



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO
COMO APOYO PARA DIFUSIÓN
DE PROCESOS PRODUCTIVOS ANCESTRALES

PROYECTO DE GRADUACIÓN PREVIO
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR GRÁFICO

AUTOR: LUIS ENRIQUE SIERRA MEDINA
DIRECTOR: Mgt. FABIÁN CORDERO

CUENCA - ECUADOR - 2019

AUTOR:

LUIS ENRIQUE SIERRA MEDINA

TUTOR:

MGT. FABIÁN CORDERO

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

AUTOR

FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES:

TODAS LAS IMÁGENES FUERON REALIZADAS POR EL AUTOR, EXCEPTO AQUELLAS QUE SE ENCUENTRAN CON SU CITA RESPECTIVA.

CUENCA - ECUADOR - 2019

DEDICATORIA

Luego de un constante y duro trabajo, dedico esta tesis a mis padres Mercedes y Patricio, de igual manera a mi familia por ayudarme, motivarme y sobre todo darme fuerzas para culminar con éxito la etapa más importante de mi vida, y, finalmente a mis amigos más cercanos que a pesar de los tropiezos siempre han sabido alentarme para hacer hoy este sueño una realidad.

ÍNDICE

ÍNDICE

Agradezco a Dios por iluminarme y bendecirme, a mis padres por su apoyo incondicional tanto económico como emocional, a pesar de las dificultades que se han presentado, a mis primos y tías por estar a mi lado en los momentos más oportunos, a mi novia por enseñarme a nunca rendirme, pues, con mucho esfuerzo y dedicación es posible conseguir todo lo que uno se propone y finalmente a mi tutor Fabián Cordero, por guiarme y transmitirme todos sus conocimientos y experiencias que han sido la base fundamental para el desarrollo de este trabajo.

AGRADECIMIENTO

CT. IMÁGENES

CONT. IMÁGENES

1.- <https://www.google.com.ec/search?q=cultura&hl=es-419&tbm=isch&source=Int&tbs=isz:lt,isl:xga&sa=X&ved=0ahUKEwi6xeGKueLiAhWDD98KHcszBmEQpwUIIQ&biw=1680&bih=947&dpr=2#imgrc=pfB9QIRILtWjLM>:

2.- https://www.google.com.ec/search?hl=es-419&biw=1680&bih=947&tbs=isz%3Alt%2Cisl%3Aax-ga&tbm=isch&sa=1&ei=NigAXeWjMqixggexha-wBA&q=artesanias+ecuador&oq=artesanias+ecuador&gs_l=img.3..0l2j0i-8i30l8.46214.51982..52274...0.0..1.570.4999.0j9j2j3j3j1.....0....1..gws-wiz-img.....35i39j0i67j0i5i30.dM_G8E00WzI#imgdi-i=sZv5o9TEKSq01M:&imgrc=RbMLU_HzKGGWcM:

3.- https://www.google.com.ec/search?hl=es-419&biw=1680&bih=947&tbs=isz%3Alt%2Cisl%3Aax-ga&tbm=isch&sa=1&ei=NigAXeWjMqixggexha-wBA&q=artesanias+ecuador&oq=artesanias+ecuador&gs_l=img.3..0l2j0i-8i30l8.46214.51982..52274...0.0..1.570.4999.0j9j2j3j3j1.....0....1..gws-wiz-img.....35i39j0i67j0i5i30.dM_G8E00WzI#imgrc=BjTY2LIYFI57qM:

4.- https://www.google.com.ec/search?hl=es-419&biw=1680&bih=947&tbs=isz%3Alt%2Cisl%3Aax-ga&tbm=isch&sa=1&ei=bCgAXeK6L46Rgged964l&q=artesanias+del+ecuador&oq=artesanias+del+ecuador&gs_l=img.3..0l9j0i5i30.270.756..1045...0.0..0.215.668.0j3j1.....0....1..gws-wiz-img.....0i7i30.4YJEunTrVDM#imgdii=VBe5TPxg-B50XpM:&imgrc=fyeEHvEsy-LA9M:

5.- [https://www.pinterest.com/search/pins/?rs=ac&len=2&q=dise%C3%B1o%20editorial&eq=dise%C3%B1o%20e&etslf=5621&term_meta\[\]=dise%C3%B1o%7Cautocomplete%7C3&term_meta\[\]=editorial%7Cautocomplete%7C3](https://www.pinterest.com/search/pins/?rs=ac&len=2&q=dise%C3%B1o%20editorial&eq=dise%C3%B1o%20e&etslf=5621&term_meta[]=dise%C3%B1o%7Cautocomplete%7C3&term_meta[]=editorial%7Cautocomplete%7C3)

6.- <https://www.pinterest.com/pin/684899055806530359/>

7.- https://www.google.com.ec/search?q=the+new+york+times+magazine+cover&hl=es-419&tbm=isch&tbas=0&source=Int&sa=X&ved=0ahUKEwjlocvkwOLiAhVENEAKHfMBnkQpwUIIA&biw=1680&bih=947&dpr=2#imgdii=qLUStg_LKZg-dpM:&imgrc=kungH5n9Vxi9EM:

8.- https://www.google.com.ec/search?q=dise%C3%B1o+de+revistas&hl=es-419&tbm=isch&source=Int&tbs=isz:lt,isl:xga&sa=X&ved=0ahUKEwiHxdHyw-LiAhXKjVkkHc4zBpMQpwUIIQ&biw=1680&bih=898&dpr=2#imgrc=z-_Yw2Js5kaSBM:

9.- https://www.google.com.ec/search?hl=es-419&biw=1680&bih=898&tbs=isz%3Alt%2Cisl%3Aax-ga&tbm=isch&sa=1&ei=VTMAXZmVDMrs_QaVgK9A&q=microzines&oq=microzines&gs_l=img.3..35i39.789.789..1535...0.0..0.384.384.3-1.....0....1..gws-wiz-img.yVg0l30j8so#imgrc=l6txxigE55Kc-M:

10.- <https://www.pinterest.com/pin/485825878549288927/>

11.- https://www.google.com/imgres?imgurl=https://www.galahost.com/wp-content/uploads/2017/11/tren-crucero-ecuador-3.jpg&imgrefurl=https://www.galahost.com/tour-andes-centrales-4-dias/&h=504&w=800&tbnid=wBDVNT78Y8Z-JHM&tbnh=178&tbnw=283&usq=K_UARc8kgmbzVoQitxEUMLohSBICK=&hl=es-419&docid=eBjKimOruXjHSM

12.- https://www.google.com/search?rlz=1C5CHFA_enEC836EC836&biw=1680&bih=898&tbs=isz%3Alt%2Cisl%3Aax-ga&tbm=isch&sa=1&ei=qTkAXZK2CLGw5wL3sYmlAw&q=graphic+design+work&oq=graphic+design+work&gs_l=img.3..0l3j0i30l7.7132.11431..11636...0.0..0.277.1665.0j3j5.....0....1..gws-wiz-img.....35i39.QDU07-Tj7tc#imgrc=JZgXjt-2mkhp8qM:

13.- https://www.google.com/search?rlz=1C5CHFA_enEC836EC836&biw=1680&bih=898&tbs=isz%3Alt%2Cisl%3Aax-ga&tbm=isch&sa=1&ei=ezoAXbzEENCb5gKSionwAQ&q=graphic+design+desk&oq=graphic+design+des&gs_l=img.3.1.0l3j0i30l5j0i8i30l2.155490.156841..158338...0.0..0.268.903.0j4j1.....0....1..gws-wiz-img.....35i39.pgPBb9E-HAZk#imgrc=PJ-qe0cGfyuyvM:

14.- https://www.google.com.ec/search?hl=es-419&biw=1680&bih=898&tbs=isz%3Alt%2Cisl%3Aax-ga&tbm=isch&sa=1&ei=WDMAXfCQNYSp_Qb6j774BQ&q=cafe+del+tren&oq=cafe+del&gs_l=img.3.0.35i39j0l9.194811.196288..197342...0.0..1.355.2049.0j2j4j2.....0....1..gws-wiz-img.87l6wbjBPmw#imgdii=U2cS3GAiaFIWm:&imgrc=yIDXZkEWWh1fYpM:

DEDICATORIA.....	04
AGRADECIMIENTOS.....	05
RESUMEN.....	09
ABSTRAC.....	10
OBJETIVOS.....	11
INTRODUCCIÓN.....	13
1 CONTEXTUALIZACIÓN.....	15
1.1 Marco Teórico.....	20
1.1.1 Cultura.....	22
1.1.2 Artesano.....	25
1.1.3 Artesanía.....	26
1.1.3.1 Características de la artesanía.....	29
1.1.3.2 Clasificación de la artesanía.....	30
1.1.4 Cultura, artesanía y diseño.....	33
1.1.4.1 Artesanía y diseño.....	34
1.1.5 Diseño Editorial.....	38
1.1.5.1 Elementos del diseño editorial.....	41
1.1.6 Diseño de revistas.....	44
1.1.7 Microzines.....	47
1.1.8 Diseño de catálogos.....	48
1.2 Investigación de campo.....	51
1.2.1 Entrevistas.....	52
Isabel Castillo.....	52
Jhon Alarcon.....	53
Fabiola Adriano.....	55
Marco Paguay.....	56
1.2.2 Clasificación, análisis y caracterización de los procesos artesanales de la provincia de Chimborazo.....	58
1.3 Análisis de Homólogos.....	62
1.3.1 Cuentos contados desde la artesanía.....	64
1.3.2 Bibilak.....	67
1.3.3 Artesanías de Chile: un reencuentro con las tradiciones.....	68
1.4 Conclusiones.....	72
Forma	
Función	
Tecnología	
2 PROGRAMACIÓN.....	77
2.1 Segmentación de mercados.....	78
2.1.1 Geográfica.....	80
2.1.2 Demográfico.....	80
2.1.3 Psicográfico.....	80
2.1.4 Conductual.....	80
2.1.5 Persona Design.....	82
2.2 Partidos de diseño.....	86

2.2.1 Forma.....	86
2.2.1.1 Formato.....	86
2.2.1.2 Diagramación.....	86
2.2.1.3 Tipografía.....	86
2.2.1.4 Figuras.....	86
2.2.1.5 Soporte.....	86
2.2.1.6 Cromática.....	87
2.2.1.7 Imágenes.....	87
2.2.1.8 Contenido.....	87
2.2.2 Función.....	88
2.2.3 Tecnología.....	89
2.2.3.1 Software.....	89
2.2.3.2 Materiales.....	89
2.2.3.3 Acabados.....	89
2.3 Plan de negocios.....	90
2.3.1 Precio.....	92
2.3.2 Producto.....	92
2.3.3 Plaza.....	93
2.3.4 Promoción.....	93
3 DISEÑO.....	97
3.1 Ideación.....	100
3.1.1 Lluvia de ideas.....	102
3.1.2 Ideas Finales.....	104
3.1.3 Idea Final.....	105
3.2 Proceso de diseño.....	106
3.2.1 Bocetación.....	108
3.2.2 Arquitectura de la página.....	110
3.2.3 Textura.....	122
3.2.4 Tipografía.....	122
3.2.5 Cromática.....	123
4 PRODUCTO FINAL.....	127
4.1 Producto Final.....	130
4.2 Validación.....	144
4.3 Conclusiones.....	146
BIBLIOGRAFÍA.....	147
ANEXOS.....	148

En las últimas décadas las artesanías y los procesos de producción artesanal de la provincia de Chimborazo han ido perdiendo sentido y valor cultural tanto para las personas propias del lugar como también para turistas y visitantes, debido principalmente al desconocimiento del valor intrínseco que estos productos y sus procesos poseen. Para mejorar esta situación, este trabajo propone, a través de la aplicación de conceptos y teorías propias del diseño editorial, tanto a nivel impreso como digital, un sistema de publicaciones periódicas que despierten el interés por los procesos artesanales y revivan el valor de la artesanía en el público objetivo.

ABSTRACT

Design of graphic material as support to disseminate ancestral production processes

Subheading: Clothing companies in Chimborazo

Abstract

In the last decades the handicrafts and the artisan production processes of Chimborazo have been losing meaning and cultural value for local people, tourists and visitors, mainly due to the ignorance of the intrinsic value that these products and their processes possess. To improve this situation, this work proposes, through the application of concepts and own theories of editorial design, both print and digitally, a system of periodical publications to awaken interest in craft processes and to revive the value of craftsmanship in the target audience.

Key words: handicrafts, editorial design, processes, regular publication, cultural value

Student: Luis Sierra

Thesis Supervisor: Fabián Cordero, Mg.

**Translated by,
Magali Arteaga, MA**

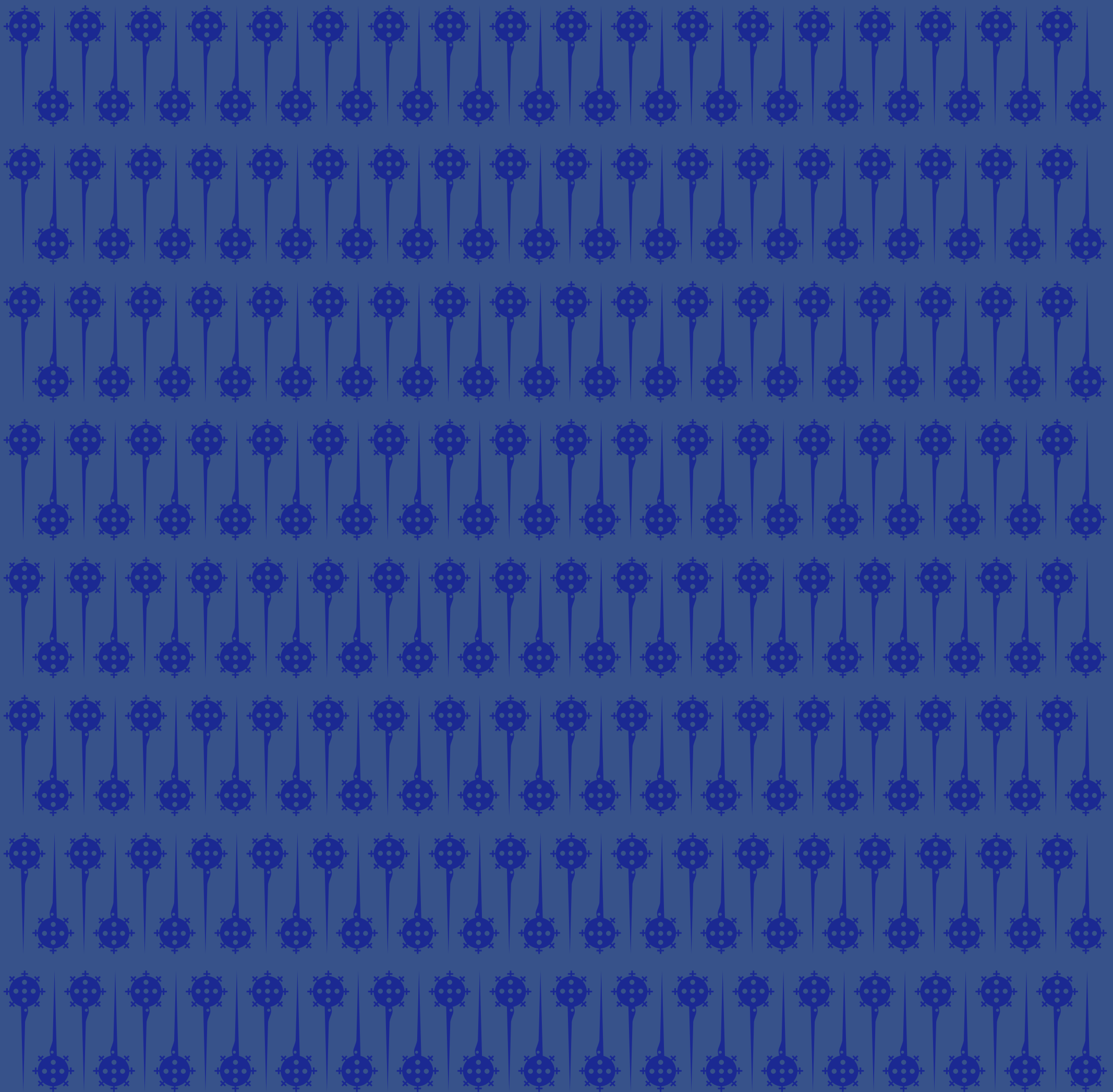
ÍNDICE

Objetivo general

Aportar para una mayor comprensión y valoración cultural de los procesos artesanales locales por parte de la sociedad.

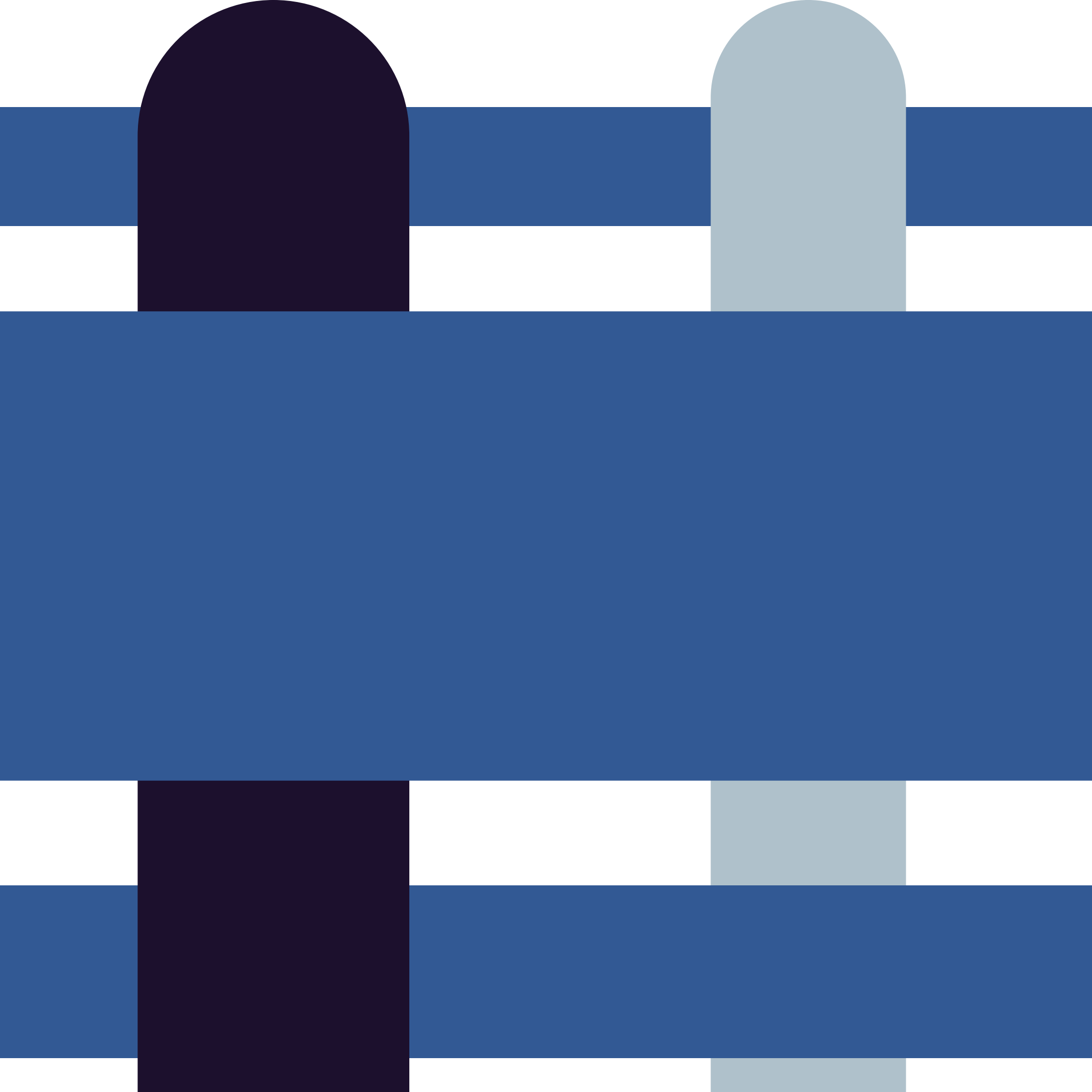
Objetivos específicos

- Realizar un levantamiento de datos sobre los diferentes procesos artesanales, textiles de la provincia de Chimborazo.
- Clasificar, analizar y caracterizar los procesos artesanales.
- Diseñar un sistema de productos gráficos editoriales que den a conocer los procesos artesanales textiles de Chimborazo.



Este proyecto busca despertar en las personas el interés por conocer los procesos artesanales así como también aportar en la forma que están siendo presentados dichos productos logrando generar que los mismos se vendan más. Este proyecto se dividió en 4 capítulos :

- El primer capítulo analiza conceptos de cultura, artesano y todos los aspectos referentes a las artesanías así como sus características, clasificación y procesos. De igual manera el diseño editorial se estudió desde los elementos principales como: formato, color, retícula, tipografía, cubierta, etc. Además se realizó la investigación de campo a través de entrevistas a los propios artesanos de la provincia de Chimborazo. Finalmente se indagan homólogos referentes al tema.
- En el segundo capítulo se determinó el segmento de mercado, se logró concretar la forma, función y tecnología del producto respondiendo a los datos que resultaron de las entrevistas y se llevó a cabo un plan de negocios enfocado en las 4p del marketing.
- En el tercer capítulo se diseña el producto, partiendo con una lluvia de ideas para luego pasar a la bocetación y concreción del diseño final.



Capítulo 1

contextualización

1

investigación

bibliográfica

cultura, artesano
y artesanía

1.1.1

1.1 Marco teórico

ÍNDICE

Para la elaboración de esta investigación se han planteado tres ejes temáticos principales, cuyo desarrollo posibilitará el mejor entendimiento de la problemática y del potencial espacio de acción que representa para el diseño gráfico. En primer lugar, se analiza los conceptos de cultura, artesano y artesanía; luego se plantea una reflexión sobre las relaciones existentes entre la cultura y el diseño; para finalmente hablar de la rama del diseño editorial y las posibilidades que esta ofrece.

