



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**APLICACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO E INDUSTRIAL A UNA
PROPUESTA DE EQUIPAMIENTO URBANO Y UNA IDENTIDAD
CORPORATIVA QUE IDENTIFIQUE A LA PARROQUIA “CALDERÓN”**

“Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciada en Diseño Gráfico e Industrial”

Profesora Guía
Neus Villacis

Autora
Andrea Pamela Gorozabel Ochoa

Año
2014

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el La estudiante, 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 Villacis
Diseñadora Gráfica Industrial
C.I. 1802349553

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi 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.

Andrea Pamela Gorozabel Ochoa

C.I. 1719988949

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por esa luz que siempre me ilumina, a mi madre y hermana por ser mi orgullo y apoyo incondicional ante todo momento, a mi directora Neus Villacis quien aportó en mi crecimiento intelectual y a todos los que aportaron de uno u otra forma a la consecución de este título pero en particular a mi hermana Viviana por su constancia absoluta y ayuda en el cumplimiento de esta meta, y sobre todo por su sentimiento de amor, quien se ha convertido en mi fuente de inspiración en la construcción y cumplimiento de nuevos objetivos profesionales, emocionales y espirituales.

DEDICATORIAS

A mi madre quien desde que nací ha sido mi ejemplo y modelo a seguir, mi inspiración y deseo de superación, quien ha sabido ser mi guía espiritual y a todo momento me ha apoyado en todas mis decisiones.

A mi hermana quien siempre ha sabido llenarme con sus consejos en el momento preciso y me ha hecho ver mis errores para corregirlos a tiempo. A ella que me ha ayudado a luchar por mis sueños para conseguirlos.

Andrea

RESUMEN

Analizar la situación actual de la Parroquia de Calderón fue todo un reto para esta investigación, ya que esta parroquia es un lugar emblemático, distintivo y muy misterioso en cuestión cultural, por esta razón entender el bagaje cultural de un pueblo es entender sus tradiciones, sus costumbres y en especial su forma de dar sentido a la realidad.

Dar sentido a la realidad fue la finalidad de este proyecto de investigación. Donde estudiar su historia permitió comprender la problemática social, es decir, se pudo visibilizar la situación actual, con respecto a la publicidad, ya que la Parroquia de Calderón no cuenta con una línea estética y por ende sus habitantes no se relacionan con ella.

Además utilizando al diseño gráfico se intentó direccionar su cultura para la creación de un logotipo que los identifique, para así, crear relación sujeto-objeto, lo cual permitiría que el habitante de sentido a su realidad, su contexto y en especial a su Parroquia.

Para finalizar también se relacionó el diseño gráfico con el diseño industrial donde desde el mobiliario urbano se benefició, permitiendo así, que el ciudadano vea en su parroquia un lugar para mantener su construcción social y su legado cultural.

ABSTRACT

Analyze the current situation of the Parroquia Calderon was a challenge for this research, as this parroquia is a landmark, distinctive and very mysterious cultural issue, therefore understand the cultural background of the people is to understand their traditions, their special customs and their way of making sense of reality.

Making sense of reality was the purpose of this research project. Where to study its history could understand the social problem, this means, we could visualize the current situation with respect to advertising, since Calderon has an aesthetic and therefore its inhabitants are not related to her.

In addition to graphic design using direct their culture attempted to create a brand that identifies them, thus, creating subject-object relationship, which would allow the inhabitant of sense of their reality, context and especially his parish.

To finish also associated with graphic design industrial design where furniture since benefited, thus allowing the citizen to see in his parish a place to keep their social construction and cultural heritage.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1. CAPITULO I. CALDERÓN “LA TIERRA DEL MAZAPÁN”, COMO PARTE DE LA EMPRESA QUITO TURISMO | 2 |
| 1.1 Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico..... | 2 |
| 1.2 Plan Q..... | 4 |
| 1.2.1 Proyectos en las Parroquias..... | 5 |
| 1.3 Parroquia Calderón | 7 |
| 1.3.1 Breve historia de Calderón | 7 |
| 1.3.2 Personajes..... | 7 |
| 1.3.3 Simbología..... | 10 |
| 1.3.4 Festividades..... | 11 |
| 1.3.5 Territorio cultural y ubicación geográfica | 12 |
| 1.3.6 Sitios Turísticos | 12 |
| 1.3.7 Sitios Ancestrales | 13 |
| 1.3.8 Cultura | 14 |
| 1.3.9 Estrategia de Vida | 14 |
| 1.3.10 Gastronomía..... | 15 |
| 1.3.11 Artesanías elementos del desarrollo..... | 18 |
| 1.3.11.1 Artesanías de madera..... | 19 |
| 1.3.11.2 Artesanías de mazapán | 21 |
| 2. CAPÍTULO II.DISEÑO GRÁFICO, FUENTE DE LOS MENSAJES QUE COMUNICA..... | 28 |
| 2.1 El diseño gráfico y los mensajes visuales | 28 |
| 2.2 ¿Qué hace un diseñador gráfico?..... | 32 |
| 2.2.1 El Briefing | 32 |
| 2.2.2 Ejecución del proyecto..... | 32 |

| | |
|---|-----------|
| 2.3 El diseño dentro de la parroquia Calderón, en la actualidad . | 33 |
| 2.4 Elementos del Diseño Gráfico aplicables a la parroquia | |
| Calderón | 35 |
| 2.4.1 Identidad Corporativa | 37 |
| 2.4.1.1 Consideraciones para el desarrollo de la Imagen Corporativa de Calderón..... | 41 |
| 2.4.1.2 Logo | 44 |
| 2.4.1.3 Editorial | 46 |
| 2.4.1.4 Packaging | 47 |
| 2.4.1.5 Folletos..... | 49 |
| 2.4.1.6 Sitios Web | 50 |
| 2.4.2 Señalética..... | 51 |
| 3. CAPÍTULO III. DISEÑO INDUSTRIAL | 54 |
| 3.1 Definición..... | 54 |
| 3.2 Características, cualidades y conocimientos del diseñador . | 56 |
| 3.3 Equipamiento urbano: el objeto y su función dentro de la parroquia Calderón | 57 |
| 3.3.1 Análisis de tipologías | 59 |
| 3.3.1.1 Bancas | 59 |
| 3.3.1.2 Basureros | 61 |
| 3.3.1.3 Estética | 63 |
| 3.3.2 Ergonomía | 66 |
| 3.3.2.1 Diseño Ergonómico | 67 |
| 3.3.3 Antropometría | 69 |
| 3.3.3.1 Dimensiones Antropométricas, posturas en el asiento.... | 70 |
| 4. CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN | 72 |
| 4.1 Metodología | 72 |
| 4.2.1 Fase de Investigación..... | 72 |
| 4.2.2 Variables..... | 73 |
| 4.2.3 Técnicas de investigación..... | 74 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2.3.1 Observación | 74 |
| 4.2.3.2 Documentación | 74 |
| 4.2.3.3 Diálogo | 75 |
| 4.2.4 Enfoque | 75 |
| 4.2.5 Alcance | 76 |
| 4.2.6 Instrumentos de Investigación | 76 |
| 4.2.7 Estimación de Parámetros..... | 78 |
| 4.2.7.1 Población de Investigación..... | 78 |
| 4.2.7.2 Cálculo de la muestra..... | 79 |
| 4.3 Segunda Fase..... | 79 |
| 4.3.1 Fase de Comunicación | 79 |
| 4.3.1.1 Esquematización | 80 |
| 4.3.1.2 Alternativas de solución | 80 |
| 4.3.1.3 Alternativa final..... | 81 |
| 4.4 Tercera Fase | 82 |
| 4.4.1 Fase de ejecución..... | 82 |
| 4.5 Cuarta Fase..... | 82 |
| 4.5.1 Fase de sustentación..... | 82 |
| 5. CAPÍTULO V: PROPUESTA DE DISEÑO | 83 |
| 5.1 Identidad corporativa | 83 |
| 5.1.1 Logo..... | 83 |
| 5.1.2 Síntesis Gráfica | 86 |
| 5.1.3 Cromática | 95 |
| 5.2 Construcción de la marca | 99 |
| 5.2.1 Geometrización..... | 101 |
| 5.2.2 La marca con sus colores corporativos | 102 |
| 5.2.3 Tipografía..... | 104 |
| 5.2.4 El color en la marca | 106 |
| 5.2.5 Usos incorrectos de la marca | 107 |
| 5.3 Aplicaciones de la marca | 109 |
| 5.3.1 Papelería básica | 109 |

| | |
|--|------------|
| 5.3.1.1 Hoja membretada..... | 109 |
| 5.3.1.2 Sobre A-4 | 111 |
| 5.3.1.3 Carpeta | 113 |
| 5.3.1.4 Credenciales | 116 |
| 5.3.1.5 Tarjeta de Presentación | 117 |
| 5.4 Mobiliario Urbano..... | 121 |
| 5.4.1 Banca y basureros para áreas al aire libre | 121 |
| 5.4.1.1 Materiales..... | 121 |
| 5.5 Conclusiones y recomendaciones | 140 |
| 5.5.1 Conclusiones | 140 |
| 5.5.2 Recomendaciones | 141 |
| REFERENCIAS..... | 142 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. El Aguador recorre la ciudad..... | 8 |
| Figura 2. Tradiciones de los pueblos Ecuatorianos..... | 9 |
| Figura 3. Fiestas Tradicionales | 9 |
| Figura 4. Mazapán del Museo Etnohistórico de Artesanías del Ecuador | 21 |
| Figura 5. Figura de Mazapán de la Parroquia Calderón..... | 24 |
| Figura 6. Figura de Mazapán de la Parroquia de Calderón..... | 24 |
| Figura 7. Figura de Mazapán de la Parroquia de Calderón..... | 25 |
| Figura 8. Figura de Mazapán de la Parroquia de Calderón..... | 25 |
| Figura 9. Figura de Mazapán de Olga Fisch | 26 |
| Figura 10. Figura de Mazapán de Olga Fisch | 26 |
| Figura 11. Figura de Mazapán de Olga Fisch | 27 |
| Figura 12. Comunicación visual | 30 |
| Figura 13. Mensaje visual | 31 |
| Figura 14. Cartel para el Moulin Rouge de París | 34 |
| Figura 15. Carpeta Actual del Gobierno Parroquial de Calderón | 38 |
| Figura 16. Dimensión de la identidad | 40 |
| Figura 17. Letrero en el Cementerio..... | 41 |
| Figura 18. Letrero de Bienvenida en la Iglesia principal..... | 41 |
| Figura 19. Letrero Ubicado en la Junta Parroquial..... | 42 |
| Figura 20. Letrero Ubicado en la Administración Zonal de Calderón | 42 |
| Figura 21. Letrero de Servicios Higiénicos..... | 43 |
| Figura 22 .Letrero de Información de la Parroquia de Calderón..... | 43 |
| Figura 23. Banco Modelo Bretaña..... | 59 |
| Figura 24. Banco Plaza | 59 |
| Figura 25. Bench Bc 171 | 60 |
| Figura 26. Banco Circe..... | 60 |
| Figura 27. Banca actual de la Administración Zonal de Calderón (1) Modelo de banca anclado a la pared(2)..... | 61 |
| Figura 28. Basurero modelo Canadá | 62 |
| Figura 29. Papelera fabricada con de madera y metal..... | 62 |

| | |
|--|----|
| Figura 30. Papelera serie África | 63 |
| Figura 31. Mobiliario actual dentro de la Administración Zonal | 65 |
| Figura 32. Relación de las disciplinas: ergonomía y diseño | 68 |
| Figura 33. Dimensiones Humanas | 70 |
| Figura 34. Variables Independientes | 73 |
| Figura 35. Variable Dependiente | 73 |
| Figura 36. Ubicación de la Parroquia de Calderón | 78 |
| Figura 37. Esquematización | 80 |
| Figura 38. Artesanía de un gallo elaborado en mazapán | 83 |
| Figura 39. Abstracción de elementos de la imagen de mazapán | 84 |
| Figura 40. Artesanía representando un payaso como ícono de la parroquia ... | 84 |
| Figura 41. Abstracción de elementos de la imagen de mazapán | 85 |
| Figura 42. Mujeres representantes de Calderón elaboradas en mazapán | 85 |
| Figura 43. Abstracción de elementos de la imagen de mazapán | 85 |
| Figura 44. Abstracción de elementos de la imagen de mazapán | 86 |
| Figura 45. Opciones de logo de acuerdo a la tabla | 86 |
| Figura 46. Alternativas de logo basado en la opción c | 88 |
| Figura 47. Bocetos de opciones de logos para la Identidad corporativa de Calderón | 88 |
| Figura 48. Geometrización del elemento que se repite | 89 |
| Figura 49. Opciones de logo adicionando la tipografía | 90 |
| Figura 50. Artesanía de Olga Fisch | 91 |
| Figura 51. Detalles del elemento | 92 |
| Figura 52. Alternativas de la encuesta a los habitantes de la parroquia Calderón | 93 |
| Figura 53. Cartilla de los pantone | 94 |
| Figura 54. Balance de blanco hacia el negro PANTONE 151C | 95 |
| Figura 55. Balance de blanco hacia el negro PANTONE 179 Cd | 97 |
| Figura 56. Balance de blanco hacia el negro PANTONE 1785C | 97 |
| Figura 57. Balance de blanco hacia el negro PANTONE 114C | 97 |
| Figura 58. Balance de blanco hacia el negro PANTONE 362C | 98 |
| Figura 59. Balance de blanco hacia el negro PANTONE 569C | 98 |

| | |
|---|-----|
| Figura 60. Balance de blanco hacia el negro PANTONE 269C..... | 98 |
| Figura 61. Forma de Logotipo de la Parroquia de Calderón | 99 |
| Figura 62. Porcentajes a imprimir del logo | 100 |
| Figura 63. Geometría logo de Calderón | 101 |
| Figura 64. Color en la marca..... | 106 |
| Figura 65. Uso Incorrecto de la Marca | 107 |
| Figura 66. Usos incorrectos del logotipo | 108 |
| Figura 67. Proporciones de la hoja membretada..... | 109 |
| Figura 68. Hoja membretada a color | 110 |
| Figura 69. Proporciones del Sobre A4 | 111 |
| Figura 70. Sobre de Color | 112 |
| Figura 71. Proporciones de carpeta blanco y negro..... | 113 |
| Figura 72. Carpeta a Color..... | 114 |
| Figura 74. Proporciones del bolsillo | 115 |
| Figura 75.Credenciales | 115 |
| Figura 76.Tarjetas de Presentación | 116 |
| Figura 77. Contenido de la página web | 117 |
| Figura 78. Contenido de la página web..... | 118 |
| Figura 79. Formato página web despliegue de contenido..... | 118 |
| Figura 80. Formato página web despliegue de contenido..... | 120 |
| Figura 81. Vista Diagonal | 123 |
| Figura 82. Vista Frontal | 123 |
| Figura 83. Vista Lateral Izquierda..... | 124 |
| Figura 84.Tuerca premontada | 125 |
| Figura 85. Modo de instalación de la madera al hormigón..... | 125 |
| Figura 86. Plano técnico banca: vista superior..... | 126 |
| Figura 87.Elementos para moldes en espuma Flex | 126 |
| Figura 88. Plano técnico banca: vista lateral..... | 127 |
| Figura 89. Modelado depósito de residuos vista lateral izquierda..... | 128 |
| Figura 90. Depósito de residuos vista lateral izquierda | 128 |
| Figura 91. Modelado depósito de residuos vista superior – frontal | 129 |
| Figura 92. Varilla roscada de acero galvanizado | 131 |

| | |
|--|-----|
| Figura 93. Modo de instalación del acero | 131 |
| Figura 94. Plano técnico del basurero: Vista Superior | 132 |
| Figura 95. Plano técnico del basurero: Vista lateral | 132 |
| Figura 96. Vista Frontal | 133 |
| Figura 97. Vista Lateral Derecha..... | 133 |
| Figura 98. Vista Lateral izquierda..... | 133 |
| Figura 99. Fijación de la madera a la estructura de hormigón1..... | 135 |
| Figura 100. Fijación de la madera a la estructura de hormigón 2..... | 135 |
| Figura 101. Fijación del acero a la estructura de hormigón | 135 |
| Figura 102. Fijación del tubo de acero al hormigón..... | 136 |
| Figura 103. Planos técnicos del tótem: Vista superior..... | 136 |
| Figura 104. Planos técnicos del tótem: Vista frontal..... | 137 |
| Figura 105. Estado actual de pictogramas dentro de la Zona Administrativa. | 138 |
| Figura 106. Pictograma | 139 |
| Figura 107. Montaje del pictograma | 139 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1. Territorio y Ubicación Geográfica | 12 |
| Tabla 2. Dimensiones femeninas y masculinas de 20 a 59 años..... | 71 |
| Tabla 3. Análisis geométrico de los elementos abstractos | 87 |
| Tabla 4. Relaciones de colores | 103 |
| Tabla 5. Cuatricromía y RGB de los colores asociados al logo..... | 103 |
| Tabla 6. Tipografía | 105 |
| Tabla 7. De especificaciones | 124 |
| Tabla 8. De especificaciones | 130 |
| Tabla 9. De especificaciones de materiales del tótem | 134 |

INTRODUCCIÓN

Este proyecto está enfocado en analizar la situación turística de la Parroquia de Calderón, para visibilizar sus prácticas culturales, permitiendo que la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico elabore planes estratégicos para trabajar en conjunto con la ciudadanía de la parroquia.

Además a través de un análisis minucioso de las figuras de mazapán se podrá crear un logotipo, el cual tendrá relación entre sujeto y objeto, es decir el objeto comunica significados y los sujetos le otorgan sentido. Por esta razón, los pobladores de la Parroquia de Calderón se sienten identificados con las artesanías elaboradas en este material.

De la misma manera, parte de la problemática se encuentra el mobiliario urbano, ya que esta se encuentra en deterioro, por ello fue pertinente relacionar el diseño gráfico con el diseño industrial para poder innovar bancas que vayan de acuerdo a las necesidades de los usuario y que también aporten para la creación de identidad con su parroquia, la cual se intenta explicar en todo este proceso investigativo.

CAPITULO I

1. CALDERÓN “LA TIERRA DEL MAZAPÁN”, COMO PARTE DE LA EMPRESA QUITO TURISMO

Quito Turismo es una empresa joven que día a día trabaja para cumplir con su razón de ser. El 5 de mayo de 2010, mediante la Ordenanza 309, publicada en el Registro Oficial N° 186, se crea la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico con el objeto principal de desarrollar la actividad turística en el Distrito Metropolitano de Quito con la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, así como la promoción del Distrito Metropolitano de Quito como destino nacional e internacional, que se suman a otras diversas acciones que corresponden al ámbito turístico.

1.1 Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

La Empresa de Gestión de Destino Turístico (2012) tiene varios objetivos, dentro de los cuales está “incrementar la cantidad de turistas nacionales aledaños a las provincia de Pichincha y a su vez abarcar a los extranjeros”. (<http://www.quito-turismo.gob.ec/>).Actualmente está conformada por un equipo de personas comprometidas a cambiar a Quito, transformándola en la mejor experiencia turística para visitantes y residentes.

La misión del Distrito Metropolitano de Quito en alianza con el sistema turístico, es beneficiar a los turistas locales, nacionales y extranjeros, a través de la innovación de la calidad y el talento humano.

Quito Turismo (2012)se identifica con los valores detallados a continuación:

- “Apertura al cambio transformacional, que es la adaptación a los cambios para lograr los objetivos.

- Orientación a los resultados, es el seguimiento y evaluación al cumplimiento de los objetivos y metas, como estrategia para la mejora de la gestión organizacional.
- Solidaridad, mejorar el vínculo entre la organización con la sociedad, haciendo que los objetivos y metas de Quito Turismo sean comunes a las del bienestar social.
- Respeto, valorando los requerimientos de la ciudadanía y grupos de interés, brindando una atención siempre atenta y cordial.
- Responsabilidad, las acciones de quienes hacen Quito Turismo se ven reflejadas en cuidar y valorar las consecuencias de cada uno de sus actos". <http://www.quito-turismo.gob.ec/>

Los objetivos de la empresa Quito Turismo (2012) son:

1.- "Incrementar el índice de satisfacción y experiencia del turista en el destino", para llegar a ese objetivo se debe implementar productos turísticos innovadores", (fuente: <http://www.quito-turismo.gob.ec/>) es decir, generar nuevas ideas creativas que se implementen en el mercado, para tener como resultado la innovación de un producto nuevo e innovador.

Para cumplir el primer objetivo la empresa Quito Turismo plantea otra estrategia, la cual es "desarrollar una gestión y coordinación adecuadas de facilitación turística", (fuente: <http://www.quito-turismo.gob.ec/>), a través de la adopción de nuevas medidas que ayudaría a que los lugares atractivos sean de mayor acogida. Donde un análisis de la situación actual evalúe los precios de estadía y de alimentación, con el fin de desarrollar herramientas para la obtención de buenos resultados y así, facilitar el turismo del lugar.

2.- Como segundo objetivo está: "Incrementar el impacto económico del turismo en el Distrito Metropolitano de Quito, con su estrategia de aumentar la efectividad de los canales de promoción y difusión del destino, (fuente: <http://www.quito-turismo.gob.ec/>), por medio de diferentes tipos de herramientas

de promoción, se puede conseguir un impacto del lugar que se desea darle un aviso a los clientes, promocionando las admirables características que conserva el sector.

A través de su página web, www.quito.com.ec, el turista puede acceder y conocer sobre los lugares turísticos, la misma incluye opciones como: mapas de la ciudad, agendas turísticas para cada fecha solemne, lugares de interés, entre otros.

Este material turístico busca facilitar información de apoyo a la planificación de viaje y está dirigido a viajeros nacionales y extranjeros, en español e inglés.

Además Quito Turismo cuenta con diferentes puntos de información, dentro de la ciudad: en la oficina del Centro Histórico, en el sector de la Mariscal, en el arribo del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, en el Terminal Terrestre Quitumbe, y en Chimbacalle.

1.2 Plan Q

Las 33 parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito están dentro de uno de los proyectos del Plan Q, el mismo que consiste en promocionar el turismo, con el objetivo de incrementar la visita a la ciudad.

Para regocijo de los quiteños y diversión de los visitantes, la meta principal que sirve como base al Plan Q 2012 es el criterio de que Quito es considerada una de las ciudades más admirables de Latinoamérica, empezando por sus grandes y detalladas retablos barrocos en iglesias, sus pinturas y esculturas que se encuentran situadas en el centro de la ciudad.

Además sobre sale algunos barrios turísticos, como son: Chimbacalle, donde se encuentra el ferrocarril. Guápulo con una vista espectacular, se caracteriza

como una zona relajante e inspiradora y como lugar campestre está el Valle de los Chillos. Cada uno de estos sitios ofrece gran variedad de servicios.

Quito está rodeada de hermosas montañas que permiten apreciar a la ciudad desde sus miradores como: la de Cruz Loma, donde el teleférico forma parte de ella, la cual brinda el servicio de las cabinas que suben a 2.950 metros a nivel del mar. Otra montaña que destaca a la ciudad es el Panecillo que tiene 3.035 metros de alto, la cual está adornada por el monumento de la “Virgen de Quito” (réplica de la obra de 30 cm del escultor quiteño Bernardo de Legarda), este sitio separa el norte del sur de la ciudad.

Al norte contamos con el principal pulmón de la ciudad, el Parque Metropolitano que cuenta con 557 hectáreas. Del mismo modo la ciudad de Quito cuenta con el parque Metropolitano Chilibulo – Huayapungo, este espacio verde se encuentra en la parroquia de Chillogallo, la cual está a 60 minutos del centro de Quito.

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico tiene una promesa de bienestar y progreso para la ciudad. Con el fin de promover en las personas, sin importar la edad, el disfrute de estos maravillosos lugares, llenos de paz, armonía y sobre todo compartir la cordialidad que tiene los quiteños al momento dar la bienvenida a los turistas.

1.2.1 Proyectos en las Parroquias

Revitalización del Centro Histórico

Actualmente Quito Turismo ofrece a los turistas actividades diurnas puntuales que resaltan a un importante sector, La Ronda:

- *Juguemos en La Ronda*, es una actividad que comprende la participación en juegos tradicionales como: la rayuela, el futbolín, los trompos, las canicas o los famosos coches de madera; están dirigidos por

jóvenes provenientes del sector, ellos son 'Rondín', 'Juancho', 'La Negra Mala' o la 'Chola Pinganilla' y están capacitados para recordarnos estos antiguos juegos.

- *Manos en La Ronda*, se trata de hacer conocer a los visitantes sobre los oficios y tradiciones de la ciudad, elaborando talleres que les permitan poner en práctica sus habilidades en: artesanías de cerámica, creación de velas y preparación de dulces tradicionales. Esto mostrará el talento de los artesanos capitalinos.

Feria Artesanal Texturas y Colores

Este proyecto nace en el año 2009 con el objetivo de unir a las familias de las parroquias, donde es necesario destacar que la Parroquia de Calderón se especializa en artesanía de mazapán de calidad.

Por esta razón el 14 de Diciembre del 2012 se realizó la IV Feria en el Centro de Exposiciones de Quito, se contó con la visita de 6.000 personas y con la participación de 130 expertos en la artesanía, entre ellos estuvieron microempresarios de los barrios de la ciudad de Quito, en especial de la Parroquia de Calderón, la cual fue acompañada de figuras de mazapán, y su exquisita gastronomía.

De manera que, el siguiente capítulo a tratar es la historia de un barrio que forma parte de la ciudad de Quito, pero por su lejanía su memoria ha quedado guardada en las mentes de sus habitantes.

1.3 Parroquia Calderón

1.3.1 Breve historia de Calderón

Carapungo es el nombre histórico de la parroquia de Calderón, palabra que viene del Quichua, pungu: puerta y karanki: lugar de los Karas.

“En honor al héroe de la batalla de Pichincha Abdón Calderón, el nombre Carapungo fue sustituido por el de Calderón” (Jijón, 1947, p.14)

El cambio del nombre de Carapungo a Calderón, evidenciaba la necesidad de los vecinos blanco-mestizos por borrar un nombre que los vinculaba con la población indígena y el mundo no civilizado que representaba, según la ideología dominante en esa época. (Espinosa, 2005, p.7)

1.3.2 Personajes

En esta zona apenas quedan los vestigios de tres figuras humanas que sobresalieron en la provincia: el aguador, la mujer de Carapungo y el Capariche. (Simbaña, et al.p.191)

Según el censo demográfico realizado en 1974 el día 8 de Julio, Calderón creció a 13.358 habitantes, ya que por su carencia de agua tuvo un efecto tardío en poblarse, y es así donde el “aguador” se vuelve en un personaje importante.



Figura 1. El Aguador recorre la ciudad

Tomado de: www.primariatic.gob.mx

En la memoria persiste a imagen de los aguadores indios, con sus maltas o pundos a la espalda, acarreando el agua desde el pogyo de Umayacu y la quebrada Guevara, hacia el centro parroquial, en donde se la vendía (Tobar, 2012, p.22).

Por su valentía y esfuerzo, en sacar a sus hijos adelante y llevar el pan a sus hogares, las mujeres de Carapungo se caracterizan por ser una de las primeras mujeres luchadoras, según el relato de Inés, una señora de 58 años, comentó que su crecimiento fue muy difícil ya que su madre hizo sacrificios por ella, de una manera responsable pero a su vez muy agotadora, ya que con su vasija de barro tenía que ir a vender frutas lejos del lugar donde residían, no solo su madre se dedicaba a vender, junto con sus vecinas y compañeras, buscaban cada día mejorar su calidad de vida, por medio de la actividad artesanal, que hoy en día es una actividad muy tradicional, originaria de los pueblos, elaboraban manualmente artesanías en mazapán.



Figura 2. Tradiciones de los pueblos Ecuatorianos

Tomado de: www.paypahuasi.com

Es importante valorar este tipo de mujeres porque demuestran la capacidad de resistencia para luchar.

En la investigación de Tobar, (2012, p.43) las festividades de la Virgen de Natividad, Corpus Cristi, San Pedro, Del Niño Jesús, las más sonadas de Calderón, se celebran con misa, juegos pirotécnicos, castillo, vaca loca, organizadas por los sacerdotes.



Figura 3. Fiestas Tradicionales

Tomado de: www.joyasdequito.com

En el estudio de campo un habitante de la parroquia, narró la variedad de festividades que celebran, una de ellas se la celebra en el mes de Mayo a Junio, se la denomina con el nombre de la misa de Corpus Cristi, donde los

carapiches y payasos son los que durante la procesión, camino hacia la iglesia, animan la fiesta con su danza tradicional. Esta fiesta es en agradecimiento a la madre tierra. Se observa, en la misma, colocar sobre el suelo telas coloridas, y sobre ella, posan los alimentos como frutas, granos y flores.

En el 2005, Espinosa (p.13) encontró que Don Samuel Becerra, fue otro de los personajes importantes en la década de los cincuenta, Becerra escribió la primera monografía de Calderón, uno de los primeros trabajos del Cantón Quito.

1.3.3 Simbología

“El Catzo”

El catzo es un insecto muy apreciado en Calderón, sale dos veces al año, en el mes de septiembre y en la época de Carnaval. Según Simbaña, el catzo “Significa el regreso de quienes han pasado a otra vida”. (Simbaña et al. p.192). Este insecto se lo encuentra a las 5h30 de la mañana, porque es el momento en que empiezan a copular.

“Ojo de agua Umayacu”

Ubicado en el sector de Jalunguilla, vertiente sagrada para los indígenas, aún practican sus baños rituales. Con flores silvestres –armai chiri y tumaripaccha- reciben el agua de la vertiente de Umayaku (agua de la cabeza o agua de los conocimientos) y así se purifican, aclaran su pensamiento y curan sus males.

“La luna”

La luna rige la vida agrícola de los indígenas. Sus movimientos definen las fechas de siembra, cosecha y corte de las matas. Cuentan que en los eclipses de luna (Durán, 2006).

“Se obligaba a todos a levantarse, para tratar de apagarla, porque se estaba quemando la luna. Entonces, tenían que rogar al padre

sol que dejara de castigar a su esposa. Así, todos salían con un pilche de agua y lo aventaban con dirección a la luna para apagarla”. (p.18)

“Las cuturpillas”

Las cuturpillas son las tórtolas. La narración que se detalla a continuación simboliza la transformación de la tórtola en mujer y viceversa (Simbaña et al. p.193)

“Cuentan los abuelos Achik, padre-madre, ordenador, creador, hizo al ser humano en el campo para que labrase la tierra. Una tarde cuando llegaba después del trabajo, descubrió a una tortolita que adornaba su casa. Cuando logro agarrarla, la vio convertirse en una hermosa mujer. Desde entonces viven juntos y procrean a la humanidad”.(p.193)

1.3.4 Festividades

Las fiestas y las ceremonias indígenas están relacionadas directamente con el calendario agrícola, donde celebran la vida y la muerte, los cuales son sucesos de importancia crucial para las culturas andinas. En este sentido se destaca diversos ritos relacionados con las exequias, el matrimonio y las cosechas.

Otra ceremonia importante era el Huasipichay o la fiesta de la casa nueva. Años atrás, en la sociedad indígena, las casas se construían a partir de la cooperación de muchas familias. Al momento de la colocación de la última teja, el dueño, los parientes y quienes habían colaborado en la construcción de la casa, sacrificaban ovejas y derraman sangre sobre la cubierta de la casa nueva. Luego de esta ceremonia se realizaba una fiesta que duraba días hasta 3 días, se bebía, bailaba y cantaba en compañía de los que habían hecho posible la construcción. Con este gran festejo, inauguraban la casa nueva.

Las festividades y conmemoraciones religiosas más importantes de Calderón celebradas con la participación de la población indígena y mestiza fueron: San José, Viernes Santo, Corpus Christi, Virgen de la Natividad el 8 de septiembre, La Inmaculada el 8 de diciembre y Navidad, para lo cual se nombraba priostes, encargados de la organización y logística de la fiesta.

1.3.5 Territorio cultural y ubicación geográfica

Tabla 1. Territorio y Ubicación Geográfica

| | |
|-------------------|----------------------------------|
| UBICACIÓN: | A 15 Km. del norte de Quito |
| ALTURA: | 2.659 metros |
| POBLACIÓN: | Aprox. 250.000 habitantes |
| LÍMITES: | |
| NORTE | Con la parroquia de Guayllabamba |
| SUR | Con Llano Chico |
| ESTE | Con Puenbo |
| OESTE | Con Pomasqui y San Antonio |

1.3.6 Sitios Turísticos

- Mirador La Bolivariana: Lugar donde se admira el inmenso cielo azul con una amplitud hacia las zonas aledañas a Calderón como Llano Chico y el aeropuerto “Mariscal Sucre” ubicado en la parroquia de Tababela.
- Cementerio de Collas.-en este sitio los pobladores realizan una de sus tradiciones, se trata de comer en la tumba de su ser querido, estas tumbas

están sujetas al suelo, no existen nichos, tiene una vista espectacular de los paisajes que la rodean.

- La Iglesia de Calderón.-Fundada en 1907 por el primer Sacerdote Faustín Carrasco, también creador de la fiesta de la Virgen de la Natividad, con la ayuda de los moradores construyeron la iglesia, la cual está dividida en 2 partes, la primera tiene dos torres con su respectivo campanario, en la segunda división existe un rosetón que por medio de ella traspasa la luz hacia el coro de la iglesia

1.3.7 Sitios Ancestrales

En Calderón, los grupos indígenas mantienen hasta nuestros días una serie de rituales antiguos vinculados a las diferentes etapas de la vida:

En las aguas de vertiente o pogllos, son sagradas para los indígenas, aún practican sus baños rituales. Con flores silvestres –armai chiri y tumaripaccha- reciben el agua de la vertiente de Umayaku (agua de la cabeza o agua de los conocimientos) y así se purifican donde se aclaran su pensamiento y curan sus males.

En el año 2002, al realizarse los trabajos previos a la construcción del OCP en la zona de Bellavista en la parroquia de Calderón, los investigadores encargados del monitoreo arqueológico de dicho proyecto, encontraron restos óseos pertenecientes a 16 individuos. Sometidos a los análisis respectivos, se estableció que aquellos restos pertenecían a individuos que vivieron en dicho lugar hacia el 1000 a. C. (Espinosa, 2005, p.67)

Por otra parte, arqueólogos como el belga Josef Buys, quien realizó importantes investigaciones en el cantón Quito a inicios de los 90 del siglo anterior, menciona la presencia de yacimientos arqueológicos en Calderón en los cuales aparecen evidencias cerámicas, algo toscas y comparables con las

encontradas en Chilibulo, Chillogallo, Chaupicruz, Zámiza, Lulunbamba, Pululagua, Pusuquí, Pomasqui y Tanlagua (Buys, 1994, p.22)

1.3.8 Cultura

Con una tela rústica de lana pura, obtenida del ganado de las comunidades, era elaborada la vestimenta indígena de Carapungo. Hacían de la tela varios modelos de atuendos, siendo el mismo color blanca o incolora, se fabricaba la facha, similar a una túnica, era utilizada por las mujeres sujetadas en los hombros con una tupulina o tupo. La fachalina utilizada como rebozo era sujeta por otra tupulina a la altura del pecho, y elaborada con la misma tela pero tinturada de negro. La túnica masculina era confeccionada con la misma tela, especie de camisón que cubría el tronco y se dividía en la entrepierna, similar al poncho.

1.3.9 Estrategia de Vida

Quito posee distintos lugares de venta artesanal, como por ejemplo el “Mercado Artesanal” ubicado en el sector de la Mariscal, aquí encontraremos una amplia opción de artesanías, los turistas tanto nacionales o internacionales pueden escoger productos textiles coloridos como: bufandas, sacos, bolsos, ropa, etc., también encontraremos adornos decorativos que son figuras talladas a madera y las de mazapán, hay locales que se dedican a vender joyas, pinturas atractivas y sombreros de paja toquilla.

La artesanía es uno de los elementos de mayor importancia en la parroquia de Calderón, ya que es una de las maneras de proveer lo suficiente en la zona rural. En los eventos que se organizan la mayoría de fines de semana, y a los que acuden turistas, la parroquia se ve muy beneficiada ya que el consumo de alimentos o la venta de las artesanías generan ingresos importantes.

La Artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas. Hoy la artesanía se proyecta como una solución productiva y económicamente rentable (Roncancio, 1999).

Los habitantes de la zona se sienten opacados al ver que las obras artesanales, las ven en segundo plano, como por ejemplo en los libros de historia, lo importante en este momento, son los líderes en el campo administrativo, pero no es una amenaza, ya que son estas obras las que continúan por generaciones y han durado durante años, todo lo contrario a los trabajos profesionales, lo indicó, Rosario Vega, vendedora y fabricante de las artesanías.

Los artesanos de la Parroquia de Calderón expresan por medio de sus obras sus sentimientos, pensamientos y formas de entender la realidad a través del uso de variedad de materiales. En la parroquia Calderón, las artesanías de mazapán son el mayor tesoro apreciado, que con el paso del tiempo se transmitirá de padres a hijos, para que su legado permanezca.

