



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE

Escuela de Diseño Gráfico

Diseño de un sistema gráfico y editorial
para la difusión de información sobre



GRÁFICA POPULAR



y su influencia en la ciudad de Cuenca

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A
Diseñadora Gráfica - Diseñador Gráfico

AUTORES

Heidi Carmona - Brandon Jaramillo

DIRECTOR

Dis. Jhonn Alarcón

CUENCA-ECUADOR
2023



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE

Autores

Heidi Carmona

Brandon Jaramillo

Tutor

Dis. Jhonn Alarcón

Colaboradores

Johnatan Mosquera

Pedro Estrella

Sebastián Trujillo

Esteban Vázquez

Daniel Peña

Kevin Ávila

Antonio Jaramillo

Danilo Tacuri

Mateo Aucapiña

Christian Morocho

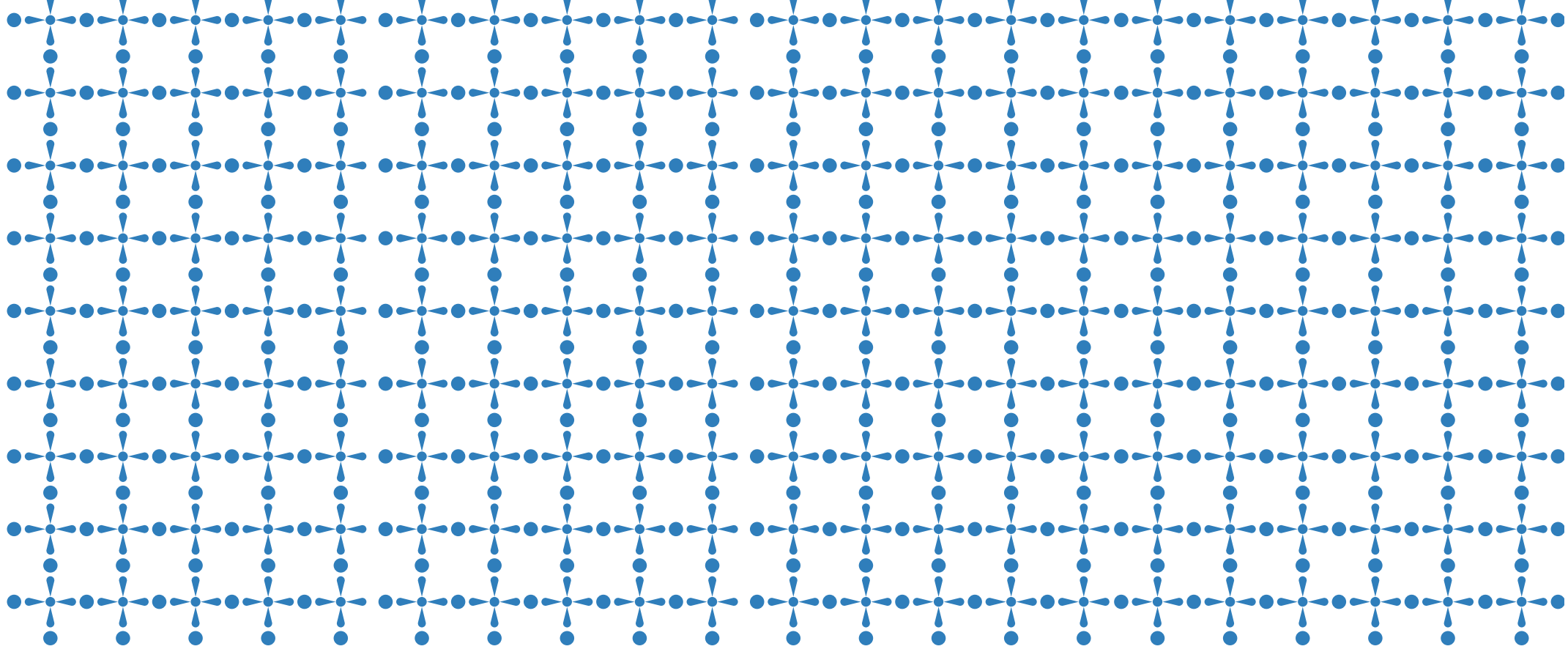
Paul Sisalima

Daniel Ordóñez

Diego Molina

Cuenca, Ecuador

2023



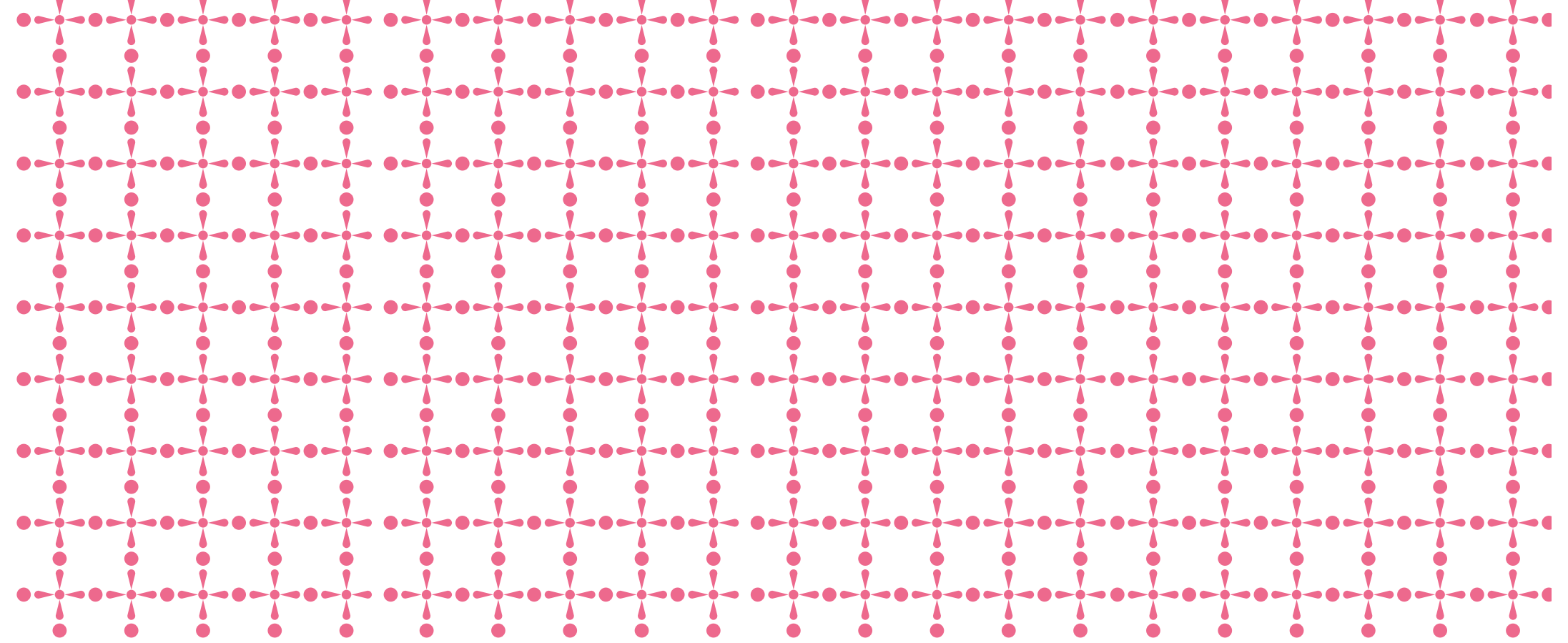
DEDICATORIA

Brandon

Dedico mi proyecto de graduación a mis padres y familiares que me apoyaron, a mis amigos que estuvieron junto a mi todo el periodo universitario.

Heidi

Dedicado a Cecilia, Javier, Bau , Rocko y Lola



AGRADECIMIENTOS

Brandon

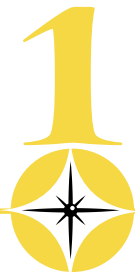
Agradezco a la gente que me apoyo para concluir mis estudios y me inspiraron para seguir nuevas metas, de igual manera agradezco a mis profesores por enseñarme la disciplina y los conocimientos necesarios para seguir mi camino laboral.

Heidi

Agradezco a mi familia, a mis tutores, a todas las personas que colaboraron con este proyecto y a la comunidad creativa que he conocido en mi periodo universitario.

ÍNDICE

DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
Resumen	10
Abstract	11
INTRODUCCIÓN	12
OBJETIVO GENERAL	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13



CAPÍTULO 1	
Contextualización	15
1.1 MARCO TEÓRICO	
1.1.1 GRÁFICA POPULAR	16
1.1.2 COMUNICACIÓN	17
1.1.3 DISEÑO EDITORIAL	18
1.2 HOMÓLOGOS	
1.2.1 CASO 1	19
1.2.2 CASO 2	20
1.2.3 CASO 3	21
1.3 INVESTIGACIÓN DE CAMPO	
1.3.1 ENTREVISTAS	22
a) Galo Mosquera	22
b) Daniel Ordóñez	24
c) Daniel Peña (Lazlo)	26
1.3.2 OBSERVACIÓN	28
1.3.3 CATEGORIZACIÓN	29
1.4 CONCLUSIÓN	31



CAPÍTULO 2	
Definición de usuario	33
2.1 PERSONA DESIGN	
2.1.1 Estudiante	34
2.1.2 Profesional	35
2.2 MAPA DE EMPATÍA	
2.2.1 Estudiante	36
2.2.2 Profesional	37
2.3 BRIEF CREATIVO	38
2.4 PARTIDOS DE DISEÑO	
2.4.1 Partido formal	41
2.4.2 Partido funcional	41
2.4.3 Partido tecnológico	42
2.4.4 Partido conceptual	42
2.5 GUIÓN DE CONTENIDOS	43
2.6 HOJA DE RUTA	44
2.7 CONCLUSIÓN	45



3

CAPÍTULO 3

Ideación	47
3.1 IDEACIÓN	48
3.2 IDEA FINAL	52
3.2.1 CROMÁTICA	53
3.2.2 TIPOGRAFÍA	54
3.2.3 ILUSTRACIÓN	56
3.2.4 FORMATO	58
3.2.5 DIAGRAMACIÓN	59

4

CAPÍTULO 4

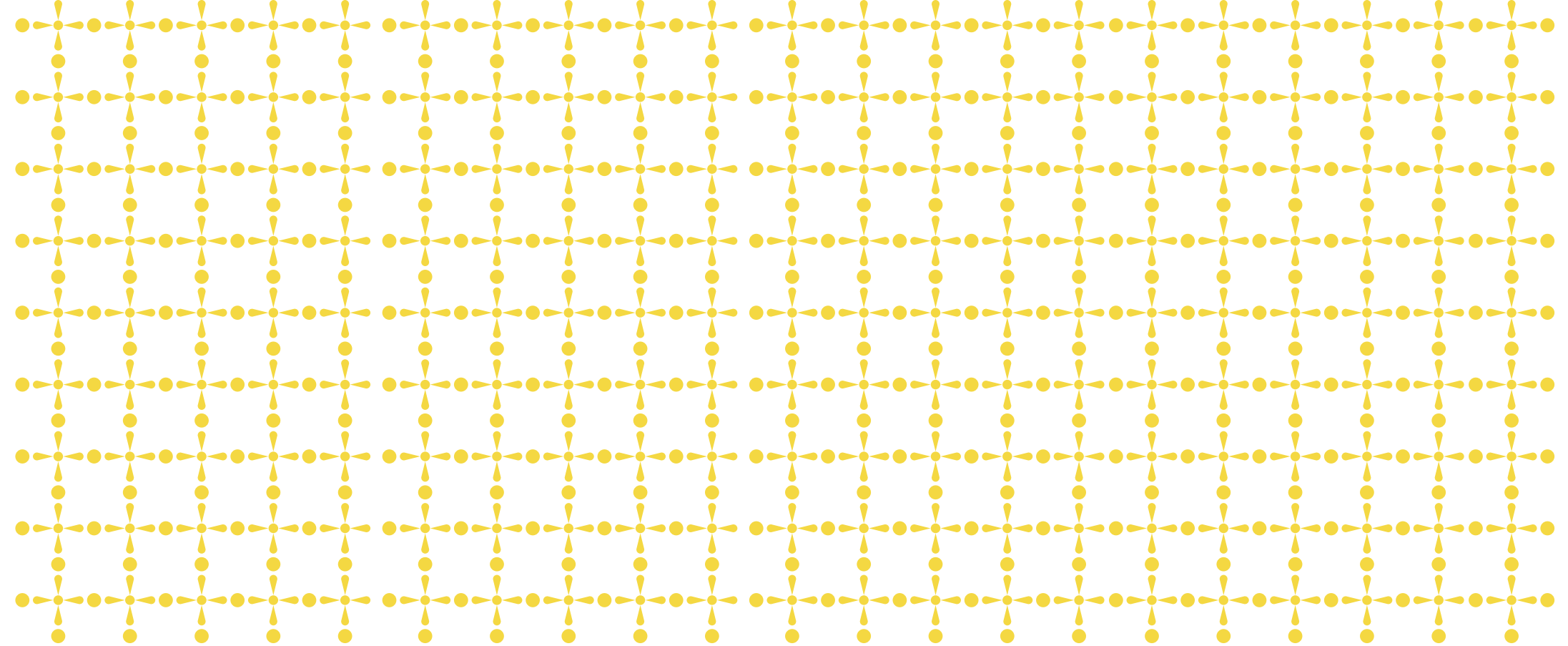
Aplicación	61
4.1 PROCESO DE DISEÑO	62
4.1.2 ESTRUCTURA DE CONTENIDOS	63
4.1.3 CATEGORÍAS Y SELECCIÓN DE ARTISTAS	66
a) LETTERING	66
b) ILUSTRACIÓN	67
c) MURALISMO	68
4.2 BOCETACIÓN	70
4.3 ILUSTRACIONES	72
4.3.1 Castillos Pirotécnicos	72
4.3.2 Vaca Loca	74
4.3.3 Chola Cuencana	76
4.3.4 Estampa de Jesús	78
4.3.5 Máscaras Tradicionales	80
4.4 PROPUESTA TIPOGRÁFICA	82
4.5 ELEMENTOS GRÁFICOS	84
4.6 INTERVENCIÓN URBANA	85
4.7 PRODUCTO FINAL	86

CONCLUSIÓN	93
RECOMENDACIÓN	95
BIBLIOGRAFÍA	96

ÍNDICE DE IMÁGENES

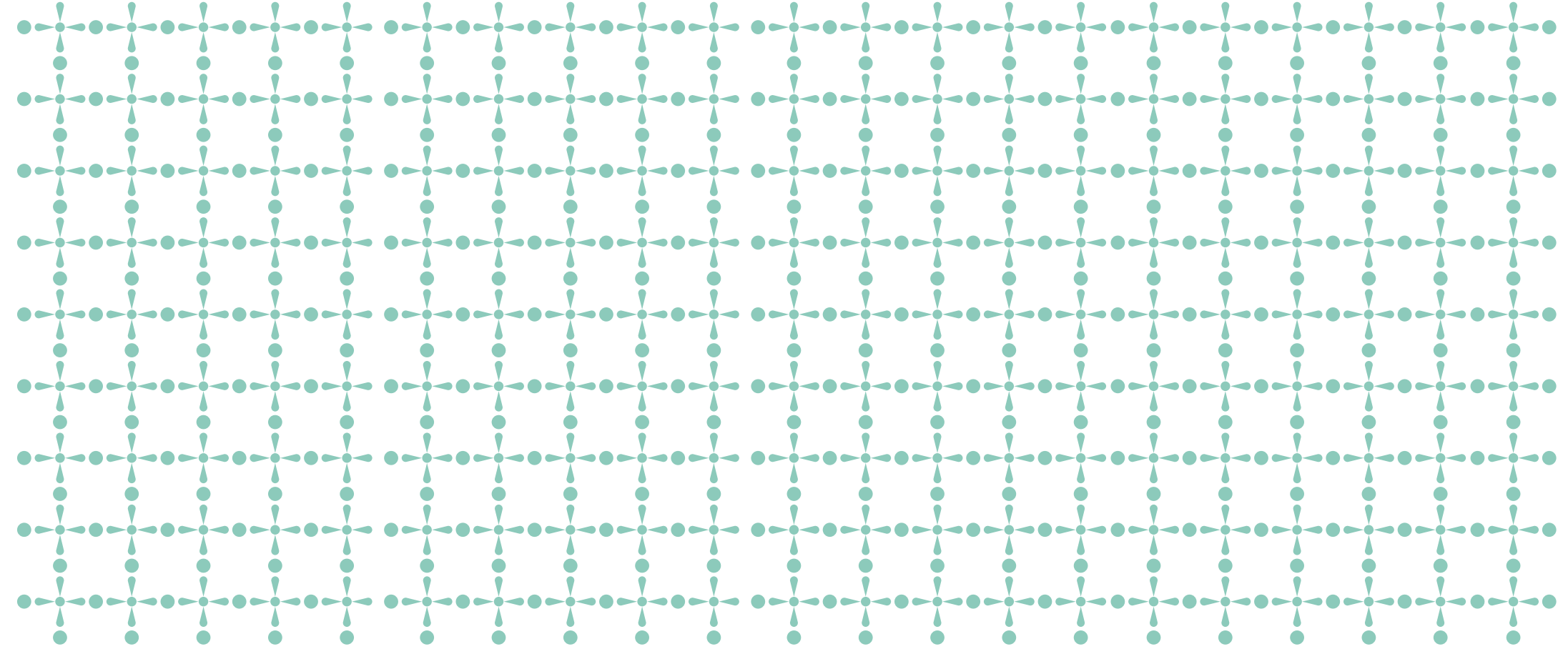


Contenido			
Imagen 1 : Rótulos Bautista-México	17	Imagen 29 : Mural de Sebastián Trujillo	65
Imagen 2 : Juan Lorenzo Barragán	18	Imagen 30 : Lettering de Daniel Ordóñez	66
Imagen 3 : David Castro - Taller colmillo	18	Imagen 31 : Ilustración de Christian Morocho	67
Imagen 4 : Selamat Datang di Ujung Dunia - Jakarta	19	Imagen 32: Ilustración de Diego Molina	68
Imagen 5 : Pelea de gallos - Estefanía Polanco	20	Imagen 33: Mural de Pedro Estrella	69
Imagen 6 : Exploración tipográfica de rótulos - Paulina Miy	21	Imagen 35: Bocetos para ilustraciones finales	71
Imagen 7 : Recopilación de obras de Galo Mosquera	23	Imagen 36: Castillos Pirotécnicos	73
Imagen 8 : Recopilación de obras de Daniel Ordóñez	25	Imagen 37: Vaca Loca	75
Imagen 9 : Recopilación de obras de Daniel Peña	27	Imagen 38: Chola Cuencana	77
Imagen 10 : Gráfica popular cuencana en la actualidad	28	Imagen 39: Estampa de Jesús	79
Imagen 11 : Gráfica popular en la actualidad	29	Imagen 40: Máscaras Tradicionales	81
Imagen 12 : Rótulo Peruano - Carga Máxima	30	Imagen 41: Material para construir la tipografía	82
Imagen 13 : Mural de La Nada	31	Imagen 42: Intervención Urbana	85
Imagen 14 : Revistas	40	Imagen 43: Portada de Edición Lettering	86
Imagen 16 : Grupo de Fanzines	45	Imagen 44: Contenido de Edición Lettering	87
Imagen 17 : Idea 1 - Idea 2 - Idea 3	48	Imagen 45: Portada de Edición Ilustración	88
Imagen 18 : Idea 4 - Idea 5 - Idea 6	49	Imagen 46: Contenido de Edición Ilustración	89
Imagen 19 : Idea 7 - Idea 8 - Idea 9	50	Imagen 47: Portada de Edición Mural	90
Imagen 20: Idea 10	51	Imagen 48: Contenido de Edición Mural	91
Imagen 21: Idea Elegida	52		
Imagen 22: Pollera	53		
Imagen 23: Material de uso	56		
Imagen 24: Estampa de Jesús	57		
Imagen 25 : Tomada de Rotulos Bautista	62		
Imagen 26 : Lettering de Paul Sisalima	63		
Imagen 27: Ilustración de Diego Molina	64		