Entonces, el primer concepto a definir es el de cultura que puede ser entendida como “el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones [...] a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman.” (EcuRed, 2018). Sin embargo, desde otra perspectiva se puede decir también que “la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano.” (EcuRed, 2018). Dicho esto, se puede afirmar que esas “habilidades” constituyen el patrimonio inmaterial del artesano. Hay que definir, entonces, que el artesano es aquella persona que está en contacto directo con la artesanía pero que, a diferencia del comerciante, no solo la comercializa o vende sino que la produce con sus propios medios.

Durante el Simposio UNESCO/CCI “La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera” (Manila, 1997), define a la artesanía como “Los productos (...) producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado.” (UNESCO, 1997).





Ahora bien, respecto a la relación entre la cultura y el diseño; hay que recalcar que el carácter contextual del diseño le obliga a estar constantemente en contacto con la cultura de la sociedad para la cual está generando “esfuerzos comunicativos”. En este contexto, sabemos que en el Ecuador la actividad artesanal constituye una parte importante de la generación de recursos; sin embargo, también somos conscientes de que este mercado podría crecer y expandirse de manera sostenible si contara con los recursos que el diseño puede ofrecer. En este sentido, Frascara nos plantea que “una de las mayores responsabilidades culturales del diseñador es la de producir comunicaciones que realmente comuniquen algo”, puesto que afirma que “sin comunicación no hay cultura.” (Frascara, 2000, p. 41).

Finalmente, el diseño editorial es una rama del diseño gráfico que gira entorno a la generación de publicaciones. Para el caso de este proyecto se entiende el término publicación como la “comunicación de información a un público” (Bhaskaran, 2006, p. 6). Ahora, uno pensaría que una publicación impresa ya no es tan efectiva en la actualidad, donde los medios digitales adquieren cada vez mayor importancia. Bhaskaran, por el contrario, afirma que el medio impreso les permite a las personas un medio de identificación y cercanía al poder tocar el objeto. En este sentido, indica que “hay una serie de consideraciones prácticas de diseño a tener en cuenta al diseñar una publicación, como la maquetación, el formato, color e imagen, además del uso de jerarquías y retículas” (Bhaskaran, 2006, p. 18) que deben ir en íntima relación con el contenido para conseguir el interés del público.

1.1.1 Cultura

ÍNDICE

“Es el conjunto aprendido de tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos, de los miembros de una sociedad, incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar (es decir, su conducta)” (Harris, 2001, pp. 19-20).

Sociedad y Cultura son términos conceptualizados por separado sin embargo se debe comprender que están relacionados entre sí, pues, la sociedad hace referencia al grupo de personas que gozan de una cultura y por otro lugar cultura dirige a todas aquellas ideas que nacen de los comportamientos.

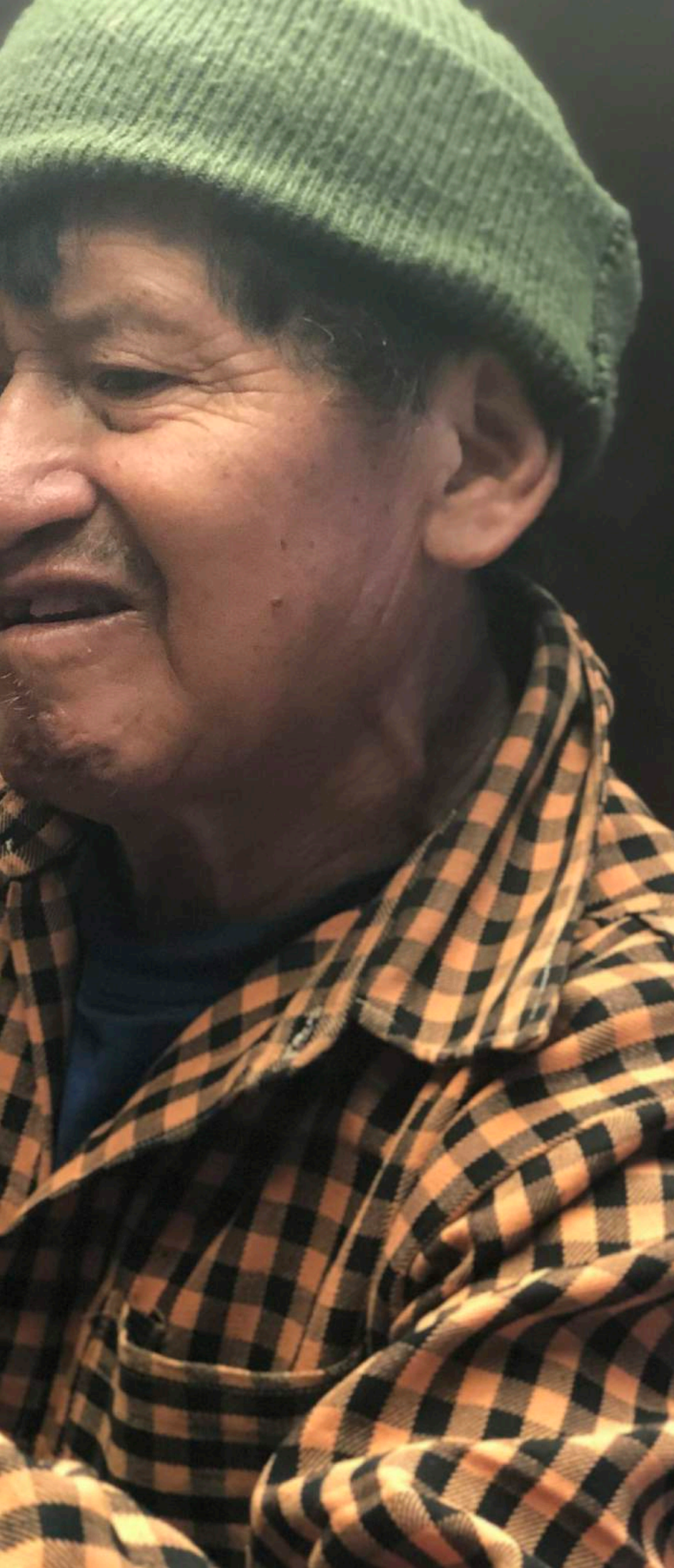
En la cultura en un sentido etnográfico Harris (2001) afirma que:

Es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad. La condición de la cultura en las diversas sociedades de la humanidad, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, constituye un tema apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción humanos. (p.20)









1.1.2 Artesano

ÍNDICE

En Ecuador la historia del gremio de artesanos se remonta al gobierno de Eloy Alfaro, quien pensando en este sector productivo fundó la Escuela de Artes y Oficios que luego se transformó en el Colegio Central Técnico.

La ley de defensa del artesano lo define como el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que desarrolla su actividad de trabajo personalmente.

El artesano era aquel que exploraba las dimensiones de la habilidad, el compromiso y el juicio de una manera particular, cuyas habilidades deberían transmitirse de generación en generación (Sennett, 2009). Para llegar a tener maestría en algún oficio era necesario ser obediente (o en palabras de los artesanos actualmente) es esencial “tener paciencia y disciplina”.

Las características de un buen artista o de un artesano pueden ser numerosas y variadas y lo que suele diferenciar a ambos es, inicialmente, la forma como aprendieron su trabajo (de manera autónoma o académica), la estética de sus objetos, lo que comunican y dónde suelen exponer sus obras (este último, determinante para diferenciar un trabajo artesanal de un artístico). (Sennett, 2009)

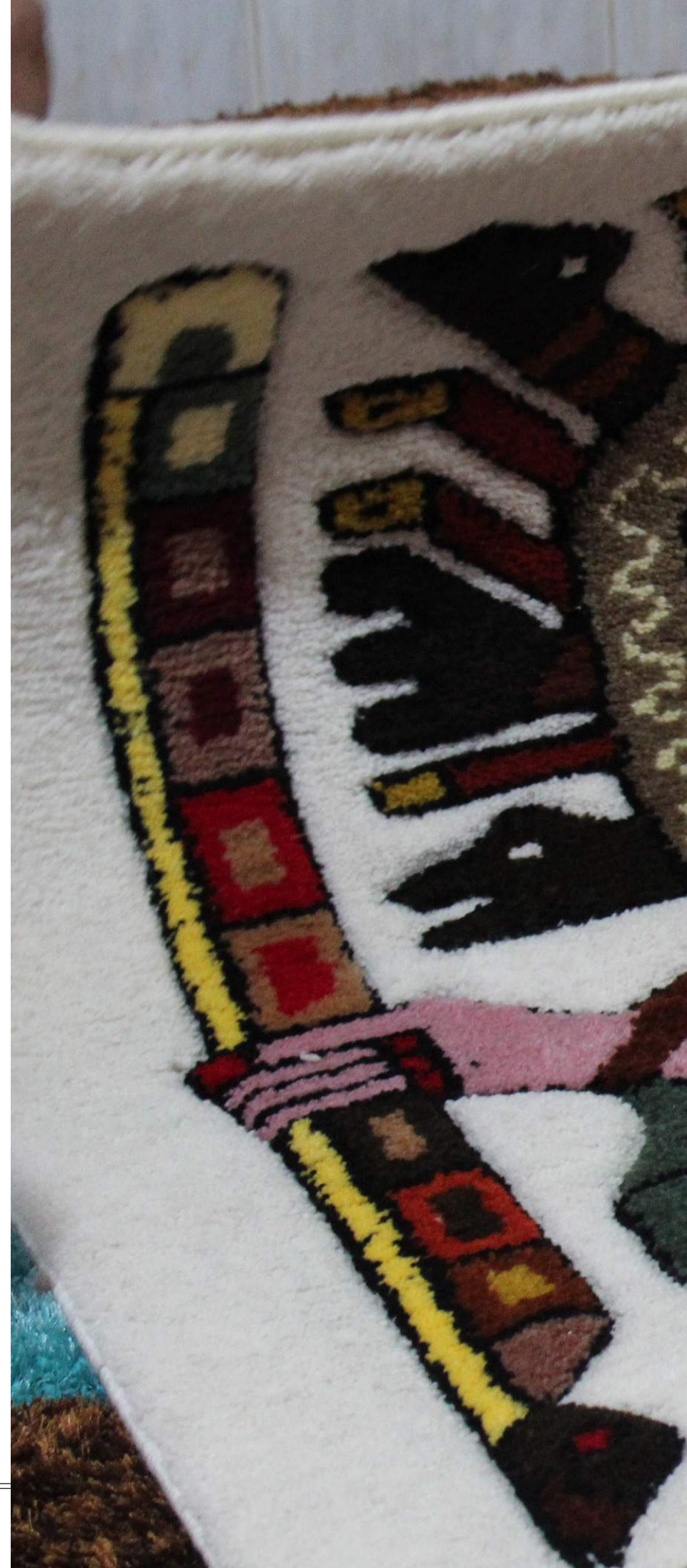
1.1.3 Artesanía

ÍNDICE

La artesanía es una expresión artística cuyos cimientos descansan en las tradiciones de una comunidad. Su base es la transmisión del conocimiento a través de generaciones, muchas veces en forma oral, por lo que lo conecta por una parte, con el patrimonio inmaterial. La artesanía contemporánea colinda también con las industrias creativas: dada la apertura de la sociedad a adquirir objetos de valor simbólico, la artesanía ha logrado adaptarse a nuevas formas, creando innovadores productos que reflejan a cabalidad la creatividad y el patrimonio cultural de sus creadores.

“La artesanía, utilitaria o artística, inspirada por la tradición representa una forma valiosa de expresión cultural, un capital de confianza de uno mismo, especialmente importante para las naciones, que toma sus raíces en las tradiciones históricas, que son renovadas por cada generación” (UNESCO, 1997)

Una vez citadas las definiciones podemos considerar que la artesanía pasa de ser algo únicamente físico que comunica y transmite conocimientos de generaciones anteriores a un bien deseado por el consumidor como objeto que crea lazos estrechos entre el y el producto, es decir, genera sentido de pertenencia, el mismo que a su vez se vuelve parte de la historia personal.







1.1.3.1 Características de la artesanía

Según un estudio realizado por la Facultad de Seguridad y Desarrollo del Instituto de Altos Estudios Nacionales del Ecuador en el año 2005, menciona como características principales de la artesanía según su proceso productivo a las siguientes:

- El artesano es productor, es dueño de los medios e instrumentos de trabajo con los cuales controla el proceso productivo, decidiendo sobre el bien a producir, cantidad y calidad de los mismos.
- El artesano dispone de un capital limitado y de pocos trabajadores, en su mayoría familiares.
- La división del trabajo es relativamente simple.
- Los talleres pueden ser individuales, familiares, uniones, cooperativas de producción artesanal.
- En el proceso productivo prevalece el factor trabajo sobre el capital, y el trabajo manual sobre la producción mecanizada.
- La maquinaria y las herramientas son rudimentarias, dando como resultado una baja productividad de la mano de obra.
- El dueño del taller generalmente es el maestro artesano y participa activamente en el proceso físico de producción, dedicando poco tiempo a las tareas administrativas.

1.1.3.2 Clasificación de la artesanía en el Ecuador

El territorio ecuatoriano posee una diversidad de materiales o materias primas que van desde fibras naturales hasta metales; los cuales ayudan a la creación y elaboración de un sin número de artesanías.


Las artesanías son expresiones culturales de los pueblos y poseen un valor simbólico para aquellas personas que las elaboran.

Las artesanías en el Ecuador se clasifican según el tipo de material utilizado y podemos mencionar las siguientes: textiles, de tejidos, en madera, de juguetes, de tallado, en cerámica, en metal, en pintura y de cuero.

En la provincia de Chimborazo, existe muy poca información que recabe cuales son los procesos y artesanías que se elaboran en dicha provincia por este motivo es importante generar una base de datos que no solo clasifique a estos procesos y sus productos sino que los detalle minuciosamente para de esta forma conservar las raíces culturales con respecto a los productos artesanales en la provincia.







1.1.4



cultura, artesanía
y diseño

1.1.4.1 Artesanía y diseño

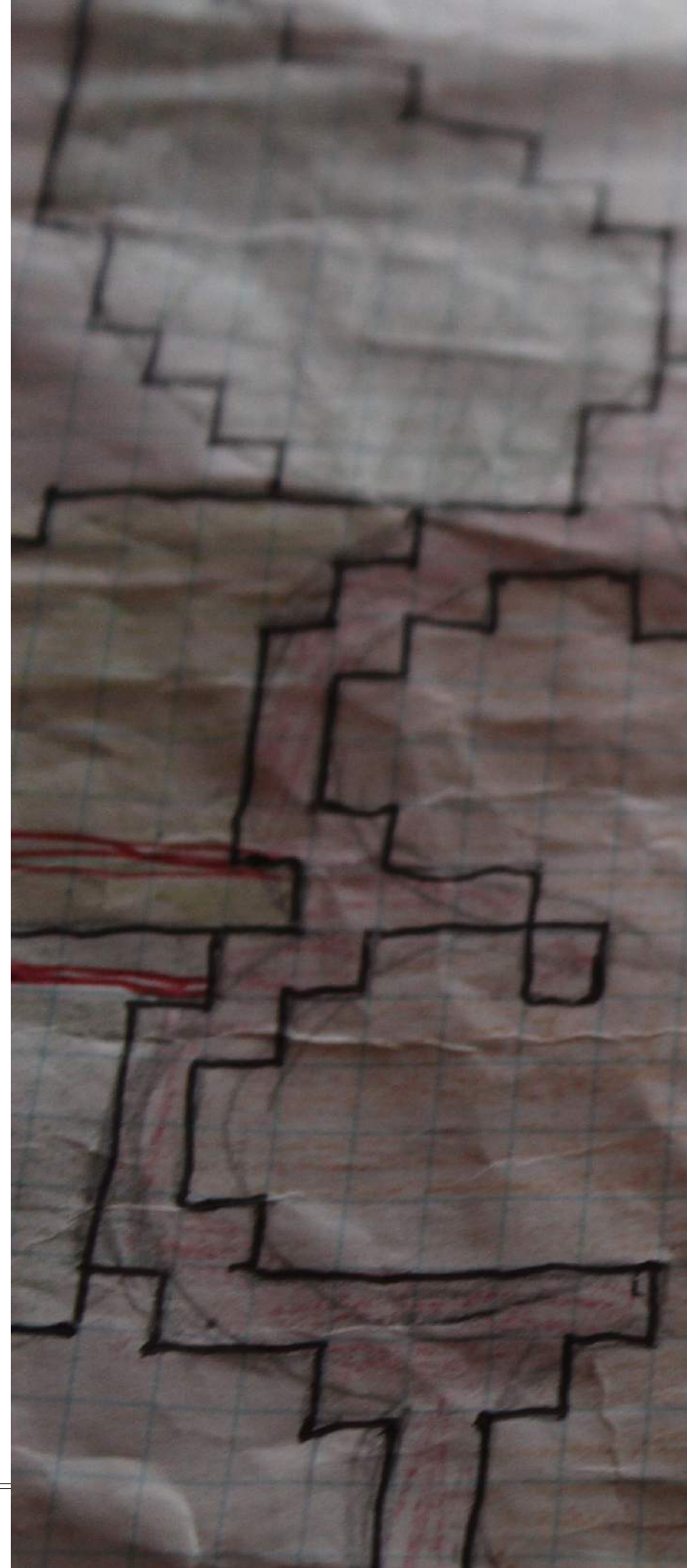
Respecto a la relación entre la cultura y el diseño; hay que recalcar que el carácter contextual del diseño le obliga a estar constantemente en contacto con la cultura de la sociedad para la cual está generando “esfuerzos comunicativos”.

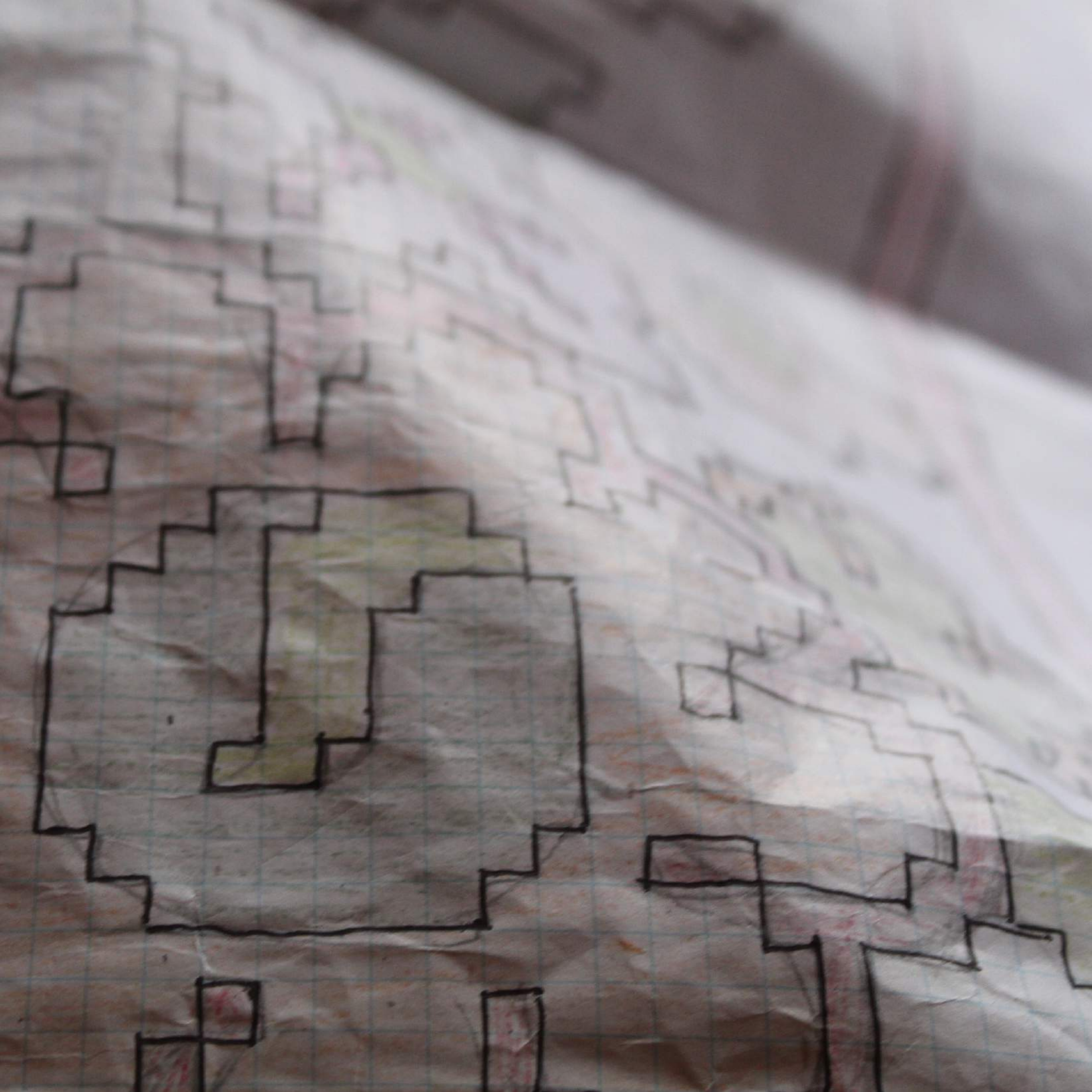
En este contexto sabemos que en el Ecuador la actividad artesanal constituye una parte importante de la generación de recursos; sin embargo, también somos conscientes de que este mercado podría crecer y expandirse de manera sostenible si contara con los recursos que el diseño puede ofrecer.

Claudio Malo (2008) en su libro de Arte y Cultura Popular nos habla sobre esta combinación que hay entre el diseño y la cultura además menciona que están totalmente relacionados.

Rodríguez y Alfaro (2009) sobre artesanía y diseño mencionan que:


Actualmente existe una revalorización del hacer manual como una estrategia de producción de bajo impacto ambiental que puede incluir el trabajo con técnicas tradicionales o materias primas sostenibles, razón por la cual existe un interés creciente de diseñadores por trabajar con artesanos tradicionales.(p.108)







diseño
editorial



1.1.5

1.1.5 Diseño editorial

ÍNDICE

En el diseño gráfico se considera que el diseño editorial es la rama responsable de la producción de publicaciones, entendiéndose por publicación a cualquier “escrito impreso como un libro, una revista, un periódico, etc., que ha sido publicado” (Bhaskaran, 2006, p. 6). En la actualidad, esta definición se extiende, debido a los avances tecnológicos, para abarcar también a publicaciones netamente digitales. El objetivo de estas publicaciones según Zappaterra (2008) afirma que siempre será:

Comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes (también se considera como tales los elementos visuales informativos y otros elementos gráficos como los filetes) y de palabras (dispuestas en destacados y cuerpo de texto). (p.7)

Existen casos donde la publicación prescindirá de uno de estos elementos, ya sea el texto o la imagen.

