

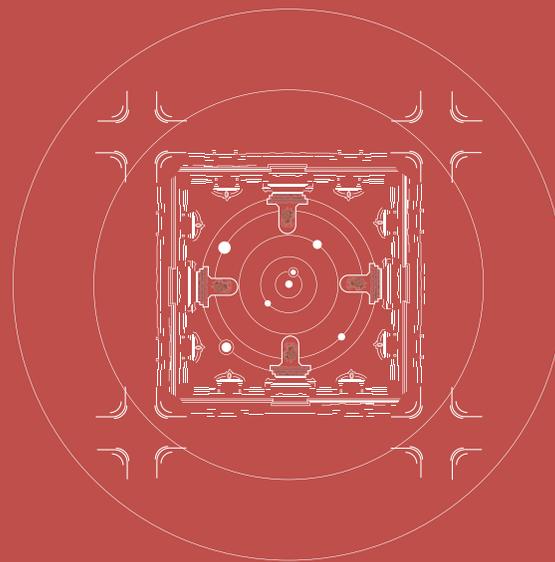


UNIVERSIDAD DEL AZUAY

**FACULTAD DE DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

**Diseño de material didáctico como
medio de difusión informativo para legislación local**

INFOGRAFÍA



**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO**

**DIRECTOR
LDG. DIEGO LARRIVA**

**AUTOR
GEOVANNY SALTOS**

Puede hacerse un paralelismo entre la música y las artes visuales y decir que la combinación de elementos gráficos forma una composición visual de forma análoga a como la combinación de notas y estructuras musicales forman una composición sonora.

Jordi Alberich; David Gómez Fontanills & Alba Ferrer Franquesa

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Tema

**Diseño de material didáctico como
medio de difusión informativo para legislación local**

Subtítulo

**Caso: Ordenanza para la Gestión y Conservación de las áreas históricas y patrimoniales
del cantón Cuenca, Ordenanza sobre rótulos y anuncios en el Centro Histórico de Cuenca y la
Ordenanza que regula la instalación y control de la publicidad y propaganda exterior en el cantón Cuenca.**

**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO**

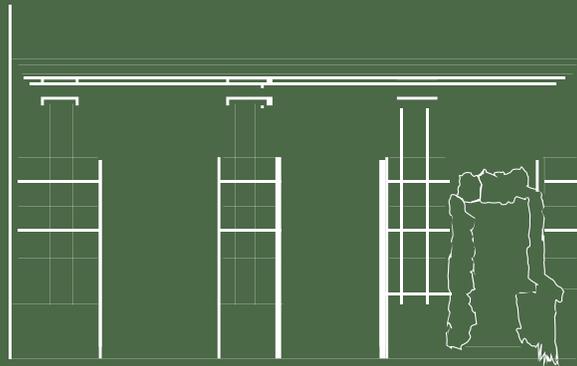
**DIRECTOR
LDG. DIEGO LARRIVA**

**AUTOR
GEOVANNY SALTOS**



Resumen

1



2

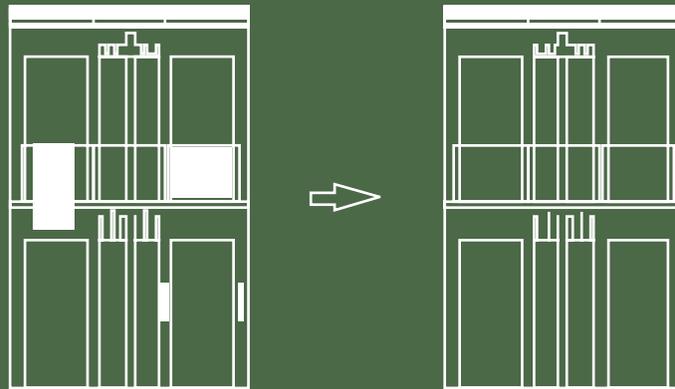


Figura 1. Calle Luis Cordero, Cuenca.
Figura 2. Calle Mariscal Lamar-Cuenca.

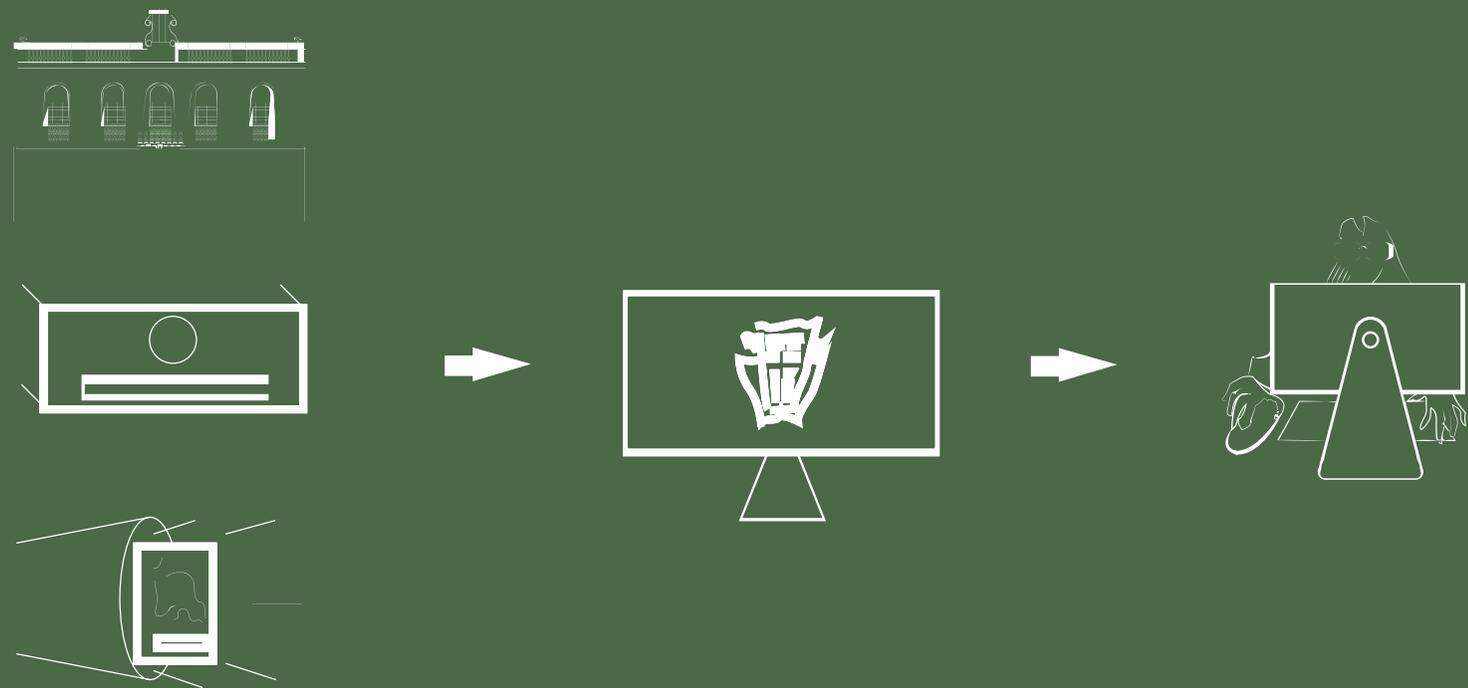
Resumen

La contaminación visual, generada por el uso inadecuado de la publicidad, se convirtió en un serio problema que causó malestar a los transeúntes de la ciudad. En el año de 1999, Cuenca fue declarada por la UNESCO, Patrimonio cultural de la Humanidad, después de lo cual, la municipalidad emitió ordenanzas para: la gestión de áreas patrimoniales y culturales, el uso correcto de publicidad en el exterior, el uso de rótulos en el centro de la ciudad, el uso de color, además del uso de materiales. Junto con el diseño gráfico se obtuvo un diseño funcional, que ayudó a informar al público, el objetivo fue generar un material didáctico como medio de difusión, un producto de diseño gráfico que unificó ordenanzas y generó mayor interés en artículos emitidos por la municipalidad de Cuenca-Ecuador.

Palabras claves

Ordenanza municipal, infografía, diseño editorial, comunicación visual, usuario.

Objetivos



Objetivos:

Objetivo general

-Informar el uso de rótulos y publicidad a través del diseño de un material didáctico, que ayude a la difusión de las ordenanzas emitidas por la Municipalidad de Cuenca para profesionales y dueños de establecimientos de publicidad.

Objetivos específicos

-Analizar el uso de publicidad y rótulos comerciales

-Recopilar información de dueños y profesionales sobre las ordenanzas vigentes:

- Ordenanza para la gestión y conservación de las áreas históricas y patrimoniales del cantón Cuenca.

- Ordenanza sobre rótulos y anuncios en el centro histórico de la ciudad.

- Ordenanza que regula la instalación y control de la publicidad y propaganda exterior en el cantón Cuenca.

- Reglamento para el uso del color y materiales en las edificaciones del centro histórico

Diseño de material didáctico para profesionales y dueños de locales comerciales.

-Diseño de material didáctico para profesionales y dueños de locales comerciales.

ÍNDICE

Contenido - Material didáctico

CAPÍTULO 1

1.	Contenido-Material didáctico-Infografía	
1.1.	UNESCO	17
1.2.	Patrimonio Cultural	18
1.3.	Contaminación visual	20
1.4.	Cantón de Cuenca - Ecuador	21
1.4.1.	Municipalidad de Cuenca	21
	-Ordenanzas	22
	-Conservación y gestión de áreas patrimoniales	23
	-Uso de rotulación en el centro de Cuenca	24
	Uso de publicidad en el exterior del cantón Cuenca	27
	Uso de color y materiales	29
1.4.2.	Delimitación	30
2.	Diseño de infografía - Material didáctico	32
2.1.	Diseño gráfico	34
2.2.	Infografía	34
2.3.	Comunicación visual	35
2.4.	Ángulo de lectura	35
2.5.	Interactividad	36
3.	Diseño Editorial - Material didáctico	38
3.1.	Diseño editorial	40
3.2.	Composición	40
3.3.	Formato	41
3.4.	Retícula	41
3.5.	Jerarquía	42
3.6.	Tamaño	42
3.7.	Forma	43

3.8.	Elementos de diseño	43
3.9.	Recursos	44
3.9.1.	Ícono	44
3.9.2.	Imagen	44
3.9.3.	Fotografía	45
3.9.4.	Ilustración	45

CAPÍTULO 2

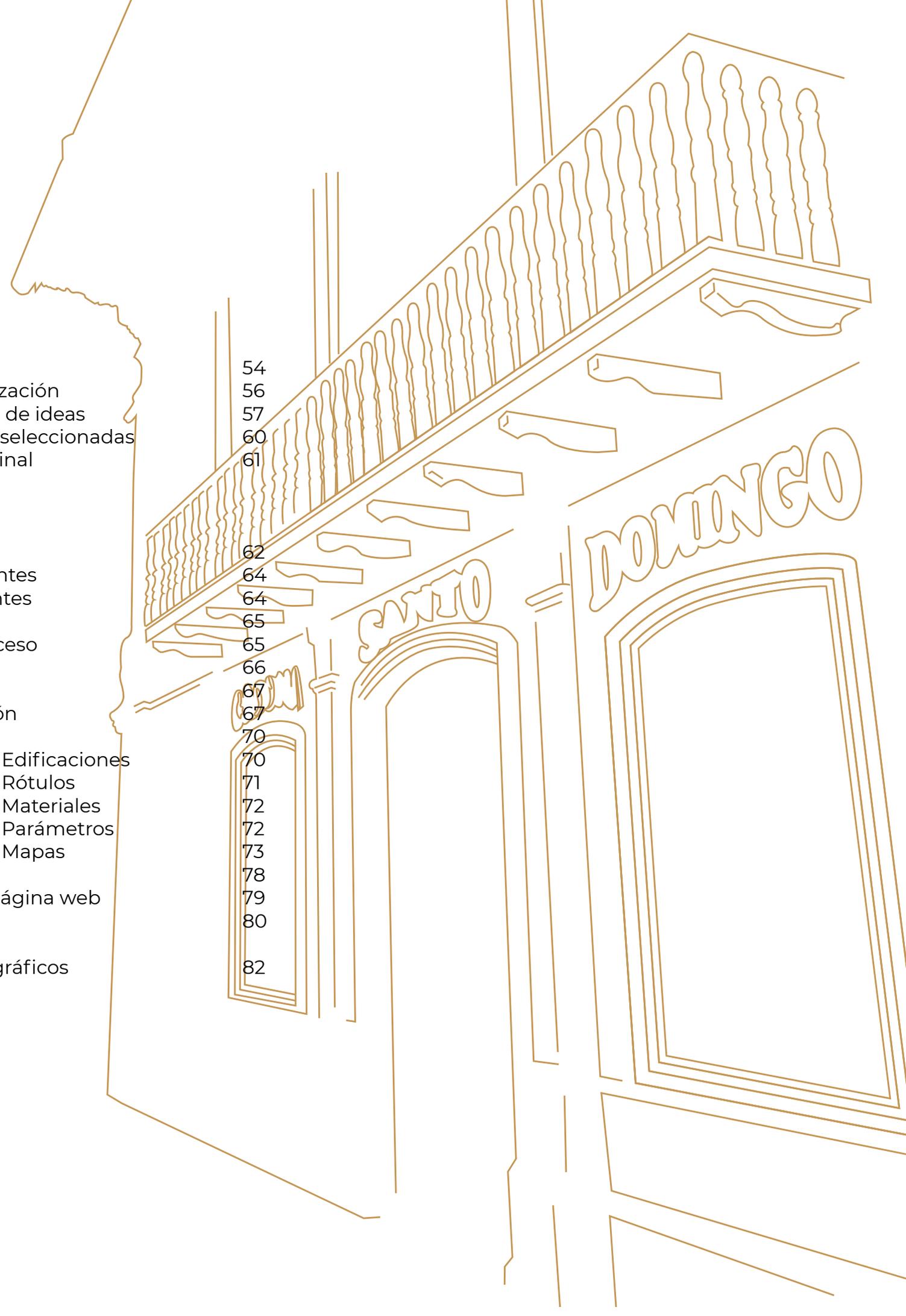
4.	Segmentación	46
4.1.	Target	48
4.2.	Persona design	48
4.3.	Segmentación	49
4.3.1.	Segmentación geográfica	
4.3.2.	Segmentación demográfica	
4.3.3.	Segmentación psicológica	
4.3.4.	Segmentación conductuales	
4.4.	Encuesta	49
4.5.	Recorrido de usuario	50
4.6.	Conclusión	51
5.	Partidos de diseño	52
5.1.	Forma	52
5.2.	Función	52
5.3.	Tecnología	52
5.4.	Homólogos	52
6.	Mix de marketing	53
6.1.	Producto	53
6.2.	Plaza	53
6.3.	Precio	53
6.4.	Promoción	53

CAPÍTULO 3

7.	Ideación	54
7.1.	Valorización	56
7.2.	Lluvia de ideas	57
7.3.	Ideas seleccionadas	60
7.4.	Idea final	61

CAPÍTULO 4

8.	Desarrollo	62
8.1.	Condicionantes	64
8.2.	Determinantes	64
8.3.	Contenido	65
8.4.	Diseño-Proceso	65
8.5.	Cromática	66
8.6.	Tipografía	67
8.7.	Digitalización	67
8.8.	Gráficos	70
8.8.1.	Edificaciones	70
8.8.2.	Rótulos	71
8.8.3.	Materiales	72
8.8.4.	Parámetros	72
8.8.5.	Mapas	73
8.9.	Diseño	78
8.10.	Recorrido-página web	79
8.11.	Infografías	80
9.	Referentes bibliográficos	82



Indice de imagenes

Imagen 1. Ciudad de Cuenca-Ecuador,2019.	17
Imagen 2. Contaminación visual.	22
Imagen 3. Documentación.	33
Imagen 4. Ciudad de Cuenca,2019.	35
Imagen 5. Infografías.	37
Imagen 6. Descripción.	38
Imagen 7. Descripción.	39
Imagen 8. Descripción.	41
Imagen 9. Centro histórico de Cuenca.	49
Imagen 10. Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales.	50
Imagen 11. Persona design.	50
Imagen 12. Infografías.	54
Imagen 13. Zona urbana de Cuenca.	57
Imagen 14. Introducción.	65



Indice de figuras

Figura 1. Calle Luis Cordero, Cuenca.	08
Figura 2. Calle Mariscal Lamar, Cuenca.	08
Figura 3. Delimitación de Cuenca.	32
Figura 4. Descripción.	36
Figura 5. Descripción.	37
Figura 6. Descripción.	38
Figura 7. Descripción.	38
Figura 8. Descripción.	41
Figura 9. Descripción.	42
Figura 10. Descripción.	43
Figura 11. Descripción.	43
Figura 12. Descripción.	45
Figura 13. Descripción.	45
Figura 14. Descripción.	45
Figura 15. Descripción.	46
Figura 16. Descripción.	46
Figura 17. Descripción.	47
Figura 18. Análisis.	49
Figura 19. Encuesta.	51
Figura 20. Recorrido de usuario.	52



CAPÍTULO 1

Cuenca

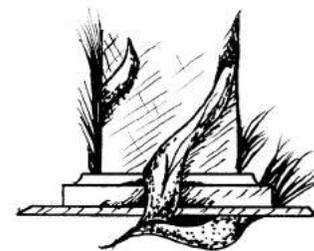
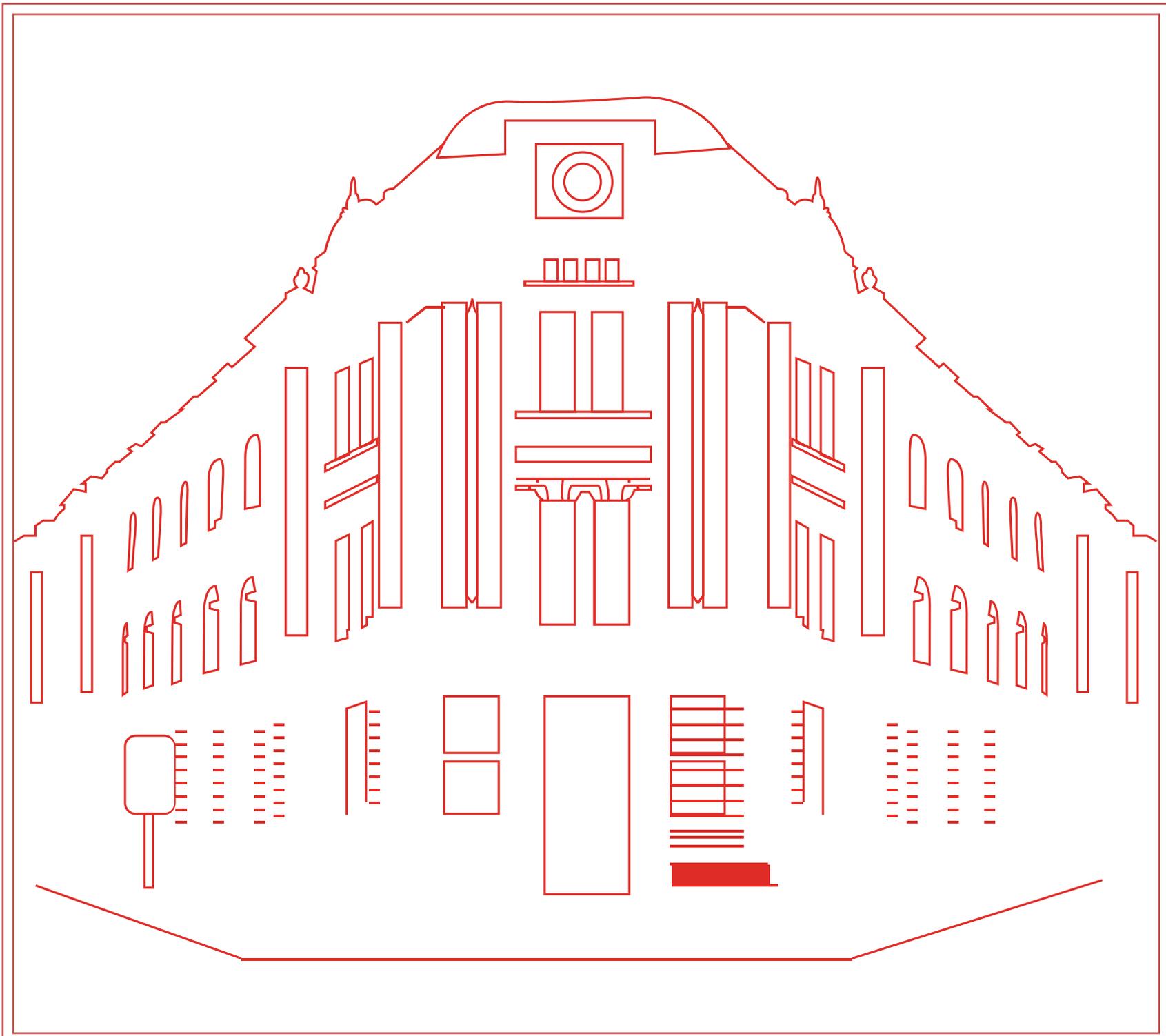




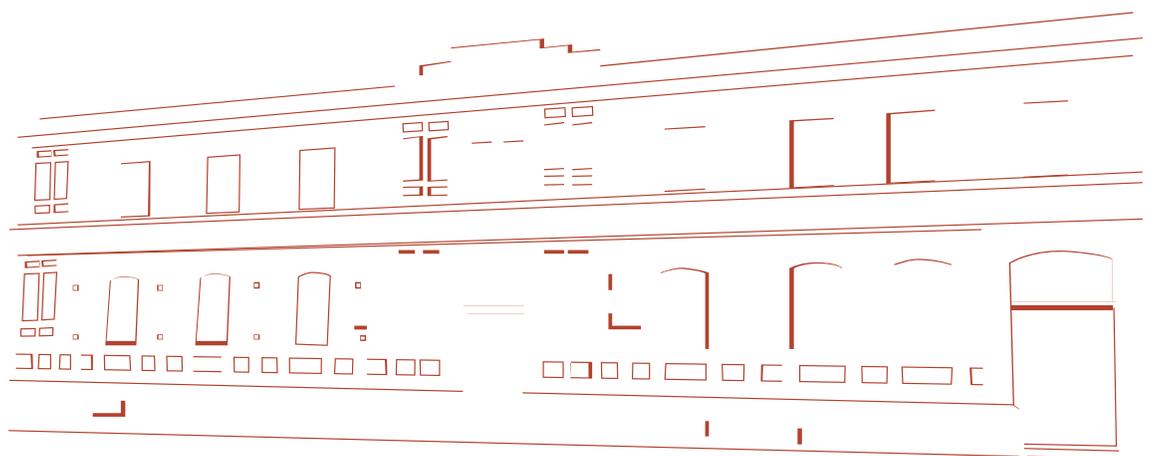
Imagen 1. Ciudad de Cuenca-Ecuador, 2019.



1.1. UNESCO CUENCA-ECUADOR

Según la Lcda. Yolanda Ximena, en el Plan de conservación y mantenimiento preventivo de las ornamentaciones de las fachadas de las casas del centro histórico de Cuenca de los siglos XIX-XX:

“La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Cultura y la Ciencia (UNESCO), se fundó con la misión de contribuir a la paz y a la seguridad, estrechando la colaboración internacional a través de la educación, la ciencia y la cultura. Cuenta con 195 Estados miembros y nueve miembros asociados. La Conferencia General y el Consejo Ejecutivo son los órganos rectores de la UNESCO”. (2017)



Cuenca-Ecuador considerada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, 1999.

1.2. Patrimonio Cultural

Se considera patrimonio a todo mueble e inmueble que tenga valor histórico: obras, plazas, parques, arquitectura, mobiliarios utilitarios y carpinterías, entre otros. Como reconocimiento a la conservación de valores considerados patrimoniales y mediante criterios específicos de valoración, la UNESCO otorga la designación excepcional y universal de Patrimonio cultural de la Humanidad.

Criterios y elementos considerados para el título patrimonial

Para la Declaratoria del Centro Histórico de Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad se consideró a la ciudad como un lugar en cual el hombre ha desarrollado importantes edificaciones en un espacio geográfico natural excepcional, así como su trazado fundacional y su singular arquitectura influenciados por la cultura española. Además, se tomó en cuenta al grupo humano con sus sólidas tradiciones culturales que otorgan identidad a la comunidad.

Argumentos admitidos por la UNESCO

El expediente emitido por Cuenca hacia la Unesco en 1098, se elaboró bajo tres criterios, II, IV, V.

Criterio II: Cuenca es un caso excepcional de una ciudad de “entroterra”, que a diferencia de otras ciudades ubicadas en la accidentada geografía andina, nace como rigurosa respuesta a las disposiciones de Carlos V de 1526. Se ubica en un lugar libre, a pesar de la presencia de la ciudad Inca de Tomebamba, cuyo núcleo principal se encontraba a 2Km de distancia aproximadamente, lo que la diferencia de Quito y del Cusco,

ciudades que se desarrollaron en la Colonia mediante estratificaciones arquitectónicas. La planicie de Tomebamba, surcada por agua cristalina proveniente de las vecinas montañas, a través de cuatro ríos principales, podría abastecer con abundancia tanto para sus usos urbanos cuanto para sus necesidades agrícolas. A más del territorio que se utilizará en el emplazamiento de las viviendas, disponía de tierras perfectamente marcadas por la propia naturaleza. Las tierras eran ricas en materia prima, arcillas para cerámica, piedra y barro de buena calidad para la arquitectura y madera dura de centenarios árboles de sus bosques cercanos, todo estaba al alcance de sus manos, el clima era adecuado, con excelentes condiciones de soleamiento y sin vientos mayores. Si se evalúan estas características frente a las disposiciones de Carlos V, es posible afirmar que Cuenca es la pura materialización de una idea urbanística matriz, que corresponde a las ciudades coloniales “internas” convocación de “centros agrícolas”; es decir, a las ciudades alejadas de la orilla del mar, sede de encomenderos y grandes comunidades indígenas. (Municipio de Cuenca, 1998, p.9)

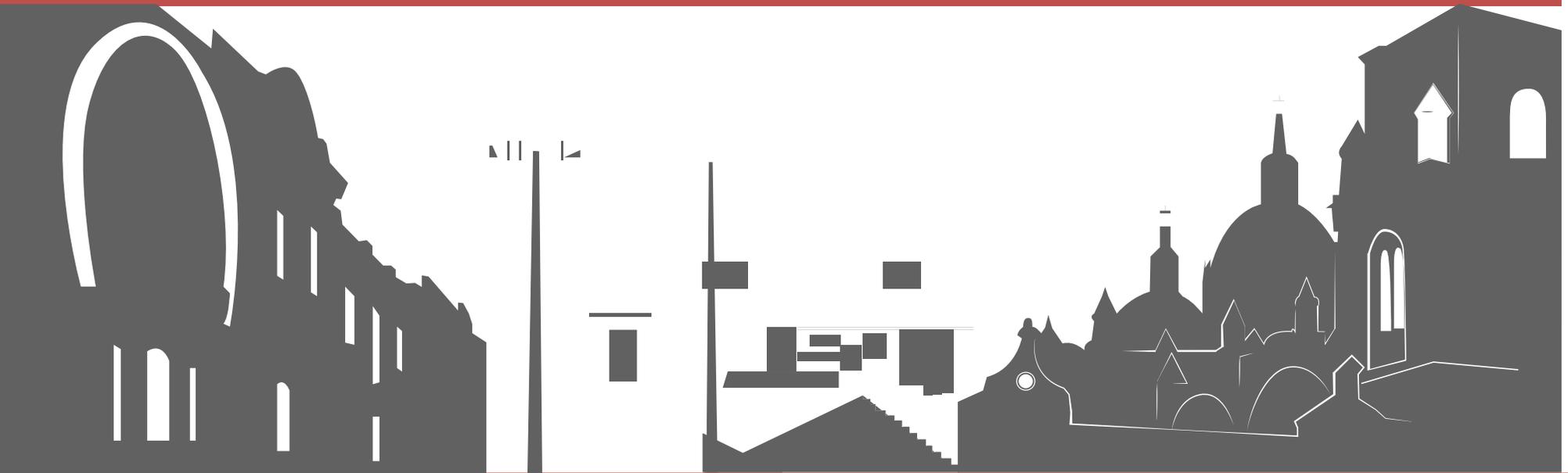
Criterio IV: La ciudad encierra en sus muros de adobe y ladrillo, en sus estructuras religiosas y en su sistema urbano, un hilo conductor de gran coherencia con su propia realidad, que serviría de modelo para un sin número de ciudades y poblaciones del sur del Ecuador. A pesar del paso de los años, Cuenca no ha perdido su carácter de ciudad íntimamente vinculada con la naturaleza. Es el claro ejemplo de un prodigioso valle. (Garrido, 1998, p.9)

La arquitectura y el urbanismo coloniales no se encontraron con dificultad para su emplazamiento, al contrario, las condiciones bajo todo punto de vista fueron favorables. (Municipio de Cuenca, 1998).

Criterio V: Cuenca es un ejemplo sobresaliente de ciudad colonial española, planificada y situada “entrotierra”. Esto se refiere a que no es la única, pero es sobresaliente.

Por su integridad y por su especial escala, es el modelo excepcional por excelencia de ciudades de interior. Este ejemplo sobresaliente en el valle andino sobre los 2500 m de altitud sobre el nivel del mar encuentra sus límites solo en sus accidentes geográficos y en su historia. (Municipio de Cuenca, 1998, p.9- 14).

Criterios extraídos de: Lcda. Yolanda Ximena. (2017). Plan de conservación y mantenimiento preventivo de las ornamentaciones de las fachadas de las casas del centro histórico de Cuenca de los siglos XIX-XX, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec> Sitio web: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/28120/1/Trabajo%20de%20Graduaci%C3%B3n.pdf>



“El patrimonio cultural mueble como la expresión o el testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y que tiene un valor arqueológico, histórico, artístico, científico o técnico” (UNESCO, 1978).

1.3. Contaminación visual

La contaminación visual altera el entorno en el que se encuentra, se produce por el mal uso y colocación de la publicidad. También puede generarse cuando el texto supera la cantidad de información normalmente asimilada por el cerebro.

La contaminación visual es un factor que perjudica las ciudades consideradas Patrimonio Cultural. Se puede encontrar en forma de cables colgados en fachadas, papeles pegados incorrectamente, letreros publicitarios colocados de forma errónea o colores contrastantes. Estos problemas causan molestias al transeúnte, inclusive llegan a propiciar dolores de cabeza, estrés, distracciones al momento de conducir.

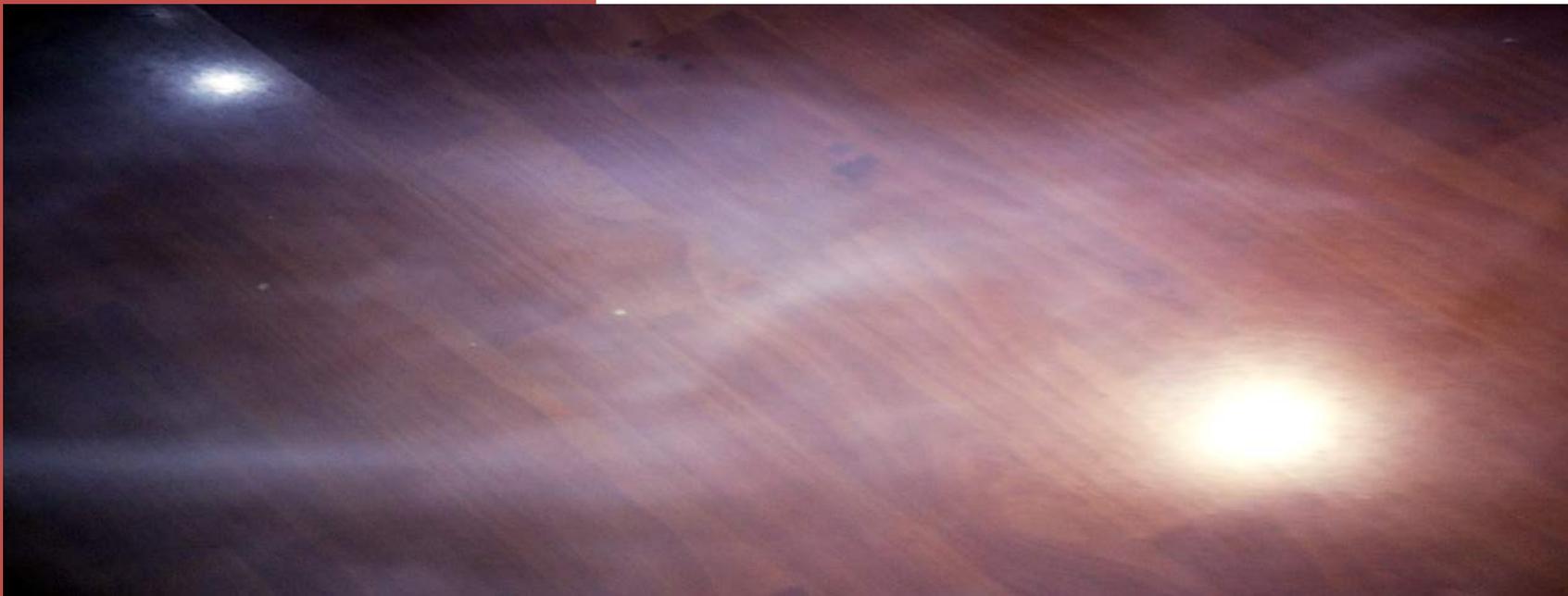


Imagen 2. Contaminación visual.

1.4. Cantón de Cuenca–Ecuador

Con el paso del tiempo, Cuenca ha presentado un crecimiento geográfico importante, esto se debe a la conservación de sus espacios urbanísticos.

La ciudad se mantiene presentable para personas nacionales y extranjeras. Siendo considerada “Patrimonio de la Humanidad, la ciudad es denominada como Cuenca del sur, la de la hoya de los Andes, Santa Ana de los cuatro ríos de Guapondelig” (Concejo Municipal de Cuenca, 2018). Esta es una ciudad llena de historia, cultura e identidad.

Asume el calificativo de patrimonio por su arquitectura, por sus plazas creadas para el disfrute de los ciudadanos, así como por sus calles recubiertas de adoquín, elemento colonial en la historia de la urbe, estas características hacen de Cuenca una ciudad única.

La municipalidad se preocupa por sus pobladores y permanece al día con la emisión de ordenanzas hacia distintas zonas de la ciudad.

Así mismo, se han generado nuevos espacios que tienen la propiedad de crear movimientos, un ejemplo de ello es la instauración de espacios para el arte urbano, murales donde los artistas se expresan libremente.

1.4.1. Municipalidad de Cuenca

La municipalidad está al cuidado del espacio, en la zona urbana se encuentra el Licenciado René Ruiz, quien está a cargo de los permisos sobre la rotulación, elaboración de campañas y eventos tanto públicos como privados en el Centro Histórico de la ciudad. La Dirección de áreas históricas y patrimoniales se encuentra entre las calles Presidente Córdova y General Torres.

En la zona rural de la ciudad se encuentra el Arq. Patrio González, quien nos informa sobre la colocación de la publicidad en el exterior, avenidas principales, orillas de los ríos y nos indica el uso y parámetros de colocación de la publicidad. Control municipal está ubicado en la Av. 12 de Abril y Paucarbamba.



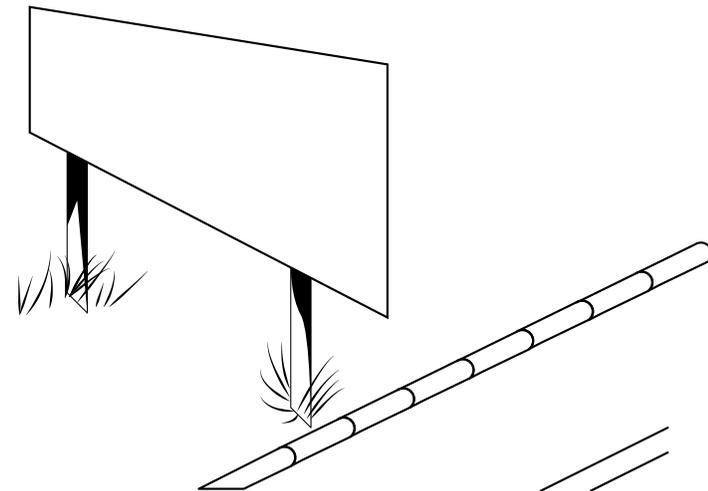
“La contaminación visual es todo aquello que altera la pureza o las condiciones normales de una cosa” (Arias & Torres) 2011, Gualaceo contaminación).

La municipalidad está al servicio de la ciudadanía

ORDENANZAS



Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales



Cuenca se encuentra situada en un territorio considerado cuna de varias culturas, cuyas expresiones se deben preservar, conservar y difundir. La visibilidad de la ciudad es primordial para su gente y turistas que la transitan.

Ordenanza para la gestión y conservación de las áreas históricas y patrimoniales del cantón Cuenca

- Ordenanza sobre rótulo y anuncios en el centro histórico de la ciudad
- Ordenanza que regula la instalación y control de la publicidad y propaganda exterior en el cantón

Cuenca

- Reglamento para el uso del color y materiales en las edificaciones del centro histórico

Ordenanza para la gestión y conservación de las áreas históricas y patrimoniales del cantón Cuenca

CAPÍTULO II

DE LA DIRECCIÓN DE ÁREAS HISTÓRICAS Y PATRIMONIALES DE LA I. MUNICIPALIDAD DE CUENCA.

Art. 12.- Son atribuciones de la Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales:

- Conocer y resolver, dentro del marco de la Ley de Patrimonio Cultural, de la Ley Orgánica de Régimen Municipal y las Ordenanzas respectivas, sobre todas las intervenciones arquitectónicas que el Estado, la misma Municipalidad, Instituciones Públicas y Privadas y ciudadanos en general, intenten realizar en las Áreas Históricas y Patrimoniales del Cantón y que no podrán ser ejecutadas sin la aprobación previa y expresa de dicha Dirección.
- Otorgar de manera privativa los permisos para el uso y ocupación de los espacios públicos de las Áreas Históricas y Patrimoniales del Cantón.

Art. 34.- Las nuevas edificaciones en el Área de El Ejido (Área de influencia del Centro Histórico – Zona Tampón), se sujetarán a los lineamientos del Plan Especial de El Ejido y la Ordenanza pertinente.

Art. 41.- Para el funcionamiento de los diferentes establecimientos comerciales y de acceso público, dentro de las Áreas Históricas y Patrimoniales del Cantón Cuenca, deberá contarse con autorización expresa de la Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales, la misma que se concederá previa inspección y verificación del cumplimiento de los requisitos básicos según el uso del local y el cumplimiento de la legislación vigente. La autorización deberá ser renovada anualmente.

CAPÍTULO VI

DEL MANTENIMIENTO Y CONSERVACIÓN

Art. 43.- Las fachadas deberán mantener su característica original, por tanto es prohibido alterar o añadir elementos extraños tales como: chimeneas, campanas de olores, ductos de ventilación, etc.

Art. 44.- Los zócalos y otros elementos decorativos y ornamentales de fachadas deberán mantener su característica original visible, por tanto es prohibido pintarlos, barnizarlos y/o cubrirlos con cualquier otro material que distorsione su textura.

Art. 45.- En las Áreas Históricas y Patrimoniales, no se admitirá la ocupación de fachadas para exhibición de mercadería de cualquier género; tampoco se podrá ocupar los zaguanes de los edificios para usos comerciales, salvo que se garantice la seguridad y la accesibilidad a las edificaciones, previa a la autorización de la Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales. Art. 46.- La instalación de rótulos, anuncios y propagandas, se regirá por la normativa correspondiente. Las autorizaciones para la instalación de rótulos, anuncios y propagandas concederá la Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales.

Art. 47.- El uso del color y materiales en las fachadas de las edificaciones emplazadas dentro de las Áreas Históricas y Patrimoniales estará regulado por la normativa correspondiente.

En cuanto al uso de la publicidad, la colocación de vallas y rótulos en la zona rural está a cargo de la municipalidad. En las paredes del centro de Cuenca, el municipio creó papelógrafos con fin de mermar la contaminación visual, factor que afecta a actividades como el turismo. En la zona rural, la publicidad está a cargo del Arq. Patricio González del departamento de Control Municipal, bajo la ordenanza que regula la instalación y control de publicidad y propaganda exterior en el cantón Cuenca-codificada a partir de la administración del alcalde Fernando Cordero desde 1998. En la zona urbana, el encargado de brindar información a los dueños de comercios y de establecimientos publicitarios, es el Lcd. René Ruiz, quien desde la dirección de Áreas Históricas Patrimoniales da cumplimiento a la ordenanza de rótulos y anuncios en el Centro Histórico de la ciudad.

Ordenanza sobre rótulos y anuncios en el centro histórico de la ciudad

CAPÍTULO I

JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA

Art. 1.- La presente ordenanza regula la colocación de rótulos y anuncios dentro del área delimitada por la ordenanza como Centro Histórico. Para su aplicación, el Centro Histórico se considera dividido en dos sectores:

Sector uno o área de primer orden y sector dos, que corresponde al área de respeto y especiales.

Art. 2.- La Comisión de Centro Histórico, establecerá la política que habrá de seguirse en esta materia y la Dirección del Centro Histórico será la encargada de controlar el cumplimiento de esta ordenanza.

Art. 3.- Son atribuciones de la Comisión de Centro Histórico de la I. Municipalidad:

- Velar por el aspecto formal y estético de los rótulos y anuncios que se coloquen en el Centro Histórico, vigilando el correcto empleo del idioma castellano y limitando al máximo el uso de vocablos extranjeros;
- Aprobar o negar los proyectos de rótulos y anuncios que fueren presentados y autorizar la colocación de aquellos que cumplan con los requisitos previstos en esta ordenanza; y
- Ordenar el retiro de los rótulos o anuncios que no se sujeten a las disposiciones establecidas.

CAPÍTULO II

DEFINICIONES

Art. 4.- Se entenderá por “Rótulo Comercial” todo letrero, escritura, impreso, emblema, dibujo u otro medio, cuyo propósito sea llamar la atención hacia una actividad, negocio, servicio, recreación, profesión u ocupación domiciliar establecida en el local en donde se exhibe dicho rótulo.

Art. 5.- Todo letrero, escritura, pintura, emblema, marca, dibujo u otro medio cuyo propósito sea llamar la atención hacia un producto, actividad o artículo, se considerará como “Anuncio” para efectos de esta Ordenanza.

Art. 6.- Se consideran como “Rótulos o Anuncios Ilegales” a todos aquellos que a la fecha de vigencia de esta Ordenanza no estuvieren ceñidos a los requisitos exigidos en ella.

CAPÍTULO III

CLASIFICACIÓN

Art. 7.- Los rótulos y anuncios, por su finalidad se clasifican en:

- De “Nominación”, de personas, instituciones o establecimientos;
- De “Publicidad”, con símbolos o leyendas no consideradas en el literal anterior; y
- De “Señalamiento”, de tránsito, servicios, advertencias y restricciones.

Los relacionados con el Tránsito se ajustarán a las regulaciones de carácter internacional.

Art. 8.- Los Rótulos y Anuncios, por su estructura y materiales usados en su construcción, se clasifican en:

- Rótulos o anuncios de panel opaco;
- Rótulos o anuncios de panel luminoso;
- Rótulos o anuncios en perfiles opacos;
- Rótulos o anuncios en perfiles luminosos; y,
- Rótulos incorporados a la fachada.

CAPÍTULO IV

NORMAS DE COLOCACIÓN

Art. 9.- Los rótulos o anuncios, podrán colocarse de dos maneras.

- Adosados a los paramentos y fachadas de los inmuebles;
- Perpendiculares y salientes de dichos paramentos. Casos especiales (boticas, farmacias, Bomberos, Cruz Roja, Banco de Sangre, Policía, Casa de Salud-Hospitales, Clínicas, o de señalamiento).

Art. 10.- En el sector UNO (área de primer orden), podrán colocarse únicamente los siguientes rótulos y/o anuncios: a) ADOSADOS: Sean de panel opaco, panel luminoso, en perfiles opacos o en perfil luminoso o incorporados a la fachada; no podrán exceder de una superficie equivalente a 1,20 metros cuadrados por rótulos y se permitirá un número tal que la superficie total de ellos no exceda el 4% del área de fachada del inmueble; el número de rótulos o anuncios, estará en función del número de locales comerciales existentes en el inmueble cuyo acceso sea directamente a través de la vía pública. Para el caso de existir locales comerciales o de servicios al interior del inmueble se usará un directorio general, el mismo que irá colocado en parte visible del vestíbulo o zaguán de acceso. Tanto los letreros interiores y exteriores serán del mismo tipo, material y color.

b) PERPENDICULARES: únicamente en panel luminoso y se utilizarán módulos de (0,6 x 0,6 m) 0,36m² y su uso será exclusivo para los siguientes fines: Boticas, Farmacias, Cuerpo de Bomberos, Policía, Casas de Salud (Hospitales y Clínicas), Cruz Roja, Banco de Sangre, sitios de interés Cultural, Turístico; de acuerdo a diseño establecido en el anexo 1. La parte interior del rótulo no deberá estar a altura inferior a 3m del nivel de la acera y no salirse más de 90 centímetros.

c) SUSTENTACIÓN INDEPENDIENTE: únicamente los de señalamiento de tránsito y los de carácter informativo, los anuncios provisionales (telas) que se colocan por festividades eventuales y los anuncios provisionales por acontecimientos cívicos o culturales.

Art. 11.- En el Sector DOS (áreas de respeto y especiales) podrán colocarse los siguientes rótulos y/o anuncios:

- ADOSADOS: los tipificados para el sector UNO, pudiendo aumentarse al área hasta un máximo de dos metros cuadrados y 6% de fachada del inmueble;

· PERPENDICULARES: únicamente en panel luminoso y no deberá exceder de (0,6 x 0,6 m) 0,36 m² y su uso será exclusivo para los siguientes fines: Botica, Farmacias, Cuerpo de Bomberos, Policías, Casas de Salud (Hospitales y Clínicas), Cruz Roja, Banco de Sangre, sitios de interés Cultural, Artístico; de acuerdo a diseño establecido en el anexo 1.

Los rótulos deberán ir colocados entre el dintel de planta baja y el balcón de la primera planta alta y no más de 90 cm.

· SUSTENTACIÓN INDEPENDIENTE: únicamente los de señalamiento de tránsito y los de carácter informativo (pudiendo usarse una cara para anuncio comercial), los anuncios provisionales (telas) que se colocan por festividades eventuales.

Art. 12.- Los implementos necesarios para el funcionamiento de rótulos y anuncios, se instalarán en gabinetes metálicos cerrados, que irán empotrados en el paramento de fachadas; dichos gabinetes deben estar aislados convenientes y pintados con el mismo color de fachada del edificio.

Art. 13.- La propaganda comercial, política, señal de tránsito en vereda o de otra índole que se realice por medio del cartel o afiche, se colocará exclusivamente en los lugares que para el efecto determine o construya el Municipio.

CAPÍTULO V PROHIBICIONES

Art. 14.- En el Centro Histórico, queda prohibido adosar vitrinas o escaparates móviles y altoparlantes a los paramentos de fachada de los edificios; pintar, directamente cualquier tipo de aviso, rótulo o propaganda sobre los paramentos de fachadas, puertas, ventanas, etc. de establecimiento comerciales, industriales, profesionales, artesanales e institucionales; excepto lo señalado en el artículo 8 literal e).

Art. 15.- En ambos sectores, se prohíbe pinturas de rótulos, avisos o propagandas en los balcones, molduras y cubiertas de los edificios, así como alterar el diseño original de fachada, para fines de propaganda o identificación de un local comercial.

(Concejo Cantonal de Cuenca, 1991)

Art. 19.- Los rótulos ocasionales de obra

s de construcción, no necesitarán permiso alguno para ser instalados, al igual que los rótulos o avisos de proveedores y técnicos, que se instalen en dichas obras. Pero en el sector UNO, los rótulos de obras de construcciones, serán colocados exclusivamente adosados a los paramentos de fachadas de las edificaciones.

CAPÍTULO VI DE LAS SANCIONES

Art. 20.- Los rótulos y anuncios, que contravengan a lo dispuesto en esta Ordenanza o se coloquen sin el permiso Municipal, serán retirados por disposición del Director de Centro Histórico, por intermedio de la Comisaría de Centro Histórico, debiendo previamente notificarse a los propietarios.

Art. 21.- El Comisario de Centro Histórico actuará como juez en el juzgamiento de las contravenciones a esta Ordenanza.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Art. 22.- Los rótulos y anuncios instalados hasta la presente fecha y que se ajusten a las disposiciones de esta Ordenanza, se podrán seguir utilizando, siempre que se obtenga el correspondiente permiso de la Dirección de Centro Histórico.

Art. 23.- Para el cambio de ubicación y estructura de los rótulos y anuncios que se hallan colocados actualmente en la ciudad, con el fin de que todos sus propietarios se ajusten a lo dispuesto en esta Ordenanza, se concede el siguiente plazo:

- Para los rótulos de panel opaco, entre 15 y 90 días.
- Para rótulos en perfiles luminosos u opacos, entre 15 y 90 días;
- Para los rótulos de panel luminoso, entre 15 y 90 días; y,
- Para rótulos grandes de neón, se concede un plazo máximo de 90 días.

Los plazos señalados en los literales anteriores, correrán desde la fecha de la promulgación de esta Ordenanza.

Para cualquier caso que no esté considerado dentro de la presente Ordenanza, deberá obtenerse la correspondiente autorización de la Comisión de Centro Histórico.

ARTÍCULO FINAL.- Esta Ordenanza entrará en vigencia desde la fecha de su promulgación por la Imprenta Municipal y deroga las disposiciones legales que se la opongan. (Concejo Cantonal de Cuenca, 1991)

**Ordenanza que regula la instalación y control de la publicidad y propaganda exterior en el cantón
Cuenca-codificado**

**CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES**

Art. 4.- No se considera publicidad o propaganda exterior:

La pintura mural que tenga valor artístico; y,

Los letreros y nomenclaturas de identificación pertenecientes a personas naturales, empresas o locales de prestación de servicios. Tales rótulos se sujetarán a la Ordenanza correspondiente.

CAPÍTULO II

PROHIBICIONES GENERALES Y PARTICULARES

Art. 5.- Se prohíbe toda manifestación de publicidad y propaganda exterior en:

Las fachadas o cubiertas de los edificios declarados monumentos históricos o artísticos de carácter nacional o local, así como en sus inmediaciones, cuando por su emplazamiento, la publicidad oculte o impida, total o parcialmente, la contemplación directa de cualquiera de estos monumentos;

En todo ámbito de los espacios naturales protegidos, o parques naturales de interés nacional; En los postes y estructuras de transmisión de energía eléctrica, alumbrado público y telefonía; En pancartas de cualquier material atravesadas en las vías; y,

En una distancia menor de treinta metros de puentes, pasos a desnivel, redondeles e intersecciones de vías. Art. 7.-

Se prohíbe con carácter particular:

La presentación de publicidad o propaganda pintada, dibujada o escrita directamente en paredes, edificios, muros, así como la colocación e impresión directa de mensajes publicitarios o de propaganda plasmados sobre edificios, muros y cerramientos o sobre cualquier otro elemento que no sea un soporte especialmente diseñado, construido y autorizado con tal fin.

La colocación o fijación de mensajes publicitarios o de propaganda en bandera sobre la vía pública;

La colocación de publicidad o propaganda en las terrazas, cubiertas de los edificios o apoyada sobre fachadas que impidan la visibilidad a terceros o que obstaculicen puertas y ventanas;

Los mensajes publicitarios realizados total o parcialmente por procedimientos internos o externos de iluminación que produzcan deslumbramiento, fatiga o molestias visuales, o que induzcan a confusión con las señales de tránsito y de seguridad;

La colocación de vallas, carteles u otros elementos para la presentación de publicidad o propaganda que por su ubicación o dimensiones impidan o entorpezcan total o parcialmente la visión de otro elemento publicitario o de propaganda previamente autorizado; y,

La publicidad o propaganda en puentes, laterales de vía, distribuidores de tráfico que obstaculicen la visibilidad o distraigan al conductor.

Art. 8.- Puede autorizarse el montaje de instalaciones para publicidad o propaganda exterior en:

- Fachadas laterales o paramentos de un inmueble.
- Vallas de obras y muros de cerramiento de las mismas;
- Solares sin edificar, edificados o en proceso de edificación.

(Concejo Cantonal de Cuenca, 1991)

CAPÍTULO III

OBLIGACIONES Y DERECHOS DEL TITULAR

Art. 11.- La titularidad de la licencia municipal en materia de publicidad o propaganda exterior implica: La imputación, de derecho, de las responsabilidades que se deriven de las instalaciones y de la publicidad o propaganda exterior;

Art. 12.- El titular de una licencia municipal de publicidad o propaganda está obligado a mantener en buen estado los elementos publicitarios o de propaganda y a dismantelar las instalaciones y retirar la totalidad de sus elementos a la fecha de caducidad de la licencia. Si no lo hiciere, la Municipalidad de oficio procederá al retiro de estos elementos, sin necesidad de notificación.

CAPÍTULO V

DEL COSTO DE LAS LICENCIAS

Art. 25.- La Dirección de Control Urbanístico llevará un registro numerado y cronológico tanto de las solicitudes de instalación de la publicidad o propaganda exterior como de los permisos concedidos y su fecha de caducidad.

CAPÍTULO VI

DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Art. 28.- La instalación sin Licencia de Publicidad o Propaganda en lugares donde es posible su instalación, constituye una infracción que será sancionada con un valor equivalente a la tarifa correspondiente más una multa que oscile entre el 50 % del salario mínimo vital mensual hasta el 100% del mismo salario por cada metro cuadrado o fracción del aviso publicitario, multa independiente de los costos de la actuación municipal por retiro de las instalaciones.

Art. 29.- Cuando se instale publicidad o propaganda en lugares no autorizados y de uso público, la Municipalidad ordenará su retiro inmediato sin que sea necesaria notificación alguna, debiendo imponerse al infractor, luego de que se haya ejecutado el retiro correspondiente una multa superior al 100% del salario mínimo vital mensual por cada metro cuadrado o fracción del aviso publicitario o de propaganda, más los costos correspondientes a la actuación municipal y a la restitución del espacio a su estado original.

Art. 31.- En caso de avisos publicitarios o de propaganda que impliquen peligro en el tráfico o que amenacen ruina por su mal estado de conservación, serán retirados inmediatamente por disposición de la Dirección de Control Urbanístico, sin perjuicio de las sanciones que se impongan.

