



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
DISEÑO
ARQUITECTURA Y ARTE

Escuela de Diseño Gráfico

EXPERIMENTACIÓN EN CARTELES
PUBLICITARIOS CON TECNOLOGÍAS
INTERACTIVAS

Trabajo de Graduación previo
a la obtención del título de:

Licenciado en

**Diseño
Gráfico**

Cuenca, Ecuador

2024

Director:
Juan Carlos Lazo

autor:

Juan Francisco Arízaga Alvarado

bienvenido



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO
ARQUITECTURA Y ARTE

Escuela de Diseño Gráfico

EXPERIMENTACIÓN EN CARTELES PUBLICITARIOS CON TECNOLOGÍAS INTERACTIVAS

Trabajo de Graduación previo
a la obtención del título de:

Licenciado en

**Diseño
Gráfico**

Cuenca, Ecuador

2024

Director:
Juan Carlos Lazo

autor:

Juan Francisco Arízaga Alvarado

créditos

AUTOR

Juan Francisco Arízaga Alvarado

DIRECTOR

Juan Carlos Lazo

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Autor

IMPRESIÓN

BGoffset

IMÁGENES

de libre acceso y de autor

CUENCA, ECUADOR

2024



dedicatoria

Desde lo más profundo de mi ser, a mis padres y hermano, que son lo más grande y valioso que tengo.

A los reales que siempre estuvieron ahí.

A los que ya no están a mi lado.

Esto es para ustedes que siempre confiaron en mí.

Finalmente para vos **Jote**, que nunca diste un paso atrás, goza y disfruta, **¡SE ACABÓ!**



agradecimientos

Padre, Madre, gracias por la oportunidad

Juan Lazo, Toa Tripaldi, Esteban Torres, gracias por su ayuda incondicional en este largo pero intenso viaje
A los reales que siempre estuvieron ahí.

A todos los que supieron apoyarme,
GRACIAS, GRACIAS, GRACIAS.

Y al destino por ponerme en el lugar y tiempo correcto para conocer a la gente más *❄️❄️❄️❄️❄️❄️❄️❄️❄️ que ahora tengo el derecho de decirles amigos y colegas, sin ellos nada hubiera sido igual.



índice de contenidos
índice de contenidos
índice de contenidos
índice de contenidos
índice de contenidos

01
02
03
04

CONTENIDOS

22-48

capítulo 1
CONTEXTUALIZACIÓN

50-73

capítulo 2
PLANIFICACIÓN

74-89

capítulo 3
EXPERIMENTO

90-95

capítulo 4
CONCLUSIONES

| | |
|-----------------------|----|
| resumen | 16 |
| abstract | 17 |
| objetivo general | 18 |
| objetivos específicos | 18 |
| introducción | 19 |

capítulo 1

| | |
|-----------------------------|----|
| introducción | 22 |
| antecedentes y problemática | 23 |
| estado del arte | 24 |

marco teórico 26

comunicación visual 26

publicidad 27

| | |
|---------------------------------|----|
| 2.1 DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO | 28 |
| 2.1 PUBLICIDAD ANALÓGICA | 28 |
| 2.2 CARTEL PUBLICITARIO | 29 |
| 2.3 PUBLICIDAD DIGITAL | 30 |

interactividad 30

| | |
|--|----|
| 3.1 TÉCNICAS ANALÓGICAS | 32 |
| 3.1.1 carteles desprendibles | 32 |
| 3.1.2 carteles plegables/origami | 33 |
| 3.1.3 impresión lenticular | 33 |
| 3.1.4 separación de colores/simulación de vitrales | 34 |
| 3.1.5 serigrafía | 35 |
| 3.2 NUEVAS TECNOLOGÍAS | 36 |
| 3.2.1 realidad aumentada | 36 |
| 3.3 EXPERIENCIA DE USUARIO | 37 |

investigación experimental 37

4.1 DISEÑO EXPERIMENTAL

37

investigación de campo**39**

TEMAS TRATADOS

39

MARCELO ESPINOZA

40

FELIPE JÁCOME

41

FELIPE TRAVEZ

42

AGRADECIMIENTO

42

**posibilidades
conclusión****45
48****capítulo 2**

DISEÑO EXPERIMENTAL

52

OBJETIVO GENERAL

53

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

53

POSIBLES TECNOLOGÍAS INTERACTIVAS

54

cartel rgb

54

grabado en placas de metal o madera

55

ilusión óptica tridimensional

55

implementación de anaglifos

56

impresión con hojas vegetales

56

impresión comestible

57

impresión en cerámica

57

impresión en papel ecológico y orgánico

58

impresión láser con tóner a base de sustratos vegetales

58

inyección de tinta en poliburbuja

59

moire motion

59

CALIFICACIÓN DE POSIBILIDADES

60

UNIVERSO

64

MUESTRA

64

UNIDADES DE ANÁLISIS

66

VALIDACIÓN Y CRITERIOS

66

PROCESAMIENTO DE DATOS

67

MATRIZ DE ANÁLISIS

67

SELECCIÓN DE LOS CARTELES PUBLICITARIOS

#onebeerisenough
 imagine with maggi
 travel with words

conclusión

68
 69
 70
 71
72

capítulo 3

DISEÑO DEL EXPERIMENTO

76

RESULTADOS

RESULTADOS CUANTITATIVOS EN CIRCULACIÓN

78

serigrafía con relieve

79

separación de color/simulación de vitrales

79

realidad aumentada

80

carteles desprendibles

80

impresión lenticular

81

carteles plegables/origami

81

RESULTADOS CUALITATIVOS EN CIRCULACIÓN

82

EXPOSICIÓN DE CARTELES INTERACTIVOS

83

RESULTADOS CUALITATIVOS EN EXPOSICIÓN

84

conclusión 87
capítulo 4

DISCUSIÓN

92

CONCLUSIÓN

94

RECOMENDACIONES

95

bibliografía & anexos

Índice tablas e imágenes

IMÁGENES

foto1
foto2
foto3
foto4
foto5
foto6
foto7
foto8
foto9
foto10
foto11
foto12
foto13
foto14
foto15
foto16
foto17
foto18
foto19
foto20
foto21
foto22
foto23
foto24
foto25
foto26
foto27
foto28
foto29
foto24

29
30
31
32
33
33
34
35
36
54
55
55
56
56
57
57
58
58
59
59
69
70
71
78
78
82
83
84
86
87

TABLAS Y GRÁFICOS

| | |
|---------|----|
| tabla1 | 60 |
| tabla2 | 61 |
| tabla3 | 62 |
| tabla4 | 63 |
| tabla5 | 65 |
| tabla6 | 67 |
| tabla7 | 79 |
| tabla8 | 79 |
| tabla9 | 79 |
| tabla10 | 79 |
| tabla11 | 79 |
| tabla12 | 79 |
| tabla13 | 80 |
| tabla14 | 80 |
| tabla15 | 80 |
| tabla16 | 80 |
| tabla17 | 80 |
| tabla18 | 80 |
| tabla19 | 81 |
| tabla20 | 81 |
| tabla21 | 81 |
| tabla22 | 81 |
| tabla23 | 81 |
| tabla24 | 81 |

abstract

Since the massification of social media in the early 21st century, traditional billboards have lost their presence on city streets, being replaced by digital advertising. This experimental research employs different techniques and formats from traditional paper, aiming to test the relevance of analog posters. For this project, interactive techniques such as relief screen printing, augmented reality, lenticular printing, origami/foldables, color separation/stained glass simulation, and peel-offs were implemented and tested with the public. The results obtained highlight the possibilities of analog posters today, emphasizing user interaction.

keywords: User experience, analog, digital, experiment design, printing