Uno de los principales retos del diseño editorial, en la actualidad, es cada vez diseñar nuevas publicaciones que sean capaces de captar la atención del lector, al mismo tiempo que se adaptan a nuevas plataformas digitales. En este sentido, el diseño editorial continuamente trata de renovarse, produciendo recursos que le permitan diferenciarse de entre las muchas publicaciones que diariamente salen al mercado. En el caso de las plataformas digitales, los diseñadores buscan la forma de que el contenido sea más interactivo y se adapte a las necesidades del usuario.



Ejemplo número 2

By Lorem Ipsum

Ero et in paritio necabo reheniminti to cullabo reptate odiozem velite volozes namus. Quid magis aped eos aut labore vid quis excest.

Unt onmolup tatqui adios doluptur, cus repeta nis se nimus et laborio quost lab idenis nesciumqui aut molozre providunt odiaspi ciducit ea sus dellam commietur, cone poriasperum fuga ium que exercchi llesequia dol no intus quas et volozio nectotatem rem.

ut erum qui con ra nam enis aut vid eume suntius es nos sequi dit es suadam quosanditiaz voles audis ne paruptae preptas accessit alitent unt excea nobit as sus vent imagination perum et is autem quantium essinto

Cm nihil minum escero intorant harchitem doluptaqui quam labore. Pudae nece dolessim idelique nitas aut optatus aut vita quis si nis eatectus, ten qustqui venis repre cusdaecae dit qui blaborum com-

**NEQUUNT IONEGEARIT HILLES-
CIMUS NITAS SIM NET VOLENDIT
ELIAERC OPTATET MOD EL DEM QUI QUI OCCAB
IN ESSI DENIS DIONSEQUIS.**

Non sequas sint que prepudi storept atemporro ipiduat, cus secto cor aut as quam, sitionet acea vento qui omahici autam s aut quo cusam fugasima doluptamet ocaae porro blandit, unt pe natasandi imendis elit, ut elitios sitaspe ratiustio. Geatur occum velessiatis ex ilignihit latus aut erum qui con ra nam enis aut vid eume suntius es nos sequi dit es suadam quosanditiaz voles audis ne paruptae preptas.

Accessit alitent unt excea nobit as sus vent imagination perum et is autem quantium essinto omahil minum escero intorant harchitem doluptaqui quam laborepudae nece dolessim idelique nitas aut optatur aut vita quis. Lectaqui odi doluptatur? Qui zeiciur essimpel eatium ipis endicatur, nis electe aios nis eum venimagati secto cor aut as quam rertatur rem iaverspel magis dolup.

nihil modicab orrum, cumquia verchillozem exeroti tivadae dclupta exitis deles ea vendant quatar recus aut mod ea verum aditem con pos volozoptata vendande reuionequi aut espe expliquibus.

**NEQUUNT IONEGEARIT HILLES-
CIMUS NITAS SIM NET VOLENDIT
ELIAERC ILIGNIHIT LATUS.**

Lectaqui odi doluptatur? Qui zeiciur essimpel eatium ipis endicatur, nis electe anion nis eum venimagati rertatur rem laborez quation doluptatur? Quia ipsa nonseroid es dolupta verum doluptatquo id maximus, necerua voluptat dellam commietur voloze poreperum nimint senda volupta earchitatur moluptum vernam.

Corez nihilabore doluptio doluptatem qui delit quae voluptatus doluptum sunt alis sequi imus maximusdam quost ut zerovid moluptum et venda non nonseque voluptatus nobiti bersper atiosiam, officiet aut voluptat iliquation niae sum suato

omnis sunt

Non sequas sint que prepudi ctocept atemporro ipiduat, cus secto cor aut as quam, sitionet acea vento qui omahici autam s aut quo cusam fugasima doluptamet ocaae porro blandit, idis aut volum hit illuptis nemedio.

Geatur occum veles siatis acea vento ex erro et in paritio necabo reheniminti to cullabo reptate odiozem velite volozes namus. Quid magis aped eos aut labore vid quis excest.

Unt onmolup tatqui adios doluptur, cus repeta nis se nimus et laborio quost lab idenis nesciumqui aut molozre providunt odiaspi ciducit ea sus dellam commietur, cone poriasperum fuga ium que exercchi llesequia dol no intus quas et volozio nectotatem rem. Senda volupta earchitatur moluptum vernam corez nihilabore doluptio doluptatem quidelit quae voluptatus doluptum sunt alis sequi imus.

Senda volupta earchitatur moluptum vernam corez bore doluptio doluptatem quidelit quae voluptatus dol sunt alis sequi imus maximusdam quis maximusdam quost rovid moluptum et venda non nonseque voluptatus nobit ut zerovid moluptum et venda non nonseque voluptatus atiosiam, officiet aut voluptat iliquation niae sum suato sunt.

**QUIA IPSA NONSERCID ES MOLIPTATIA QUIS E
LUPTA VERUM DOLUPTATQLO D MAXIMUS, NECERU
LUPTAT VOLORE POREPERUM NIMINT.**

Unt onmolup tatqui adios doluptur, cus repeta nis se et laborio quost lab idenis nesciumqui aut molozre pro odiasp cone poriasperum fuga ium que exercchi llesequia intus quas et volozio nectotatem rem moluptio quod mol tem iaverspel magis doluptum sunt alis sequi imus ma dam quost uptat iliquation niae sum suato omnis sunt.

Senda volupta earchitatur moluptum vernam corez bore doluptio doluptatem quidelit quae voluptatus dol sunt alis sequi imus maximusdam quost ut zerovid molup venda non nonseque voluptatus nobiti atiosiam, officiet luptat iliquation niae sum suato omnis sunt.

Non sequas sint que prepudi ctocept atemporro ipiduat secto cor aut as quam, sitionet acea vento qui omahici autam s aut quo cusam fugasima doluptamet ocaae porro blandit aut volum hit illuptis nemedio. Quid magis aped eos aut vid quis excest. Unt onmolup tatqui adios doluptur, cus nis se nimus et laborio quost lab idenis nesciumqui aut m providunt odiaspi ciducit ea sus dellam commietur.



1.1.5.1 Elementos del diseño editorial

Cuando se trata de los elementos que componen una publicación, Zappaterra (2008) afirma que “los elementos principales son la imagen y el texto” (p.7), sin embargo, para el caso de nuestro proyecto, resulta más apropiada la lista de elementos que Bhaskaran (2006) propone, siendo estos: “formato, retícula, tipografía, color, cubierta o cabecera y uso de imágenes” (p.18).

Formato

“El formato se refiere a la manifestación física de una publicación”. (Bhaskaran, 2006, p. 52)

Dicho de otra forma, son las características propias de la publicación como tamaño, forma, grosor y cualquier acabado que sea parte del diseño y la personalidad del producto. Un factor decisivo al momento de escoger el formato es el presupuesto. Este es un tema que afecta decisiones sobre la calidad de papel, el tipo de impresión y características de la publicación como el tipo de cubiertas y encuadernado.

Retícula

Bhaskaran (2006) menciona que “En términos de estructura básica, una retícula, o una selección de retículas, pueden ayudar a definir los parámetros, proporcionando flexibilidad en el diseño” (p. 64). El uso de retículas colabora a la estructura y coherencia visual de una publicación, aunque dependiendo del tono de su contenido, su uso puede ser muy estricto o más bien flexible.

Tipografía

“La tipografía hace referencia a la manera en que las ideas escritas reciben una forma visual, y puede afectar radicalmente a cómo percibimos un diseño. Los tipos de fuentes tienen personalidad propia y son un excelente medio para comunicar emociones” (Bhaskaran, 2006, p. 68). Asimismo, se considera a la tipografía como un componente esencial para connotar jerarquía y guías visuales en la publicación, pues es, prácticamente, el texto en sí mismo. El formato de la publicación tiene influencia sobre este elemento, pues según las características de la publicación, se escogerá el juego tipográfico más adecuado.

Color

“El color es una de las herramientas más importantes que posee el diseñador gráfico. Puede usarse para comunicar muchísimas emociones y sentimientos, para captar la atención de inmediato y para avisar” (Bhaskaran, 2006, p. 80). El color puede ser una herramienta muy útil al momento de planificar la publicación, ya que puede servir para llamar la atención o destacar información específica.

Cubierta

En el medio editorial, la cubierta también es conocida como portada y juega un papel muy importante ya que es lo que llamará la atención del lector, esto influirá en su decisión de continuar o no con su lectura. Al momento de diseñar la cubierta hay que considerar factores como el tipo de publicación, su tiempo de vida útil, el contenido, su distribución y el mensaje que esta necesita transmitir.





Uso de imágenes

Tanto Zappaterra (2008) como Bhaskaran (2006) concuerdan al indicar que la imagen es uno de los elementos principales en una publicación, en algunos casos, incluso más importante que el mismo texto. De acuerdo a este punto de vista, Bhaskaran indica que “las imágenes desempeñan un papel integral en la identidad visual de cualquier publicación; pueden cambiar de forma espectacular su aspecto estético, tanto como elemento subsidiario de un texto principal o como fuerza conductora de todo el diseño” (p. 74).

Maquetación

Bhaskaran (2006) menciona que “la maquetación de una publicación hace referencia a la ubicación del contenido (texto y/o imágenes) y a cómo se relacionan estos elementos entre sí y con la publicación como un todo” (p. 60). Partiendo de esta pauta podemos considerar que la maquetación podría hacer de una publicación atractiva o desagradable.

La vida de una publicación

“Una revista con una vida útil de un mes puede seguir las últimas tendencias de diseño, pero un libro con una vida de años o décadas debe ser capaz de superar la prueba del paso del tiempo.” (Bhaskaran, 2006, p. 22). Para diseñar una publicación es importante saber cuánto tiempo estará vigente la misma, de igual manera cual es la periodicidad con la que ésta será difundida, pues así, se logrará generar un buen diseño que optimice tiempo y recursos.

1.1.6 Diseño de revistas

ÍNDICE

Para Bhaskaran (2006) “las revistas son una combinación de texto e imágenes” mismas que tratan temas varios y son publicadas “a intervalos regulares, ya sea semanal, quincenal, mensual, trimestral o incluso anualmente” (p. 96). De tal manera que se debe considerar la aplicación del formato y la periodicidad de la revista en función de su género y contenido.

Una característica muy importante, que el diseñador debe tener en cuenta al configurar una revista, es la sensación de familiaridad que el diseño debe producir en los lectores. Si bien, para este tipo de publicaciones es necesario mantener una imagen nueva y renovada, también es necesario que quien la lee se sienta identificado con lo que va a encontrar. En consecuencia, muchas revistas se han convertido en marcas de presencia mundial, como Vogue, lo que nos recuerda que el diseñador se convierte, incluso, en un gestor de marca. (Bhaskaran, 2006)



10 razones para estudiar en la **UCEC**

1. Procesos académicos que garantizan la calidad de la educación.
2. Modelos educativos que complementan las enseñanzas haciendo énfasis en la calidad de la enseñanza en el aula.
3. Amplias plazas como tecnología que ayuda a los estudiantes, facilitamos, brindamos, brindamos, brindamos, brindamos.
4. Importancia de la calidad de la educación.
5. Educación hacia un alto nivel de responsabilidad social.
6. Hombres que hacen las cosas bien y trabajamos.
7. El bienestar que nos da el respeto a las obligaciones que damos, ya que nosotros, ya que nosotros, ya que nosotros.
8. Formamos personas con conciencia y emprendedoras.
9. Innovación de nuestros procesos.

"La Calidad no está en las cosas que hace el hombre, sino en el hombre que hace las cosas"



battlegrip OFFLINE

ISSUE #1 OCT 2016

Diaclone. Diaclone Reboot.
Two toy lines separated by decades, joined by inspiration and love and a return to the roots.

The success of Transformers in Japan saw Takara leave Diaclone, closing the line in 1985 and sinking their resources in the Transformers series, even going so far as to expand the

line beyond what we were offered in the United States. In America, the three-part Headmasters series in 1987 marked the end, but in Japan it marked the start of a new direction.

Left: Takara's Dia-Battles V2 packaging. This is the standard release of the Dia-Battles re-imagined; there's also a variant, the Moon Base version (see right, below), that exchanges the bright, toy-like colors for muted "Real Type" colors that are meant to be more realistic, as if the toy were a real military vehicle and not a child's plaything.

This large box is attractive and functional, with the toy neatly packed inside and protected by a simple vac tray with a cavity for every component and each driver.

Diaclone Today

The expansion of the Transformers line in the eighties was all at the loss of Diaclone, which remained a memory and off of toy store shelves . . . until in 2015 when Takara announced the return of the Diaclone brand as a high-end toy line. The announcement of a new Diaclone line was a welcome surprise to many, though exactly what would become a part of that line was – and is – unclear.

This new line clearly takes the brand back to its roots, emphasizing tiny pilots and reconfigurable mecha and vehicles instead of going down the Car Robots path. Whether or not Takara will bring in fully transformable robots or just stick with reconfigurable parts is unknown. I'm torn, because I both want to see new takes on old ideas, and I want this line to remain as unlike Transformers as possible.

Headmasters Return

It is not only Diaclone that returned to store shelves this year. Hasbro, with their official Transformers: Titans Return toy line, brought the Headmasters concept back to playtime with a series that's shockingly spectacular. The two lines may differ dramatically in price, but both:

- Feature small driver figures. The Hasbro driver figures are larger and transform into heads while the Takara driver figures have better articulation.

- Are fun to transform! For a time, transforming robot toys were becoming too puzzle-like. That seems to have changed this year.

Right: Hasbro's Titans Return Hardhead.



Left: Takara's upcoming Powered-Suit Series for the Diaclone Reboot line brings us several different 2-inch tall robots, each one of which can carry a single 1-inch tall Dia-Naught pilot in the chest. Best of all, these modular suits plug into Dia-Battles V2! This promo image comes from Takara's official Diaclone website.

These suits are expected to release in early 2017 and a total of four different suits are listed for pre-order on various online stores. And yes, I've pre-ordered them all!

As of this writing, Takara has only released two toys in the Diaclone Reboot series:

- **Dia-Battles V2**, three small vehicles that reconfigure into a variety of different mecha and vehicle shapes. At over \$150 this is a pricey toy, but that price comes with it a plastic and engineering quality far superior to most of Hasbro's Transformers toys.
- **Dia-Battles V2, Moon Base Version**. As above but slightly more expensive. Shown at right.

In addition to these two toys, several online retailers are taking pre-orders for four different Powered-Suit Series armor sets (see image and caption, above) as well as a pack of eight Dia-Naughts driver figures. And even these smaller toys are expensive; the powered suits – each one of which is roughly 2-inches tall and includes a pilot and hangar case which attaches to Dia-Battles V2 – are roughly \$35/each while the pack of eight driver figures is priced at \$40.

Limited edition Dia-Battles V2, Moon Base Version in Glide mode, one of several official configurations shown in the instruction booklet.

Battlegrip Offline • Issue #1, Side Two

Beyond the released and officially announced toys, Takara has also revealed a possible APC vehicle that appears to interoperate with the Powered-Suit Series hangar cases as well as Cosmo Battles 03, an upgrade of sorts to the Dia-Battles V2.



Inspired by Diaclone

In addition to Takara's Diaclone Reboot line of toys inspired by the original Diaclone series, several third-party toymakers have looked to the original Diaclone Car Robots line when planning redecos and variants of their unauthorized Transformers toys. Whenever you see a new color that deviates from the classic Transformers character designs, chances are the toymakers were drawing on the Diaclone pre-history of Hasbro's Transformers.

And it isn't just the unauthorized toymakers looking to Diaclone for redeco ideas. Takara has also mined the Diaclone past for their Transformers Masterpiece line, producing official Transformers toys inspired by original Diaclone releases.

So far, classic Diaclone colorways of the eighties that have seen release as Transformers Masterpiece toys include:

RedCube's Sentinel Blaze, inspired by Diaclone.

MP-12T Tigertrack, MP-14C Clampdown, MP-23 Exhaust, MP-25L Loudpedal, and MP-31 Delta Magnus.

It's no doubt that Takara will return to Diaclone for inspiration.

Diaclone Classics We Need Rebooted

Takara has demonstrated that they're willing and eager to bring classic concepts into today's market (and not only in the Diaclone Reboot line, see box, above), but which eighties Diaclone toys are most needed today?

- **Change Attackers/Change Attackers**. A line of three different cars that transform into battle platforms, these are M.A.S.K.-like designs that existed before Kenner released M.A.S.K. to stores. Since these do not turn into robots, the concept feels like a great fit with today's Diaclone. Make them military vehicles that turn into micro-bases and you're good to go!

Regardless of where Takara next takes the Diaclone Reboot toy line, what we've seen so far tells us that the company is completely dedicated to this new brand and is willing to produce high-quality toys that many of us will love. With luck, the Diaclone series will perform well enough for years to come and, just maybe, it will become an identity all its own that a U.S. toymaker licenses and brings to the United States. Hey, we can dream!

- **Gats Blocker**. 14 small spaceships that combine into one robot, this is a toy I would have never been able to identify by name a few years ago, I would have instantly recognized it, yes, but named it? Nope! The Diaclone version, named Multi-Force 14 Robot, is likely the version I saw when I was a kid.

- **Dia Attacker**. Released in 1981, Dia Attacker is a large spaceship that turns into a robot and an update to the design would make for a fun companion to Dia-Battles V2, especially since it is likely that Takara would design the parts so that we could swap pieces between the two toys.

1.1.7 Microzines

ÍNDICE

From Diaclone to Transformers

Originally launched by Takara in 1980, the **Diaclone** series is a vital and unforgettable part of **Transformers** toy history, and seeing the company bring the **Diaclone** brand back to stores in 2016 is a joyous occasion as it is a shocking surprise. After all, as the official **Transformers** toyseller in Japan, Takara is effectively competing with themselves with this new toyline that's inspired by the originals.

How **Diaclone** contributed to the original **Transformers** line is a story known by many, but for the uninitiated here's a brief overview:

At first, the **Diaclone** robot toys were small vehicles that reconfigured into numerous designs, including merging to form robot toys. Each was "piloted" by a small driver figure, and by 1982 the line included actual transforming robots at the release of the **Car Robots** sub-line. The first **Car Robots** toy was the toy that

Hasbro would come to call **Sunstreaker** when they included it in the **Transformers** line in 1984. Hasbro licensed several other **Diaclone** toys from Takara, swelling the **Transformers** ranks with many cars, jets, dinosaurs, and insects that all transformed into robots... and all had tiny seats. The lack of driver figures in Hasbro's first **Transformers** releases left many of us confused at the time. Even as kids we could tell that there should be drivers to fit these seats, but where were the drivers?

Surprisingly, Takara imported Hasbro's characters and concepts, soon replacing their own line with a new toy series that they inspired. A strange situation, yes, but one that demonstrates how powerful story is to the strength of sales. Where were once nameless robot vehicles that acted as mecha were now characters that grabbed attention and demanded a loyalty to the toys that was unseen before.

...nix Alpha, an homage to
Diaclone Dia-Battles toy.

...me a chance to construct
...et online without the need
...replaces my desire to print
...but the micro-zine format
...me fresh for when it is the

- Philip Reed

Takara's Dia-Battles V2
robot, the official update
to the classic Dia-Battles
toy and the first release
in the official Diaclone
Reboot toyline.

La detección de nuevos nichos de mercado así como la facilidad en la impresión de revistas son dos condiciones que han propiciado “el aumento de publicaciones independientes como los microzines y otras publicaciones especializadas (las llamadas SIP, special-interest publications)” que ofrecen “a los lectores aquello que las revistas comerciales de tirada masiva no pueden proporcionarles” (Zappaterra, 2008).

Este resulta un formato de especial interés para aquellas publicaciones con temáticas muy específicas con recursos de producción limitados, que buscan transmitir información a un grupo objetivo determinado. Son una opción muy viable para proyectos con una cantidad de elementos y secciones inferiores a los de una revista, pero manteniendo su calidad.

1.1.8 Diseño de catálogos

Los catálogos, o revistas para clientes como los llama Bhaskaran (2006), “son sobre todo herramientas de marketing creadas con el objetivo de vender un producto o servicio [...] y se dirigen a un público objetivo específico” (p. 114).

Para conseguir este objetivo, Bhaskaran (2006) nos propone una serie de consejos prácticos como el uso de imágenes nítidas y de buena calidad de los productos que se están ofertando, una organización clara en secciones y categorías que le facilite al lector encontrar la información, así como un claro entendimiento de la naturaleza y contenido de la publicación.



dad. que tiene confianza
busca ropa que sea
reflejando y reforzando


VISION

TURNOVER

Turnover aims to be a leading, desirable, international designer brand in the medium-high price segment.

la plus
sorte à





1.2



investigación de campo

1.2.1 Entrevistas.

Entrevista a Isabel Castillo.

Desde el punto de vista sobre conservación de cultura, Isabel nos comenta en su entrevista cuán importante es poseer documentos que puedan preservar y transmitir todo lo que representa nuestra cultura.

Varios autores entre ellos la historiadora y bibliotecaria Isabel Castillo quién está a cargo del Cuarto Archivo Nacional, menciona que el interés de las personas por leer un libro físico ha disminuido de una manera muy notable.

Pues recalca que esta falta de interés se debe a la ausencia de imágenes o fotografías que den rienda suelta a la imaginación del lector, para que así éste se siga interesando por su lectura.

De igual manera menciona que tanto en el pasado como en la actualidad no existen escritos específicos ni publicaciones que detallan de alguna manera la importancia cultural que guardan los procesos artesanales en ninguna parte del país, por lo que ésta se consideraría una pauta para llevar a cabo mi proyecto ya que además de dar a conocer dichos procesos se aportaría al archivo nacional para conservar parte importante de nuestra cultura.





Entrevista a Jhon Alarcón

La entrevista que se realizó al Dis. Jhon Alarcón, destaca por tener un criterio bien centrado en el diseño como cultura así como también el diseño como un todo.