Estas actividades de todo tipo artesanal, le dedican todo el tiempo, y se convierte en un modo de sustento de vida. Es por eso que se le da un valor cultural muy importante, y se proyecta como una salida económicamente rentable y productiva.

1.3.10 Gastronomía

Analizar la gastronomía de un lugar es entender su composición social, cultural, es apreciar el legado que se impregnó en las manos hábiles de cada individuo. Es así que, la gastronomía de una ciudad es caracterizada por su

mestizaje cultural, que se encuentra en la mezcla y fusión de sabores, olores, que no sólo cautivan al paladar, sino que a todos los otros sentidos. Además el objetivo de la gastronomía es la de construir imágenes partiendo del equilibrio entre aromas.

Calderón, con su variedad de festividades, que realizan durante todo el año, como parte de estas fiestas, sus platos típicos especiales hace de esas visitas más placenteras y satisfactorias.

En 2011, la investigación de Flavián y Fandos (p.222), se cuestionan sobre ¿Cuáles son los motivos que inducen a comer culturalmente?, y señalaron que no hay un único motivo, sino que nuestra motivación se encuentra influenciada por diversos factores, entre lo que podrían destacarse los siguientes factores:

- Factores culturales: se trata de la elaboración tradicional de los alimentos en cada zona, y conocer la historia de dichos alimentos.
- Factores interpersonales: es sentirse cómodo en cualquier lugar, y ser sociables compartiendo experiencias de su estadía.
- Factores de prestigio: describir a otras personas de lugares que ya han conocido, en el ambiente gastronómico, cuyo nivel de vida es de alta calidad.
- Factores físicos: si queremos alejarnos de la rutina, la presentación de un plato exquisito, ayudará a obtener un resultado placentero, siendo los productos tradicionales y naturales de la tierra, los que generan confianza y seguridad hacia los turistas.

Después de analizar estos factores, constatamos que esta actividad es una demanda favorable, donde contribuye económicamente al sector. De esta forma es cómo la parroquia posee distintos platos que el turista puede deleitar

su paladar. A continuación se presenta algunos de los platos típicos de la zona, información obtenida por medio de una encuesta, en los principales y más visitados restaurantes de Calderón.

Uchucuta

Dice la señora Marta, madre de Renato, dueño del restaurante “Mi Quinta”, que no se la prepara para ninguna fiesta en particular, sino que más bien es un guiso que sabe mejor si se la come con los dedos, mejor aún si la deleitan en compañía de la familia.

Este plato es el resultado de la mezcla de harina de maíz, arveja, carne de res, col, maní, hasta obtener una colada espesa, hace de este plato muy especial y placentero.

Colada de Churos

En la calle principal 9 de Agosto, ingreso a la parroquia, nos encontramos con “El Buen Sabor”, un restaurante muy frecuentado por los habitantes, donde la especialidad es la colada de churos.

Doña Lucía Palacios dice que los alimentos ancestrales van desapareciendo dentro del menú en general, pero ella como administradora del local, quiere mantener la receta que fue heredada por su madre.

Puga (1994, p. 22) indica que los “churos” (molusco comestible), se encuentran en la costa a orillas del mar y en la sierra en las zonas secas arenosas, y en ciertos sitios de Calderón.

Los churos, la harina de haba y el culantro, son los ingredientes para preparar este plato tradicional.

Cuy Asado

Este es un plato muy cotizado, especialmente en ocasiones como matrimonios, bautizos, cumpleaños o santos.

“Al cuy es mejor asarlo en el horno bien caliente, para que el cuero salga bien tostado. Luego de servirse el cuy es bueno lavarse las manos con cerveza, para que se pierda la grasa, pues el cuy es mejor comerlo con la mano”. Lo indica Don Eduardo, cliente fiel de Mi Quinta restaurante.

Chicha de Jora

Esta bebida acompaña todas las ocasiones de la vida, y son el maíz de Jora, la hierbaluisa, el clavo de olor de dulce, el cedrón, la panela y las hojas de Higuerilla, los ingredientes primordiales para deleite de nuestro paladar.

Desde la época prehispánica y todavía en la actualidad, para ciertas culturas americanas, el maíz es un símbolo de fertilidad y sus ciclos productivos rigen el calendario de fiestas.

En los últimos años los costados de la vía Panamericana se han caracterizado por el expendio de productos derivados de la carne de chanco. Se puede saborear deliciosos platos de fritada, cueritos o chicharrones acompañados con mote, entre otros.

1.3.11 Artesanías elementos del desarrollo

La UNESCO se interesa exclusivamente en los factores socioculturales y económicos de las artesanías en la sociedad. Durante algunos años se dedica a favorecer a esta actividad, por medio de proyectos que inciten a su formación y desarrollo, en las entidades interesadas, nacionales e internacionales, con el fin de demostrar que la artesanías son primordiales.

“Los productos artesanales son los elaborados ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.” (UNESCO, 1997 p.45).

La Parroquia de Calderón realiza proyectos para vincular a la sociedad al desarrollo económico de la región, donde cada artesano por medio de talleres de capacitación impulsado por la Municipalidad, fortalecen su vínculo entre artesanía y administración. Existen artesanos que han hecho de su obra una razón de lucro.

Por esta razón, es necesario impulsar a cada pequeño empresario a formar su empresa familiar, para que a través de sus habilidades manuales, tengan un estímulo que les provea de insumos para cumplir sus proyectos.

1.3.11.1 Artesanías de madera

Las artesanías de madera son productos que identifican al país, donde se vincula con la cultura de cada pueblo con sus tradiciones ancestrales. Por lo tanto, es necesario no sólo recuperar la identidad sino compartirla con el resto mundo, para que ellos difundan las prácticas culturales del país, y así el turismo se fortalezca.

De acuerdo al Instituto de Investigaciones Socioeconómicas del Ecuador (INSOTEC), en el informe realizado en 2010, con el tema: “Estudio Propuesta para el posicionamiento de la Artesanía Patrimonial del Ecuador”.

“El 60% del total de la población, entre 12 y 64 años, se dedica a la labor artesanal tanto patrimonial como de otros oficios no artesanales, pero que aplican tecnología artesanal en sus procesos. Casi 700 mil unidades económicas emplean entre 1 y 9 personas, sin discriminar si son operarios o aprendices. Casi 245 mil unidades artesanales emplean a 1,22,365 personas con un promedio de casi 5 personas por unidad, no obstante en un rango que, como se acaba de anotar, va de uno a nueve. La manufactura en unidades significa 25.98% del total de ingresos al país”.(INSOTEC, 2010).

Fue así que a principios de los años ochenta cuando se intensificó la producción de artesanías de madera:

“La gente del pueblo aprendió con gran rapidez la destreza para tallar la madera, la habilidad cargada de imaginación, los convirtió en creadores de una amplia gama de obras que van desde dragones con una o dos cabezas, hasta esqueletos, ángeles y figuras humanas con cabezas de animales o fauna fantástica”. (Hernández y Zafra, 2005, p.167).

Uno de los máximos representantes de artesanías de la Parroquia de Calderón es el señor Segundo Vega, señala en la entrevista realizada el 9 de Junio de 2012, que “el arte en madera vino a la Parroquia de Calderón hace muchos años desde Ibarra”. Él elaboró las puertas del Colegio Mejía cuando su rector era el Sr. Modesto Paredes, cuando apenas tenía 15 años y fue una de las obras que le trajo un sinnúmero de clientes.

Más tarde elaboró el altar de la Iglesia de Conocoto, los andenes de la iglesia de La Merced, las puertas de estilo incaico del teatro de la Universidad Central e incluso el Altar de la Iglesia de El Quinche.

El negocio era muy fructífero en ese entonces y tenía varios empleados que fueron aprendiendo no solo el arte sino el amor al trabajo en madera convirtiéndose en una verdadera escuela.

1.3.11.2 Artesanías de mazapán

Las artesanías de mazapán, son una especie cultural característica de Calderón, éstas tienen origen en la época de la colonia y específicamente para la celebración en el día de los difuntos, donde los indígenas depositan sobre las tumbas de sus finados, ofrendas de mazapán. Esta tradición fue heredada por generaciones, su elaboración implica muchas dotes de habilidad y creatividad, dando una temática muy variada.

La Sra. Amparo Heredia, miembro de la Unión Artesanal de Mazapán de Calderón, explica que Calderón es una parroquia donde las artesanías han tenido un gran desarrollo, tanto por la creatividad como por la habilidad de sus artífices.

La historia del mazapán inicia con la tradición de los pobladores de elaborar guaguas de pan para el 2 de noviembre, "Día de los Difuntos", fecha en la que se hacían las muñecas y caballitos de masa de pan para llevar al cementerio con la colada morada y la uchucuta.

“Muchas de las productoras de mazapán viajaron a Europa, EEUU y otros países de Sudamérica para promover el producto este fue el caso de Alicia Becerra, Margarita Ruiz, Esthela Bedoya, Maruja Gordón, Teresa Chávez, Elvia Cano o Mercedes de Guarderas. Grandes artesanos con habilidad en el tallado a

madera, han logrado desarrollar un papel importante en el exterior ya que estas piezas son vendidas al por mayor, siendo esta actividad productora de figuras decorativas, es lo que atrajo a los extranjeros a comprarlas”. (Espinoza 2005, p.92)

La idea está en diseñar nuevos productos sofisticados, pero de la misma manera continuar elaborando los primeros modelos que fueron los originarios para continuar con esta labor, y así seguir conservando sus orígenes.

Con el paso del tiempo los diseños, las técnicas y los modelos han sufrido variaciones. Las pequeñas figuras son comercializadas en pequeñas tiendas del centro de Calderón y en las tiendas artesanales de diversas regiones del país.

“En las décadas de los setentas y ochentas el mazapán provocó un nuevo auge en la economía local. Muchos talleres contrataron bajo la modalidad de trabajo a domicilio a mujeres indígenas, quienes elaboraban las figuras en sus propias casas para luego entregarlas a los talleres del centro parroquial. Entretanto, la técnica de elaboración se fue perfeccionando con miras a hacer figuras más resistentes al paso del tiempo y al ataque de las polillas. Así nació la técnica del migajón, que consiste en la mezcla de maicena con pega blanca. Dicha técnica empezó a difundirse a inicios de los ochenta y fue importada desde México. El migajón era más manejable, lo que permitía hacer figuras más pequeñas y complejas, como los prendedores. Esta técnica fue desplazando poco a poco a la tradicional del mazapán, y los principales compradores de las figuras de migajón fueron los otavaleños que llevaban la artesanía a Colombia, Venezuela y el Perú”. (Arévalo y Paredes, 2005, p.26).

Para dar a conocer la situación actual acerca de esta actividad, vamos a señalar como se inició el apoyo para continuar con la elaboración de las artesanías de mazapán. Esta información fue obtenida por el segundo vocal de la junta parroquial de Calderón, el señor Xavier Casanova.

El 14 de mayo de 1990, se creó la Unión Artesanal de Productores de Mazapán, con 26 integrantes de los cuales 22 eran mujeres, estos socios se dedicaron a la elaboración de las figuras. Para exponer sus productos, se estableció un Centro Artesanal de exhibición y ventas, el cual está conformado por 26 locales, ubicados en la Avenida Carapungo, donde cada artesano expone sus figuras exclusivas a todo el público en general, los horarios de exposición son todos los días de la semana y depende del dueño del local la hora en que se abre y se cierra.

A continuación se presenta algunas imágenes de las figuras más representativas de la parroquia, empezando por la guagua de pan una de las primeras figuras elaborada por estos artesanos. Seguida por lo payasos, los cuales son personajes importantes en las fiestas de la zona, sin dejar de lado las manualidades que toman forma de animales.

- Imagen obtenida del Museo Etnohistórico de Artesanías del Ecuador “Mindalae”. Procedencia: Pichincha, Calderón



Figura 4. Mazapán del Museo Etnohistórico de Artesanías del Ecuador

- Imágenes obtenidas en los locales de venta de artesanías de la Parroquia Calderón.



Figura 5. Figura de Mazapán de la Parroquia Calderón



Figura 6. Figura de Mazapán de la Parroquia de Calderón



Figura 7. Figura de Mazapán de la Parroquia de Calderón



Figura 8. Figura de Mazapán de la Parroquia de Calderón

Continuación los diseños de Olga Fisch. Ella adoptó el estilo de los artesanos de la Parroquia de Calderón, al momento de realizar figuras de mazapán. Actualmente tienes dos locales en la ciudad de Quito. Uno en el Centro Histórico de Quito y el otro en la Avenida Colón. Sus diseños son característicos por su limitación de modelos y la utilización de granos para embellecer la figura.

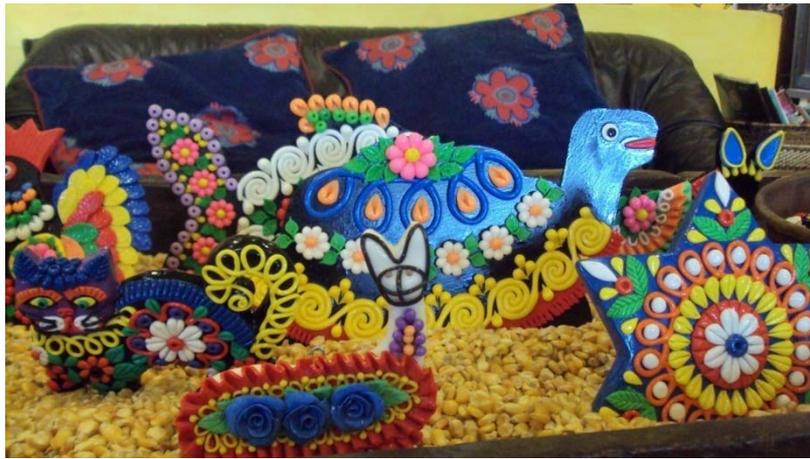


Figura 9. Figura de Mazapán de Olga Fisch

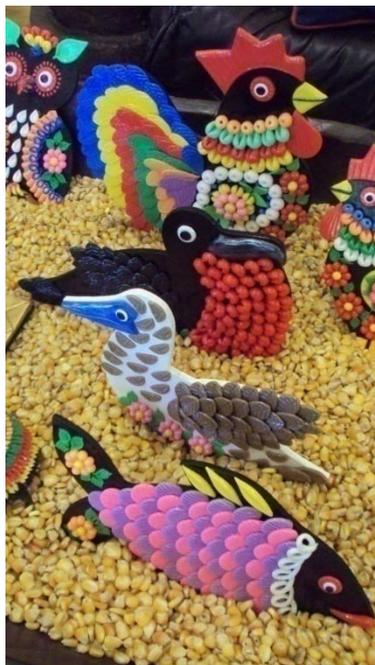


Figura 10. Figura de Mazapán de Olga Fisch



Figura 11. Figura de Mazapán de Olga Fisch

A través de este registro fotográfico se puede verificar como las figuras de mazapán son vistosas, coloridas y atractivas. Permitiendo que artistas de otros países visiten el Ecuador y se conviertan en gestores culturales, es decir ellos aprenden las técnicas para la elaboración de artesanías, y lo transmiten a sus familias, facilitando así el posicionamiento de las actividades culturales del Ecuador

Para ilustrar esto, Olga Fisch es una mujer húngara que visitó el país y se fascinó de las técnicas, tanto que hoy en día, realiza sus propias creaciones fusionando la creatividad con el estilo propio de nuestro país. Además ella logró comercializar sus creaciones, ya que, a través de una entrevista, permitió entender que su target o mercado meta son personas de alto status social.

Este es un ejemplo de cómo una técnica delegada de padres a hijos, se convierte en una manera de redescubrir la herencia cultural y cómo a través de la oralidad se puede transmitir la información y el conocimiento adquirido en cada parroquia de la ciudad de Quito.

CAPÍTULO II

2. Diseño Gráfico, fuente de los mensajes que comunica

2.1 El diseño gráfico y los mensajes visuales

El diseño gráfico es una actividad, que busca solucionar necesidades de comunicación, a través de ideas creativas con el fin de transmitir mensajes visuales específicos a grupos determinados utilizando imágenes.

Dentro de los lineamientos del proyecto *Plan Q*, existen algunos lugares dentro de la ciudad que se consideran importantes, los mismos que necesitan dar una imagen acogedora y atractiva que llame la atención de los turistas locales y extranjeros.

En el 2003, Acosta (p. 11) señala que el diseño hecho para los ojos constituye, hoy, el medio fundamental de la comunicación social. Su designio más noble es trabajar para mejorar nuestro entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida; aportar informaciones y mejorar las cosas; difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura. Su especificidad como disciplina es transmitir sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento.

Se puede decir que el mensaje visual se lo puede dividir de 2 maneras: la información que contiene su mensaje, es decir lo que nos transmiten los elementos, como ejemplo ¿Es lo mismo un objeto de colores o a blanco y negro? Y el soporte visual donde el conjunto de elementos hacen visible el mensaje, como ejemplo la forma, el color, la textura, etc.

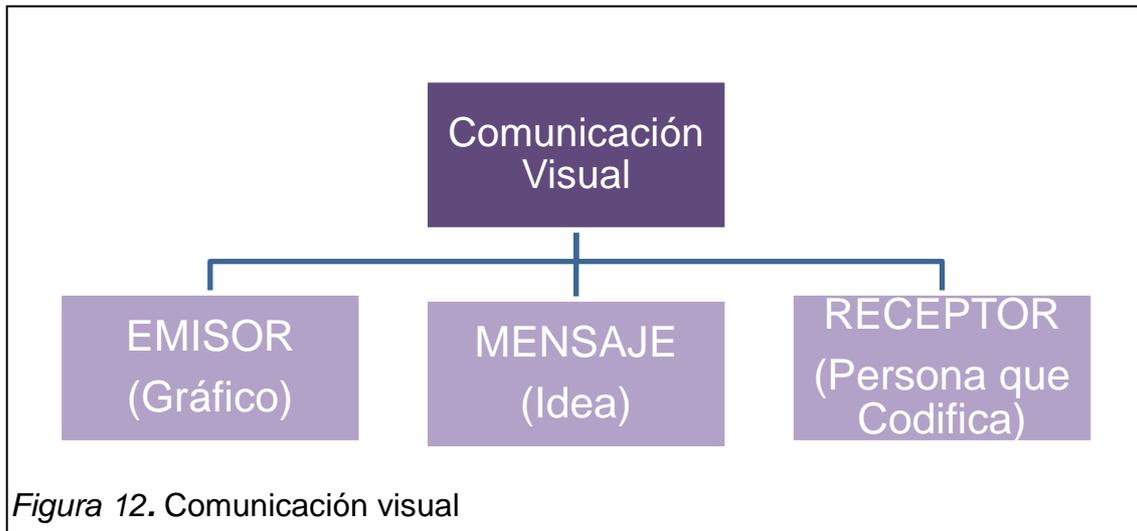
Uno de los puntos dentro de esta propuesta a Calderón, es informar los principales lugares de la parroquia, por medio de elementos fáciles de interpretarlos. Al enlazar la definición del mensaje visual con el proyecto de Calderón, llegamos a la conclusión de que Calderón necesita varios elementos

informativos para lograr una buena organización en lo que se refiere en los puntos de mayor importancia como son la avenida donde existen los locales de venta de figuras de mazapán, el parque Calderón con su iglesia, el cementerio, la zona de administración, entre otros. El objetivo es darles una innovadora imagen a la parroquia, con el uso adecuado del mensaje visual, el cual no sólo se trata de buscar una agradable estética, sino que cumpla con su función y que llegue el mensaje a las personas que va dirigido, que en el caso de este proyecto son los turistas. Además este lenguaje visual tiene que ser perdurable, es decir que tenga un diseño que dure a través del tiempo y la moda.

Los mensajes visuales, consisten en una representación icónica esquemática de algunas propiedades y no de representaciones analógicas de una realidad. Se presentan como un proceso complejo donde parecen combinarse y retroalimentarse, originando una interpretación de significados.

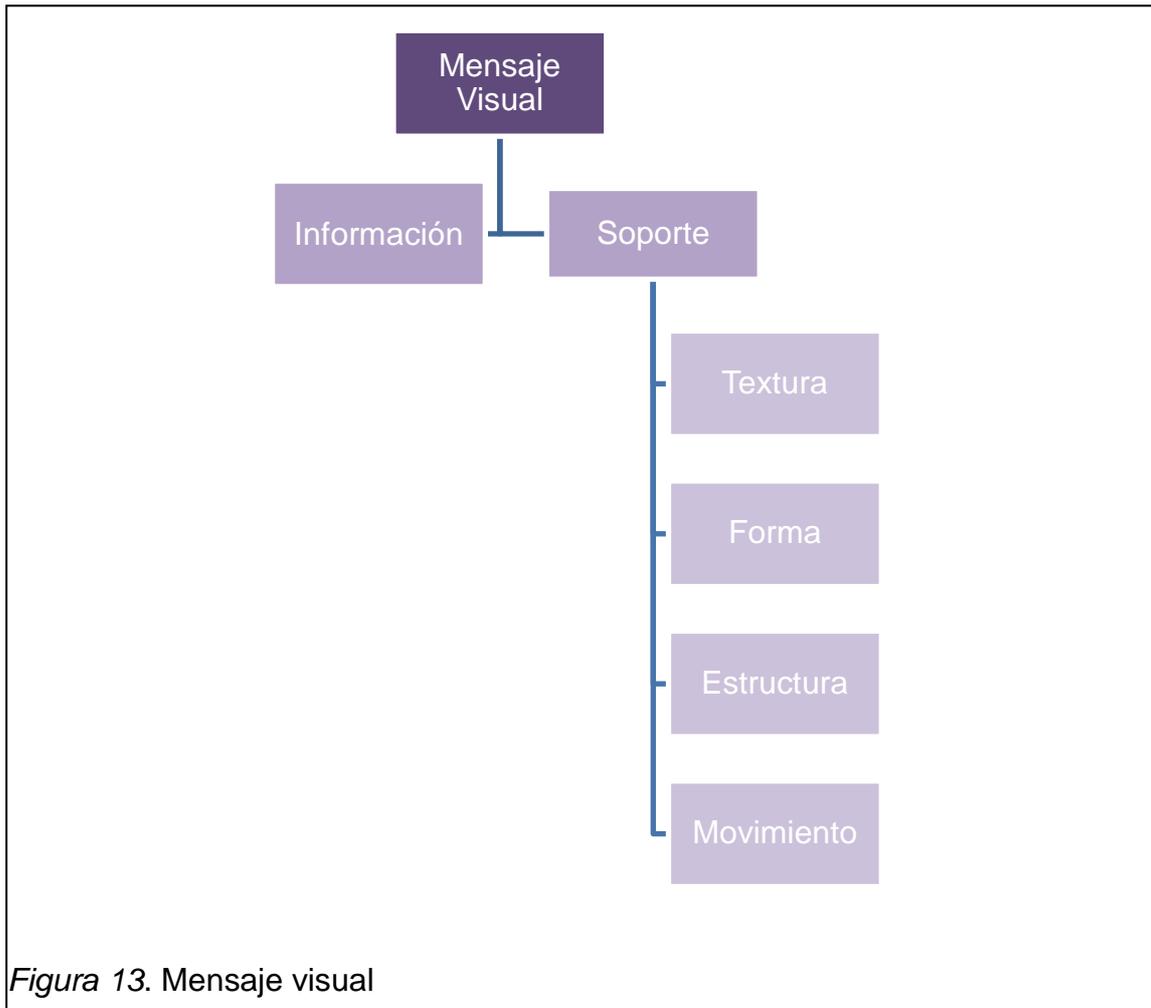
Toda producción de mensajes visuales es una operación de reconocimiento de otros mensajes y signos icónicos. Por lo tanto, para transmitir adecuadamente los mensajes visuales, lo que debemos hacer mediante nuestros sentidos es que no alteren y ni anulen el mensaje, ya que cada receptor tiene filtros sensoriales u operativos que pueden cancelar el mensaje.

Este proceso visual incluye una serie de parámetros que tanto emisor como receptor deben de analizar y codificarlos, para llegar a su objetivo y así, poder establecer un ciclo de realimentación informativa. De manera que el objetivo del mensaje visual es dar a conocer una idea.



En Calderón radica la importancia de establecer un análisis estructural acerca de su naturaleza y así identificar un modo visual adecuado de la comunicación. Este mensaje visual debe llevar un orden lógico y flexible que ponga las directrices que se deben seguir para que alcance íntegramente la percepción de las personas nativas y turistas.

Con esto evitaremos la contaminación y ruido visual que muchas veces altera, e incluso imposibilita la transmisión efectiva de la información. Por lo tanto se debe incluir todos los recursos alfabético-visuales, como la línea, la textura, la forma, el color, y por ende los medios de difusión ya sean impresos o electrónicos.



En la Parroquia de Calderón es necesario realizar una serie de elementos que la identifique por ahora y hacia el futuro, la idea creativa para lograrlo, es por medio del estudio de sus colores, sus formas, que constituyen parte de este sitio y son reconocidas por sus habitantes.

De tal manera podemos afirmar que la utilidad del Diseño Gráfico para la Parroquia de Calderón será de gran valor, ya que al finalizar el desarrollo de esta tesis definiremos con exactitud los elementos y mensajes visuales adecuados con los que su población se sentirá identificada, transmitiendo a los turistas su etnia y cultura.

2.2 ¿Qué hace un diseñador gráfico?

El diseñador gráfico se encarga de proyectar mensajes visuales e ideas contemplando varias necesidades. Pueden ser estilísticas, identificadoras, informativas, tecnológicas, entre otras. Programa, proyecta y coordina una serie de factores para producir comunicaciones visuales apropiadas.

El Diseñador Gráfico para comunicar una idea, a través de la imagen ante el público debe reunir información, para sistematizarla, interpretarla y diseñarla, por ello trabaja en conjunto con el Departamento de Marketing que incluye publicistas, programadores y creativos, a este proceso de investigación se lo conoce como Briefing.

2.2.1 El Briefing

Al iniciar un proyecto es necesario realizarlo con diferentes y algunos bocetos lleno de ideas que el diseñador tiene que organizar y transmitir su significado, es decir el diseñador ordena sus ideas de forma creativa y selecciona lo que va a comunicar para transmitir el mensaje.

En Calderón existe la facilidad de crear varios bocetos, con la opinión de expertos, la Junta Administrativa para determinar cómo le agrada su imagen a los habitantes. La creatividad será factible al transmitir el mensaje, principalmente a las personas que forman parte de esta parroquia y a los turistas.

2.2.2 Ejecución del proyecto

A continuación lo que el diseñador tiene que hacer es ejecutar el proyecto. Existen diferentes puntos de vista, que los diseñadores aplican en las ideas, como el modernismo o simplemente tomando en cuenta lo que ocurre actualmente, es decir lo que está a la moda.

La estética es una cualidad importante en el desarrollo del diseño final, su apariencia la sensación que trasmite. No importa si el proyecto trata de un complicado sistema de señalización o una simple carta de restaurante.

Conseguir una comunicación efectiva siempre va a ser el objetivo del diseñador, no sólo se enfoca en ordenar un texto y unas imágenes de varias maneras. El diseñador debe tener una continuidad, equilibrio y sobre sobriedad en sus ideas que anhela plasmar.

2.3 El diseño dentro de la parroquia Calderón, en la actualidad

El diseño gráfico ha evolucionado y se ha ido adaptando a los cambios, mediante el uso de nuevas tecnologías, para comunicarse con un público cada vez más exigente. Las preguntas que cabe plantearse ahora son: ¿A dónde se dirige el diseño gráfico en la actualidad? ¿Cuál es su situación? ¿Cuál es su objetivo? (Ambrase y Harris, 2009, p.22).

El proceso de diseñar gráficamente siempre va a ser el mismo lo que varía es el resultado final de cada producto creativo, acompañado de las distintas maneras de comunicar, por ejemplo hace algunos años las ilustraciones tenían una tipografía que estaba estructurada de acuerdo a la escuela filosófica predominante en la época (siglo XIX). Además en su totalidad eran hechas a mano.



Figura 14. Cartel para el Moulin Rouge de París.

Adaptado por: Henri de Toulouse-Lautrec

Las herramientas que se utilizaban con más frecuencia en aquella época eran la regla, escuadra, plumín, rotuladores, tijera, goma de borrar, portaminas, fibras, pegamento, adhesivo y lápices de grafito.

En la actualidad ésta destreza es digitalizada en su mayoría y su tipografía es geometrizada. Algunas de las herramientas que se utilizan son computadora, tabletas digitales de dibujo, software de diseño y afines, programas de ilustración vectorial, administradores de fuentes, browsers de imágenes, de retoque fotográfico, vectorizadores, creadores de tipografía, maquetadores, entre otros.

Dada la evolución del diseño gráfico, el crecimiento de diseñadores ha ido aumentando, así como las herramientas digitales. Para las empresas o proyectos es imprescindible contar con una identidad corporativa que comunique las ideas, los servicios o mensajes, para que lleguen claramente al consumidor.

Una de las principales funciones del Diseño Gráfico para las empresas que requieren de grandes inversiones es el cuidado de su imagen, al igual que resulta beneficioso para el crecimiento de pequeñas entidades; en pocas

palabras, el diseño en estos tiempos es vital para lograr el éxito del negocio o del proyecto, desde el punto de vista comunicacional.

De manera que los cambios que el diseño aporta no han sido notables en las pequeñas ciudades, pueblos y parroquias como es el caso de la Parroquia de Calderón.

La situación actual de la Parroquia de Calderón en cuanto a diseño gráficoes bastante anticuada y en general obsoleta. Sus letreros comunicacionales son papeles impresos en computadora, otros son pintados con spray en las paredes. No tienen señalética, lo que ocasiona que muchos turistas no lleguen a destino. El mobiliario está deteriorado y no conservan una misma línea que los caracterice.

2.4 Elementos del Diseño Gráfico aplicables a la parroquia Calderón

En esta parte se explicará las diferentes aplicaciones de diseño así como sus funciones.

- **El diseño editorial:** Es el que se ocupa en revistas, diarios y libros. Aunque la parte más importante de una publicación es su contenido, su presentación también define su éxito.

En la Parroquia de Calderón, se puede desarrollar una revista informativa de todos los puntos de interés de la parroquia enfocada tanto a los habitantes como a los turistas. Esta revista se la realizará en un futuro como herramienta.

- **El diseño publicitario:** se aplica todas las piezas gráficas relacionadas con la promoción y difusión de mensajes comerciales.

De la misma manera que el diseño editorial, el diseño publicitario será desarrollado en una segunda fase. Como consecuencia, es importante que tanto comerciales como carteles, folletos y material publicitario sean diseñados utilizando elementos bajo una misma normativa, con el fin de captar la atención del público en general, los mismos que ayudarán a atraer y aumentar el número de turistas nacionales y extranjeros hacia la Parroquia de Calderón.

- **El diseño de sitios Web:** genera la construcción y la organización de páginas digitales que incluyen diferentes secciones con contenidos de interés.

Para la Parroquia de Calderón, es primordial tener un sitio web, de contenido claro y de navegación fácil, y una vez diseñada, se la debe posicionar en los principales buscadores de los lugares turísticos de la Ciudad de Quito.

- **El diseño de packaging y logos,** tienen una primordial importancia en el éxito de una compañía. Ambos requieren de una investigación profunda y se debe tener en cuenta los objetivos para poder alcanzar la representación gráfica más acertada

En la Parroquia de Calderón se desarrollará el logo de la Parroquia en base a la geometrización de las figuras de mazapán que, según las encuestas de investigación, los habitantes concluyen que se sentirán identificados con los mismos.

Al realizar una investigación de campo, los resultados indicaron que el lugar no posee principalmente ni la señalética, ni mobiliario, por lo tanto, el proyecto empezará desarrollando Identidad Corporativa de Calderón, ya que es uno de los principales elementos que se requieren, en donde se irán desfragmentando

elementos que en conjunto solucionará el objetivo meta de la Junta Parroquial, el cual es favorecer el incremento del turismo en la Parroquia de Calderón.

2.4.1 Identidad Corporativa

Rossell (1991, p. 13), indica que, “Imagen Corporativa se refiere a la imagen que una empresa que ha adquirido ante el público”. El término frecuentemente usado de Identidad Corporativa se refiere a la imagen que la Empresa pugna por conseguir, con el fin de crear una buena reputación entre sus clientes, además de recordación y posicionamiento frente a otras en el mercado.

Borges, Hirt y Wulf (2000, p.443) Llegaron a un acuerdo sobre que el concepto “Identidad corporativa” sostiene que va todavía un paso más allá del Diseño Corporativo. Este concepto se refiere a que toda empresa o proyecto toma una determinada actitud hacia el exterior. Esta actitud queda reflejada tanto en los documentos impresos de la casa, como en la decoración de sus inmuebles y el tono de sus anuncios publicitarios de radio y televisión, pues el objetivo perseguido vuelve a ser el reconocimiento.

La imagen corporativa debe tener correspondencia, es decir, que los elementos desarrollados, se asocien con los servicios ofrecidos por la parroquia. De esta manera Calderón definirá su identidad al transmitir sus valores intrínsecos, tales como su especialidad en hacer figuras de mazapán y sus infinitas fiestas ancestrales derivadas de sus leyendas y creencias, permitiéndoles a los habitantes, y al turista, tanto extranjero como nacional recordar de manera distinta a las otras parroquias artesanales.

Los miembros de la junta parroquial son los encargados de manejar los asuntos de la zona, y en algunas entrevistas ellos manifestaron como necesarios, además del logo, los siguientes elementos:

- Hoja membretada
- Sobre
- Tarjetas de presentación
- Carpeta
- CD's

A continuación, observamos una foto, en donde se identifica claramente las necesidades actuales:

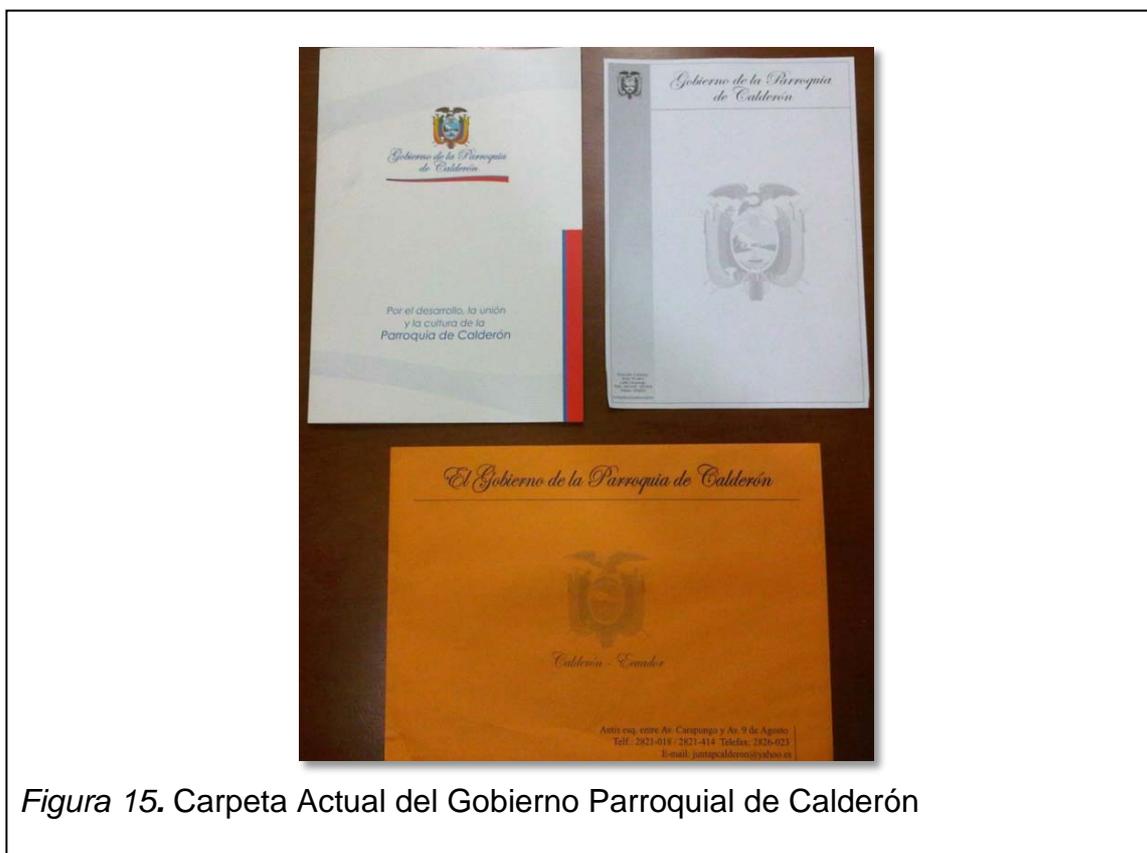


Figura 15. Carpeta Actual del Gobierno Parroquial de Calderón

Observamos que utilizan el escudo del Ecuador como logo que les identifique, sus colores son azul y rojo de la carpeta, el sobre “Manila” tiene una sencilla impresión del escudo. La idea es diseñar una nueva papelería básica, que tenga su propio logo y sus propios colores, las tarjetas de presentación no existen. Los encargados del funcionamiento de la parroquia añadieron que necesitan entregar los proyectos en CD's y tampoco tienen portada.

Dentro del desarrollo de la Imagen Corporativa, se incluye la elaboración de un Manual Corporativo, el mismo que constituye un instrumento para seguir las normas con respecto al uso del logotipo y los demás elementos relativos a la identidad. Al ser un elemento principal de comunicación, es preciso que incluya los colores a utilizarse y como deberá lucir el logo en diferentes tonos, la posición correcta de la misma, en qué lugares puede ir ubicado, tanto en las hojas membretadas o papelería básica, el tamaño preciso en diferentes medios (branding), su tipografía, donde entre otros. Esta información constituye una manera de asegurar la adecuada aplicación de los elementos visibles, con el fin de mostrar la personalidad de la Parroquia, explicar por qué se usan dichos elementos que forman parte de la imagen gráfica y sobretodo que la diferencie de las demás.

De la Tajada (1994), asevera que

“La Identidad de la Empresa, tiene tres dimensiones que se relacionan secuencialmente; la primera es lo que la empresa realmente es, lo que se relaciona directamente con la identidad de la empresa. En segundo lugar, lo que la empresa dice de sí misma que está relacionado con la comunicación que hace la empresa de su propia identidad, y por último lo que los públicos creen que es la empresa, esto se refiere al resultado de la comunicación que ha realizado la organización en términos de la imagen percibida por los públicos.”(p. 42)

En el cuadro a continuación se puede ver con detalle las dimensiones de la identidad que sugiere Sanz de la Tajada:

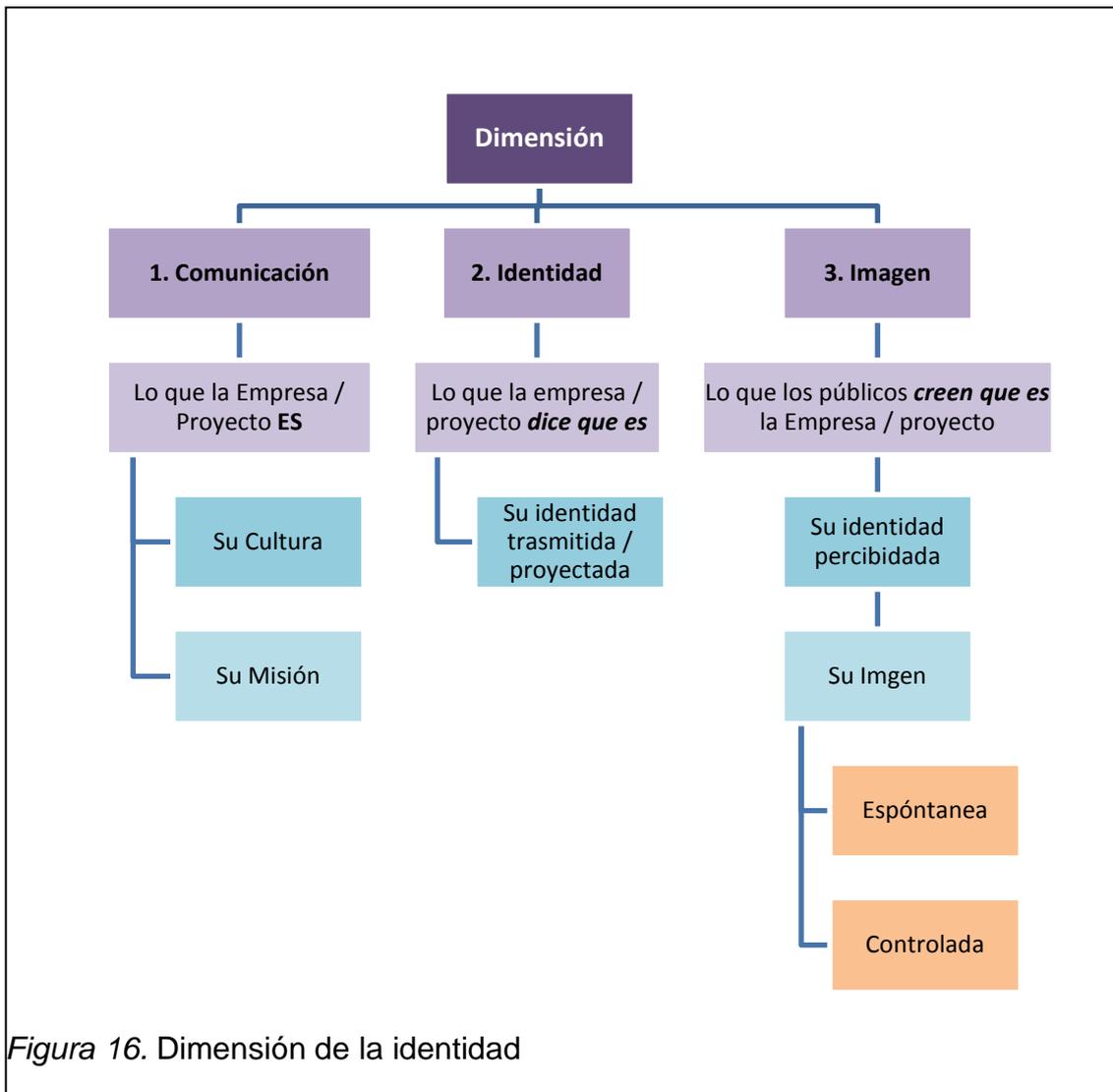


Figura 16. Dimensión de la identidad

Así mismo, este autor plantea que la identidad posee dos aspectos que se complementan entre sí, el primero corresponde a la parte conceptual de la identidad que se refiere al contenido propio de la misma. El segundo es la parte visual o significa que tiene que ver con la forma física de la identidad de la empresa, de eso se ocupa el diseño gráfico, el cual toma signos extremos para identificar la empresa desde afuera, esto se puede entender a su vez bajo el término de identificación corporativa.

2.4.1.1 Consideraciones para el desarrollo de la Imagen Corporativa de Calderón

La Junta Parroquial de Calderón requiere de una Imagen Corporativa que haga que sus habitantes se identifiquen con la misma y así puedan transmitir a los turistas su etnia, cultura y características que los diferencien de las demás parroquias.

Es por eso que la presidente de la Junta Parroquial, señora Isabel Bejarano, recalcó que requiere una imagen que identifique a la Parroquia.

A continuación se muestran unas fotos en donde podemos visualizar la imagen que maneja actualmente la Parroquia de Calderón.



Figura 17. Letrero en el Cementerio



Figura 18. Letrero de Bienvenida en la Iglesia principal



Figura 19. Letrero Ubicado en la Junta Parroquial



Figura 20. Letrero Ubicado en la Administración Zonal de Calderón



Figura 21. Letrero de Servicios Higiénicos



Figura 22. Letrero de Información de la Parroquia de Calderón

La imagen corporativa “se relaciona con el servicio que los públicos perciben para formar parte de su pensamiento, haciendo que existan diferencias entre las distintas compañías y marcas existentes en el mercado”.(Sánchez y Pintado, 2009, p. 20).

A continuación se explicará los mecanismos que debe tener la Parroquia de Calderón para que su imagen corporativa llegue a ser más efectiva.

2.4.1.2 Logo

Define a la Parroquia de Calderón como un elemento primordial para una la construcción de identidad corporativa, donde normas, valores, objetivos e ideas de la parroquia estarán representados.

Existen 3 características que se tomarán en cuenta para saber si el resultado final del logo se encuentra diseñado de manera correcta.

- **Duración:** no es cuestión de cambiar el diseño del logo cada vez que se crea necesario, por la razón de que en la memoria de los usuarios queda asociado el logo con la parroquia. Entonces para prevenir problemas de confusión es necesario mantenerlo inmutable a través del tiempo. Otra razón, si los turistas observan un cambio en el símbolo probablemente pensarán que también hubieron cambios dentro de la zona, es elemental conservar fijo el diseño del logo corporativo.
- **Convincente (Elocuente):** se mencionó que un logo bien diseñado, emite el mensaje preciso. Ser extravagante o con impacto visual no es lo suficiente, ser convincente es lo primero. Si hablamos de transmitir el mensaje, éste símbolo tiene que ser instantáneo, si una persona pasa rápidamente al frente del logo y lo observa por pocos segundos, la persona tiene que captar al instante lo que el logo le está comunicando.
- **Tenerlo presente:** si al logo permanece en la mente del consumidor con facilidad, significa que es un diseño efectivo. Si tomamos en cuenta que los usuarios recuerdan a las empresas por su logo, es porque existe una penetración en la mente del consumidor. Por esta razón, es pertinente

recaltar que un logo complejo será más difícil de recordar, por ello es fundamental que el logo sea fácil de memorizarlo.

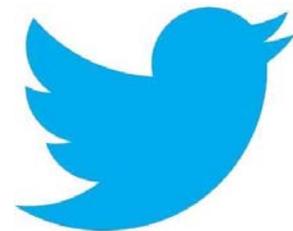
Existen 3 tipos de logos y son:

- Logoletra
- Isotipo
- Logotipo



En la logoletra, que es la tipografía (Pico_ winTT), es decir la parte que se comunica el mensaje por medio de palabras, o a por medio del tipo de letra que tiene en sí....

El Isotipo, está constituido únicamente por una imagen representativa o símbolo. Esta imagen es utilizada por las empresas para reforzar la integridad y así comunicar una idea al usuario.



El Logotipo es la combinación de los 2 anteriores, de la logoletra con el isotipo, es decir la unión de una imagen y la tipografía.

Este es más eficaz ya que aumenta la capacidad de recepción del mensaje.

Después de haber explicado lo que comprende una identidad corporativa y una imagen corporativa, se procede a poner énfasis, en todas estas indicaciones y poner en práctica el significado de cada una de ellas para lograr los objetivos planteados del proyecto.

Existen varias maneras de hacer de la Parroquia de Calderón un lugar que tenga todo la información plasmada dentro y fuera de la ciudad. A continuación se detalla otros puntos necesarios para hacer un proyecto completo y favorable para la parroquia.

2.4.1.3 Editorial

Zanón (2007) señaló que

“El Diseño Editorial es el entorno del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos. Se encarga de organizar en un espacio texto, imágenes y, en algunos casos multimedia; tanto en soportes tradicionales como electrónicos. Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y los espacios”. (p. 9)

El diseño editorial por su originalidad posiciona a los elementos de manera creativa, elaborando revistas, libros, etc. Cuando la imagen y el texto van juntos promueven con eficacia el mensaje que se quiere promocionar.

Por esta razón, los puntos importantes a tomarse en cuenta, para aplicarlos dentro del desarrollo de folletos virtuales e impresos de la parroquia Calderón son los siguientes:

- La parroquia tiene en sí mucha información, es por eso que un buen diseño y una correcta ubicación de los textos, va a lograr un resultado, leer lo que se diseña. Dar dinamismo y un orden a la lectura facilitará al lector una comunicación más efectiva.
- Se diseñará un libro virtual donde se introducirá la investigación realizada acerca de todo lo que posee la zona turística, si bien es cierto que todo elemento tiene que acoplarse a la pantalla, no es necesario usar tipografía de gran tamaño ya que puede provocar un desorden en las columnas y perder espacio para agregar otros elementos, por lo general el tipo de letra que es legible es de 12 puntos.
- Uno de algunos descuidos es el no mantener un solo estilo, si se posee textos que no tienen el mismo concepto, la mejor manera de lograr un

aspecto diferente es maniobrar con el tipo de fuente que lleva el título del texto, de igual manera usar sangrías e ir combinando con los otros textos, lo que importa es tener una continuidad y ser constantes al momento de publicar textos e imágenes.

- Ser cuidadosos con la ortografía, la cual es muy importante, porque ahí es donde se observa si se es un diseñador sensato. Llegaría a ser un problema muy grave con los clientes si existiera una falta ortográfica.
- Para llamar la atención del cliente, la portada tiene que estar bien diseñada con elementos atractivos, para que el lector continúe con la lectura del libro.

En la Parroquia de Calderón se va ampliar los medios de comunicar sobre esta zona. Un sitio web exclusivo para el lugar, puede ser suficiente, pero el diseño de una revista o un folleto es una buena alternativa, donde va a estar difundida la misma información en todas partes, éste medio de diseño editorial servirá para la información de los futuros eventos, o sobre noticias que suceden dentro de la zona.

2.4.1.4 Packaging

Dado que el principal elemento que distingue a la parroquia de las otras es la distribución y venta de las figuras de mazapán, el objetivo del packaging es conseguir la atención de los usuarios y ser la elección de comunicación al consumidor. Por esta razón se presentará la alternativa de diseñar envases y embalajes para que los vendedores entreguen sus productos y se incremente las ventas.

“Se cierran puertas tradicionales y se abren nuevas, el diseñador debe estar alerta y en constante actualización para no perder el camino y no defraudar al consumidor que espera no sólo un envase o embalaje atractivo, muchas veces decisivo de su elección, sino también que el diseño sugiera, indique, informe,

relate el porqué y el para qué del producto que contiene en su interior. (Somoza y Gandman, 2004, p.26).

Un packaging bien desarrollado posiblemente sea el elemento donde perdure la imagen de marca de cierto producto. Además debe ser funcional, para que se lo pueda utilizar varias veces y su diseño sea original para que el envase se convierta finalmente en el producto correcto.

El packaging cumple con diferentes funciones:

- Sujetar el producto que está en el interior
- Proteger al producto
- Conservarlo para prevenir daños
- Transportarlo hacia diferentes sitios
- Informar lo que se está vendiendo
- Vender el producto con un diseño creativo, a través de una correcta comunicación visual.

Todos estos puntos se ajustan a las necesidades de los clientes, hay que enfocar el target que va dirigido el packaging, de acuerdo a eso, los diseños ganan protagonismo, e incluso puede sobrepasar a la marca. Por ejemplo a las mujeres se las convence con colores que perciban suavidad, colores pasteles, ya que indican buen gusto y novedad. Un envase que refleje dinamismo, innovación, que perciba diversión será convencido en los jóvenes.

Existen envases sofisticados como con diferentes formas de enganche, y así mismo para los no videntes con tan solo palpar el material ya identifican que forma es el envase. La solución es: un diseño de gran calidad que transmita el correcto concepto y con el uso adecuado de función y seguridad, será un producto bien estructurado.

2.4.1.5 Folletos

También conocido como Brochure, tiene que ver con el material publicitario. Además de ser necesario el diseño de folletos con colores vistosos donde el cliente o usuario se sienta identificado. A continuación algunos tipos de piezas gráficas que servirán como soporte de publicidad, que tendremos en cuenta para hacer conocer a la parroquia:

- **Folletos y volantes.-** Para incentivar a los turistas que conozcan del lugar, indicando las ventajas que llegarían a tener si visitan con frecuencia estos lugares. La idea es repartir un cierto número de folletos a personas que circulan por las calles, como alternativa de incrementar el turismo, tomando en cuenta que ya existe la información digital.
- **Catálogos.-** Realizado para todos los negocios principales que brinda la zona, Esta piezas serían una estrategia para aumentar el negocio de la Parroquia de Calderón, puesto que se encuentra la información más importante de los negocios incluidos en el mismo.
- **Carteles y afiches.-**Estas piezas se construirán para anunciar las fechas que celebran. Por eso que la ubicación de dichos carteles, con un buen diseño que llame la atención, la correcta ubicación de los elementos sin causar desorden al ojo humano, determinará la atención de los clientes, mejor aún si son de gran tamaño y legibles a la distancia.
- **Vallas publicitarias.-** de los lugares más visitados de la parroquia, dando la bienvenida y atrayendo el interés de los turistas a eventos especiales.

2.4.1.6 Sitios Web

En la actualidad están apareciendo cada vez más páginas que no son estáticas, es decir que permiten a los usuarios una participación en las mismas mediante menús interactivos, encuestas, paneles de opiniones, etc. Para poder entrar en la red Internet y visualizar las páginas Web es preciso disponer de un navegador, una aplicación informática que permite al usuario recuperar y visualizar documentos de hipertexto desde servidores Web de todo el mundo a través de Internet. (Álvarez, 2006, p.233).

Es un elemento de gran importancia, estar presente en los sitios web enfocados en turismo será fundamental para el desarrollo de la parroquia Calderón. Aunque sí existe información sobre la zona pero es muy escasa, la idea es aumentar lo relacionado a sus características y otros puntos importantes. Es una buena estrategia contar con esta opción ya que dentro del sitio web se puede encontrar toda la información que el usuario necesita, no es lo mismo recibir información en un folleto o tríptico que encontrarla en internet, también en la página de la parroquia habrán opciones de consulta rápida, ya sea llenando un pequeño formulario sobre sus dudas o sugerencias. Así se genera el vínculo entre los encargados de la parroquia y los usuarios, de esta manera se beneficiarán ambas partes.

Este medio de comunicación a su vez cuenta con la opción de dar promoción a otros factores, o dando publicidad a productos de ventas, la mayoría de personas usa este medio para darse a conocer.

Considerando que en los últimos años la mayoría de las personas que necesiten de algún servicio, acuden a buscar en la internet infinidad de cosas, es por eso que se encontró la alternativa de crear un sitio no muy sofisticado de la parroquia, lo importante es que tenga toda la información necesaria y con

imágenes profesionales. A diario se actualizará la información del sitio web, es una herramienta imprescindible precisamente para los turistas para saber a dónde llegar y que lugares son de mayor frecuencia para que las puedan visitar y puedan acceder a los productos que ellos fabrican.

La página web puede llegar a ser la mejor opción para ofertar los servicios de la Parroquia de Calderón, este medio de comunicación va a ser el más utilizado ya que es muy económico y no se consume mucho el tiempo en mantenerla activa, es una manera de mostrar la calidad y los constantes ajustes que se van dando.

Las ventajas que tiene al crear un sitio web es que la comunicación entre los clientes adquiere la mayor velocidad. Este sitio puede llegar a todas las partes del mundo sin necesidad de tener locales, en este caso locales de venta de mazapán, y sobre todo, ofrecer a los clientes las novedades y las ofertas que se efectúan.

2.4.2 Señalética

Costa (1989) indica que

“La señalización vial –una práctica tan empírica en el fondo y tan redundante en la forma y la técnica de su utilización- evolucionó más tarde con la aplicación del principio de <señalizar>, a necesidades menos genéricas y más particulares de información instantánea”. (p.102).

Señalizar equivale a trazar caminos con el objetivo de orientar a los viajeros, desde la antigüedad se ha ido evolucionando por el mismo hecho del crecimiento de las ciudades, y es así como el progreso en perfeccionar las redes viales, se necesita más concentración ya que la señalética es un medio

de comunicación por medio de signos definidos y de ayuda para facilitar la localización y seguridad del espacio urbano hacia los turistas.

El valor de la señalización radica en la funcionalidad que presenta para regular la movilidad social en un espacio interior y exterior.

Como se observa cotidianamente, los letreros y señales se enfocan en satisfacer necesidades de información, en ese sentido la señalética, como parte de la ciencia de la comunicación visual se encarga de estudiar las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos.

La señalética se encuentra al servicio de una sociedad dinámica y compleja de tal forma que hace al mundo más comprensible, asequible y simple.

Por esta razón la Parroquia de Calderón, en cualquier entorno donde se coloque la señalización se contribuiría a la orientación de espacios y será de gran utilidad tanto para los habitantes de la Parroquia, ya que se creará una identidad visual y a los turistas para que puedan movilizarse sin ninguna complicación.

Es importante tener un sistema de señales, no solo en áreas y servicios, sino también en bibliotecas, Junta Parroquial, Mercado Central, etc., mediante pictogramas que los identifique en secciones concretas.

En la parroquia de Calderón se encontraron algunas falencias, una de ellas es la mala señalización, los pocos lugares que tienen letreros no son visibles y se encuentran deteriorados, es por eso que se presentó la necesidad de elaborar las señales principales de la zona y sobretodo que todo tenga un diseño consecutivo, es decir, que tengan la misma línea gráfica para que los turistas se den cuenta que toda la identidad tiene una secuencia y que pertenece al mismo lugar y como resultado las diferencian con otros sectores.

La Parroquia de Calderón necesita un sistema para ordenar las señales para llegar al objetivo de informar la ubicación de todos los sitios. En un análisis profundo de esta propuesta lo que se pretende aparte de ubicar las señales, es dar un mensaje a los habitantes que cumplan las reglas del lugar. Mediante la señalética es más fácil cooperar con el orden y aseo.

CAPÍTULO III

3. DISEÑO INDUSTRIAL

3.1 Definición

En 1992, Quarante señaló que la definición oficial del diseño industrial, adoptada por el Concilio Internacional de Asociaciones de Diseño Industrial (ICSID) y propuesta por T. Maldonado, es la siguiente:

“El diseño es una actividad creadora que consiste en determinar las propiedades formales de los objetos que se desea producir industrialmente. Por propiedades formales de los objetos no sólo debe entenderse las características exteriores, sino en especial las relaciones estructurales que se hacen de un objeto (o de un sistema de objetos) una unidad coherente, tanto desde el punto de vista del productor como desde el del consumidor”. (p.28)

Se han creado diferentes conceptos del diseño industrial, incluso se ha generado discusiones y el resultado final va a ser siempre el mismo: La creación de productos industriales son los elementos que forman parte de la vida y su utilidad está enfocada a la necesidad del usuario.

Para satisfacer sus necesidades, el hombre ha tenido que ir evolucionando para aplicar los conocimientos del diseño, con la aparición del puente de hierro en Inglaterra en 1777, dio el impulso para el desarrollo de la industria, es ahí donde surgió esta nueva aplicación del diseño.

El diseño, es reflejar lo que pensamos, es transmitir las imágenes en bocetos y dibujos, que pueden ser producidos y luego convertidos en ideas. Por ello diseñar es un proceso donde se investiga y se analiza, ya sea para obtener una idea como comunicar una idea.

“El diseño industrial se ocupa del proyecto, desde la ideación hasta la materialidad de los objetos de uso. Además, su denominación; “diseño industrial”, habla del proceso productivo, o sea, de la manera de hacerlo. También se puede decir, desde un enfoque más filosófico, que el diseño industrial es creatividad condicionada. De todos estos conceptos se infiere que “el uso, la técnica y la forma” son parámetros permanentes y cambiantes en su ideación”. (Blanco, 2007, p.61)

Poniendo en práctica el concepto de diseño industrial, se podrá adaptar el producto de acuerdo a las necesidades físicas de los usuarios, el cual es el objetivo de este proyecto.

Ésta es una definición de diseño industrial más actual, además observamos que el resultado es el mismo, donde objeto e idea se complementan, para comunicar el mensaje que el diseñador planeó decir, donde producto, diseño y cliente se complementan, de tal manera que el mensaje sea claro, distintivo y directo.

En el estudio de campo de la parroquia, se observó que las bancas del parque, se encuentran deterioradas, y al ingreso de la iglesia no constan con el mobiliario suficiente, otra de las razones para justificar por qué se debe cambiar la imagen de la Parroquia de Calderón.

En general, hablamos de elementos que se instalan en el espacio público, el propósito hacía los habitantes en el proyecto parroquia Calderón, es de que cada elemento sea útil. Después de haber creado varias alternativas de mobiliario, por medio de una encuesta los habitantes quieren que la parroquia sea reconocida por los objetos que formen parte de ella y sobretodo se diferencie de las otras parroquias.

Más adelante se detalla de los materiales y diseños van a ser utilizados para el desarrollo de este punto. No se trata de diseñar con materiales de precios altos o que sean utilizados en los últimos tiempos, se trata de utilizar los materiales existentes en el mercado; éstos utilizados de una manera u otra, pueden proporcionar emociones y sensaciones diferentes, solo basta con un buen diseño, ubicación y uso, para que se llegue al objetivo.

3.2 Características, cualidades y conocimientos del diseñador

El diseñador debe innovar, crear y diseñar productos que sean atractivos a la vista del cliente. El diseñador tiene capacidades intelectuales para definir y dar claridad al concepto a diseñar para crear un mensaje claro y sencillo dirigido al público, siempre teniendo cuidado con la tipografía y los colores, porque ellos cautivan, comunican y fortalecen el tema.

De la misma manera el diseñador gráfico debe ser original, creativo y ético para, en un futuro, ser profesional, con la finalidad de lograr un producto bien estructurado y seguro en los materiales que se usan. Además deben ser muy hábiles, astutos y asertivos al momento de seleccionar lo correcto, para poder percibir con facilidad las necesidades de los usuarios, ya que con ello se puede lograr la satisfacción de los consumidores y en este caso de los habitantes y turistas de la Parroquia de Calderón.

Para obtener la aceptación de los interesados, en este caso la junta parroquial de Calderón, habrá que recurrir a la presentación de bocetos de una manera hábil, cercana a la realidad. Por tanto es necesario valerse de los programas encargados en apoyar a este tipo de proyectos. La construcción de prototipos y modelos en diferentes escalas apoyará la sustentación del proyecto hacia los requerimientos del usuario.

Todas estas cualidades van a estar presentes en el momento de crear los objetos industriales que serán utilizados por la Parroquia de Calderón, las cuales brindarán comodidad y bienestar a sus habitantes.

Para la satisfacción de las necesidades de los habitantes de la Parroquia de Calderón es importante estar al tanto de los nuevos productos que han salido al mercado. Actualmente está en boga las campañas de reciclaje, esta podría ser una idea que se puede utilizar para darle un uso al momento de implementar este proyecto.

3.3 Equipamiento urbano: el objeto y su función dentro de la parroquia Calderón

En 1996, Serra contribuyó de una manera comprensible el término Elementos Urbanos.

“Son objetos que se utilizan y se integran en el paisaje urbano, y deben ser comprensibles para el ciudadano. Uso, integración y comprensión son pues conceptos básicos para la valoración de todo el conjunto de objetos que encontramos en los espacios públicos de la ciudad.”(p.6)

Quito Turismo tiene como objetivo el progreso de las parroquias y dentro de ella, está Calderón, por eso se ha realizado cambios para el máximo acceso a estos sitios de gran interés, y así conseguir una identidad colectiva.

El proceso de los elementos urbanos debe considerar los siguientes puntos:

- **Su funcionalidad.-** es necesario que los objetos cumplan con su uso y su función. La comodidad es la primera característica que debe desempeñar el equipamiento urbano, como bancas y tarros de basura los cuales serán utilizados por los habitantes de la Parroquia de Calderón.

- **Racionalidad.-** sabemos que se puede crear variedad de ideas que son factibles donde el objeto tenga una función o una utilidad. Es importante también conocer la ubicación del equipamiento urbano para que obstruya con las actividades rutinarias de los habitantes de la Parroquia de Calderón.
- **Emotividad.-** es la relación entre el tiempo de disfrutar con la satisfacción. El diseño del equipamiento urbano debe ser artístico, vistoso y sobre todo debe ofrecer a la población de la Parroquia de Calderón comodidad, ya que estos forman parte de la vida cotidiana.

Cómo equipamiento urbano se va a evaluar las bancas y basureros que están ubicados en los parques, plazas y canchas deportivas, de la Parroquia de Calderón

Estos 2 principales objetos que son de preferencia en desarrollarlos, van a ser elaborados de materiales de mucha resistencia que garanticen su estabilidad. El dar un servicio al turista de comodidad también forma parte del desarrollo de este proyecto, nos encontramos en la necesidad de hacer quedar bien a la parroquia, para que en un futuro deseen regresar.

Cabe recalcar que las lámparas en el parque de Calderón, se encuentran en buen estado, es por eso que no van a formar parte del mobiliario urbano, la iluminación resalta con su decoración en el parque principal, claro está que carecen de éstas en otros sitios, siguiendo las instrucciones de los encargados del proyecto este punto de no es prioridad, ya que estas zonas son utilizadas durante el día.

3.3.1 Análisis de tipologías

3.3.1.1 Bancas

1.- Banco para jardín se encuentra fijado al piso, con su estructura de acero.



Figura 23. Banco Modelo Bretaña

Tomado de: www.bancodejardin.com

2.- Banca de estilo urbano, está elaborada precisamente para parques.



Figura 24. Banco Plaza

Tomado de: www.benito.com

3.- Banco metálico, ergonómico y robusto, fijado a la base, su estructura es resistente, soporta los cambios climáticos, pero tiende a calentarse demasiado con la luz solar.



Figura 25. Bench Bc 171

Tomado de: www.buton-desing.com

4.- Banca con diseño simple, la madera está protegida con pintura poliéster, para máxima duración y resistencia, su soporte es de acero. Se sujeta al piso.



Figura 26. Banco Circe

Tomado de: www.cervicenvironment.com



Figura 27. Banca actual de la Administración Zonal de Calderón (1) Modelo de banca anclado a la pared (2)

La banca 2, servirá de modelo para la elaboración de una banca que tenga comodidad y su estructura vaya de acuerdo, a lo que la institución quiere comunicar en su identidad corporativa. Por ejemplo, la Figura 1 se podría utilizar para reemplazar la banca 1, con los detalles acordes a la imagen requerida por la Junta Parroquial de la Parroquia de Calderón.

3.3.1.2 Basureros

1. Esta papelera o basurero está elaborado en madera, la cual es resistente al a los cambios climáticos bruscos. Está anclada al piso, el problema de este objeto, es que si está ubicada en el exterior, la lluvia y el calor del sol pueden ocasionar olores desagradables.



Figura 28. Basurero modelo Canadá

Tomado de www.asturiasverde.com

2. En este modelo, se combina está compuesto por los materiales de madera y metal, favorece en cubrir los desechos y le daría armonía a los parques por su color verde.



Figura 29. Papelera fabricada con madera y metal

Tomado de www.asturiasverde.com

3. Es un diseño muy moderno, su material de metal es resistente al cambio climático, y de fácil uso.



Figura 30. Papelera serie África

Tomado de: www.ironlandspain.com

Después de haber hecho la investigación adecuada sobre el uso de materiales que favorezcan a la parroquia y sobre todo al usuario, se encontró varios materiales de madera resistentes como son: el pino, la caoba y el bálsamo, además se utilizará acero inoxidable para no perjudicar a la salud de los habitantes de la Parroquia de Calderón.

3.3.1.3 Estética

El lujo del espacio público y de los equipamientos colectivos no es despilfarro, es justicia. Los programas públicos de vivienda, infraestructura y servicios deben incorporar la dimensión estética como prueba de calidad urbana y de reconocimiento cívico. “Cuanto más contenido social tiene un proyecto urbano, más importantes son la forma, el diseño, la calidad de los materiales... la estética del espacio público es ética”. (Borja, 2003, p.125).

Los rasgos que forman parte de la estética empiezan desde el uso de textura hasta los sonidos que se percibe, es decir que la estética tiene que ser interesante al momento de observarla de sentirla y escucharla.

Factores de la estética que son representados en el proceso de los productos:

- Factor Intuitivo: se trata de los sentimientos que reflejan por medio de los elementos gráficos: su personalidad, gustos, sensaciones, se relaciona con la subjetividad.
- Factor cognitivo: se refiere al conocimiento intelectual, que ha adquirido cada sujeto en el transcurso de su vida. Donde cada acción contiene sentido y significado para su entorno social.
- Factor intelectual: se enfoca en la satisfacción del usuario al presentarle la perfección y comodidad del producto final, sin dejar de lado las técnicas empleadas.
- Factor funcional: tiene que ver con los materiales que se va a usar para lograr en el producto: durabilidad. Donde la forma depende de su respectiva función, para lograr una adaptación al medio y la economía.

La dimensión funcional de un producto es uno de los factores fundamentales de su estética. La adecuación formal/función se verifica de modo manifiesto en los objetos utilitarios, moldeados por el uso o la necesidad, o en los objetos que surgen de cálculos puramente matemáticos. (Quarante, 1992, p.194).

Estos factores intervienen de una manera individual en la relación de los objetos con los usuarios, donde cada sujeto tiene un vínculo estrecho entre la cosa y la realidad, produciendo en él una interacción simbólica.

Teniendo como argumento la relación que existe entre objeto-sujeto, la investigación pretende crear varios productos comunicacionales, con el fin de enfocarse en la identidad y pertenencia entre la población de la Parroquia de Calderón y sus parques y plazas.

A continuación se enseña una fotografía realizada en el estudio de campo de la parroquia, donde muestra algunas de tantas falencias que se encontró.



Figura 31. Mobiliario actual dentro de la Administración Zonal

Estas fotografías fueron tomadas en el interior de la junta Parroquial. Como se reflejan en las imágenes, el lugar no tiene las adecuaciones necesarias para brindar un servicio de calidad que se merece la población de la Parroquia de Calderón. “La estructura de la forma gobierna y organiza el modo en el que el objeto es construido, o la manera en la que se unen o combinan una determinada cantidad de elementos que lo componen” (Serrano y Biel, 2012, p. 22). Por esta razón es necesario invertir en estos cambios técnicos de infraestructura.

“El lujo del espacio público y de los equipamientos colectivos no es despilfarro, es justicia. Los programas públicos de vivienda, infraestructura y servicios deben incorporar la dimensión estética como prueba de calidad urbana y de reconocimiento cívico. Cuanto más contenido social tiene un proyecto urbano, más

importantes son la forma, el diseño, la calidad de los materiales.”
(Borja, 2003, p.125).

3.3.2 Ergonomía

En el 2009, Bustamante (p.1) expuso que “la ergonomía es una disciplina cuya finalidad es adaptar el entorno habitable al habitante del entorno”, es decir, implica lo físico, social y mental, deben cohesionarse para cumplir con el objetivo de ser eficiente y cómodo.”

La ergonomía será mucho mejor si se está en pleno conocimiento del ser humano y de las técnicas del proceso de elaboración de objetos que renuevan el entorno. El ergónomo utiliza la lógica como instrumento para cumplir el objetivo de medir, comparar o clasificar

Cuando se habla de adaptación, se habla de perfeccionar las características para el uso del ser vivo que ocupa el entorno. La ergonomía, pretende que los objetos de diferentes dimensiones que son producidos por el hombre, se adapten de la mejor manera a la satisfacción del usuario. De esta manera, se muestra una disciplina hacia los seres humanos de optimizar el funcionamiento de los objetos que son de uso cotidiano.

La prevención es otro concepto dentro de la ergonomía, trata de tomar las medidas preventivas que tiene el objeto (en caso de tenerla), ya sea en materiales o en la estructura del objeto, que cause daños a la salud, como lesiones, o la mala postura del cuerpo. Recalquemos que es el objeto el que tiene que adaptarse al hombre, y no el hombre al objeto.

En la investigación realizada en el parque de Calderón, se observó que las personas pasan un largo tiempo sentadas, unos leen, otros conversan, hay ocasiones que hay eventos sociales durante horas. Por esta razón es

importante, implementar bancas ayudará a organizar los espacios, con el fin de tener un sitio disciplinado y ordenado.

Teniendo en cuenta que las necesidades de los usuarios no siempre van a ser las mismas, la ergonomía debe estar sujeta a estos cambios. “Donde se pueda diseñar un sistema de trabajo que sean seguro, productivo y confortable” (González, 2007, p.55).

3.3.2.1 Diseño Ergonómico

Para diseñar debemos producir modelos que se asimilen al objeto que cumple con las necesidades, ya que el diseño y la ergonomía son disciplinas que buscan mejorar la relación del producto con el ser humano.

Una semejanza que tiene el diseñador y el ergónomo es el manejo adecuado de los recursos estéticos para la elaboración de productos que cumpla la demanda del mercado, donde se interviene estudios de ciencias filosóficas, sociales y sobre todo comunicacionales.

Los aspectos fundamentales que se toman en cuenta, para la solución del problema son:

- Mantenimiento
- Seguridad
- Relación entre usuario, producto y espacio

De acuerdo a la demanda del servicio un elemento urbano debe responder a las necesidades, que analizamos. Sabemos que las bancas son objetos el para poder sentarse a realizar actividades espera; el basurero, cumple la función de colocar las desechos inorgánicos. Por consiguiente estos dos tipos de muebles además cumplen una función estética, la cual provee de

personalidad a la zona. Como aclara Bürdek sobre la adaptación del elemento al entorno.

En 1996, Bürdek encontró que “la aceptación de un producto depende prácticamente de hasta qué punto se consigue conectar con las pautas y escala de valores (sobre todo con las pautas estéticas y simbólicas) del grupo de destino interpelado.” (p.232).

A continuación se señala de una manera clara y concisa la relación de las disciplinas; ergonomía-diseño.

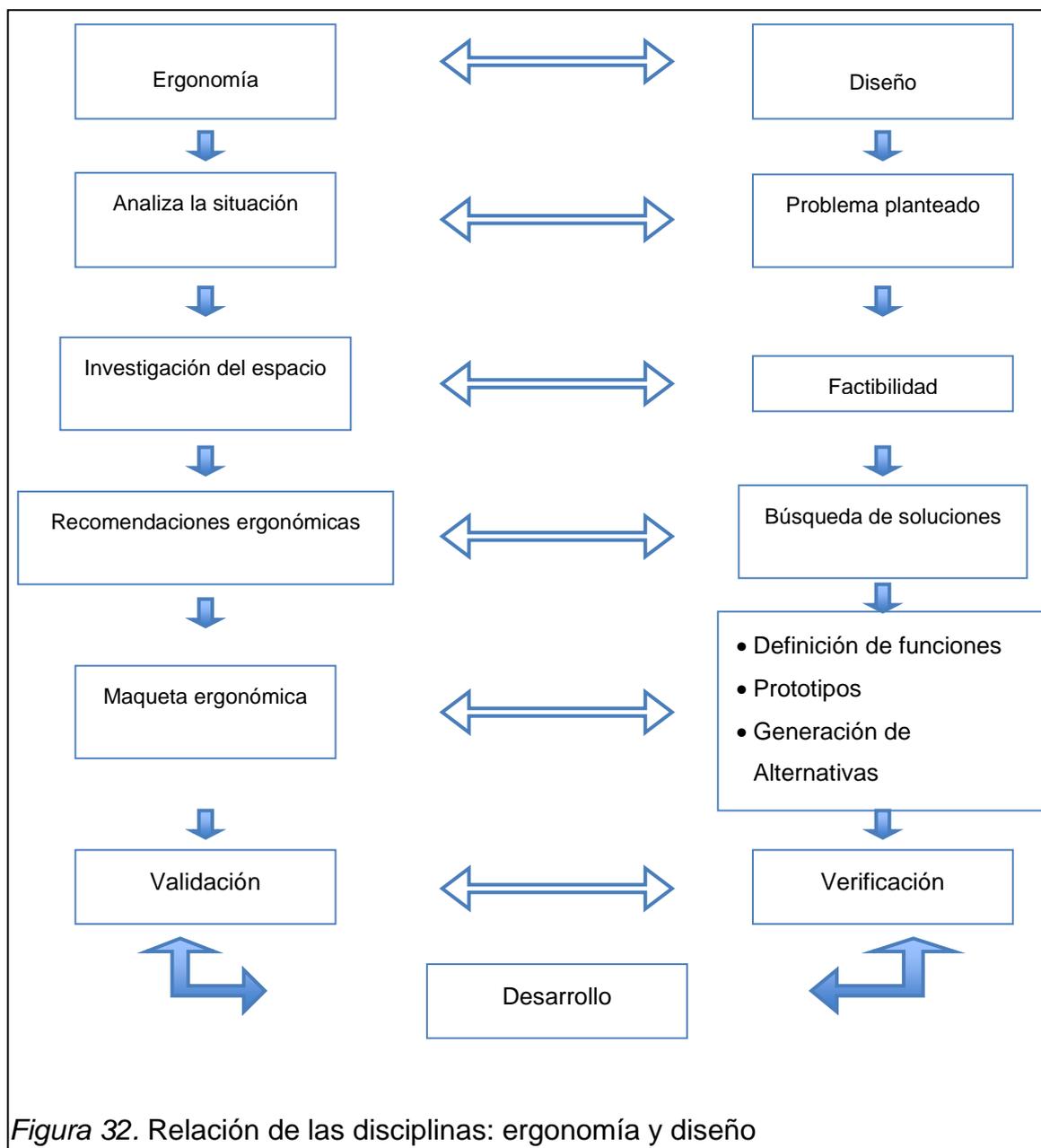


Figura 32. Relación de las disciplinas: ergonomía y diseño

3.3.3 Antropometría

Bustamante (2009, p. 41) encontró que la “Antropometría es el tratado de las proporciones y medidas del cuerpo humano”.

Para el caso de la Parroquia Calderón, se empleará la antropometría dinámica, puesto que las medidas a tomar, serán obtenidas mientras los sujetos se encuentran en movimiento, ya que deben estar de acuerdo a la composición física de los sus brazos del sujeto, mientras éste realiza su trabajo.

Un especial énfasis se dará a la posición sedente del cuerpo humano. En esta posición el peso de las extremidades superiores descansa alrededor de 26cm^2 de área, con una presión de 7 Kg. /cm^2 , si la persona se encuentra inmóvil durante horas, es evidente que va a causar molestias y empieza a generar múltiples movimientos para encontrar una posición adecuada.

Es recomendable, en este contexto al diseñar un asiento, razonar sobre el espacio o longitud que ocupa una persona, de manera que se eviten las molestias, cómo son dolor de espalda, calambres o dolores en los brazos o los hombros; entumecimiento de los brazos; descaecimiento de las muñecas.

Un último punto importante, es tomar en cuenta la distancia entre el piso y el asiento, ya que en las medidas antropométricas que se realizan a las personas, habrá que llegar a un número neutral. Las medidas obtenidas serán aplicadas en el desarrollo del mobiliario, para llegar a la satisfacción del usuario. Lo importante también es considerar el descanso de las piernas que se apoyan en el suelo para llegar a la completa comodidad en la estructura del asiento.

3.3.3.1 Dimensiones Antropométricas, posturas en el asiento

Para diseñar la banca ubicada en el exterior, luego de haber hecho las mediciones correctas, enfocadas en personas de 20 años en adelante, puesto que son el tipo de gente que más acude al parque, se considerarán las dimensiones a la posición sentado.

La clave para lograr asientos satisfactorios y efectivos es el bueno uso de las medidas antropométricas, sin su correcta aplicación se obtendrá es desagrado del usuario.

“Para un arquitecto diseñador es importante saber la relación de las dimensiones de un hombre y qué espacio necesita para moverse y estar cómodo en distintas posiciones. Al tener en cuenta al hombre como usuario y generador de actividades que son. A su vez, responsables de la forma y dimensión de los espacios arquitectónicos, podemos saber cuáles son los espacios mínimos que el hombre necesita para desenvolverse diariamente” (Fonseca, 1994, p.11).

Para ilustrar esto se puede observar el Tabla N° 2 de las dimensiones humanas en los espacios interiores de Julius Panerus

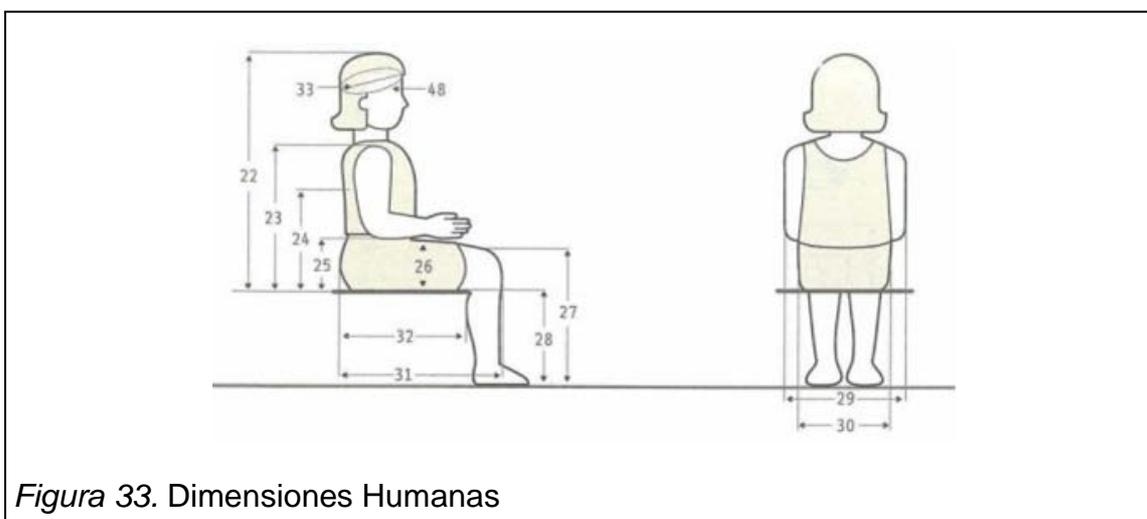


Figura 33. Dimensiones Humanas

Tabla 2. Dimensiones femeninas y masculinas de 20 a 59 años.

| DIMENSIONES | FEM. 20-59 AÑOS (n=785) | | | | | MASC. 20-59 AÑOS (n=1315) | | | | |
|-----------------------------|----------------------------|------|-------------|------|------|------------------------------|------|-------------|------|------|
| | | | PERCENTILES | | | | | PERCENTILES | | |
| | χ | D.E | 5 | 50 | 95 | χ | D.E | 5 | 50 | 95 |
| 22. Altura normal sentado | 83.0 | 2.80 | 78.5 | 83.0 | 87.7 | 88.6 | 3.21 | 83.5 | 88.6 | 94.0 |
| 23. Altura hombro | 38.3 | 2.09 | 35.1 | 38.3 | 41.9 | 42.3 | 2.29 | 38.7 | 42.4 | 46.1 |
| 25. Altura codo sentado | 22.9 | 2.22 | 19.0 | 23.1 | 26.4 | 23.7 | 2.46 | 19.4 | 23.8 | 27.7 |
| 28. Altura poplítea | 38.3 | 2.09 | 35.1 | 38.3 | 41.9 | 42.3 | 2.29 | 38.7 | 42.4 | 46.1 |
| 29. Anchura codo – codo | 41.0 | 4.64 | 33.9 | 40.6 | 49.4 | 44.6 | 4.44 | 37.7 | 44.7 | 52.3 |
| 30. Anchura cadera sentado | 37.3 | 3.13 | 32.6 | 37.3 | 42.5 | 34.9 | 2.58 | 30.9 | 34.9 | 39.2 |
| 32. Longitud nalga-poplíteo | 46.1 | 2.62 | 42.0 | 46.1 | 50.4 | 46.8 | 2.44 | 42.7 | 46.8 | 50. |

CAPITULO IV

4. Metodología de Investigación

4.1 Metodología

En este proyecto de investigación se propone una posible solución al problema de la Parroquia Calderón a través de la aplicación de conocimientos de diseño gráfico e industrial.

Desde el inicio se aplicará la metodología de investigación de Bernhard E. Bürdek, que comprende:

- Fase de investigación (3 Unidades de tiempo)
- Fase de comunicación (4 Unidades de tiempo)
- Fase de ejecución (2 Unidades de tiempo)
- Fase de sustentación (1 Unidad de tiempo)

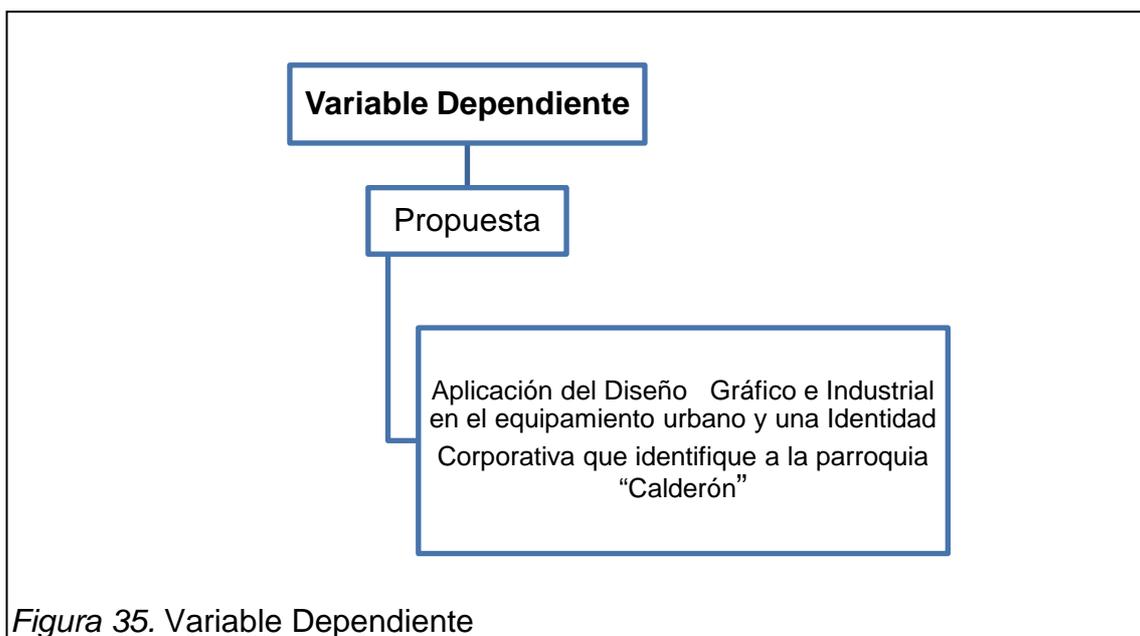
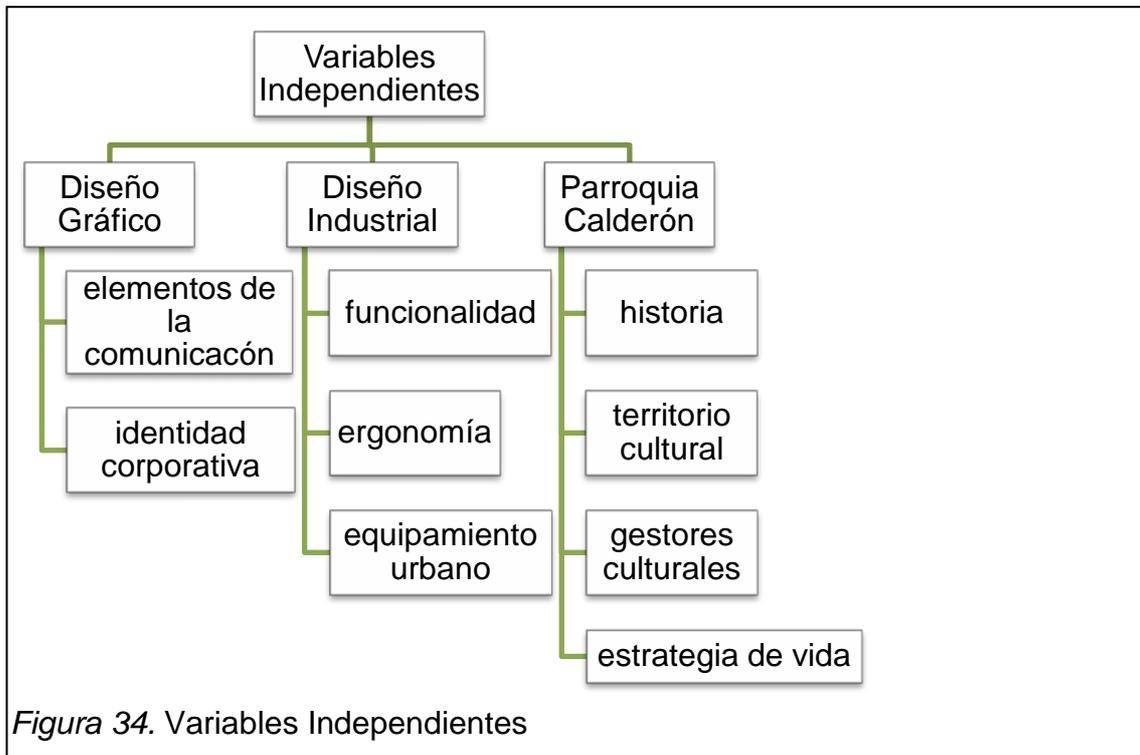
4.2 Primera Fase

4.2.1 Fase de Investigación

El procedimiento de la investigación desde la primera fase, siguiendo a Bürdek, que dice *“Conoce, define la misión o tarea ¡Reúne información!”* trata de ser reflexivo, sistemático, controlado y crítico, con el fin de conocer la realidad de las autoridades parroquiales, descubrir verdades parciales, interpretar los hechos, formular y definir los problemas por los que atraviesa la parroquia de Calderón, cumplir con los objetivos propuestos, formular deducciones y proposiciones y después de un análisis de resultados, plantear una solución a la situación identificada e incentivar a la elaboración y aplicación de una propuesta de equipamiento urbano y una identidad corporativa que identifique a la parroquia Calderón, que manteniendo la marca y la imagen

global de la parroquia, sea parte del plan de actualización y fortalecimiento del turismo en el lugar.

4.2.2 Variables



4.2.3 Técnicas de investigación

4.2.3.1 Observación

Como primer recurso, la observación será fundamental para determinar la situación actual del lugar de la Parroquia Calderón y las dificultades que presenten para el desarrollo del mismo.

Se observará a los pobladores y sus aspectos más significativos de su vida cotidiana, su trabajo en los talleres de mazapán, con el fin de obtener información necesaria para la investigación.

Estos datos serán utilizados para, de manera indirecta, conocer el comportamiento de las personas que visitan las instalaciones públicas de la parroquia, para que el proyecto de reestructurar este lugar sea factible y acorde al hábito de sus pobladores.

4.2.3.2 Documentación

La documentación permitirá que el trabajo cuente con datos, reales, que sustenten el proyecto de creación de la identidad corporativa e implementación de mobiliario para esta Parroquia y que tenga el respaldo bibliográfico en cuanto a antecedentes históricos y conceptos básicos procedentes de la Junta Parroquial de Calderón.

Se utilizarán, publicaciones relacionadas con el tema y disponibles en la Biblioteca de Quito Turismo, en el Municipio de Quito, Biblioteca de la UDLA, Biblioteca de la FLACSO.

Se documentará también en otras fuentes secundarias como artículos publicados en revistas, folletos, videos, el sitio Web del Municipio de Quito o de

Quito Turismo, y otras direcciones de Internet, que contengan investigaciones sobre esta problemática.

4.2.3.3 Diálogo

El diálogo directo con los interesados permitirá comprender numerosas actitudes frente a esta problemática, servirá para generar información adicional a la documentada. A través de entrevistas a expertos en Diseño industrial, a los responsables del proyecto a ejecutarse y al público escogido con anticipación mediante una muestra, se identificará con precisión los inconvenientes y necesidades de la población motivo de este estudio.

4.2.4 Enfoque

En la realización de este proyecto de creación de la identidad corporativa y de equipamiento urbano, para la Parroquia Calderón se utilizará el enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo

La perspectiva cuantitativa permitirá determinar los porcentajes y promedios de los habitantes de la Parroquia de Calderón que tiene conocimiento sobre esta problemática, lo cual implica el uso de encuestas con preguntas cerradas que permitan cuantificar las respuestas.

Por otro lado, el enfoque cualitativo, con preguntas abiertas, estructuradas o no estructuradas dará a conocer las experiencias individuales de los propios actores, con el fin de identificar necesidades. Para la parte cualitativa, principalmente se realizarán entrevistas a personas que forman parte de este proyecto, a los turistas que visitan las parroquias, como a las personas que habitan en Calderón.

4.2.5 Alcance

El alcance de la investigación será exploratorio – descriptivo.

- Exploratorio porque se prepara el terreno en el que se va a trabajar, con observación continua, diálogo destinado a la obtención de información en fuentes secundarias y para familiarizarse con la problemática que tiene la Parroquia de Calderón.
- Descriptivo porque a través de la recolección de datos se especificarán con la mayor precisión posible, las características importantes del sitio, los perfiles de personas y grupos. Esta información permitirá generar propuestas puntualizando las diferentes variables dependientes e independientes del proyecto identificadas en el lugar de la investigación.

4.2.6 Instrumentos de Investigación

La encuesta recopilará datos directos y por escrito, sobre el tema de investigación. Estará estructurada en cuestionarios de preguntas cerradas, debidamente estandarizadas y esquematizadas, para ser entregadas al grupo determinado de estudio.

Las entrevistas estarán dirigidas a los funcionarios municipales encargados del proyecto y los actores sociales involucrados en la regeneración urbana de la parroquia de Calderón. Éstas permitirán obtener los puntos de vista y las distintas experiencias de los entrevistados.

Además el criterio de expertos especializados en el estudio de políticas urbanas también será considerado como un aporte dentro de este proyecto de investigación

Con los datos recopilados a través de la investigación, se identificará claramente la situación actual, y se dará paso a la estructuración y elaboración de la propuesta de identidad corporativa y equipamiento urbano

Una vez aplicadas las encuestas y realizado el estudio de la situación actual, se dará el tratamiento estadístico que comprende:

- Tabulación de los resultados de las encuestas para medir el nivel de información de los habitantes de Calderón, con respecto a este tema.
- Los datos serán colocados en cuadros y diagramas de barras, obteniendo así una visión clara del comportamiento de la población analizada.
- Por cada pregunta se harán gráficos estadísticos para describir variables y hechos importantes que se encuentren en el sitio de investigación.
- Posteriormente y en base a los resultados, debidamente graficados, se planteará el nuevo diseño.

4.2.7 Estimación de Parámetros

4.2.7.1 Población de Investigación



Figura 36. Ubicación de la Parroquia de Calderón

Tomado de Google maps.

La población objeto de estudio se definirá en función a la información que proporcione el Municipio de Quito, la junta parroquial de Calderón y los habitantes de este lugar.

Los habitantes de la parroquia de Calderón por su ubicación estratégica, cuentan con una red vial de fácil acceso que permite la conectividad con todo el Distrito: La vía Panamericana, que es la puerta de ingreso a la Ciudad y que relaciona a Calderón con el norte y el occidente de Quito. La avenida Simón Bolívar que conecta a Calderón con otros valles de Quito y con la parte norte, centro y sur de la ciudad. Vía a Pomasqui que conecta a Calderón con las parroquias del Noroccidente.

La población de Calderón que será encuestada oscilará entre los 22 a 35 años de edad, ya que este grupo de edad, utiliza con mayor frecuencia la Municipalidad de Calderón

4.2.7.2 Cálculo de la muestra

Debido a que el estudio será realizado a un público con similares características, para determinar el tamaño de la muestra se aplicará la fórmula estadística de población homogénea, para que los datos tengan la relevancia requerida.

$$n = \frac{N}{\sum^2(N-1)+1}$$

Donde: **n** = Muestra.

N = Población.

\sum^2 = Error al cuadrado

$$n = \frac{152242}{(0.05)^2(152242-1)+1} = 399,70$$

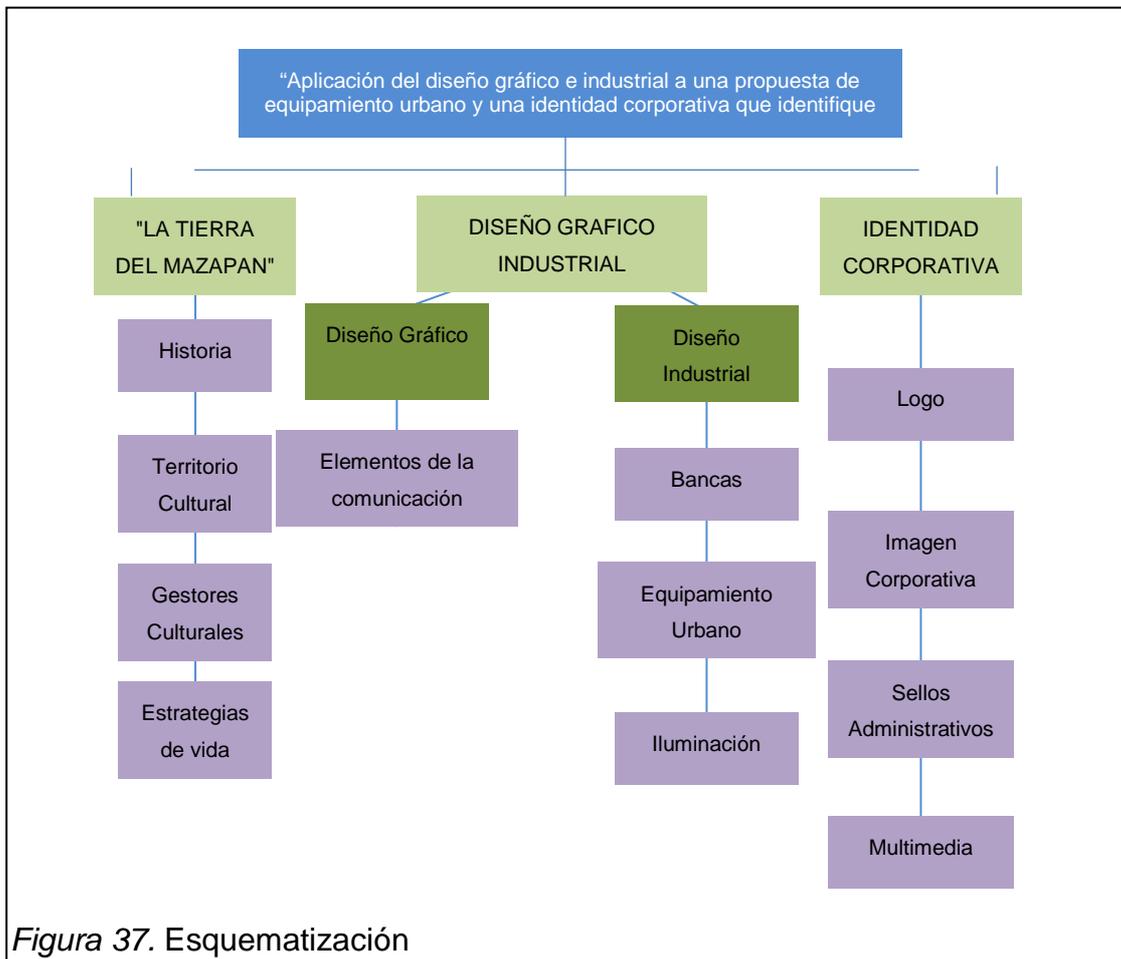
Se procederá entonces a realizar 400 encuestas

4.3 Segunda Fase

4.3.1 Fase de Comunicación

Una vez que se ha tabulado las encuestas, sistematizado las entrevistas, y se analizó la investigación según Bürdek, se procederá a extraer conclusiones y comparar datos, para luego realizar un informe detallando la situación actual de la Parroquia de Calderón en el ámbito de Identidad Corporativa y Diseño Industrial para dar a conocer a los interesados.

4.3.1.1 Esquematización



4.1.1.1 Alternativas de solución

Mediante el estudio investigativo, en lo que respecta a las encuestas que se realizarán a los habitantes y las entrevistas a la junta directiva de la parroquia se destacan las siguientes alternativas de solución a la hipótesis principalmente planteada.

- Hacer que los objetos de primer impacto, como la señalética, el mobiliario y la iluminaria sean más atractivos a la vista tanto del habitante como del turista.

- Determinar mediante la ergonomía el producto más adecuado para el consumidor.
- Desarrollar una identidad corporativa de acuerdo a la cultura de la Parroquia de Calderón y bajo una misma línea gráfica
- Investigar sobre oportunidades comerciales que se pueden dar en el Mercado Principal de Calderón con el fin de organizar los puestos existentes y generar más ingresos para los habitantes.
- Dar a conocer el proceso de la elaboración del Mazapán, con el fin de que los turistas se sientan atraídos por aprender esta actividad y los habitantes ganen ingresos tanto por vender las figuras, como por dictar clases del oficio.
- Desarrollar una página web, que haga conocer a la Parroquia de Calderón, dándole un enfoque turístico y así ser una de las principales opciones para visitar.

4.1.1.2 Alternativa final

El uso de programas especializados contribuirá a la realización de planos exactos en donde se pueda visualizar el proyecto para modelar, aplicar materiales, texturas, luces, brillos, reflejos, y ambientes y así, de esta manera, poder presentar una propuesta bastante pertinente.

Adicionalmente el manejo de modelos volumétricos (maquetas), en diferentes escalas y prototipos, le dará un toque más tangible y observable a esta propuesta.

4.2 Tercera Fase

4.2.1 Fase de ejecución

(2 Unidades de tiempo) u operativo:

En esta fase se aplicarán varios tipos de procesos, y herramientas, de diseño gráfico e industrial. Se escogerá y decidirá el material a utilizarse, se realizarán pruebas continuas hasta llegar a la solución ideal.

4.3 Cuarta Fase

4.3.1 Fase de sustentación

(1 Unidad de tiempo, 10 meses)

Una vez terminada la elaboración del proyecto de aplicación del diseño gráfico e industrial a una propuesta de equipamiento urbano y una identidad corporativa que identifique a la Parroquia de Calderón, viene la fase de sustentación y defensa del proyecto realizado, ante las autoridades de la Universidad y luego ante las autoridades parroquiales. Hay que comprobar que este proyecto sea:

- Necesario,
- Útil,
- Muy bien diseñado,
- De ejecución posible.
- Sustentable,
- Eficaz, que cumpla los objetivos planteados,
- Eficiente pues optimizará los recursos asignados y
- De calidad, puesto que deben verse resultados que satisfagan a las necesidades de la parroquia.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA DE DISEÑO

5.1 Identidad corporativa

5.1.1 Logo

Después de haber analizado las diferentes alternativas de buscar una marca que identifique a la Parroquia de Calderón, llegamos a la conclusión de tomar como base las figuras de mazapán, puesto que son parte característica de esta zona.

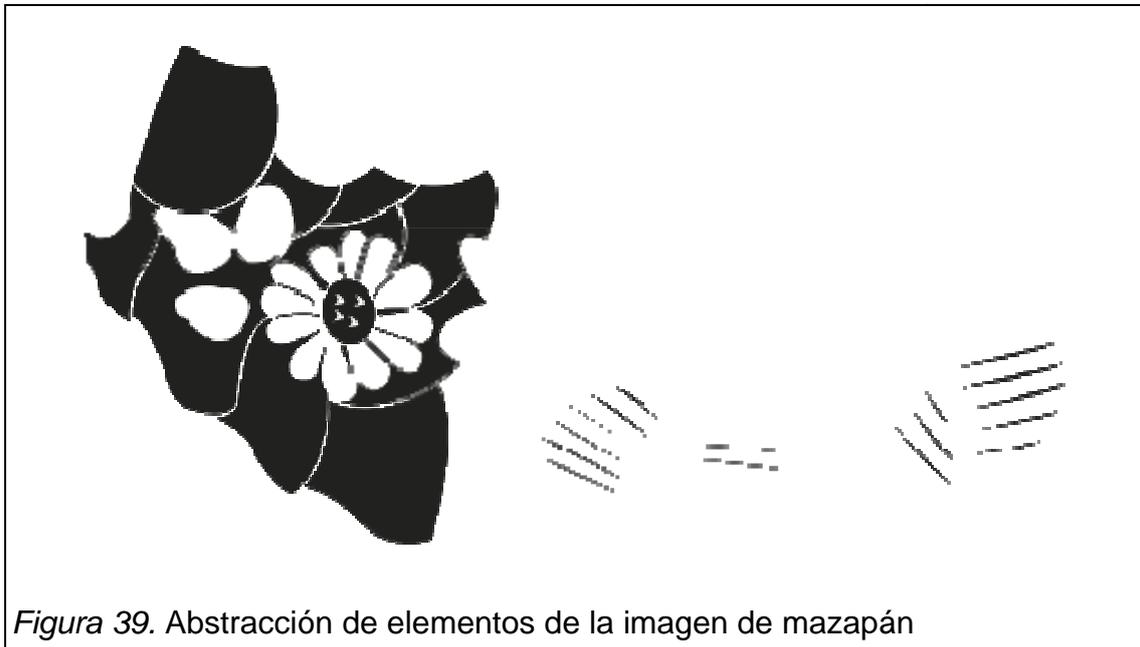
Mostraremos fotografías de las principales figuras de mazapán que representan de Calderón, de las cuales de cada una se abstraieron sus formas, después las acoplamos y obtuvimos el logo.

Al analizar estas formas repetidas, se llegó al logo final, el cual se lo elaboró con elementos fáciles de interpretarlos y sobretodo reconocerlo a simple vista, principalmente que lo asocien con la parroquia. A continuación explicamos cómo se realizó el estudio de las figuras y las formas que se abstraieron de ellas.

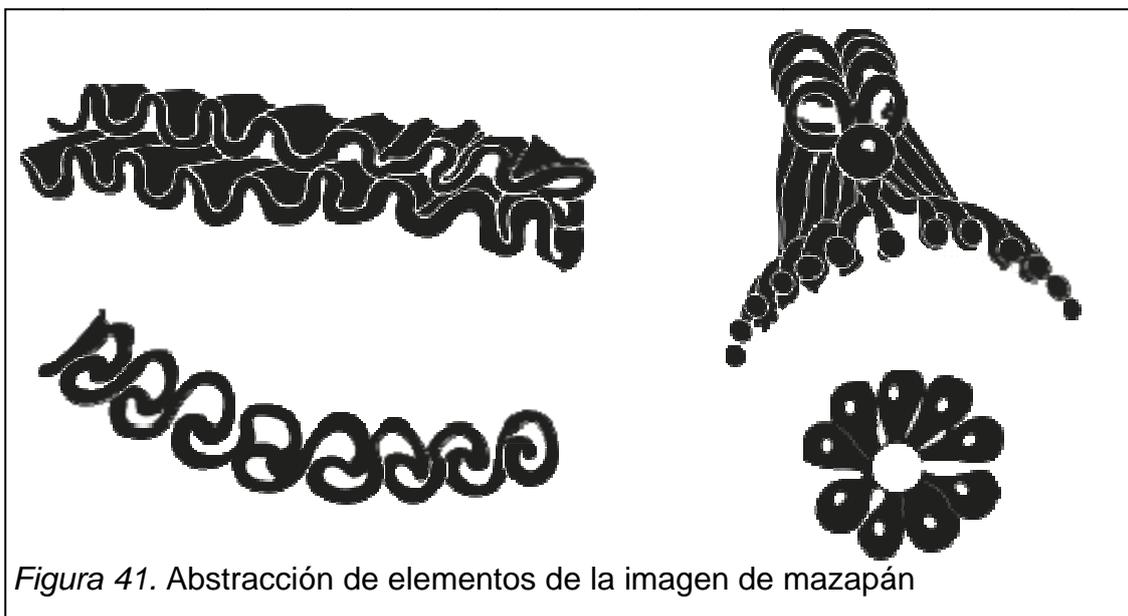


Figura 38. Artesanía de un gallo elaborado en mazapán

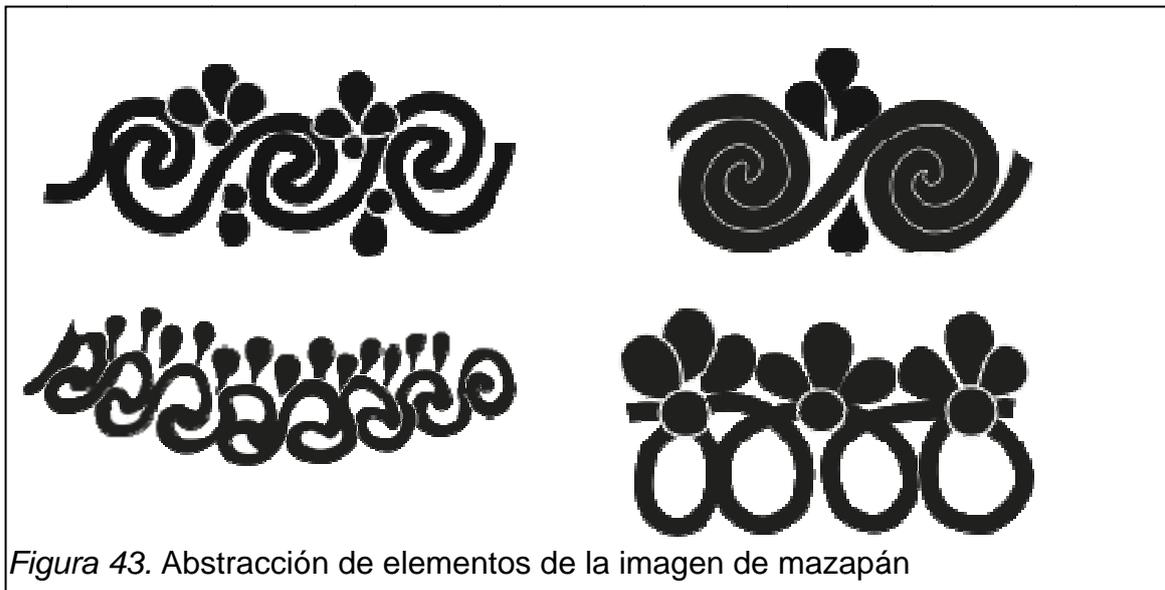
De esta Figura 39 se obtuvieron las siguientes formas:



De esta Figura 41 se obtuvieron las siguientes formas:

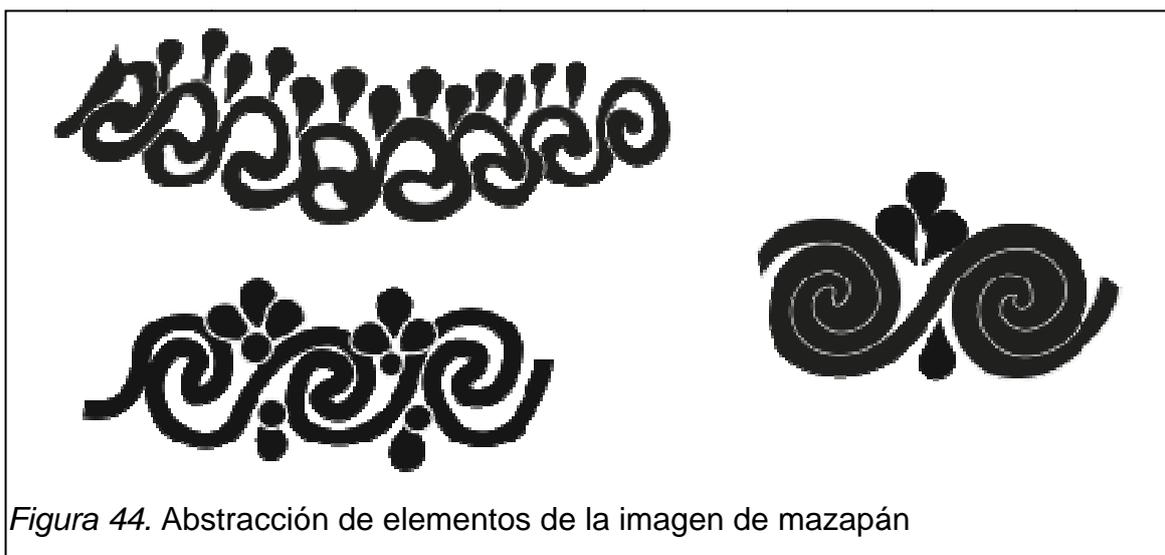


De esta figura 43 se obtuvieron las siguientes formas:



5.1.2 Síntesis Gráfica

Después de haber analizado cada una de estas figuras, se llegó a la conclusión que las formas que se repiten en cada una de ellas son las siguientes, tomando en cuenta que son las formas con mayor creatividad e interesantes que se pudo encontrar, y con las que hemos estado trabajando para el funcionamiento del logotipo.

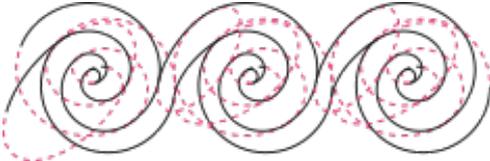


Al momento de trabajar con estas figuras, hemos realizado varias opciones de logotipo.

Como se observa a continuación, el uso de estas formas tiene cabida, ya que por medio de un análisis minucioso se ha logrado justificar de donde proviene el logo, lo cual permitirá la identificación de la Parroquia de Calderón.

El siguiente paso fue geometrizar a las figuras seleccionadas ya que son las adecuadas para formar un logo, fueron escogidas ya que tienen similitud y son repetidas en las figuras de mazapán.

Tabla 3. Análisis geométrico de los elementos abstractos

| Formas originales | Formas geometrizadas |
|--|--|
| <p>1</p>  |  |
| <p>2</p>  |  |
| <p>3</p>  |  |
| <p>4</p>  |  |

De acuerdo al cuadro anterior, con el uso de las figura 1, se obtuvo las siguientes opciones. Se buscó una tipografía que tenga relación con las formas y a su vez, que concuerde con la forma que poseen.



Si Observamos las figuras a y b, sus formas tienen un parecido, se descarta la opción b ya que no se acomoda al mensaje que se quiere transmitir en el logo. Desarrollando la alternativa de la figura c, estas fueron las opciones:



Al analizar estas opciones se decidió probar con un estilo de tipografía diferente y crear más opciones de logo, como las siguientes:

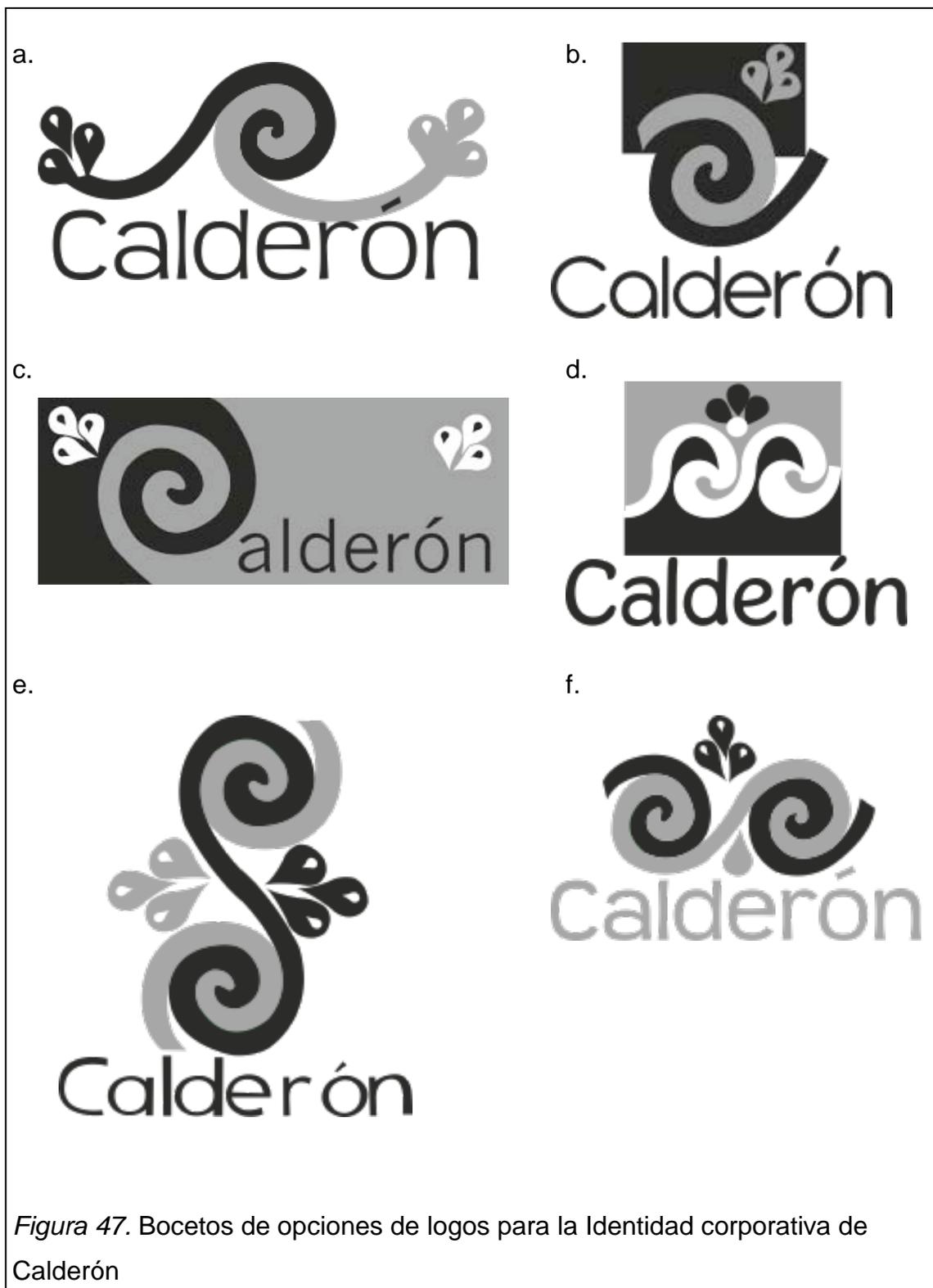
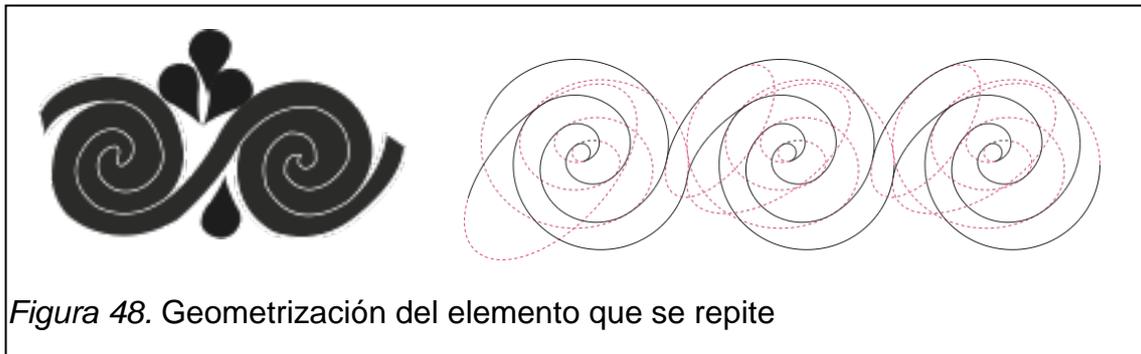


Figura 47. Bocetos de opciones de logos para la Identidad corporativa de Calderón

Como podemos observar en la mayoría de las opciones la figura que se repite es



No se descartó la posibilidad de usar esta forma en varias posiciones y a su vez repetirlas. A medida que se iba desarrollando las diferentes alternativas del logo, se fue modificando pequeños detalles.

Para lograr un logo rápido de reconocer se fueron descartando algunas formas, y se buscó una relación entre la parroquia Calderón y la definición por medio del logo que se requiere dar al lugar.

De esta manera, también se fue modificando la tipografía, investigando más a fondo la antigüedad de la zona, y así se vincule de una mejor manera con el logotipo.

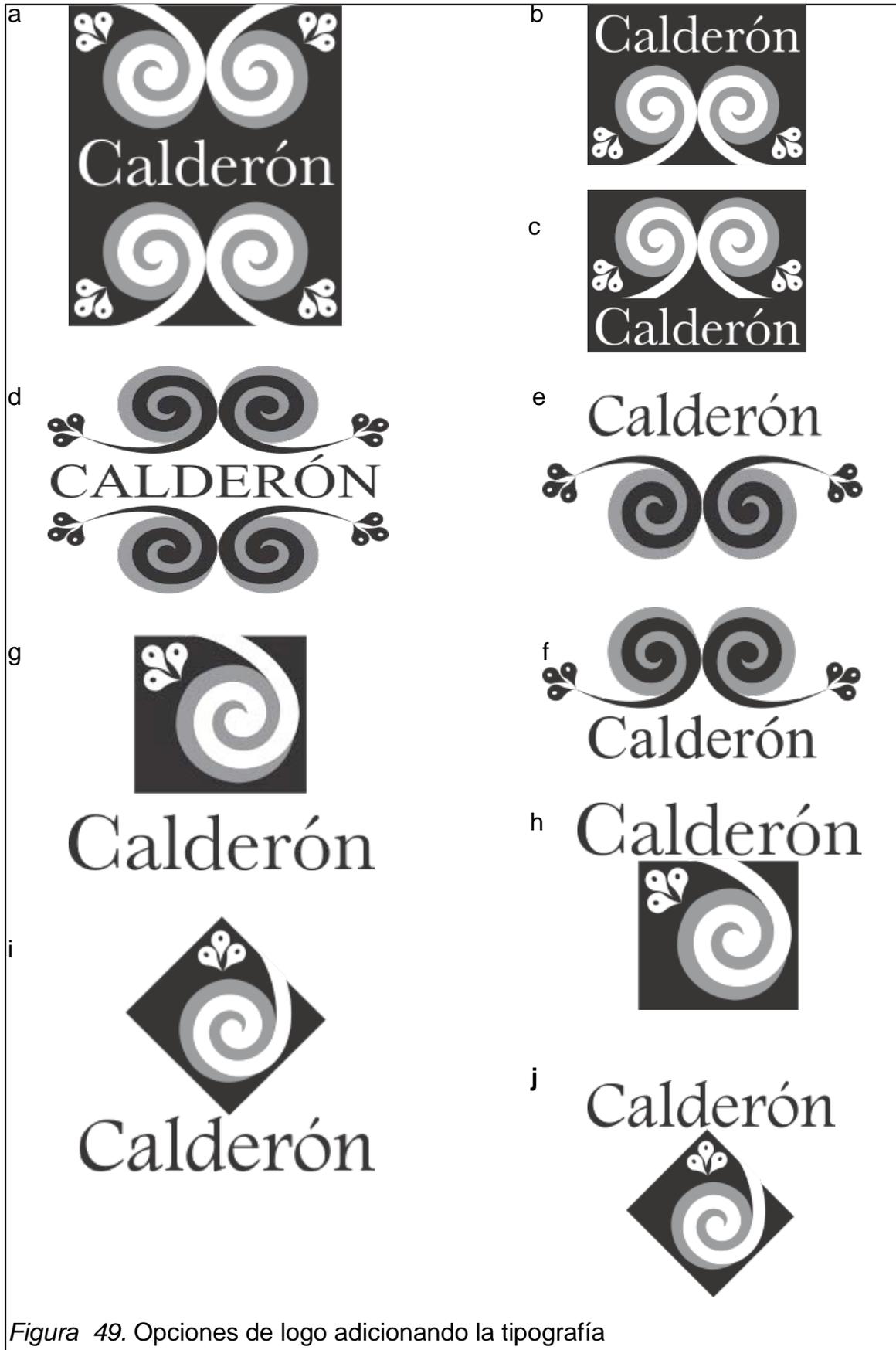


Figura 49. Opciones de logo adicionando la tipografía

Esas fueran las principales alternativas mientras se buscó los elementos precisos que identifiquen a la Parroquia de Calderón. Se puede observar en los anteriores imágenes que hay un solo elemento, el cual se lo utiliza en cada una de ellas, y a continuación se justifica el origen de estas formas. A medida que se ha ido abstrayendo estas formas se ha ido realizando pequeñas modificaciones, para lograr un orden y evitar un desequilibrio en sus elementos.

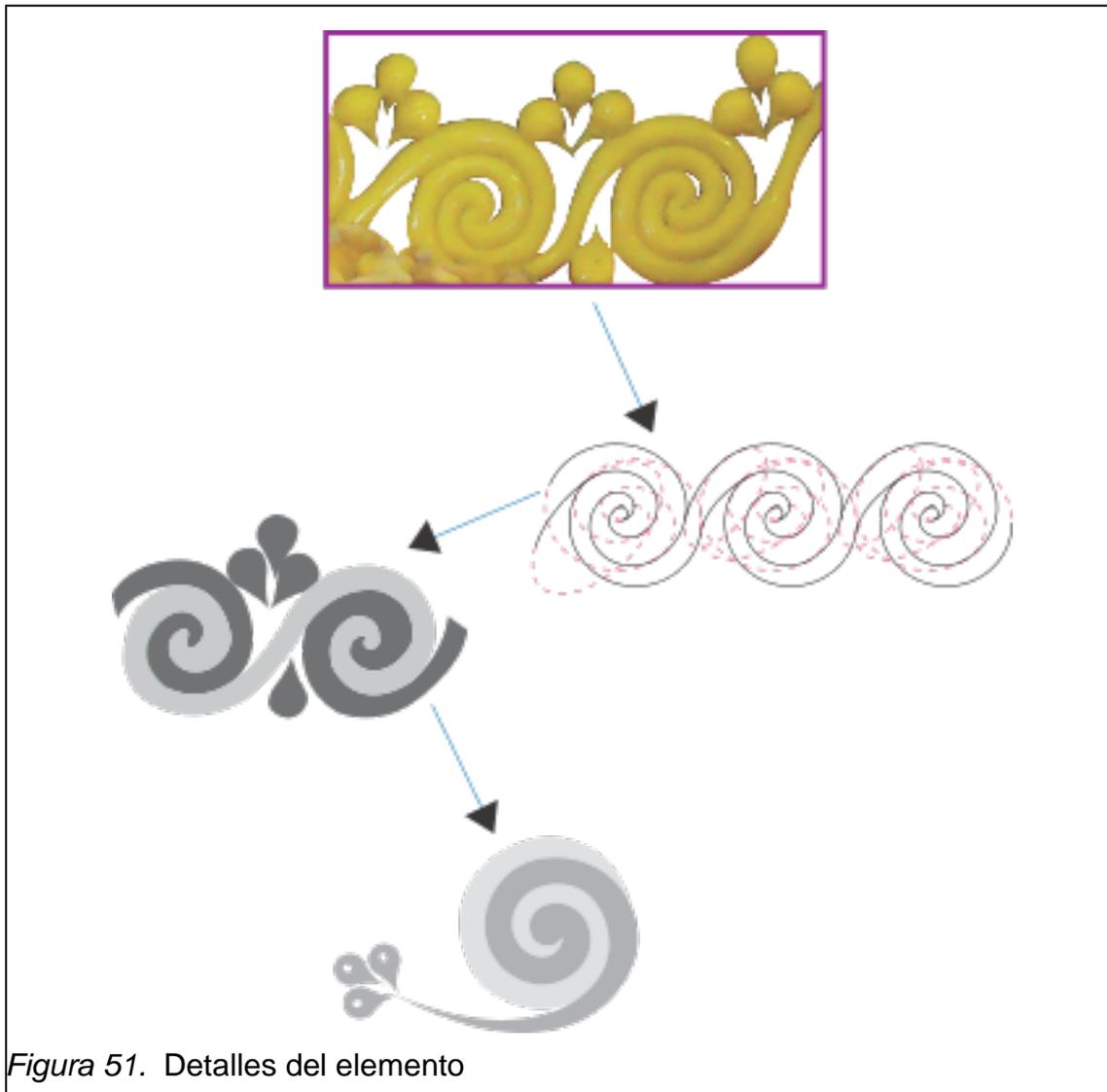
Existe un lugar fuera de la Parroquia de Calderón donde las artesanías de mazapán llegan a tener un valor importante. Pertenecen a la galería de arte Olga Fisch. En este sitio se realizan las figuras con detalles más impecables, pero siempre manteniendo las formas originarias de los artesanos de la parroquia, y de estas figuras se abstrajo la forma desarrollada, puesto este que es usado en la mayoría de las artesanías y con sus colores llegan a tener el acabado perfecto.

En esta imagen se puede observar como la forma utilizada en la realización del logo, se mantiene ya sea en las artesanías de la Parroquia de Calderón como en las artesanías de Olga Fisch.



Figura 50. Artesanía de Olga Fisch

Aquí se explica detalladamente las formas con sus modificaciones.



Con el uso esta forma, se ha presentado diferentes alternativas de cómo podría funcionar como logo y, de todas ellas, se escogieron las que más se aproximan al objetivo de este proyecto.

Las alternativas seleccionadas han sido respaldadas por los resultados que se realizó a diferentes personas, es decir por los propios habitantes de la Parroquia de Calderón.

Una de las encuestas fue presentar 3 opciones de logo que cumplan con las expectativas de los habitantes de la parroquia.

Estas fueron las 3 opciones:

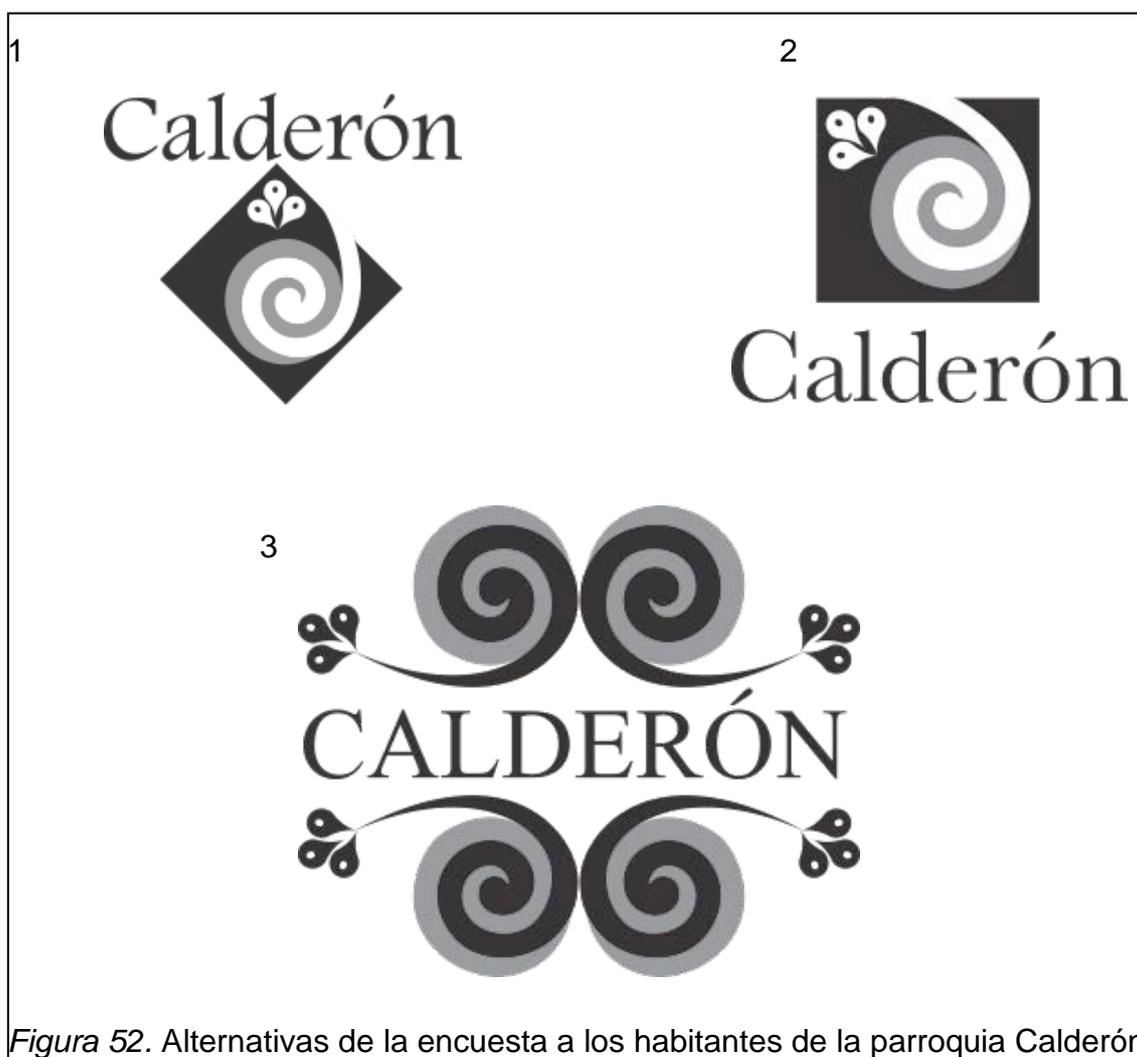


Figura 52. Alternativas de la encuesta a los habitantes de la parroquia Calderón

La opción 3 fue la que mayor puntaje obtuvo, con un 73% de aceptación seguida por la primera con un 10% y la segunda con el 17%. Este resultado facilitó la elección de un logo, el cual servirá para la constitución de la Identidad Corporativa.

5.1.3 Cromática

Las artesanías de mazapán son las que representan a la Parroquia de Calderón y hemos explicado que de ellas se obtuvo el logo, de la misma también los colores que van a formar parte de toda la identidad. Con estos colores se hizo corte hacia el blanco y así tener los suficientes colores para las posibilidades de crear la marca. Los colores que se van a utilizar pertenecen a la cartilla de colores sobre la base del código PANTONE, ya que por ser tintas planas, tintas directas se podrá conseguir la tinta exacta. Los colores son los siguientes:

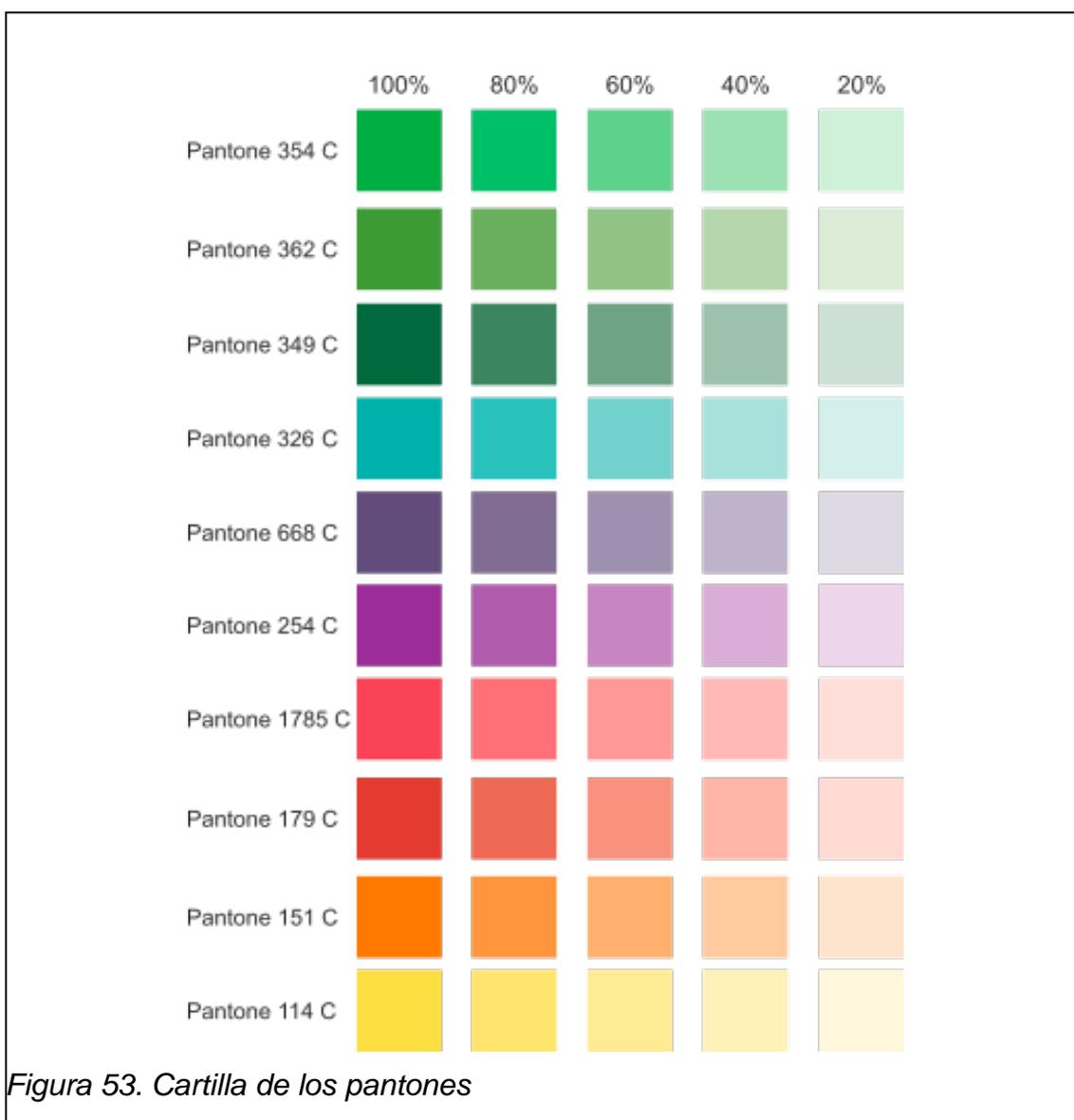


Figura 53. Cartilla de los pantones

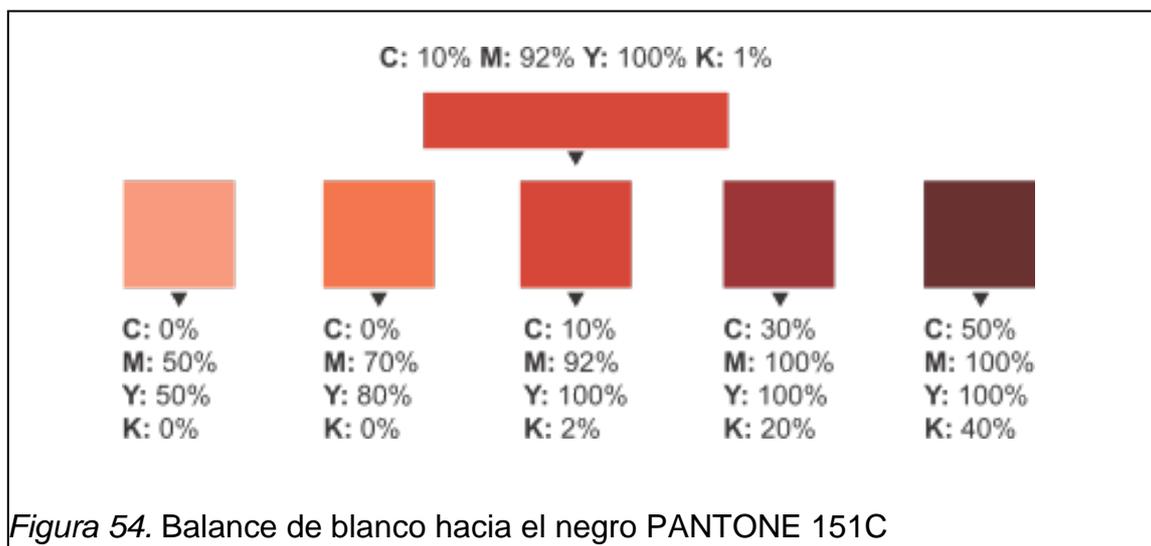
Los colores expresan un significado, no solo se trata de representar la realidad en imagen sino que también pueden hablar.

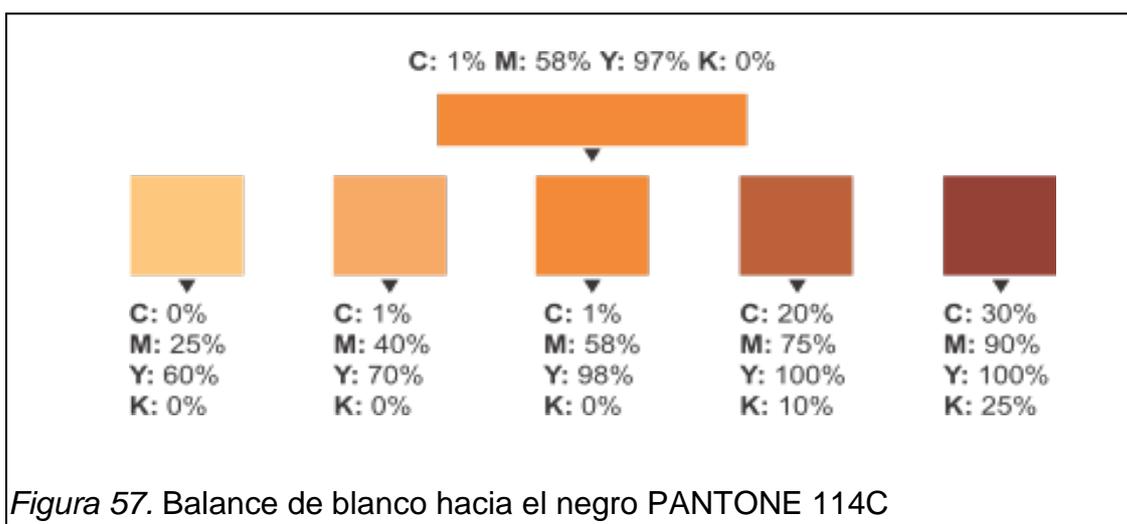
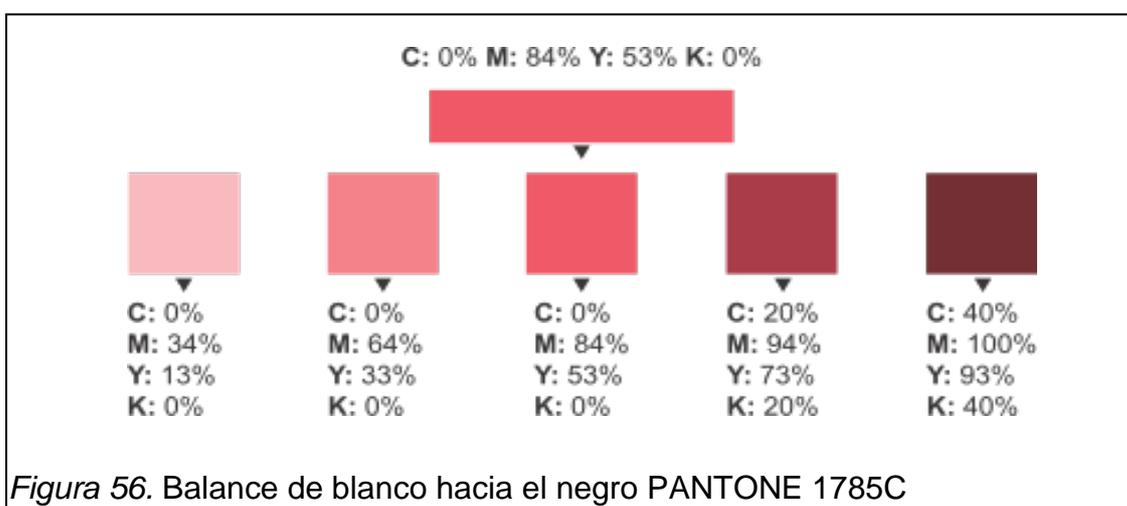
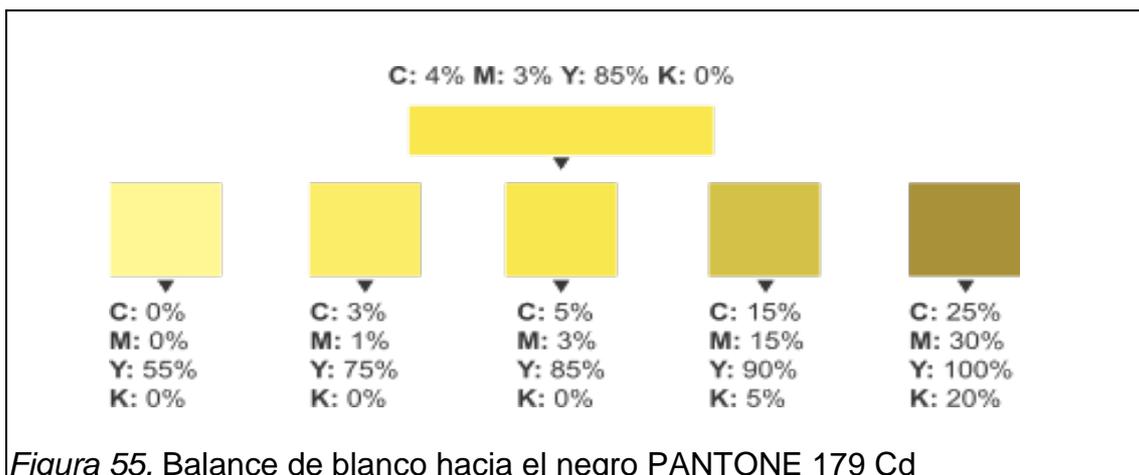
Los colores seleccionados en esta investigación, por su mayoría de uso, y según su importancia, están dentro de los colores cálidos y fríos.

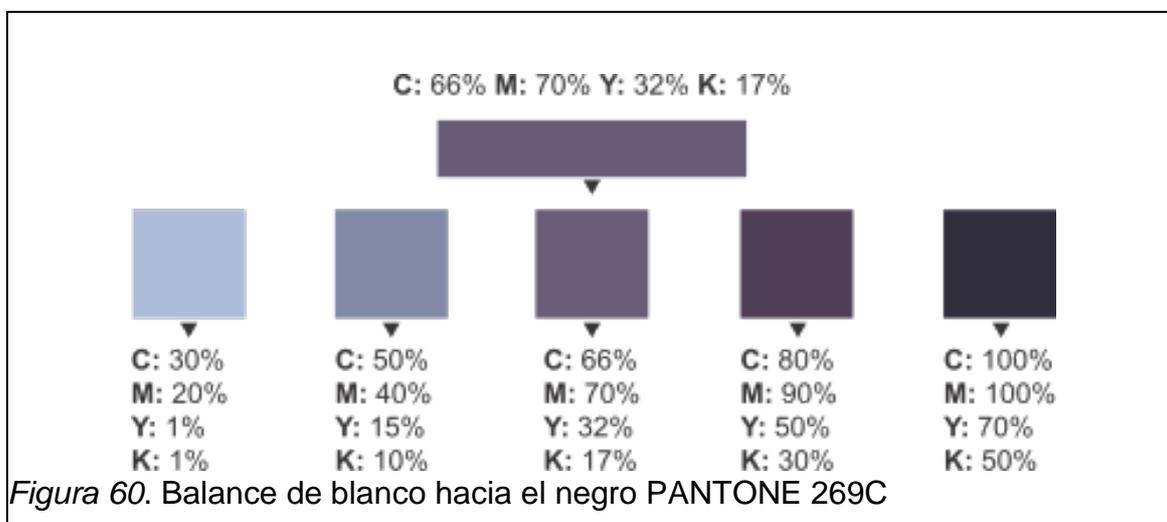
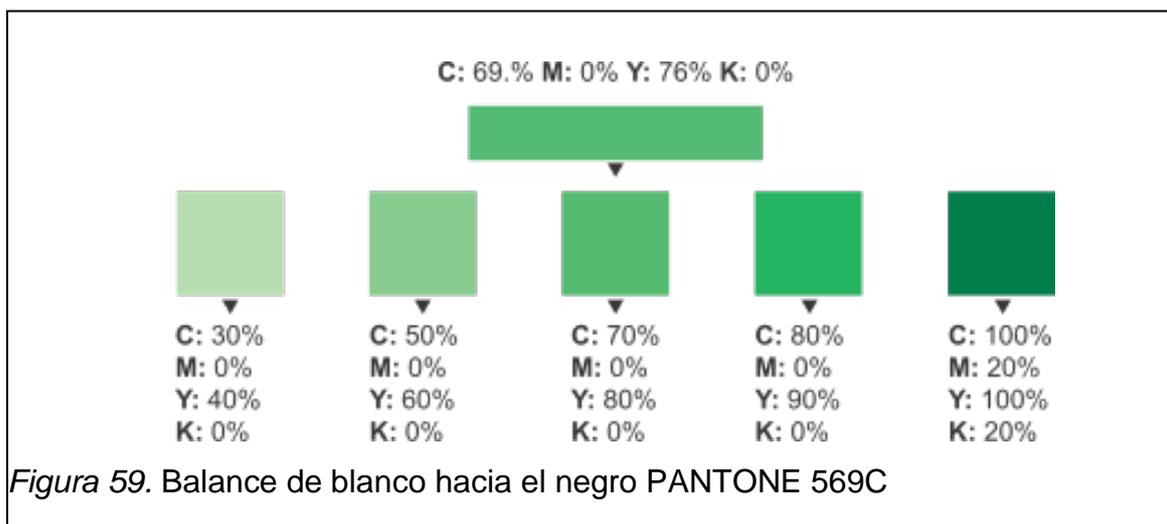
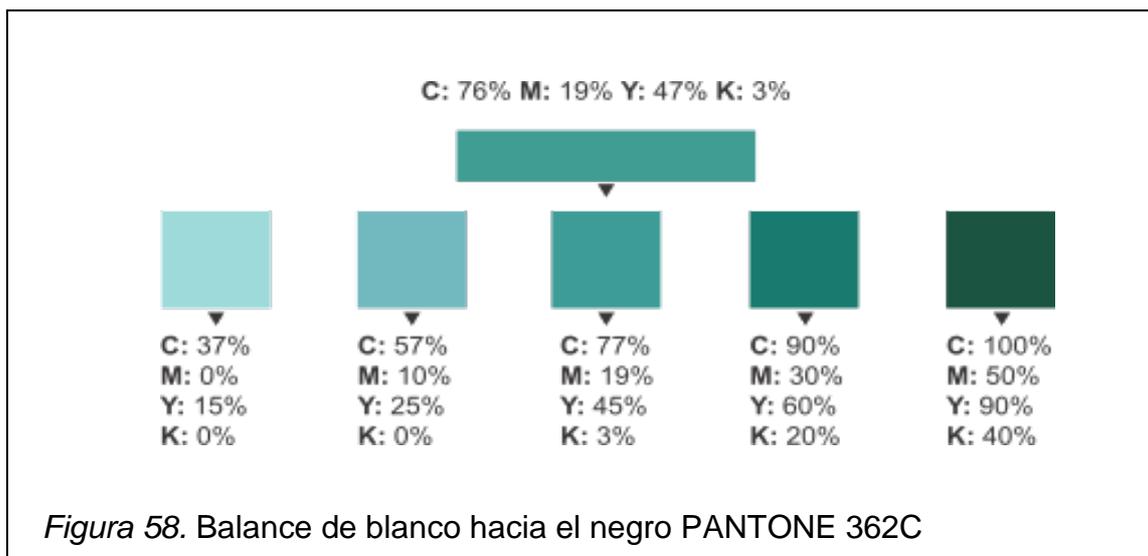
Como se observa en la imagen existe el color verde, violeta y azul, ellos forman partes de la familia de los colores fríos, en los colores cálidos encontramos el color rojo, naranja y amarillo. Con todos estos colores encontrados se forma el uso del color adecuado aplicados al proyecto, con su significado específico de cada uno de ellos.

Los colores que se muestran a continuación, son colores obtenidos de las figuras de mazapán, con su respectiva cuatricromía y su análisis de como se logró el color representativo de éstas figuras.

Colores cálidos:







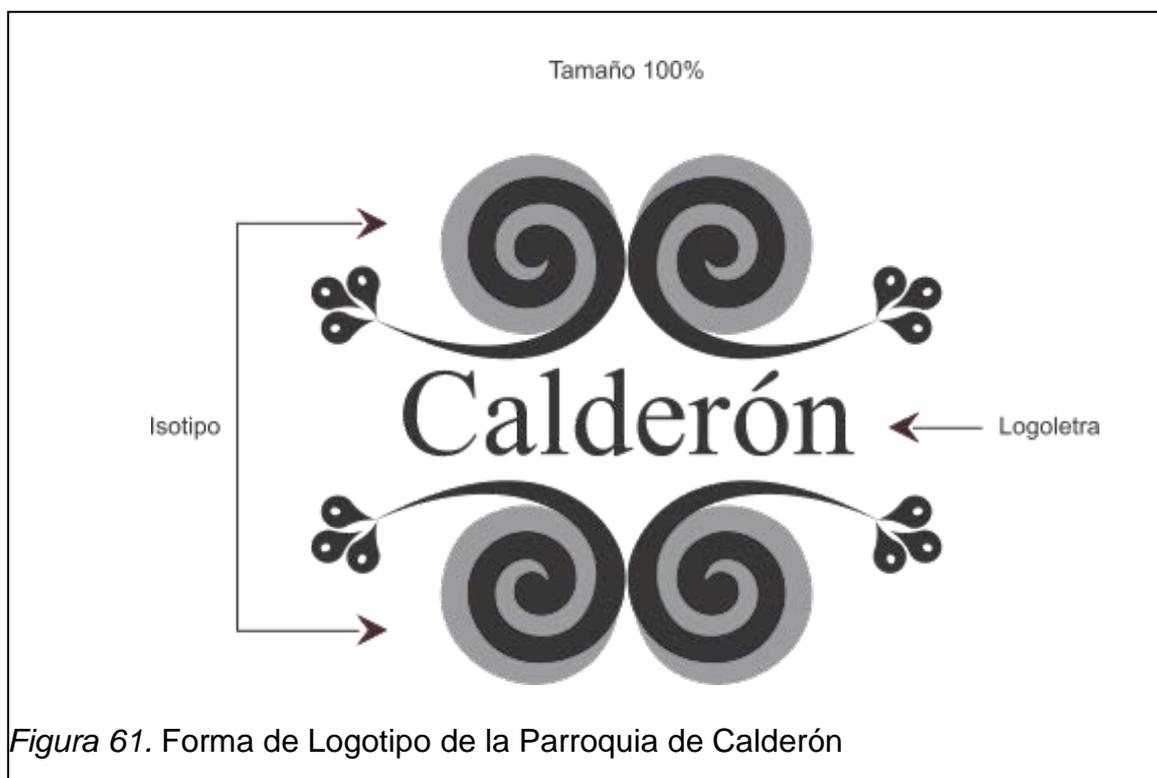
De esta manera se realizó el estudio de los colores a utilizarse dentro de la imagen de la parroquia Calderón, del color original de las figuras se obtuvo un porcentaje, el cual se lo fue mezclando hacia el blanco y hacia el negro, con el fin de comparar el uso del color adecuado.

5.2 Construcción de la marca

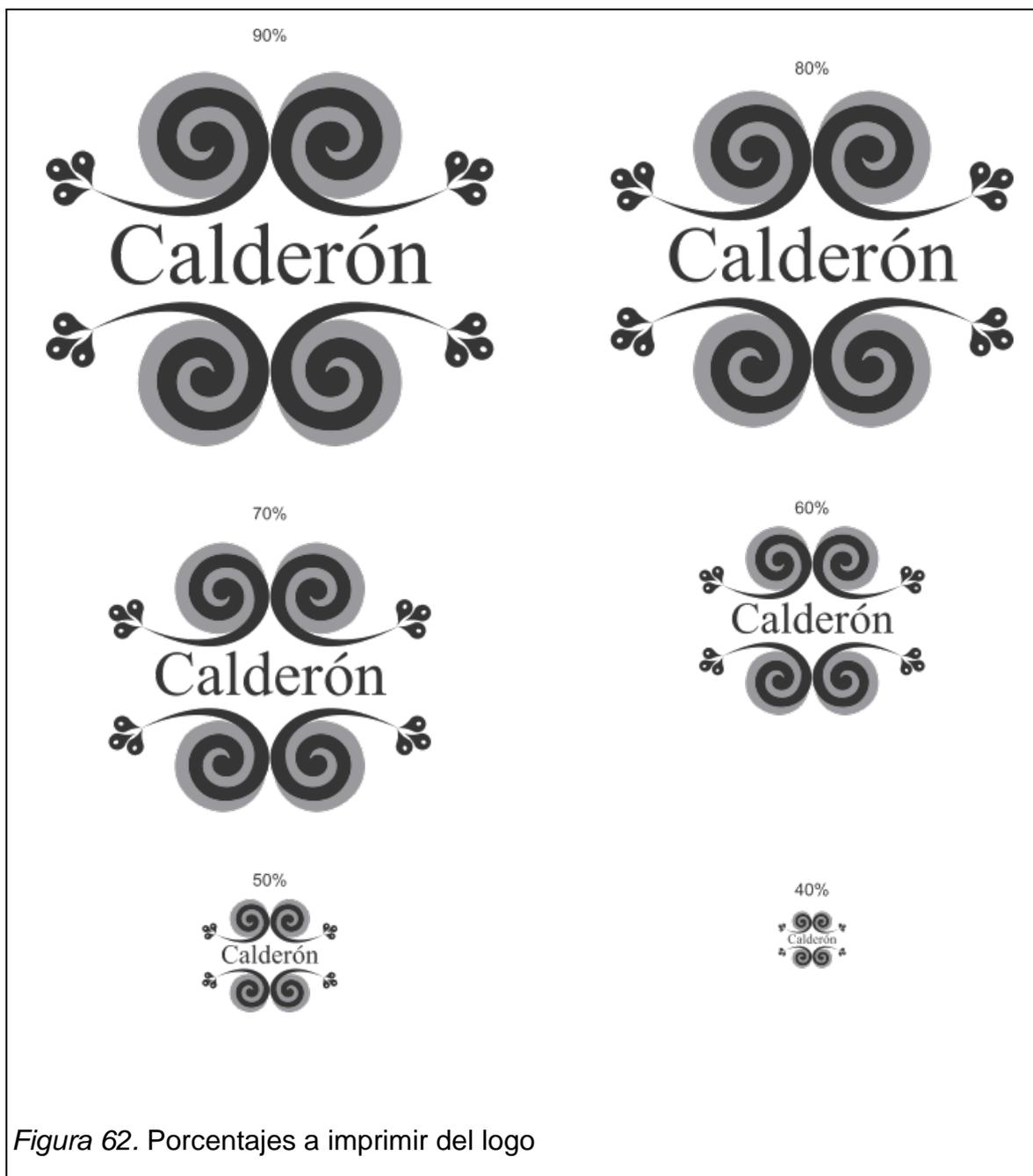
Para definir su representación gráfica la marca Calderón requiere de un orden con sus respectivas normativas y sistema de aplicación en cualquier espacio.

El isotipo o símbolo y el logoletra, forman parte de la marca Calderón, con sus normas de uso que a continuación se detalla.

El isotipo puede ser independiente, ya que son símbolos visuales con concepto y sentido que pueden ser utilizadas, en ciertos casos como decoración, que a su vez varían de tamaños y se los ubica dependiendo del sitio donde se requiere que vaya el logotipo.



Cuando se requiere usar el logo por ejemplo en papelería básica se usaría entre el 60% y el 50% de los tamaños que se muestran a continuación, en un papel de formato A3 publicitario el tamaño del logo se lo usará entre el 100% al 80%.



5.2.1 Geometrización

La geometría es la base para lograr un diseño ordenado y proporcionado, por eso es importante mencionar la combinación de medidas y demostrar a los futuros usuarios del logo, cómo se realizó este proyecto.

Mediante la geometrización se establece los parámetros gráficos para poder reproducirlo con diferentes tamaños y no ocurra deformaciones al momento de acoplarlo en sus distintas aplicaciones.

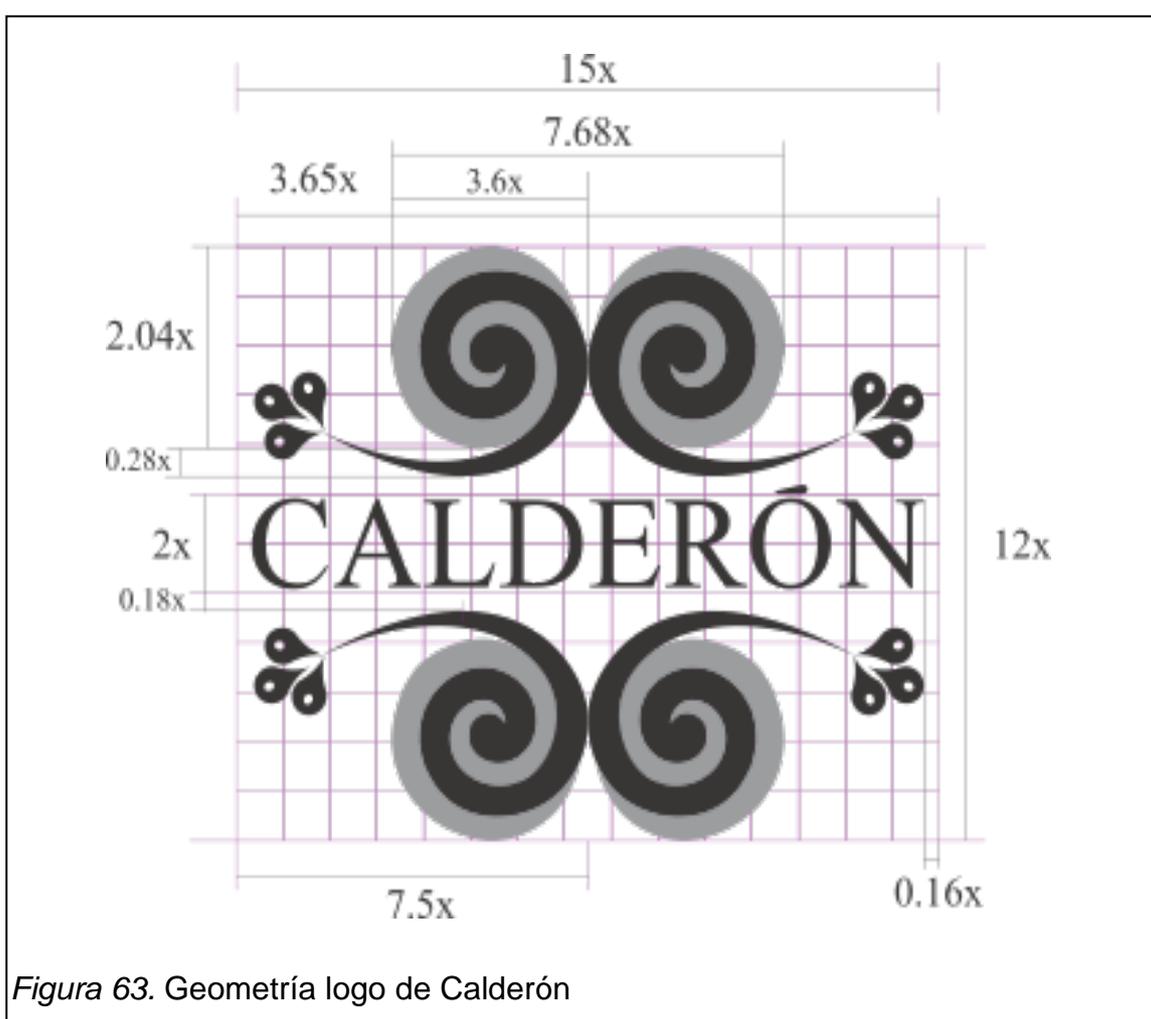


Figura 63. Geometría logo de Calderón

5.2.2 La marca con sus colores corporativos

Hemos mencionado anteriormente la gama de colores que se obtuvo en el proceso de desarrollo.

Se descartó algunos de ellos ya que no se estableció alguna con la parroquia. Los indicados a continuación serán utilizados con la explicación, por qué fueron escogidos.

Cuando se habla del significado del color, sobre las sensaciones que produce su visión y la interpretación emocional que se desprende, se suele hablar de la psicología del color. Se trata de comprender el modo en que afectan los colores a las personas. La sensación de amplitud o de agobio, de alegría o de tristeza, de atracción o de repulsión y otros muchos efectos que pueden sugerir algunos colores, implica una asociación de los sentidos (tacto, olfato, gusto...) con el color de las cosas (fuego, hielo, flores, mar...), o, también de experiencias vividas, gratificantes o no, que pueden estar asimiladas a determinados colores. (Navarro, 2007, p.44).

De esta manera Navarro asocia los colores, cabe recalcar que de todos los colores se escogieron tres, los cuales representarán a la parroquia Calderón.

Tabla 4. Relaciones de colores

| COLOR | ASOCIACIÓN | SIGNIFICADO |
|---|---|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> El día de los difuntos es un día festivo para Calderón, en el cual su tradición es llevar al cementerio una guagua de pan y colada morada a sus seres queridos. | <ul style="list-style-type: none"> Representa a la muerte, a su vez comprende la imaginación y creatividad. |
|  | <ul style="list-style-type: none"> Con la posibilidad del cambio los habitantes de Calderón se esfuerzan por sacar adelante sus figuras de mazapán. | <ul style="list-style-type: none"> Representa estabilidad y prosperidad. |
|  | <ul style="list-style-type: none"> Este tono es el que mas es usado en el mazapán. Sus amplios espacios verdes y sus miradores logran un lugar mas atractivo | <ul style="list-style-type: none"> Color de la naturaleza, representa seguridad, y frescura. |

Al momento de empezar a traducir, las tonalidades deberían de coincidir con la paleta de colores, con independencia de la técnica de impresión o el tipo de papel.

Tabla 5. Cuatricromía y RGB de los colores asociados al logo

| | CUATRICROMÍA | RGB |
|---|--|------------------------|
|  PANTONE 254 C | C 44.87% M 95.82% Y 0% K 0% | R 154 G 49 B 146 |
|  PANTONE 326 C | C 85.85% M 0.4% Y 41.13% K 0% | R 0 G 177 B 171 |
|  PANTONE 569 C | C 92.41% M 25.58% Y 59.6% K 7.49% | R 0 G 132 B 119 |

Estos son los colores que fueron escogidos para el logotipo ya que, por su tonalidad buscan causar identificación, entre pobladores de la Parroquia de Calderón. Además ésta tonalidad cromática, es ocupada en la cromática de las figuras de mazapán, por lo que provee de sensaciones acogedoras.

5.2.3 Tipografía

Siendo Calderón un lugar con historia colonial, la tipografía a manejar, debe estar asociada, ya que ambas (tipografía e isotipo) comunicarán, fuerza y nostalgia, ya que estos sentimientos son los representan a la Parroquia de Calderón.

Las fuentes serif también toman el nombre de fuentes de adorno, al comparar con el logo, encontramos que tienen algo en común, que son sus extremos con remates característicos de este tipo de letra, además proporciona armonía que no llega a tener peso visual.

Esta tipografía se basa en un equilibrio de formas lineales y en círculos perfectos para mayor visibilidad, el origen de la fuente serif se ha caracterizado por la belleza y estilo natural que aporta a las letras.

Para ello de la familia de las Serif, se ha seleccionado la fuente Doulos sil, por el hecho que es una fuente derivada de las tipografías romanas establecida por círculos perfectos y formas lineales equilibradas, los cuales

Tabla 6. Tipografía

| | |
|--|--------------------------------|
| DOULUS SIL | |
| abcdefghijklmn opqrstuvwxyz 1234567890 | ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ |
| 30 Calderón 24 Calderón 18 Calderón 12 Calderón | |

Es cierto que una imagen transmite una idea, pero también es cierto que al dejar de observar la imagen se llegue a desvanecer, por lo tanto, el texto es el medio de transmisión de mensajes, es decir, al combinar adecuadamente estos dos elementos dará lugar a lo que todo diseñador quiere lograr con sus diseños, que el mensaje se reciba y permanezca en la memoria del público, e incluso, lo convenza en hacer o no hacer, de acuerdo a lo que queramos conseguir con nuestro mensaje.

Una adecuada elección tipográfica, ayudará a transmitir la imagen deseada en un diseño corporativo, ya que dará personalidad y reforzará al diseño de folletos, flyers, carteles; favorecerá la legibilidad de libros, de elementos que comuniquen algo, hasta puede establecerse como elemento único de un diseño como ejemplo existen logos, portadas, carteles, pancartas.

5.2.4 El color en la marca



Figura 64. Color en la marca

Aquí se especifica el color del logo que se va a utilizar. Además es necesario recalcar que este logo no puede ser colocado sobre algún fondo, ya que tiene la posibilidad de perder el atractivo estético que tiene en su estructura.

Si se requiere usar el logo sobre alguna base de color, es recomendable usar el logo en tonos grises, ya que si se llegara a usar una base mas fuerte que los colores del logo, no se apreciaría y perdería el uso correcto, por ser colores llamativos no se ajustan a otra tonalidad, podemos observar a continuación los usos inadecuados del logo.

5.2.5 Usos incorrectos de la marca

- Las proporciones de la marca no pueden ser alteradas.
- No es permitido usar colores fuera de los ya nombrados como los colores corporativos.
- No se cambiará el orden del isotipo o logotipo a excepción de aquellas alternativas mencionadas.
- No se puede deformar, su tipografía ni su isotipo.
- No se puede incluir sobre su estructura alguna adecuación



Figura 65. Uso Incorrecto de la Marca

Del mismo modo existen diferentes usos incorrectos del logo como: el logo desproporcionado, incluir otros elementos, no ubicar en un espacio apropiado, desalinearse su orden.



5.3 Aplicaciones de la marca

5.3.1 Papelería básica

5.3.1.1 Hoja membretada

Hoja membretada

Tamaño: A-4

Papel: Kimberly color blanco

Calibre: 90gr.

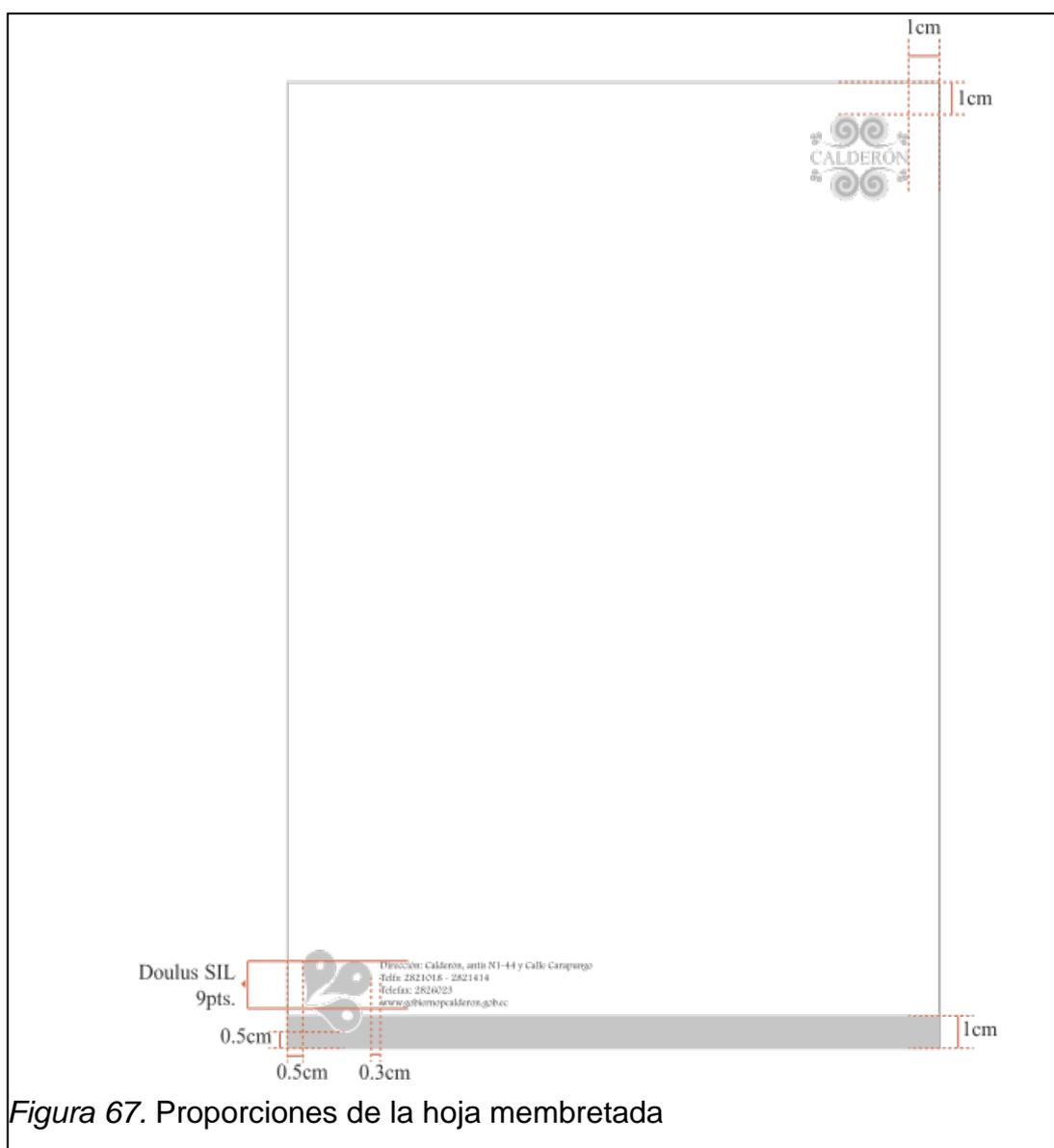


Figura 67. Proporciones de la hoja membretada



Figura 68. Hoja membretada a color

5.3.1.2 Sobre A-4

Tamaño: 21.5 x 10.5 cm

Papel: Kimberly

Color: Blanco

Calibre: 220 gr.

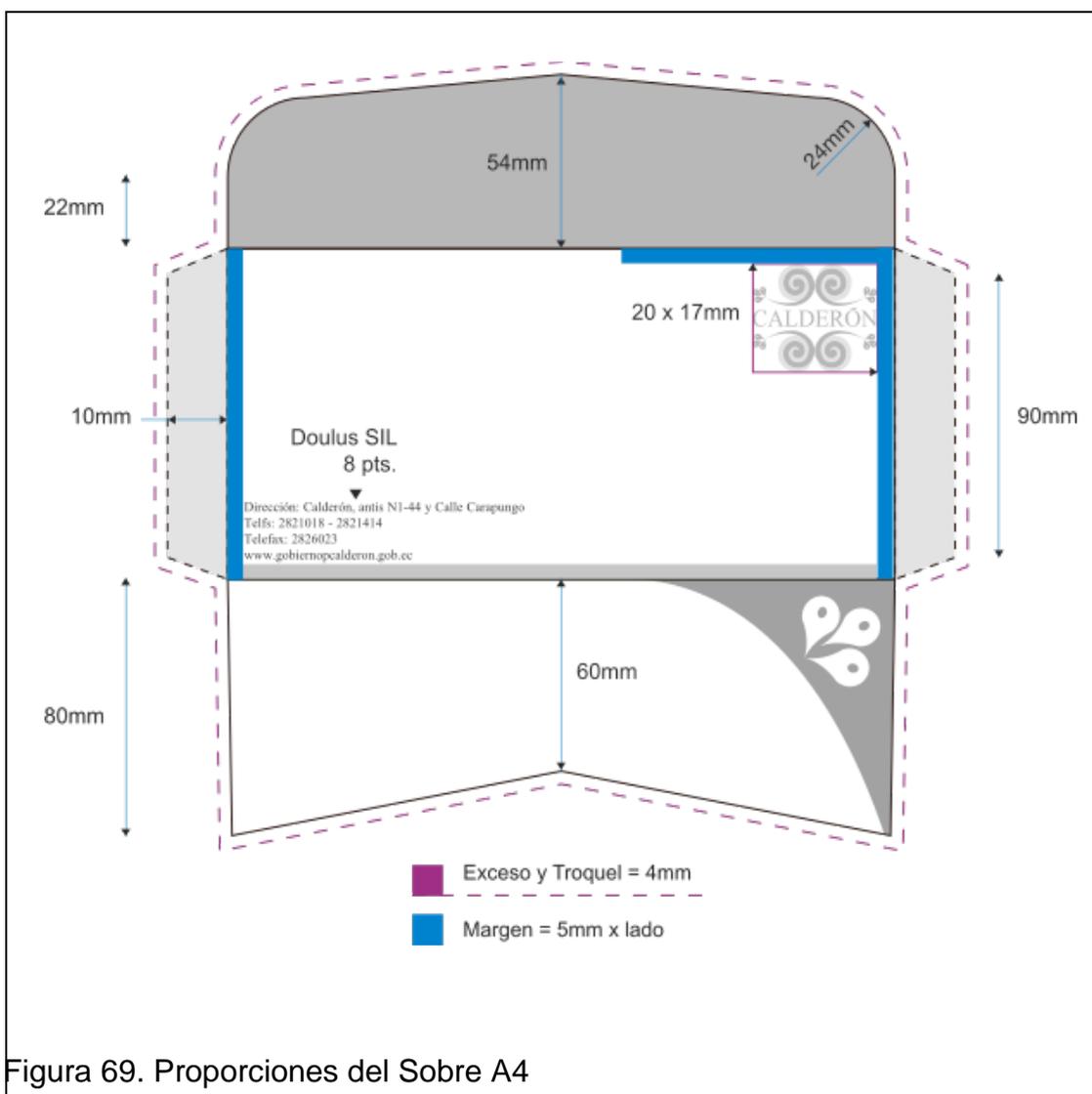




Figura 70. Sobre de Color

5.3.1.3 Carpeta

Tamaño: 43 x 30.5

Papel: Kimberly

Color: Blanco

Calibre: 220 gr.

Carpeta vista abierta a color

Técnica de impresión logo: Golpe en seco

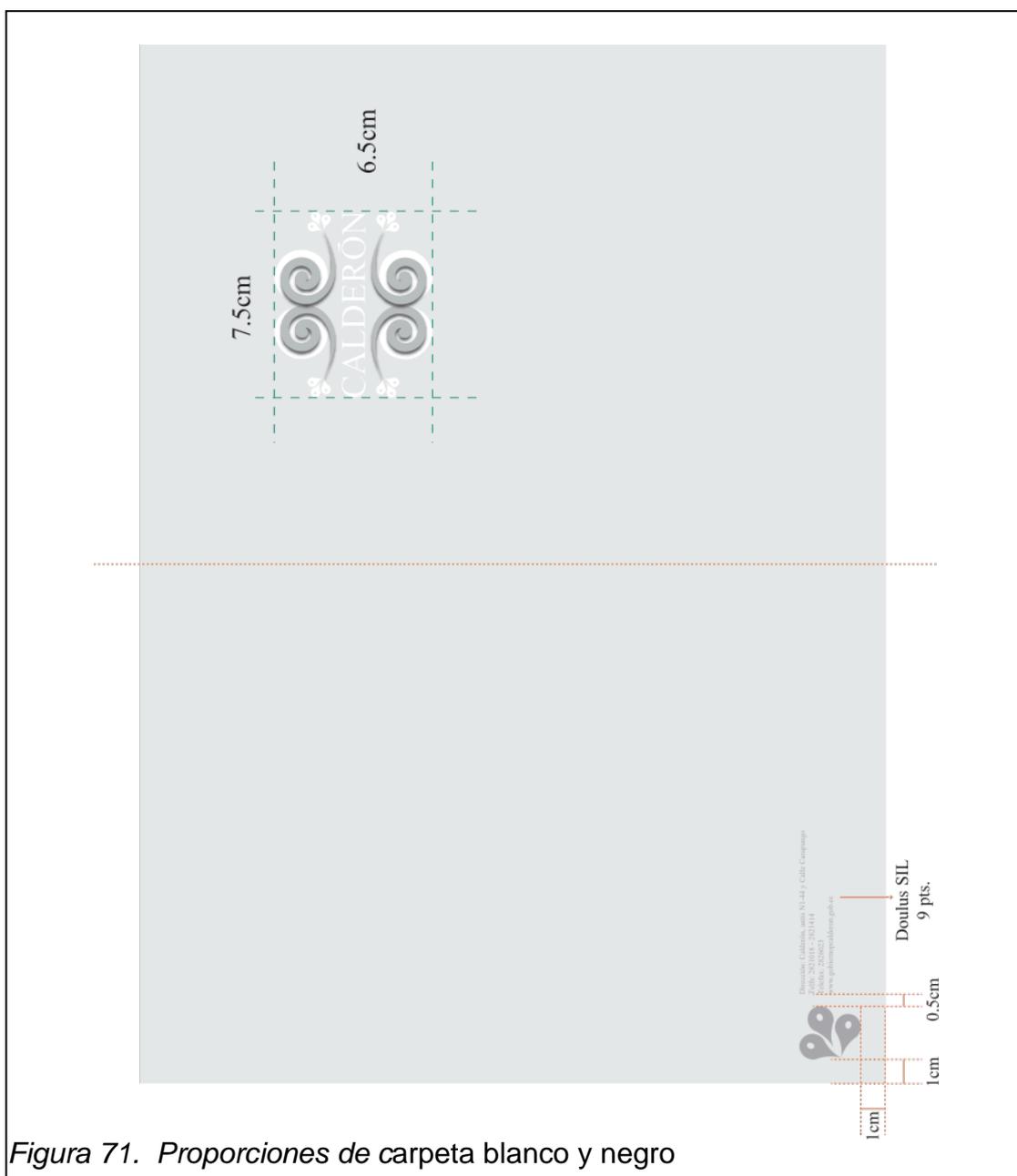


Figura 71. Proporciones de carpeta blanco y negro

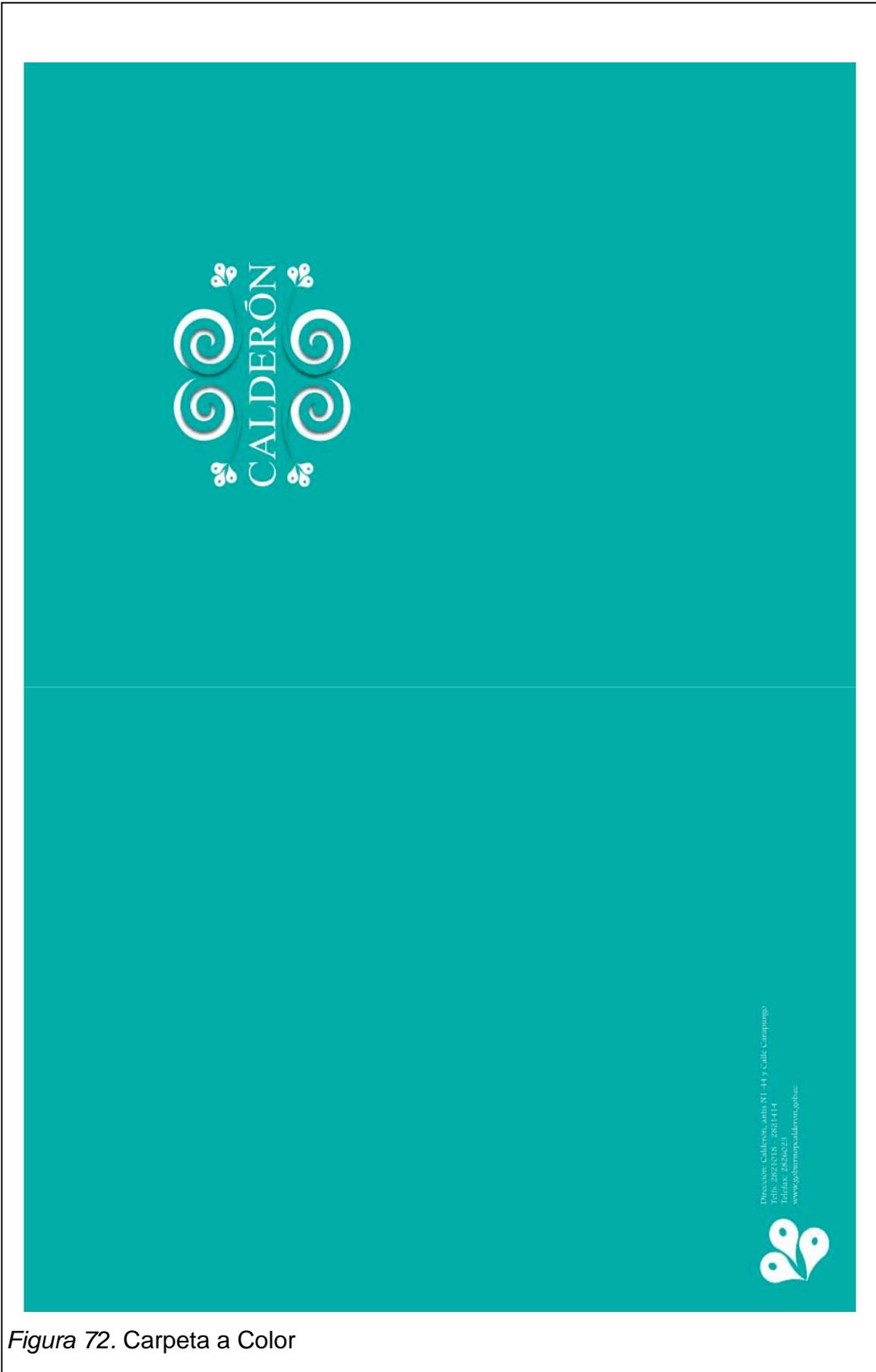
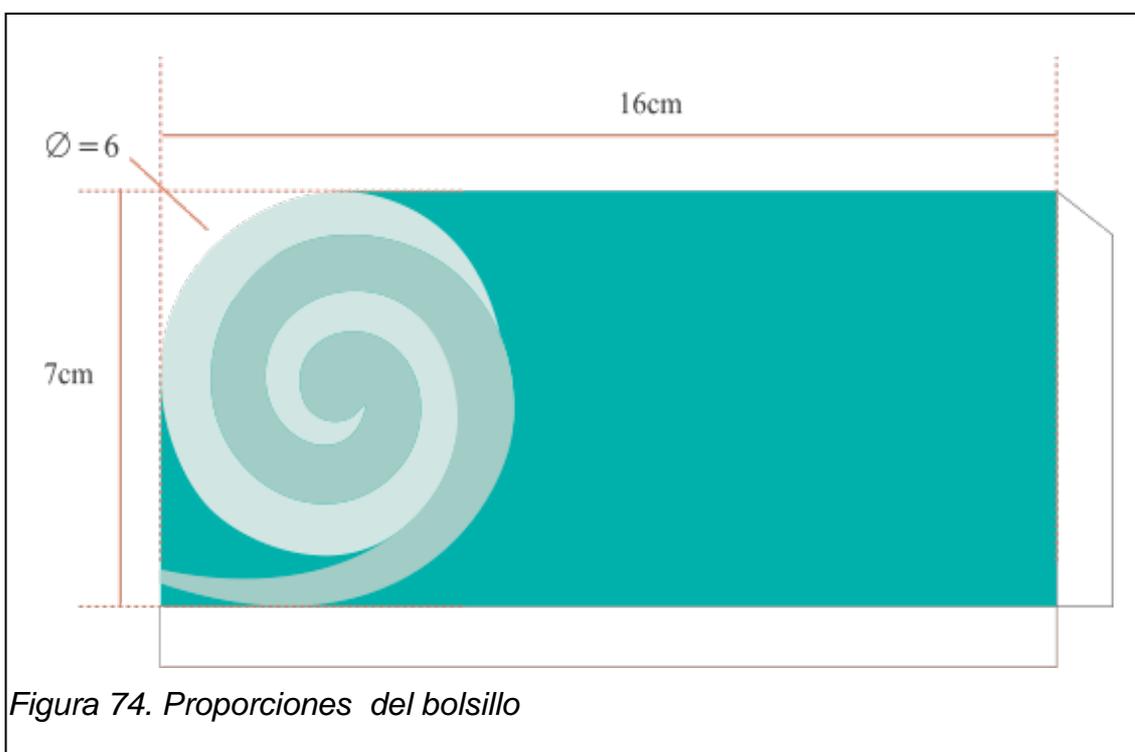
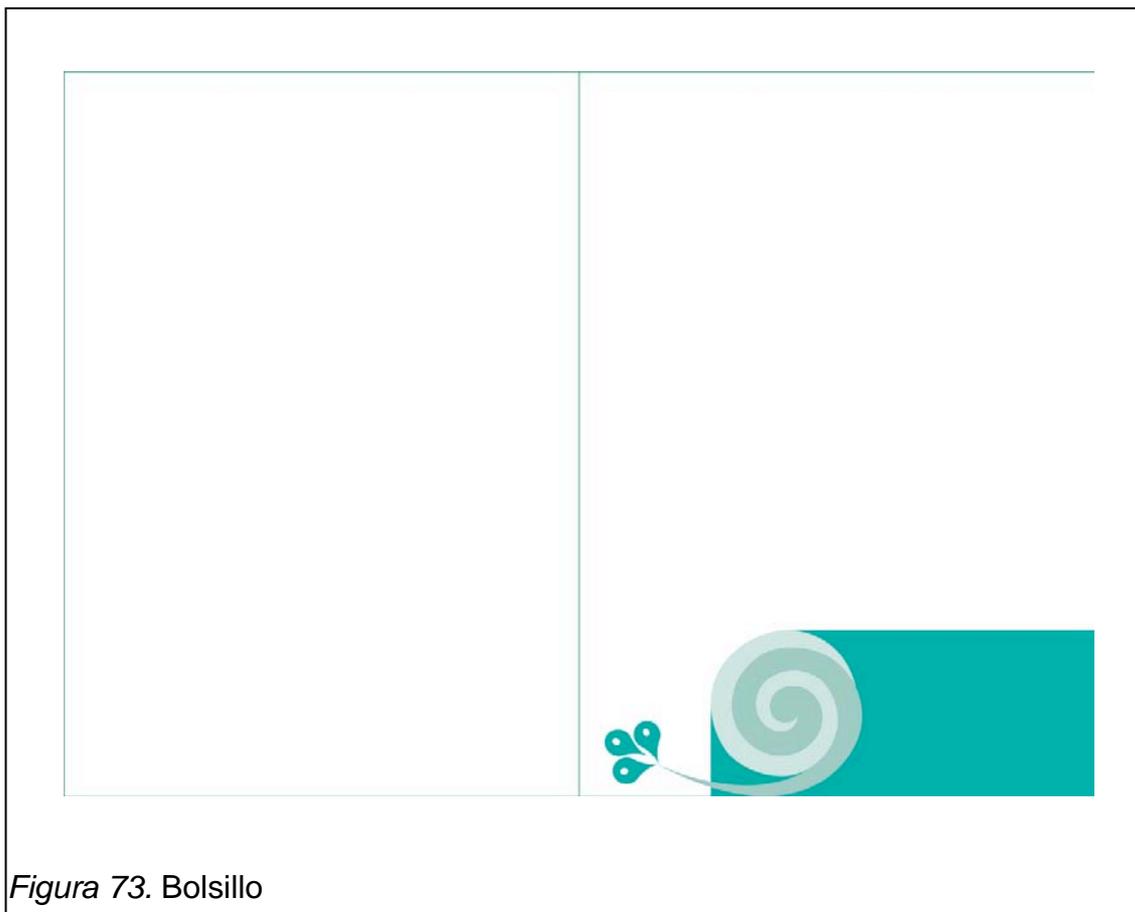


Figura 72. Carpeta a Color



5.3.1.4 Credenciales

Dimensiones: 5.3 x 8cm

Material: PVC – 30ml

Impresión: Transferencia térmica

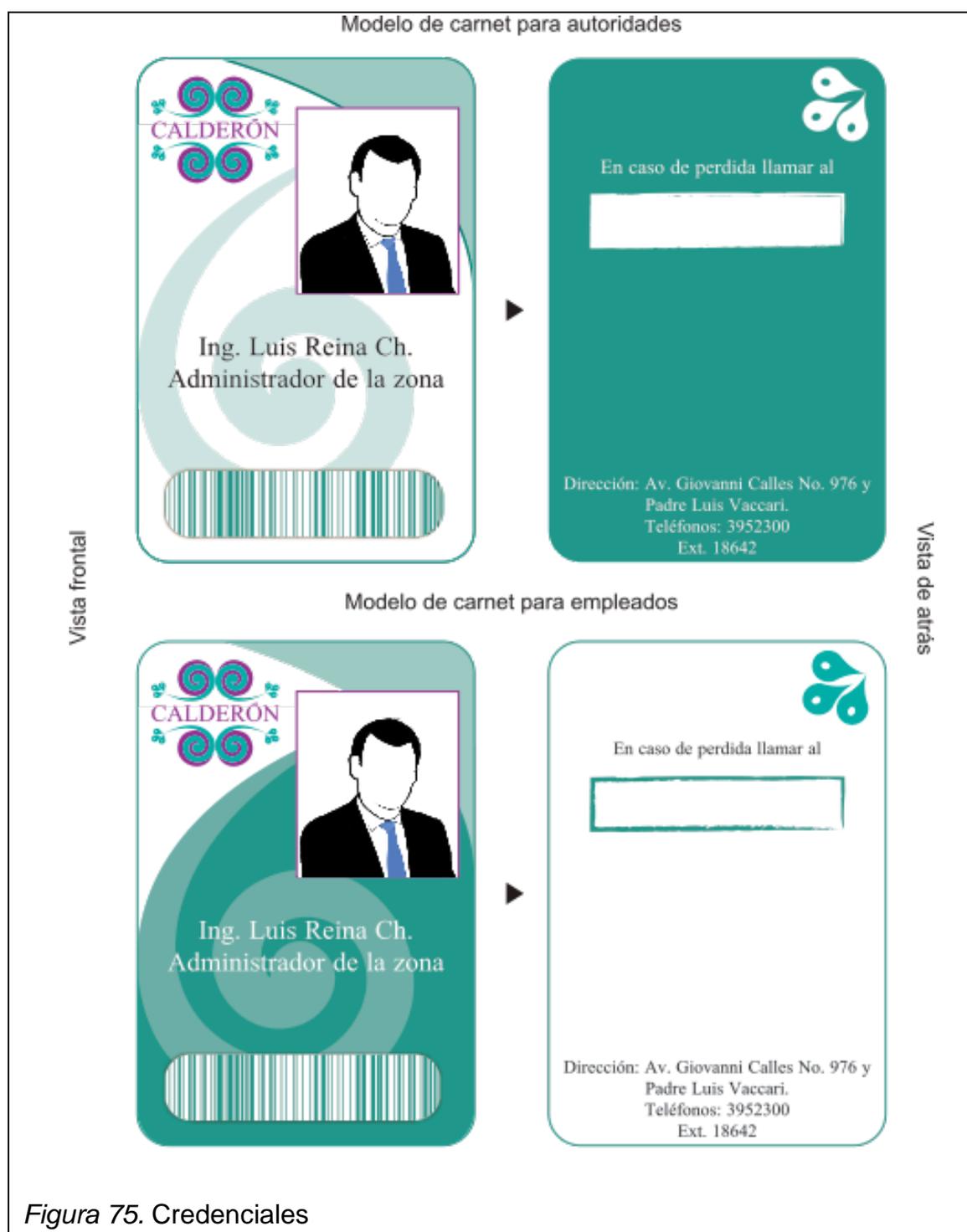


Figura 75. Credenciales

5.3.1.5 Tarjeta de Presentación

Papel: Kimberly Columns

Color: Blanco

Grosor: 220 gr.

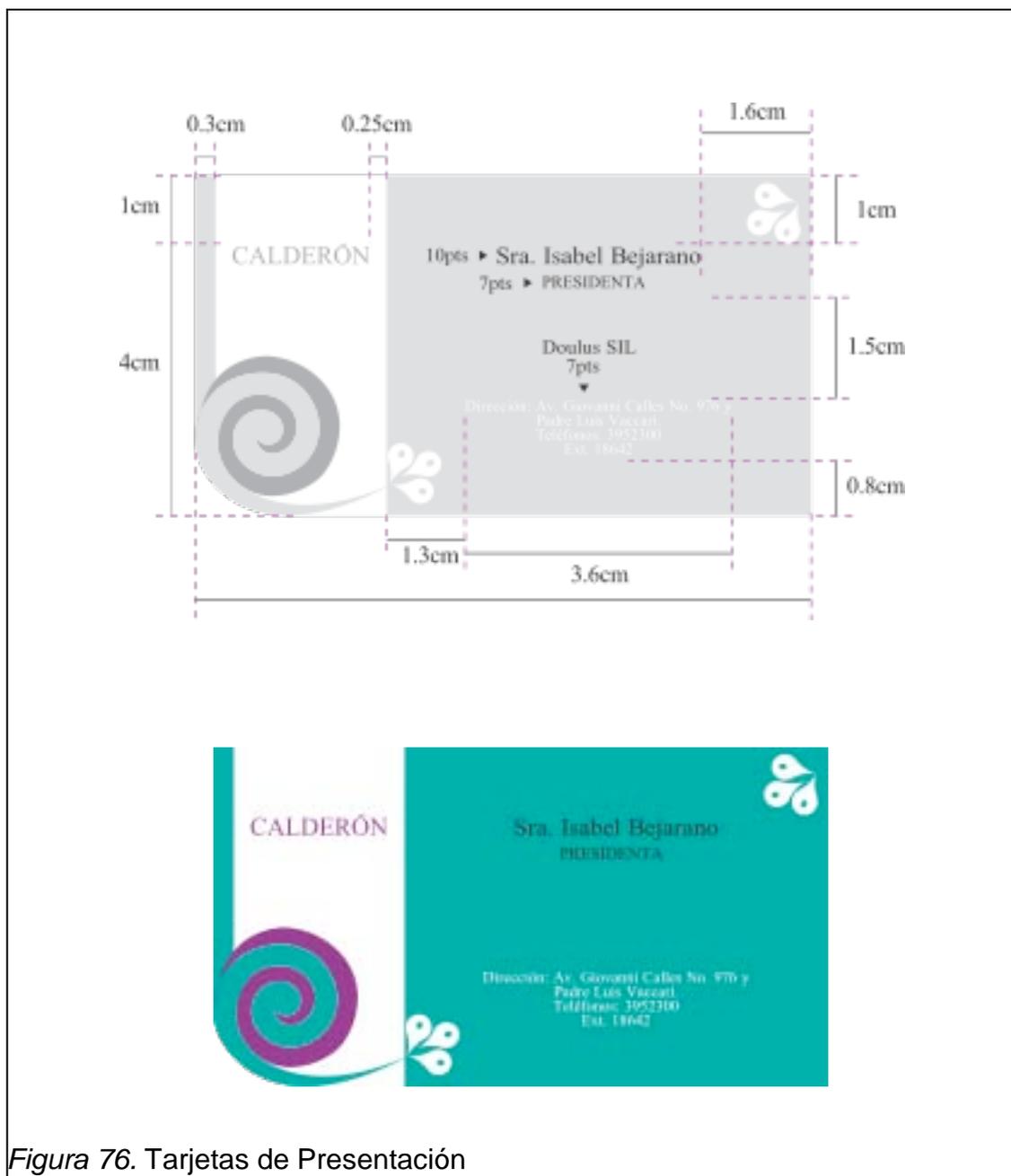


Figura 76. Tarjetas de Presentación

Formato de la Página Web

La idea principal de este punto es facilitar a los turistas una amplia información sobre todo lo que ofrece y posee la parroquia Calderón, es fundamental este sitio, ya que dado el avance que tiene Internet, muchos son los negocios, servicios, propagandas, etc., que quieren darse conocer al mundo que ponen a la disposición de la gente que llegan a tener conocimiento de estos servicios y encuentran la información necesaria.

De esta forma, la página web de Calderón presentará información de diferentes formatos:

Texto

En este enlace se colocará información de la historia de Calderón.

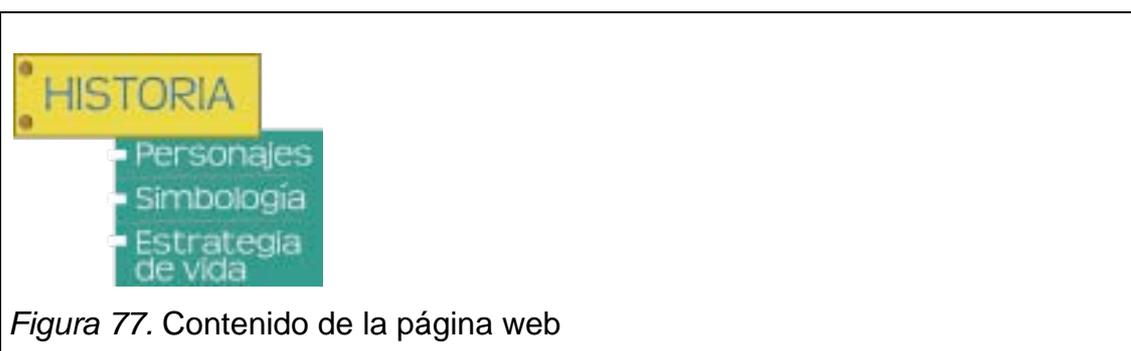


Figura 77. Contenido de la página web

Como información adicional donde se incluyen imágenes y videos, se resume sus tradiciones y muestra de cómo viven sus fiestas. Dentro del enlace de “Cultura” encontraremos estos puntos.



Figura 78. Contenido de la página web

Diseño de página web

A continuación se presenta el modelo que se manejará dentro de la parroquia dando a conocer sus servicios, aporta con un diseño atractivo, usando la cromática estudiada, con sus respectivas imágenes obtenidas durante el proceso de este proyecto. En un formato de 600x800 px

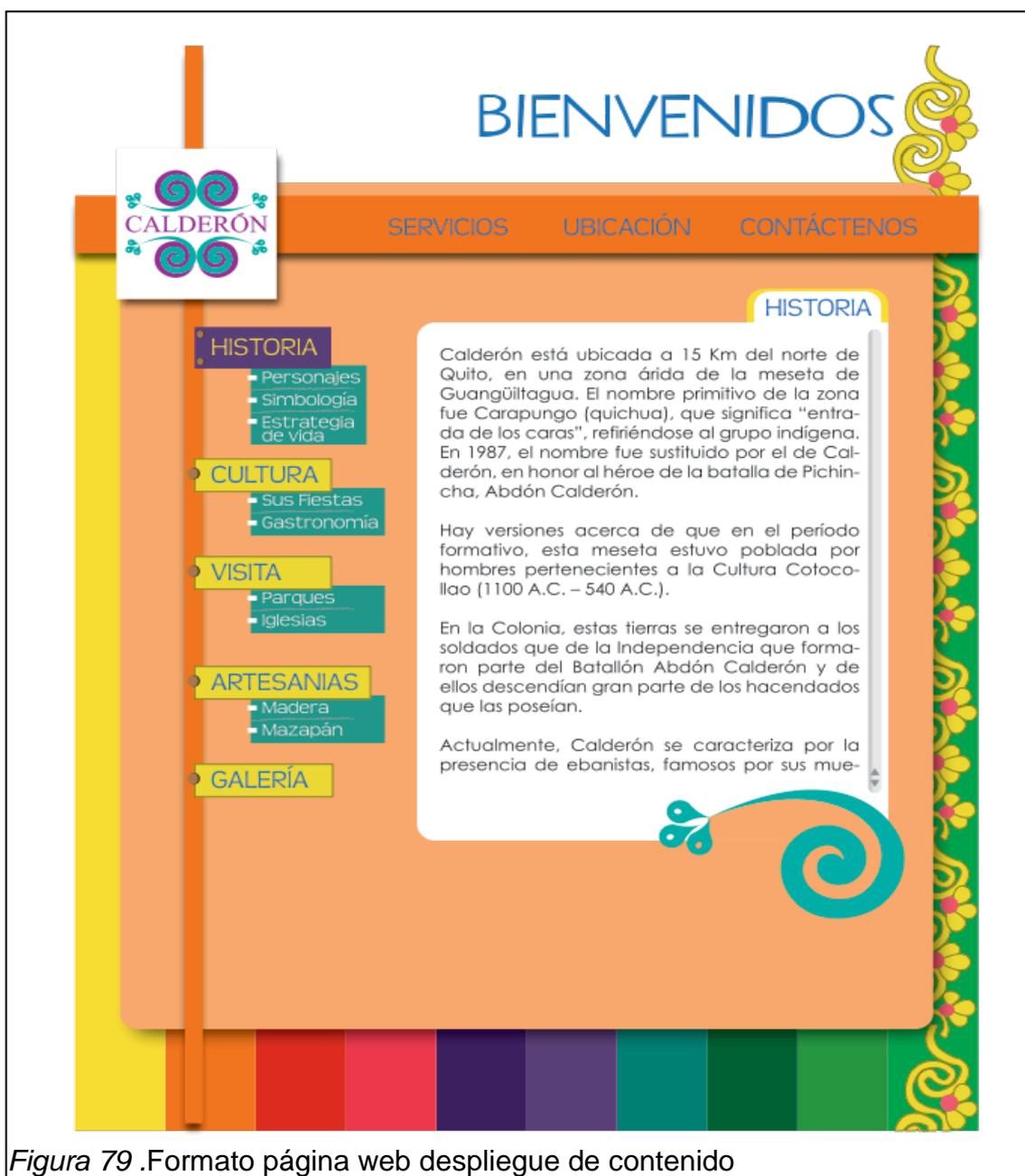


Figura 79 .Formato página web despliegue de contenido

Adicionalmente, se realizarán animaciones para diferentes tipos de información, ya sea para anuncios de eventos, o una galería de imágenes de los lugares dentro de Calderón que los usuarios pueden visitar, es una página web dinámica, ya que genera contenidos al solicitar información.

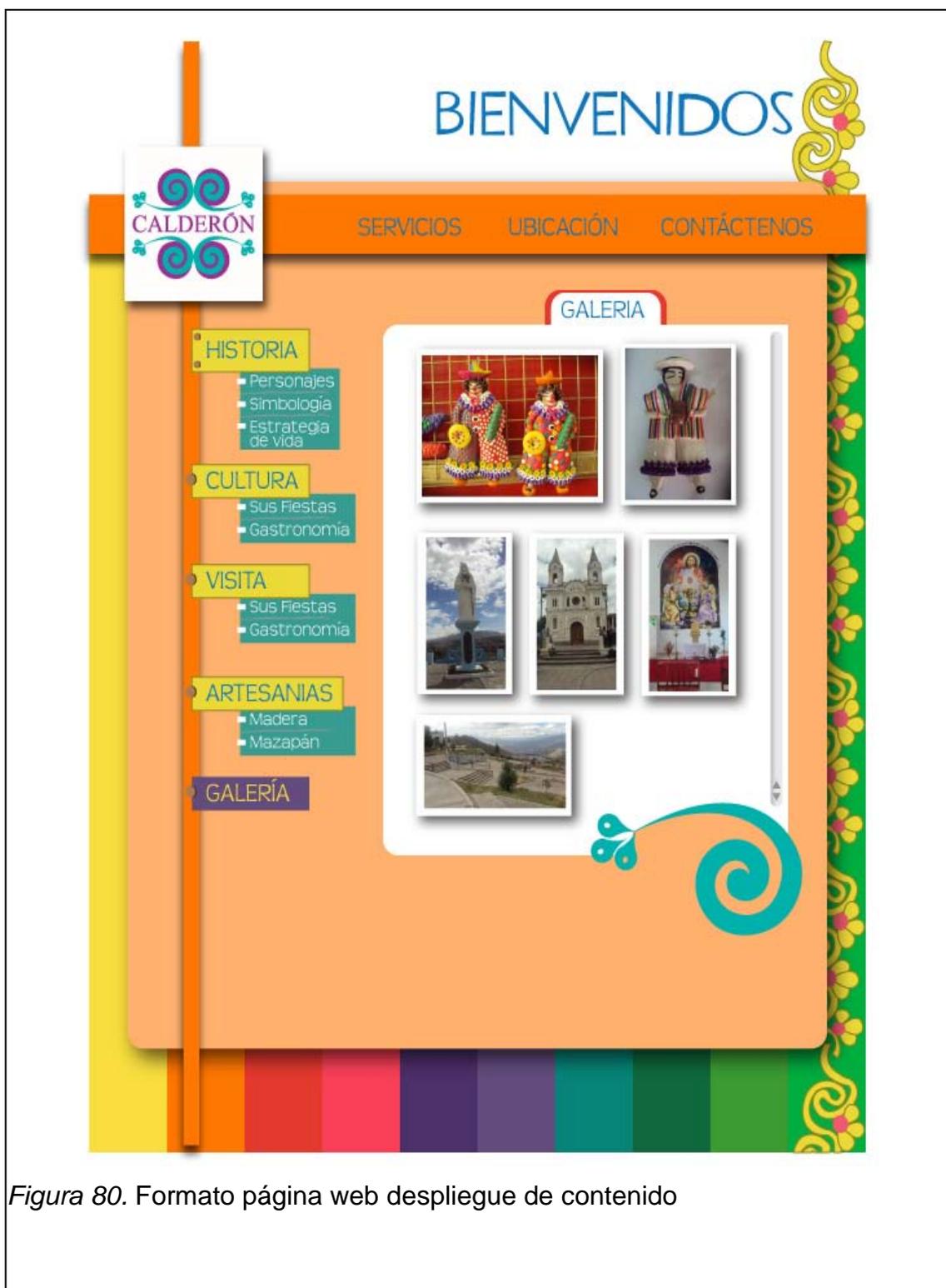


Figura 80. Formato página web despliegue de contenido

5.4 Mobiliario Urbano

5.4.1 Banca y basureros para áreas al aire libre

5.4.1.1 Materiales

Los materiales que conformaran el Mobiliario Urbano, será acero de carbón, madera, y ferrocemento de hormigón, estos proveen comodidad y sobre todo son duraderos, a continuación se explicará los beneficios de cada material.

- **Láminas de acero**

El Mobiliario Urbano de acero de carbón tiene una alta calidad y durabilidad, ya que es el resultado de la concentración de pintura electrostática en polvo poliéster horneada, con un pre-tratamiento de fosfatos y la aplicación continua de pruebas en cámaras salinas, la cual permite reducir la emisión de compuestos orgánicos, abasteciendo de comodidad y seguridad al usuario.

El Acero de Carbón es resistente y adaptable para diferentes espacios arquitectónicos, como parques y plazas de la Parroquia de Calderón y Sobre todo este material es reciclado.

- **Madera**

La banca está diseñada con 4 listones de madera caoba barnizada que ayuda a ser resistente a las condiciones del clima y así evitamos un rápido deterioro, los tablones van sujetos a la estructura de hormigón con tornillos de acero inoxidable.

La durabilidad que tiene este material, permite que no se deteriore con facilidad, frente a los diferentes adversidades que tiene provee la naturaleza,

como lluvias, sol, viento. Además este material es más económico, con respecto a otros tipos de maderas como: el roble, y el cedro.

- **Hormigón**

Es un material de larga duración, puesto que no se llenará de moho bajo la presencia de la lluvia.

Está compuesto por el cemento y una serie de elementos como agua y arena, para que produzca una mezcla moldeable, que con el proceso indicado conseguir la estructura requerida, gracias a sus propiedades se puede adaptarse fácilmente a una gran variedad de moldes, según el diseño de mobiliario de descanso para la parroquia Calderón, es un buen material para lograr el modelo indicado a más adelante, para obtener las figuras dentro de la estructura, se realizarán mediante moldes de poliestireno o también conocido como espuma Flex.

5.4.1.2 Descripción de los elementos que conforman el mobiliario urbano

BANCA

Siguiendo el correcto proceso de estudio de las medidas ergonómicas del usuario y sus posiciones comunes frente a un elemento físico, en este caso una banca de parque, se realizó un análisis de sus posturas, y se llegó a un diseño altamente confortable entre el espacio y el usuario.

La banca se diseñó tomando en cuenta el espacio que la rodeará, pensando en el alto porcentaje del uso que le darán los usuarios. Se tomó en cuenta las características primordiales que debe poseer este elemento, una de ellas es en su resistencia, y como objetivo del diseño su durabilidad.

Especificando los materiales y el diseño que definen la banca para parques, se muestra el desarrollo del objeto, con diferentes tipos de vistas para un mayor entendimiento y visibilidad de cómo funciona cada uno de los elementos urbanos.

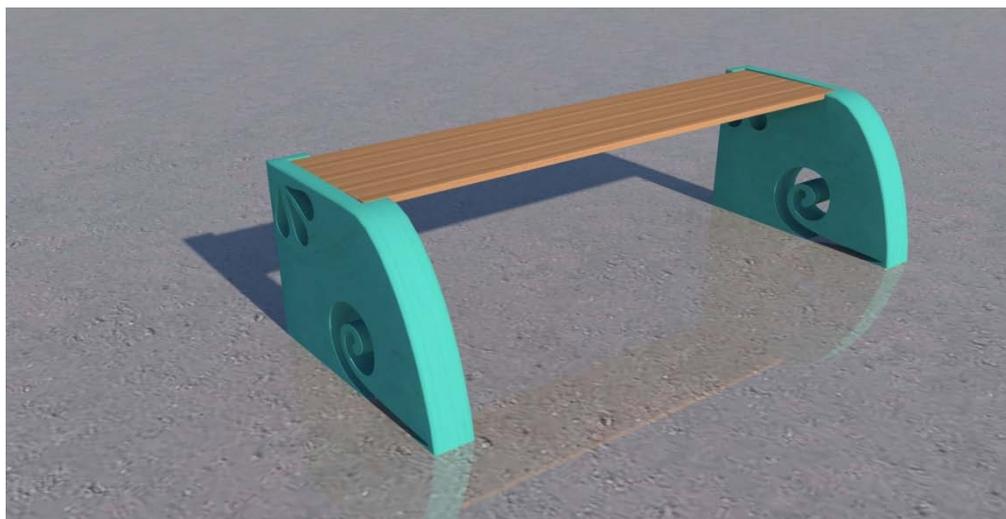


Figura 81. Vista Diagonal



Figura 82. Vista Frontal



Figura 83. Vista Lateral Izquierda

Tabla 7. Especificaciones materiales banca

| PARTES | MATERIAL | ACABADO |
|-------------------|--------------------------|---|
| Asiento | Caoba | Barnizada |
| Base de apoyo | Ferrocemento de hormigón | Liso, matizada con pinturas al aceite color verde azulado |
| Tuerca premontada | Acero inoxidable | Prefabricado |

Pinturas al Aceite

Son adecuadas para aplicarlas sobre cualquier estructura de hormigón para exteriores, ya que están sujetas a acciones climáticas, dan una apariencia brillante, pero gracias a sus propiedades se van transformando en mate que conservan el color original.

Barnices

Se utilizará este acabado por ser el más durable, y proporcionan más protección solar, conservando su textura y el color de la madera, protege a la madera de hongos.

- Modo de instalación de la madera al hormigón



Figura 84. Tuerca premontada

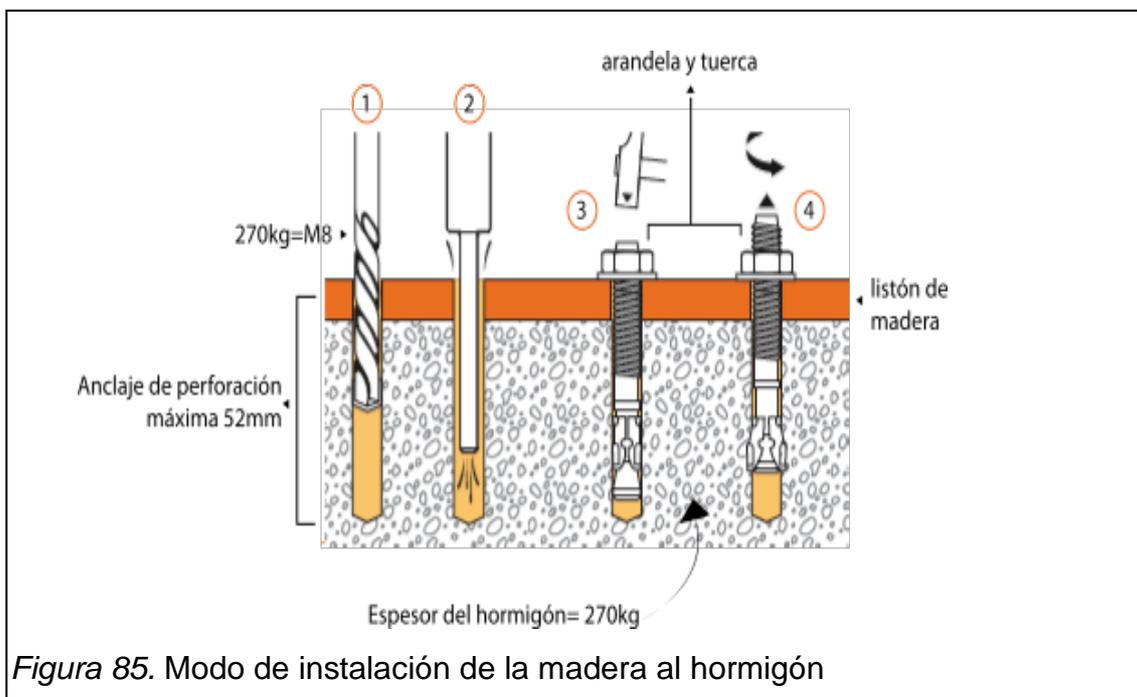


Figura 85. Modo de instalación de la madera al hormigón

- Dimensiones de la banca

Asiento de madera

Listones= 20mm grosor
2000 mm largo

Estructura de apoyo hormigón

Peso= 380 kg

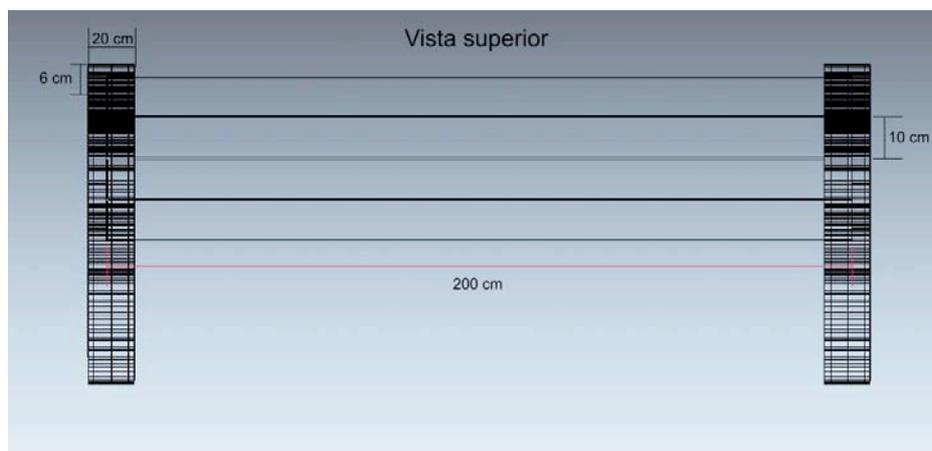


Figura 86. Plano técnico banca: vista superior

Moldes de espuma flex

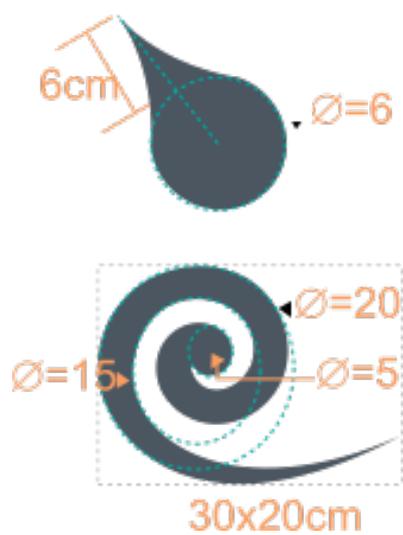


Figura 87. Elementos para moldes en espuma Flex

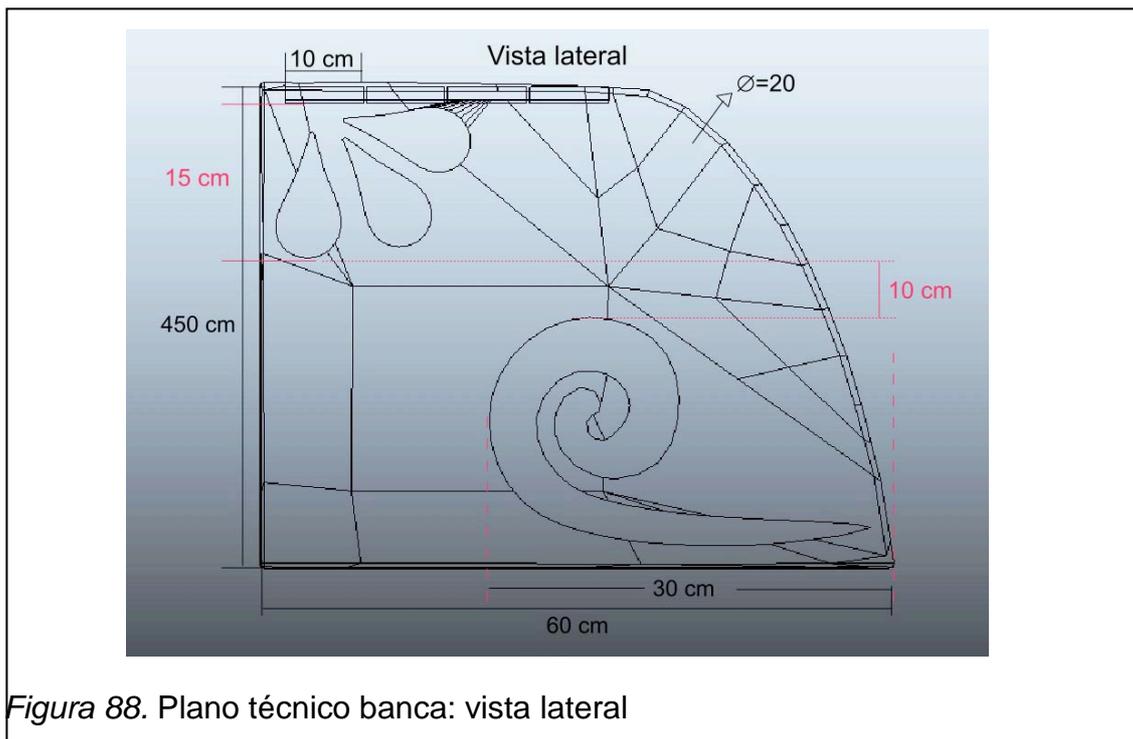


Figura 88. Plano técnico banca: vista lateral

DEPÓSITO DE RESIDUOS

Vista lateral derecha

En esta vista podemos observar el lado izquierdo del contenedor de residuos, su estructura esta elaborada de hormigón, con un acabado de pintura al aceite, siguiendo las mismas especificaciones de la estructura de apoyo de la banca.

El molde de la misma manera se lo llevará a cabo con las dimensiones indicadas más adelante.

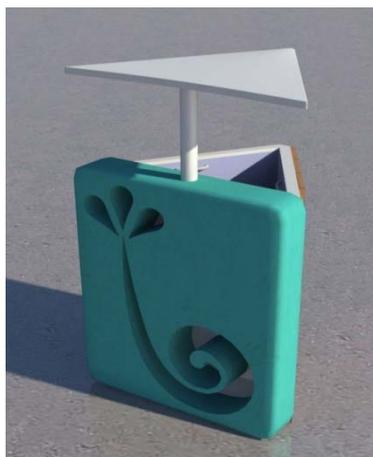


Figura 89. Modelado depósito de residuos vista lateral izquierda

En el parte lateral derecha del basurero, está formada por 4 tablones de madera de tipo caoba barnizada, dando una estética de continuidad con los elementos del mobiliario urbano. Consta de 2 contenedores: uno de acero inoxidable, el cual están sujetas del lado izquierdo los tablones de madera, y del lado derecho la estructura de hormigón, dentro del recipiente de acero, se encuentra instalado un recipiente de plástico donde se colocarán los residuos y será fácil vaciarlo.



Figura 90. Depósito de residuos vista lateral izquierda



Figura 91. Modelado depósito de residuos vista superior – frontal

Como podemos observar el contenedor de plástico tiene dos agarraderas para facilitar evacuar los residuos. La cubierta tiene como función proteger de la lluvia y excesos de rayos solares a la basura, este a su vez tiene la función de girar, para separar el recipiente de plástico de la estructura de acero.

Vista frontal

La imagen nos indica la posición correcta para ubicarlo en los espacios públicos, se recomienda sujetarlo con pernos a la pared ya que es posible de trasladarlo de un lugar a otro. Mas adelante las especificaciones de anclaje y sujeción de los elementos.

Tabla 8. Especificaciones materiales basurero

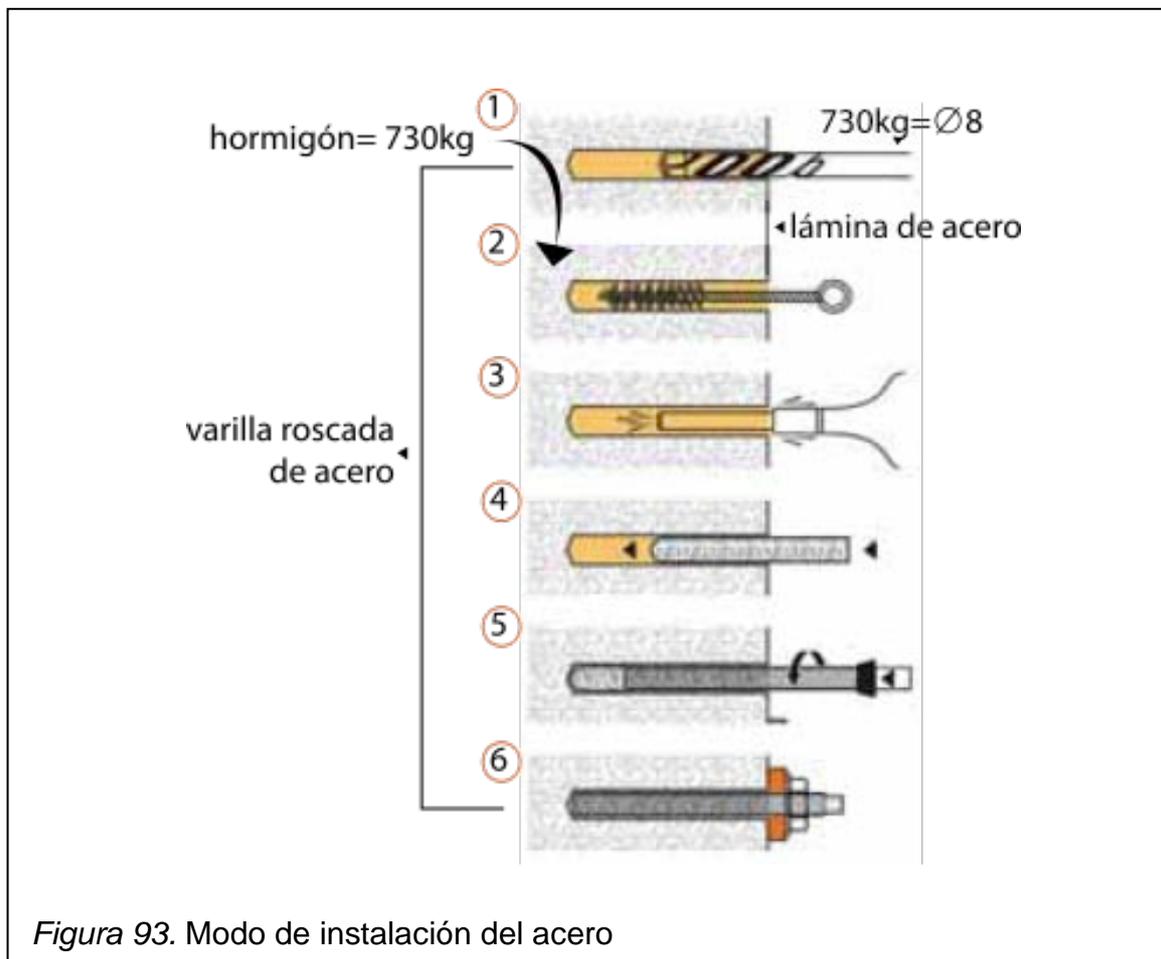
| PARTES | MATERIAL | ACABADO | PROCESO |
|-------------------------|---|--|---------------------|
| Base de apoyo lateral | Ferrocemento de hormigón | Liso, matizada con pinturas al aceite color verde azulado | Fundición por molde |
| Varilla roscada | Acero galvanizado - inoxidable | Prefabricado | prefabricado |
| Recipiente 1 y cubierta | Chapa laminada en caliente (acero inoxidable), 0.5 mm de espesor en recipiente y 10 mm en la cubierta | Sin acabados | Cortado y doblado |
| Recipiente 2 | Polietileno | Prefabricado | Por inyección |
| Tubo | Tubo LAC | Acero de carbono laminado en caliente, recubierto con pintura electrostática | Cortado |

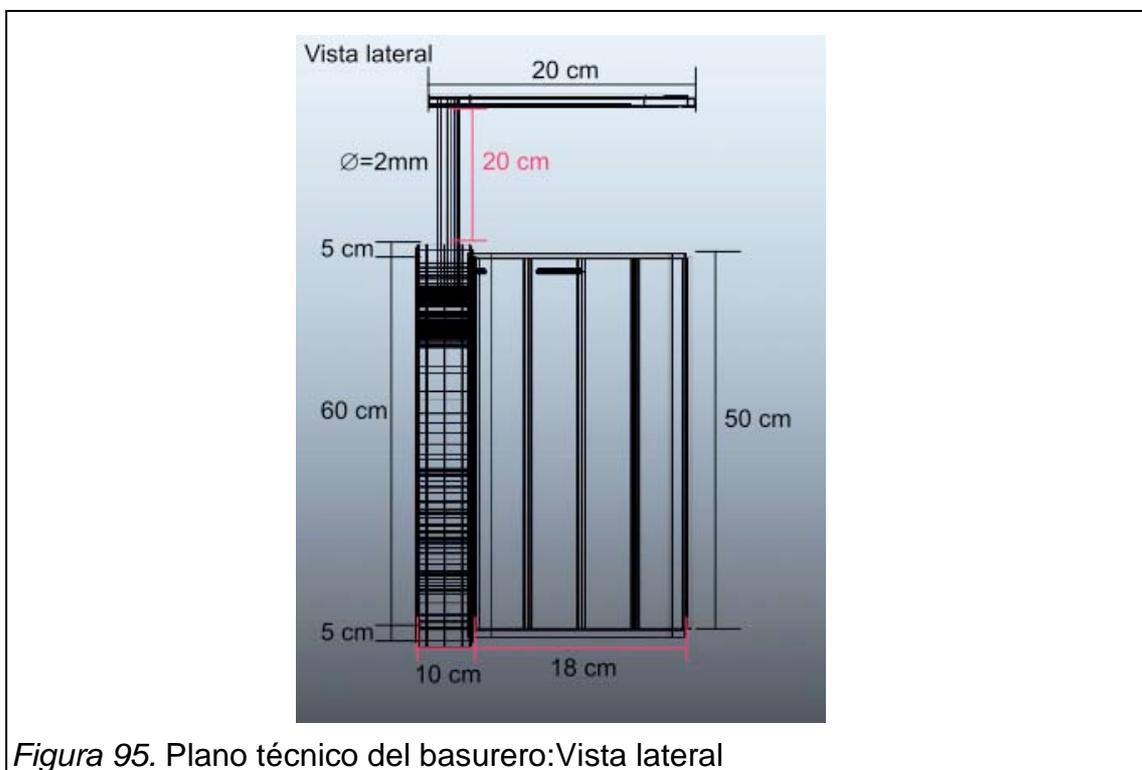
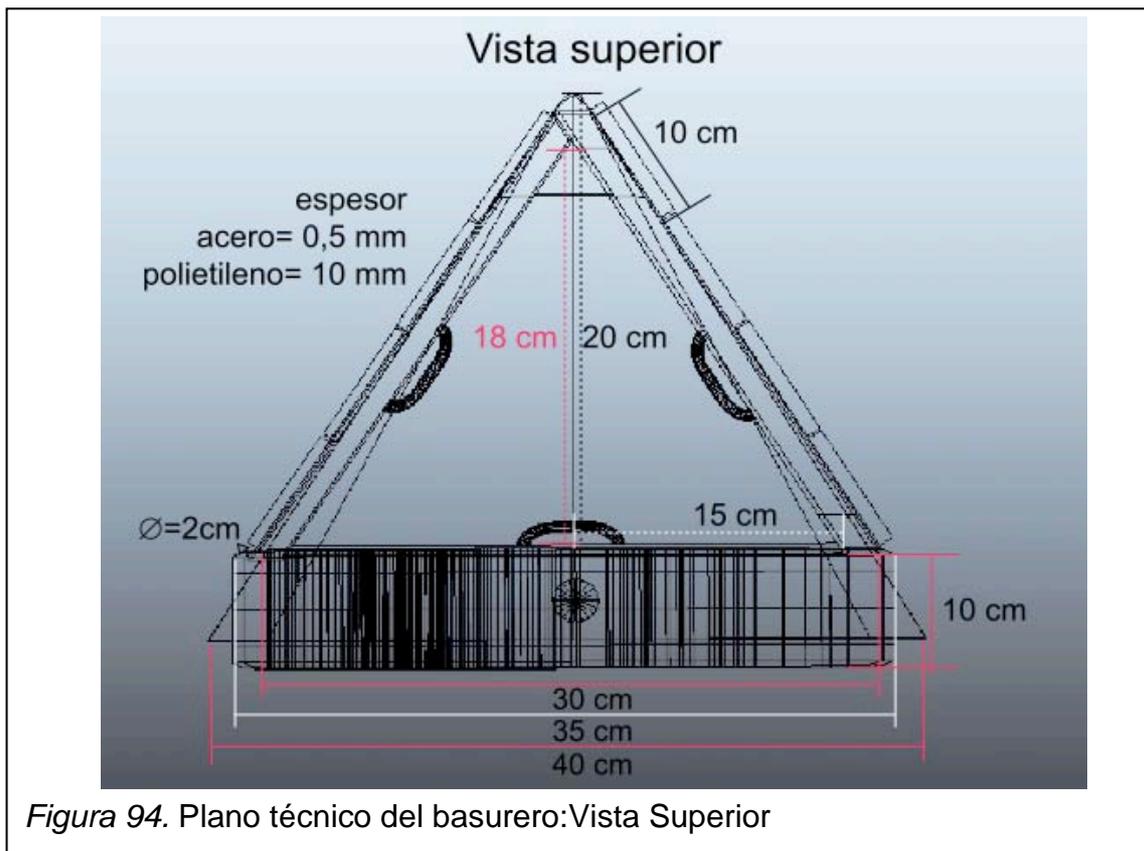
Resistente a temperaturas desde -40° C hasta +4040° C. Este tipo de contenedor de basura son fabricados bajo la Norma Europea EN 840 – 1 y 2.

Es totalmente atoxico, impermeable al agua.

Su proceso, se inyecta con presión y toma su forma según el molde de la matriz.

- Modo de instalación de la lámina de acero al hormigón





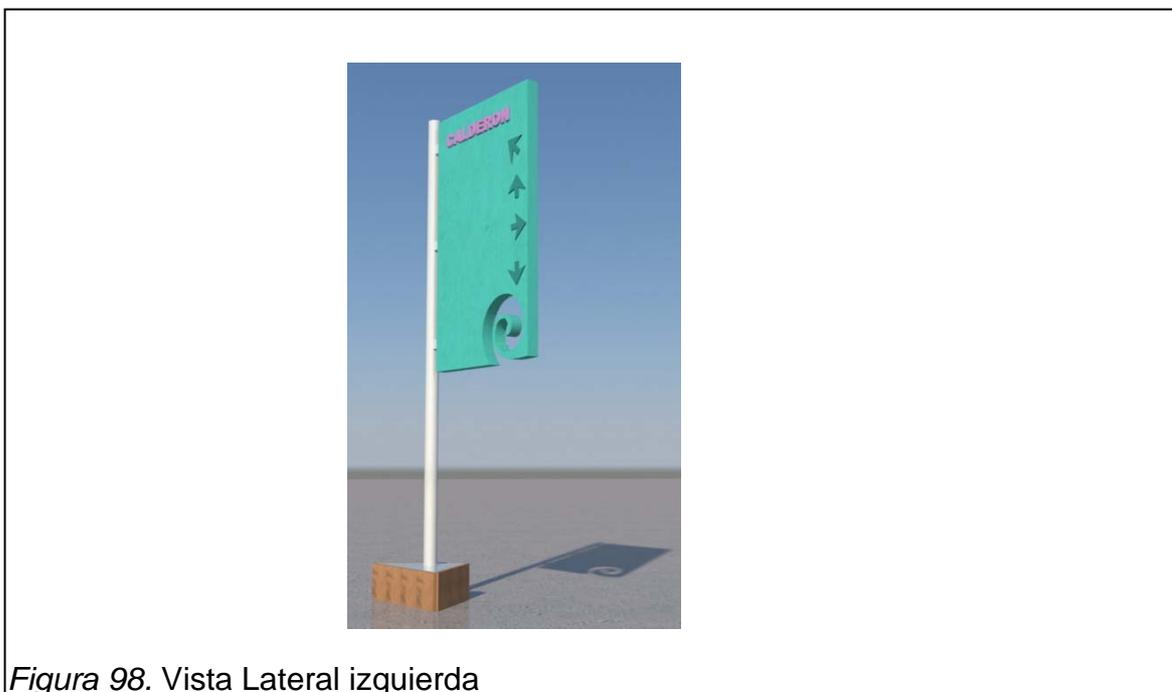
TOTEM INFORMATIVO

Tabla 9. Especificaciones de materiales del totem

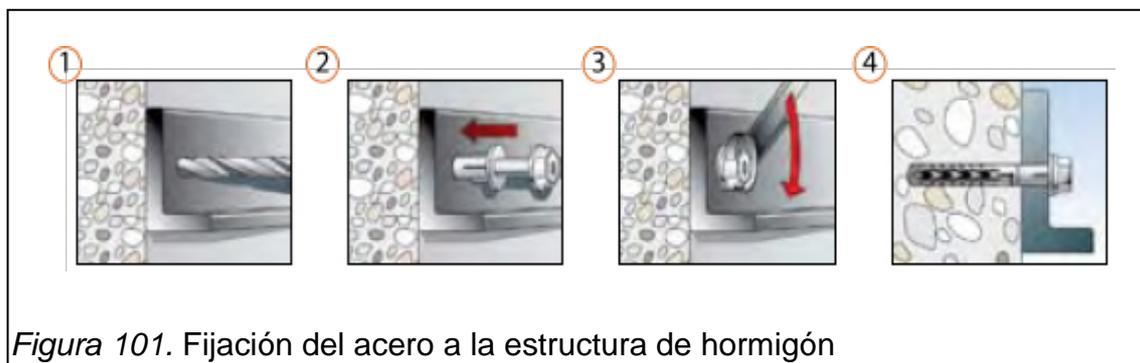
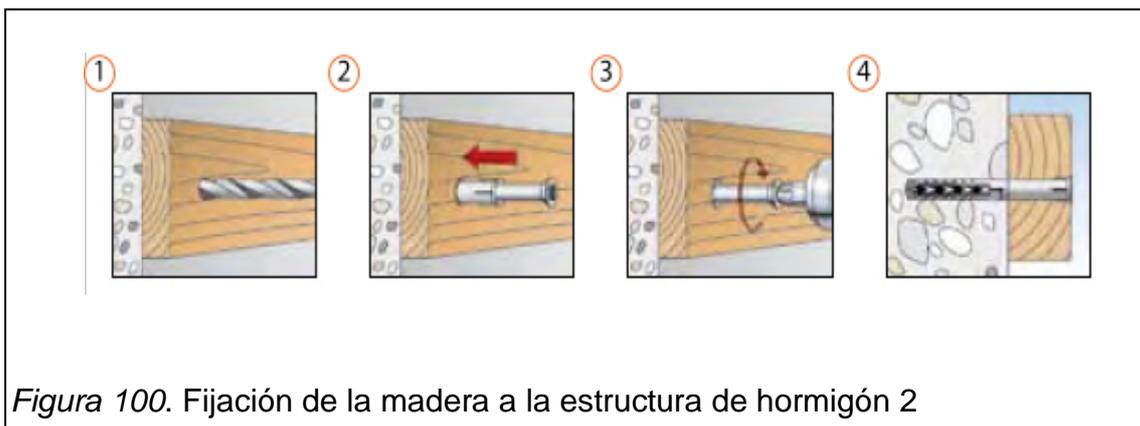
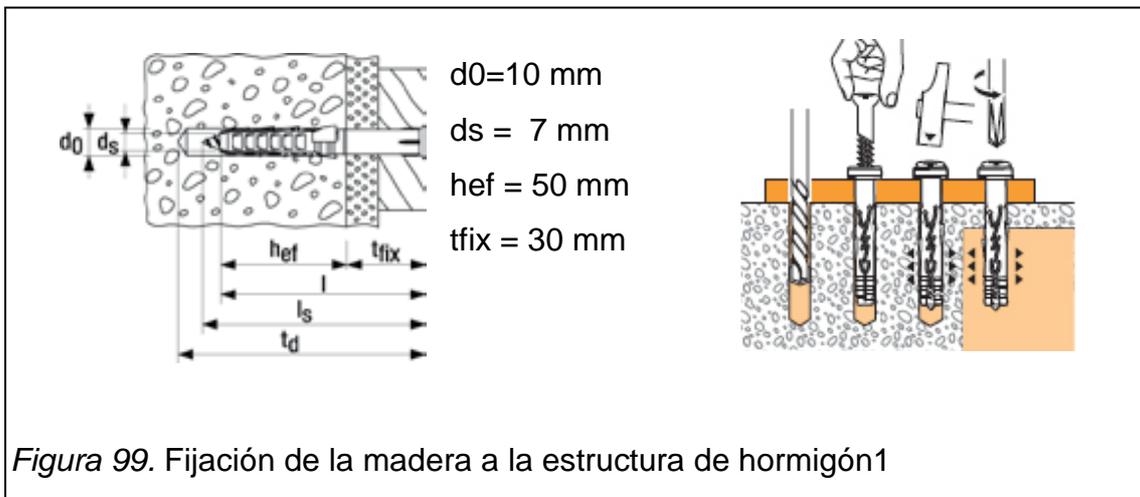
| PARTES | MATERIAL | ACABADO | PROCESO |
|-------------------------------|--|--|-------------------------------|
| Base de soporte | Ferrocemento de hormigón | Liso, matizada con pinturas al aceite color verde azulado | Fundición por molde |
| Tornillo de cabeza avellanada | Acero cincado | Prefabricado | Perforado |
| Base de soporte | Caoba | Barnizada | Cortada y perforada |
| Estructura de acero | Lámina de acero laminada en caliente 4.75 mm | Sin acabado | Grabado en hueco y troquelada |
| Tubo | Tubo LAC | Acero de carbono laminado en caliente, recubierto con pintura electrostática | Cortado y perforado |

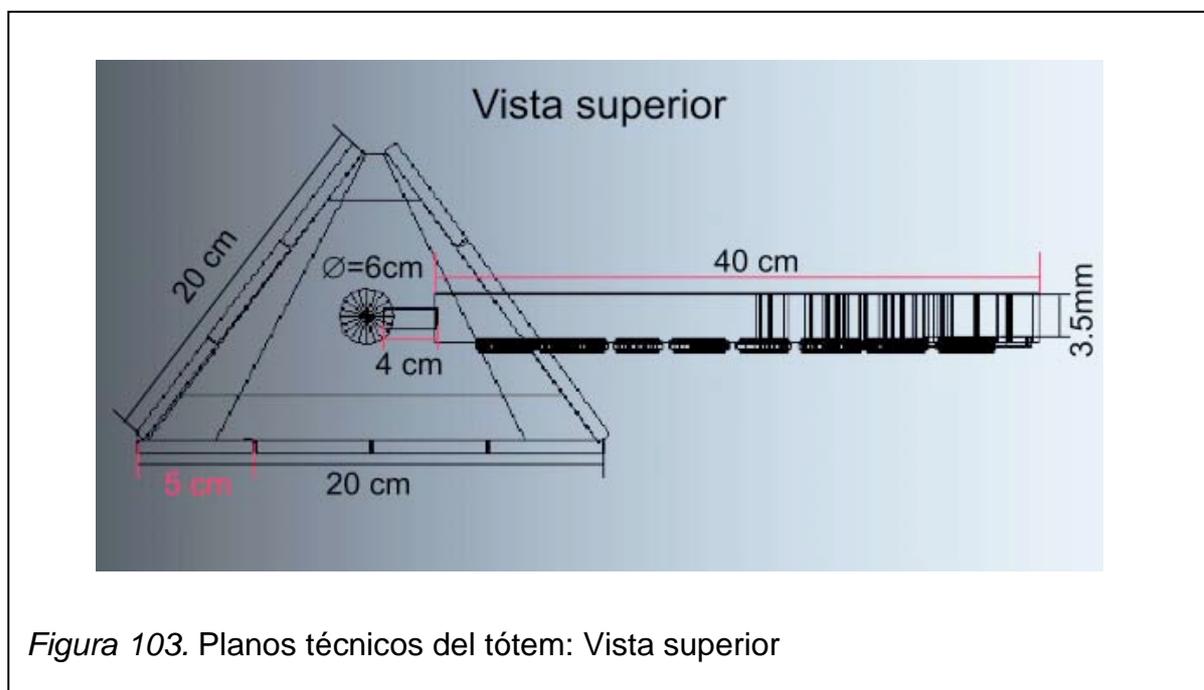
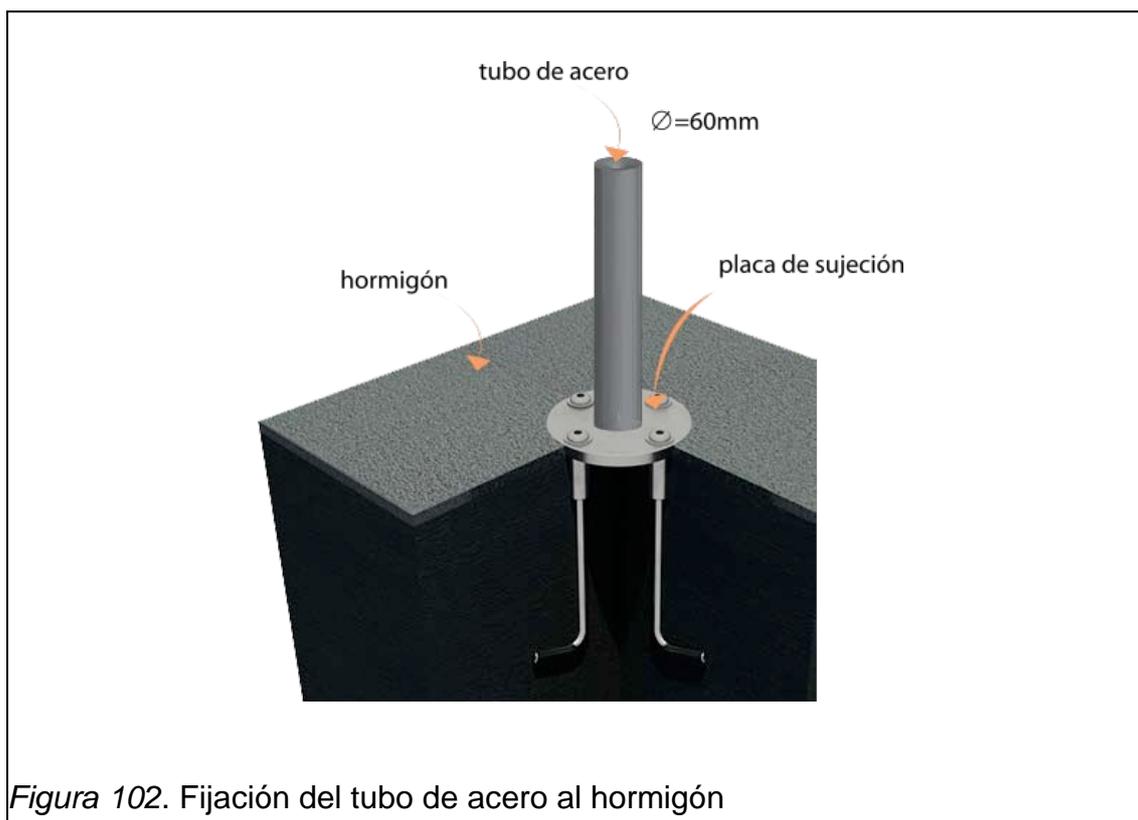
Este proceso es el resultado de una reacción química que quita una capa de acero en el área expuesta de una placa de acero cubierta químicamente.

La información de ubicación de los lugares principales de la parroquia van a ser impresas o grabadas sobre la lámina de acero.

El proceso a utilizar es grabado en hueco, consiste en presionar a la placa por medio de maquinas especializadas, en las partes vaciadas es decir en el texto, se depositará la tinta.

- Modo de Instalación según el sistema de fijación de la fábrica Fischer





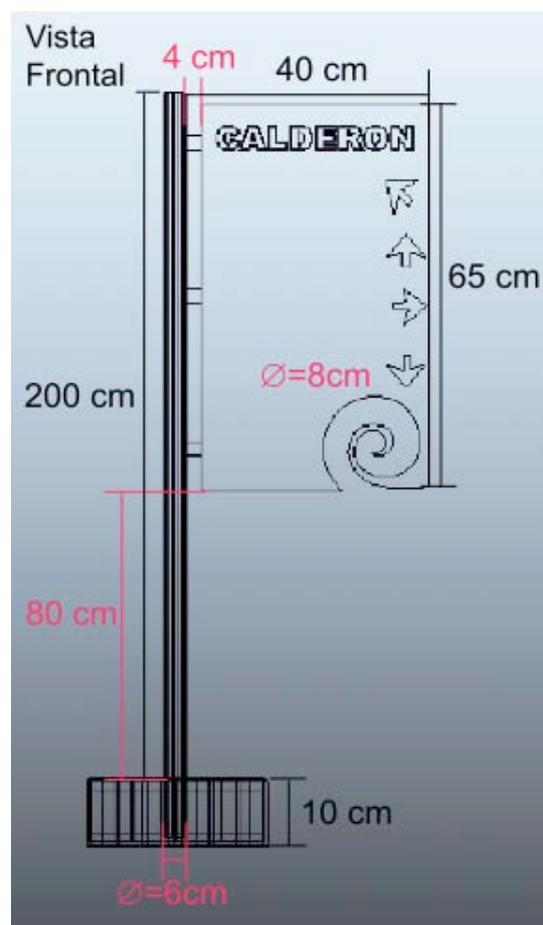


Figura 104. Planos técnicos del tótem: Vista frontal

SEÑALIZACIÓN

Como se había mencionado anteriormente las falencias que tiene la Zona Administrativa de la Parroquia Calderón, mostramos a continuación uno de los cambios a realizarse, entre ellas están los pictogramas, que se encuentran deteriorados, y manteniendo la línea de diseño de todo el proyecto se realizó el montaje de esta manera.

ANTES



Figura 105. Estado actual de pictogramas dentro de la Zona Administrativa

DESPUÉS

La placa de señalización para todo tipo de letreros será realizada en metal fundido, si se requiere de pintando en las placas será al óleo semibrillo.

Las uniones se realizarán por soldadura a tope y serán lo suficientemente sólidas para resistir al colocarlos.



5.5 Conclusiones y recomendaciones

5.5.1 Conclusiones

Antes de proveer de recomendaciones para posibles investigaciones, es necesario entender la finalidad de la tesis, ya que fue elaborada para solucionar un problema social y no sólo para obtener un título. Por esta razón, fue importante realizar un análisis minucioso sobre las tradiciones que tiene la Parroquia de Calderón, ya que esas tradiciones que son un legado de generación en generación, las cuales han sido olvidadas por sus propios familiares.

Algunas personas del extranjero como Olga Fisch, ha visto en las figuras de Mazapán, una manera de hacer negocio. De manera que, es necesario recuperar sus tradiciones y sus expresiones culturales, para tener una identidad colectiva y así proveer al turista de significación y sentido sobre nuestra construcción cultural.

Del mismo modo, hablar sólo de cultura no es suficiente. Por esta razón es pertinente construir una identidad corporativa, la cual facilitará a que las autoridades de turno de la Administración Zonal de Calderón, difundan la idea de concienciar y cuidar a la Parroquia de Calderón, ya que es un sitio turístico por sus artesanías y su diversidad gastronómica.

Las bancas y basureros que se van a utilizar serán un cambio para el espacio donde van a ser ubicadas, ya que actualmente los diferentes parques, plazas y juntas parroquiales se encuentran en deterioro por lo que, es necesario realizar un plan de mejoras, donde se pueda enaltecer la imagen de la Parroquia de Calderón.

5.5.2 Recomendaciones

Se recomienda aplicar este proyecto lo más pronto posible, debido a que la Parroquia de Calderón necesita un desarrollo de su imagen e Identidad para la atracción de más turistas y visitantes, quienes ayudarán a la rentabilidad y crecimiento de la misma.

La Parroquia de Calderón tiene una debilidad en cuestión de publicidad, por lo que sería interesante realizar un curso de capacitación para proveer de herramientas necesarias y conocimientos en cuestión de estética de la imagen y difusión del mensaje por medio de la comunicación publicitaria.

Además es importante realizar convenios con varias instituciones, públicas y privadas que estén interesadas en el turismo, ya que la Parroquia de Calderón, a través de este proyecto se convertirá en un lugar turístico, tanto para extranjeros como para personas nacionales.

Durante esta investigación fue difícil construir un enfoque, en lograr una imagen que los identifique como lugar turístico, ya que analizar la Parroquia de Calderón desde el diseño gráfico permitió visibilizar todas las debilidades de la parroquia, ya sea desde la Administración Zonal, como de la Junta Parroquial. Por esta razón es necesario continuar este estudio, desde otra problemática, como por ejemplo: señalética, tanto en la parroquia como en el interior de la administración zonal.

REFERENCIAS

- Acosta, J. (2003) *Diseñar para los ojos*. Bolivia, La Paz: Editorial Grupo Design
- Álvarez, M. (2006) *La acción tutorial: su concepción y su práctica*. España, Madrid: Edita Secretaría General de información y Publicaciones.
- Ambrase, G y Harriss, P. (2009) *Fundamentos del Diseño*. España, Madrid: Parramón Ediciones.
- Arévalo, C. y Paredes, M. (2005) *Estudio de Mercadeo de Mazapán, Pontificia Universidad Católica del Ecuador en Coordinación con la jefatura de Desarrollo Humano Sustentable de la Administración Zonal Calderón*.
- Blanco, R. (2007) *Notas sobre diseño industrial*. Argentina, Buenos Aires: Editorial Nobuko.
- Borgues, M. Hirt, T. y Wulf, A. (2000) *Adobe In Design 1.5*, España, Barcelona: Editorial Marcombo S.A.
- Borgues, M. Hirt, T. y Wulf, A. (2000) *Adobe In Design*. España, Barcelona: Editorial Marcombo.
- Borja, J. (2003) *El espacio público: ciudad y ciudadanía*. España, Barcelona: Editorial Electra.
- Borja, Jordi, (2003) “*El espacio público: ciudad y ciudadanía*”, España, Barcelona, Editorial Electra,.
- Bürdek, B. (1994) *Diseño, historia, teoría y práctica del diseño industrial*. España, Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Bustamante, A. (2009) *Ergonomía para diseñadores*. España, Madrid: Editorial MAPFRE.
- Buys, J. (1994) “*Quito milenario: evidencias arqueológicas aborígenes*”. Ecuador, Quito: Dirección de Planificación.
- Dabdoub, P. (2004) *Cómo recuperar los valores y principio de la vida*. México, Ciudad de México: Ediciones reservadas para el mundo.
- Durán, L. /2006) *Calderón: donde el agua es vida*, Ecuador, Cuenca: Editorial Fundación Esquel.
- Flavián, C. y Fandos, C. (2011) *Turismo gastronómico*, España, Madrid: Universidad de Zaragoza.

- Fonseca, X. (1994) *Las medidas de una casa*. México, Ciudad de México: Editorial: Pax México.
- González, D. (2007) *Ergonomía y Psicosociología*. España, Madrid: Editorial Fund. Confemetal.
- Hernández, J. y Zafra, D. (2005) *Artesanas y Artesanos*. México, Acapulco: Editorial IEEPO-FONDO.
- Jijón, J. (1947) *Ecuador Interandino y Occidental antes de la Conquista Española* Tomo 1. Ecuador, Quito: Editorial ecuatoriana.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003) *Fundamentos de Marketing*. México, Ciudad de México: Editorial Prentice Hall.
- Ministerio de Industrias (2010) Informe “*Estudio Propuesta para el posicionamiento de la Artesanía Patrimonial del Ecuador*”: Editorial Instituto Iberoamericano de Patrimonio Natural y Cultural.
- Moreno, C. (2009) *El Diseño Gráfico en Materiales Didácticos*. Bélgica: Editorial ISBN
- Navarro, J. (2007) *Fundamentos del diseño*. España, Castellón: Editorial Universidad Jaime I.
- Parejo, A. y Herrera, C. (2008) *Introducción al Diseño*. España, Madrid: Editorial Vértice.
- Pino, G. (2005) *Las artes plásticas*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Puga, M. (1991) *Crónicas del Antiguo Quito*. Ecuador, Quito: Editorial SAG
- Quarante, D. (1992) *Diseño Industrial 1, Elementos Introdutorios*. España: Ediciones CEAC.
- Ricupero, S. (2007) *diseño gráfico en el aula*. Argentina, Buenos Aires: Editorial Nobuko.
- Roncancio, E. (1999). *Artesanía*, Recuperado el 24 de Mayo de 2010, de http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/CERTIFICACION_DEL_PRODUCTO_ARTESANAL.pdf
- Rosales, P. (2010) *Estrategia Digital*. España, Zaragoza: Editorial Grupo Planeta

- Sánchez, J. y Pintado, T. (2009) *Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. España, Barcelona: ESIC Editorial.
- Serra, J. (1996) *Elementos Urbanos; Mobiliarios y Microarquitectura*. España, Barcelona: Editor Gustavo Gili.
- Serrano, A. y Biel, M. (2012) *Estética del producto industrial y su representación gráfica*. España, Madrid: Editorial UNE.
- Shaughnessy, A. (2008) *Cómo ser diseñador gráfico sin perder el alma*. Barcelona: Editorial Index Book S.L.
- Simbaña, A. (1995) comp. José Almeida “*Identidad Indias en el Ecuador Contemporáneo*”, Ecuador, Quito: Editorial Abya – Yala
- Somoza, E. y Gandman, A. (2004) *Packaging, Aprender el envase*. Argentina, Buenos Aires: Editorial Nobuko.
- Tobar, L., Universidad Tecnológica Equinoccial, Almeida, S., Arias, G. (2012) *Guía Calderón*. Ecuador, Quito.
- Townsley, M. (2004) *Ventas al Detalle*. México, Ciudad de México: International Thompson Editores.
- UNESCO (1997) *La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera. Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad*.
- Villafañe, J. y Mínguez, N. (1996) *Principios de Teoría General de la Imagen*. España, Madrid: Ediciones Pirámide.
- Zanón, D. (2007) *Introducción al Diseño Editorial*. España, Zaragoza: Editorial Vision Net.