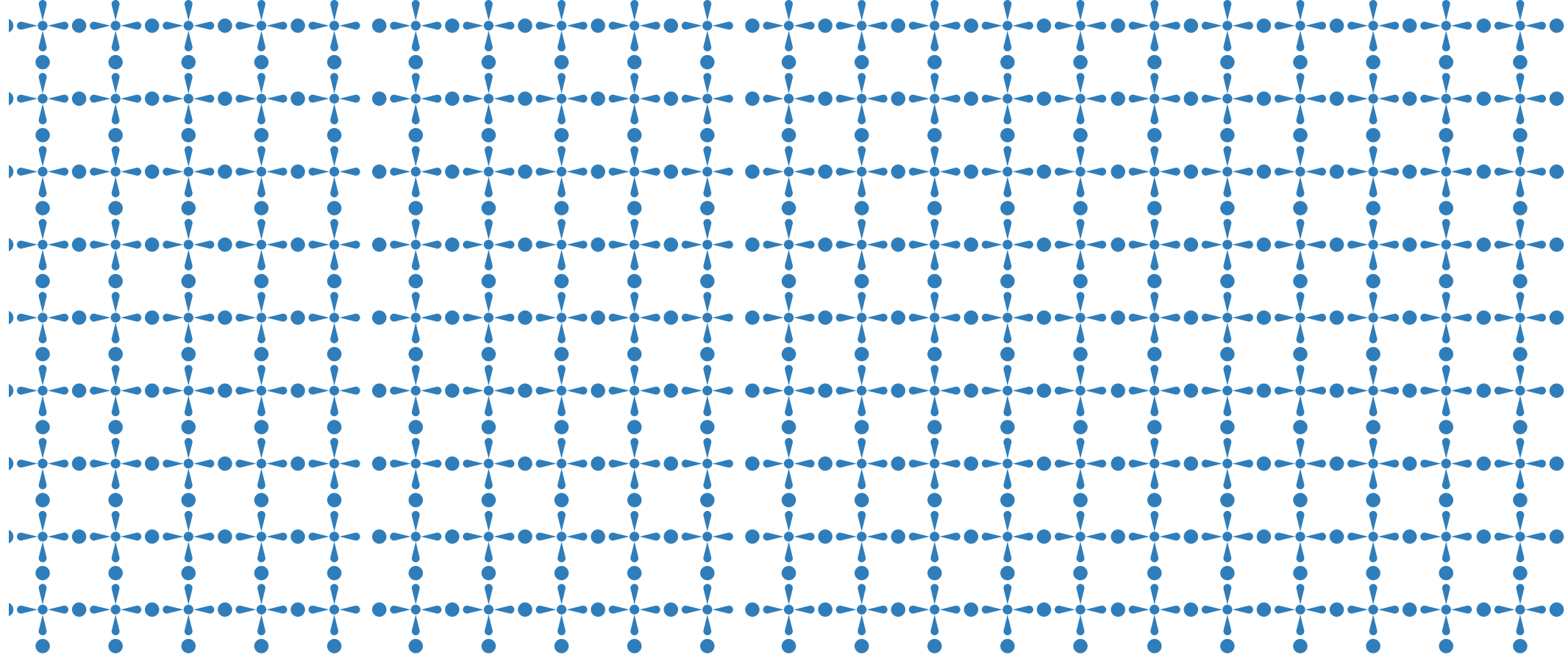
Resumen

La gráfica popular es importante para la identidad cultural de cualquier ciudad y su visibilidad es clave para su reconocimiento. Existen factores que afectan su valor como la apropiación de recursos gráficos extranjeros. Este proyecto utilizó conceptos de diseño editorial, comunicación y cultura y se enfocó en recopilar y categorizar la gráfica popular actual de la ciudad de Cuenca a través de la teoría, la observación y la entrevista a expertos. Como resultado se planteó un producto gráfico editorial y una propuesta de gráfica popular cuyo contenido destaca el valor de esta área de la cultura, sus exponentes y además resalta su valor comunicativo.



Abstract

The popular graph is important for the cultural identity of any city and its visibility is key to its recognition. There are factors that affect their value such as the appropriation of foreign graphic resources. This project used editorial, communication and culture design concepts and focused on collecting and categorizing the current popular graphics of the city of Cuenca through the theory, observation and interview with experts. As a result, an editorial graphic product and a popular graphic proposal were proposed whose content highlights the value of this area of culture, its exponents and also highlights its communicative value.



INTRODUCCIÓN

La gráfica popular conforma la estructura de un arte nacional, contiene caracteres inconfundibles con formas estéticas que no se adaptaron a los cánones del arte. Varios de los creadores del arte popular son artistas independientes, muchos de ellos sin formación académica pero con conocimiento heredado gracias a los negocios familiares.

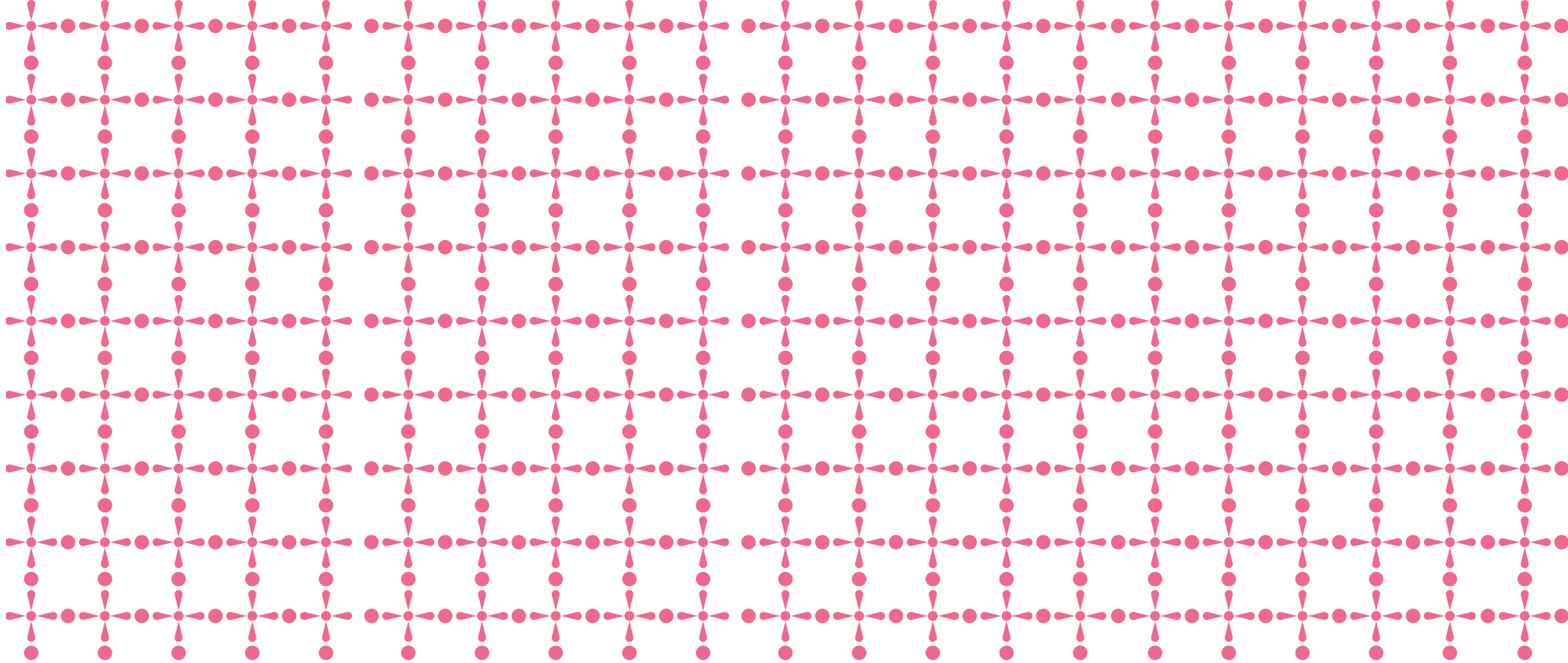
La gráfica popular son formas que se resisten al cambio y enriquecen nuestra cultura, por lo cual se puede plasmar en productos de información dinámicos que sirvan para mantener la memoria gráfica en la ciudadanía cuencana.

Anteriormente ya se han realizado ensayos, libros, exposiciones y recopilaciones gráficas que abordan este tema, los cuales nos guían en este proyecto para tomar en cuenta varios puntos clave. En base a las definiciones que se tomaron en cuenta para el claro entendimiento de este proyecto son: Gráfica Popular,

Comunicación, Gráfica, Cultura Popular, Arte en la Gráfica Popular y Globalidad como metodología de investigación cualitativo para el sondeo de información, conjunto con la metodología de diseño, la cual consta de 4 partes que nos permitirán desarrollar las actividades necesarias para cumplir con los objetivos y alcances del proyecto.

Para concluir nuestro proyecto, tiene como resultado esperado generar el interés en la ciudadanía cuencana por la gráfica popular, utilizando herramientas gráficas.

Finalmente el formato elegido para la presentación es un producto editorial tipo fanzine, acompañado de una intervención urbana para el alcance de la ciudadanía cuencana.



OBJETIVO GENERAL

Aportar a la difusión de la gráfica popular cuencana a través del diseño editorial para la documentación de las propuestas existentes y el diseño de una propuesta gráfica basada en los trabajos recopilados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1** Registrar fotográficamente la gráfica popular en la zona urbana y periurbana de Cuenca
- 2** Reconocer y clasificar la evolución de la gráfica popular en Cuenca.
- 3** Diseñar un soporte editorial para la documentación de la gráfica popular.
- 4** Diseñar una propuesta gráfica en base a la recopilación previa.



CAPÍTULO 1



Contextualización





1.1 MARCO TEÓRICO

1.1.1 GRÁFICA POPULAR

Al hablar de gráfica popular Checa-Artasu y Castro (2008), determinan:

La gráfica se nos revela como una fuente inagotable de soluciones tipográficas y de elementos decorativos: dibujos, logotipos, caricaturas, representación real de objetos. Muchas de esas soluciones son creadas, ya sea a iniciativa del artista que las realiza, ya sea cómo copia de modelos foráneos adoptados de la cultura globalizada. (p.1)

Para este proyecto nos centramos en la gráfica popular la cual "es un fenómeno comunicacional que se genera en los medios urbanos y representa el imaginario gráfico de una sociedad, así como esencia de su cultura" (Flores et al., 2019). Según el texto consultado (Checa-Artasu y Castro, 2008) entiende a la gráfica popular como el conjunto de elementos gráficos, imágenes y letras que se usan en paredes, fachadas y otros soportes murales para comunicar distintos tipos de información vinculados a la vida cotidiana.

Es evidente cómo se va transformando la gráfica popular debido a los modelos de producción a nivel global, según Beck (2000) define globalidad como:

El concepto que implica el incremento de las relaciones internacionales en un sentido amplio, que corresponde a múltiples aspectos de la vida social, económica, política, cultural, ecológica, etc., cuya intensidad y diversidad son apreciados y reconocidos con mayor rapidez y accesibilidad por amplios sectores de todas las naciones del mundo. (p.18)

Teniendo esto en cuenta es claro que las representaciones visuales también cambian con estos procesos ya que los referentes ya no son sólo locales sino también internacionales.

La gráfica popular toma como esencia la cultura popular de una ciudad para apropiarse de ella y reflejarla de una manera visual y llamativa. Pero antes debemos saber qué la cultura popular es un reper-

torio de géneros y formas. "Sus creaciones son en realidad combinaciones de formas elementales, permutaciones de elementos creados con anterioridad que permiten un nivel de flexibilidad y transformación" (Le Goff, 1989). Canclini (1982) Las culturas populares se forman a través de un proceso en el cual los sectores subalternos de una nación o grupo social se apropian de los bienes culturales y económicos de manera desigual, y a su vez, entienden, reproducen y cambian las condiciones de vida y trabajo generales y específicas de su grupo.

Checa-Artasu y Castro (2008) enuncian

La gráfica popular, la tipografía popular o el diseño gráfico popular son la expresión de grupos sociales subordinados, subalternos, conformada en un ámbito relacional diferenciado y que se mantiene precisamente, por apropiación de esas clases subordinadas diferenciándose de las expresiones de la cultura de las clases dominantes, que contraponiéndose a la gráfica popular, buscarían los servicios de un profesional del diseño formado en los parámetros internacionales del mismo.

En la cultura popular se muestra la identidad de una población y esta se manifiesta de distintas maneras "el concepto de identidad cultural se comprende a través de las definiciones de cultura y de su evolución en el tiempo" (Molano, 2007).



Imagen 1 : Rótulos Bautista-México

1.1.2 COMUNICACIÓN

"La comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos" (Rodríguez, 2016)

El mensaje es importante en la gráfica popular ya que presenta la cultura de la ciudad, este mensaje trata de mantener viva las creencias por medio de propuestas visuales.

Según Joan Costa (1977) define la comunicación como

La acción de transferir de un individuo - o un organismo -, situado en una época y en un punto dado, mensajes e informaciones a otro individuo - u otro sistema - situado

en otra época y en otro lugar, según motivaciones diversas y utilizando los elementos de conocimiento que ambos tienen en común. (p.1)

Para la gráfica popular la acción de comunicación se sitúa en un sistema donde un individuo interactúa de una manera visual con el mensaje, dicho mensaje se representa con elementos propios de su cultura para la fácil comprensión del mismo.

Kerlow (2001) enuncia

La gráfica popular como un medio de comunicación llega a impactar de maneras más cercanas y emocionales al público. Los rótulos, carteles, murales y etiquetas que la componen no sólo señalan, identifican y marcan, sino

que evocan fantasías, descubren ilusiones, confiesan errores y en ocasiones, establecen un diálogo con el espectador al provocarlo o alburearlo. (p.3)

Para que estas representaciones tengan un sentido comunicacional deben tener su propio lenguaje como diferenciador de otras representaciones gráficas.

Para comunicarse es esencial tener un lenguaje que se refiere al conjunto de símbolos, sonidos, signos y reglas gramaticales, es una herramienta fundamental para la interacción social y la transmisión de ideas, pensamientos y emociones. En el caso de la gráfica popular se usan mayormente signos e ilustraciones dentro de sus composiciones.

La gráfica popular busca mantener viva la cultura de una ciudad, no busca ser rescatada ya que está en una constante evolución según el contexto y la tecnología. Es necesario que la gráfica popular llegue a impregnar en la sociedad en la que se desarrolla para poder crear a partir de inspiración local.

Es fundamental considerar el componente cultural para preservar la memoria cultural. Estos elementos son significativos para el grupo al que pertenecen y los describen de manera precisa, ya que se han desarrollado a lo largo de periodos extensos de tiempo y se han transmitido de una generación a otra.

Cuando hablamos de memoria cultural es importante también mencionar la Memoria gráfica la cual "denomina una línea de estudios que busca comprender la importancia y el valor de los artefactos visuales, en particular los impresos efímeros, para la creación de un sentido de identidad local a través del diseño" (Farias, 2014).



Imagen 2 : Juan Lorenzo Barragán

1.1.3 DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es la disciplina del diseño gráfico que se encarga de la creación y maquetación de publicaciones impresas o digitales, como revistas, periódicos, libros, catálogos, folletos, etc.

Guerrero Reyes (2016) considera que "las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal comunicar y transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes con textos". (p.30)

El método de comunicación visual más recurrente y atractivo visualmente es un producto editorial, se trabaja de varias maneras ya sea digital o con técnicas manuales, por ende, es una opción factible al momento de llegar a un grupo de personas.

Oliva (2008) afirma que "el objetivo principal del diseño editorial es hacer que el contenido sea fácil de leer y atractivo para el público objetivo".

El diseño editorial se encarga de maquetar publicaciones (libros, revistas, periódicos, etc.) de una forma funcional y llamativa de forma tal que exponga de manera efectiva su mensaje.

En el contexto del diseñador gráfico la creación de un producto editorial es la oportunidad de representar de forma creativa los arquetipos impuestos de un producto editorial.



Imagen 3 : David Castro - Taller colmillo

1.2

HOMÓLOGOS

1.2.1 CASO 1

Proyecto de diseño en el cual se realizó un sistema gráfico para la banda de pop “Selamat Datang di Ujung Dunia” de Jakarta, Indonesia, el cual invita al espectador a ver a la ciudad tal y como se vive en el día a día, mostrando elementos como marionetas, comida callejera, basura e inundaciones.

Forma:

Cromática contrastante; tiene 3 tipografías, una con serif, otra cursiva y una sans serif para textos más largos; cuenta con ilustraciones que representan el contexto de Jakarta en los cuales se combinan elementos geométricos y orgánicos.

Función:

Este proyecto ha diseñado productos como: Un folleto en el cual se detalla cada una de las canciones del álbum para guiar al usuario; un paquete de stickers con elementos de la portada del álbum para que el usuario pueda usarlos en distintos soportes; tarjetas que contienen un código QR el cual lleva al usuario a su perfil de Spotify para que el álbum sea escuchado; caja con la portada del proyecto que contiene todo el kit de souvenirs adentro que sirve para organizar todos los objetos.

Tecnología:

La portada del proyecto cuenta con animaciones para captar mayor atención del público en plataformas digitales; el empaque se ha realizado en cartón folding el cual cuenta con impresión de los diseños en todas sus caras; los folletos están impresos sobre papel couché; todo el proyecto se ha impreso en offset.

Imagen 4 : Selamat Datang di Ujung Dunia - Jakarta



1.2.2 CASO 2

Este producto editorial se muestra de forma artística para informar al público sobre los procesos que se dan en las peleas de gallos, usando distintas tipografías, colores, imágenes e ilustraciones. Producto editorial combinado con distintas técnicas

Forma:

El proyecto cuenta con dos tipografías, una decorativa para los títulos, y una con serif para textos largos; en su cromática predominan los colores vivos, con alto contraste y saturación; dentro de sus gráficos encontramos fotografías, ilustraciones con estilo hecho a mano y texturas.

Función:

Se presenta como un libro dinámico que hace buen uso de los colores para expresar en este caso lo que son las peleas de gallos ya que los gallos son animales con colores distintivos; resaltan los gráficos en comparación con los textos descriptivos esto para una estética visual más llamativa al usuario; las distintas técnicas de pliegues y pop up se usan para generar curiosidad y una efecto de tridimensional para que el usuario se adentre en el mundo de la pelea de gallos.

Tecnología:

El libro cuenta con distintos acabados, algunas de las técnicas utilizadas son el bordado, repujado, escarchado, stencil, troquelado, pop up, y sublimación, se han combinado todas estas técnicas para que el producto final tenga un valor agregado.



Imagen 5 : Pelea de gallos - Estefanía Polanco

1.2.3 CASO 3

Exploración tipográfica de rótulos consiste en el análisis de las similitudes entre la cultura Mexicana y la cultura China. En la cultura Mexicana predomina el uso de rótulos y en la cultura China el uso de símbolos, fusionados pueden comunicar la misma idea visual en dos lugares distintos.

Forma:

El proyecto está diagramado con sus respectivos textos e imágenes recopiladas, cuenta con 3 tipos de tipografías; cuenta con una paleta de colores amplia, usados como color plano o degradado; tiene distintos tipos de trazos caligráficos en los cuales se ve la influencia mexicana y china; los fondos de las páginas son sencillos para hacer énfasis en los rótulos o imágenes.

Función:

Se eligió como soporte comunicacional un producto editorial que representa con su estética visual y varias técnicas las características de la gráfica popular mexicana y las similitudes que tiene con la cultura china. El diseño de las páginas muestran de una manera dinámica la relación entre sus culturas; con un correcto uso de su cromática y el diagramado junto a los registros fotográficos y los textos descriptivos para mostrar la fusión de estas dos culturas y su gráfica y cómo pueden relacionarse y crear una gráfica nueva.

Tecnología:

El diseño llamativo del producto muestra varios tipos de impresión en varios formatos junto con el diagramado y las fotografías usadas en el diseño. Se puede observar que el sistema de impresión usado es el sistema offset sobre papel couché y usa una cubierta flexible para una mayor libertad al momento de manipular el producto editorial. El producto editorial está unido por la técnica de grapado con máquinas eléctricas ya que tiene más de 5 hojas de couche.



Imagen 6 : Exploración tipográfica de rótulos - Paulina Miy



1.3

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

1.3.1 ENTREVISTAS

a) Galo Mosquera

¿Crees que la gráfica popular debe ser rescatada para la memoria de la ciudad de Cuenca?

La gráfica popular no se rescata se va transformando de acuerdo con el pasar del tiempo, nunca vemos una gráfica popular original estancada siempre vemos una gráfica popular mutante, por las nuevas tecnologías y nuevos materiales. Es bueno darnos cuenta de que existe la gráfica popular, pero más que renovarla o rescatarla deberíamos aplicarla y usarla.

¿La gráfica popular es importante para la cultura de la ciudad de Cuenca?

Más que la cultura es la identidad ya que nos permite diferenciarnos de otras ciudades, la gráfica popular no es igual en la Sierra que en la Costa cambia de acuerdo el contexto.

¿Qué papel desempeña la gráfica popular?

La gráfica popular no necesitan de la academia para producir sus interpretaciones, es bueno aprenderla a través de costumbres y tradiciones. Es la enseñanza de generación en generación.

¿Crees que la gráfica popular se ha fusionado con el arte callejero?

La gráfica popular es innata, y el arte callejero se inspiró en ella. El arte callejero tiene referencias de la gráfica popular, el artista se inspira en su contexto local y cultura popular mundial.

¿Crees que las formas artísticas y gráficas son formas de representar la gráfica popular?

Si, son parte de la gráfica popular, de igual manera se puede representar en música, poesía, ilustraciones, estas nos sirven como inspiración.

Los elementos presentes de la gráfica popular son: tipografía, ilustración, sin reglas académicas ni usos de tecnología y la cromática depende del contexto.

¿Cómo influye un producto editorial en la difusión de este tema?

Es importante porque apoya a la cultura y el arte, es importante porque es expresión y compartir.

Por último: nos puedes dar un referente destacado de la gráfica popular: tallerista, diseñador o artista.

Raíz, Elliot Tupac, Sacaquirin (San Joaquín)



Imagen 7 : Recopilación de obras de Galo Mosquera



b) Daniel Ordóñez

¿Para ti qué representa la gráfica popular?

Representa las raíces de nuestra cultura visualmente, también representa un estilo de vida para el grafista, es respetar la cultura, hacer una apropiación de todos estos elementos culturales y llevarlos a un estilo de vida.

¿Qué caracteriza a la gráfica popular?

Primero la cromática, más que nada se utilizan los colores primarios y muy pocas sombras, en cambio la gráfica popular peruana tiene muchos degradados (Gráfica Chicha), son más colores planos y con sombras hechas a rasgo de pincel. Los trazos y el mensaje que es muy autóctono en cada país representan frases, dichos y palabras.

¿La gráfica popular aún persiste en la ciudad de Cuenca?

Persiste en los camiones y en los buses, pero yo creo que cada vez se va perdiendo más, aparte vamos apropiándonos de elementos del extranjero el cual siempre ha sido el problema y no debería ser así, deberíamos no fijarnos tanto en el exterior y ver más lo de acá y a eso mismo ir actualizando o crear elementos nuevos a partir de lo nuestro. Deberíamos reforzar nuestra gráfica para que esta no se pierda. En mi caso mis ilustraciones y publicidad van de la mano con la gráfica popular o se le intenta vender al cliente diseños con este estilo.

¿Cómo se muestra la gráfica popular ahora?

Se muestra de manera digital, se debe vender bien para que tenga esta idea de que no va a morir y de que funciona en formato digital, usando distintas aplicaciones.

¿Por qué crees que ya no se produce esta gráfica popular como antes?

Primero porque los que se dedicaban a hacer gráfica popular tradicional ya fallecieron, sus hijos ya no siguieron haciendo eso, y con el avance de la tecnología aparecen nuevos métodos de crear gráficos. Ahora la gente que se dedica a crear algo relacionado a la gráfica popular lo hacemos de forma digital entonces tratamos de mantener los rasgos y las pinceladas de forma digital, pero sin embargo algún rato se va a perder.

¿Crees que la gráfica popular es una parte influyente en el diseño gráfico?

No, pero debería. Yo creo que todos los países deberían tener su gráfica establecida, así como lo tienen en Perú y México como parte de la cultura visual. Nosotros no tenemos eso dentro de nuestra cultura actual, yo creo que los diseñadores deberíamos buscar primero cosas ecuatorianas y a partir de eso crear más diseños. Yo creo que es una buena investigación cómo hacer para que los nuevos diseñadores tengan este bagaje cultural como algo normal en sus proyectos.

¿Crees que las formas artísticas y gráficas son formas de representar la gráfica popular?

Totalmente, la gráfica popular nace del arte, se da desde alguien que cogió un pincel para escribir algo como "Hoy no fío, mañana sí" o lo que sea. El simple hecho de que los integrantes del pueblo usen un pincel para comunicar sobre cualquier soporte, ya lo vuelve arte.

¿Cómo influye un producto editorial en la difusión de este tema?

Influye bastante, más que nada porque ya se vuelve en algo real, y no se queda solo como un pensamiento o una idea. Se vuelve en un material para estudiar, revisar y que el público forme una opinión sobre eso. Al llevar a una editorial temas sobre gráfica popular ya se convierte en un referente. Mi tesis fue creada con la idea de ser una guía sobre cómo hacer gráfica popular, se explica desde los rotulistas hasta los artistas digitales.

¿Consideras que la gráfica popular que existe en la ciudad se puede categorizar y como fuera su categorización?

Podemos categorizar por:

Letras capitales-Letreros de comunicación-Arte

¿Nos puedes dar un referente destacado de la gráfica popular ya sea tallerista, diseñador o artista?

En el Ecuador es complicado encontrar referentes, en Latinoamérica podemos encontrar a Elliot Tupac, Carga Máxima, son de Perú, pero al ser país vecino podemos ver la influencia, en Argentina tienen el fileteado porteño con influencia europea.



Imagen 8 : Recopilación de obras de Daniel Ordóñez



c) Daniel Peña (Lazlo)

¿Para ti qué representa la gráfica popular?

Para mí la gráfica popular son estéticas que se han construido a partir de la combinación de la estética naif ecuatoriana y el folklor ecuatoriano, y así han formado una nueva identidad. A partir de esto salen nuevas tipografías creadas, los gráficos y colores que se han usado en distintos letreros, con expresiones más populares, esto también nace gracias al marketing moderno. Incluso Iturralde hablaba de esto, que para hacer diseño gráfico debemos enfocarnos en la parte popular para hacer una contextualización local.

¿Qué representa la gráfica popular en la cultura de la ciudad?

Ahora estamos invadidos con el marketing y las influencias externas, pero aún está vigente la rotulación, las tipografías, además el tema del arte callejero ahora llega a estar dentro de esta gráfica.

¿Existe una relación entre la gráfica popular y el diseño gráfico?

Yo creo que sí, más que eso ya deberían estar vinculadas fuertemente. Si no se consideran nuestras estéticas para diseñar, no estamos haciendo nada si no estamos invadiendo y anteponiendo estéticas internacionales aquí. Creo que la estética popular es importante que se relacione con el diseño gráfico para poder crear productos nuevos, por ahora eso no existe. No tenemos una identidad creada, o hay, pero muy poco y sin el reconocimiento debido, se necesita mantener esta vigencia y tomar esto en cuenta al momento de diseñar.

Según tu criterio ¿Como la gráfica popular se adapta a las tendencias de la actualidad?

Yo creo que en el tema popular se adaptan algunos movimientos políticos, movimiento del diseño gráfico, incluso el tema de la parte urbana. Pero si hablamos de gráfica popular esta se adapta a nuevas tendencias, yo creo que la estética naif es algo que está en movimiento, y esta se influenció de otras estéticas y creamos algo nuestro, entonces sería absorber en que tendencia estamos y adaptarla a nuestro criterio cultural.

¿Cuáles son tus fuentes de inspiración al agregar elementos populares en tus trabajos?

A mí me gusta bastante todo lo que son las tipografías, me parece loquísimo todo lo que es el lettering popular, esta se da en distintos países con estilos variados, pero en mi caso trabajo con la tipografía ecuatoriana que me parece muy interesante y está muy poco estudiada. Aparte lo que agregó visualmente son los colores que suelen ser duotono o tritono, o se usa bastantes mezclas entre azules y rojos, y además de eso se puede agregar otros gráficos (la influencia de otras partes) para combinar y sacar una propia identidad.

¿Qué mensaje deseas transmitir al usar una gráfica popular?

Para todos los creadores visuales tanto diseñadores como artistas plásticos, creo que la gráfica popular es un recurso muy extenso y además es propio, pero a partir de eso se puede seguir creando e innovando, da mucho potencial. El mensaje para los creadores visuales sería que se inspiren bastante en este foco, obvio

también basándose en influencias externas, pero no dejar de lado nuestra cultura la cual todavía no se ha explotado, podemos darle más profundidad a esto y hacer cosas más creativas.

¿Cuál es tu categoría de gráfica popular?

En lo que es más usado son las rotulaciones (buses y carga pesada, como Sucre, Reina del Cajas, etc.)

Los posters igual tienen una carga de elementos populares.

¿Qué tipo de formato y soporte es la mejor manera de representar la gráfica popular?

En paste up y posters, pero lo que está más vigente es lo hecho a mano. No dejan de haber tipógrafos que pintan en los camiones, en la Costa es impresionante como hay gráficas hechas a la perfección por rotulistas.

Ahora hay una oleada de esta contracultura, en donde ya están los chicos que hacen paste up, posters, prints y stickers y en estos medios se nota como la gráfica está mutando. Por mucho tiempo los creadores han estado atascados a influencias externas, con estilos tipo Disney, pero no tiene nada que ver con la cultura local. Pero ahora está regresando y creo que la contracultura está haciendo que se vuelva a lo nuestro, hay fanzines que tienen solamente gráficas populares y es loquisimo como podemos desenvolvernos en este nuevo medio.

Hay artistas como Jonatan Mosquera que tiene una estética popular en la pintura, sin usar tipografías, pero tiene sus elementos populares, también es un referente para mi trabajo.

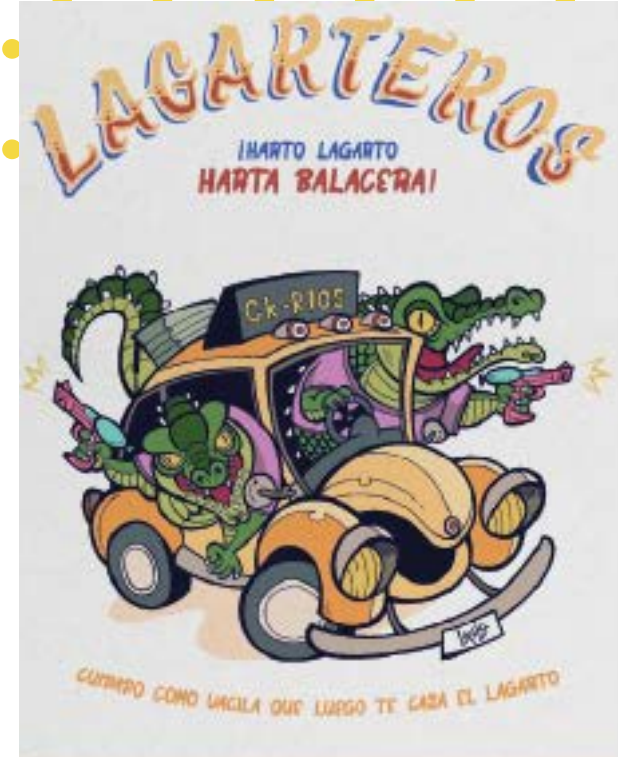


Imagen 9 : Recopilación de obras de Daniel Peña

1.3.2 OBSERVACIÓN

Hemos realizado recorridos por el centro histórico de Cuenca en busca de murales o letreros que reflejen la gráfica popular de la ciudad, y actualmente ya no se encuentran las gráficas tradicionales más que en registros fotográficos que se han realizado anteriormente. Pero un soporte en el que todavía predomina este estilo es en los camiones de carga y en los buses, podemos encontrar gráficas realizadas con rotulación, stencil, y hasta sellos impresos.

Gracias a la observación hemos podido reconsiderar a la gráfica popular, ya que la idea que teníamos al principio de la misma ha cambiado totalmente. Es importante reconocer cómo se utilizaba este tipo de gráfica hace unos años atrás, hecha con el propósito de publicitar negocios o dar a conocer servicios-productos al público, en cambio actualmente esta se usa como un modo de expresión que utiliza una estética local.

Algunos de sus aspectos básicos son:

Cromática: Los artistas que actualmente se desenvuelven en esta área utilizan colores vivos como azul, rojo, magenta, amarillo y también usan colores pasteles.

Técnica: Debido a la variedad de artistas no hay una sola técnica, actualmente se realiza gráfica popular de forma digital en softwares como Procreate, Photoshop e Illustrator, también se realiza de forma análoga con marcadores, tinta, pintura y aerosol.

Soporte: Estos varían entre publicaciones digitales, obras sobre papel y murales.



Imagen 10 : Gráfica popular cuencana en la actualidad

1.3.3

CATEGORIZACIÓN

De acuerdo con la investigación teórica y de campo (entrevistas y observación), se pudo concluir que la gráfica popular está en una constante evolución. Se usan varios métodos para su representación, esto cambió con el tiempo ya que su aplicación depende de varios movimientos y estéticas culturales. Entre ellos se encuentran: diseñadores gráficos, muralistas y artistas independientes.

Se representa la gráfica popular en la actualidad por medio de:

-Lettering

Los creadores actuales de esta rama utilizan herramientas tanto análogas como digitales, entre ellas están plumas, tinta, pintura, rapidografos, pero también está el uso de distintos softwares como Adobe Illustrator y Photoshop, Procreate, Sketchbook, etc.

-Ilustración

En esta sección igualmente se ve el uso de herramientas análogas y digitales. De las 3 categorías la ilustración puede considerarse como la más común que hay ahora en Cuenca.

-Muralismo

Para la bocetación de murales se usan herramientas análogas y digitales, pero para su elaboración se utilizan únicamente materiales físicos, tanto como rodillos, brochas, pinceles, pintura, materiales de apoyo como escaleras y andamios, etc.



Imagen 11 : Gráfica popular en la actualidad



Imagen 12 : Rótulo Peruano - Carga Máxima

1.4

CON- CLU- SIÓN

Gracias al entendimiento de los ejes conceptuales en el marco teórico se puede tomar dirección en el proyecto para así proceder a realizar las entrevistas a profesionales en el tema.

Tanto en la investigación de campo como en la investigación teórica se llegó a la conclusión de que la gráfica popular no desaparece sino se va transformando según el tiempo y el contexto, por lo cual va variando en técnicas y formatos.

Después de esto pudimos categorizar la gráfica popular contemporánea de nuestra ciudad lo cual facilitará la creación de la recopilación para nuestro producto de diseño editorial.

Pero lo que preocupa en el ámbito es que está normalizado que los creadores visuales se inspiren de referentes internacionales lo cual causa una pérdida de identidad gráfica local. Por lo tanto, con nuestro proyecto buscamos reforzar ese interés por ilustrar/diseñar inspirándose en la cultura local, la cual todavía no se le ha sacado su máximo provecho.



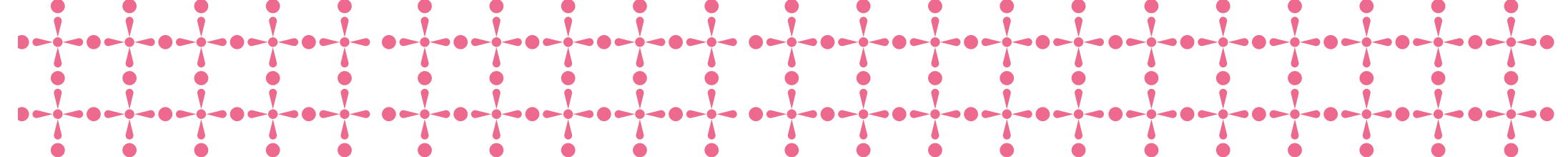
Imagen 13 : Mural de La Nada



CAPÍTULO 2



Definición de usuario



2.1

PERSONA DESIGN



2.1.1 Estudiante

- Paula Sarmiento
- 21 años
- Estudiante de diseño gráfico
- Clase Media
- Agnóstica
- Mestiza

Bio

Paula Sarmiento tiene 22 años y vive con sus padres y hermanos, ella es creativa y le gusta mucho representar esa creatividad de varias formas, ella sigue la carrera de Diseño Gráfico y tiene varios amistades que se desenvuelven en comunidad creativa, ya sea como diseñadores de distintas ramas, artistas escénicos, visuales, etc.

Habilidades

- Ilustración
- Natación
- Competitiva
- Creativa
- Exploradora



2.1.2 Profesional

- Danilo Zhinin
- 35 años
- Diseñador y artista
- Clase media alta
- Ateo
- Mestizo

Bio

Danilo Zhinin es un profesor que suele ser amigable con sus estudiantes. Entrena fútbol y por las noches le gusta dibujar e investigar sobre nuevos programas de diseño o tendencias. En la universidad se lleva con todos los profesores de carrera y suele hacer bromas cuando tiene confianza.

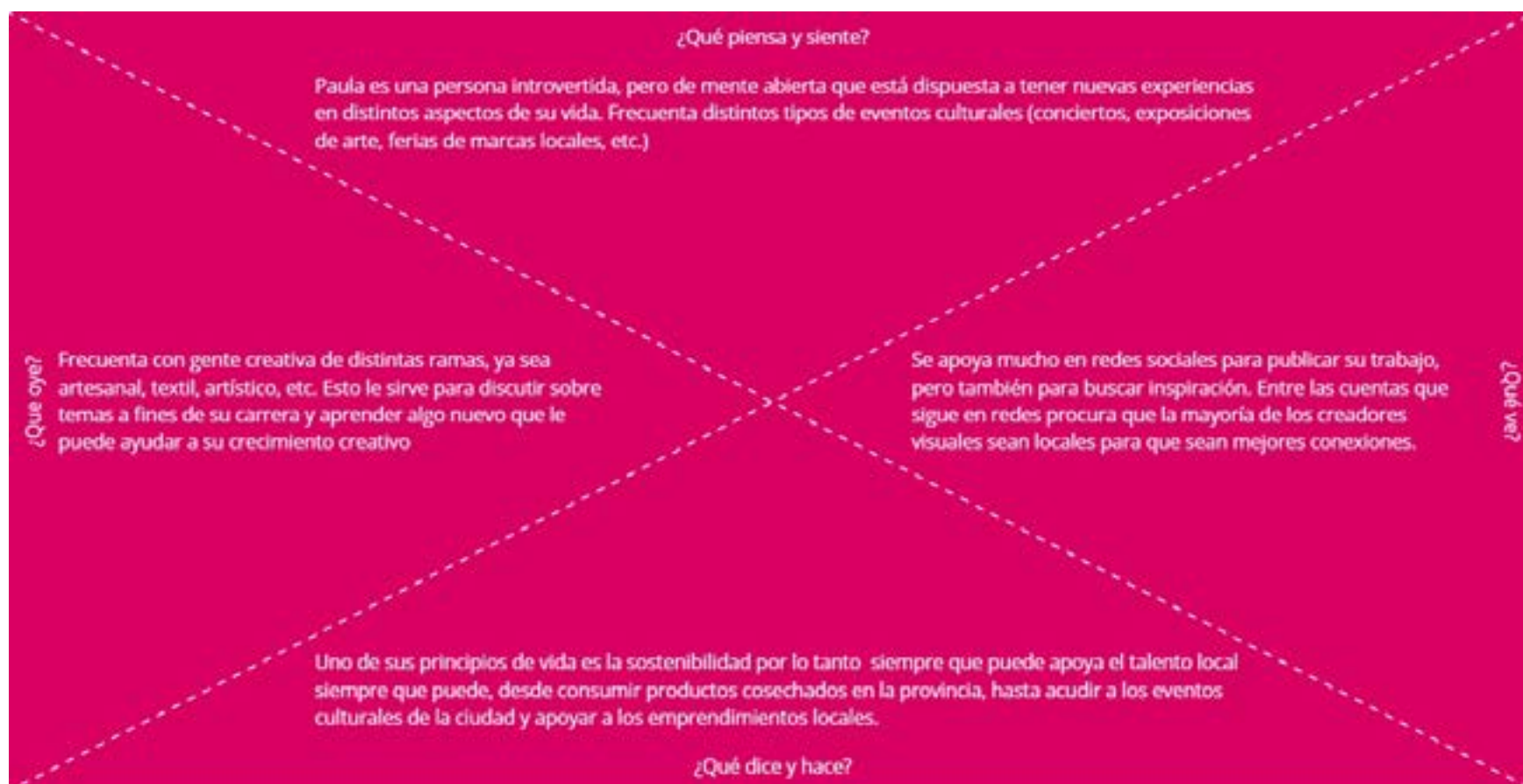
Habilidades

- Ilustración
- Fútbol
- Amigable
- Creativo
- Sociable



2.2 MAPA DE EMPATÍA

2.2.1 Estudiante



Esfuerzos:

Se frustra cuando sus trabajos no consiguen visibilidad en redes sociales, y a veces siente que el resto avanza más que ella en el ámbito creativo.

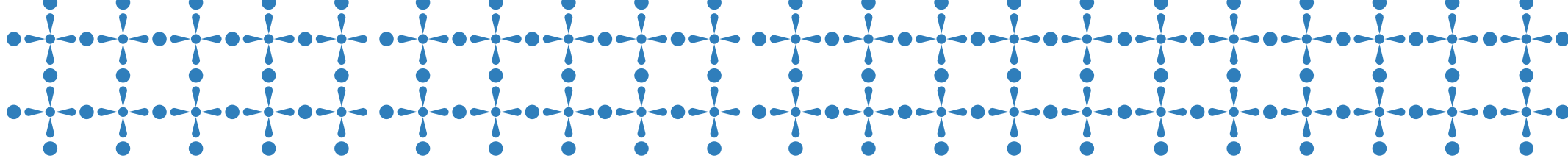
Resultados:

Cuando Paula tiene bloqueos creativos acude a eventos culturales o se junta con sus amigos para hablar de temas afines a artes visuales y otros temas.

miro

2.2.2 Profesional





2.3 BRIEF CREATIVO

Cliente: Artistas y diseñadores (Profesionales/estudiantes)

Objetivo: Describir los aspectos clave para nuestro proyecto para así facilitar su desarrollo en las siguientes etapas.

Breve descripción del producto gráfico

Producto editorial que beneficia a la cultura local y a la cultura gráfica local, acceso a la información para todos y el reconocimiento del talento local

Producto Real

Estética: estética popular presentada en producto editorial.

Cualidades: aborda una temática poco discutida, pero de gran interés, resalta las cualidades propias de la gráfica popular, didáctica y de fácil comprensión ya que es un producto más visual que textual.

Calidad: Cumple con los estándares de los homólogos: forma, función y tecnología que se escogieron.

Producto Aumentado

El usuario que adquiera nuestro producto tendrá acceso a charlas y talleres dictados por expertos en el tema de gráfica/cultura popular para profundizar en el área.

En caso de que adquiera el producto en línea o no pueda asistir a los talleres, el producto aumentado será un descuento en productos editoriales similares en librerías que ofertan el producto editorial físico.

Ventajas competitivas del producto

Fácil adquisición en formato digital

Serie de fanzines separado por categorías

Información visual actualizada

Calidad de producto

El papel utilizado es de buena calidad tomando en cuenta el gramaje que se necesita según la técnica de impresión utilizada. Se utilizarán papeles reciclados como woodstock o citrus.

Ciclo de vida del producto en el mercado

Producto nuevo en etapa de introducción, con el cual se buscará la manera de introducirlo en el entorno de diseñadores y artistas. Está planeado que tenga dos formatos de uso, tanto digital como físico, de igual manera se buscará financiamiento de la casa de la cultura como una opción para dar a conocer el producto y distribuirlo.

Particularidades del sector

El área en el que se comercializará el producto no cuenta con muchas investigaciones sobre el tema, competirá con libros del área del diseño y artes, pero no específicos al tema de la cultura popular, será atractivo ya que servirá de referente para personas que les interesa el tema.



Tendencias del mercado

Local: se puede observar el consumo de productos editoriales independientes como: revistas, fanzines y libros, en producciones de poco tiraje impresas con tecnologías offset, en papel bond natural o normal, suelen tratar varias temáticas, en el ámbito del diseño se puede observar fanzines relacionados a la cultura popular y la ilustración.

Nacional y Global: El consumo de productos editoriales se vuelve más tecnológico, comprar y descargar el producto editorial desde el enlace de compra, el producto físico se vuelve escaso dependiendo en qué parte del país se adquiera el producto. Igual se busca una impresión offset con sustratos variados dependiendo el producto.

Competencia

Directa: no hay una competencia directa ya que es de un tema del cual no hay muchos productos similares

Indirecta: productos editoriales que traten temas de arte/diseño

Análisis del consumidor

Quien es: creador visual

Que le gusta: involucrarse en la comunidad artística y conocer de la cultura local

Qué actitud tiene ante mi producto: material de referente, debate y uso didáctico

Análisis del proceso de compra

Ver el proyecto a través de promoción en redes sociales

Informarse más sobre el proyecto para decidir la compra

Contactarse con el vendedor

Adquirir información sobre el producto

Comprar el producto físico o adquiere la versión digital gratuita

Si quiere el producto físico se envía la dirección de las librerías en donde se encuentra disponible

Si quiere el producto en digital le enviamos el link de descarga donde se encuentre producto digital

Según su elección, el producto físico lo adquiere por una compra y el digital es gratuito.

Análisis del proceso de uso

Abre el Fanzine

Lee una breve introducción al tema

Se guía en los titulares para ver a que artista pertenece cada obra

Cuando ve en la recopilación un trabajo de su agrado puede ver más trabajo del artista en sus redes sociales, ya que en el libro se menciona quienes crearon tal obra

Al final de cada fanzine el usuario encuentra una propuesta gráfica creada por los autores



Imagen 14 : Revistas



2.4

PARTIDOS DE DISEÑO

2.4.1

Partido formal

El producto editorial tiene características en base a otros tipos de productos editoriales, el producto editorial tendrá un formato A5, las medidas planteadas para el sustrato serán de 14,8 x 21 cm.

La paleta cromática va desde los colores primarios y los colores pasteles de acuerdo con la estética popular, estos colores son representativos y forman parte de la cultura popular de Cuenca, la cromática se complementa con la tipografía Raleway, es una tipografía sin serif de fácil comprensión y las ilustraciones con estilo tradicional, hechas a mano con pinceles y acrílicos.

El producto editorial usa la estética y rasgos de la cultura popular de la ciudad para resaltar las características visuales del producto, atractivo al usuario planteado. Los contenidos se dividen en 3 partes: recopilación, categorización y propuesta gráfica creada por los autores.

2.4.2

Partido funcional

Nuestro producto sirve para aportar a la difusión de información sobre la gráfica popular.

Cuenta con dos tipografías, una sans serif para párrafos de texto y pie de imágenes. La serie de fanzines se diferencia en sus portadas por la cromática e ilustración asignada a cada categoría.

Nuestro producto es mucho más visual que textual para que resalte los aspectos de la gráfica popular por lo tanto nos apoyamos en la recopilación de imágenes de distintos creadores para poder mostrar la variedad en estilo y técnica.



2.4.3 Partido tecnológico

El producto editorial final se realiza sobre papel natural de 90g para sus contenidos, y para la portada se utiliza una cartulina tipo natural de 120g.

El producto editorial contará con una capacitación humana y tecnológica para el desarrollo de las ilustraciones, realizando un proceso artesanal y luego el retoque digital.

La impresión para la serie de fanzines se realiza en offset para conseguir una buena definición de las imágenes.



2.4.4 Partido conceptual

La narrativa se basa en contar al usuario lo que es la gráfica popular ya que el objetivo principal es darle visibilidad en la actualidad.

Existen varios artistas que deben ser reconocidos por rescatar la cultura de la ciudad en sus obras y cómo estos van adaptándose a distintas técnicas soportes.

La inspiración que se toma al realizar cualquier tipo de gráfica popular puede ser en la comida, religión, vestimenta, costumbres, política, refranes, cotidianidad, etc. los cuales generan un sentido de pertenencia al usuario que se encuentra con estas gráficas, por este motivo es importante reconocer la gráfica que nos rodea.



2.5 GUIÓN DE CONTENIDOS

Portada

Contiene una ilustración, título de la categoría y nombre de la serie de fanzines "Harta Gráfica Pura Pinta"

Introducción

Contiene un párrafo de texto y el objetivo es dar una idea breve del contenido del fanzine.

Registro gráfico

Contiene Fotografías, el tipo de formato será fotografía, ilustración y texto. El objetivo es dar una idea visual de lo que distingue a nuestra gráfica.

Propuesta gráfica

Contiene una muestra de la gráfica que fue elaborada por los autores en cada categoría (Lettering, ilustración y muralismo)

1	—	Introducción
2	3	Paul Sisalima 4 obras
4	5	
6	7	Daniel Ordóñez 5 obras
8	9	
10	11	Danilo Tacuri 1 obra
12	13	Tipografía creada por los autores
14	—	Tipografía creada por los autores en una aplicación

2.6

HOJA DE RUTA

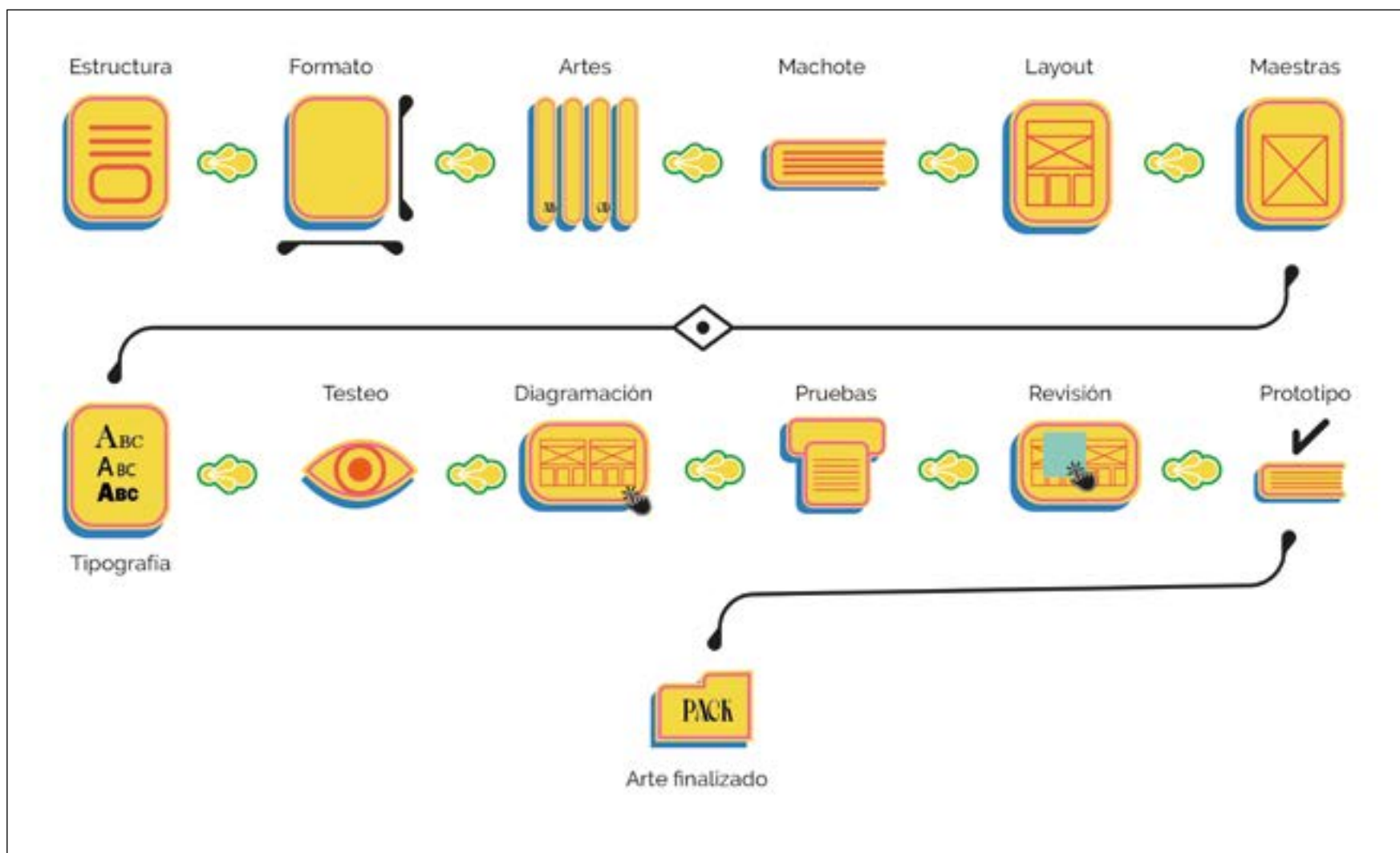


Imagen 15 : Hoja de ruta

2.7

CON- CLU- SIÓN

Durante esta etapa se pudo definir el análisis y definición de usuario, el cuál facilita a enfocar y mejorar las características que servirán para la construcción y diseño del producto editorial.

El brief cuenta la relación del usuario con el producto planteado, ofreciendo una idea de oportunidades y desventajas que se debe tomar en cuenta al momento de presentar el producto al público al cual va dirigido, esto ayuda a buscar otras técnicas de representación para el tema en un caso en que se deba cambiar el formato del producto o la información para un mejor entendimiento de la investigación.

Los partidos de diseño dieron una idea amplia de varias direcciones que puede tomar el producto editorial, refiriéndose a las tecnologías y técnicas que podemos usar para desarrollar el producto final.



Imagen 16 : Grupo de Fanzines



CAPÍTULO 3



Ideación

3.1

IDEACIÓN

Idea 1: Fanzine

Creada con una estética popular que contiene iconos populares, cromática primaria y pasteles, conjunto con el uso de ornamentos clásicos/tradicionales.

Su función es informar e interesar al público sobre este tema, lo cual se conseguirá a través de distintas ilustraciones, imágenes y tipografías.

Este formato utiliza impresión offset, stencil y serigrafía, conjunto con pliegues en el papel.

Idea 2: Línea de carteles

Este proyecto utiliza frases con tipografía que tienen una estética popular, las cuales se reflejan en dichos comunes de la ciudad de Cuenca. Su soporte son carteles colocados en distintas partes de la ciudad para que tenga visibilidad, con esto reforzamos el uso de los elementos populares en distintos ambientes, y con las frases creamos una conexión entre público y diseño. Los carteles utilizan pintura, serigrafía y stencils.

Idea 3: Manual para crear a partir de la gráfica popular

Se utilizará una recopilación de creaciones existentes que se consideren gráfica popular, en la cual habrá una categorización para guiar al usuario. Luego se muestran los aspectos básicos de la gráfica, y finalmente el proceso de creación de la propuesta gráfica. Las páginas contarán con fondos de colores primarios/pasteles, lo cual servirá para categorizar la información. Los textos largos serán sin serif y los titulares serán decorativos. El proyecto será realizado en papel couché e impreso en offset, pero también contará con un pop up, pliegues en papel, repujado y serigrafía.

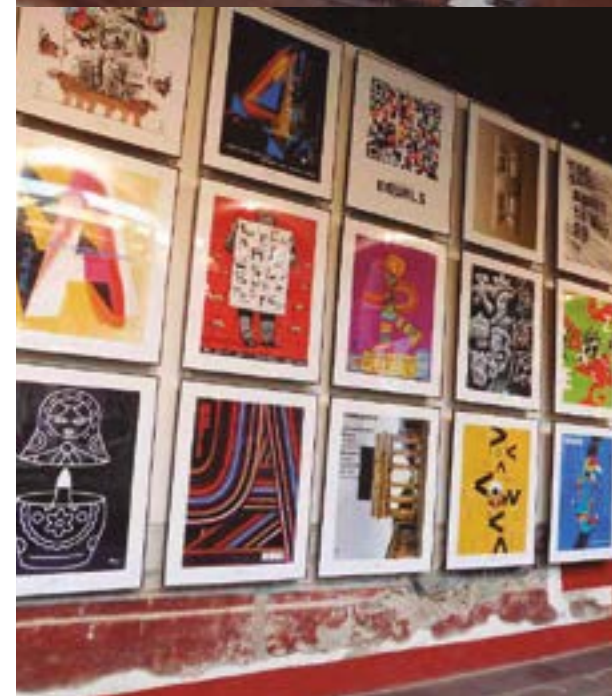


Imagen 17 : Idea 1 - Idea 2 - Idea 3

Idea 4: Folleto explicativo sobre intervención urbana

Este folleto explica lo que es la gráfica popular y los puntos clave de porqué es importante usarla en nuestros proyectos. Contiene distintos gráficos tales como ornamentos, iconos populares, y una pequeña recopilación de imágenes. La recopilación y los gráficos servirán para adentrar al usuario en el tema y brindar un mejor entendimiento. Será realizado en couche, impreso en offset, portada de serigrafía, y pliegues de papel para la recopilación de imágenes. De la mano de este folleto irá una intervención urbana en formato de pegatinas.

Idea 5: Agenda

Esta agenda contará con los recursos necesarios para que el usuario organice sus actividades, y todo esto viene incluido con una decoración de gráfica popular, en la portada de cada mes se colocarán imágenes y datos sobre la gráfica popular, y al final de las hojas tendrá una página de sellos con dichos comunes de la ciudad e iconos culturales. Será realizado en couche y papel bond, impreso en offset y portada de serigrafía.

Idea 6: Carteles con realidad aumentada

Carteles con varias propuestas de gráfica popular usando iconos tradicionales con interacción para el usuario. Está compuesto por ilustraciones realizadas a mano y tipografía diseñada para la que tenga interacción con la realidad aumentada. Sirve para fomentar el uso de la ilustración y la tipografía para la producción local en el diseño. Los carteles se realizan con varias técnicas de impresión entre esas la impresión offset y se diseñará el prototipo de realidad aumentada en una aplicación de conveniencia.

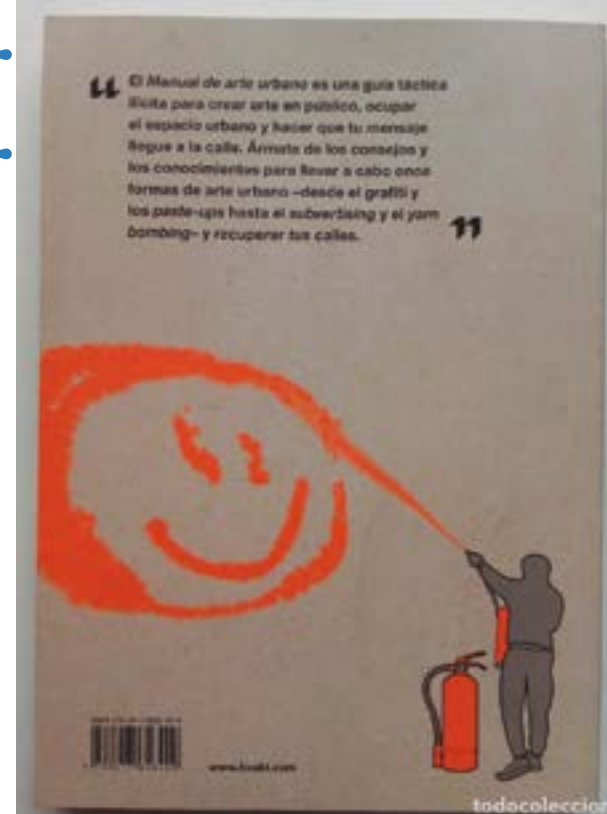


Imagen 18 : Idea 4 - Idea 5 - Idea 6

Idea 7: Intervención experimental

Adaptar el formato editorial a un formato ambiental (pared) con una estética popular, una pared interactiva con el usuario en formato de libro. Las distintas páginas contienen varias propuestas de gráfica popular, formadas por tipografía e ilustración clásica, mostrando varias muestras de gráfica popular en un solo formato. Sirve para incentivar el desarrollo de la gráfica popular en las intervenciones urbanas con la gráfica popular. Se usará papel craft y pintura adherente para realizar la intervención en las paredes, se usará una técnica tridimensional para crear el efecto de producto editorial en la pared.

Idea 8: Generador de Gráfica Popular

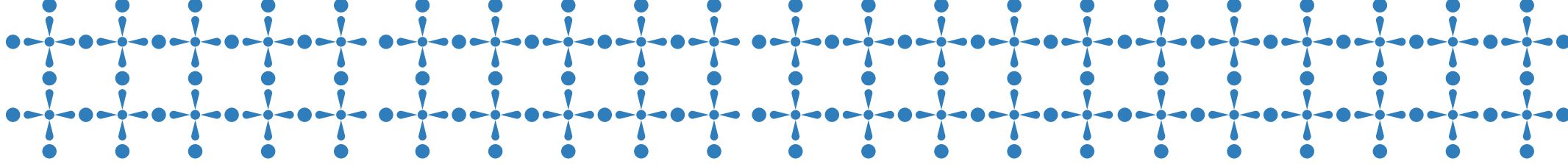
Crear un app llamativa con un desarrollo de interfaz fácil de usar para el usuario, con una estética actual combinada con la gráfica popular. El desarrollo de la app está pensado para sistemas operativos android con el formato de pantalla estándar vertical y horizontal, dependiendo como el usuario se acomode. El app se diseñará en varias aplicaciones tanto para el diseño del interfaz como para la interactividad, al momento de ingresar una palabra el app genera con una de las tipografías populares que se encuentran en la biblioteca de la app, esta se actualizará con tipografías diseñadas por varios artistas gráficos para la propia app.

Idea 9: Tarjetas coleccionables con realidad aumentada

Tarjetas diseñadas con características basadas en la gráfica popular, usa elementos distintivos como los adornos de la pollera o elementos icónicos como la cromática popular, mantienen una estética llamativa y diferente una de otra para que puedan ser coleccionables. Su representación llamativa sirva para que el público se interese por la gráfica popular usando el método de colección, el usuario se interesara por el tema y buscará la manera saber un poco más y buscará conseguir una tarjeta que contiene información del artista y la ubicación de donde se encuentra dicha gráfica popular. Los métodos de impresión son relevantes para la producción de este material interactivo, se usarán varios programas como, illustrator y photoshop.



Imagen 19 : Idea 7 - Idea 8 - Idea 9



Idea 10: Modelado 3D y Proyección en diseño en casas patrimoniales de la Gráfica Popular

Diseño de una propuesta de una gráfica popular hecha a mano con iconos populares de la ciudad de Cuenca, apoyada con cromática llamativa que recuerde la influencia que tiene la ciudad, se fusiona con tecnología 3D y poder plasmar esta gráfica en casas patrimoniales de la ciudad. Esta representación es parte importante para la ciudadanía ya que formará parte importante para la recuperación de espacios públicos y fomentar la apropiación de nuestra gráfica popular. La intervención ambiental se llevará a cabo por medio de proyectores



Imagen 20: Idea 10

3.2

IDEA FINAL

La idea escogida es el desarrollo de una serie de Fanzines recopilatorios de la gráfica popular en Cuenca, y como se muestra hoy en día en sus distintas categorías. La serie cuenta con la colaboración de distintos artistas y diseñadores locales, y una muestra de nuestra intervención urbana realizada con paste up ubicada en el centro histórico.

Forma: La serie de fanzines son tamaño a5, utiliza una cromática de colores primarios y algunos tonos pasteles, la tipografía utilizada para títulos es decorativa y los textos más extensos son con una fuente sans serif, es mucho más visual que textual entonces viene acompañado de distintas ilustraciones, imágenes, tramas, etc.

Función: Contiene cromáticas distintivas en cada edición del fanzine para así poder categorizar. Tiene varias páginas con ilustraciones y propuestas realizadas para el fanzine y una intervención en una casa antigua de la ciudad.

Tecnología: El tipo de hoja que se usará es papel reciclado, debido a la cantidad de hojas que tiene el fanzine el papel reciclado ayuda a compactar el paquete de hojas que se unirán con grapas, el método de impresión es offset, las ilustraciones y la tipografía que se encuentra en el fanzine son realizadas a mano y luego digitalizadas.



Imagen 21: Idea Elegida

3.2.1 CROMÁTICA

Se utilizará una paleta de colores complementarios que se usan en su mayoría en elementos de la cultura popular como las polleras, ponchos, carteles publicitarios y en los diseños de carrocería de camiones.

Esta cromática se complementará con colores pasteles para tener un balance en los diseños y no saturar al usuario con colores estridentes.



Imagen 22: Pollera



C: 7 **M:** 11 **Y:** 81 **K:** 0
R: 245 **G:** 216 **B:** 67



C: 79 **M:** 42 **Y:** 5 **K:** 0
R: 46 **G:** 125 **B:** 187



C: 0 **M:** 75 **Y:** 71 **K:** 0
R: 235 **G:** 90 **B:** 70



C: 0 **M:** 71 **Y:** 21 **K:** 0
R: 237 **G:** 107 **B:** 142



C: 49 **M:** 1 **Y:** 32 **K:** 0
R: 139 **G:** 202 **B:** 186



3.2.2 TIPOGRAFÍA

Para los textos se escogió una tipografía sans serif para párrafos y una decorativa para titulares y pie de imágenes..

Estas tipografías cuentan con el dinamismo deseado y junto con el uso de color se adaptan al proyecto.



Raleway

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



Arenosa

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Oblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



A GOLPE DE PINCEL

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

3.2.3 ILUSTRACIÓN

Las ilustraciones se realizan con técnicas tradicionales, con el uso de pinceles y acrílicos de la cromática seleccionada sobre papel de 90gr, estas ilustraciones se complementarán con la tipografía de igual manera realizada a mano, replicando las técnicas tradicionales de los artistas que realizaban gráfica popular. El usuario tendrá un fácil manejo visual ya que las ilustraciones se manejan en dobles páginas para un mejor detalle visual.



Imagen 23: Material de uso

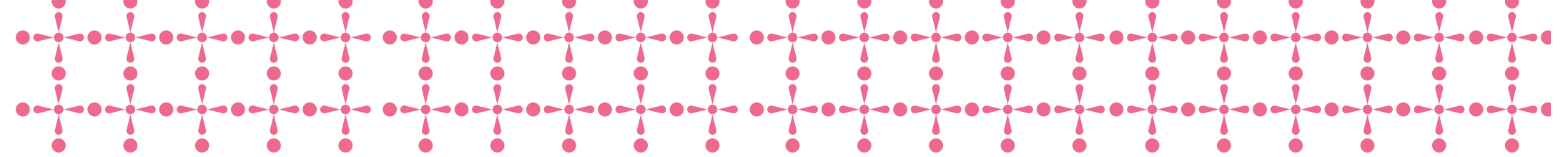
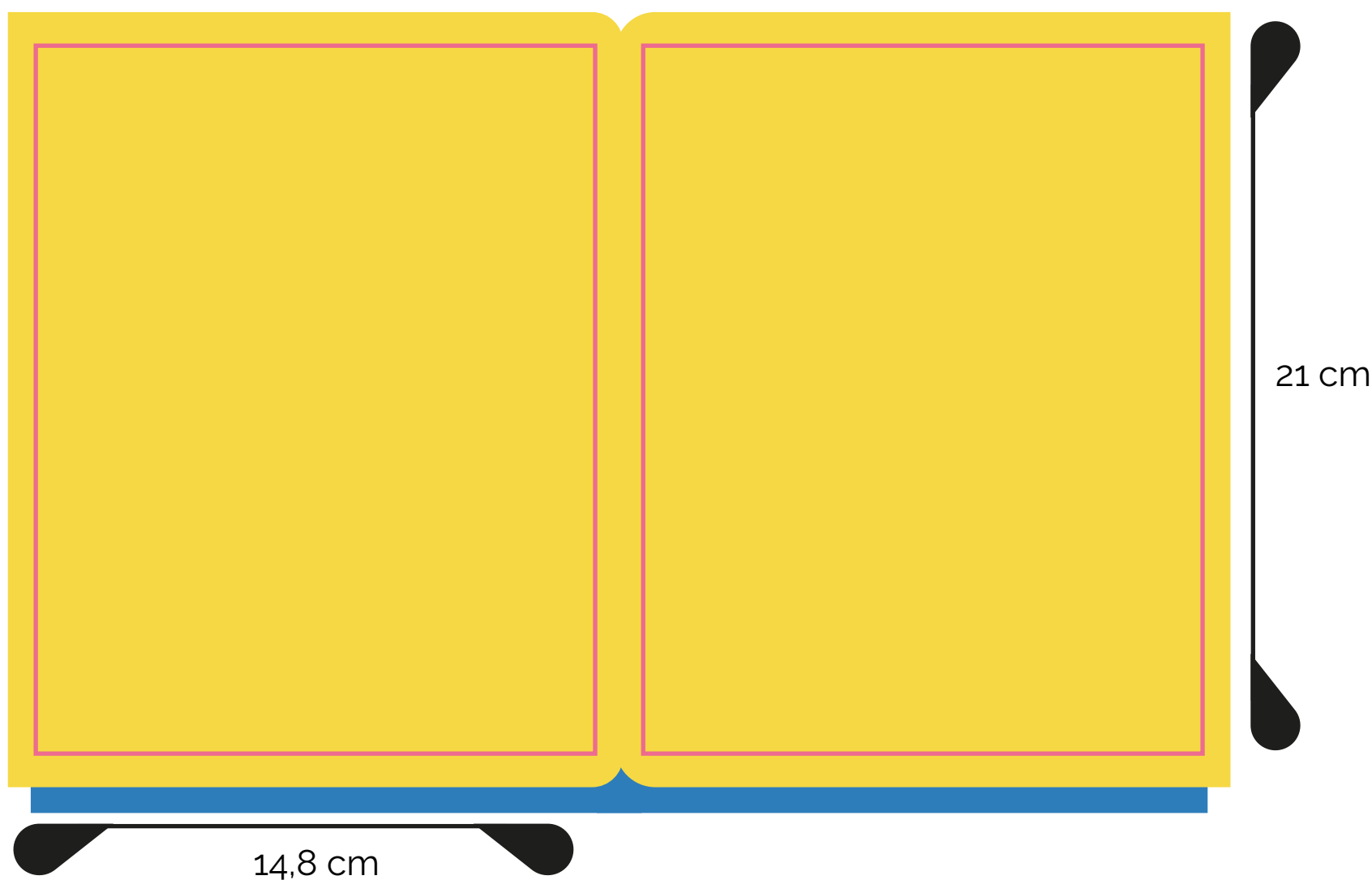


Imagen 24: Estampa de Jesús

3.2.4 FORMATO

El formato de presentación final es de tamaño A5 en un papel reciclado de 90gr, la portada es una cartulina de 225gr que se complementa con impresiones a full color para apreciar cada detalle de las ilustraciones, de esta manera el usuario tendrá más facilidad de manipulación del producto y no interferirá con la lectura visual del producto.

A5

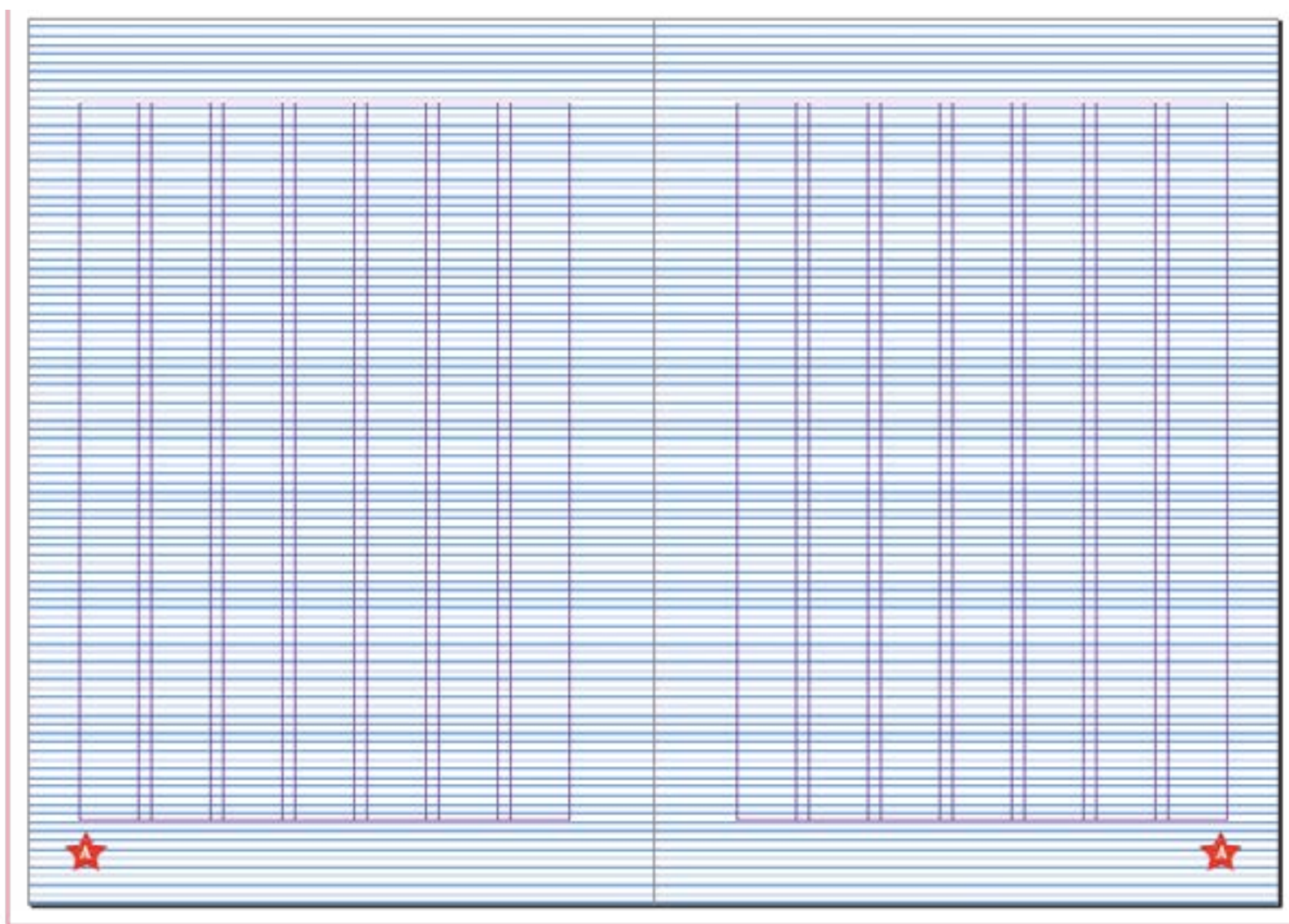




3.2.5 DIAGRAMACIÓN

Se escogieron 7 columnas, un número impar ya que sirven para organizar mejor la información, los márgenes son generosos tanto exteriores como interiores y la sangría que nos ayuda a definir la medida de las fotografías para que al momento de imprimir no se corte la imagen o sobre espacio de la imagen.

Tiene una guía para los textos que nos ayuda a encajar las letras con la medida exacta y no tenga desfases al momento de seguir diagramando el producto editorial.





CAPÍTULO 4



Aplicación

4.1 PROCESO DE DISEÑO

Para la realización de nuestro producto gráfico recopilamos fuentes de inspiración local, tales como patrones que se repiten en carrocerías, colores utilizados en las tipografías, refranes típicos locales y elementos culturales de nuestro contexto.

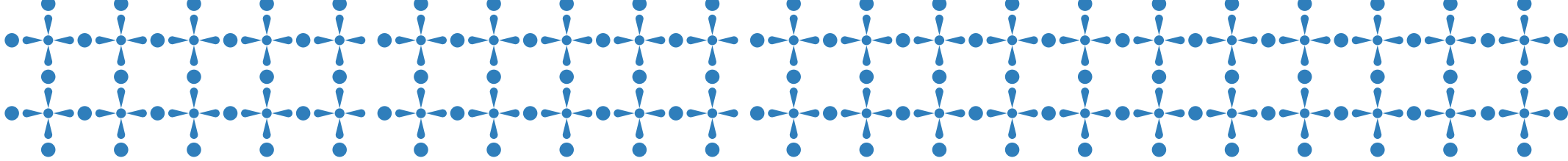
Aportamos una solución a nuestra problemática a través de un sistema gráfico aplicado en un producto editorial, el cual recopila distintas obras de la gráfica popular cuencana en la actualidad.

Nuestro producto contiene una categorización de las obras las cuales son Lettering, Ilustración y Muralismo, los cuales se dividen en una serie de 3 fanzines.

Cada fanzine se trata sobre una de las categorías, nuestros productos gráficos creados para este proyecto se encuentran al final de cada recopilación.



Imagen 25 : Tomada de Rotulos Bautista



4.1.2 ESTRUCTURA DE CONTENIDOS

a) Lettering

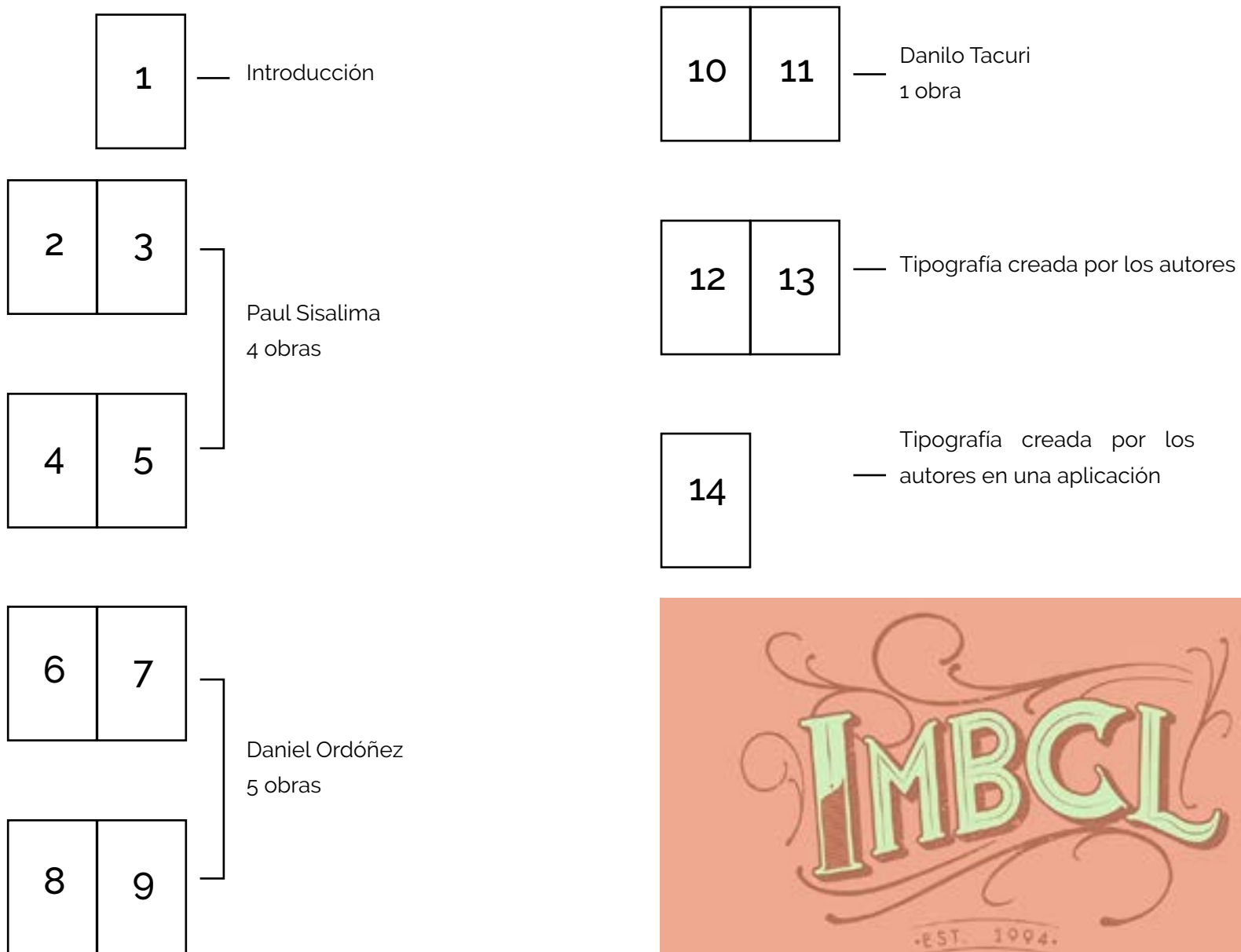


Imagen 26 : Lettering de Paul Sisalima

b) Ilustración

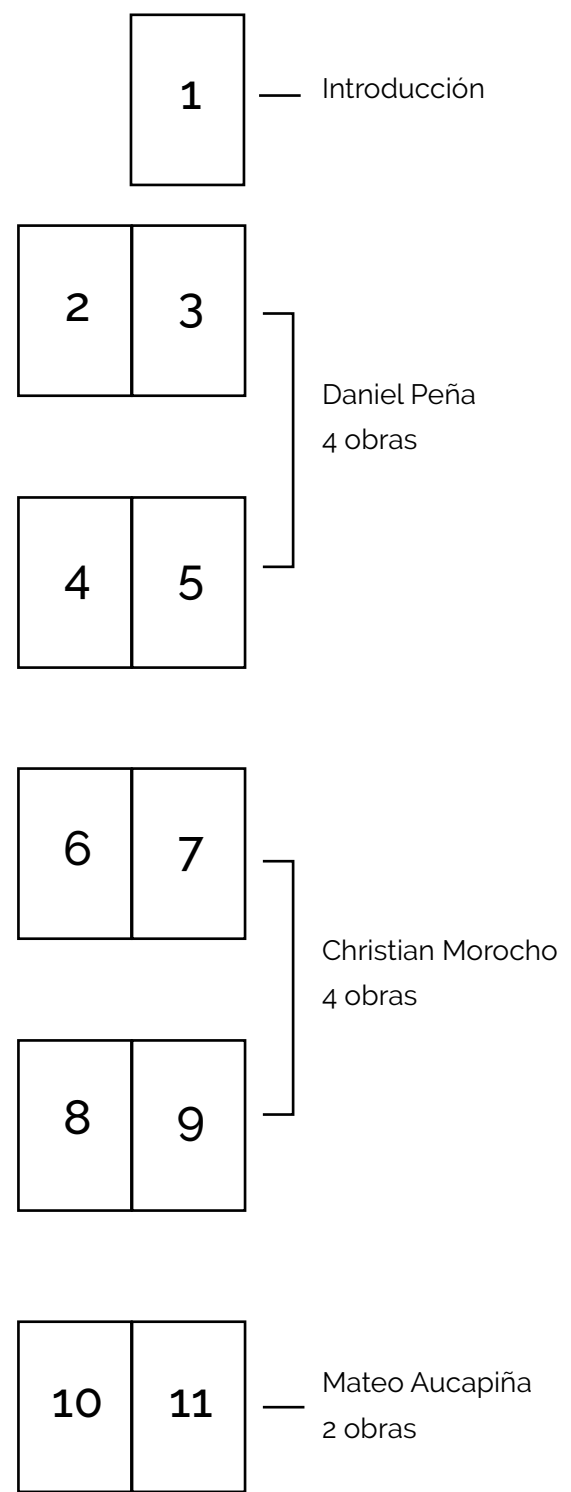


Imagen 27: Ilustración de Diego Molina

c) Muralismo

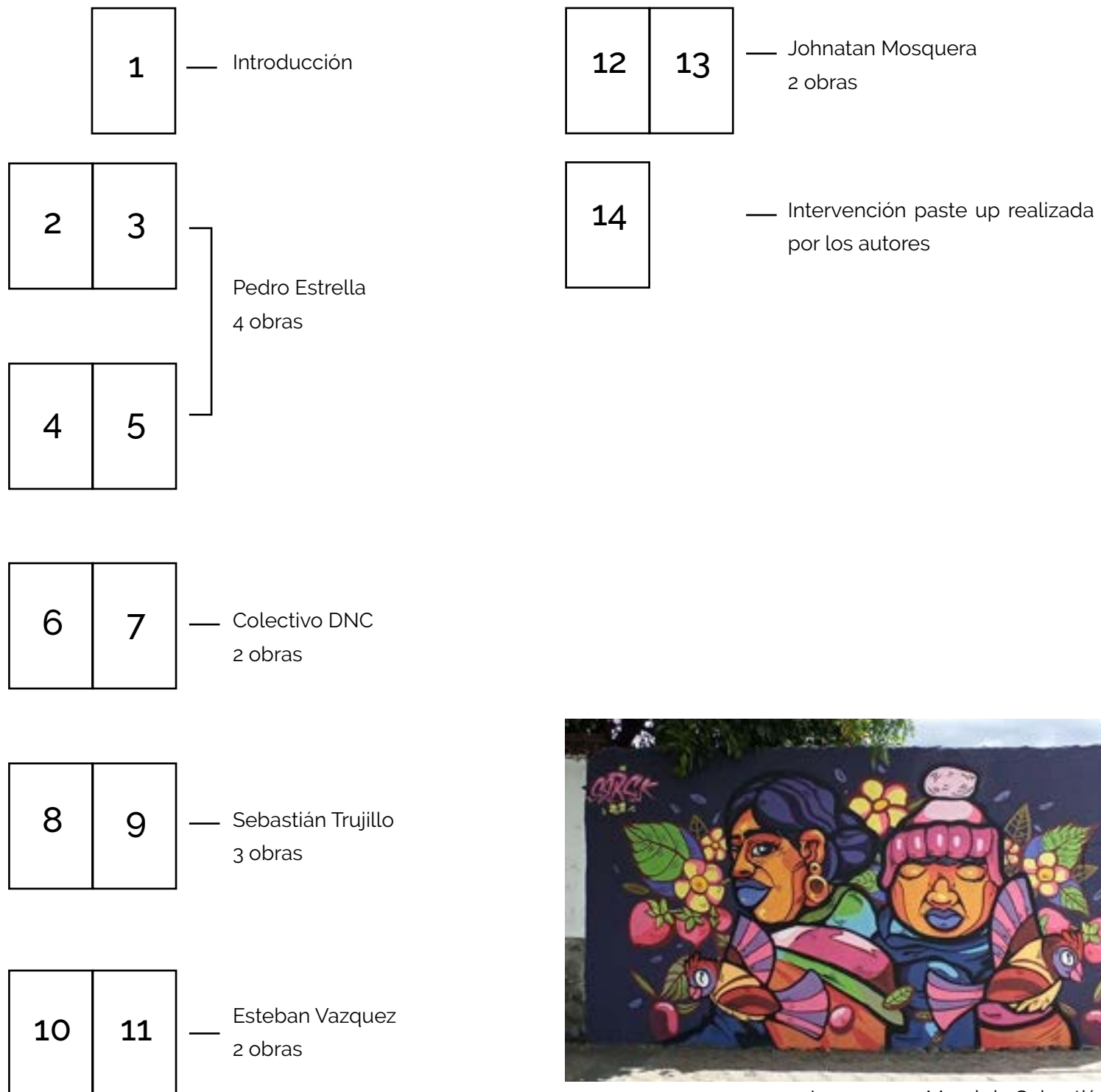


Imagen 29 : Mural de Sebastián Trujillo

4.1.3 CATEGORÍAS Y SELECCIÓN DE ARTISTAS

LETTERING

Paul Sisalima

Sus obras pertenecen a la categoría de lettering/rotulismo, ha desempeñado el papel de letrista desde hace aproximadamente 10 años y actualmente cuenta con un estudio de diseño, también ha realizado eventos de intercambio de stickers, murales y más actividades para activar el sector creativo.

Daniel Ordóñez

Su trabajo está igualmente dentro de la categoría de lettering/rotulismo, y ha involucrado la estética popular en sus trabajos desde que cursaba la carrera de diseño gráfico, ya que su proyecto de graduación se trata sobre este tema en particular. Sus trabajos de lettering actualmente son realizados de forma digital.

Danilo Tacuri

Danilo está dentro de la categoría de lettering y rotulismo. Se graduó de la carrera de Diseño gráfico y trabaja en publicidad, pero su trabajo personal es bastante experimental y es constante. Entre las letras que ha realizado y sus ilustraciones, nos encontramos con rasgos populares de nuestra cultura.



Imagen 30 : Lettering de Daniel Ordóñez

ILUSTRACIÓN

Daniel Peña

Su seudónimo es Lazlo, creador de obras que pertenecen a la categoría de ilustración/cartel. Sus trabajos han sido expuestos en distintos espacios tales como la Alianza Francesa y la Casa de la Cultura. Entre todos nuestros elegidos podemos destacar su trabajo ya que usa elementos populares desde los rasgos mínimos hasta las frases, ilustraciones y más.

Christian Morocho

Sus obras pertenecen a la categoría de ilustración/cartel. Graduado de la carrera de diseño gráfico en la Universidad de Cuenca ha realizado varios trabajos de ilustración vectorial, participando en concursos y convocatorias. En sus trabajos usa elementos de la cotidianidad tales como las cholos, lugares turísticos de la ciudad, etc.

Mateo Aucapiña

También conocido como Auro, es graduado de diseño textil e indumentaria. Se ha dedicado a plasmar sus ideas en ilustraciones, muchas con elementos de la vestimenta popular local, personajes icónicos de la ciudad o hasta del país, y detalles del contexto local cuencano.

Antonio Jaramillo

Antonio está dentro de la categoría de ilustración/cartel y se inspira en la cotidianidad igual que muchos. Uno de los soportes con los que más se involucró desde hace unos años fue el paste up, por eso podemos encontrar muchas de sus obras alrededor de la ciudad de Cuenca.



Imagen 31 : Ilustración de Christian Morocho



Imagen 32: Ilustración de Diego Molina

Kevin Ávila

Kevin es un diseñador gráfico que cuenta con una larga trayectoria en la ilustración y la caligrafía. Sus obras tienen elementos de la cultura cuencana tales como las cholitas, cobijas de tigre y sus patrones, paisajes de la ciudad, etc.

Diego Molina

Diego estudió ilustración y ha desarrollado un estilo particular. Sus ilustraciones al igual que las de Daniel Peña están entre las destacadas de nuestra selección, ya que se utilizan elementos gráficos como las casas de adobe, los camiones de carga con distintivas frases, vacas locas, máscaras, ambientes locales, gastronomía, etc. Debido a la gran cantidad de elementos por usar, también creó una serie de fanzines llamada "Arroz Porfiado" donde tocaba distintas temáticas culturales, en donde colaboró con más artistas a nivel nacional.

MURALISMO

Pedro Estrella

También conocido como Faidog ha realizado numerosas obras en los muros de Cuenca. Desde hace más de 10 años ha podido experimentar y desarrollar un estilo personal en la ilustración, en sus obras refleja elementos de la ciudad como máscaras, sombreros, personajes, etc. combinado con su estilo.



Imagen 33: Mural de Pedro Estrella

Colectivo DNC

Este colectivo urbano esta conformado por distintos artistas de la ciudad de Cuenca los cuales realizan arte callejero en todas sus formas, ya sean tags, bombas, murales, paste up, etc.

Sebastián Trujillo

También conocido como Serck, es un diseñador, ilustrador y muralista que ha recorrido una trayectoria en el arte callejero de la ciudad, usa colores vivos en la mayoría de sus obras y se inspira en el contexto local el cual lo plasma en los personajes que ha creado.

Esteban Vazquez

También conocido como Sambo, es graduado de la carrera de diseño gráfico. El se dedica a la ilustración y luego los plasma en muros, tiene una larga trayectoria realizando este tipo de trabajos y fue uno de los colaboradores para el proyecto "Espacios Olvidados" donde se realizaron intervenciones artísticas en el Mercado 10 de Agosto, todos estos murales son del contexto del mercado, su cultura y elementos populares.

Johnatan Mosquera

También conocido como Rayz, es un artista visual que plasma sus obras en muros por distintos lugares de la ciudad con un estilo realista. Participa en distintos eventos culturales y exposiciones junto a su colectivo artístico.

4.2

BOCETACIÓN

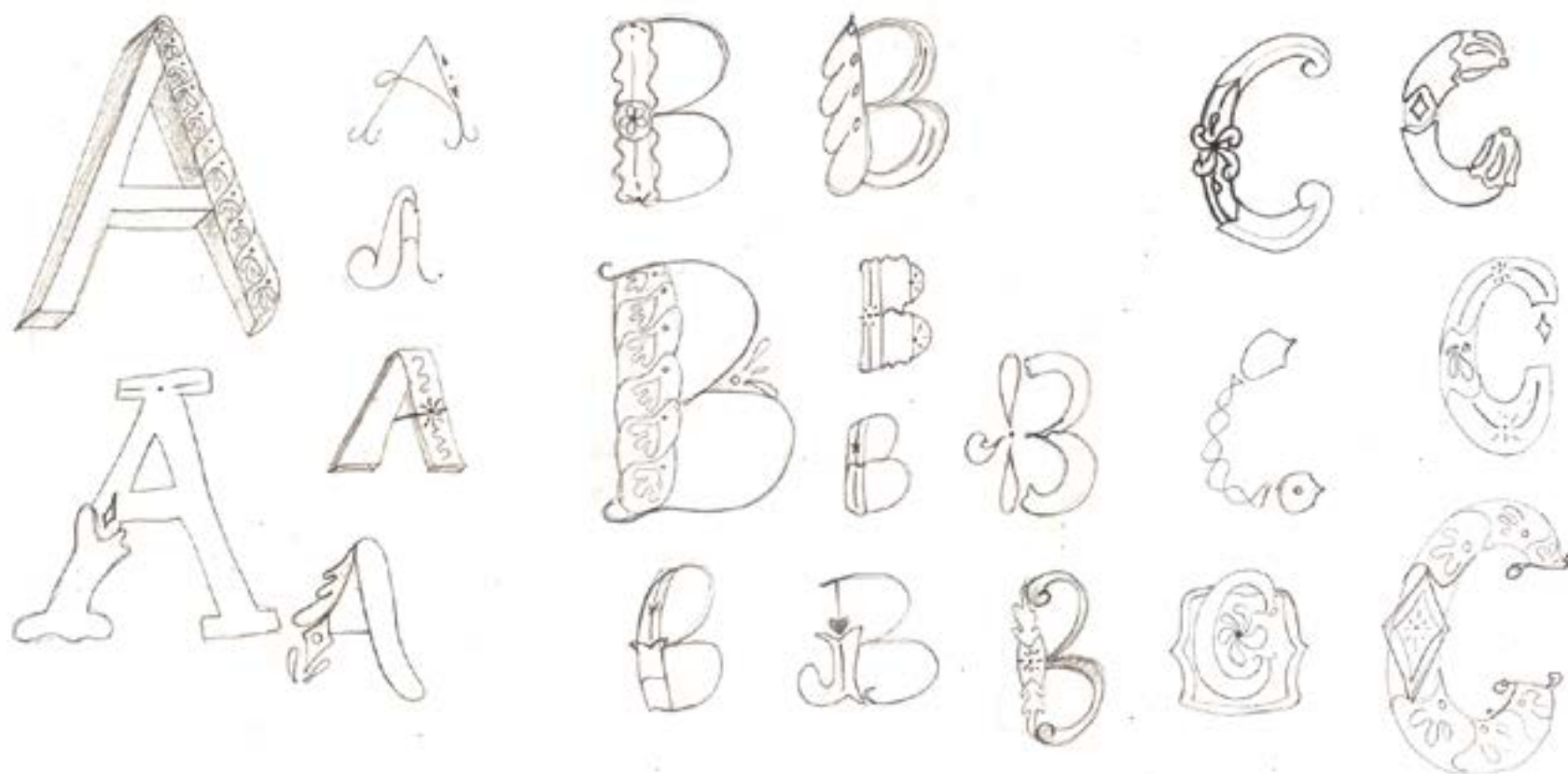


Imagen 34: Bocetos para construir una tipografía

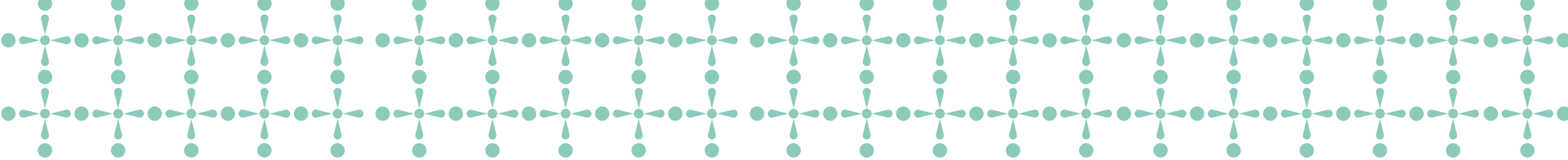


Imagen 35: Bocetos para ilustraciones finales



4.3

ILUSTRACIONES

4.3.1 Castillos Pirotécnicos

Los castillos pirotécnicos tradicionales en Cuenca, son una parte importante de las celebraciones festivas, especialmente durante las fiestas de fin de año y otras festividades locales. Cuenca es conocida por su rica tradición cultural y la celebración de eventos especiales con espectáculos de fuegos artificiales.

Uno de los eventos más destacados es la celebración de Año Viejo en la ciudad, donde se organizan impresionantes exhibiciones de fuegos artificiales, incluyendo castillos pirotécnicos. Estos espectáculos se llevan a cabo en diferentes lugares de la ciudad, como parques, plazas o incluso en las orillas del río Tomebamba.

Además de las festividades de fin de año, los castillos pirotécnicos también se pueden presenciar durante otras celebraciones locales y eventos especiales, como festivales religiosos, aniversarios de la ciudad u ocasiones importantes para la comunidad.



Imagen 36: Castillos Pirotécnicos

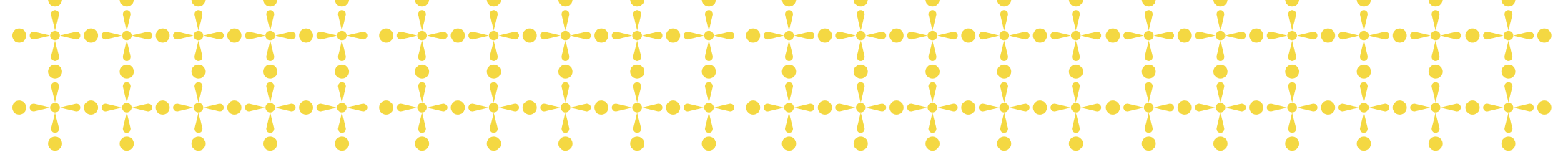


4.3.2 Vaca Loca

Como algo tan tradicional tiene sus verdaderos maestros artesanos en la confección de dichos artilugios que son indispensables en cualquier fiesta popular, con verdaderas obras de arte, las cuales se pueden ver en los diferentes festivales que se hacen monográficos por todo el territorio ecuatoriano, concretamente uno de los mas famosos es el de la ciudad de Cuenca, en la serranía sur ecuatoriana.



Imagen 37: Vaca Loca

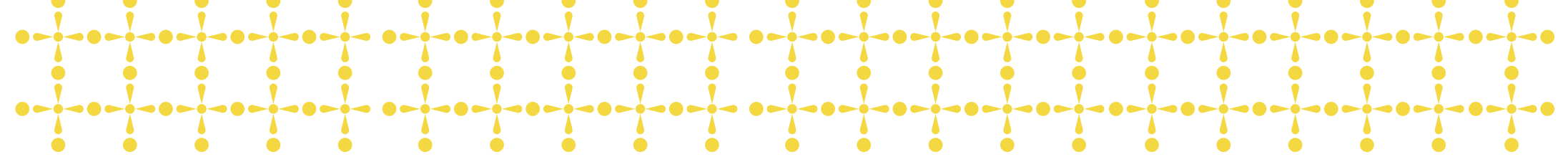


4.3.3 Chola Cuencana

La chola cuencana es el arquetipo de la mujer mestiza de la región del Azuay y Cañar, símbolo vivo de la identidad local, posición que no ocupa el cholo. Generalmente es la mujer campesina dedicada a labores agropecuarias. Su atuendo es un icono folclórico y se complementa con el peinado de dos trenzas que caen sobre los hombros y son atadas al final con una cinta multicolor.



Imagen 38: Chola Cuencana



4.3.4 Estampa de Jesús

El Corpus Christi o "Septenario" cuencano, es una de las celebraciones más coloridas del país, reflejo de la cultura popular y religiosa de un pueblo amante de sus tradiciones, que a pesar del paso del tiempo, aún no desaparecen.



Imagen 39: Estampa de Jesús



4.3.5 Máscaras Tradicionales

La Fiesta de los Santos Inocentes en Cuenca representa una tradición en la que participa mucha gente que el día 6 de enero sale a las calles con todo tipo de disfraces y se organizan comparsas en un desfile en el que, generalmente, se recrean los hechos y personajes nacionales e internacionales más sobresalientes del año anterior.



Imagen 40: Máscaras Tradicionales

4.4 PROPUESTA TIPOGRÁFICA



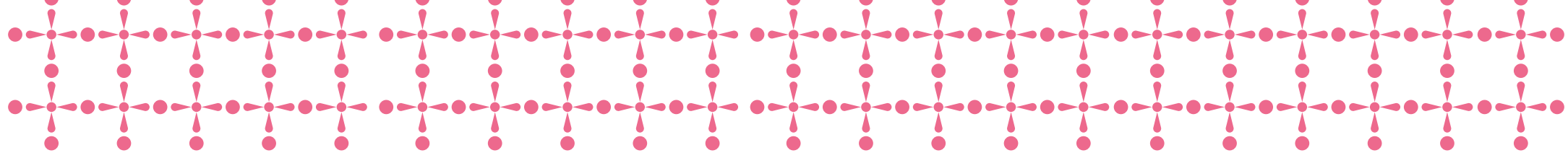
Imagen 41: Material para construir la tipografía

La propuesta tipográfica fue realizada con acrílico y varios pinceles para llegar a dar los detalles requeridos en cada letra.

Las letras tienen 3 tipos de ornamentos que son usados de forma original, inspirados en detalles que se han visto en camiones de carga pesada.

Los acrílicos utilizados son marca DecoArt. Sus colores son:

- True Blue
- Bright Yellow
- True red



A

B

C

D

E

F

G

H

I

J

K

L

M

N

O

P

Q

R

S

T

U

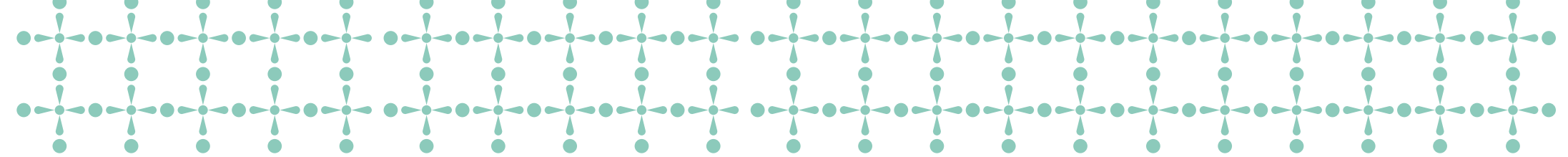
V

W

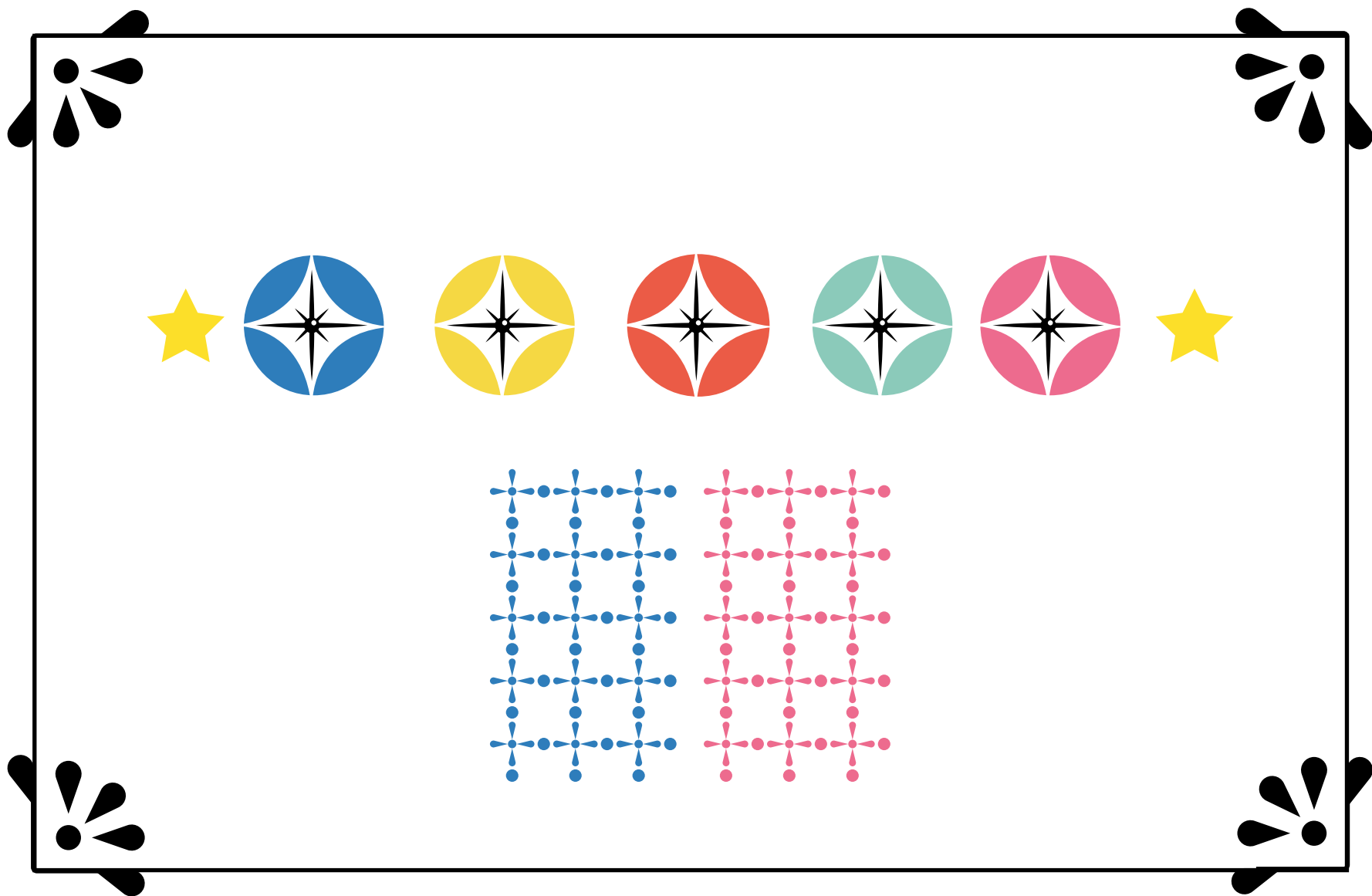
X

Y

Z



4.5 ELEMENTOS GRÁFICOS



4.6 INTERVENCIÓN URBANA

La intervención urbana se realizó con la técnica de paste up la cuál consiste en realizar el trabajo manualmente sobre pliego de papel y luego ponerla sobre la superficie deseada con cola plástica.

Se divide en 3 partes donde podemos ver la ilustración principal, la fuente creada y una segunda ilustración.

Esta obra cuenta la historia de muchos de los cuencanos que disfrutaban de una tocha de aguardiente, diciendo "Chulla vida" y bebiendo para olvidar las penas, para festejar un logro o solo porque hay la oportunidad.



Imagen 42: Intervención Urbana

4.5 PRODUCTO FINAL

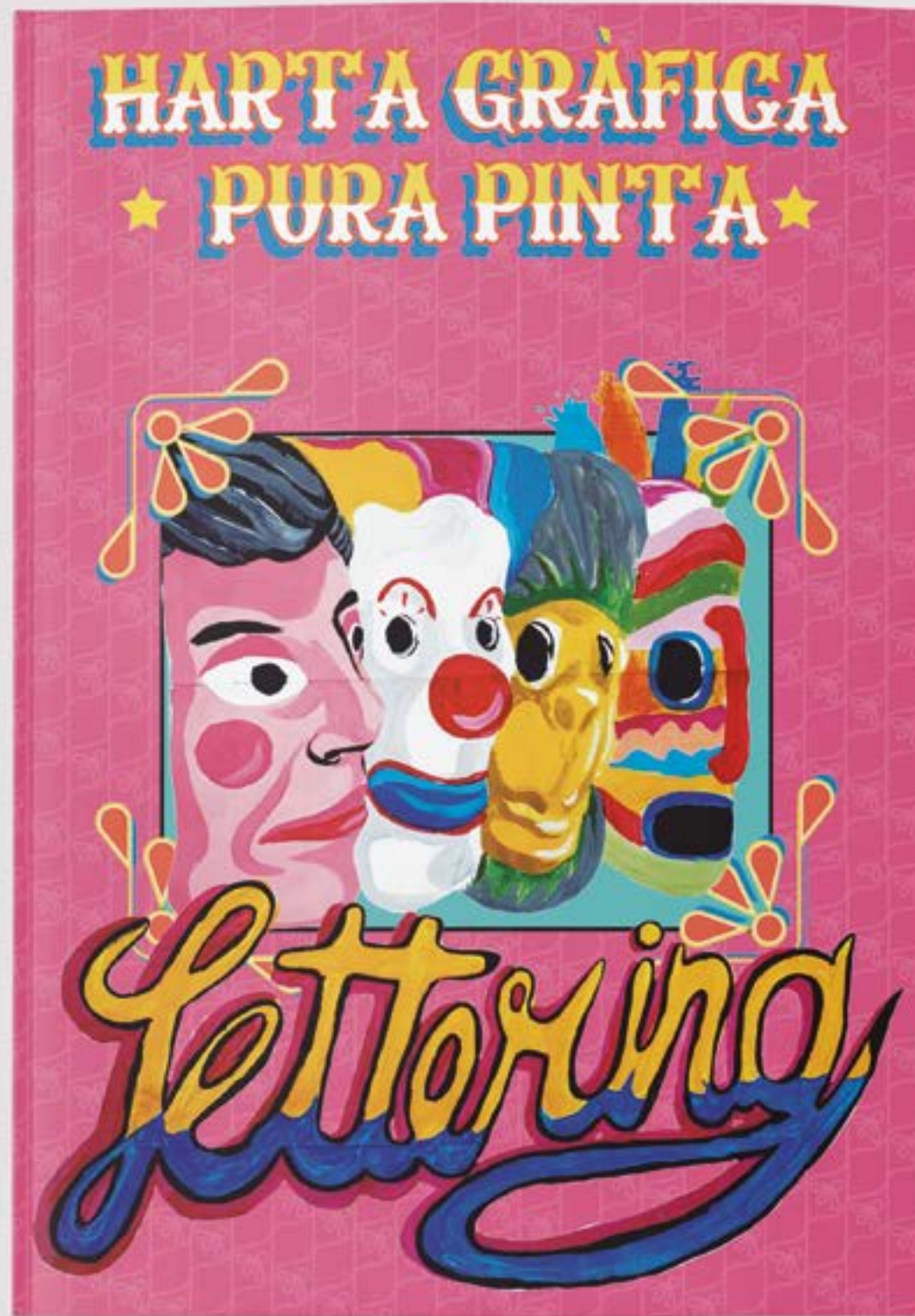


Imagen 43: Portada de Edición Lettering

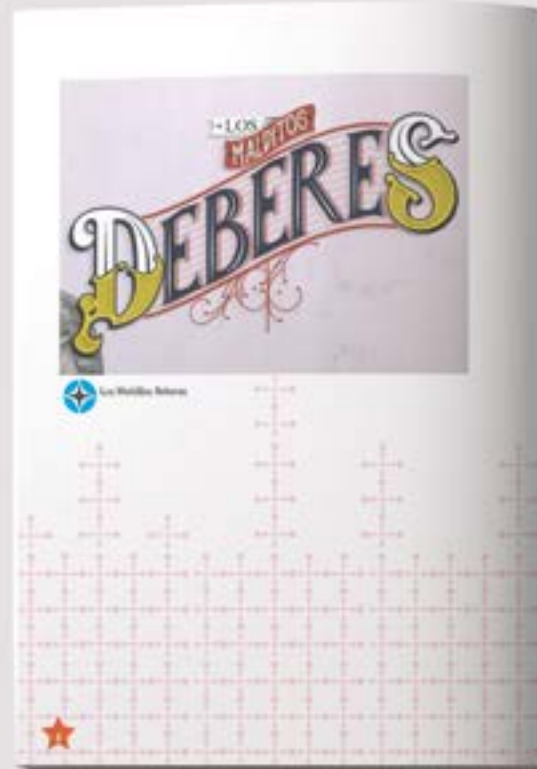
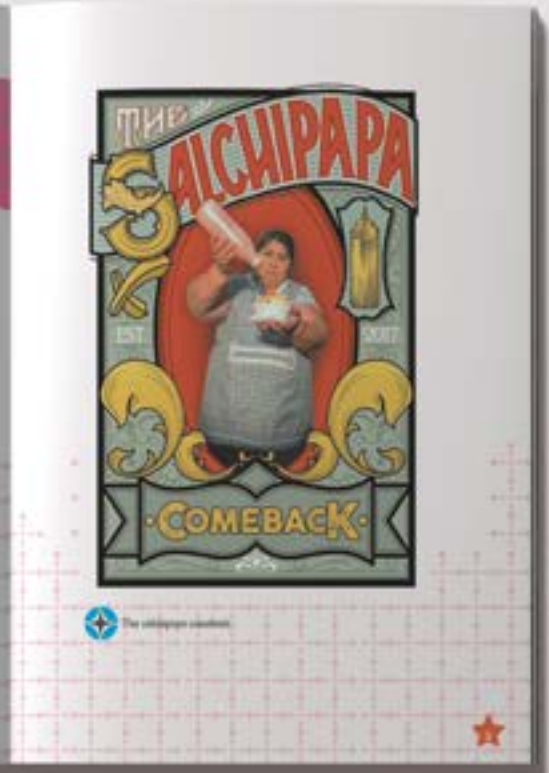


Imagen 44: Contenido de Edición Lettering

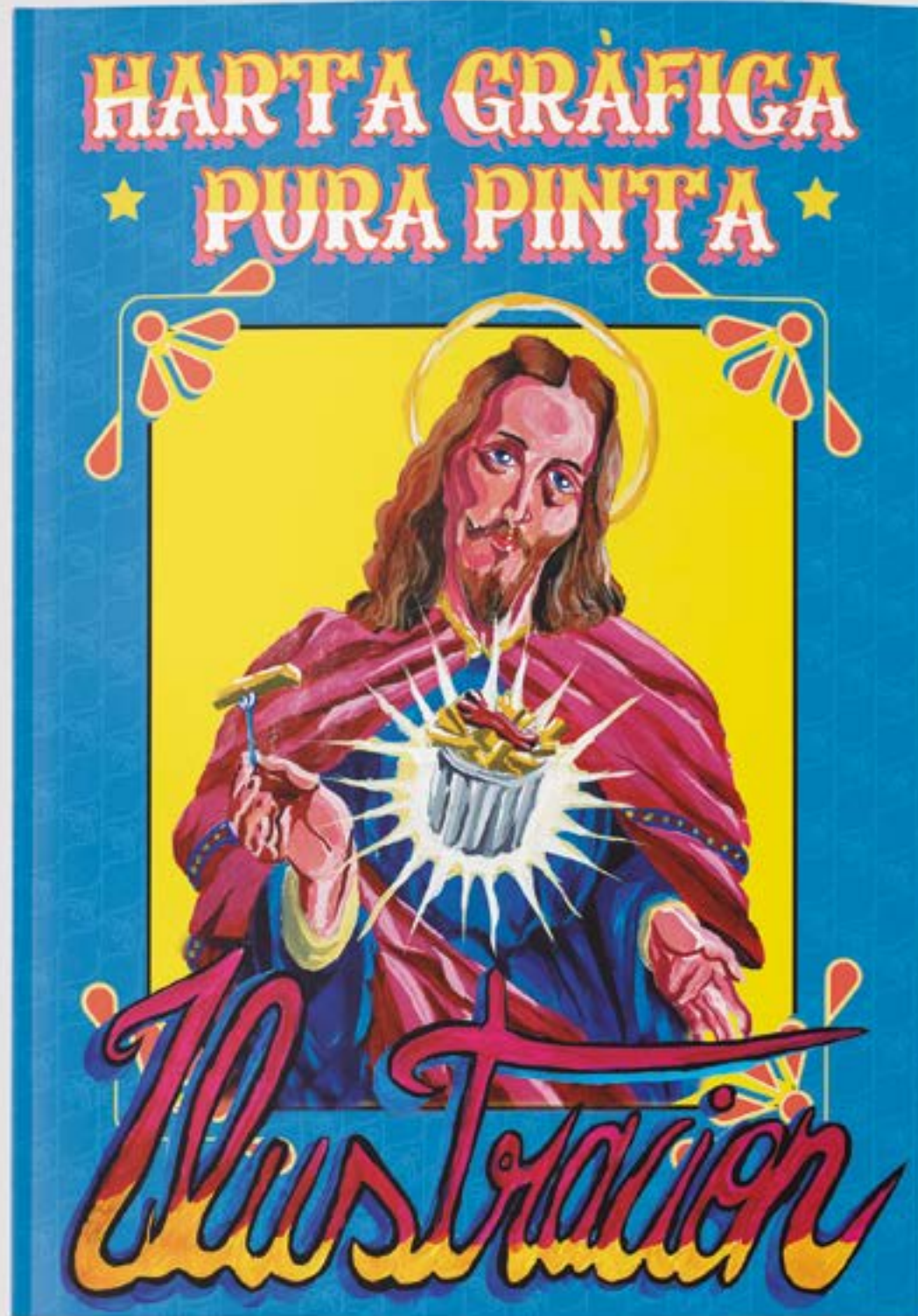


Imagen 45: Portada de Edición Ilustración

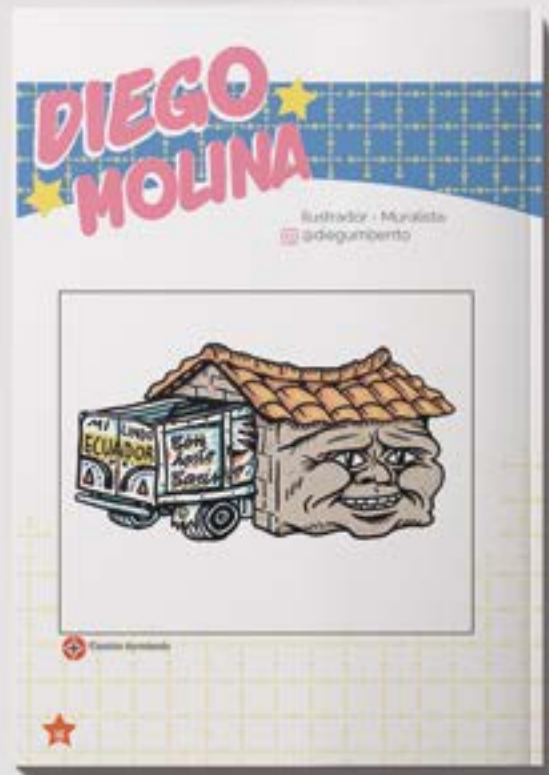
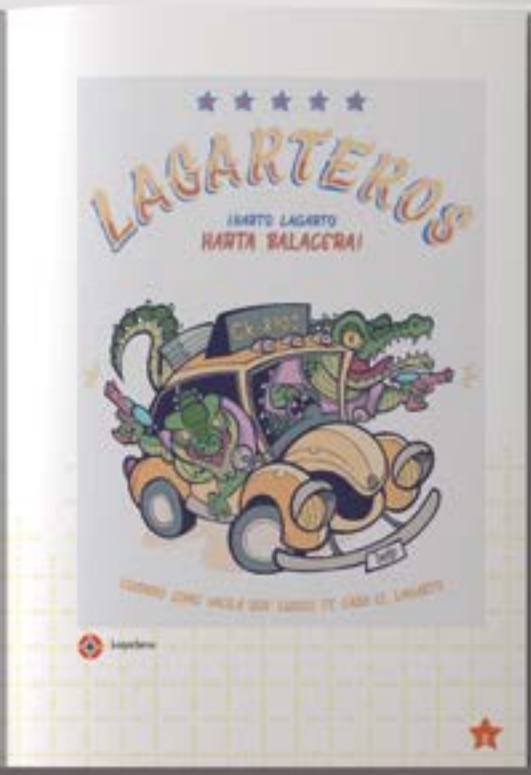
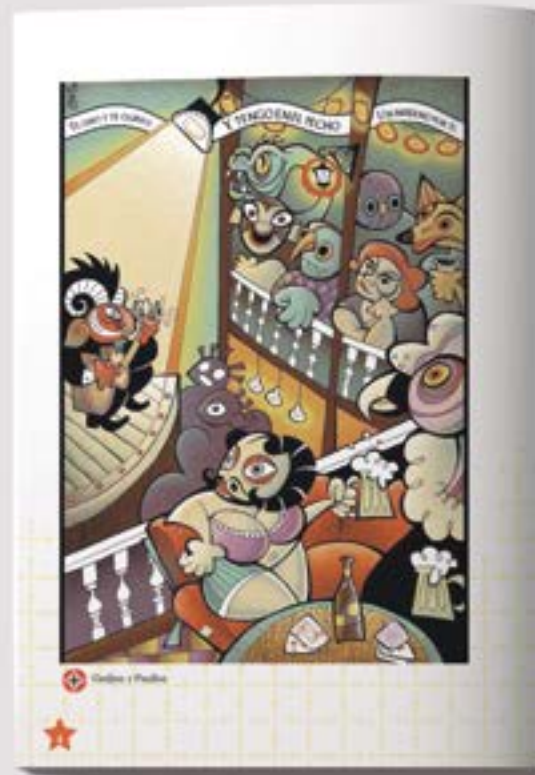
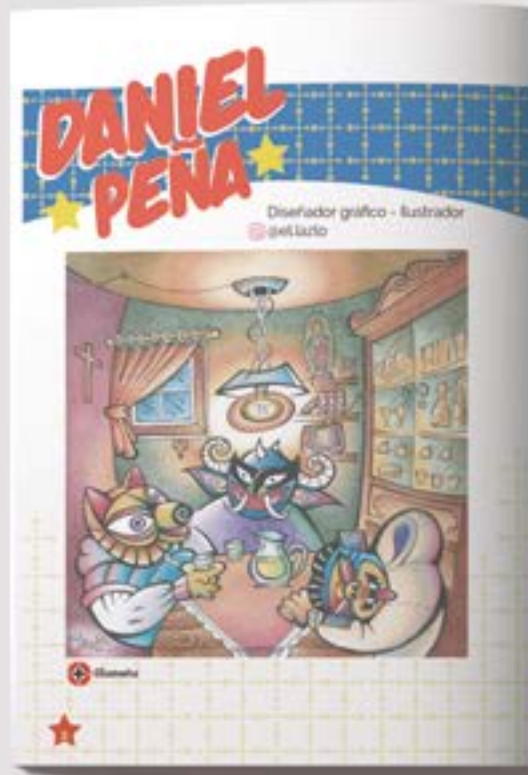


Imagen 46: Contenido de Edición Ilustración

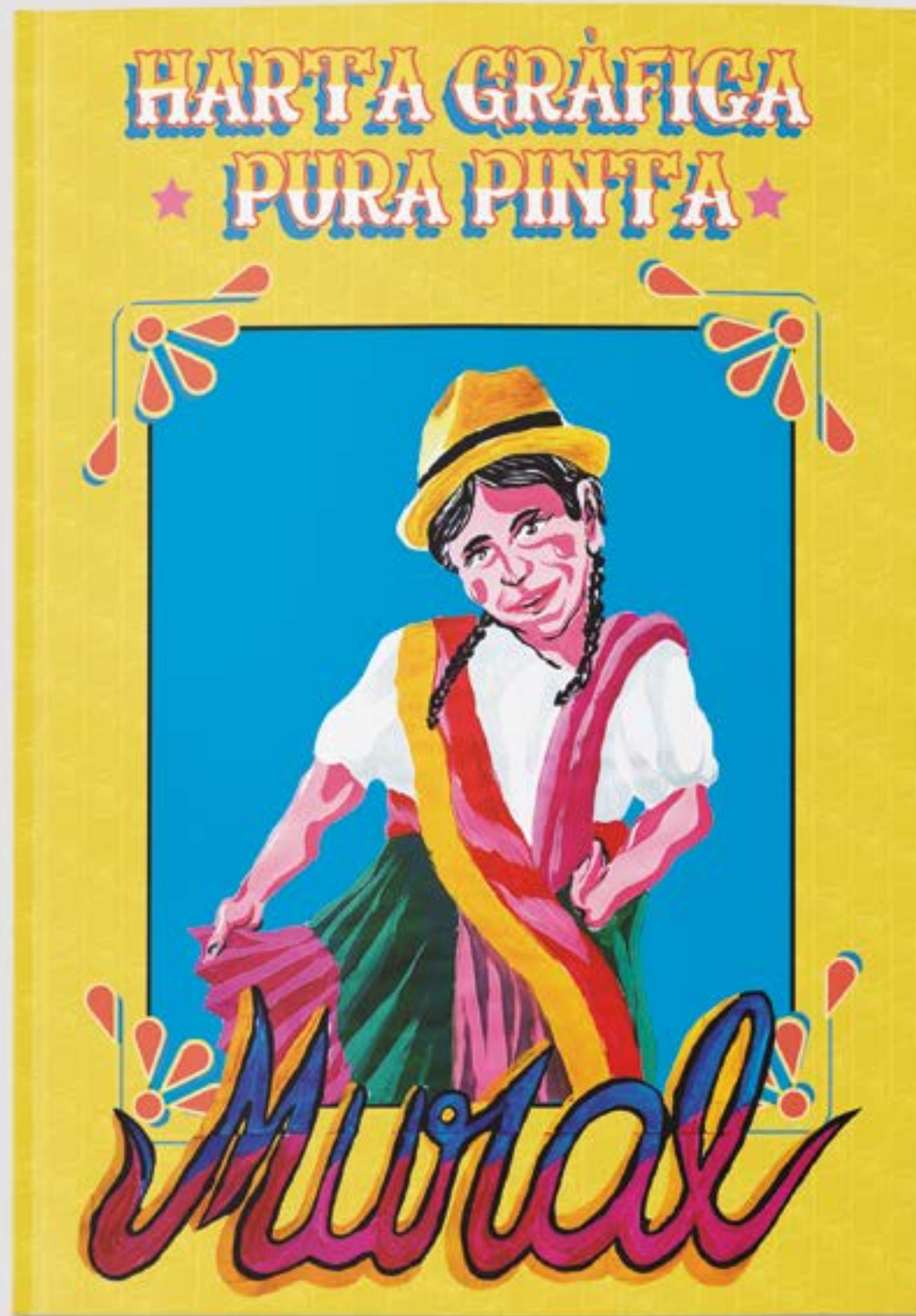


Imagen 47: Portada de Edición Mural

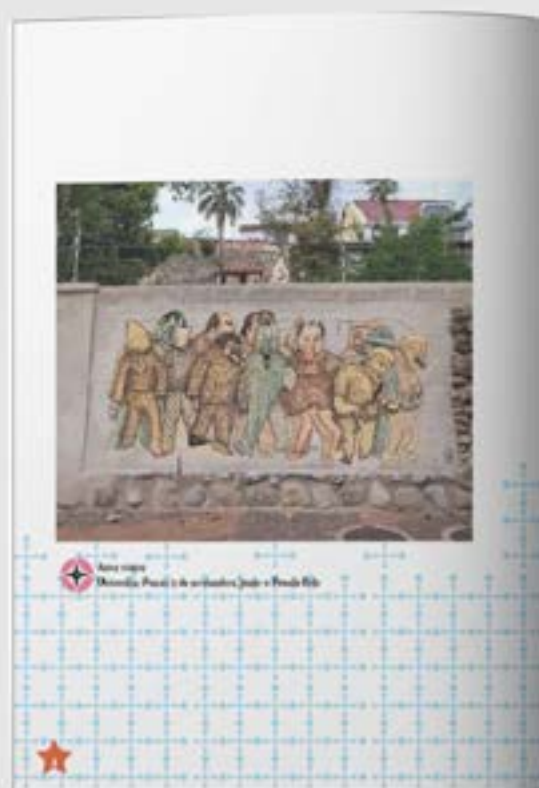
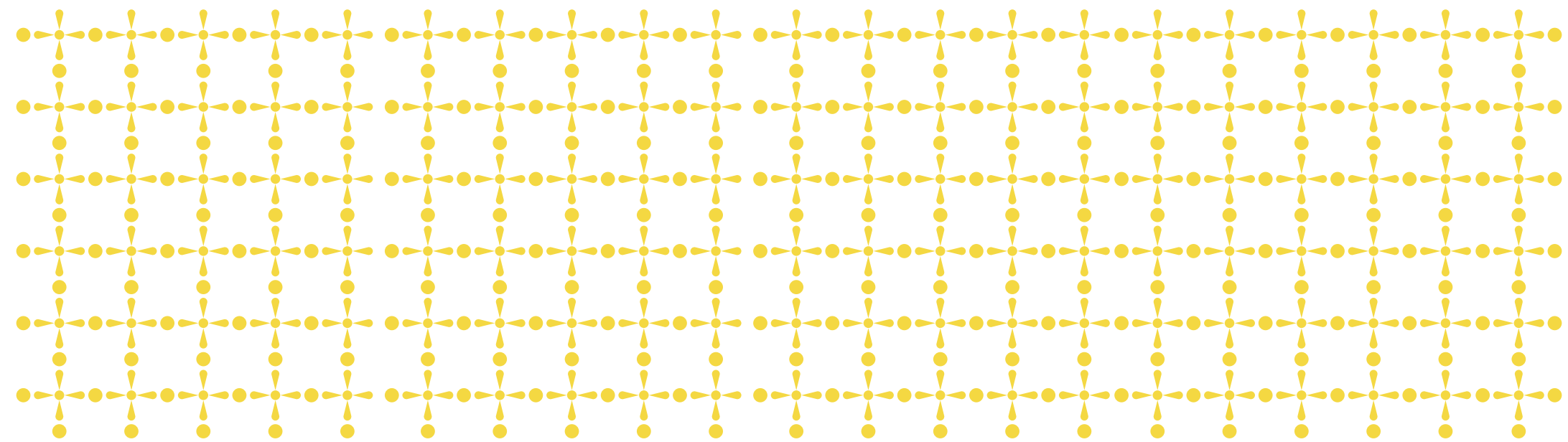


Imagen 48: Contenido de Edición Mural



CONCLUSIÓN





Gracias a este proyecto se ha podido reconsiderar a la gráfica popular, ya que la idea que se tenía al principio ha cambiado totalmente. Es importante reconocer cómo se utilizaba este tipo de gráfica hace unos años atrás, hecha con el propósito de publicitar negocios o dar a conocer servicios/productos al público, actualmente esta se usa como un modo de expresión que utiliza una estética local.

Durante la fase de investigación de nuestro proyecto, nuestra intención inicial era recopilar material relacionado con las creaciones gráficas populares en áreas rurales, ya que en zonas urbanas identificamos una mayor presencia de influencias externas en lugar de elementos autóctonos. Sin embargo, al llevar a cabo la investigación de campo y utilizar el método de observación, pudimos percatarnos de que incluso en las zonas rurales, la auténtica gráfica popular era escasa y predominan más bien letreros y carteles digitales con un conocimiento limitado de diseño gráfico.

Esta observación nos llevó a reflexionar sobre las causas de esta situación. Descubrimos que, a medida que avanza la era digital, la producción de materiales gráficos ha adoptado una forma más tecnológica y menos arraigada en las tradiciones locales. Esta tendencia ha influido tanto en áreas urbanas como rurales, donde la falta de acceso a recursos y la presión por adoptar métodos más eficientes y modernos han llevado a una disminución de la gráfica popular auténtica.

Aunque inicialmente esperábamos encontrar una riqueza de expresiones gráficas autóctonas en las áreas rurales, se tuvo en cuenta de que la realidad era distinta. Sin embargo, este

hallazgo llevó a replantear el enfoque del proyecto y a reconocer la importancia de preservar y revitalizar las formas de expresión gráfica local.

Al percatarse de que este tipo de gráfica tiene influencia tanto en entornos urbanos como rurales, se llegó a la conclusión de que las influencias externas tienen un impacto más significativo que las influencias nacionales. Esto se debe principalmente a los avances tecnológicos y la facilidad de acceso a Internet, ya que buscar inspiración o referencias a través de una computadora es más rápido y sencillo que buscar en nuestro propio contexto.

También es importante tomar en cuenta las técnicas que se usan, ya que estas son un factor importante al determinar costos y tiempo para elaborar ciertas gráficas. Está claro que realizar un trabajo de forma manual o artesanal toma más tiempo y técnica que realizarlo de forma digital, entonces lo justo es que se reconozca monetariamente más al trabajo manual que digital. Pero actualmente vivimos en un mundo de consumo donde la publicidad constante es clave para todas las marcas, por lo tanto se necesitan procesos rápidos para la misma.

Es deber del diseñador, el cliente y del público tomar en cuenta lo que se consume a nivel gráfico, ya que esto determina la forma de comunicarse en un plano visual. Al no tomar en cuenta a la gráfica popular en procesos creativos, o en el propio contexto, también estamos dejando de lado el imaginario visual de nuestra cultura y su esencia gráfica. Lo que es copiado nunca resalta.

RECOMENDACIÓN

Como experiencia personal este proyecto nos ha llevado a ser más atentos con las gráficas propias de cada contexto y lo que intenta transmitir cada una. Las gráficas que utilizamos para la recopilación son trabajos personales de cada colaborador, realizados sin fines de lucro y con el objetivo de expresarse con las herramientas que les ha ofrecido su contexto.

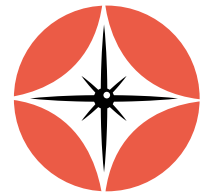
Hasta nuestros propios trabajos personales han sido basados en influencias externas en su mayoría, por lo tanto tomamos conciencia de que también podemos aportar a la gráfica popular cuencana tomando más inspiración de referentes locales para futuros proyectos.

Recomendamos que se tome en cuenta la gráfica local y los elementos presentes en nuestra cultura y cotidianidad al momento de crear, practicar hasta llegar al resultado deseado e inspirar al resto para mantener viva la gráfica popular.




Imagen 49 : Espacio en el Espacio

BIBLIOGRAFÍA



- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 7, 16. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4020258>
- Autores, V. (2006). Comunicación organizacional. "Quipus", CIESPAL. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49426.pdf>
- Checa Artasu, M. M., & Castro Rodríguez, P. (2008). Notas para conceptualizar la gráfica popular mexicana. *Gazeta de Antropología*, 24. <http://martinchecaartasu.com/wp-content/uploads/2017/09/articulo-Notas-para-conceptualizar-la-grafica-popular-mexicana.pdf>
- Coronado Ramírez, José L. (2001). ¿Qué es la globalización?: Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. *Frontera norte*, 13(25), 155-163. Recuperado en 12 de marzo de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_art-text&pid=S0187-73722001000100008&lng=es&tlng=es.
- Díaz, C. A. G. (2017). Sobre la cultura popular: Un acercamiento. *Estudios sobre culturas contemporáneas*. XXIV(47), de <https://www.redalyc.org/journal/316/31655797004/html/#:~:text=La%20cultura%20popular%20es%20un,nivel%20de%20flexibilidad%20y%20transformaci%C3%B3n>.
- Farias, P. L. (2017). Acerca del concepto de memoria gráfica. *Dialnet*, 27, 61-65. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6517050>
- Galindo Flores, Eduardo, González Castañeda, Mónica, & Rodríguez Medina, Daniel. (2021). La gráfica popular, un referente de la identidad del diseño gráfico mexicano. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (101), 90-105. Epub 08 de diciembre de 2021. <https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi101.4087>

- Reyes, L. G. (Julio,2016). El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas [Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/39751/1/TFM%20-%20autor%20Leonardo%20Guerrero%20Reyes.pdf>
- Hoja de ruta, PFC_EDG_2023_Fase2_Programación, 2023, <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1-l17jxelkxC-X817VZm7iFLEogq-XcpcC3a4uCM2gD0/edit#gid=443061404>
- Mena, I. V. K. (2001). Imagen Popular. En Sensacional De Diseño Mexicano http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/escamilla_y_a/capitulo7.pdf
- Oliva, L. (2012). Diseño de una guía ilustrada para el contenido de la cátedra gerencia de proyecto dirigida a estudiantes de diseño gráfico [Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacin]. <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0093924/cap02.pdf>
- Rodríguez, A. Y. (2016). LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES [UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA]. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14976/RODRIGUEZ%20MORALESANGELA%20YOJANA2016.pdf?sequence=1>
- Perkasa, R. J. (2022). Selamat Datang di Ujung Dunia. Behance. https://www.behance.net/gallery/156978375/Lomba-Si-hir-Selamat-Datang-di-Ujung-Dunia?tracking_source=search_projects%7CSelamat+Datang+di+Ujung+Dunia
- García, E. P. (2019). Diseño editorial / Pelea de Gallos. Behance. https://www.behance.net/gallery/79929379/Dise-no-Editorial-Pelea-de-gallos?tracking_source=search_projects%7CpELEA+DE+GALLOS
- Miy, P. (2020). Rotulos Typography Exploration. Behance. https://www.behance.net/gallery/101311507/Rotulos-Typo-graphy-Exploration?tracking_source=search_projects%7Cgrafica+popular

Abstract of the project	
Title of the project	Design of a graphic and editorial system for the dissemination of information on popular graphics and its influence in the city of Cuenca
Project subtitle	#VALUE!
Summary:	The popular graph is important for the cultural identity of any city and its visibility is key to its recognition. There are factors that affect their value such as the appropriation of foreign graphic resources. This project used editorial, communication and culture design concepts and focused on collecting and categorizing the current popular graphics of the city of Cuenca through the theory, observation and interview with experts. As a result, an editorial graphic product and a popular graphic proposal were proposed whose content highlights the value of this area of culture, its exponents and also highlights its communicative value.
Keywords	Popular culture, communication, globality, artists, value
Student	JARAMILLO CARRIÓN BRANDON LEONARDO CARMONA SARMIENTO HEIDI MELANIE
C.I.	0107381477 0107046963
Code	84129 84306
Director	ALARCÓN JHONN
Codirector:	
Para uso del Departamento de Idiomas >>>	Revisor:  UNIVERSIDAD DEL AZUAY <i>Heidi Carmona</i> UNIDAD DE IDIOMAS
	Nombre profesor revisor
	N°. Cédula Identidad 0104842760