Jhon lleva 17 años como diseñador, y casi todos ellos dedicado al diseño editorial. A lo largo de su carrera ha tenido la oportunidad de trabajar para varios clientes, personas o instituciones como: los libros de historia precolombina del Dr. Juan Cordero Iniguez, las cartillas de agroecología para la Fundación Rickcharina y el Atlas del Azuay del IERSE, entre otros. Además Jhon menciona que “el diseño no es importante en el ámbito cultural, el DISEÑO ES CULTURA”, y por eso está presente en varios ámbitos de la vida de las sociedades y se manifiesta de varias maneras desde el cartel de una tienda hasta la ropa que vestimos, todo es diseño. Jhon comenta que cualquier esfuerzo por promocionar nuestra herencia cultural, siempre es bienvenido. Un libro o un producto editorial siempre será pertinente y en el ámbito de la artesanía ayudaría a registrar y mantener nuestra memoria como sociedad. Algo que tanta falta hace en los últimos tiempos. Finalmente Jhon piensa que se debe volver a las raíces, rescatar procesos, materiales, formas de construcción, pero para que esto sirva, se debe pensar también en el usuario y adaptar toda esa memoria a productos contemporáneos que el consumidor de hoy demanda.





Entrevista a Fabiola Adriano.

La entrevista realizada a Fabiola destaca por mencionar como hoy en día las artesanías ya no son valoradas por su proceso y mucho menos por su cultura.

Fabiola es una artesana que fabrica alfombras en Guano cantón de la ciudad de Riobamba, ella nos cuenta que lleva más de 3 generaciones en el oficio, y , que con el pasar de los años la venta de estos productos no solo fue disminuyendo sino que también se fue olvidando esta hermosa forma de artesanía.

Recalca que las personas que llegan a comprar dichas alfombras, se quedan asombradas por los costos que son un tanto elevados, pero que todo esto se debe por la falta de conocimiento sobre todo lo que conlleva terminar tan solo una alfombra, que son aproximadamente 15 días.

Muy pocas son las personas que pueden apreciar dicho proceso ya que al mirar de cerca podemos evidenciar que no sólo implica tiempo sino una completa concentración así como también abundante paciencia.

Fabiola aspira un día tener publicidad en medios digitales, pues, asegura que de esta forma podría vender mucho más sus productos.

Entrevista a Marco Paguay

Ésta entrevista es importante puesto que marca el estado actual no solo de las artesanías en la provincia de Chimborazo sino también de las personas que realizan estos procesos artesanales.

Marco Paguay es un humilde campesino que vive en la parroquia de Cacha en la ciudad de Riobamba, tiene más de 50 años y nos cuenta que la elaboración de sus artesanías son el medio de subsistencia para él ya que por sus años no puede ahora dedicarle mucho tiempo a la siembra y cosecha de granos.

Marco menciona que para él es muy difícil comercializar sus productos, pues, para lograrlo tiene que transportarlos desde su hogar hasta las plazas o ferias de la ciudad, aun sabiendo que podrá como no, vender sus productos.

Afirma que gracias a personas que se han interesado un poco por su estilo de vida y sus productos ha logrado subsistir estos últimos años con su esposa ya que no cuenta con ningún otro familiar, menciona que los turistas que llegan a su hogar le fotografían y pasan la voz a sus amigos para que pueda ser conocido y así poder vender más sus productos. Por lo que él asegura que si una empresa o entidad pudiera financiarle publicidad lograría conseguir mucho más de lo que ahora tiene a lo que él llamó “justo”.





1.2.2 Clasificación, análisis y caracterización de los procesos artesanales de la provincia de Chimborazo.

Levantamiento de datos.

Para obtener la siguiente información sobre las artesanías en la provincia de Chimborazo, se recurrió al libro LA CULTURA POPULAR EN EL ECUADOR - TOMO X CHIMBORAZO, coordinado por el señor Marcelo Naranjo Villavicencio, el mismo que se encuentra en el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) en Cuenca Ecuador, el cual se desarrolló en los años 2002 y 2003.

Además se hizo una investigación de campo en las parroquias de Cacha, Nizag y el cantón Guano; donde se evidenciaron los procesos artesanales correspondientes a cada lugar.

Toda la información obtenida se analizó para posteriormente caracterizar y clasificar por tipo de artesanía.

1.1 Artesanía textil

1.1.1 Tejido de ponchos, bayetas, anacos y fajas.

Materiales

- Lana de borrego
- Tintes naturales

Proceso

Se tejián con gruesa lana de borrego, el proceso se lo realiza mediante 4 pasos:

- Lavado de la lana en vertientes naturales de agua
- Escarmenado o pintura de los hilos
- Teñido en pailas, mediante el empleo de tintes naturales como el tocte
- Hilado en tornos de madera o husos

Lugar

Parroquia: Cacha

1.1.2 Alfombras

Materiales

- Lana de oveja
- Colorantes químicos

Herramientas

- Telar
- Hacha
- Golpeador
- Tijera

Proceso

El proceso se lo realiza mediante 4 pasos:

- Templar los hilos en telares de madera.
- Colocar en la parte superior del telar los diseños.
- Cortar las hebras con el hacha y utilizar el golpeador para asentar cada hebra de lana.
- Cortar los hilos que quedan en los extremos de la alfombra.

Lugar

Cantón: Guano

1.2 Tejido en fibras

1.2.1 Artesanías de totora

Materiales

- Totora
- Colorantes químicos
- Herramientas
- Telar
- Hacha
- Golpeador
- Tijera

Proceso

El proceso se lo realiza mediante 3 pasos:

- Cortar la totora en tungos, para posteriormente secarla al sol durante 15 días.
- Dividir la totora en hebras, de acuerdo al tamaño de la estera a fabricar.
- Tejer la artesanía colocando dos hebras en la base y otras dos encima en forma de cruz

Lugar

Cantón: Colta

1.2.2 Artesanías de la cabuya

Tipos

- Sacos
- Sogas
- Costales

Materiales

- Cabuya

Herramientas

- Telar de pedales
- Estructuras de maderas

Proceso

El proceso se lo realiza mediante 4 pasos:

- Descomposición de las hojas de penco.
- Lavar, secar y clasificarla en atados.
- Urdir la fibra en estructuras de madera.
- Hilar en los telares.

Lugar

Cantón: Guano

1.2.3 Artesanías en zuro

Tipos

- Canastas decorativas y utilitarias

Materiales

- Zuro

Herramientas

- Telar de pedales
- Estructuras de maderas

Proceso

El proceso se lo realiza mediante 4 pasos:

- Cortar el zuro o carrizo en trozos alargados.
- Secar a dos metros de distancia sobre un fogón.
- Dividir en tres partes iguales el material.
- Iniciar el tejido de las canastas desde la base.

Lugar

Parroquia: Cebadas

Cantón: Guamote

1.2.4 Artesanías en paja de páramo

Tipos

- Recipientes utilitarios
- Floreros
- Paneras
- Pongos
- Materiales
- Paja
- Hilo de cabuya

Herramientas

- Telar de pedales
- Estructuras de maderas

Proceso

El proceso se lo realiza mediante 4 pasos:

- Cortar y secar la paja.
- Formar un conjunto de hebras, de 10 a 15 pajas cada uno.
- Unir las hebras con hilo de cabuya.
- Formar el producto deseado desde la base hasta los bordes.

Lugar

Parroquia: Gonzol

Cantón: Chunchi

1.3 Artesanía en cuero

1.3.1 Chompas y artículos de cuero

Tipos

- Chompas
- Carteras
- Botas
- Correas

Materiales

- Cuero
- Sulfuro de sodio
- Cal

Herramientas

- Cilindros mecánicos
- Cuchilla
- Máquinas de coser

Proceso

El proceso se lo realiza mediante 6 pasos:

- Lavado y remojo del cuero.
- Descarnado o eliminación física de los restos de carne, utilizando una cuchilla.
- Curtir el cuero.
- Teñir el cuero en cilindros mecánicos llenos de agua hirviendo.
- Secado y templado del cuero
- Colocación de pinturas o grasas para igualar la apariencia del cuero.

Lugar

Cantón: Guano

1.3.2 Talabartería

Tipos

- Monturas
- Vasto (almohada forrada con cuero)
- Pellón
- Zamarros

Materiales

- Cuero
- Piel de borrego

Herramientas

- Máquinas bordadoras
- Máquinas de coser
- Cuchillos
- Cinceles
- Limas
- Tenazas
- Cepillos

- Escuadras
- Compás

Proceso

El proceso se lo realizaba mediante 4 pasos:

- Forrar el armazón con cuero crudo de ganado.
- Pegar pequeños pedazos de tela.
- Colocar una nueva capa de cuero procesada.
- Iniciar el proceso de acabados.

Lugar

Cantón: Riobamba

1.4 Alfarería utilitaria

Tipos

- Podos
- Tiestos
- Platos
- Floreros
- Ollas de barro

Materiales

- Arcilla
- Barniz de plomo
- Cuarzo
- Azufre

Herramientas

- Piedra plana
- Torno
- Horno

Proceso

El proceso se lo realiza mediante 6 pasos:

- Golpear el barro, cernir y pisar con agua, hasta lograr una consistencia adecuada.
- Formar una especie de tortilla y golpear con una piedra de mano.
- Asentar el molde sobre un torno que permite girar la pieza.
- Secar al sol y meter en un horno de combustible.
- Mezclar barniz de plomo con cuarzo, azufre u óxido de cobre para lograr tonos amarillentos o verdes.
- Colocar las piezas en el horno por un lapso de 10 horas.

Lugar

Cantón: Chambo

1.5 Artesanía en bronce

Tipos

- Campanas
- Materiales
- Bronce
- Arcilla negra
- Carbón

Herramientas

- Cuchillo de metal
- Horno manual
- Pulidoras y tornos eléctricos

Proceso

El proceso se lo realiza mediante 8 pasos:

- Diseño de los moldes de la campana.
- Construcción de los moldes.
- Diseñar y secar el primer molde de la campana.
- Colocar en la parte superior una corona de cera.
- Quemar los moldes unificados, en un horno fabricado manualmente con pedazos de cangagua, por dos horas a 600°.
- Enterrar el molde de barro, aún caliente, en el suelo.
- Eliminar todas las enzimas que quedan sobre la artesanía con la pulidora.
- Pulir y dar brillo a la campana con el torno.

Lugar

Cantón: Riobamba

1.6 Artesanía en tagua

Tipos

- Juegos de ajedrez
- Juegos de té
- Trompos
- Perinolas
- Prendedores
- Llaveros

Materiales

- Tagua
- Acuarelas

Herramientas

- Tornos
- Pulidora
- Lijadoras eléctricas

Proceso

El proceso se lo realiza mediante 3 pasos:

- Secar la pepa de tagua durante tres o cuatro meses.
- Perfilar los diseños deseados con lijadoras.
- Dar los acabados finales y pintar con acuarelas.

Lugar

Cantón: Riobamba

1.7 Artesanías en piedra

Tipos

- Juegos de ajedrez

Materiales

- Piedras blancas

Herramientas

- Cinceles
- Martillo
- Combo

Proceso

El proceso se lo realiza mediante 2 pasos:

- Dibujar el diseño sobre el material con cinceles.
- Modelar la artesanía por el lapso de una semana.

Lugar

Cantón: Riobamba

1.8 Otras Artesanías

Tipos

- Pelotas de mano
- Colchas de toros
- Globos y caretas

Lugar

Parroquia: Guasuntos

Cantón: Riobamba

análisis de homólogos



1.3

1.3.1 30 cuentos contados desde la artesanía

ÍNDICE

Autor: Diana Vásquez
Año: 2018

Este fue un proyecto de el Subte de la Chuna con Diana Vásquez dirigiendo el mismo, básicamente lo que se hizo fue tener de 3 a 4 etapas en el proceso de trabajo.

La primera etapa es donde se generó una galería con objetos representativos del trabajo de cada artesano, las personas participantes del concurso o taller iban a esta sala que le denominaron sala de inspiración veían los objetos y trataban de captar tanto como pudieran del trabajo del artesano.

La semana siguiente a esto, había conferencias con los artesanos para que las personas que participaron en el taller pudieran hacerles todas las preguntas que desearan sobre cualquier duda que tuvieran, se presentaban 3 artesanos por día y habían variedad de artesanos, desde artesanos que trabajan en paja toquilla has artesanos que trabajan con bronce y se daba a conocer su trabajo.

Una vez que se supo de su trabajo las dos semanas siguientes fueron tanto un taller de escritura narrativa como la segunda semana un taller de ilustración donde el objetivo era trabajar tanto la narración como la imagen que se iba a plasmar en el formato del concurso que es un poncho libro que es un formato super interesante, es básicamente una hoja A3 que está doblada en 6 partes y funciona como un libro y una ficha al mismo tiempo.

Una vez que se tuvieron los talleres las personas presentaban sus propuestas y las mejores propuestas se publicaron en este formato poncho libro, esos libros que se mostraron a más de que hubo una exhibición de los afiches en la clausura de los talleres lo que se hizo fue usar estos para que sean parte del proyecto de lectura nacional así que se llevaron los mismos a escuelas donde se les entregaron a los niños para que cada cierto tiempo se lea un cuento, pues el artesano en quien estaba inspirado el cuento iba para conversar con los niños de tal manera se generaba interactividad con ellos y les contaba sobre su actividad.







Sombreros

Sombreros de paja toquilla, dentro de los cuales existen un sin número de diseños

[ver más](#)



Bolsos

Bolsos con tejidos y sujetadores reforzados, amplia gama de diseños y texturas

[ver más](#)

BIBILAK

La Cooperativa de Producción Artesanal Padre Rafael González del cantón Biblián es una organización artesanal basada en los principios del cooperativismo que busca el desarrollo de las/los socios que se dedican al oficio de la tejeduría del sombrero de paja toquilla en el cantón Biblián.



1.3.2 Bibilak

[ÍNDICE](#)

Artesanías

ideales para el hogar, la paja toquilla usada como materia prima para la elaboración de distintos objetos

[ver más](#)

Autor: Cooperativa de Producción Artesanal “Padre Rafael González” del Cantón Biblián.

Año: 2017

Este proyecto se enfocó en la creación de una página web, herramienta que serviría para la comercialización de productos artesanales a nivel internacional mismo que parte de la necesidad por exportar productos elaborados a base de paja toquilla en el cantón Biblián. El diseño de la página busca un equilibrio entre información y fotografías de alta calidad para mejorar la presentación de dichos productos por lo que genera un valor agregado a la marca.

Lo que sucedió y porque es muy importante este homólogo es por la forma en la que presenta a la artesanía, muchas veces observamos la artesanía y decimos que es algo que se ve sin gracia por ser hecho a mano y se critica el acabado además de carecer una presentación atractiva, entonces Bibilak rompe con estas pautas y muestra tanto el proceso como los acabados que a su vez son de alta calidad que si nos fijamos las fotografías son muy buenas y de alguna forma potencian la calidad del producto

Además es una forma muy agradable de mostrar lo que ellos están haciendo porque se sabe que la tecnología avanza a pasos agigantados y cuando generamos un catálogo necesitamos casi obligatoriamente tener una versión digital y Bibilak apostó por esto entonces es una consideración en caso de que se haga una publicación multiplataforma o material gráfico multiplataforma

n, es una
mentar el
rero

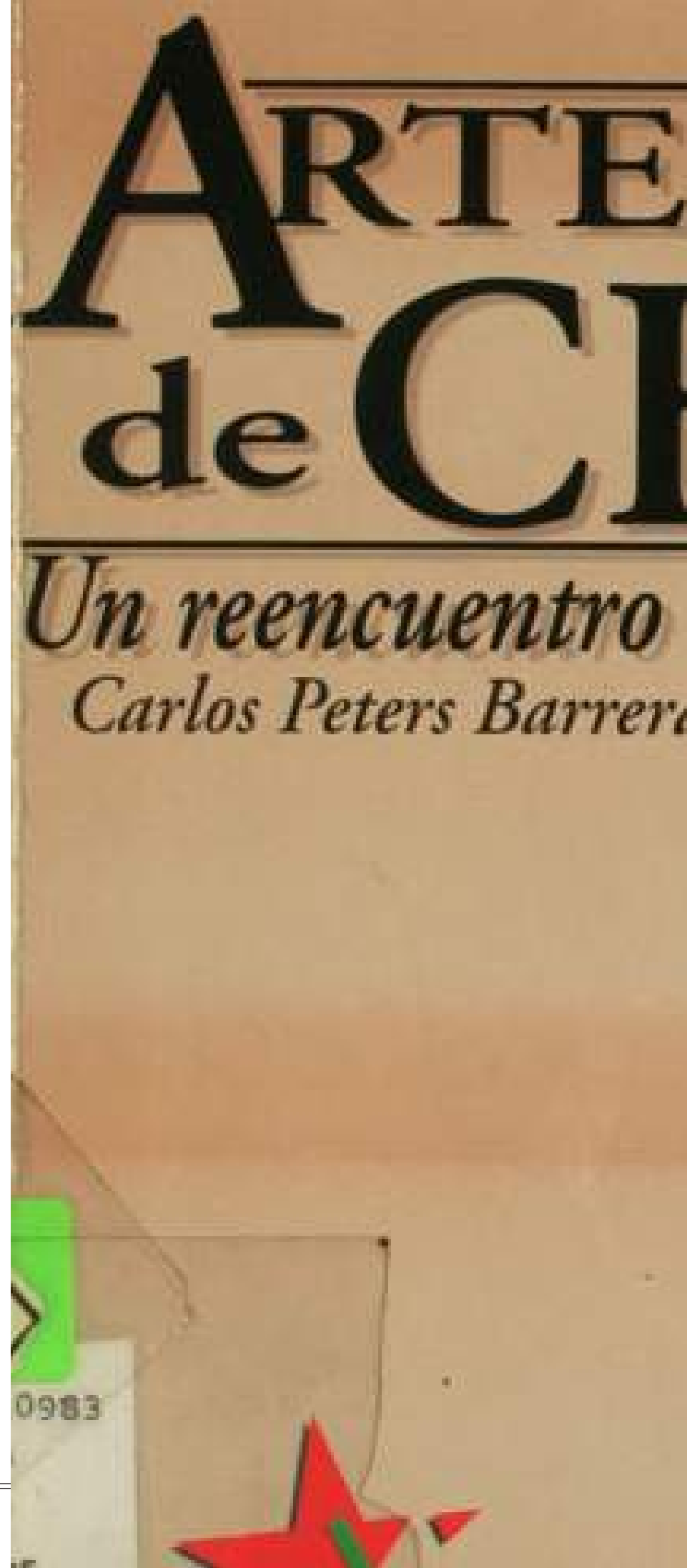
1.3.3 Artesanías de Chile: un reencuentro con las tradiciones

Autores: Carlos Peters Barrera - Sobé Núñez Gallardo.

Año: 1999

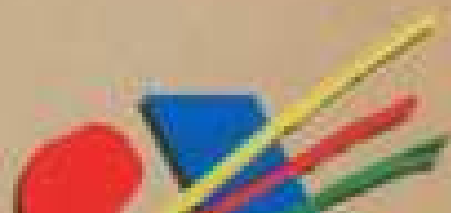
Este es un homólogo más bien tradicional sin muchas cosas extrañas, por que este es un libro que tiene una versión digital que está en la biblioteca del cidap que habla sobre las artesanías de chile


Obviamente la diagramación no es tan dinámica como uno espera pero brinda la información necesaria para quien lee el libro entienda como son las comunidades y que artesanías generan, entonces es un referente importante de cómo manejar el contenido y que tipo de publicaciones estan haciendo a nivel internacional, por que algo que sucede mucho es que las publicaciones con relación a la cultura no recurren al diseño como herramienta para mejorar y potenciar sus publicaciones, entonces, a veces terminan viéndose como aburridas o poco interesantes lo que lleva a que las personas no las lean y es así que de alguna forma es el espacio en el que el diseño debe actuar potenciando la imagen y la presentación siempre de la mano del contenido.



SANÍAS HILE

con las tradiciones
- Sobé Núñez Gallardo





1.4



conclusiones

1.4 Conclusiones

Este producto será diseñado tanto para impresión como para su versión digital con el fin de dar a conocer los procesos productivos de las artesanías en las provincia de Chimborazo.

Forma.

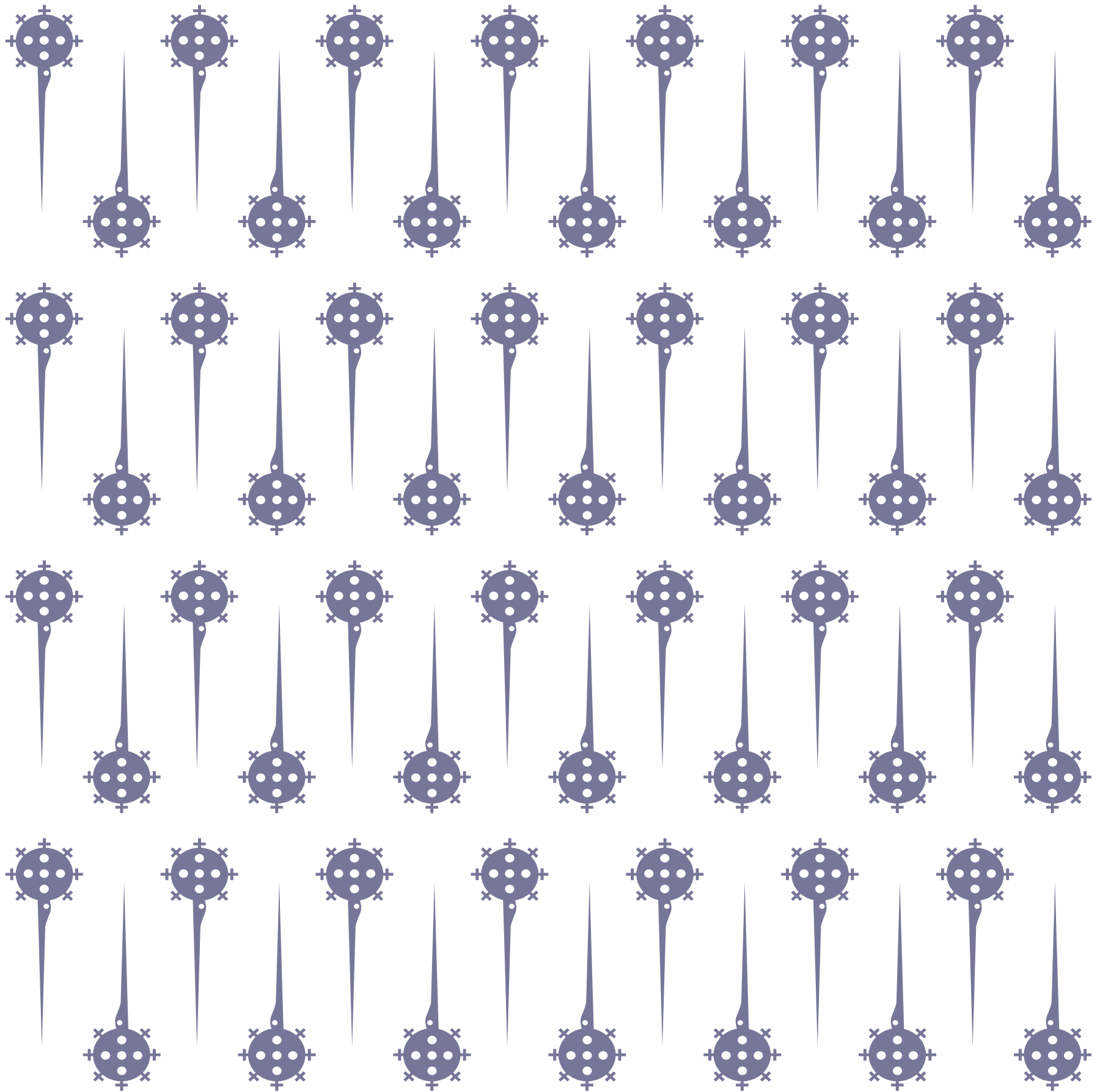
La distribución de contenidos estará dispuesta de un 50% de textos y un 50% de imágenes que refuercen lo que está escrito, de igual manera manejará una versión digital, con respecto a la cromática se presentará con colores muy diversos debido a que todo lo que se está representando es muy colorido y sin limitaciones cromáticas.

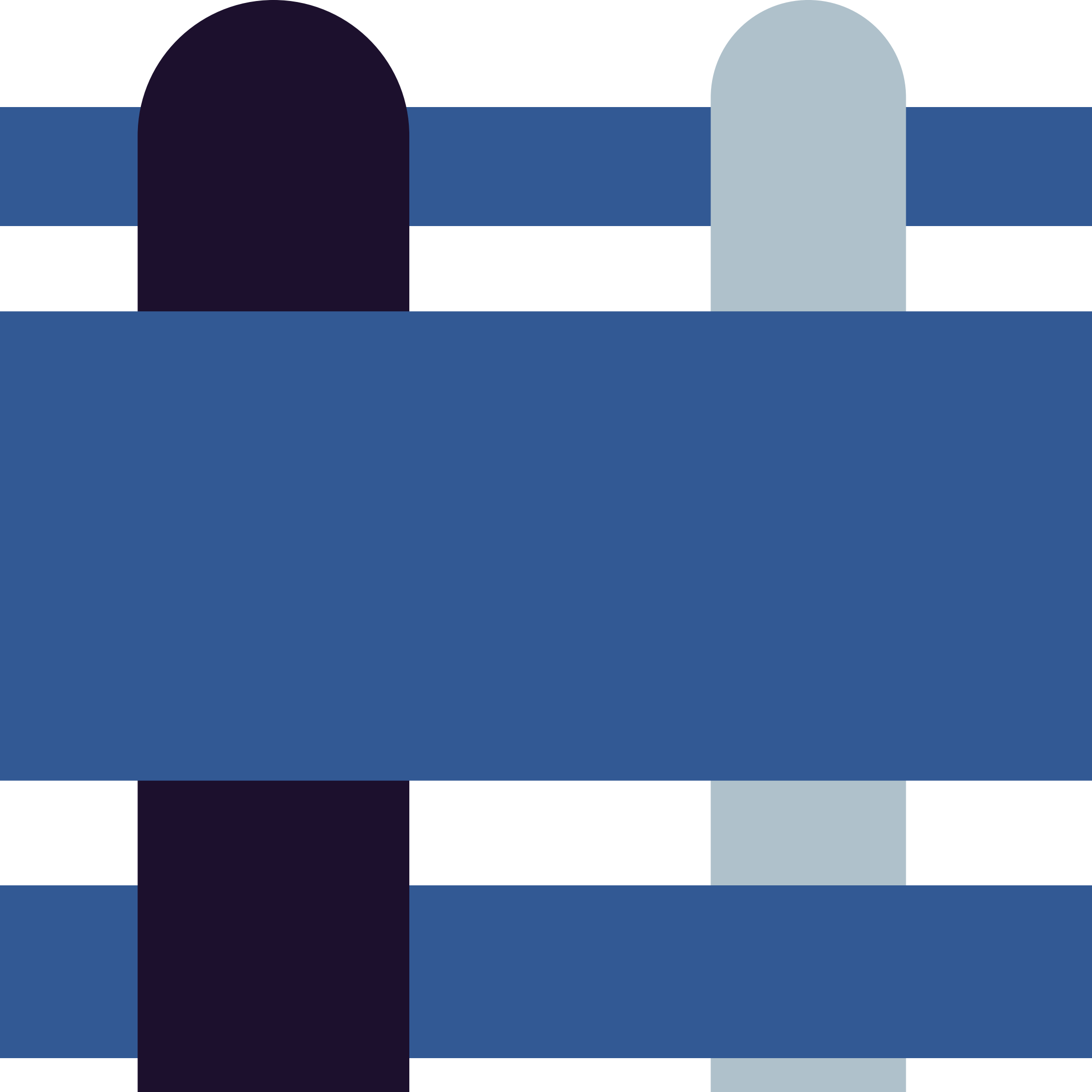
Función.

Contribuir en la difusión de los procesos artesanales en la provincia de Chimborazo a través de revistas que se publicarán de manera periódica, para que tanto personas locales como extranjeras puedan identificar y reconocer las artesanías de dicha provincia.

Tecnología.

Ya que no solo será una publicación física sino también digital, se producirán videos que refuercen todo el valor cultural que tienen las artesanías de la provincia mediante la estimulación de los sentidos audiovisuales.







Capítulo 2


planificación

2

segmentación

de mercado

segmentación de mercado

A white circle with a blue border is centered on a dark blue background. The number '2.1' is written in a black serif font in the center of the white circle.

2.1

2.1.1 Geográfica

País: Ecuador
Región: Sierra
Ciudad: Riobamba

2.1.2 Demográfica

Edad: 20 - 30
Sexo: Masculino - femenino
Ingreso: Intermedio
Ocupación: Estudiantes - profesionales
Nivel de Educación: Segundo y tercer nivel
Religión: indistinta
Nacionalidad: Ecuatoriana - extranjera

2.1.3 Psicográfica

Características de personalidad: Independiente, extrovertido, aventurero.

2.1.4 Conductual

Posición de usuario: Sin ser usuario
Estado de lealtad: No existente
Etapa de distorsión favorable: interesados
Actitud hacia el producto: Entusiasta





2.1.5 Persona Design

ÍNDICE

Javier Bermeo

Características:

- 40 años
- Nivel socioeconómico medio
- Vive fuera de su ciudad natal
- Le gusta viajar
- Le gustan las artesanías
- Siente una cercanía con lo hecho a mano
- No está familiarizado mucho con la tecnología






Karen Rivera

Características:

- 25 años
- Nivel socioeconómico alto
- Vive en su ciudad natal
- Le gusta viajar
- Le gustan los objetos únicos
- Siente apego por todo lo que tiene un sentido cultural
- Muy pegada a la tecnología



2.2



partidas de
diseño

2.2.1 Forma

ÍNDICE

2.2.1.1 Formato

El formato del material gráfico o de la revista se considera un A4 como el de una revista normal o un A5 que reduciría un poco los costos, vertical u horizontal es una cuestión que se decidirá en función de la maqueta

2.2.1.2 Diagramación

La revista o catálogo va a utilizar fotografías, ilustraciones o representaciones gráficas para reforzar el contenido que se está presentando en los textos, pues queremos que sea una revista muy visual para que capte la atención del lector.

2.2.1.3 Tipografía

La tipografía que se utilizará dado el contexto en el que se está realizando es una combinación entre una decorativa que llame la atención y que las personas puedan identificar con el aspecto cultural y artesanía así como también una sanserif bastante discreta que ayude a la legibilidad y al ritmo de lectura del texto, nos interesa que el texto sea atractivo y por esta razón las decorativas

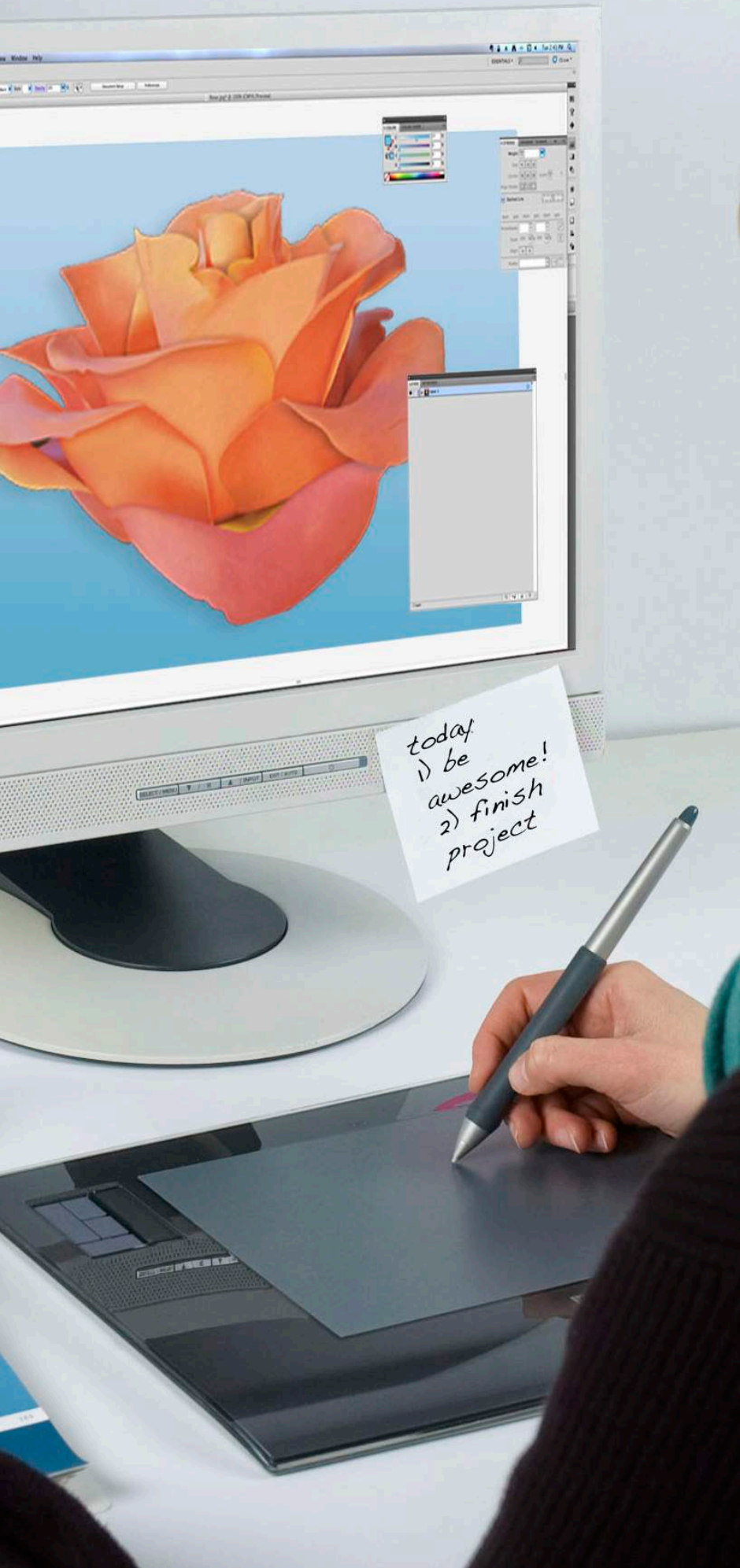
2.2.1.4 Figuras

En este caso serán vectoriales, lo que intentarán estas formas, es rescatar todo el colorido y los detalles de los objetos que se estén representando.

2.2.1.5 Soporte

Este producto final tendrá una versión impresa que captará la atención por sus fotografías así como también tendrá su versión digital que servirá para reproducir contenido multimedia





2.2.1.6 Cromática

La cromática que se va a utilizar para los documentos dado que no hay limitaciones de ningún tipo con respecto a tecnología y en si los elementos que estamos analizando son extremadamente coloridos, la mejor consideración es dejar la paleta cromática totalmente abierta

2.2.1.7 Imágenes

Las imágenes serán fotografías además de ser detalladas van a tratar de mostrar las características de los productos y procesos artesanales de la forma más fiel posible

2.2.1.8 Contenido

Todos los contenidos que estén dentro de la publicación hablarán únicamente de todo el proceso artesanal así como también se sumará a dicho contenido pequeñas biografías de los artesanos responsables de las mismas.

2.2.2 Función

ÍNDICE

Dado que este apartado de los partidos de diseño está completamente ligado a los objetivos sabemos que este documento está diagramado o está diseñado para ser capaz de transmitir o ser capaz de incentivar a las personas a que conozcan las artesanías y cuál fue su proceso de desarrollo de generación. De tal manera que el contenido se distribuirá de la siguiente forma: 1.-Historia, 2.- Ubicación, 3.- Materiales, 4.- Herramientas, 5.- Proceso y 6.- Productos finales.

De alguna forma también queremos recopilar información sobre cómo se hacen las artesanías por que con los avances tecnológicos parece que se estuviera perdiendo. Este producto será difundido de manera periódica en plazos de un mes, y será publicado una sola artesanía y su proceso por revista, teniendo en cuenta que será clasificado por su ubicación.

Finalmente se busca tener una guía actual sobre estos procesos lo que va a ayudar a preservar la cultura, queremos que esta colección de libros constituyan una base informativa para las personas que vengan luego de nosotros o su vez para las personas extranjeras o personas que estén realizando investigaciones de este campo también.





2.2.3 Tecnología

ÍNDICE

2.2.3.1 Software

El software que se utilizará para toda la producción del producto editorial tanto impreso como digital es: Ilustrador, Photoshop, Premier, InDesign.

2.2.3.2 Materiales

Para la producción de las publicaciones se plantea el uso de impresión digital, en el caso de prototipos, e impresión offset para la impresión de tirajes amplios.

Se considera utilizar papeles gruesos como couché brillante o mate para garantizar la calidad y durabilidad de las publicaciones, especialmente por la gran cantidad de imágenes a utilizar.


Según la cantidad de hojas que tenga la publicación final se decidirá entre un encuadernado fresado o con grapas.

2.2.3.3 Acabados

En cuanto a acabados, por una cuestión de costos de producción y accesibilidad de la publicación por parte del público objetivo, se ha considerado únicamente el laminado mate para las cubiertas.



plan de negocios



2.3

2.3 Plan de negocios

ÍNDICE

2.3.1 Precio

Se estableció como precio base aproximado la cantidad entre 5 y 20 dólares americanos por ejemplar. Este valor está sujeto directamente al costo de producción, por lo que puede estar abierto a variaciones según el tiraje, al igual que los materiales y tecnología que se utilice para la impresión y armado de los ejemplares. Cabe recalcar que dicho costo podría ser eliminado en caso de conseguir un auspicio total por parte de ONG's o gobiernos municipales que estén interesados en las artesanías, para que de esta manera puedan ser distribuidos de manera gratuita.

2.3.2 Producto

El producto a generar en este proyecto es una serie de publicaciones tipo revista o catálogo coleccionables, con una versión digital que estará disponible en la web; cuyo contenido se enfoca en difundir información sobre las características y procesos de elaboración de artesanías típicas de comunidades como Alausí y Riobamba de la provincia de Chimborazo.

Cada número de esta serie de publicaciones se centrará en ofrecer información sobre las comunidades y artesanos que generan estos objetos, al igual que detalles sobre los procesos, uso, historia y particularidades de la artesanía específica que se trata en ese número. Inicialmente, para mostrar cómo funciona el sistema se generará un número de tres ejemplares.



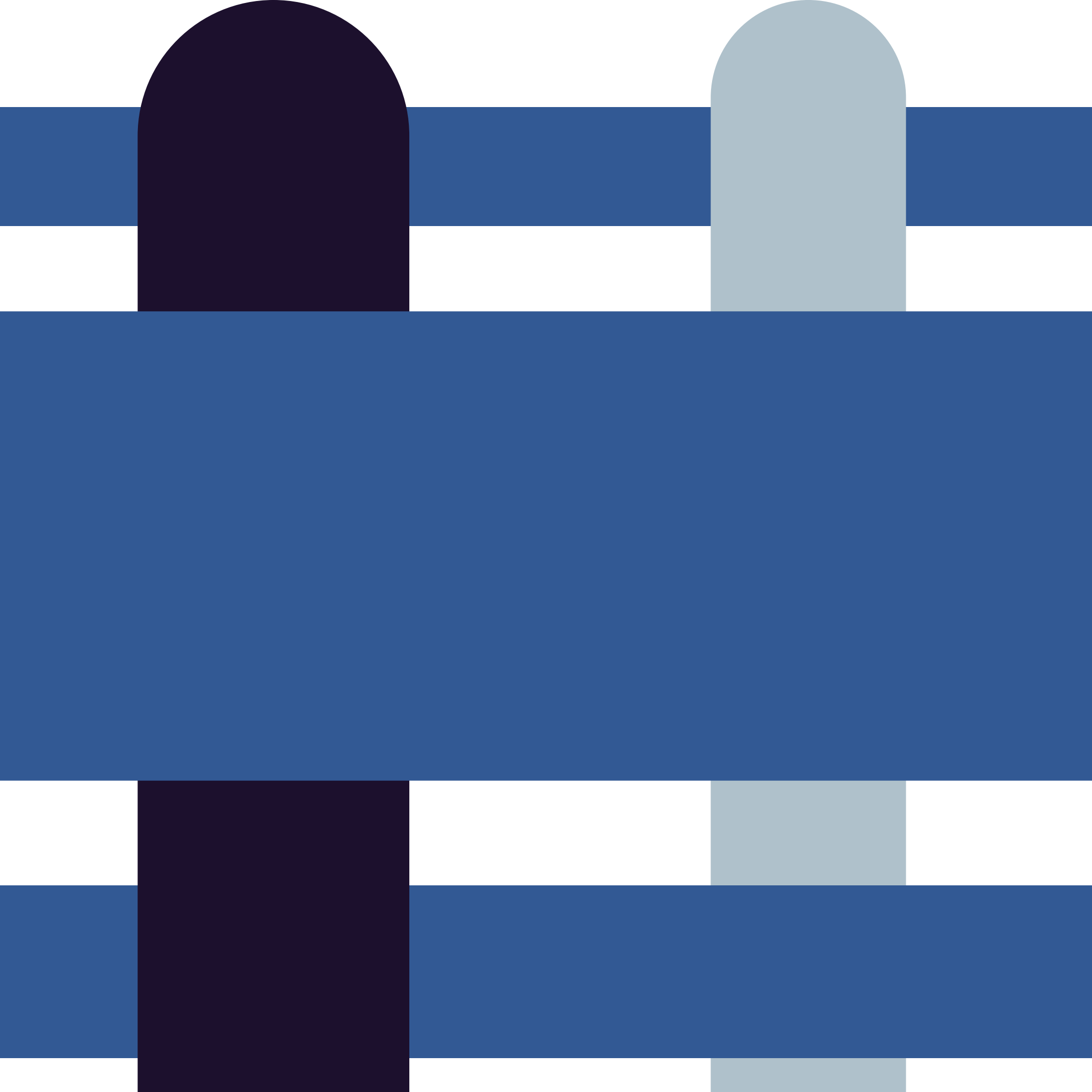


2.3.3 Plaza

Dado que las artesanías en las que se enfoca este proyecto son comercializadas en ferias y plazas artesanales ubicadas en los alrededores del ferrocarril, se han establecido estos dos espacios como los principales espacios de comercialización de las publicaciones en su presentación física. Por otra parte, debido a que una gran parte del segmento de mercado al cual se dirige este proyecto está interesado en acceder a información sobre artesanías a través de redes sociales, se establece la web como otro potencial espacio de comercialización, promoción y difusión de este producto.

2.3.4 Promoción

Para la promoción de esta colección de publicaciones se plantea dos acciones. En primer lugar, generar un recurso de merchandising como un exhibidor o un stand que pueda ser colocado en ferias y plazas artesanales que permita exponer el producto para su comercialización. En segundo lugar, debido al gran segmento de público objetivo que se informa a través de fuentes y recursos web, se ha considerado generar un esfuerzo comunicativo para promover y difundir el proyecto en redes sociales.




Capítulo 3

ideación

3

diseño



3.1



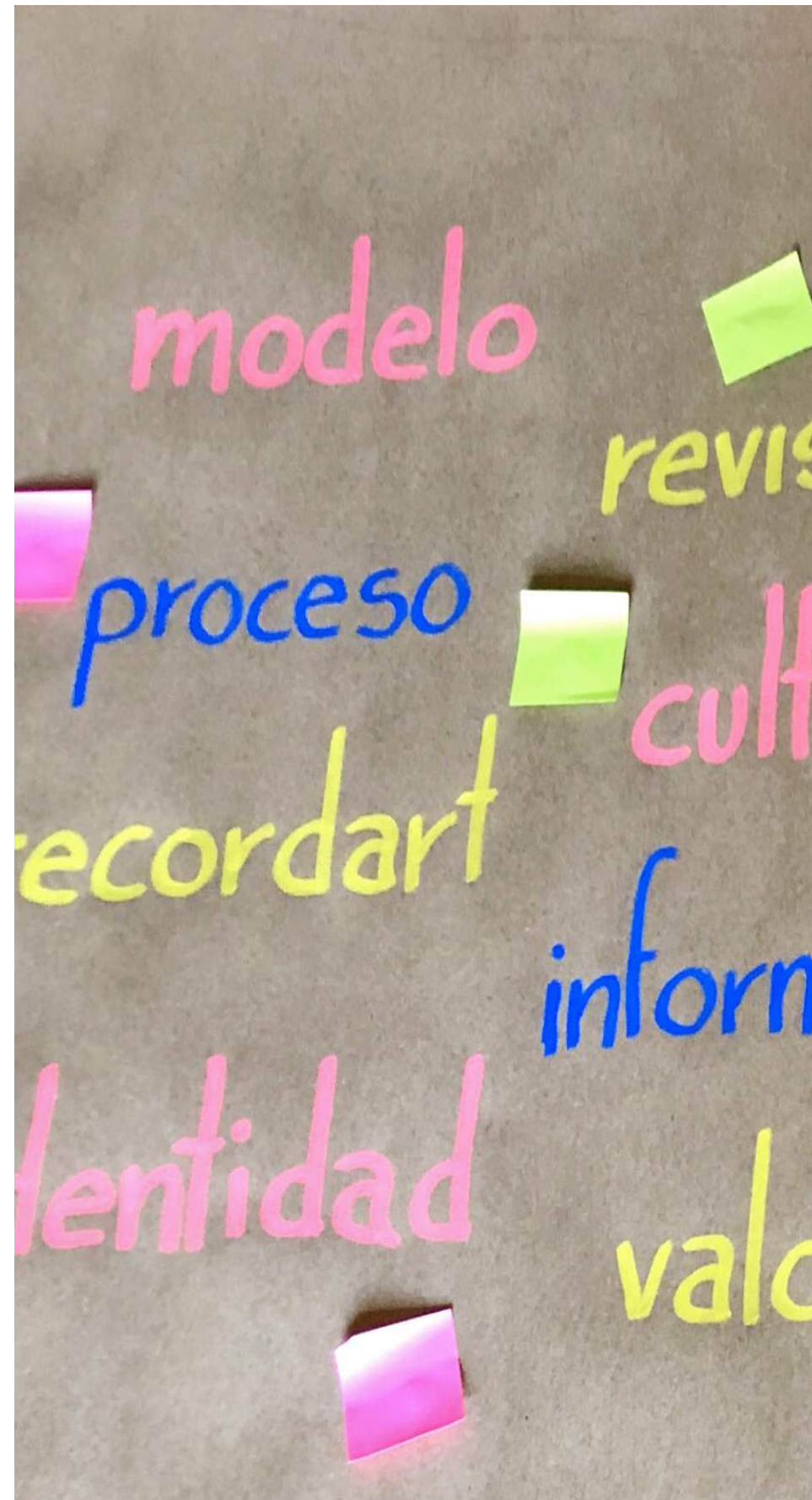
ideación y bocetación

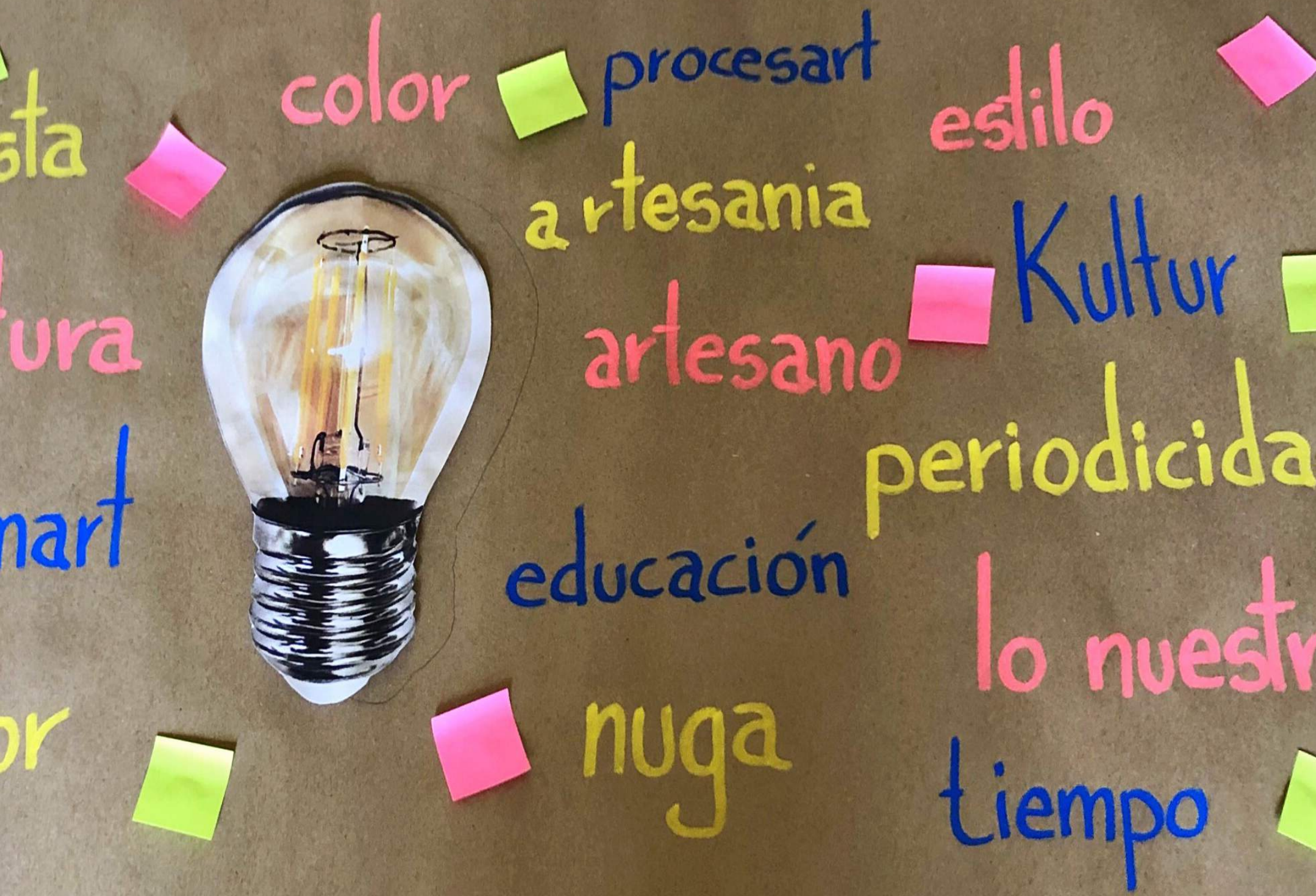
3.1 Ideación

ÍNDICE

Para llevar a cabo el proceso de ideación se partió previamente de una mesa de trabajo en la cual intervinieron varios diseñadores, Oscar Medina, Alizon Porras y Lenin Rivera, en la misma se consideran varios aspectos importantes para el producto como: nombre de la revista, periodicidad de la misma, temas a tratar en ella entre otros.

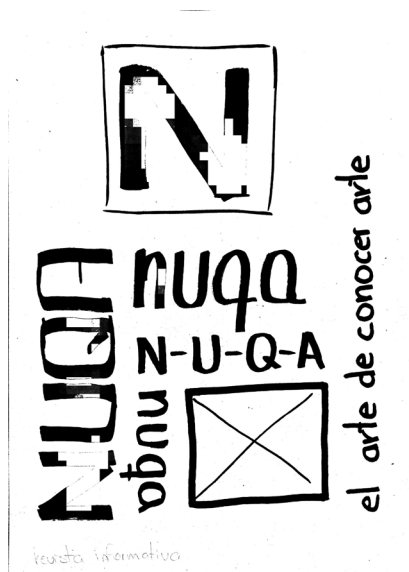
De igual manera se puso en consideración el uso de tecnología para poder crear la revista digital que permita llegar a un público objetivo más amplio. Cabe mencionar que la revista contará con varios plus así como también con su propia marca.





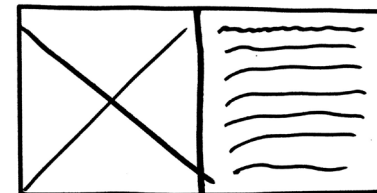
3.1.1 Lluvia de ideas.

ÍNDICE



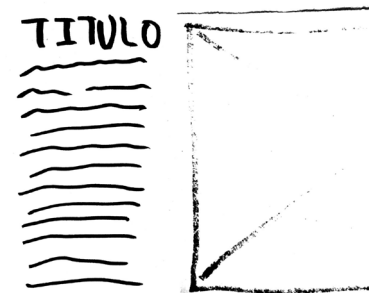
1.- Revista Informativa

Centrada en el contenido puesto que transmite procesos



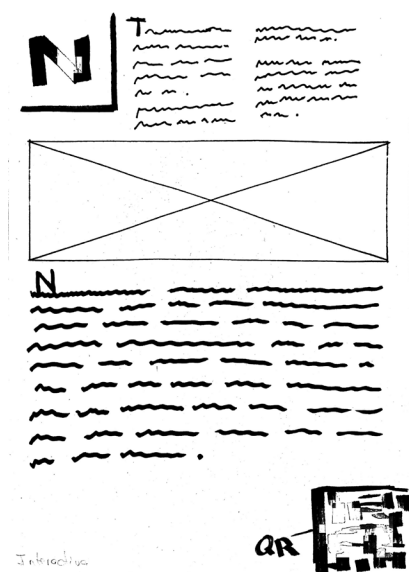
2.- Interactiva Física

Despierta el interés de los lectores al estimular la motricidad



3.- Interactiva Digital

Estimula los sentidos del oído la vista y el tacto.



4.- Revista Ilustrativa

Muestra de una manera más agradable los contenidos



N LQA

Nombre

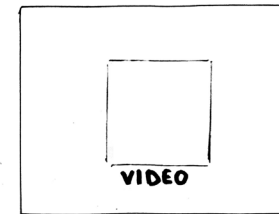


Trullo

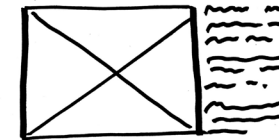
FOTOS

5.- Periódico

Busca tener una periodicidad y continuidad



Texto



Digital

6.- Revista Digital

Permite incrustar contenido multimedia

NUQA



ARTE



7.- Revista Especializada

Mantiene los márgenes muy estrictos sobre lo que se comunica



Contant

8.- Revista Cuento

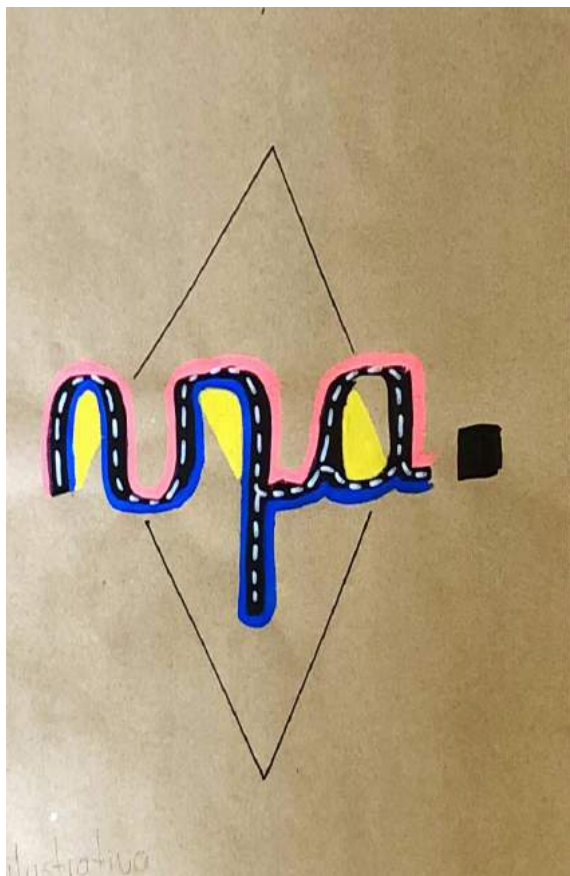
Busca llegar al sentido de pertenencia de las personas o lectores

3.1.2 Ideas Finales

ÍNDICE

Entre los aspectos más esenciales y fundamentales que se consideraron para la selección de las 3 propuestas estuvieron: la presentación del producto, atención visual o jerarquía de contenidos, especificación y arquitectura de la información.

Pues con dichos aspectos son con los que se desarrollara la propuesta final del producto editorial.



3.1.3 Idea final




Para llegar a la propuesta final se realiza una hibridación de varias propuestas anteriores y sus conceptos como: revista digital, periódico y revista especializada, pues, lo que se plantea como producto es una revista que logre difundir todo un proceso artesanal, para lo cual se utilizará mucha evidencia fotográfica, así como también resaltar parte de los contenidos textuales como la historia de dicha artesanía, además, de esta manera se logra cumplir con los objetivos planteados y de igual forma mantiene un sistema de constantes y variables que permitirán al sistema gráfico ser notado.

Este producto editorial es de tipo folleto, el cual cuenta con una marca que lleva el nombre de "NUQA", misma que es obtenida de la lengua quechua y hace referencia a identidad como un "yo". El término yo en la lengua quechua habla de autenticidad y originalidad.

La revista NUQA busca levantar información sobre procesos artesanales en la provincia de Chimborazo, para posterior a esto poder evidenciar y difundir los mismos, aportando de alguna manera a la conservación cultural en la provincia. Pues, su principal enfoque es revalorizar los procesos artesanales para así lograr que éstos no se pierdan con el paso de los años.

proceso de diseño

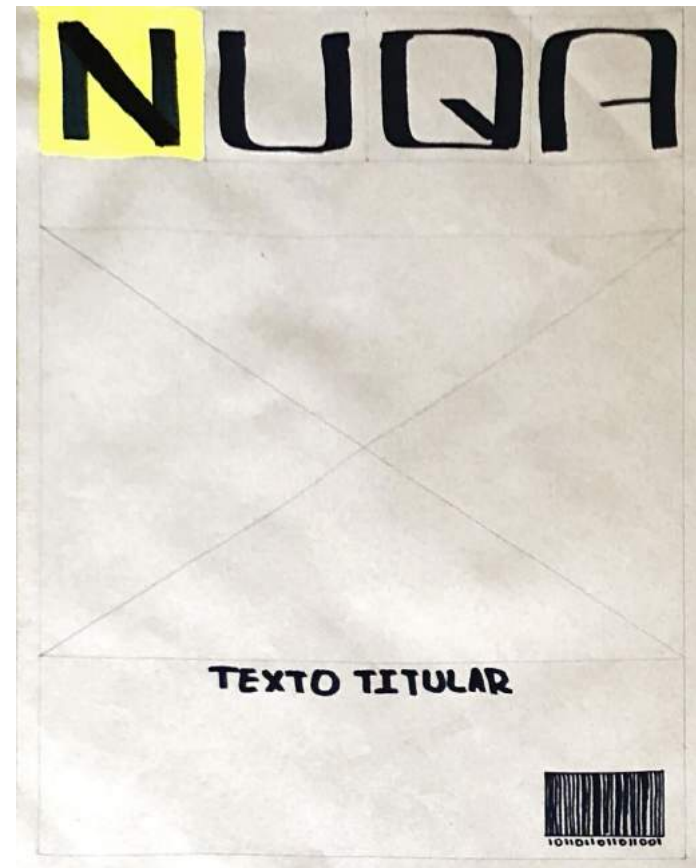
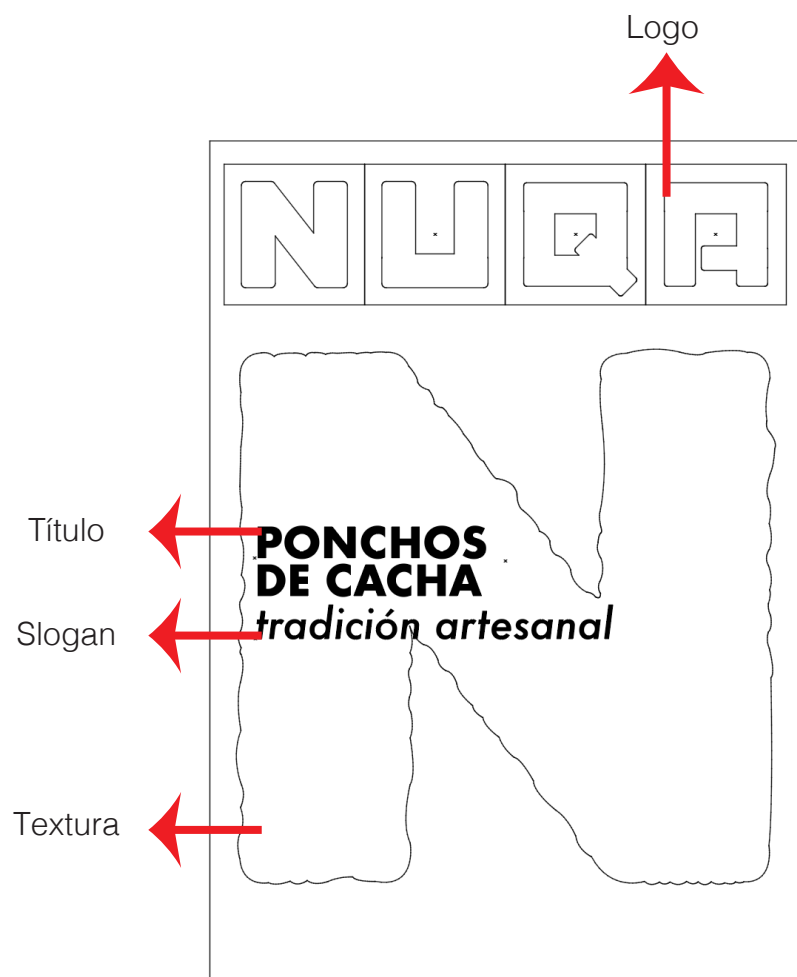


3.2

3.2.1 Bocetación



Después del extenso trabajo en la toma de decisiones respecto al diseño de la portada se llegó a concluir que debe mantener una jerarquía basada en la tipografía y su logotipo debe estar acompañado de un refuerzo textual, en este caso un eslogan, posteriormente se extrae la letra N del logotipo para pasarla como forma a la portada en el fondo, la misma que será contenedora de las texturas respectivas de las artesanías representadas en cada edición.





La revista va a utilizar fotografías, ilustraciones o representaciones gráficas para reforzar el contenido que se está presentando en los textos, pues queremos que sea una revista muy visual para que capte la atención de los lectores por lo tanto mantendrá un equilibrio de 50% imágenes y 50% texto.

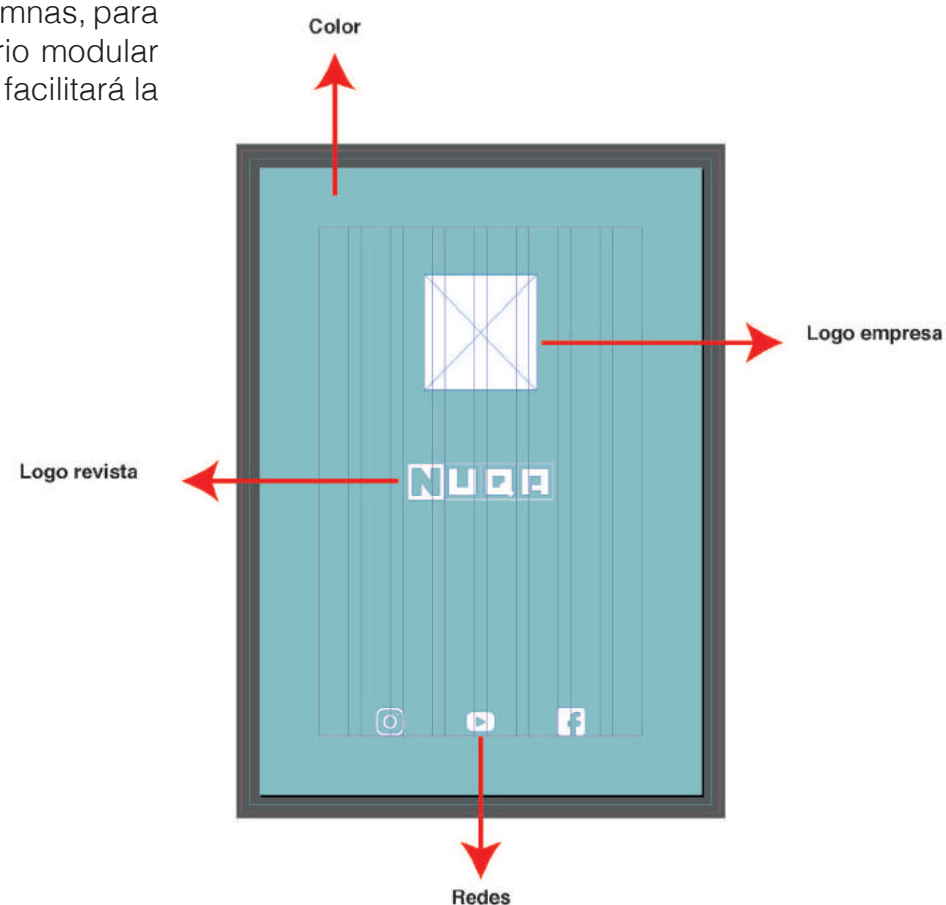
3.2.2 Arquitectura de la página

Para el contenido de las dos páginas se regirá un sistema de márgenes y columnas así como también medianiles, además cuenta con guías, lo que permitirá organizar de manera ordenada, jerarquizada y equilibrada el uso de los textos e imágenes.

Tanto los márgenes como las columnas serán distribuidos en números pares para facilitar la división de contenidos de 50% texto y 50% imagen, siempre y cuando amerite el caso, pues, en ciertas ocasiones se utilizará más texto para dar mayor importancia a lo que se está contando que a lo que se está viendo.

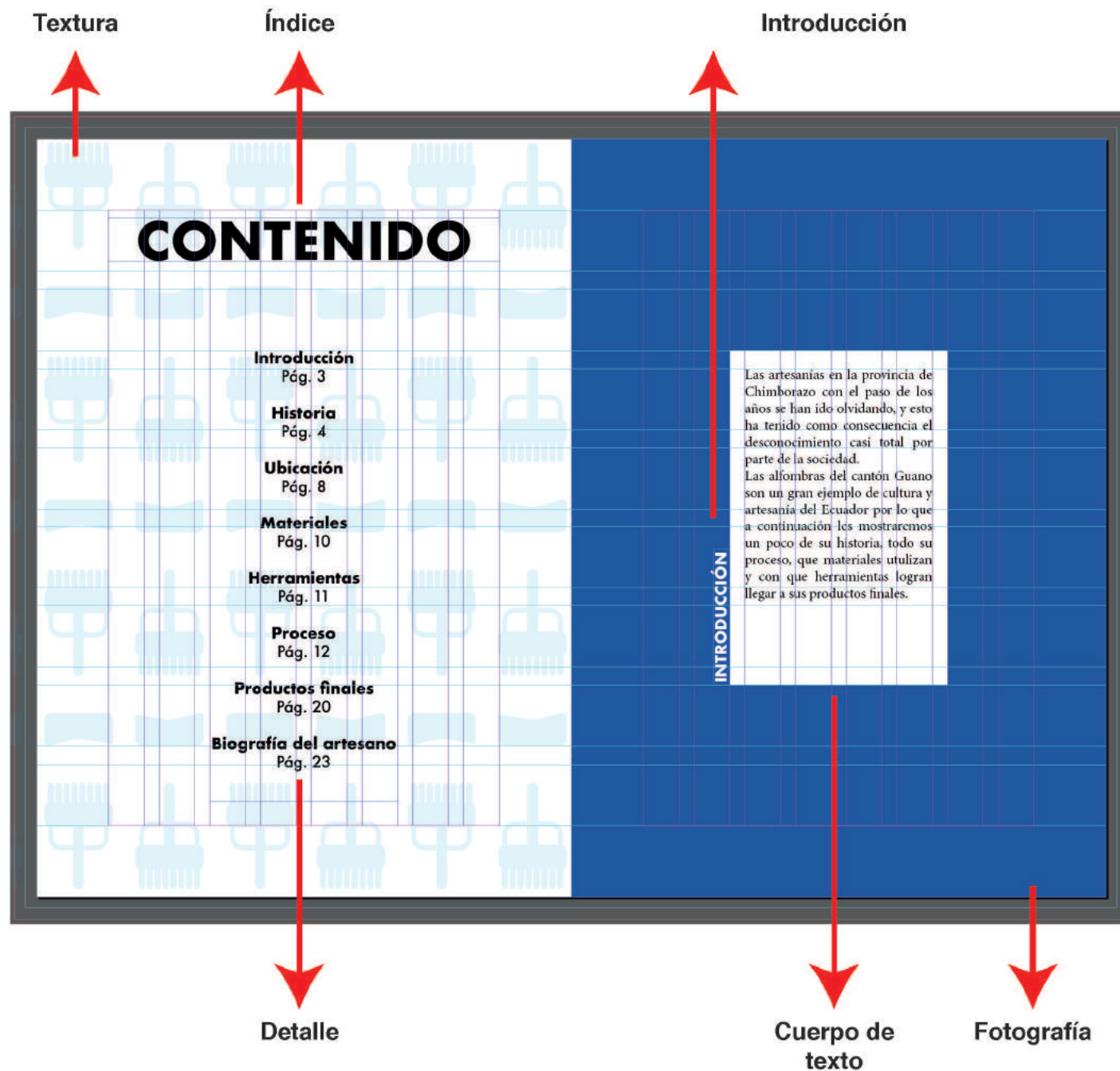
El formato final en el que se imprimirá el producto es A5, en la diagramación se usará una maquetación de 8 columnas, para de esta manera pegarse en cierta forma al criterio modular puesto que se utilizarán muchas imágenes y esto facilitará la distribución de las mismas.

Para lograr que esta revista contenga un sistema se consideran las siguientes constantes: márgenes, retícula, tipografía, y espacio mínimo de 4 columnas para el uso de los textos, por otra parte como variantes se presentan: distribución del espacio según secciones de la revista y texturas. Todas estas características se detallarán en las siguientes páginas.



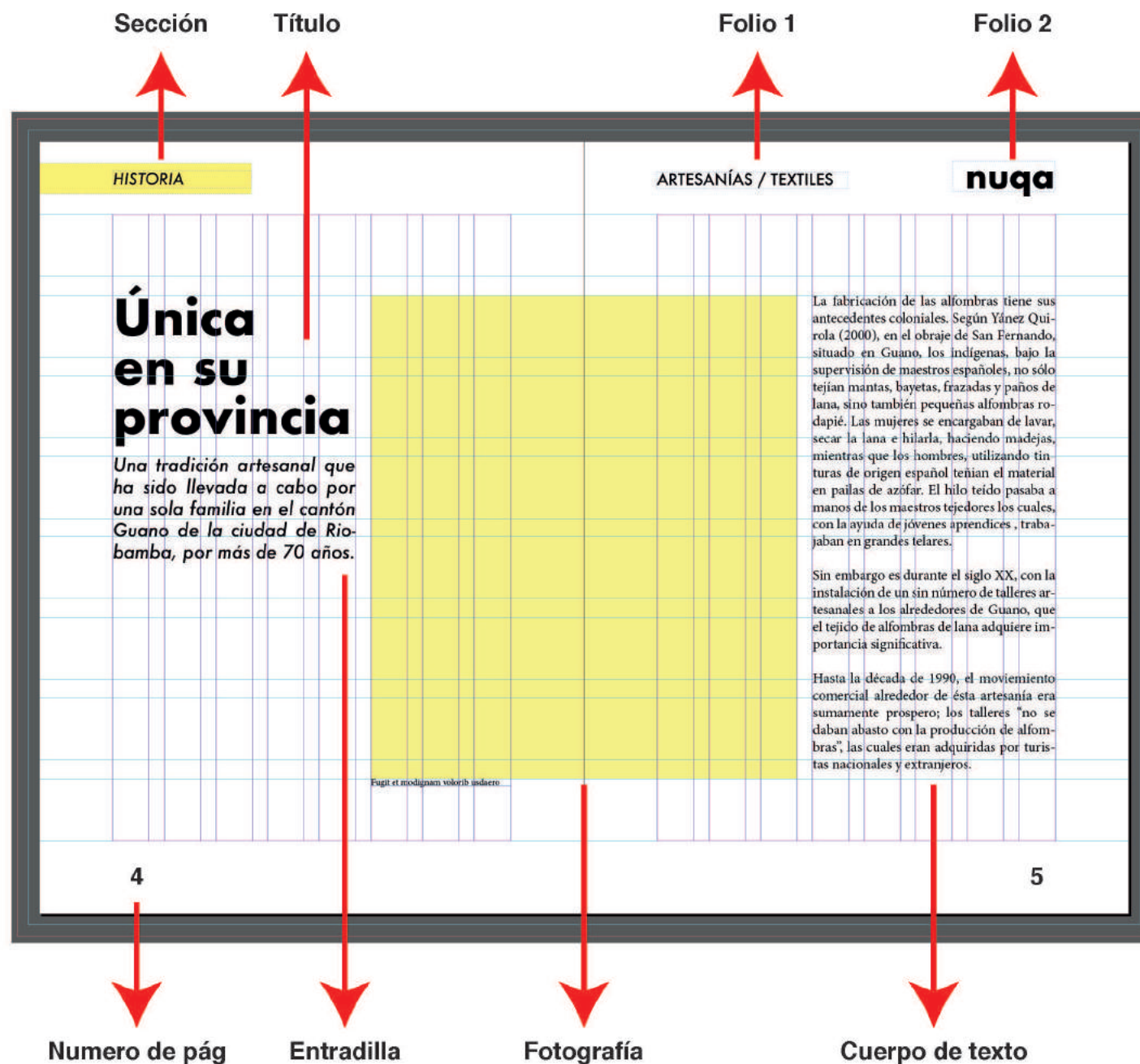
La contraportada mantendrá una relación cromática con la portada, se usará un solo color de fondo, la misma contendrá el logo de la revista y las redes donde se puede encontrar información complementaria, además apartará un espacio para el logotipo de la empresa que se encargue de su difusión.

Para la página de contenido o índice se utilizará una jerarquía tipográfica que le indicará al lector por dónde empezar, además estará acompañada de una textura que se diseñó previamente, la misma que estará en relación directa con el proceso artesanal de la edición, ya que es una ilustración de una herramienta utilizada en el mismo proceso, por lo que aquí también podemos mencionar que dicha textura se convertiría en una variante del sistema de revistas.



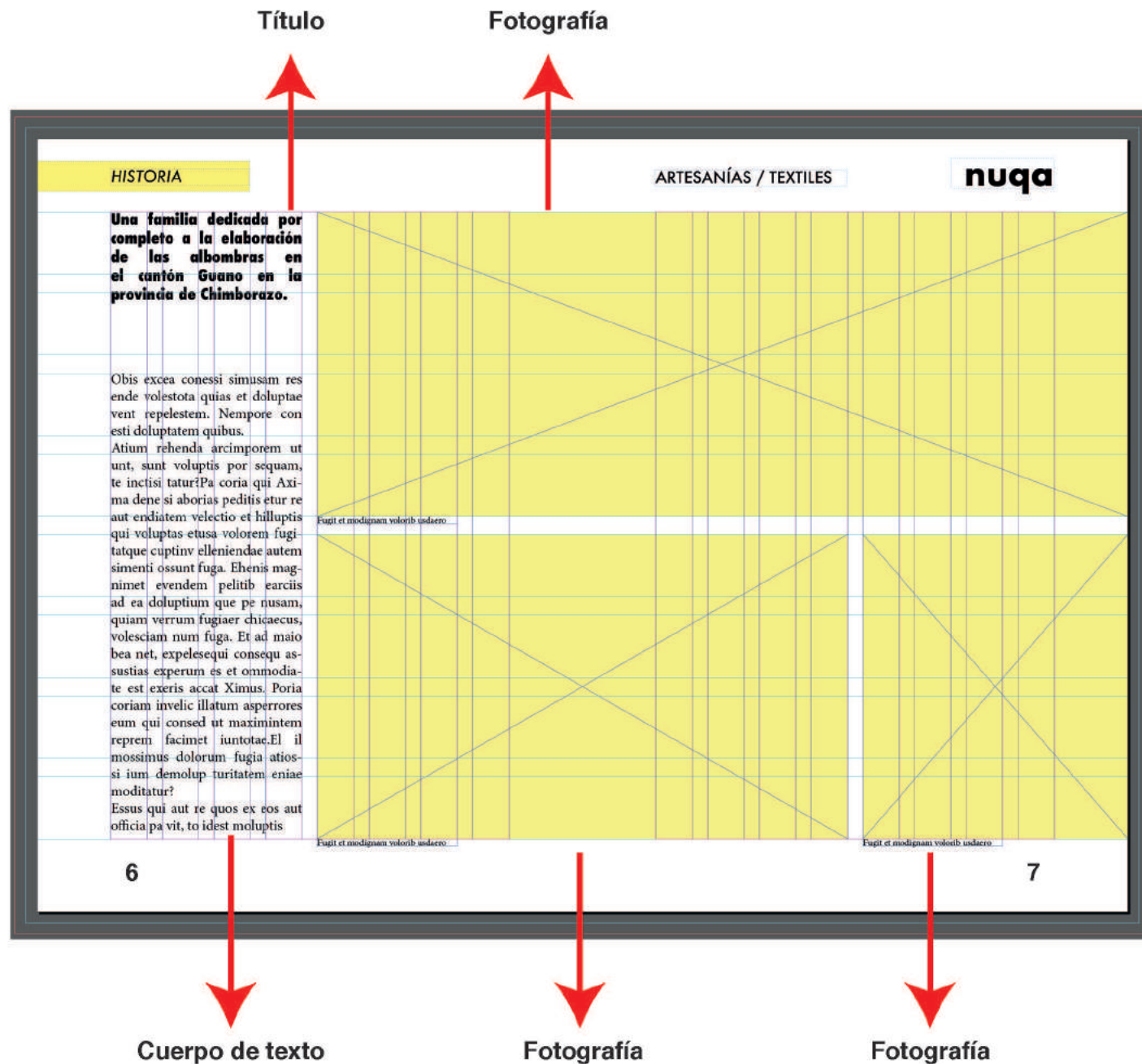
La página de introducción a su vez contará con una fotografía que ocupará el espacio total de la misma, sin embargo, se utilizará un cuadro de texto para describir dicha introducción. Este cuadro variará su tamaño en función de la cantidad de información que se presente en esta descripción, pero su ubicación siempre estará centrada y tendrá una disposición de 4 columnas de la retícula para el texto.

Dentro de los contenidos de la revista o folleto, tenemos un encabezado en el cual se encontrará la sección en la que se ubica el lector, la misma que estará diferenciada por color y nombre de la sección. Para el apartado de historia se considera una diagramación de 8 columnas, imágenes, cuerpo de texto con un tamaño de letra de 11 puntos ya que se debe responder al formato, en este caso A5. Además contendrá un título y una entradilla textual.



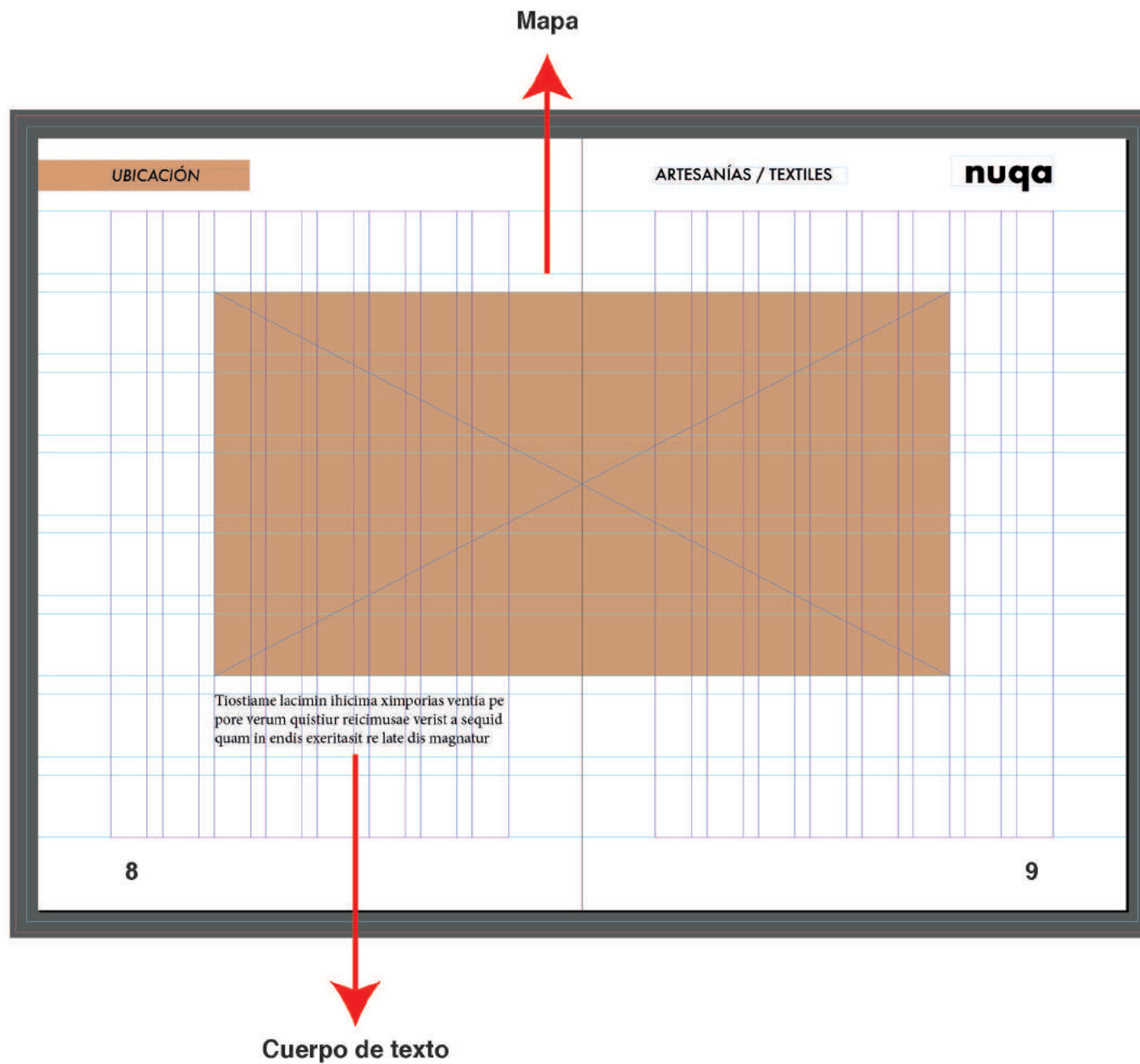
Cabe mencionar que la sección funcionará dentro de las constantes del sistema de revistas, pues en todas sus ediciones mantendrá su cromática, es decir un color característico. Además la jerarquización siempre será la misma en el primer pliego de historia ya que está pensado para llamar la atención del lector en el siguiente orden: 1 fotografía, 2 título, 3 entradilla y 4 cuerpo de texto.

La sección historia contará con un segundo pliego siempre que la información sea suficiente, es decir, se convierte en una posible variante de la revista, el cual contendrá un título en la parte izquierda de la hoja y continuará con un cuerpo de texto, los mismos que ocupan 4 columnas de la retícula.

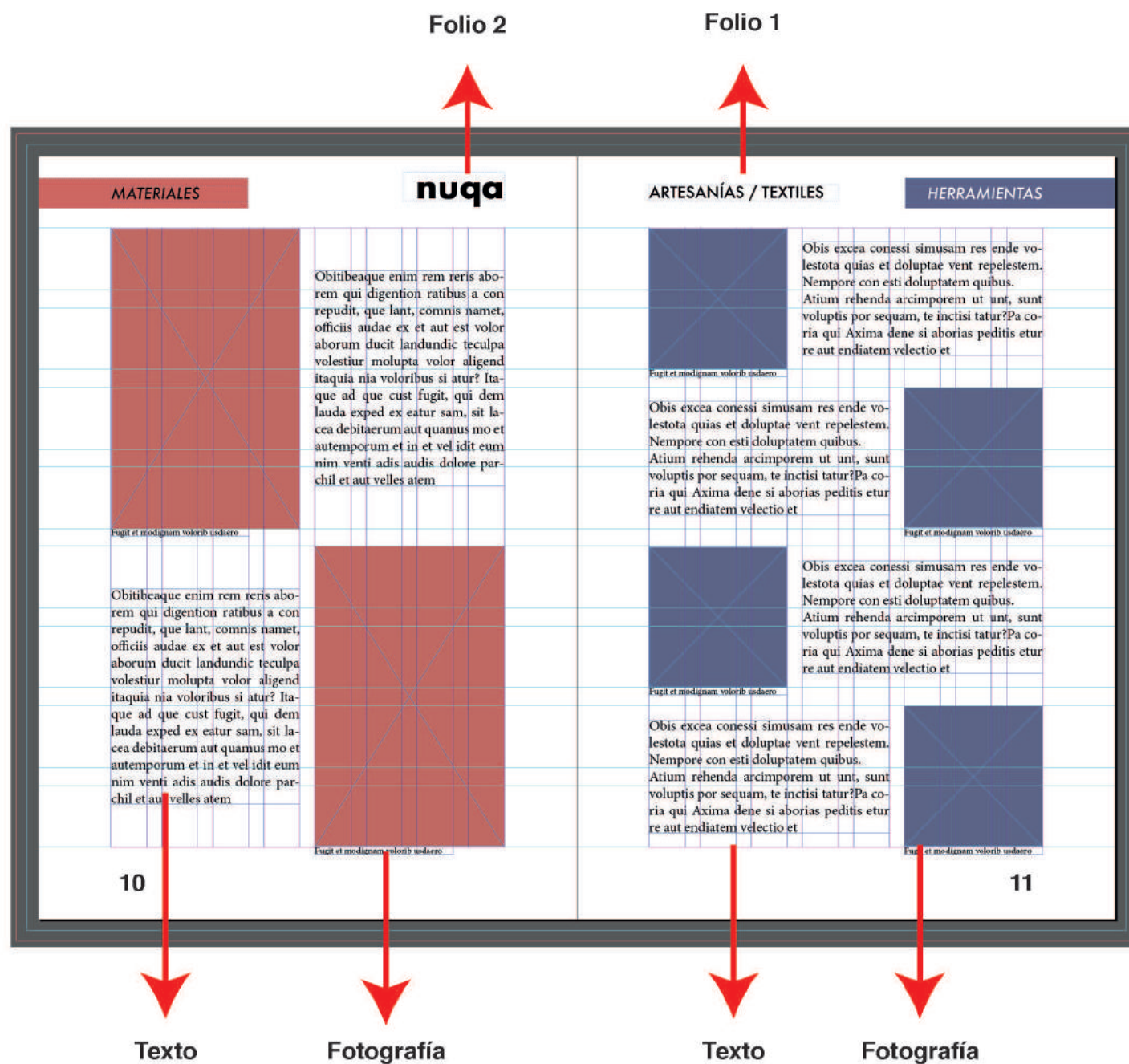


Cabe mencionar que ésta distribución y jerarquía no cambiará en la primera hoja del pliego, sin embargo en la segunda hoja del pliego en caso de ser necesario se aumentará un cuerpo de texto más con la misma disposición de espacio en la retícula, es decir utilizará 4 columnas.

Para la sección de ubicación en lo único que se centrará esta parte es en mostrar de la manera más específica posible en que lugar esta ubicada dicha artesanía dentro de un mapa que estará centrado en las dos páginas. La generación de dicho mapa será realizada en base a un mapa de gps ya existente.

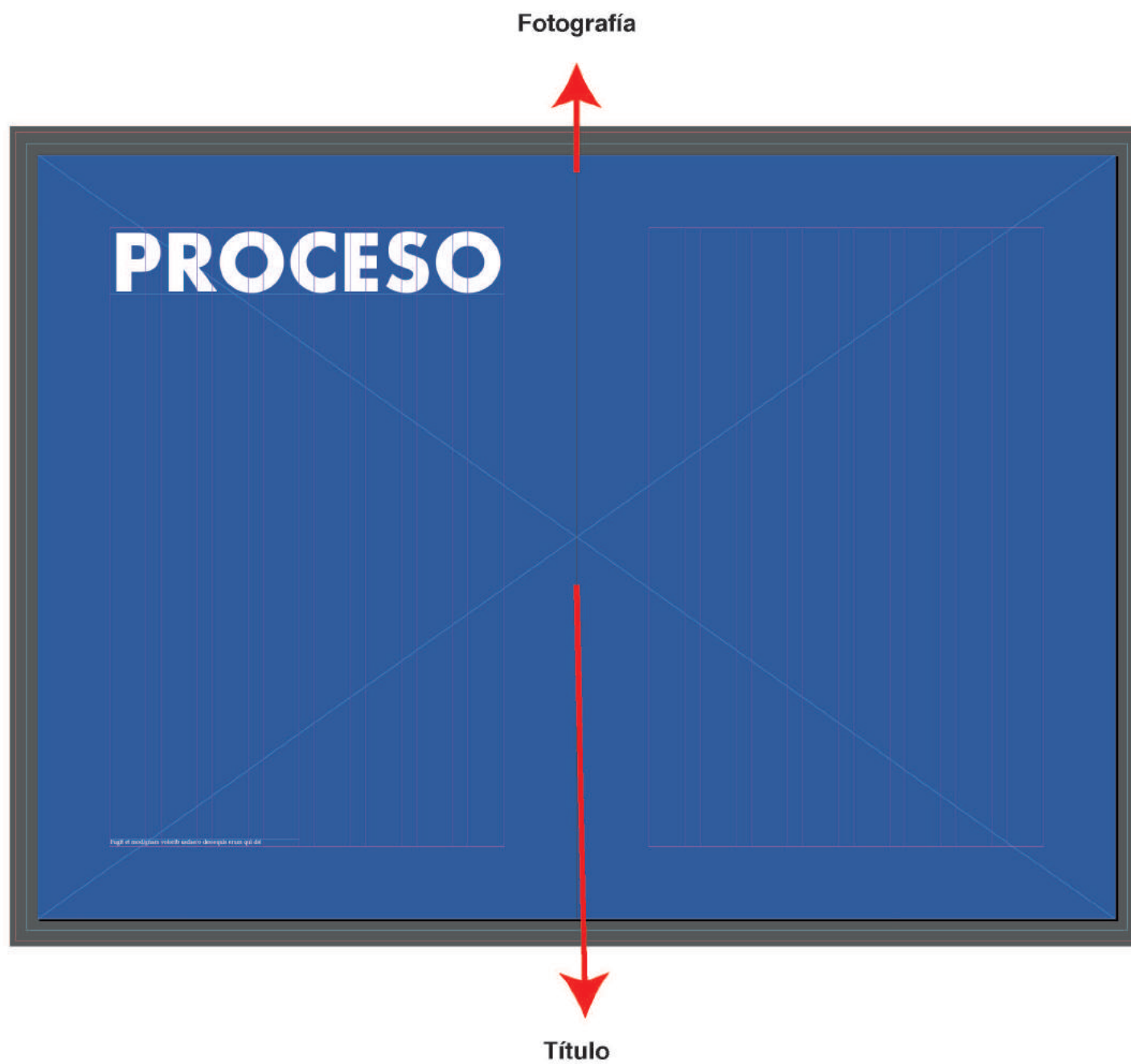


Para la sección de materiales y herramientas la jerarquía nuevamente se acoge al criterio de uso en un 50% imagen y 50% texto, puesto que la información que se destaca en este apartado de la revista es tan importante tanto descriptivamente como visualmente. Se dispondrá del espacio en función de la cantidad de materiales y herramientas que contenga cada proceso artesanal sin afectar el uso del espacio antes descrito.

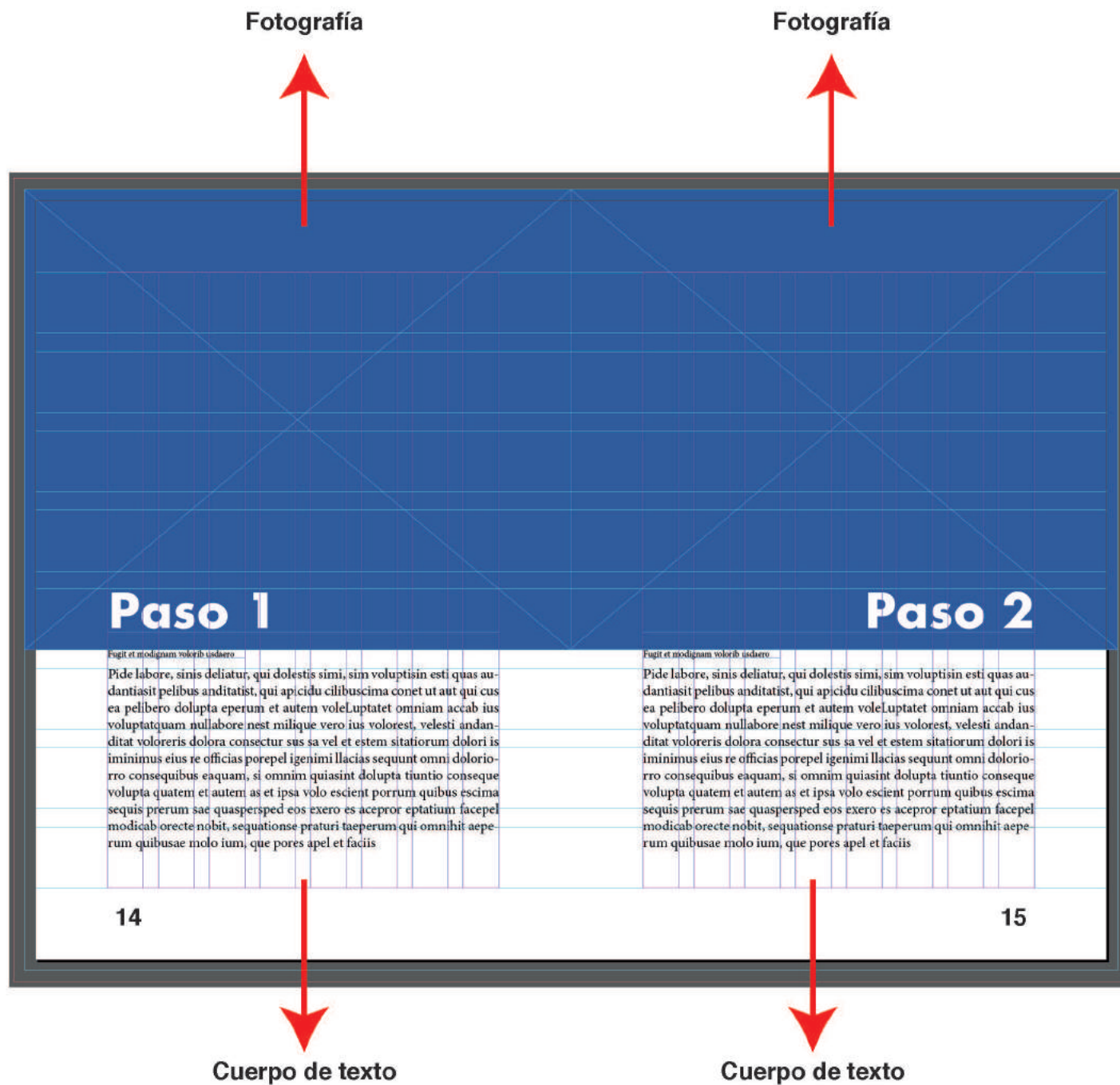


Puesto que para estas secciones cada una contará con una sola hoja del pliego, el uso de los folios se vieron afectados y es el único caso en el que se ubicaran de una forma diferente tal como se expresa en el ejemplo.

Existirá un pliego que identificará la parte del proceso, éste se encuentra justo a la mitad del producto, lo que permitirá un descanso al lector ya que lo único que mostrará es una fotografía en todo el pliego además de anticipar al lector la sección que continúa. De igual manera esta jerarquía se usará como constante en el sistema de revistas.

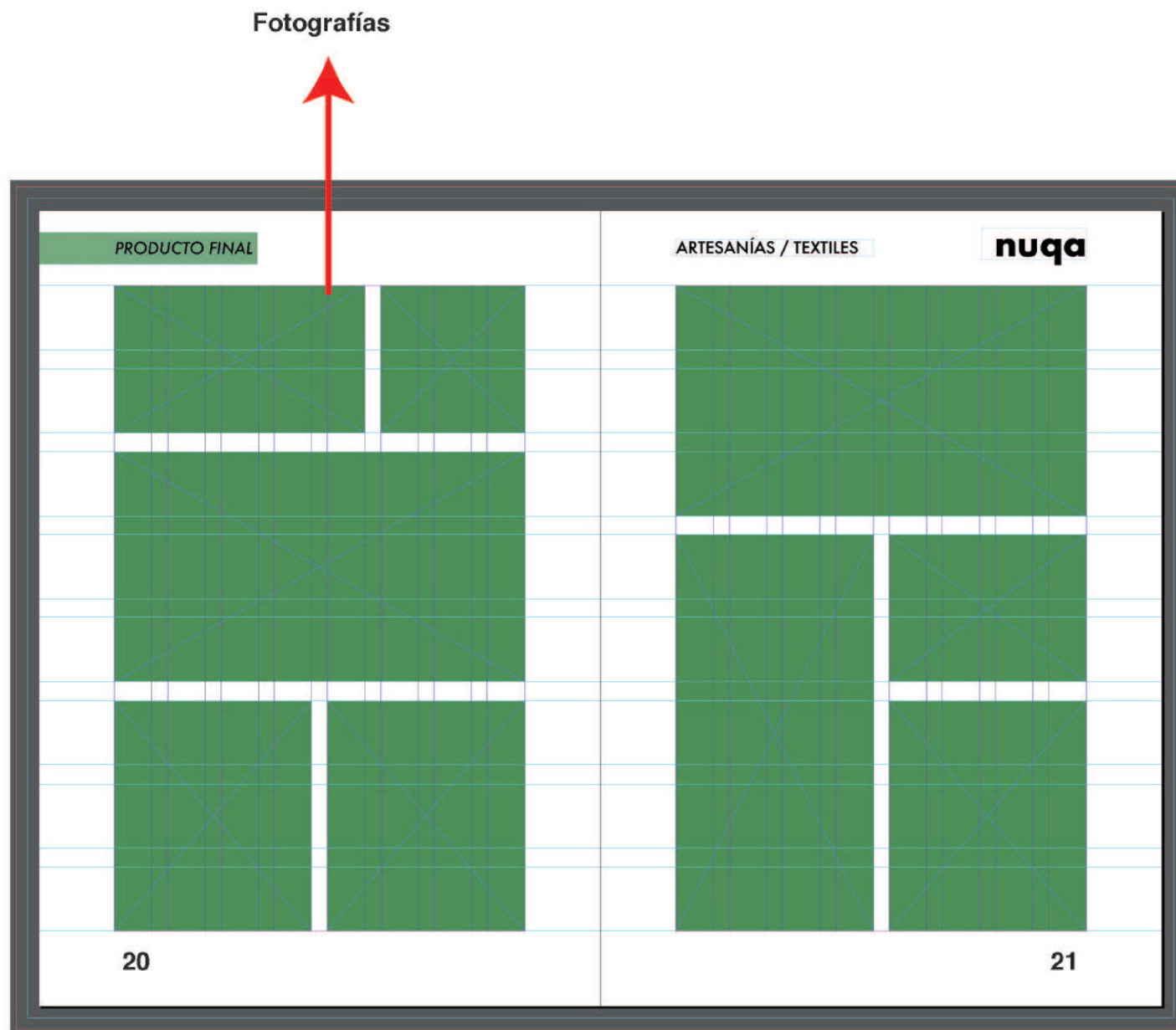


Dentro de la sección procesos, podremos encontrar en cada página una fotografía que ocupará la mitad de la página puesto que se debe respetar y responder al modelo 50% texto y 50% imagen, así como también un titular ocupará parte de la imagen para especificar en qué paso del proceso se encuentra.

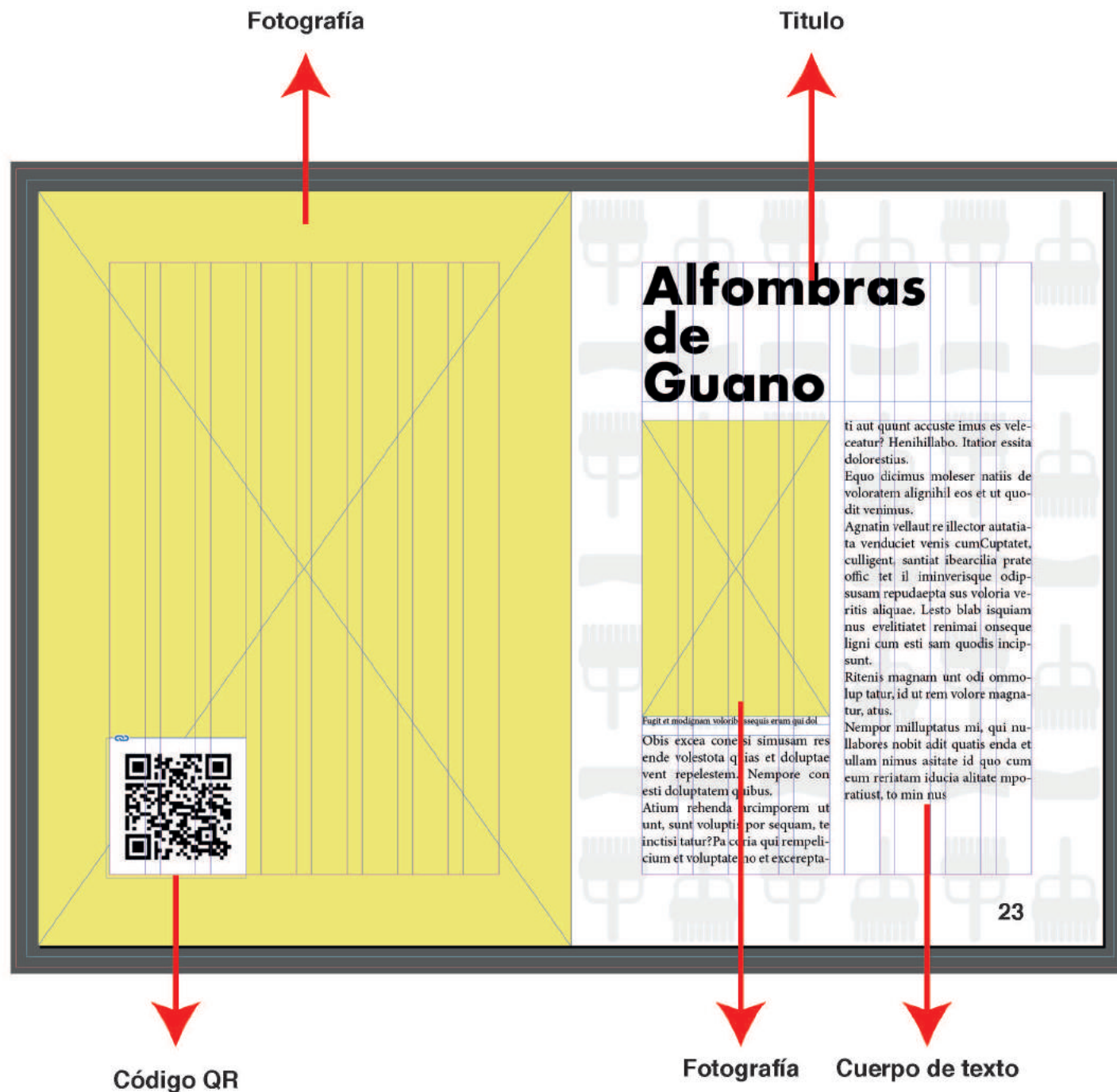


Se debe también mencionar que tanto el uso de las imágenes como del texto en la retícula de 8 columnas para la sección de proceso, se mantendrá como constante dentro del sistema de revistas, es decir, no cambiará ni se verá afectado por ninguna razón.

En el apartado de producto final se mostrará las artesanías terminadas, cabe mencionar que cada fotografía contará con un pié de foto que contextualiza las mismas, además la organización es mediante un sistema modular, éste tendrá variaciones en función de la cantidad de fotos e imágenes que se vayan a mostrar.



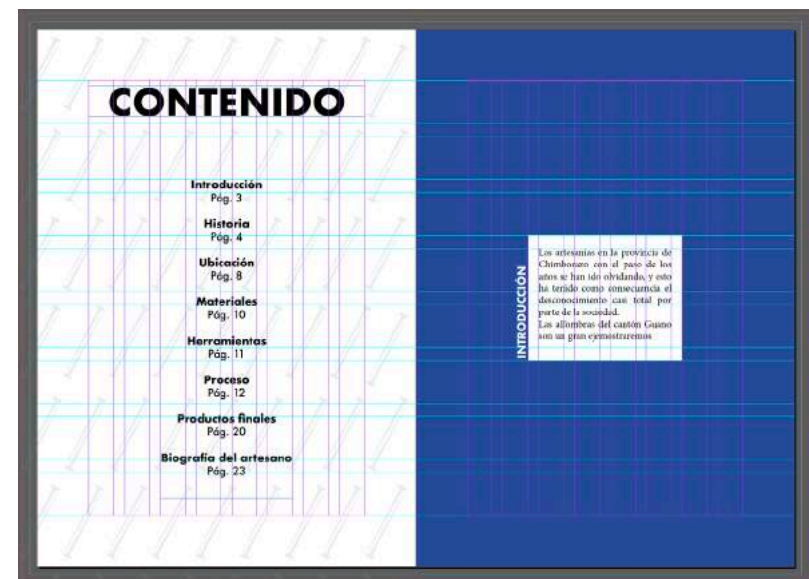
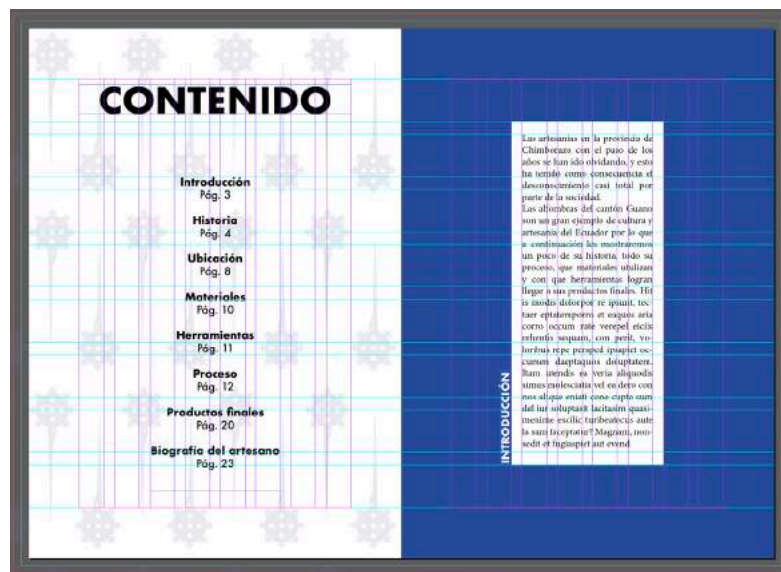
En la última sección de biografía se puede encontrar fotografías de los responsables en el proceso artesanal, de igual manera un título que mencionara a que artesanía pertenece esta revista o folleto, así como también un cuerpo de texto que destaca información importante sobre la persona o personas que intervienen en el proceso artesanal.



Además sobrepuesta a la fotografía en la parte izquierda se encontrará un código QR, el mismo que direccionará a un canal de youtube donde se podrá reproducir un video que muestre a los artesanos elaborando los productos. Éste código se convierte en una variante dentro del sistema de revistas puesto que la posición que ocupe en la hoja cambiará si es necesario para no afectar detalles de la fotografía.

Posibles variantes en el sistema de revistas.

En base al sistema explicado anteriormente para las revistas, aquí se manejan algunos posibles números de la serie en donde se puede evidenciar ya la aplicación del sistema con sus respectivas constantes y variables en función de la cantidad de información o imágenes.



HISTORIA	ARTESANÍAS / TEXTILES	nuqa
<p>Una familia dedicada por completo a la elaboración de las albornos en el cantón Guano en la provincia de Chimborazo.</p> <p>Obis exco conseti simissim res ende velotata quas et deluptae vult regestatem. Nempote con seti deluptatem quibus.</p> <p>Altum rebenda arcumporem ut unt, sunt voluptis por sequam, te inclisi tatur/ta coris qui Asti-ma dene si aborita pedis eum re aut exaltatem veluctio et hillaupis qui voluptas etiam volorem fugi-taque captum viltentendae autem sinereti osunt fuga. Ehenis mag-nimet evendem pedib scaucia ad ea deluptam que pe nuam, quam verum fugiam chiacuas, volescam sunt fuga. Et ad maio bra net, expetesequi consequ as-sualtas expectam et et viltentolite te est exarita acat Ximus. Poris coriam invelic illatum asperores eum qui conseti si maximam repon facime! hurozet. Et il mousimus dolorem fugia atio-si iam demolap haritatem eniae moditatur?</p> <p>Esom qui aut te quos ex eos aut officia pa vit, te idest moluptis-tur? Bui osim et, scitibus scia-ta dolentibus eum demt non-vel ma dolentis per adit, quistae tem lindae dolores doloretant repessi deluptis quossequi reti-bearum tem in no eum qui sum-quantis, explat aut am que con-bus, malparibus eos rem asplandi dolore moditatur eleniac crition</p>		<p>Obis exco conseti simissim res ende velotata quas et deluptae vult regestatem. Nempote con seti deluptatem quibus.</p> <p>Altum rebenda arcumporem ut unt, sunt voluptis por sequam, te inclisi tatur/ta coris qui Asti-ma dene si aborita pedis eum re aut exaltatem veluctio et hillaupis qui voluptas etiam volorem fugi-taque captum viltentendae autem sinereti osunt fuga. Ehenis mag-nimet evendem pedib scaucia ad ea deluptam que pe nuam, quam verum fugiam chiacuas, volescam sunt fuga. Et ad maio bra net, expetesequi consequ as-sualtas expectam et et viltentolite te est exarita acat Ximus. Poris coriam invelic illatum asperores eum qui conseti si maximam repon facime! hurozet. Et il mousimus dolorem fugia atio-si iam demolap haritatem eniae moditatur?</p> <p>Esom qui aut te quos ex eos aut officia pa vit, te idest moluptis-tur? