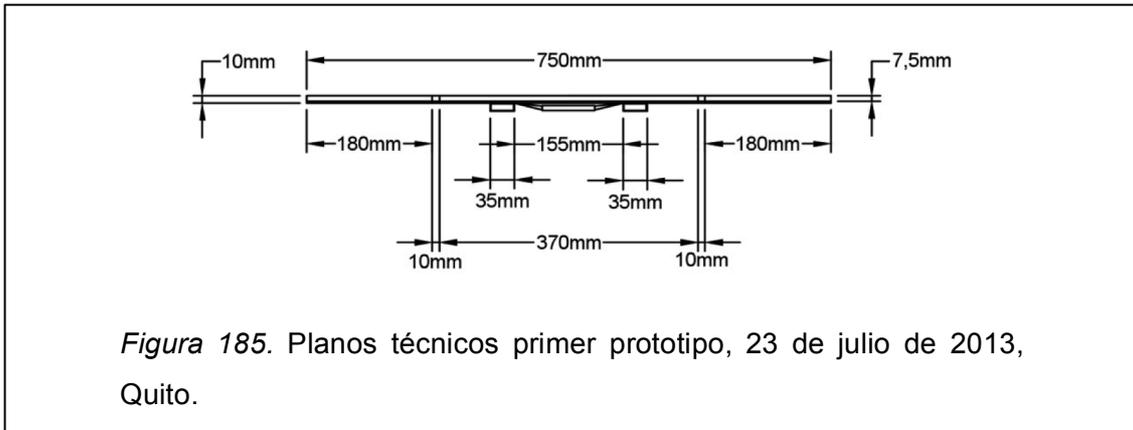
*Vista Superior:*



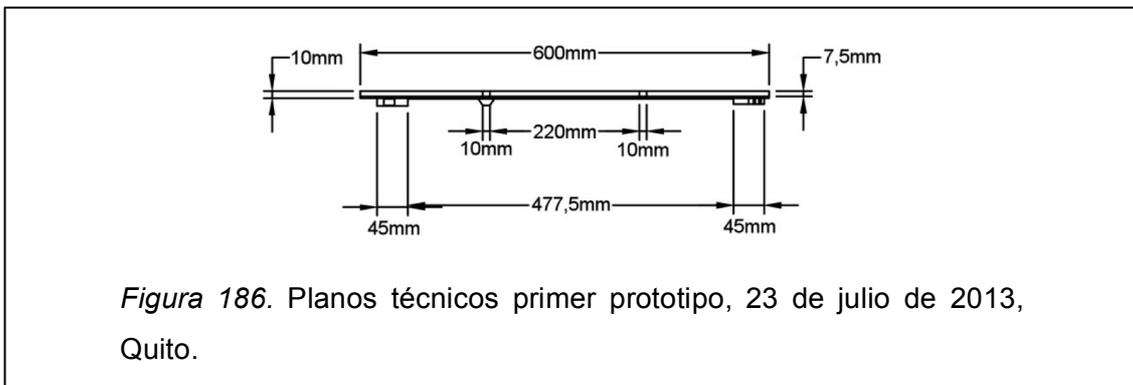
*Vista Inferior:*



*Vista Frontal:*



*Vista Lateral:*



### 5.6.2.2. Implementación de nuevos materiales

- Malla Bondeada Negro
- Tela Reebag Negro
- Reata
- Bucles
- Pading Automotriz
- Hilo de zapatero

### 5.6.2.3. Objeto construido

- Objeto cerrado (vista superior)



*Figura 187.* Prototipo 2 cerrado, 5 de agosto de 2013, Quito.

- Objeto cerrado (vista inferior)



*Figura 188.* Prototipo 2 cerrado, 5 de agosto de 2013, Quito.

- Objeto semi abierto



*Figura 189.* Prototipo 2 semi abierto, 5 de agosto de 2013, Quito.

- Objeto abierto (vista superior)



*Figura 190.* Prototipo 2 abierto, 5 de agosto de 2013, Quito.

- Objeto abierto (vista inferior)



*Figura 191.* Prototipo 2 abierto, 5 de agosto de 2013, Quito.

#### **5.6.2.4. Correcciones y observaciones del segundo prototipo**

En la elaboración de este prototipo se pudo observar los siguientes aciertos y errores:

Aciertos:

Tanto la tela de interior como la de exterior funcionan de forma adecuada. El fieltro fue capaz de proporcionar estabilidad a toda la pieza. La riata y los ganchos se adecuan de forma óptima a la pieza brindando estética y reforzando la imagen corporativa planteada al inicio de este capítulo.

Errores:

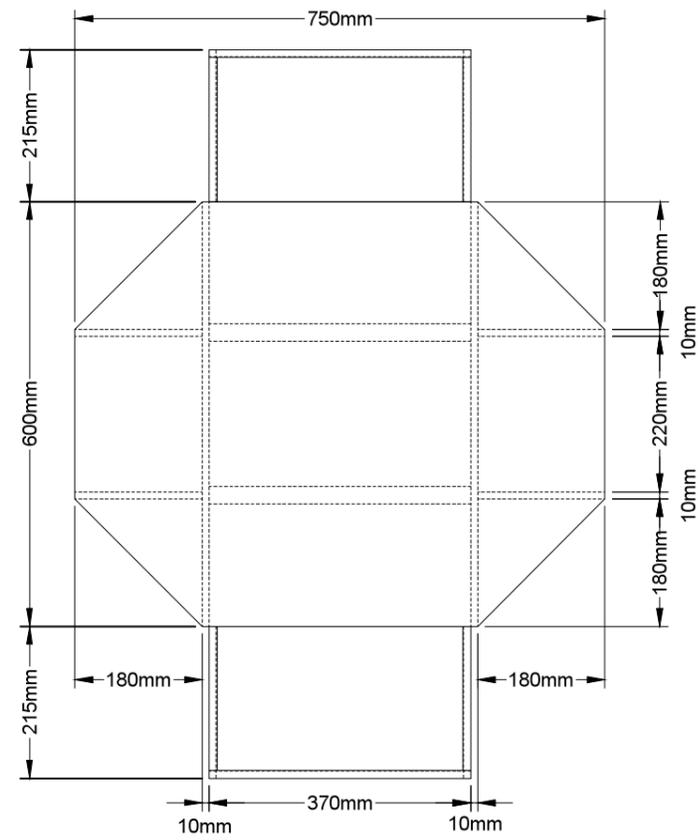
El momento de armar el objeto, existen 2 piezas que no son capaces de proteger las artesanías ubicadas en las mismas. Además hace falta la incorporación de un bolsillo en el que el artesano pueda almacenar más artesanías o incluso guardar las etiquetas, tarjetas de presentación, dinero, entre otros.

### **5.6.3. Prototipo Final**

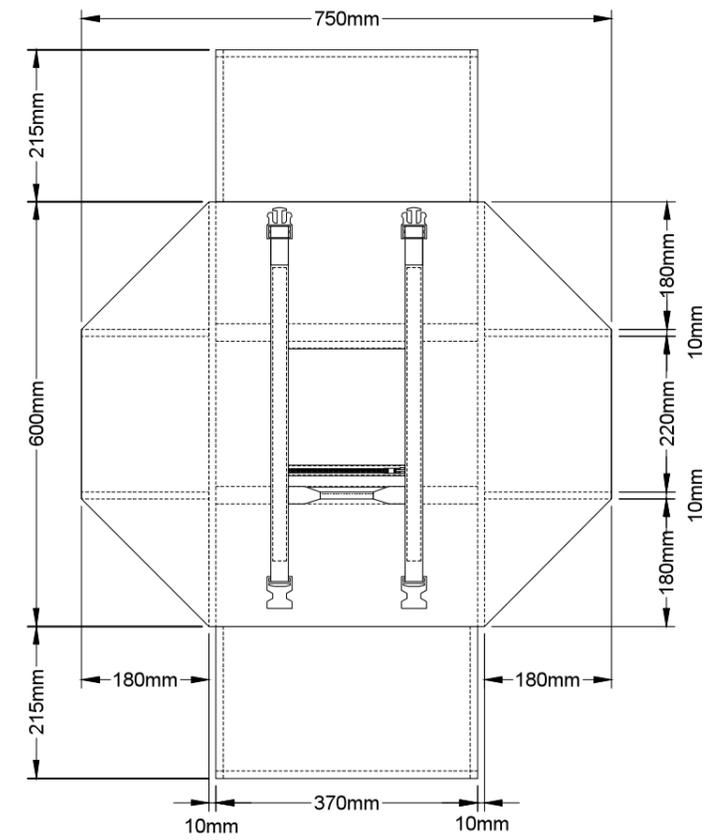
Después de analizar el prototipo anterior, se decidió aplicar todas las observaciones al objeto.

#### **5.6.3.1. Planos técnicos**

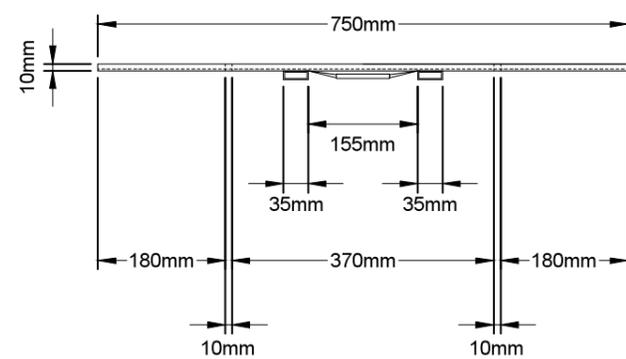
**Vista Superior**



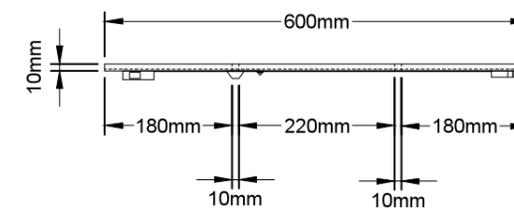
**Vista Inferior**



**Vista Frontal**



**Vista Lateral**



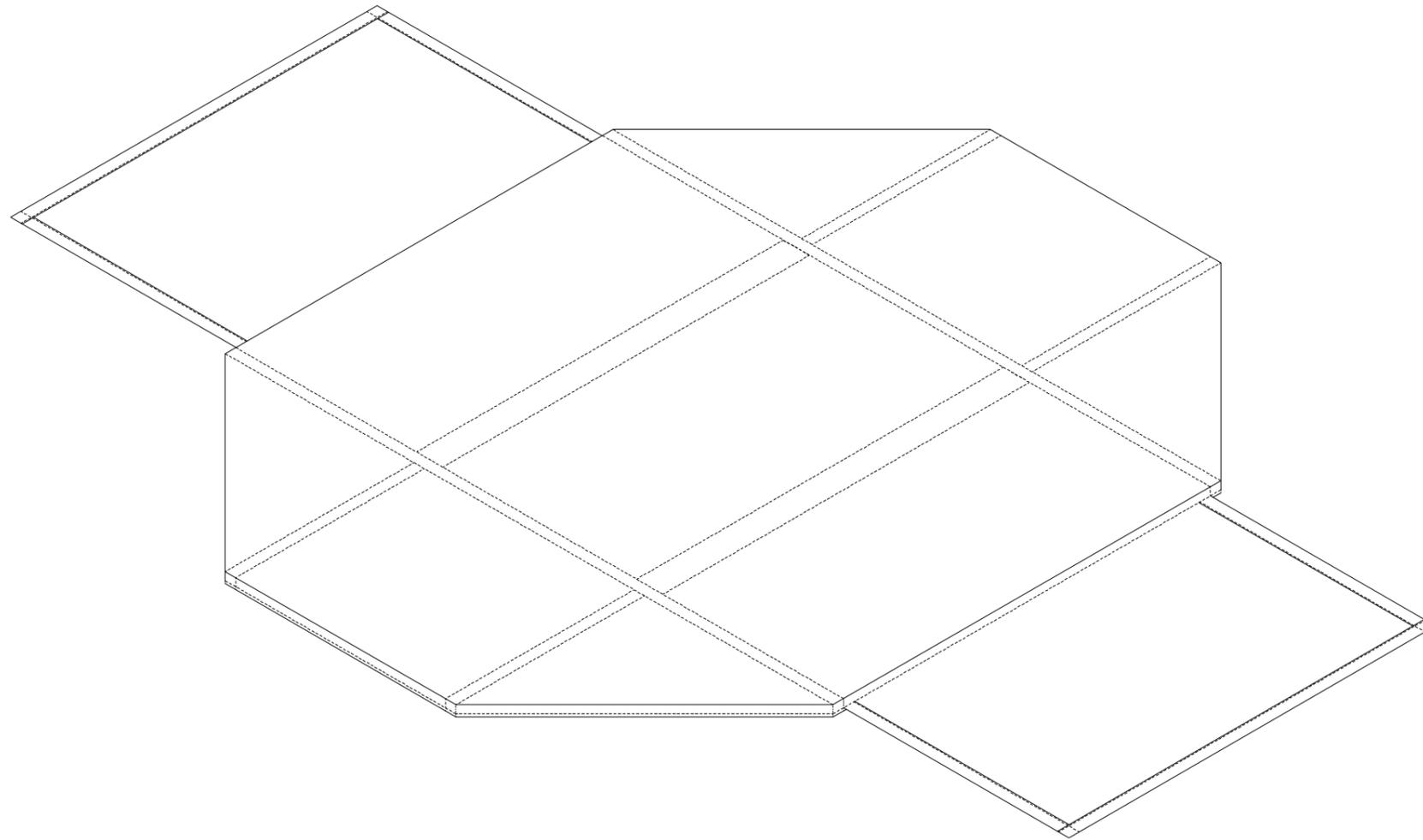
**UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS**  
**DISEÑO INTEGRAL / FACULTAD DE COMUNICACION**  
**Diseño de Exhibidor Para Artesanais (Tesis de Grado)**

**NOMBRE: Fernanda Maldonado y Ricardo Loaiza**

**CONTENIDO: Vistas TEMA: Exhibidor**

**ESCALA: 1/10 FECHA: 1-Julio-2013 LAMINA #: 1**

# Isometría Superior



**UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS**

**DISEÑO INTEGRAL / FACULTAD DE COMUNICACION**

**Diseño de Exhibidor Para Artesanais (Tesis de Grado)**

**NOMBRE: Fernanda Maldonado y Ricardo Loaiza**

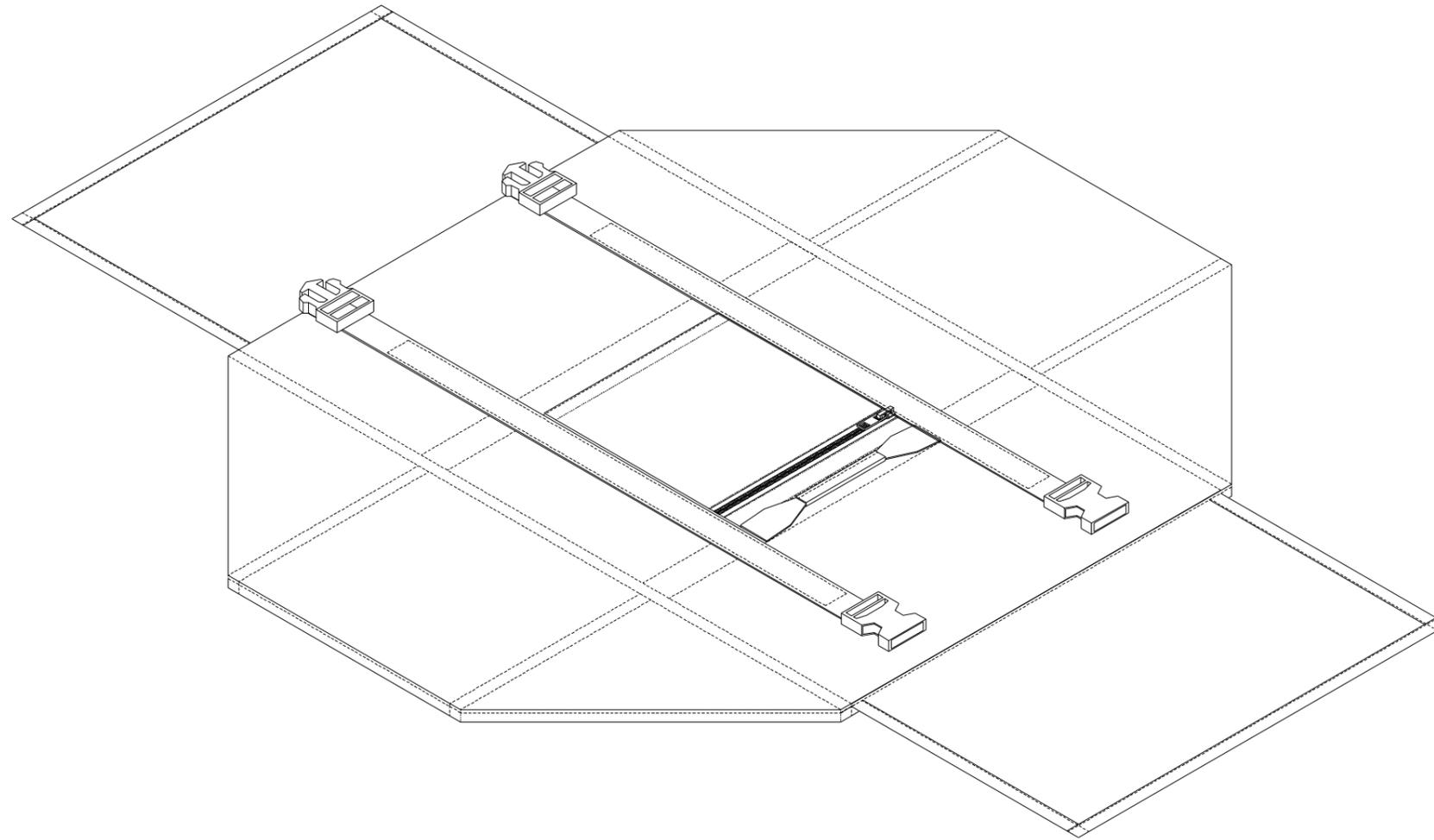
**CONTENIDO: Isometría Vista Superior    TEMA: Exhibidor**

**ESCALA: 1/5**

**FECHA: 1-Julio-2013**

**Lamina #: 2**

## Isometría Inferior



**UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS**

**DISEÑO INTEGRAL / FACULTAD DE COMUNICACION**

**Diseño de Exhibidor Para Artesanais (Tesis de Grado)**

**NOMBRE: Fernanda Maldonado y Ricardo Loaiza**

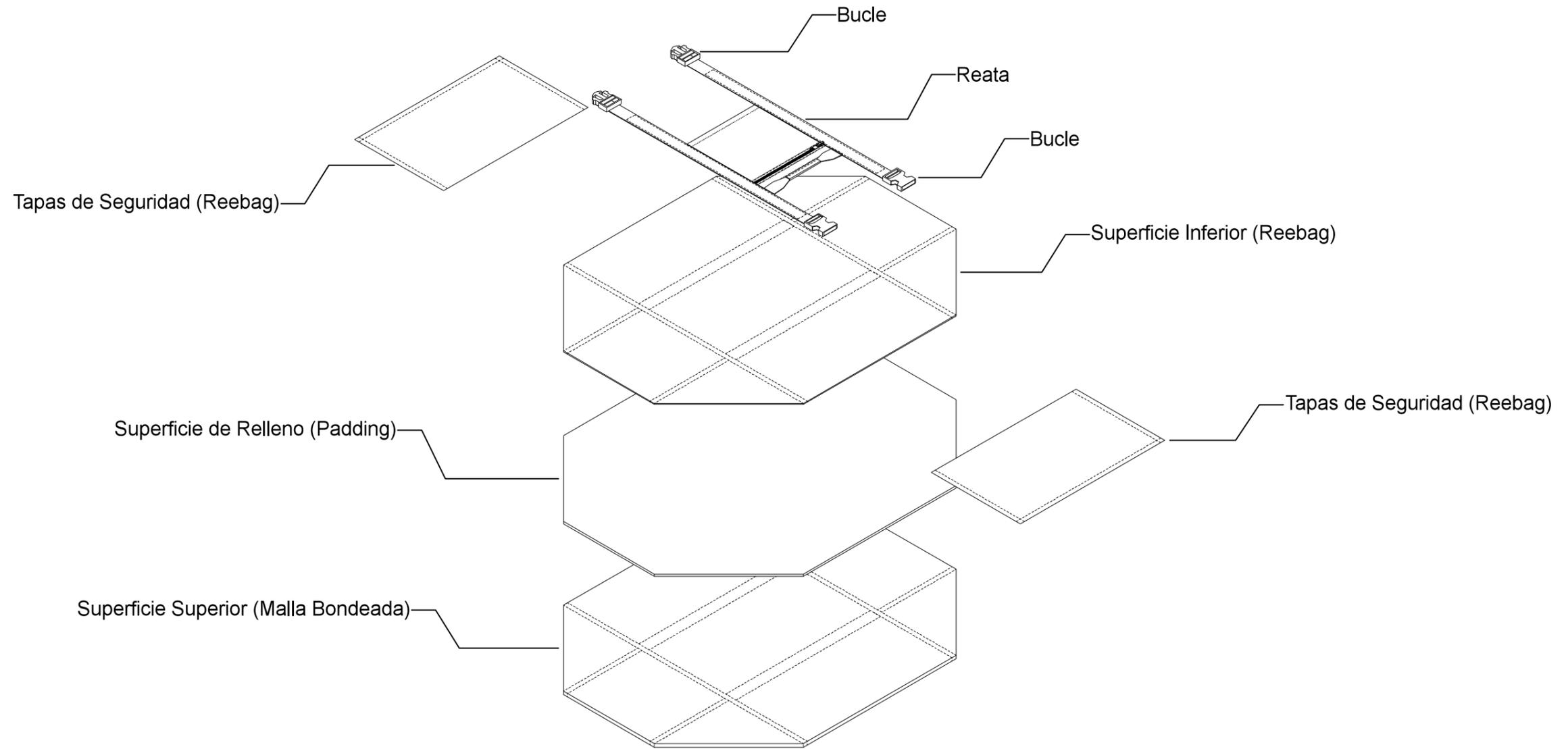
**CONTENIDO: Isometría Vista Inferior    TEMA: Exhibidor**

**ESCALA: 1/5**

**FECHA: 1-Julio-2013**

**Lamina #: 3**

# Explosión



**UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS**  
**DISEÑO INTEGRAL / FACULTAD DE COMUNICACION**  
**Diseño de Exhibidor Para Artesanais (Tesis de Grado)**  
NOMBRE: **Fernanda Maldonado y Ricardo Loaiza**  
CONTENIDO: **Explosión** TEMA: **Exhibidor**  
ESCALA: **1/10** FECHA: **1-Julio-2013** Lamina #: **4**

### 5.6.3.2. Proceso de elaboración del objeto

- Uso del patrón de cartón para dibujar la forma del objeto sobre el pading.



- Dibujo de excedente sobre la tela para la costura.



- Corte del pading



*Figura 194.* Prototipo 3 corte, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Con el pading recortado se usa esta pieza como molde para dibujar la pieza sobre la tela Reebag Negro.



*Figura 195.* Prototipo 3 dibujo patrón 2, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Corte de la tela



*Figura 196.* Prototipo 3 corte, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Con la pieza recortada, se procede a doblarla en la mitad para confirmar que la pieza sea simétrica.



*Figura 197.* Prototipo 3 comprobación simetría, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Con la pieza simétrica anterior, se usa de guía para recortar la Malla Bondeada Negro.



*Figura 198.* Prototipo 3 corte 2, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Con el uso de la cinta métrica, se marcan líneas guías que facilitan la ubicación del bolsillo.



*Figura 199.* Prototipo 3 dibujo líneas guías, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Corte de la tela para bolsillo y protección interna de las artesanías.



*Figura 200.* Prototipo 3 bolsillo, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Cosido del cierre y del bolsillo.



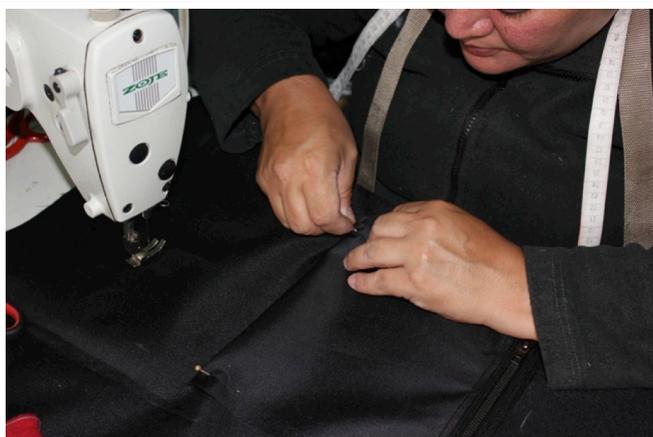
*Figura 201.* Prototipo 3 cocido cierre y bolsillo externos, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 202.* Prototipo 3 cocido cierre y bolsillo externos, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 203.* Prototipo 3 cocido cierre y bolsillo externos, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 204.* Prototipo 3 cocido cierre y bolsillo externos, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 205.* Prototipo 3 cocido cierre y bolsillo externos, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Con la reata y la tela Reebak Negra se confecciona la agarradera del objeto.



*Figura 206.* Prototipo 3 cocido agarradera, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Con la ayuda de alfileres, se ubica la reata para poder cocer.



*Figura 207.* Prototipo 3 ubicación reata, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 208.* Prototipo 3 ubicación reata, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Una vez armada la pieza superior, es momento de unir esta pieza con el Pading.



*Figura 209.* Prototipo 3 unión piezas, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 210.* Prototipo 3 unión piezas, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Las piezas de tela que protegerán las artesanías, requieren un doblez simple que ayudará a dar un buen acabado al objeto.



*Figura 211.* Prototipo 3 confección tela protectora, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Las piezas protectoras se unen a la pieza principal.



*Figura 212.* Prototipo 3 confección tela protectora al objeto, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Después de haber cocido el padding y la tela Reebak negra, es tiempo de cocer por el revés la Malla Bondeada Negro a la pieza principal.



*Figura 213.* Prototipo 3 confección de todas las piezas, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 214.* Prototipo 3 confección de todas las piezas, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 215.* Prototipo 3 confección de todas las piezas, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 216.* Prototipo 3 confección de todas las piezas, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Concluida la costura, se da la vuelta para poder manipular la pieza por el derecho.



*Figura 217.* Prototipo 3 volteado de la pieza, 10 de agosto de 2013, Quito.

- La abertura que se dejó para voltear el cuerpo principal, requiere ser cocida a mano para poder cerrarla.



*Figura 218.* Prototipo 3 cocido abertura, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Se marcan las costuras exteriores que le brindarán estabilidad al objeto.



*Figura 219.* Prototipo 3 marcación costuras exteriores, 10 de agosto de 2013, Quito.

- Las marcas permitirán guiar la costura



*Figura 220.* Prototipo 3 costuras exteriores, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 221.* Prototipo 3 costuras exteriores, 10 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 222.* Prototipo 3 objeto final, 10 de agosto de 2013, Quito.

### 5.6.3.3. Análisis de las nuevas adaptaciones

Basándose en los errores del segundo prototipo, se tomó la decisión de implementar dos piezas a cada lado del objeto que son capaces de proteger las artesanías en su totalidad. Adicionalmente se elaboró un bolsillo externos para facilitar el almacenamiento de artesanías, etiquetas, dinero entre otros.

### 5.6.3.4. Costo total de la elaboración del objeto

(Véase proformas Anexo 6)

MATERIAL	CANTIDAD FABRICA	COSTO	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR
Cierre Metálico	1 unidad	\$1.55	1 UNIDAD	\$1.55
Reata	1 m	\$0.60	2 METROS	\$1.20
Bucles	1 unidad	\$0.10	2 UNIDADES	\$0.20
Pading	1x2m	\$3.80	0.66X1m	\$1.26
Malla Bondeada Negro	1x1.20m	\$10.50	0.5X1m	\$3.50
Hilo de zapatero	1 carrete	\$2.00	1/10 de carrete	\$0.20
Reebag Negro	1x1.20m	\$10.75	0.5X1m	\$3.55
Mano de obra			1 UNIDAD	\$10.00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$21.46</b>

*Figura 223. Cotización objeto utilitario, 12 de agosto de 2013, Quito.*

### 5.6.3.5. Objeto construido

- Objeto cerrado (vista superior)



*Figura 224. Prototipo 3 cerrado, 12 de agosto de 2013, Quito.*

- Objeto cerrado (vista inferior)



*Figura 225.* Prototipo 3 cerrado, 12 de agosto de 2013, Quito.

- Objeto semi abierto



*Figura 226.* Prototipo 3 semi abierto, 12 de agosto de 2013, Quito.

- Objeto semi abierto



*Figura 227. Prototipo 3 semi abierto, 12 de agosto de 2013, Quito.*

- Objeto abierto (primer tipo de exposición)



*Figura 228. Prototipo 3 abierto, 12 de agosto de 2013, Quito.*

- Objeto abierto (segundo tipo de exposición)



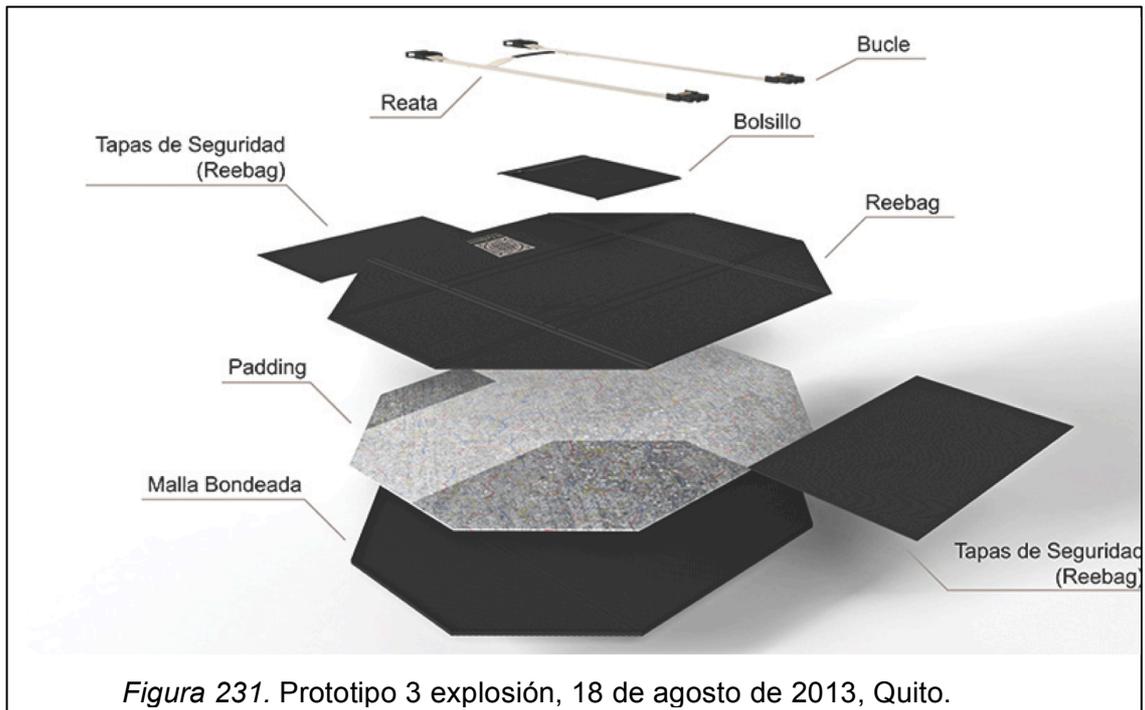
*Figura 229.* Prototipo 3 abierto, 12 de agosto de 2013, Quito.

- Objeto abierto (vista inferior)



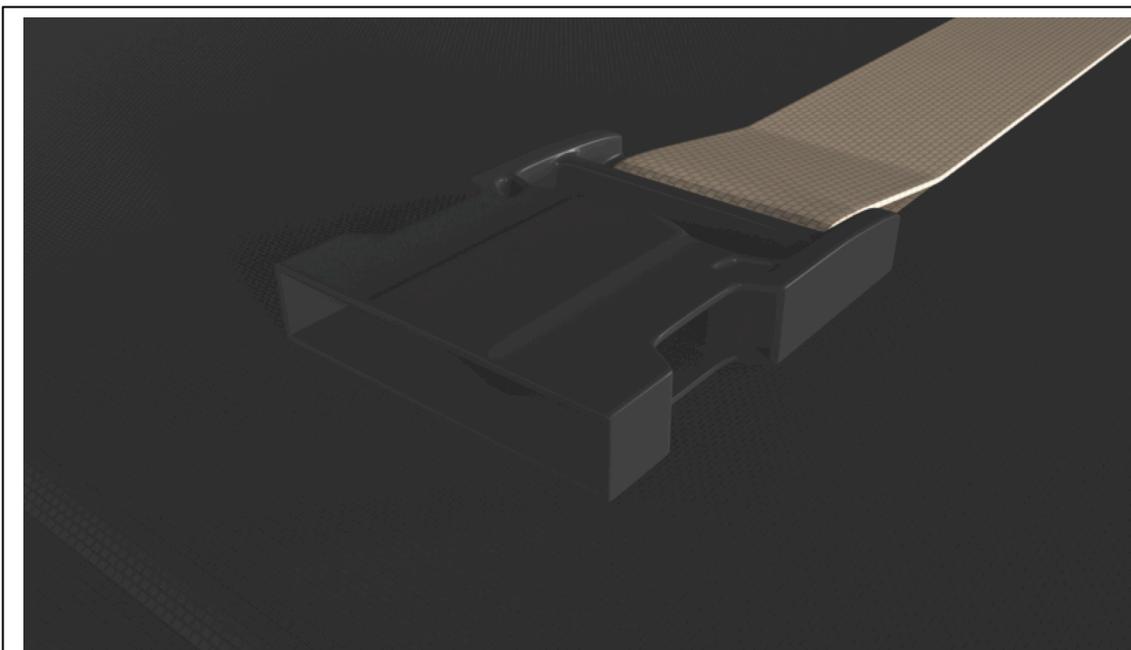
*Figura 230.* Prototipo 3 abierto, 12 de agosto de 2013, Quito.

### 5.6.3.6. Explosión

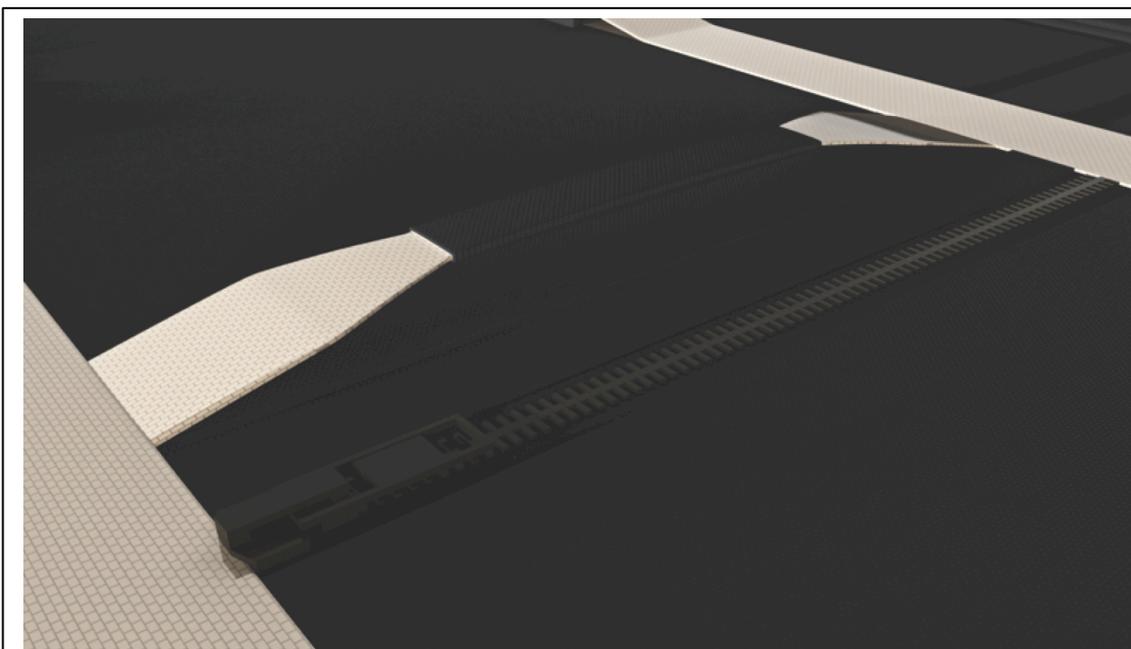


### 5.6.3.7. Render

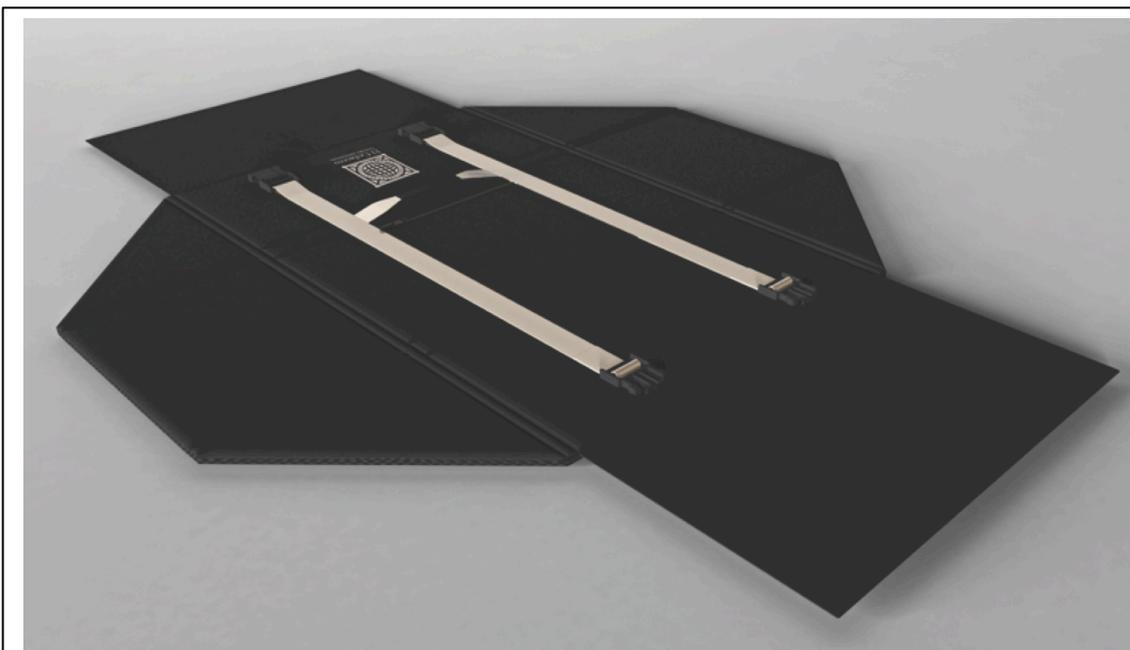




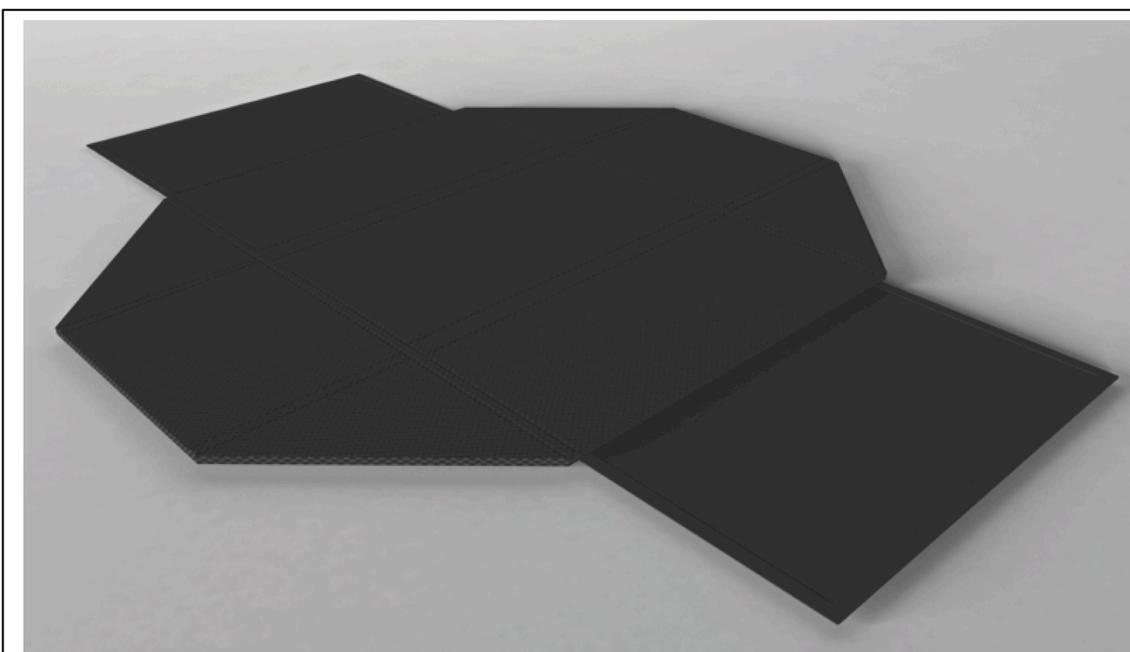
*Figura 233.* Prototipo 3 render bucle, 18 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 234.* Prototipo 3 render cierre, 18 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 235.* Prototipo 3 render objeto, 18 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 236.* Prototipo 3 render objeto, 18 de agosto de 2013, Quito.

### 5.6.3.8. Montaje del objeto con productos



*Figura 237.* Objeto montado con artesanías, 11 de agosto de 2013, Quito



*Figura 238.* Objeto montado con artesanías, 11 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 239.* Objeto montado con artesanías, 11 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 240.* Artesano con nuevo objeto de exposición, 11 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 241.* Artesano con nuevo objeto de exposición, 11 de agosto de 2013, Quito.



*Figura 242.* Artesano con nuevo objeto de exposición, 11 de agosto de 2013, Quito.

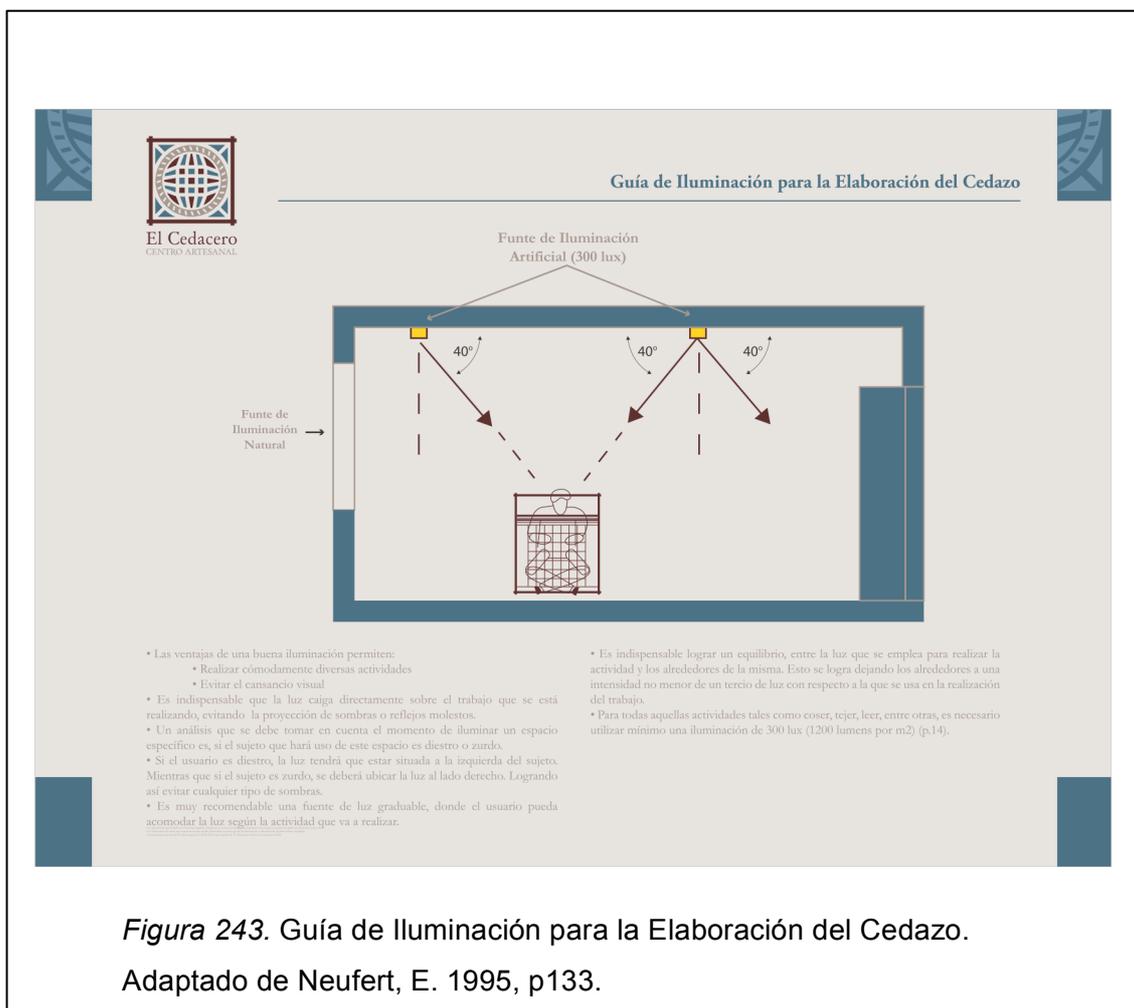
## 5.7. Puntos importantes de una adecuada iluminación

Como se ha venido mencionando desde el capítulo 4, es importante instruir al artesano de cómo se debe iluminar de forma apropiada el espacio donde se ejecutan las artesanías.

A continuación se exponen información que servirá como guía para los artesanos.

- Las ventajas de una buena iluminación permiten:
  - Realizar cómodamente diversas actividades
  - Evitar el cansancio visual
- Es indispensable que la luz caiga directamente sobre el trabajo que se está realizando, evitando la proyección de sombras o reflejos molestos.
- Un análisis que se debe tomar en cuenta el momento de iluminar un espacio específico es, si el sujeto que hará uso de este espacio es diestro o zurdo.
- Si el usuario es diestro, la luz tendrá que estar situada a la izquierda del sujeto. Mientras que si el sujeto es zurdo, se deberá ubicar la luz al lado derecho. Logrando así evitar cualquier tipo de sombras.
- Es muy recomendable una fuente de luz graduable, donde el usuario pueda acomodar la luz según la actividad que va a realizar.
- La iluminación que brindan los focos de tungsteno halógeno, es la más recomendable el momento en el que se requiere un grado de iluminación muy alto.
- La elaboración de tareas que requieren mucho detalle, demandan un mayor grado de iluminación a diferencia de aquellas menos complejas.
- Las personas mayores de 60 años requieren el doble de luz que aquellas de 30 años, para realizar una misma actividad.

- Es indispensable lograr un equilibrio, entre la luz que se emplea para realizar la actividad y los alrededores de la misma. Esto se logra dejando los alrededores a una intensidad no menor de un tercio de luz con respecto a la que se usa en la realización del trabajo.
- Para todas aquellas actividades tales como coser, tejer, leer, entre otras, es necesario utilizar mínimo una iluminación de 300 lux (1200 lumens por m<sup>2</sup>) (p.14).



## 6. CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1. Conclusiones

- Con respecto a la artesanía más importante de esta parroquia que es el cedazo, que fue considerada por muchos años una herramienta gastronómica de todos los hogares ecuatorianos, bajo sustancialmente su producción debido al desarrollo de cernidores plásticos y metálicos que existen en el mercado y que se venden a muy bajos costos debido a la industrialización. Así el cedazo se convierte únicamente en un elemento artesanal decorativo.
- Una de las principales limitaciones para el desarrollo de este proyecto fue que no existe bibliografía, pues la que hay es muy limitada y escasa. Por esta razón el acercamiento a la comunidad fue realmente lo que arrojó los conocimientos necesario e indispensables para este trabajo.
- Fue de vital importancia establecer un canal de comunicación que permita desarrollar una confiabilidad en la relación: artesano-investigadores.
- Se determinó que el potencial de comercialización de los artesanos de Guangopolo no estaba solamente dentro del Centro Artesanal sino que por sus costumbres ancestrales, el guangopolense vende en ferias y basares a nivel nacional.
- Con lo que respecta a diseño, la problemática principal fue que en el Centro Artesanal El Cedacero no contaban con una imagen que los represente como una organización comunitaria que responde a una identidad cultural propia.

- Fue necesario organizar una reunión con los artesanos para que logren entender con claridad las exigencias de comunicación del mundo actual que se evidencian a través de logotipos que singularizan la identidad de un grupo humano u organización.
- Después de haber realizado el trabajo de investigación, se llegó a la conclusión de que una de las falencias más importante para la comercialización estaba en la forma de exposición de los productos. Cabe recalcar que hay una riqueza artesanal que no se aprecia debido a la situación antes mencionada.
- La gente entrevistada correspondía a un grupo indígena cuyos ancestros tenían basta experiencia en la elaboración de artesanías son a base de la crin de caballo, esto facilitó y dio mayor seriedad la investigación.
- A través de la observación de la arquitectura urbana y del centro artesanal de Guangopolo, se determinó que el limitante principal para el turista era que no existían elementos (señalética) que permitan guiarlo hacia el Centro Artesanal.
- Los conversatorios fueron la estrategia comunicativa más importante que se utilizó para determinar las necesidades que no se habían detectado antes y que son una exigencia de la sociedad contemporánea.
- Las estrategias comunicacionales modernas exigen nuevas formas de comercialización, razón por la cual, se vio la importancia de elaborar una página web para que las artesanías de Guangopolo sean conocidas no solo en el Ecuador sino en el mundo entero.
- Mediante este estudio investigativo, se evidenció el poco conocimiento que poseen los artesanos con respecto a la importancia de la iluminación en el trabajo detallado que exige la artesanía.

- Una vez que se conoció la forma de comercialización de los artesanos, se llegó a la conclusión de que requerían un objeto capaz de transportar artesanías y ajustarse a las exigencias que tienen los artesanos de exhibirlas en los distintos lugares.
- El hecho de trabajar con una comunidad de bajos recursos obliga al diseñador a hacer una amplia búsqueda de los materiales que mejor se adapten a los artesanos, diseñadores y la exigencia de calidad.

## **6.2. Recomendaciones**

- Este tipo de trabajos de finalización de carrera permite que los estudiantes se vinculen con la colectividad, exigencia actual del CEAACES para los alumnos de educación superior.
- Es indispensable que el investigador este dispuesto a crear un vinculo de amistad y trabajo con las personas involucradas en el proyecto.
- Se recomienda que tanto las autoridades como los artesanos se preocupen de mantener vigente la página web, ya que este es el medio más idóneo y más actual para que se conozcan las artesanías.
- Se recomienda que para determinar las piezas gráficas e industriales se trabaje en forma conjunta con los artesanos para lograr plasmar la esencia ancestral de la artesanía.
- Es recomendable de quienes hacen diseño gráfico e industrial estén al tanto de las nuevas exigencias del mercado actual, para cumplir las expectativas de ciertos sectores comunitarios que carecen de conocimientos sobre nuevas formas de comercialización en un mundo globalizado.

- Para poder mantener viva esta artesanía, es importante buscar los medios más idóneos transmitir las culturas ancestrales, por esta razón la animación es el medio ideal para que los niños, jóvenes y adultos, se instruyan y valoren el trabajo artesanal de sus raíces.
- La elaboración de prototipos permite al estudiante visualizar los errores y aciertos de los materiales gráficos e industriales planteados.
- Para favorecer al artesano y al turista es indispensable que las autoridades apoyen a la parroquia dotándoles de señalética planteada en este trabajo.
- Es de suma importancia instruir a los estudiantes sobre bases de confección ya que el diseñador muchas veces se ve involucrado en el trabajo con textiles.

## REFERENCIAS

- Ambrose, G. & Harris, P. (2009). Fundamentos del Diseño Gráfico. Barcelona: Parramón Ediciones S.A.
- Bonsiepe, G. (1995). Del Objeto a la Interface. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Broto, C. (2004). Diseño de Stands. Barcelona: MMXI EDITORIAL OCEANO.
- Calver, G. (2004). ¿Qué es el Packaging?. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Cervera, A. (2003). Envase y Embalaje. Madrid: ESIC Editorial.
- Cheng, K. (2006). Diseñar Tipografía. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Costa, J. (1987). Imagen Global. Barcelona: Ediciones CEAC, S.A.
- Costales, A. (2006). Ilaló, La Montaña Luminosa. Quito: EDIEMPRES, S.A. editora del Diario Hoy.
- Cuvi.P. (1994). Artesanías del Ecuador. Quito: Imprenta Mariscal.
- Fernandez, J. Marley, R, Noriega, S. & Ibarra, G. (2008). Ergonomía Ocupacional. México: International Journal of Industrial Engineering.
- Fishel, C. (2000). Rediseño de Imagen Corporativa. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Gil, M. (2013, 17 de agosto). Animación 2d. Recuperado de <http://www.scribd.com/doc/7995932/Animacion2D>

Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2013, 4 de agosto). Colores, Señales y Símbolos de Seguridad. Recuperado de <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.0439.1984.pdf>

Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2013, 4 de agosto). Señalización Vial. Parte 1. Señalización Vertical. Recuperado de [www.inen.gob.ec/images/pdf/normaliza/reglamentación/vigencia/RTE-4-1-1.pdf](http://www.inen.gob.ec/images/pdf/normaliza/reglamentación/vigencia/RTE-4-1-1.pdf)

Julius, E. (2009). Brand Identity Now!. Madrid: TASCHEN GmbH.

Ministerio de Turismo. (2013, 4 de agosto). Manual de señalización turística. Recuperado de [www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/05/Manual-Señalización-26-Abr-2013.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/05/Manual-Señalización-26-Abr-2013.pdf)

Mostaedi, A. Croto, C. & Ma Minguet, J. (2003). Minimalismo. Barcelona: Instituto Monsa de Ediciones.

Moya, R. (2006). Latin American Graphic Design. Quito: Ediciones Trama.

Murphy, J & Rowe, M. (1989). Como Diseñar Marcas y Logotipos. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

Neufert, E. (1995). Arte de proyectar en arquitectura. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

Niederst, J. (2008). Creación y Diseño Web Profesional. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.

O'Bryan, L. (2004). Ambientes Minimalistas. Barcelona: Atrium Group de ediciones y publicaciones S.L.

Paucar, J. (2011). Guangopolo. Cuna de mujeres y hombres luchadores. Mirando el barrio. La revista de Guangopolo. 1 (1), 6-7.

Quintana, R. (2012, 28 de noviembre). Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética. Recuperado de [http://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/senaletica\\_universidadlondres.pdf](http://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/senaletica_universidadlondres.pdf)

Quito Turismo. (2010). Aquicito. Quito: Grupo Impresor. Tobar. L. (2011). Guangopolo Capital mundial del cedazo. Quito: Editorial Jurídica del Ecuador.

Sudgio, D. (1992). La luz en la decoración. Barcelona: Ediciones Folio S.A.

Swann, A. (1993). El Color en el Diseño Gráfico. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

Twemlow, A. (2006). ¿Qué es el Diseño Gráfico? 2. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

Wikipedia. (2012, 19 de junio). División Parroquial del Distrito Metropolitano de Quito. Recuperado de [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Division\\_parroquial\\_del\\_Distrito\\_Metropolitano\\_de\\_Quito.svg?uselang=es](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Division_parroquial_del_Distrito_Metropolitano_de_Quito.svg?uselang=es)