Art. 32.- Los avisos publicitarios retirados por la Municipalidad deberán ser reclamados por sus propietarios en el plazo máximo de treinta días posteriores a su retiro, previo el pago de las multas y los costos de actuación municipal. Transcurrido este plazo la Municipalidad dispondrá a su arbitrio de tales materiales, debiendo en todo caso llevarse actas y registros de sus actuaciones. (Concejo Cantonal de Cuenca, 1991)

Reglamento para el uso del color y materiales en las edificaciones del centro histórico EN USO DE SUS ATRIBUCIONES,

Art. 1.- Quedan sujetas a las disposiciones del presente reglamento todas las edificaciones ubicadas en el Centro Histórico de la ciudad: Área de Primer Orden, Área de Respeto y Áreas Especiales.

Art. 2.- Las edificaciones catalogadas con Valor Histórico Arquitectónico 1 (VHIAR 1), utilizarán en muros, elementos ornamentales y carpintería, el o los colores que se determinen en las respectivas prospecciones, previo la correspondiente valoración del profesional encargado de la intervención.

Art. 3.- Las edificaciones catalogadas como pertenecientes al Patrimonio Cultural Edificado de la ciudad (VHIAR 1, 2 y 3), cuyos paramentos frontales sean de materiales vistos (piedra, ladrillo, cerámica, etc.), obligatoriamente deberán mantener sus características naturales, por tanto es prohibido pintarlos, barnizarlos o cubrirlos con cualquier otro material que distorsione su expresión y presentación.

Art. 4.- Para las edificaciones del Centro Histórico, excepto las catalogadas con Valor Histórico Arquitectónico 1, la elección del color en lo referente a los matices se regirá a los siguientes condicionantes:

- La gama de tonalidades se aplicará mediante composiciones;
- Contrastantes cromáticas de valor, entre el fondo y los elementos ornamentales;
- Monocromías aproximadas y monocromías en blanco;
- Se debe evitar yuxtaposiciones de complementarios aproximados
- De la gama cromática se excluyen los colores primarios y secundarios (amarillo, azul, rojo, verde, naranja y violeta), pudiendo los restantes usarse a partir de intensidades medias como base, más los que se puedan producir desde la base hasta con un 50% de blanco y/o hasta con un 25% de negro;
- Se pueden usar contrastes máximos de intensidad en elementos ornamentales sobre fondos que no sean en blanco;
- Se pueden usar contrastes máximos de intensidad en carpintería en madera y metal, buscando equilibrio cromático;
- Se permite la expresión de materiales vistos en elementos complementarios de la composición;
- La simulación de materiales es posible (marmoleado, ladrillo, piedra, etc.) si hay antecedentes de los mismos en el inmueble objeto de la intervención.

Art. 5.- Se prohíbe el uso de barnizados y lacas, excepto en carpintería de madera y metal.

Art. 6.- Se prohíbe el uso de colores fosforescentes en fachadas, elementos ornamentales y carpintería en madera y metal.

Art. 7.- Se prohíbe evidenciar la subdivisión de inmuebles mediante la diferenciación de colores en fachadas, por tanto los condueños unificarán el tratamiento cromático en la unidad arquitectónica.

Art. 8.- Como elemento de protección, pueden incorporarse zócalos en las fachadas de las edificaciones del Centro Histórico, excepto en las que VHIAR 1; y, siempre se sus características armonicen con el resto del paramento y cumplan con lo siguiente:

- Que la incorporación del zócalo no altere los elementos decorativos existentes en la fachada;
- Que la altura del zócalo sea de máximo 1,20 m. y mínimo de 0,80 m.;
- El zócalo puede ser de: piedra labrada, mármol, mortero, cemento-arena y otros. En caso de incorporar zócalo de piedra o mármol, este tendrá un acabado rugoso, colocado sin junta y sin recubrimiento de pintura, barniz o laca.

Art. 9.- Tanto en edificaciones que no estén catalogadas como pertenecientes al Patrimonio Cultural Edificado de la ciudad, como en las nuevas que se implementen, es factible la incorporación de materiales vistos en fachada (piedra, mármol, ladrillo, hormigón, etc.), dependiendo de las características del contexto urbano inmediato.

fachada, será puesto a consideración de la Comisión de Centro Histórico, organismo que luego del estudio y análisis pertinente y en caso de convenir a la ciudad, podrá autorizar su implementación;

Art. 11.- A partir de la publicación del presente reglamento, se concede un plazo de un año para que todas las edificaciones del Centro Histórico se ajusten a los requerimientos de este cuerpo legal. (Concejo Cantonal de Cuenca, 1991)





Imagen 3. Documentación.

1.4.2. Delimitación de Cuenca

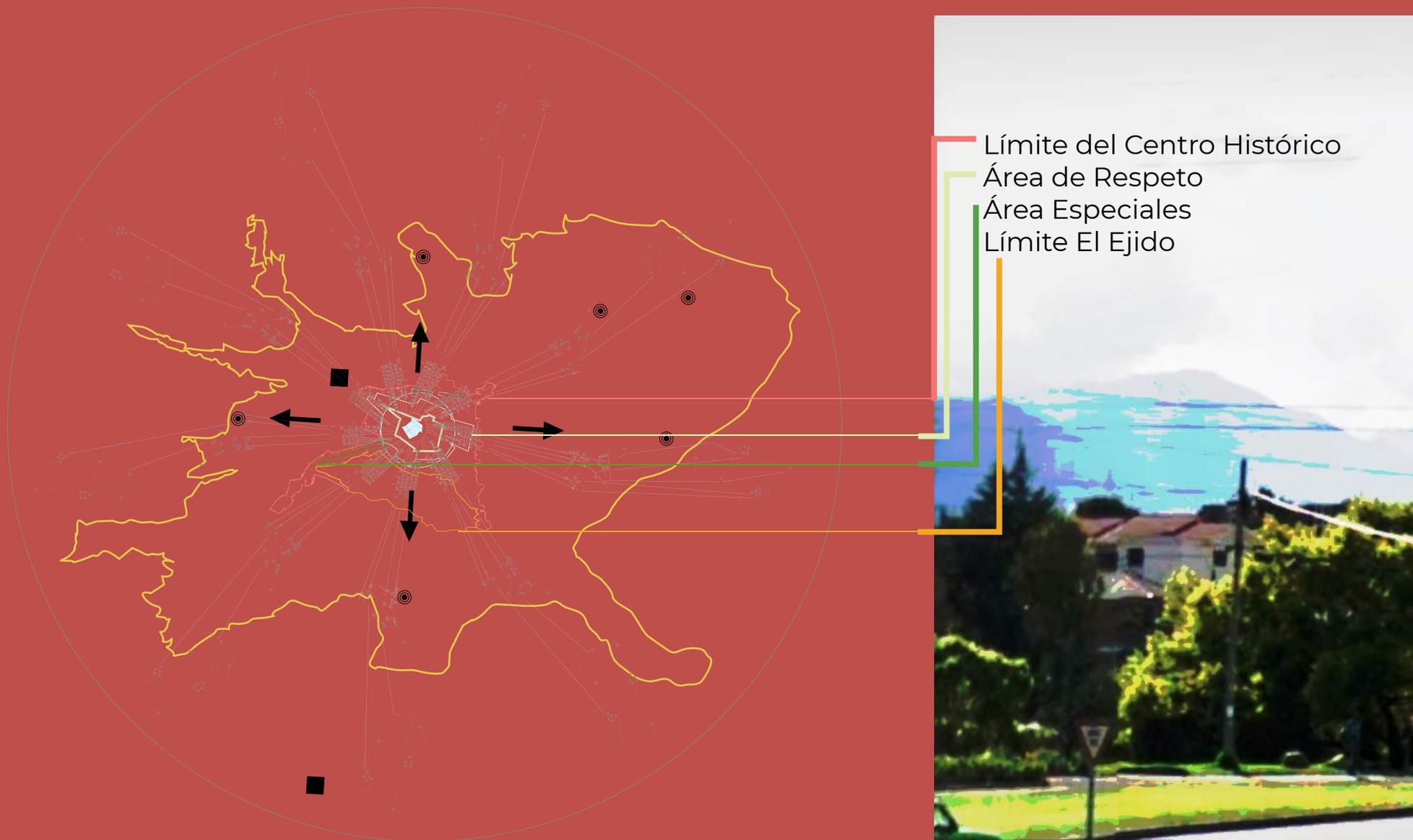


Figura 3. Delimitación de Cuenca.



Imagen 4. Ciudad de Cuenca, 2019.

Diseño de infografía Material didáctico

Para que pueda darse una impresión sensorial de carácter estético debe haber un objeto artístico que lo provoque. El arte es lo que provoca la emoción sensorial.

María Acoso López





Imagen 5. Infografías.

2.1. Diseño gráfico

Un buen diseño busca ser funcional antes que estético. El Diseño gráfico es la creación de diseños para transmitir un mensaje a un público determinado.

“Muchos piensan en el diseño como algún tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas” (Wong, 1995).

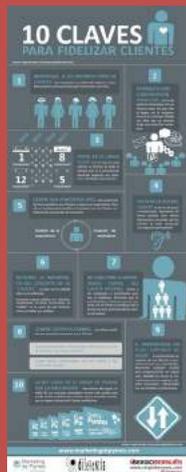


Imagen 6 Descripción.

La infografía es un material editorial que transmite un mensaje mediante la unión de elementos gráficos, en ella coexisten en equilibrio el texto y los gráficos. Reduce y muestra la información en una gráfica, haciendo más dinámico al mensaje.

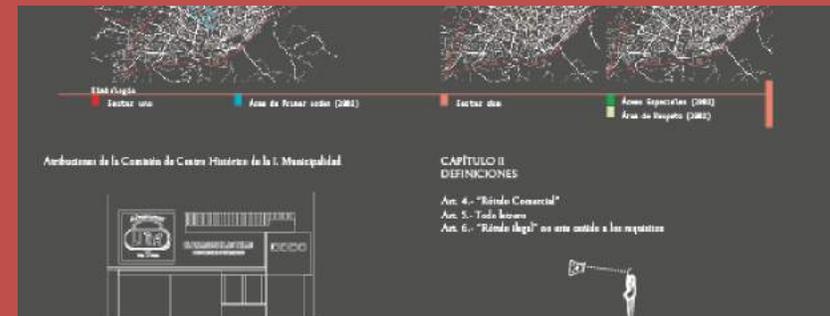


Figura 4. Descripción.

2.2. Infografía

En primera instancia, los usuarios optan por visualizar la gráfica del material para luego pasar a la lectura del texto. Se debe tomar en cuenta el texto, ya que si es demasiado extenso, puede llegar a restar interés al usuario, por lo que es posible que abandone la lectura.

Una infografía está compuesta por diversos materiales y recursos de diseño; elementos que pueden llegar a un buen seguimiento del ojo, orientando al usuario en la lectura, facilitándola y generando un mayor entendimiento. (Arroyo, 2013)

Al crear una infografía es indispensable pensar en el público. Entre los tipos de infografía encontramos: la publicitaria, la educativa y finalmente la informativa.

La información a ser usada deberá seleccionarse de acuerdo a los objetivos que nos hayamos señalado con anterioridad.

En casi todos los campos, la Infografía informativa es la más utilizada, ya que aporta datos, estadísticas y resultados.

La Infografía informativa es la más utilizada en casi todos los campos, ya que aporta datos, estadísticas y resultados.

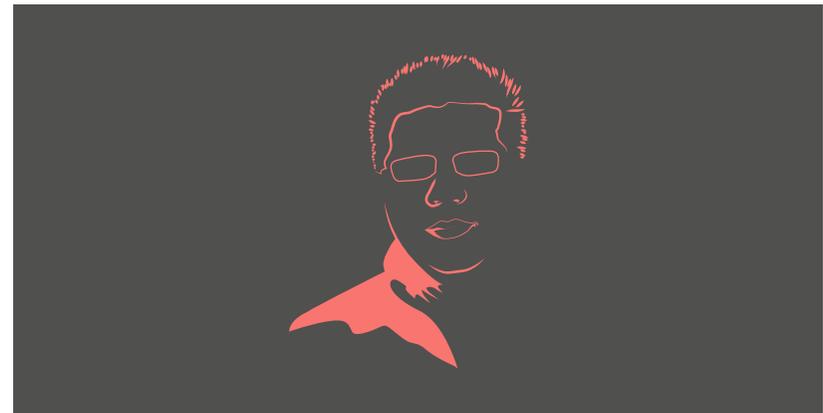


Figura 5. Descripción.

2.3. Comunicación visual

La información entra por el ojo y va directo al cerebro.

Desde el inicio de la historia de la humanidad, la imagen, el ícono, los pictogramas, entre otros, han intentado representar la realidad.

Más adelante, aparecerán los diarios, la primera imagen publicada en la prensa escrita representa un conflicto británico y fue publicada en 1702.

La imagen nace como elemento visual. En el siglo XIX existe un crecimiento en la información gráfica, en 1933

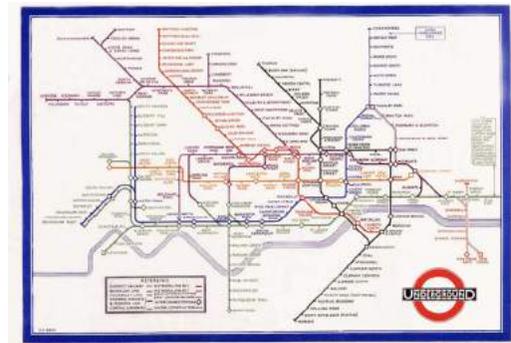


Imagen 7 Descripción.

un ingeniero electrónico generó un mapa del metro de Londres con una representación de gráficos. Este mapa no se basó en cartografía y geografía, sino que representa a un circuito electrónico con líneas cromáticas y formas ortogonales, indicando las estaciones del metro.

*Las imágenes son al lenguaje visual lo que las palabras para el lenguaje escrito.
(Acoso López, 2009).*

2.4. Ángulo de lectura

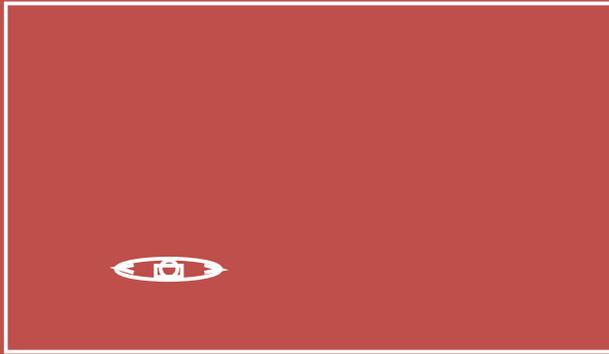


Figura 6. Descripción.

La infografía debe llamar la atención del usuario invitándolo a la lectura y la interactividad, este visualiza la composición gráfica; es decir, los elementos que la componen para así ilustrar su lectura. Se ha demostrado que existe un favoritismo por la visualización iniciada desde la parte izquierda, este fenómeno es muy similar al eje de lectura de un libro, de derecha a izquierda.

Hay dos campos que responden a la percepción visual: el primero se encarga de referentes horizontales y verticales; mientras que el segundo se encarga de los impulsos perceptivos de inferior e izquierdo.

En una composición visual, uno de sus elementos significativos corresponde a la tensión que se genera en la colocación elementos como el equilibrio, ángulo de lectura, nivelación y agrupación. La colocación de cada componente es indispensable, debido a que servirá al usuario como una guía en su proceso de lectura.

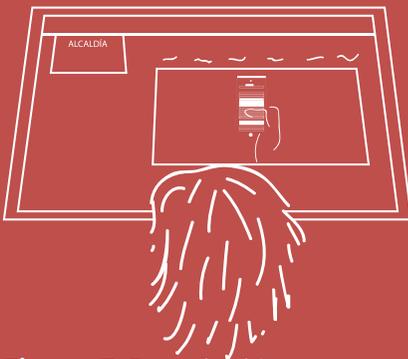


Figura 7. Descripción.

La interactividad, exploración de búsqueda y el rastreo de información (Lewis & Rieman, 1993) se definen como “mediación entre hombre y máquina”, la interacción existente entre los dos es el conjunto de elementos con los que interactúa el usuario, basado en las habilidades, experiencias y expectativas.

2.5. Interactividad

El usuario tiene el control.
Reducir la carga de memoria del usuario.

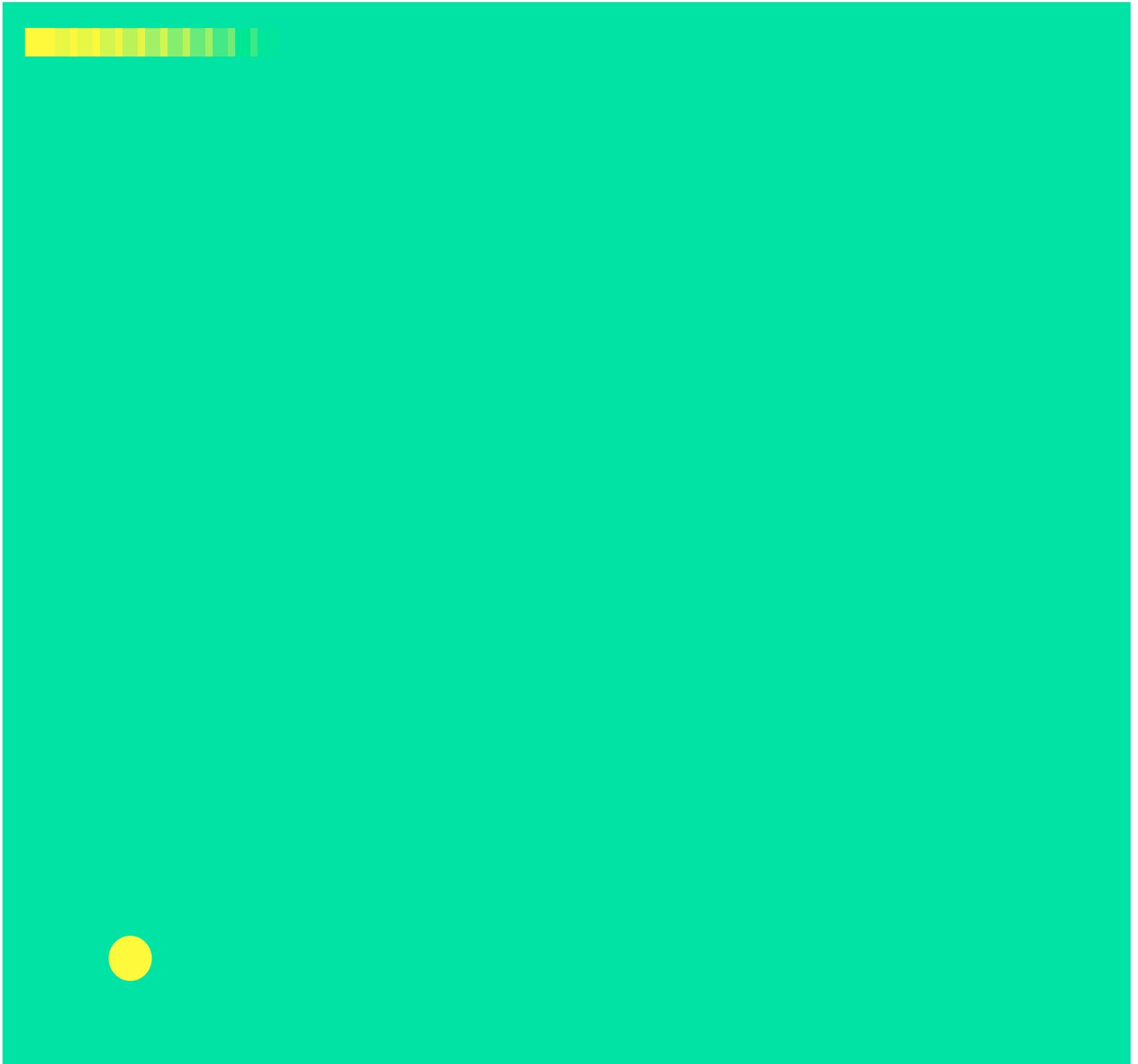


Imagen 8 Descripción.

Diseño Editorial Material didáctico

*El diseño editorial es la rama del diseño gráfico y del diseño de la información,
incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos.*



CAPÍTULO III

Clasificación

Art. 7.-

Colocación

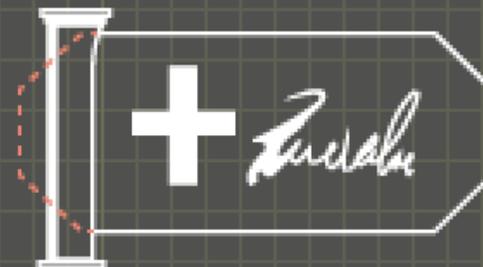
Art. 9.-

Nominación

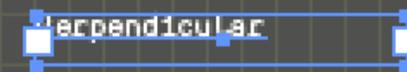


Publicidad

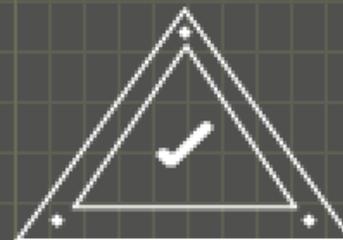
Adosar



Simbolos-Farmacias



Señalamiento



tránsito-informativo

Figura 8. Descripción.

3.1. Diseño Editorial

El diseño gráfico se encarga de crear composiciones funcionales, de acuerdo al producto que se ofertará en el mercado. El diseño ayuda a resolver problemas de comunicación; mediante el uso de sus herramientas se obtiene equilibrio, unidad y armonía entre sus elementos y la diagramación.

El manejo, colocación y distribución en el espacio nos ayuda a establecer una mejor composición visual, capturando así al observador.

Diseño bi y tridimensional

“El diseño bi-dimensional, donde el volumen es imaginario, o tri-dimensionalidad que procura, así mismo, establecer una armonía y un orden visual, o generar una excitación visual dotada de un propósito, excepto por que su material es el mundo bi-dimensional” (Wong, 1992). Por medio del manejo de formas, recursos y su respectiva ubicación en la composición, el diseño genera varias maneras de jugar con sus partes, produciendo espacios entre los elementos, acudiendo a la profundidad y al volumen con el fin de llevar al espectador a involucrarse e introducirse en la gráfica, el resultado será el exitoso proceso de comunicación.

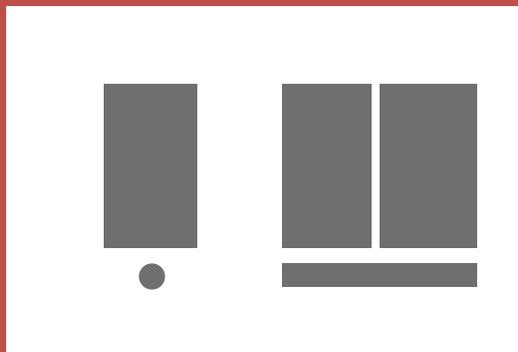


Figura 9. Descripción.

Se traduce como la agrupación de elementos en un plano. Una composición puede formarse de varios elementos como: el punto, la línea, la ilustración, la fotografía, operatorias de diseño, entre otros. Las transformaciones de los elementos generan un significado que es transmitido al espectador.

Según la composición que se tenga se puede llegar a crear distintos ambientes de lectura, brindando comodidad al lector.

3.2. Composición

En una composición, el eje de visualización que acostumbra el usuario es semejante al de lectura de un texto.

Se pueden obtener distintos tipos de composiciones según el espacio y los elementos que se usen.

Existen varias herramientas que se usan en la elaboración de un diseño de infografía, cada combinación provoca un impacto diferente y visible en el espectador.

3.3. Formato

El formato nos ayuda a elaborar distintas composiciones dependiendo del columnado, (1,2,3,4), la variación y colocación de imágenes. Las cajas de texto nos invitan a jugar con sus partes de formas diferentes. El formato nos ayuda a variar el modo de presentación de una infografía, nos da orientación, el lector se guía según la dirección en la que se encuentre:



Figura 10. Descripción.

Vertical: continuidad en la lectura.

Horizontal: una composición estática, estabilidad, un modo de presentación

3.4. Retícula

La retícula, como principio de organización, ordena los elementos en la composición. Sirve como guía, para que cada parte pueda ser colocada de diversas formas en el espacio, obteniendo así diversas composiciones con una misma retícula.

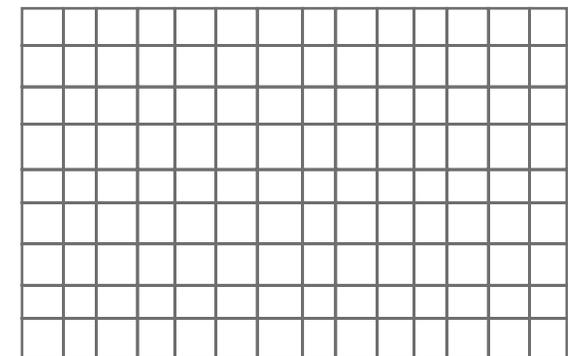


Figura 11. Descripción.

La retícula jerárquica se adapta a la información, una alineación vinculada a las proporciones de los elementos. La retícula modular segmenta las columnas obteniendo una división espacial, que nos ayuda con la colocación de partes de diversos tamaños, una retícula con pocos elementos no tiene complejidad, adición y orden.

3.5. Jerarquización



Figura 12. Descripción.

Es importante la ubicación de los elementos, dar relevancia a cierta información. La continuidad en la lectura genera que el lector vea toda la información, captando el mensaje de una forma más clara y directa, por medio de un orden de los elementos gráficos aportando creatividad al diseño de la información.

El orden genera mayor importancia para que el contenido sea relevante en el diseño.



Figura 13. Descripción.

El tamaño funciona como elemento de transición en la lectura. En una composición, el tamaño de cada pieza genera un efecto diferente, así los de mayor tamaño producirán la sensación de mayor importancia o jerarquía, lo que atrae al ojo humano, indicando al lector hacia dónde tiene que mirar.

3.6. Tamaño

La variación del tamaño, por escala o generación de nuevas formas, segmentaciones, una operatoria de diseño por medio del cual se obtiene diversas partes, el aumento y reducción de piezas fundamentales y recursos de diseño, la tipografía, que con la ayuda de segmentaciones, puede usarse con nuevos motivos compositivos de diversos tamaños y formas.

3.7. Forma

La forma puede encontrarse en un estado orgánico o artificial. La sucesión de los elementos genera morfologías y texturas; la orientación, el uso y manejo provoca como elemento final, diversas formas que pueden ser usadas en la composición, así como partes vectorizadas realizadas a base de ilustraciones, imágenes o fotografías, lo que conforma una composición final como producto visual.

3.8. Elementos de diseño

El punto, línea, plano, fuentes tipográficas, color, formas geométricas usan operaciones, repeticiones y rotaciones. Así también pueden formar texturas morfológicas. Estos pueden tener distintos usos, el color como mensaje silencioso, cada color tiene un significado para una mejor comprensión y atracción del espectador. Existen grandes cantidades de fuentes tipográficas como recursos ilimitados de ideas.

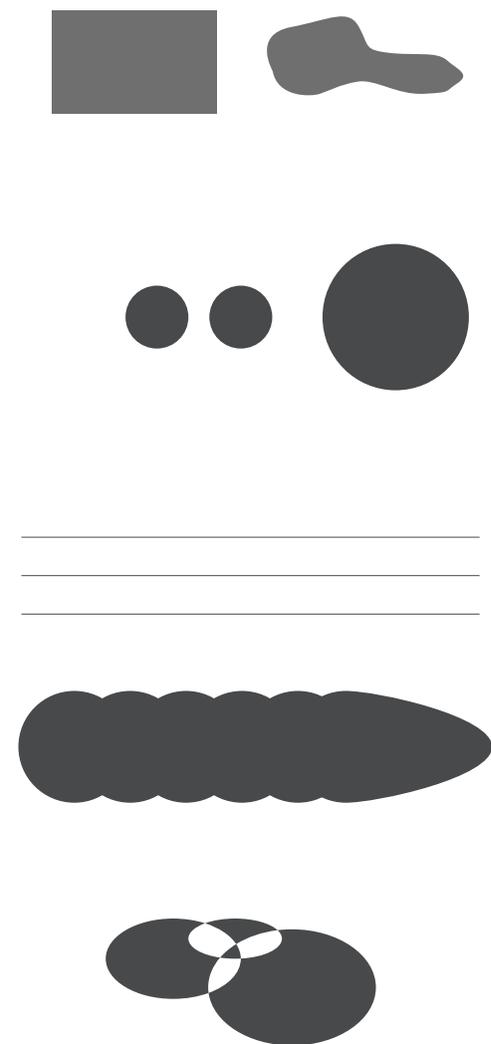


Figura 14. Descripción.

3.9. Recursos

3.9.1. Ícono



Figura 15. Descripción.

El ícono tiene la cualidad de pregnante en la mente de los usuarios, los humanos tendemos a recordarlo con facilidad.

Hay tres tipos de iconicidad, según se desea acercarse a la a la realidad, iconicidad baja, media y alta, depende del impacto y mensaje que se quiera dar.

El ícono, en su forma más simple, expresa mucho, detrás cada uno existe un trabajo de investigación, puede llegar a formar parte de un sistema gráfico, de señalética o ícono de representación como identidad corporativa.

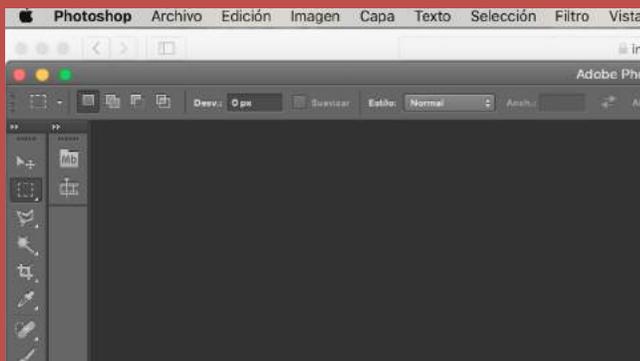


Figura 16. Descripción.

La imagen interpreta la realidad, provocando que el usuario salga y explore diversas formas de interpretación. Su resolución se da dependiendo del proyecto o material que se elabore, una imagen de baja resolución adquiere poca información.

Una imagen a mayor resolución de una mejor impresión, es posible que el mapa de bits contenga información. Una forma adecuada es el modo de archivar el documento.

3.9.2. Imagen

Existen varios formatos de imagen según el uso que se desee: .jpg .png .gif.tiff.

El formato .jpg es un recurso que puede tener pérdida de información.

El formato .png y .gif son imágenes con el fondo transparente.

3.9.3. Fotografía

La fotografía nos ayuda a provocar un mayor impacto. Indica con certeza el mensaje, por el hecho de ser fotografía tiene mayor acercamiento a la realidad.

Enfoque de luz

La luz es un elemento necesario con el que se puede lograr diferentes efectos.



Imagen 9. Centro Histórico de Cuenca.

La luz, desde la parte inferior, nos genera una imagen oscura, se puede decir que puede dar impacto negativo, a comparación de la luz enfocada desde la parte superior, que se vuelve una iluminación natural, generando impacto positivo; con la luz de izquierda a derecha se genera un impacto relajado, a mayor cantidad de luz existe una seguridad en la composición.

3.9.4. Ilustración

Es un recurso gráfico donde el diseñador tiene un aporte personal, en ella se combinan trazos de diseño y arte con el propósito de crear un mensaje más complejo. Existen varias técnicas de ilustración, según la técnica se puede llegar a diferentes efectos en el diseño, la ilustración en carboncillo, sepia, pasteles, rotuladores, acuarelas o un collage. La técnica es la que define el estilo o llega a complementar un diseño.

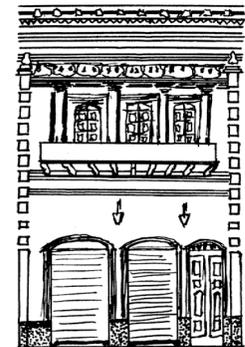


Figura 17. Descripción.

CAPÍTULO 2

Segmentación



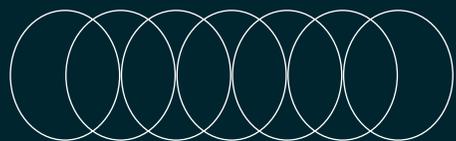
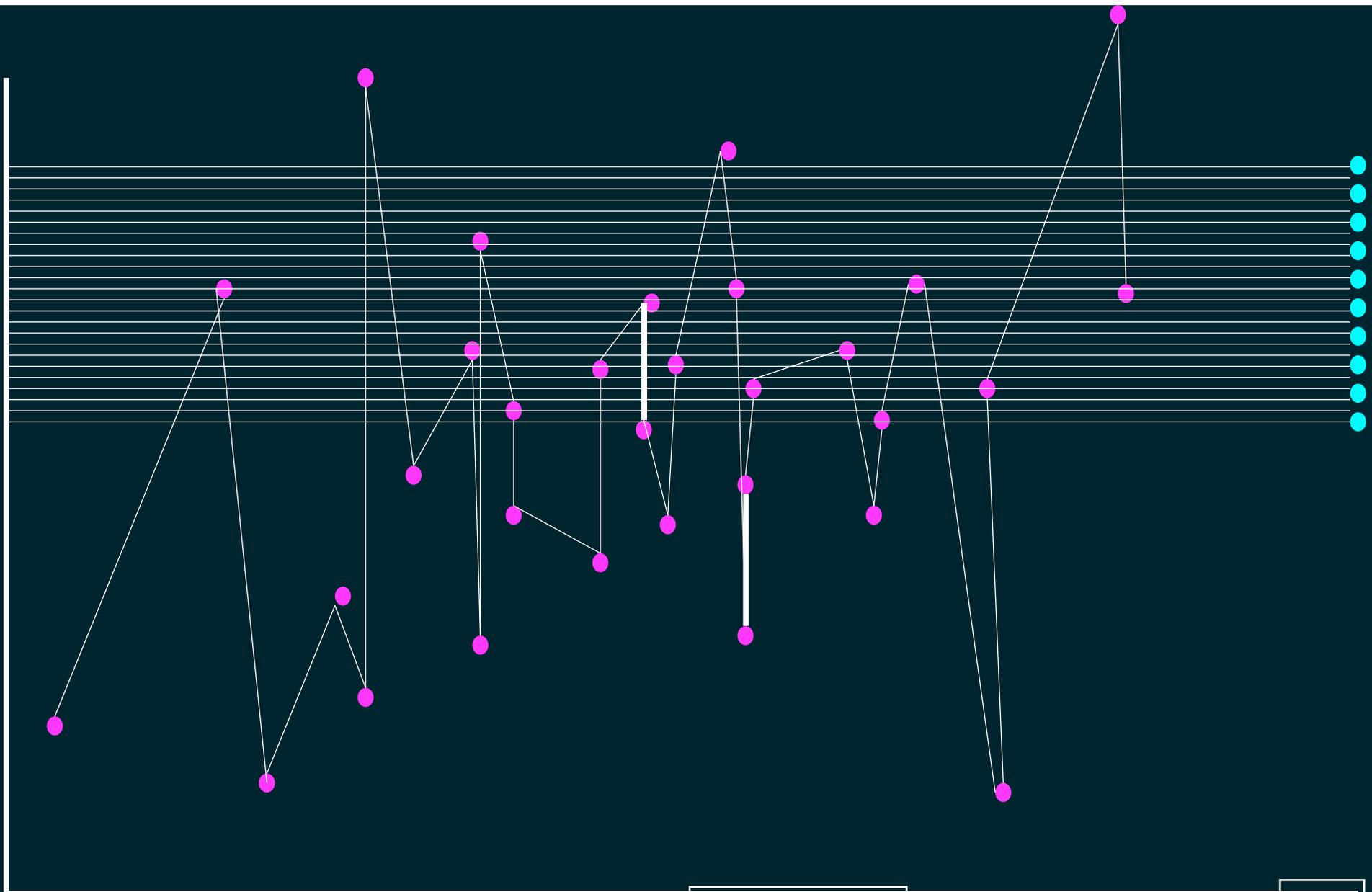


Figura 18. Análisis.

4.1. Targuet



Imagen 10. Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales.

Municipalidad de Cuenca

Socio clave

- Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales. Calle Presidente Córdova y General Torres.
- Control Municipal. Av. 12 de Abril y Paucarbamba.
- Departamento de comunicación. Simón Bolívar y Borrero.

4.2. Persona design



Imagen 11. Persona design.

Se realizaron encuestas a locales de publicidad de la ciudad de Cuenca, en su mayoría a jóvenes diseñadores gráficos. Carlos Chacho, cuencano, casado sin hijos, inició su local como diseñador. Con el paso del tiempo invirtió en materiales y maquinaria de impresión; en la actualidad, junto a su primo, realizan estampados, impresiones en varios formatos, colocación de material publicitario.

Neo Pixel

4.3. Segmentación

Criterios de segmentación	Segmentos típicos del mercado
Segmentación geográfica	
Región	Sierra sur ecuatoriana
Población	853.000
Longitud	O79°0'16.31"
Latitud	S2°54'1.98"
Clima	Prob. de precipitación 41% Humedad 75% Viento 10 km/h.(25-03-18)
Segmentación demográfica	
Ingresos	\$ 800
Edad	Entre los 25 a 45 años
Género	M/F
Clase social	Clase Media- media/alta
Grupo étnico	Mestiza
Estudio	Superior
Ocupación	Diseñador gráfico
Segmentación psicológica	
Personalidad	Racional-Emocional
Estilo de vida	Conservador
Valores	Honestidad-Respeto
Segmentación conductual	
Conductuales	Promotor
Beneficios	Informativo
Tasa de uso	Cliente/Usuario

4.4. Encuesta

 Encuesta
 Cuenca, 2 de Mayo del 2019

Dirección:
Nombre del local o establecimiento:
Nombre:

a. Profesión:
.....

b. Con qué frecuencia recurre a información emitida por la municipalidad de Cuenca?
 semanal ...
 mensual ...
 Anual ...
 nunca ...

c. Que le resulta más fácil como medio informativo un medio impreso o un medio digital?
 Impreso ...
 Digital ...

d. Tiene conocimientos de las ordenanzas emitidas por la municipalidad de Cuenca?
 si ...
 no ...

e. Tiene conocimiento de las ordenanzas vigentes sobre el uso de rotulación y la publicidad de la ciudad de Cuenca?
 Conservación de las Áreas Históricas y Patrimoniales del cantón Cuenca. ...
 Ordenanza sobre rótulo y anuncios en el centro histórico de la ciudad. ...
 Ordenanza que regula la instalación y control de la publicidad y propaganda exterior en el cantón Cuenca - codificado ...
 Ninguna ...

...
 i. Hace cuanto tiempo que tiene el local o establecimiento?
 1 mes ...
 6 meses ...
 6 años ...
 15 años ...
 más de 15 años ...

goal300@gmail.com Cuenca - Ecuador

Figura 19. Encuesta.

4.5. Recorrido de usuario

Acceso digital por medio de un dispositivo

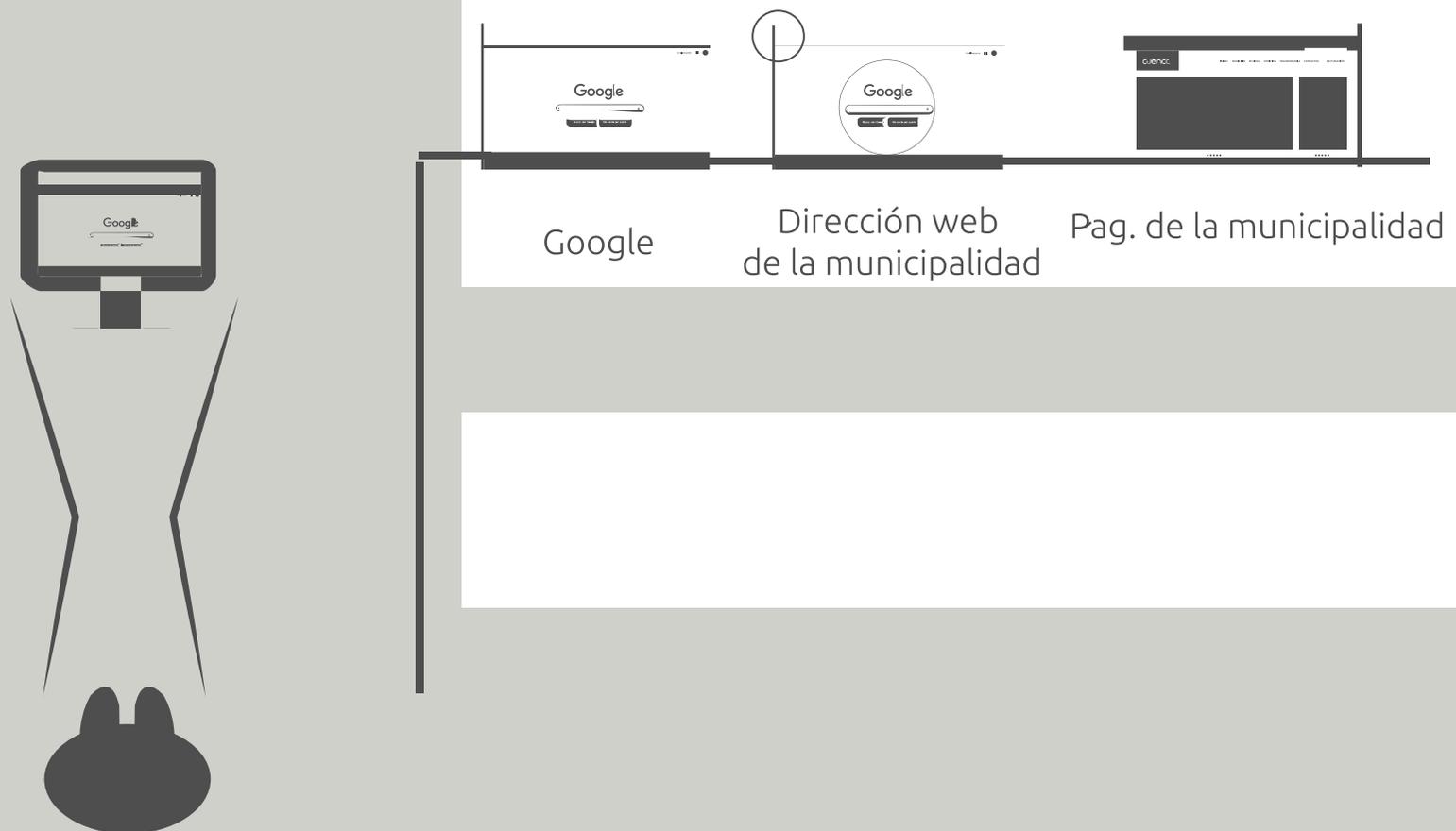


Figura 20. Recorrido de usuario.

4.6. Conclusión

En la ciudad de Cuenca, el uso de publicidad profesional se ha incrementado en la última década, la colocación de material publicitario es considerable. La municipalidad interfiere por medio de ordenanzas, en donde informa sobre el uso de la publicidad a quienes hacen uso de ella. Los dueños de establecimientos de publicidad conocen las ordenanzas de rotulación en un 64.4%. El uso de materiales, color, gestión, conservación del patrimonio, el uso de la publicidad en el cantón Cuenca y las ordenanzas están en la página web de la municipalidad, siendo el medio digital de mayor preferencia con un 83.3 % para recibir y visualizar información.

Encuesta
Resultados



64.4%

Conocimiento de
o r d e n a n z a s



Medio digital |

5. Partidos de diseño

En la elaboración de un producto de diseño, se toma en cuenta ciertos aspectos para un resultado óptimo.

5.1 Forma

La orientación vertical provoca una continuidad hacia abajo, obligando al usuario a continuar con la lectura, tomando en cuenta la cantidad de información.

Tipografía Bellefair, fuente san serif (lectura).
Tipografía Ahamono fuente serif (cuadros). Material didáctico rectangular.

5.2 Función

Reducir la cantidad de información seleccionada de las ordenanzas emitidas por la municipalidad, de modo que sea representado en una infografía con el fin de informar artículos siendo transfor-

mados y/o complementados con gráfica. Tipografía San Serif transmite formalidad y seriedad en el mensaje. Material didáctico digital para una mejor difusión del producto.

5.3 Tecnología

Para su elaboración: computadora instalado el paquete de Adobe.

5.4 Homólogos

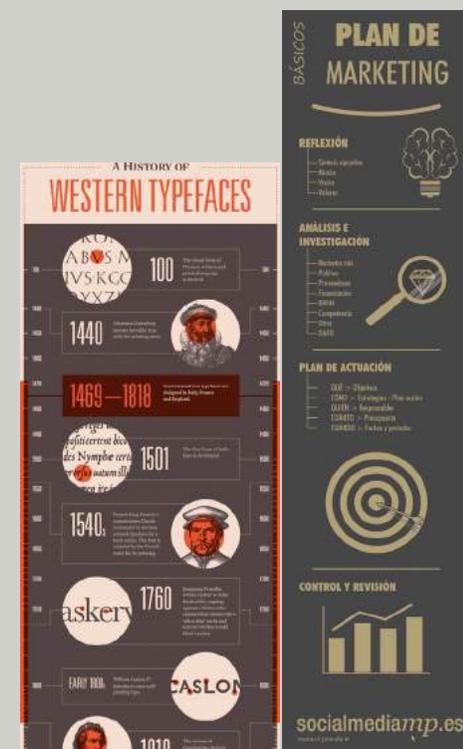


Imagen 12. Infografías.

6. Mix de marketing

6.1. Producto

El producto a realizarse es una infografía digital para la difusión de ordenanzas, dirigida a dueños y profesionales que hacen uso de la publicidad.

Es un material didáctico que, por medio de sus elementos, definirá cinco infografías que contengan información de la municipalidad, seleccionando a su vez una cromática para cada tipo de ordenanza.

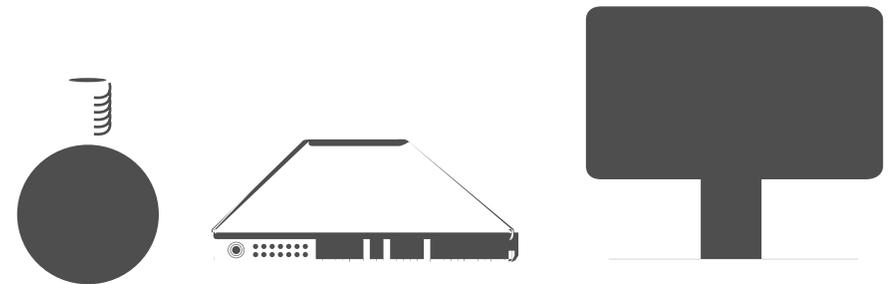
6.2. Plaza

El producto se entregará a la municipalidad, el mismo se incorporará a una pestaña en la página de la municipalidad de Cuenca.



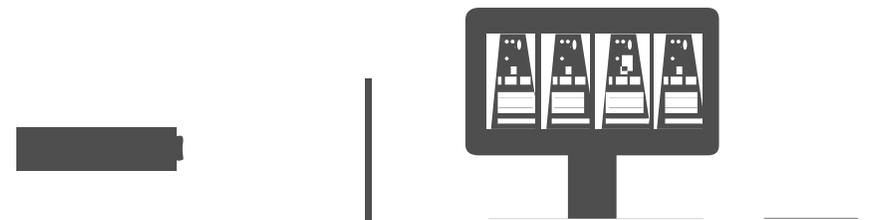
6.3. Precio

El precio se obtendrá calculando las horas de trabajo en el proyecto, incluidos factores como luz, internet, entre otros.



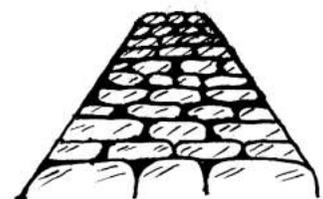
6.4. Promoción

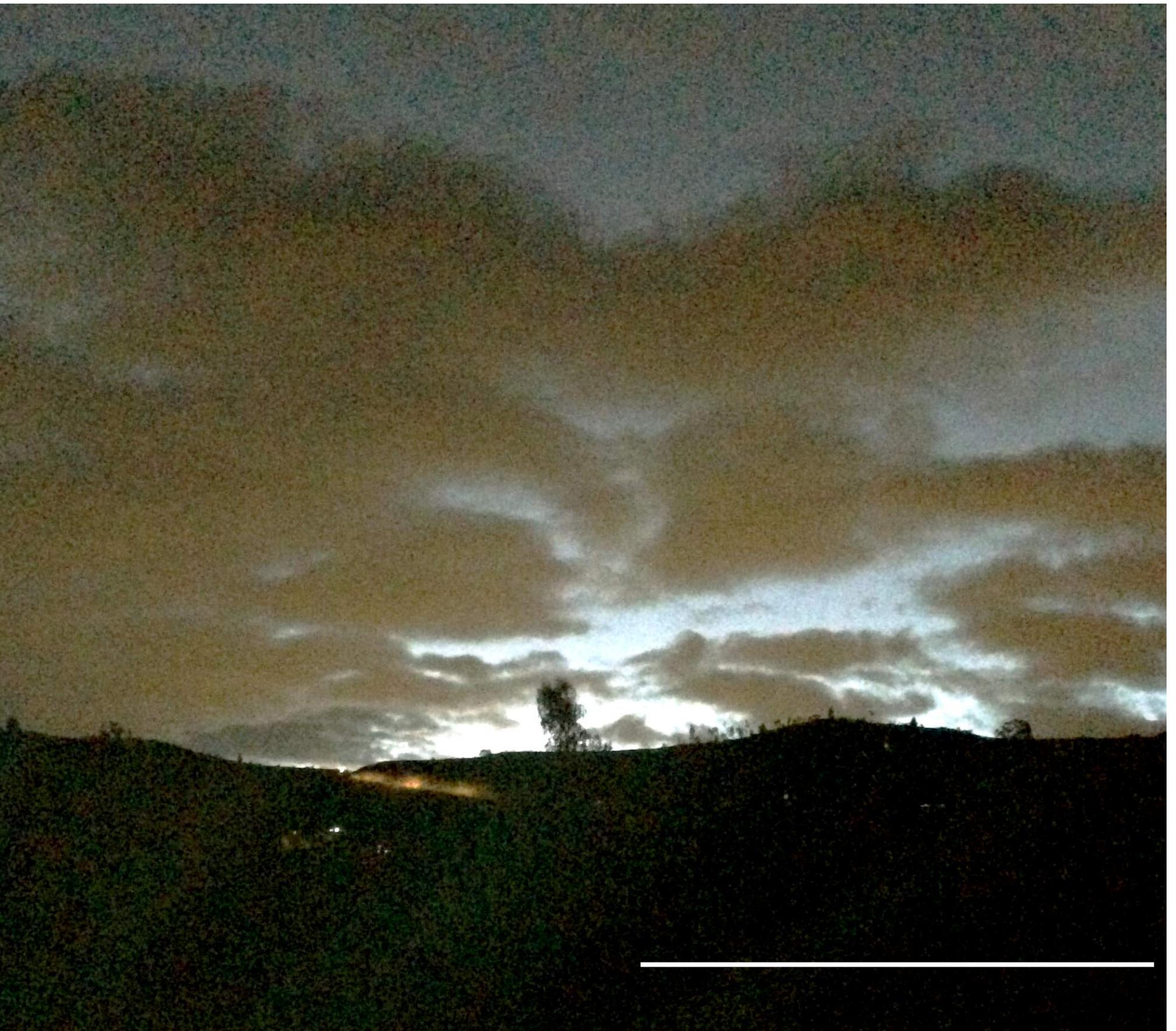
El precio se obtendrá calculando las horas de trabajo en el proyecto, incluidos factores como luz, internet, entre otros.



CAPÍTULO 3

Ideación





lagen 13. Zona urbana de Cuenca.

7.1. Valorización

Ideas	Objetivos			
	1	2	3	4
1	x		x	x
2	x	x	x	x
3	x	x	x	x
4	x		x	x
5	x		x	x
6	x	x		x
7	x	x		x
8	x		x	x
9	x			x
10	x		x	x

Objetivo general

- Informar el uso de rótulos y publicidad a través del diseño de un material gráfico didáctico que ayude a la difusión de la ordenanza emitida por la Municipalidad de Cuenca para profesionales y dueños de locales comerciales.

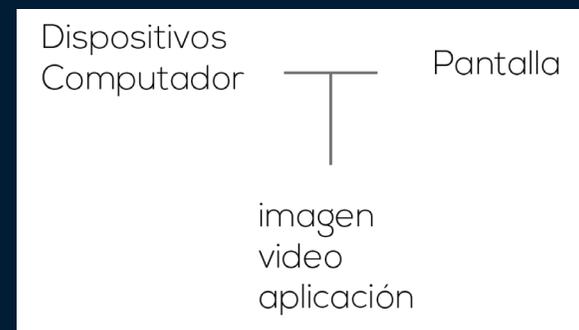
Objetivos específicos

- Analizar el uso de publicidad y rótulos comerciales.
- Recopilar información a dueños y profesionales sobre las ordenanzas vigentes:
 - Ordenanza para la gestión y conservación de las áreas históricas y patrimoniales del cantón Cuenca
 - Ordenanza sobre rótulo y anuncios en el centro histórico de la ciudad
 - Ordenanza que regula la instalación y control de la publicidad y propaganda exterior en el cantón

Cuenca

- Reglamento para el uso del color y materiales en las edificaciones del centro histórico
- Diseño de material didáctico para profesionales y dueños de locales comerciales.

Forma-Función-Tecnología



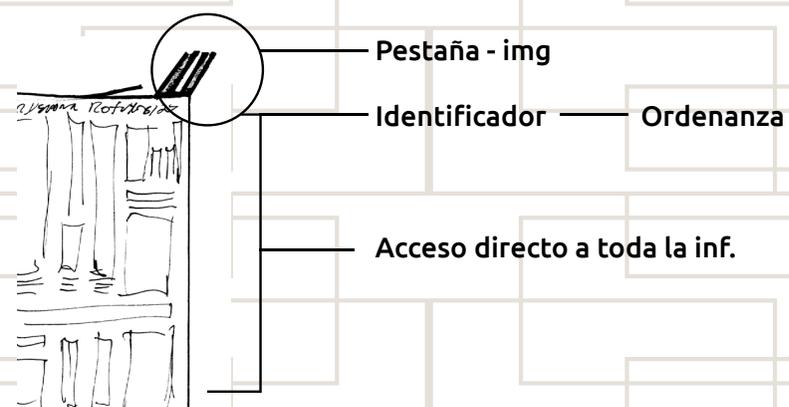
El material es un producto digital que variará según la pantalla que use el usuario.

En la tecnología su visualización y manipulación será en medios digitales.

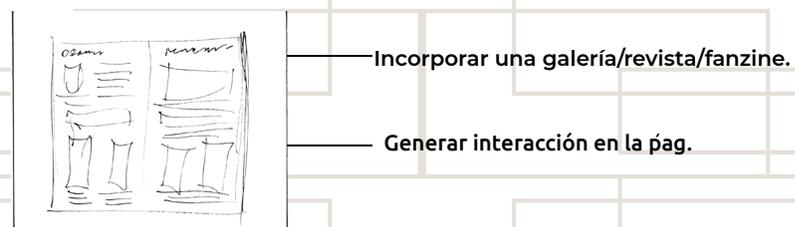
7.2. Lluvia de ideas

Subir a la pág. de la Municipalidad

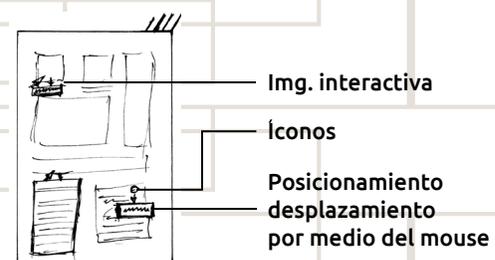
Idea 1



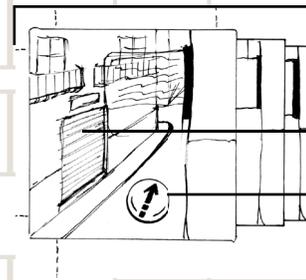
Idea 2



Idea 3



Idea 4



Generar un recorrido en el usuario

Recorrido seleccionando edificaciones de la ciudad, en el trayecto aparecen parametros o artículos de la ordenanza según el lugar

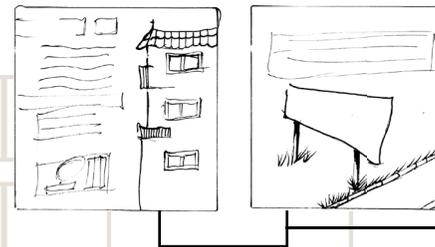
Desplazamiento-control del usuario

Idea 5



Uso táctil- celulares

Mayor interacción



Transiciones

Idea 6

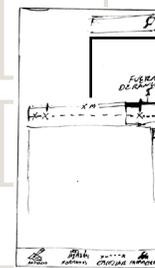


Uso de la cámara

Aprobación de colocación
Desaprobación elementos que perjudican la fachada

Programación

Idea 7

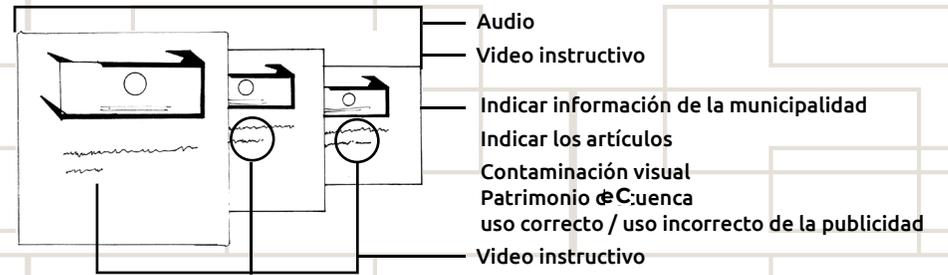


Medición de un punto a otro

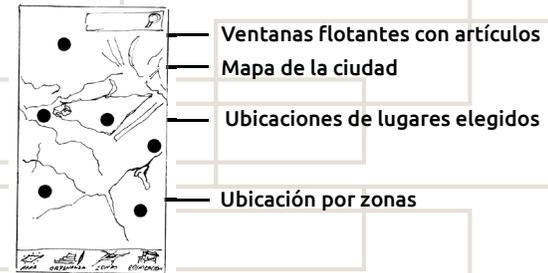
Indica el lugar, por medio de color de línea identificar el espacio

Programación

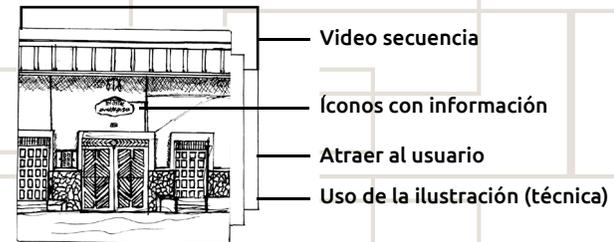
Idea 8



Idea 9

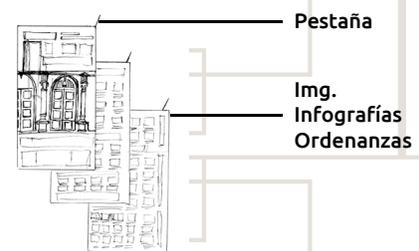


Idea 10

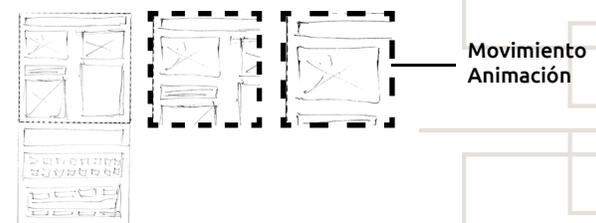


7.3. Ideas finales

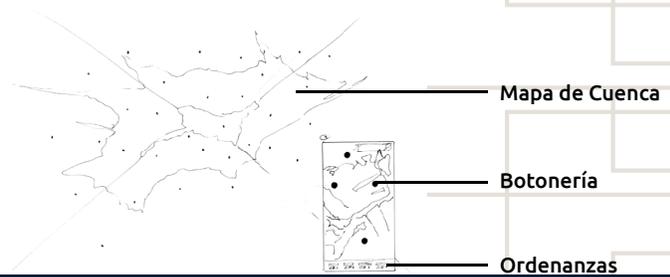
Idea 1



Idea 2

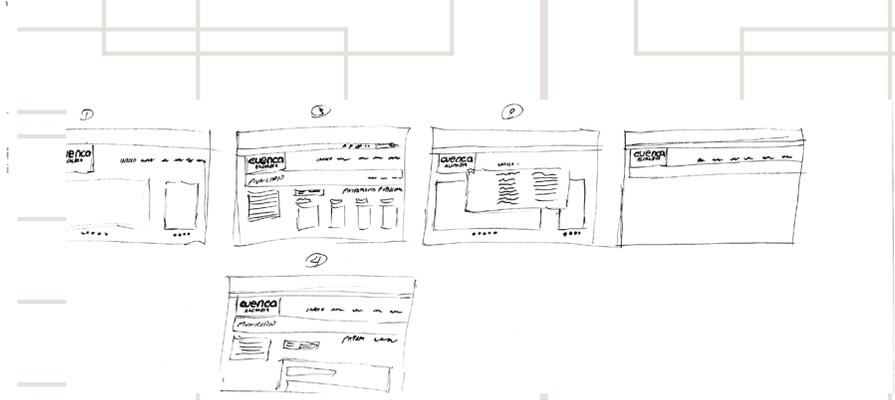
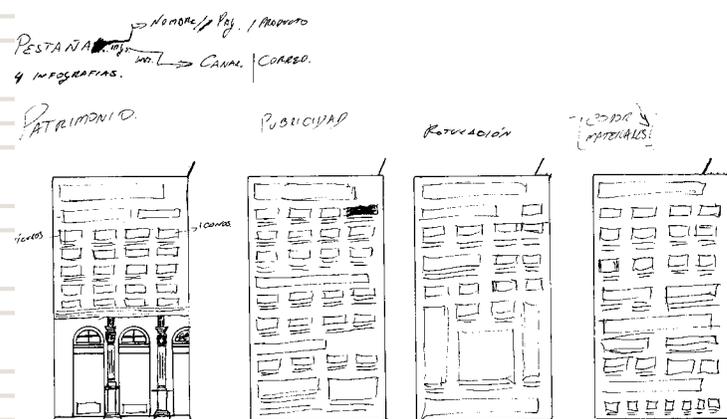


Idea 3



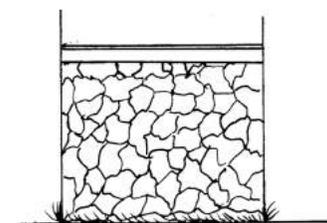
7.4. Idea seleccionada

Añadir una pestaña a la pág. de la Municipalidad.
Infografías
Una por ordenanza



CAPÍTULO 4

Desarrollo



1.-



Imagen 14. Introducción..

8.1. Condicionantes



Una de las condiciones para la elaboración de la infografía radica en las ordenanzas emitidas por la municipalidad, ya que existen artículos que no pueden ser adulterados adicionales.

Según el tipo de material que se va a elaborar, se incorporarán varios elementos que describen una infografía.

Para la cromática se utilizaría el color de la municipalidad, que sirve como identificador de Cuenca.

8.2. Determinantes

✗	Barniz		Ladrillo	
	Laca		Marmoleado	
			Piedra	
✓	Barniz		Metal	
	Laca		Madera	

Ilustración

Los determinantes de este proyecto son el tipo de ilustración que se usará, un rebibujo de fotografías, imágenes extraídas de la web, la colocación de los elementos en el espacio, así como el uso de tipografías.

Generar gráficos que especifiquen y agrupen los artículos emitidos por la municipalidad.

8.3. Contenido

Describe el proceso de elaboración de un material didáctico, desde la recopilación de información. Capítulo 1, información sobre la elaboración y contenido de la infografía; capítulo 2, la identificación y selección de nuestro público, sus condiciones y estado actual; capítulo 3, la generación de ideas del material a desarrollar; capítulo 4, el desarrollo del material.

 Pag. preliminares

 Índice

 Capítulo 1 - Contenido

 Capítulo 2 - Segmentación

 Capítulo 3 - Ideación

 Capítulo 4 - Desarrollo

La infografía se compone de artículos emitidos por la municipalidad (ordenanzas), mediante gráficos que explican en primera instancia el tema de informar los artículos y la creación de gráficos y mapas que delimitan a Cuenca por zonas.

8.4. Diseño Proceso

Para la elaboración del documento, se partió de información de la problemática, para así proceder a una investigación que determine el producto; en este caso, con material que difunda las ordenanzas.

Se seleccionó una cromática para cada capítulo, una gama partiendo del color de la municipalidad (rojo) y colores secundarios.

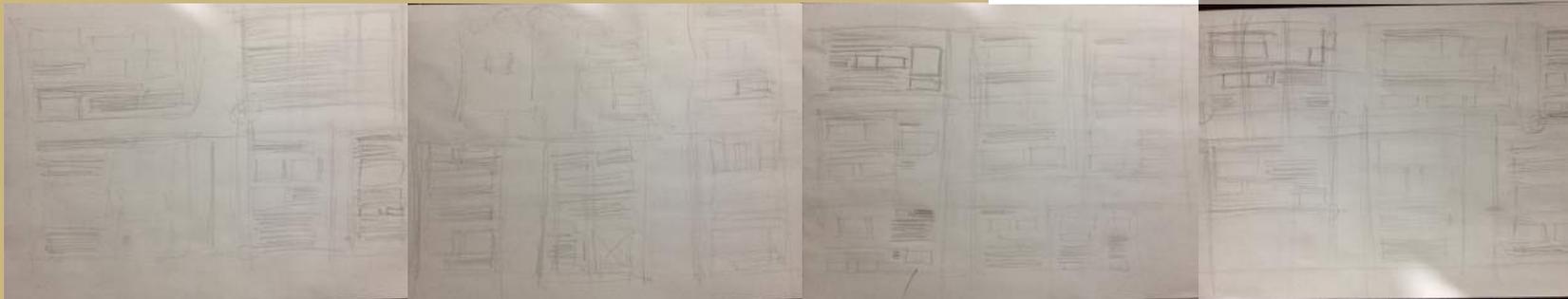
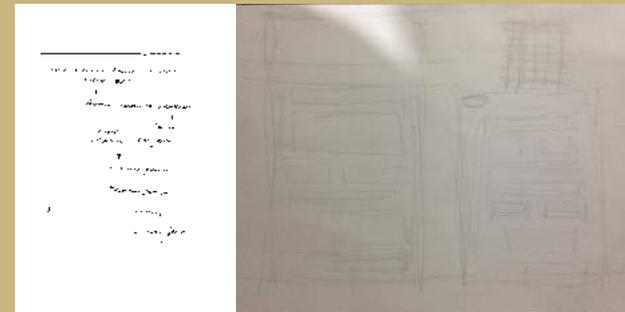
La generación de guías para la diagramación, íconos, imágenes, gráficas, entre otros, se han creado con la finalidad de complementar el texto.

El material se elaboró partiendo de infografías ya elaboradas como homólogos, se tomó en cuenta la fuente, cromática y hacia quién fue dirigida.

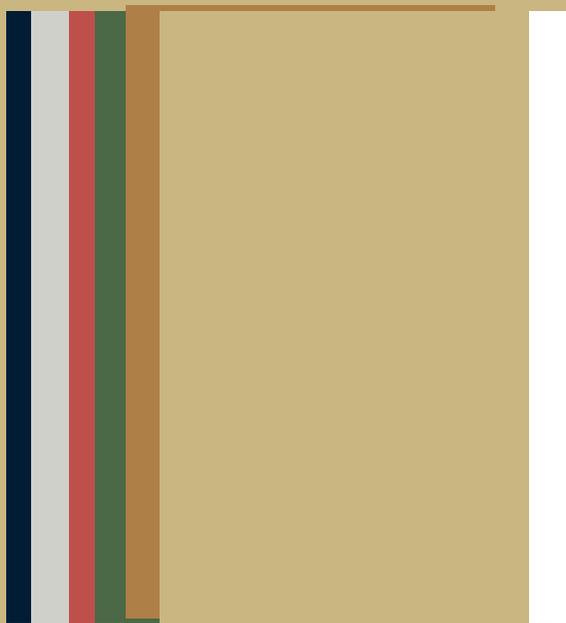


Bocetación

Generación de ideas para la diagramación y el nombre de la pestaña a adicionar a la pág. de la municipalidad.



8.5. Cromática



Colores principales

	Municipalidad de Cuenca-Alcaldía
	Pantone P 48-14 C
	Pantone P 48-12 C
	Pantone P 48-10 C
	Pantone P 48-16 C
	Pantone P 50- 7 C
	Pantone P 179-14 C
	FFFFFF

Colores secundarios

	Pantone P 34-7 C
	Pantone P 55-5 C
	Pantone P 119-5 C
	Pantone P 163-5 C
	Pantone P 89-6 C
	Pantone P 148-8 C

8.6. Tipografía

La tipografía como elemento textual y como elemento gráfico.

San Serif - Bellefair - Formalidad

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,."\$%/()=¿!"

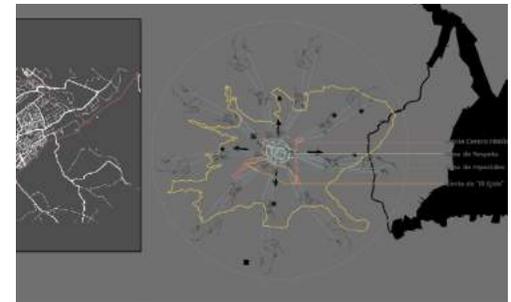
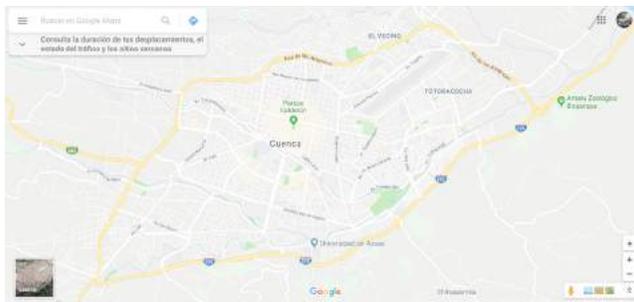
ABcd 36 pts.
ABcd 12 pts.

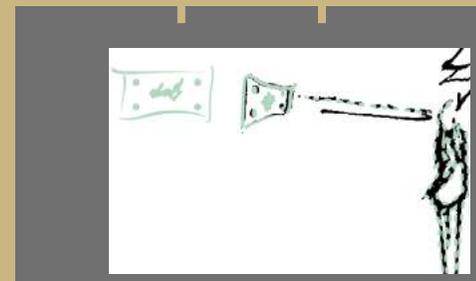
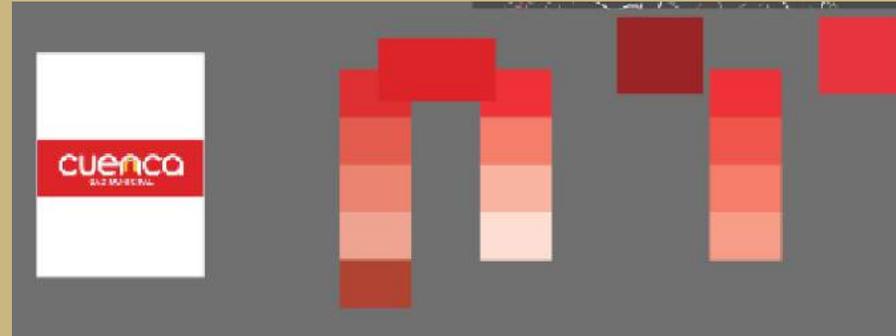
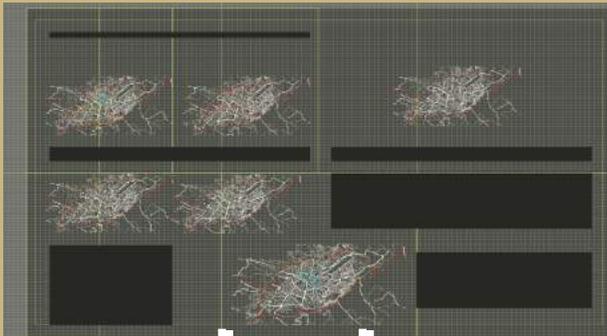
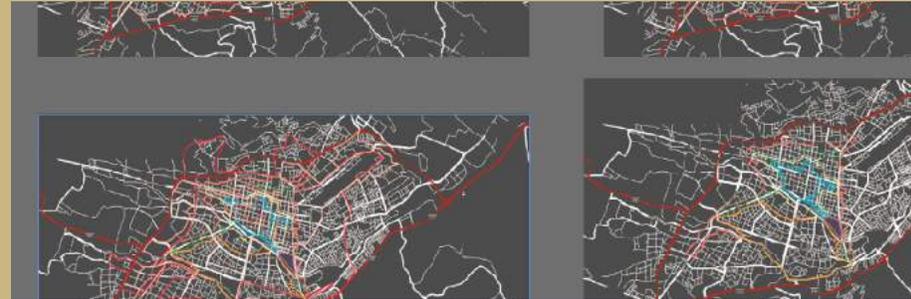
Serif - Ahamono - Dinámica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,."\$%/()=¿!"

ABcd 36 pts.
ABcd 12 pts.

8.7. Digitalización





Ordenanza para la gestión y conservación de las áreas históricas y patrimoniales del cantón Cuenca



Art. 11.- Delineación de Área Histórica y Patrimonial

- b) Toda la intervención no podrá ser ejecutada sin la aprobación.
c) Otorgar los permisos para el uso y ocupación de los espacios públicos.



CAPÍTULO I
JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA

Art. 1.-

Establecida Área de Primer orden (DMO) Sector zona Áreas Especiales (DMO) Área de Respeto (DMO)

Atribuciones de la Comisión de Centro Histórico de la E. Municipalidad

Art. 3.- Vigilancia al correcto empleo de los letreros

CAPÍTULO II
DEFINICIONES

Art. 4.- "Bitalo Comercial"
Art. 5.- Todo letrero
Art. 6.- "Letrado ilegal" es todo letrero que no cumple con los requisitos

Art. 8.- Los Zócalos y Anacores, por su estructura y materiales

CAPÍTULO III
Clasificación
Art. 7.-

CAPÍTULO II
OBLIGACIONES Y DERECHOS DEL TITULAR

Art. 2.- Competencia
Art. 3.- Competencia
Art. 4.- Competencia

Art. 9.- Reglas

Art. 10.- La prohibición de tabulear

Art. 11.- La prohibición de tabulear

Art. 12.- La prohibición de tabulear

Art. 13.- La prohibición de tabulear

Art. 14.- La prohibición de tabulear

Art. 15.- La prohibición de tabulear

Art. 16.- La prohibición de tabulear

Art. 17.- La prohibición de tabulear

Art. 18.- La prohibición de tabulear

Art. 19.- La prohibición de tabulear

Art. 20.- La prohibición de tabulear

Art. 21.- La prohibición de tabulear

Art. 22.- La prohibición de tabulear

Art. 23.- La prohibición de tabulear

Art. 24.- La prohibición de tabulear

Art. 25.- La prohibición de tabulear

Art. 26.- La prohibición de tabulear

Art. 27.- La prohibición de tabulear

Art. 28.- La prohibición de tabulear

Art. 29.- La prohibición de tabulear

Art. 30.- La prohibición de tabulear

Art. 31.- La prohibición de tabulear

Art. 32.- La prohibición de tabulear

Art. 33.- La prohibición de tabulear

Art. 34.- La prohibición de tabulear

Art. 35.- La prohibición de tabulear

Art. 36.- La prohibición de tabulear

Art. 37.- La prohibición de tabulear

Art. 38.- La prohibición de tabulear

Art. 39.- La prohibición de tabulear

Art. 40.- La prohibición de tabulear

Art. 41.- La prohibición de tabulear

Art. 42.- La prohibición de tabulear

Art. 43.- La prohibición de tabulear

Art. 44.- La prohibición de tabulear

Art. 45.- La prohibición de tabulear

Art. 46.- La prohibición de tabulear

Art. 47.- La prohibición de tabulear

Art. 48.- La prohibición de tabulear

Art. 49.- La prohibición de tabulear

Art. 50.- La prohibición de tabulear

Art. 51.- La prohibición de tabulear

Art. 52.- La prohibición de tabulear

Art. 53.- La prohibición de tabulear

Art. 54.- La prohibición de tabulear

Art. 55.- La prohibición de tabulear

Art. 56.- La prohibición de tabulear

Art. 57.- La prohibición de tabulear

Art. 58.- La prohibición de tabulear

Art. 59.- La prohibición de tabulear

Art. 60.- La prohibición de tabulear

Art. 61.- La prohibición de tabulear

Art. 62.- La prohibición de tabulear

Art. 63.- La prohibición de tabulear

Art. 64.- La prohibición de tabulear

Art. 65.- La prohibición de tabulear

Art. 66.- La prohibición de tabulear

Art. 67.- La prohibición de tabulear

Art. 68.- La prohibición de tabulear

Art. 69.- La prohibición de tabulear

Art. 70.- La prohibición de tabulear

Art. 71.- La prohibición de tabulear

Art. 72.- La prohibición de tabulear

Art. 73.- La prohibición de tabulear

Art. 74.- La prohibición de tabulear

Art. 75.- La prohibición de tabulear

Art. 76.- La prohibición de tabulear

Art. 77.- La prohibición de tabulear

Art. 78.- La prohibición de tabulear

Art. 79.- La prohibición de tabulear

Art. 80.- La prohibición de tabulear

Art. 81.- La prohibición de tabulear

Art. 82.- La prohibición de tabulear

Art. 83.- La prohibición de tabulear

Art. 84.- La prohibición de tabulear

Art. 85.- La prohibición de tabulear

Art. 86.- La prohibición de tabulear

Art. 87.- La prohibición de tabulear

Art. 88.- La prohibición de tabulear

Art. 89.- La prohibición de tabulear

Art. 90.- La prohibición de tabulear

Art. 91.- La prohibición de tabulear

Art. 92.- La prohibición de tabulear

Art. 93.- La prohibición de tabulear

Art. 94.- La prohibición de tabulear

Art. 95.- La prohibición de tabulear

Art. 96.- La prohibición de tabulear

Art. 97.- La prohibición de tabulear

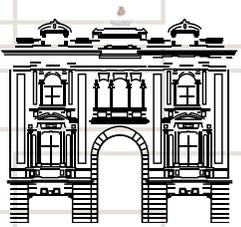
Art. 98.- La prohibición de tabulear

Art. 99.- La prohibición de tabulear

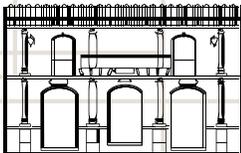
Art. 100.- La prohibición de tabulear

8.8. Gráficos

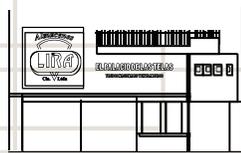
8.8.1. Edificación



Dirección de áreas históricas y patronales



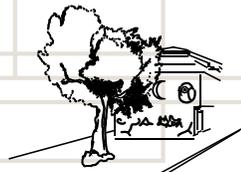
Mantener su característica original



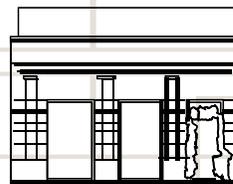
Correcto uso de idioma



Identificación del edificio



Valor artístico



Exhibición de mercadería



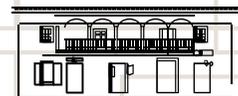
Propagandas en balcones



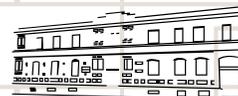
Espacios naturales protegidos



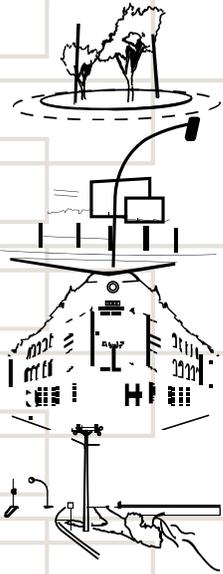
Paso a desnivel



Colocación



Patrimonio

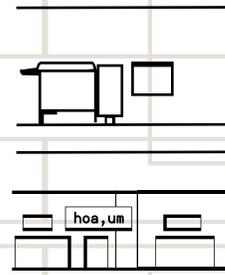


Redondel

Obstaculizar

Espectáculos

Puentes, postes y cableados



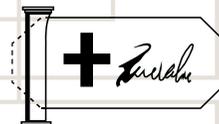
Afiche

Yuxtaposición

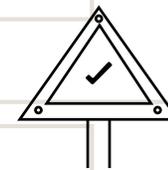
8.8.2. Rótulos



Nominación

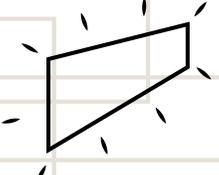
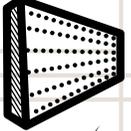
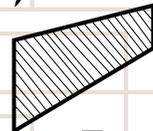


Publicidad

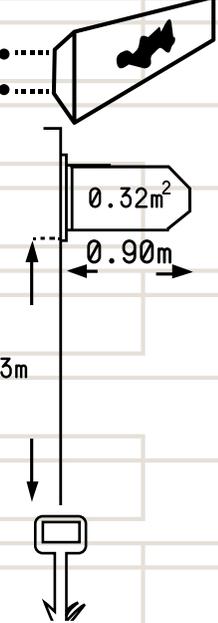
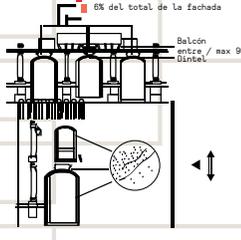


Señalización

8.8.3. Materiales

	Ornamentos		Panel luminoso		Ladrillo
	Zócalos		Panel opaco		Marmoleado
	Perfil luminoso		Barniz		Piedra
	Perfil opaco		Laca		Metal
					Madera

8.8.4. Parámetros

	Adosado		Profesional		Monocromía
			Uso de pintura		Cromática
			Permitido		Parámetros
	Perpendicular		No permitido		Equilibrio
	Sustentación independiente				

8.8.5 Mapas

1



2



3



4



5



6



- 1 Límite de El Ejido
- 2 Límite del Centro histórico
- 3 Área de Primer orden (1982)

- 4 Área de Respeto (1982)
- 5 Área de Arqueología (1982)
- 6 Áreas Especiales (1982)

8.9. Diseño

Fotografía



Imagen



Tipografía

Bellefair

Ahamono

Infografía para la gestión y conservación de las áreas históricas y patrimoniales del cantón Cuenca

Art. 34.- Las nuevas edificaciones en el Área de El Ejido (Área de influencia del Centro Histórico - Zona Tampón), se sujetarán a los lineamientos del Plan Especial de El Ejido y la Ordenanza pertinente.

Delimitación

- Centro Histórico
- Área de Primer orden (1982)
- Área de Reserva (2002)
- Área de Arqueología (1982)
- Área de Espacios (2002)

Art. 43.- Las fachadas deberán mantener sus características originales

Art. 44.- Zócalos, Ornamentos, Pintar

Art. 46.- Exhibición de mercancías

Art. 47.- La municipalidad con su población con fin de mejorar la armonización visual. El manejo de la publicidad en la zona del Centro Histórico a cargo del Ayo, Policía, Concejo del departamento de Control Municipal, Control Municipal, Policía Municipal, Policía Nacional, Policía de Tránsito y Policía de Turismo en la zona urbana la persona que se encuentra a cargo en el Ed. Base Base en la oficina de la Dirección de Areas Históricas Patrimoniales.

Municipalidad

Cromática

Colores principales

- Municipalidad de Cuenca
- Pantone P 48-14 C
- Pantone P 48-12 C
- Pantone P 48-10 C
- Pantone P 48-16 C
- Pantone P 50- 7 C
- Pantone P 179-14 C
- FFFFFF

Colores secundarios

- Pantone P 34-7 C
- Pantone P 55-5 C
- Pantone P 119-5 C
- Pantone P 163-5 C
- Pantone P 89-6 C
- Pantone P 148-8 C

Ilustración

8.11. Infografías



Patrimonio

Rotulación

Publicidad

Lista de referencias

- Catalina Serrano Cordero. (2011). Diseño y Sociedad. ss, de www.uazuay.edu.ec Sitio web: https://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/arteydiseño/diseño_y_sociedad.pdf
- C. Malo, L. Molinari, MICEI, O. Arroyo, M Alvares. (1981). EL diseño en una sociedad en cambio. ff, de Cidap Sitio web: <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/341/2/DISE%c3%91O%20SOCIEDAD%20EN%20CAMBIO.pdf>
- Eugenio Vega. (2011). Diseño para el consumo. dd, de prints.ucm.es Sitio web: <https://eprints.ucm.es/13968/1/consumer.pdf>
- Olga Pérez Company. (2016). Diseño gráfico y arte. dd, de riunet.upv.es Sitio web: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/76015/P%20C3%89REZ%20-%20DISE%20GR%20FICO%20Y%20ARTE.pdf?sequence=4>
- Herbert Spencer. (2004). ¿Qué es una sociedad? Una sociedad es un organismo*. dd, de Reis Sitio web: http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_107_121168250759211.pdf
- Inec. (2016). DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS . dd, de Ecuador en cifras Sitio web: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf
- Carlos Garcia. (2012). <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/378/1/09060.pdf>. dd, de <http://dspace.uazuay.edu.ec> Sitio web: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/378/1/09060.pdf>
- MICHEL MAURICIO PEZANTES RENDON. (2016). “Contaminación Visual y Estigma en el Centro Histórico de Quito”. dd, de <http://repositorio.puce.edu.ec> Sitio web: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13266/Contaminaci%C3%B3n%20Visual%20y%20Estigma%20en%20el%20Centro%20Hist%C3%B3rico%20de%20Quito.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MARCIA SOLEDAD CABRERA GARCÍA. (2015). “Urbanismo y Arte no Convencional: El Grafiti en Cuenca-Ecuador”. dd, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec> Sitio web: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22861/1/TESIS.pdf>
- Lorena Arias, Estefania Torres . (2011). RESUMEN PROYECTO “GUALACEO SIN CONTAMINACIÓN VISUAL” . dd, de UNIVERSIDAD DE CUENCA Sitio web: <file:///Users/geovanny/Downloads/tc275contaminación%20visual.pdf>
- María Elizabeth Granda Sánchez. (2016). La contaminación visual producida por la publicidad exterior. dd, de [revistalatinacs](http://www.revistalatinacs.org) Sitio web: http://www.revistalatinacs.org/16SLCS/2016_libro/066_Granda.pdf
- Junta de Andalucía, Consejería de Obras Públicas y Transportes Dirección General de Arquitectura y Vivienda, Fomento de la Arquitectura. (2007). Cuenca Guía de arquitectura An architectural guide. dd, de [junta-deandalucia.es](http://www.junta-deandalucia.es) Sitio web: http://www.junta-deandalucia.es/fomentoyvivienda/estaticas/sites/consejeria/areas/arquitectura/fomento/guias_arquitectura/adjuntos_ga/Cuenca_e.pdf
- Roberto Gamonal Arroyo. (2013). Infografía: etapas históricas y desarrollo de la gráfica informativa. dd, de Universidad Complutense de Madrid Sitio web: <file:///Users/geovanny/Downloads/44331-68549-3-PB.pdf>
- Carolina Salvatierra. (2008). Análisis de la composición gráfica de las infografías periodísticas impresas, de las secciones “Internacionales” y “Policiales” del diario Clarin en el periodo entre 1960 y 2008. dd, de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar> Sitio web: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC098769.pdf>
- Ing Wilman Helioth Sanchez, Eduard Leonardo Sierra, Andres Esteban Menza. (2016). La ilustración: dilucidación y proceso creativo. dd, de <http://vip.ucaldas.edu.co> Sitio web: http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/Revista13_12.pdf
- Pedro Sevilla. (2015). Diseño editorial como herramienta de enseñanza en técnicas artísticas. dd, de Universidad del Azuay Sitio

web: <file:///Users/geovanny/Downloads/11187.pdf>

Imma Mengual. (2016). Reticulas, composición y formatos. dd, de <http://umh2127.edu.umh.es/> Sitio web: <http://umh2127.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/906/2016/10/Ret%C3%ADculas-Composici%C3%B3n-Formatos.pdf>

Pedro José Molina Ríos. (2011). Recopilación Visual Gráfica Popular de la Ciudad de Cuenca. dd, de dspace.ucuenca.edu.ec Sitio web: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3142/1/tdis37.pdf>

Yadira Adrana Urgilés Encalada. (2018). Análisis de contaminación visual a través del rótulo publicitario en la av. 29 de mayo del cantón Santo Domingo de los Colorados. dd, de issuu.com Sitio web: https://issuu.com/pucesd/docs/septiembre_12_2018_tesis_yadira_urg

Shelline Rosas. (2012). Diseño editorial. dd, de dinfoanahuac.files.wordpress.com Sitio web: <https://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>

Agustín Guerrero Reyes. (2016). El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas. dd, de eprints.ucm.es Sitio web: <https://eprints.ucm.es/39751/1/TFM%20-%20autor%20Leonardo%20Guerrero%20Reyes.pdf>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2012). PAISAJES CULTURALES: REFLEXIONES CONCEPTUALES Y METODOLÓGICAS. dd, de biblio.flacsoandes.edu.ec Sitio web: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55724>

Jordi Alberich David Gómez Fontanills Alba Ferrer Franquesa. (2017). Conceptos básicos de diseño gráfico. dd, de [exabyteinformatica.com](http://www.exabyteinformatica.com) Sitio web: [https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Disseny_grafic/Diseno_grafico/Diseno_grafico_\(Modulo_4\).pdf](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Disseny_grafic/Diseno_grafico/Diseno_grafico_(Modulo_4).pdf)

Wucios Wong. (1992). Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional. Centro Cultural Haedo Sitio web: http://www.centroculturalhaedo.edu.ar/cch/actualizacion_permanente/Fundamentos%20del%20Diseno%20Bidimensional%20y%20tridimensional,%20Wucius%20Wong.pdf

Claudia Arellano Vázquez. (2013). EL DISEÑO GRÁFICO Y EL DISEÑO DE IMAGEN: CÓDIGOS EN COMÚN. dd, de revista. unam Sitio web: <http://www.revista.unam.mx/vol.14/num7/art15/art15.pdf>

Lic. Dalia Álvarez Juárez . (2011). Introducción a la tipografía. dd, de coreditec.com.co Sitio web: http://coreditec.com.co/libros/introduccion_tipografia.pdf

Herrera Fernández, E. y Fernández Iñurritegui, L. (2014): Diseño de objetos gráficos-interactivos, Icono 14, volumen (12), pp. 219-243. doi: 10.7195/ri14.v12i1.656

María Acaso López. (2009). Capítulo 1,2,3,4. En Lenguaje visual(102). Barcelona-España: Paidós-Ibérica,S.A..

ABSTRACT

The visual pollution generated by the inappropriate use of advertising became a serious problem that caused discomfort to bystanders. Cuenca was declared Cultural Heritage of Humanity by UNESCO in 1999. After this, the municipality issued ordinances for the management of heritage and cultural areas, the correct use of advertising, the use of signs in the center of the city, the use of color and the use of materials. A functional design that helped to inform the public was obtained along with the graphic design. The objective was to generate a didactic material as a means of dissemination and a graphic design product to unify ordinances and generate greater interest in articles issued by the municipality of Cuenca.

Keywords: Municipal ordinance, infographic, editorial design, visual communication, user.



A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'P' and 'A' followed by a flourish.

Translated by

Ing. Paúl Arpi

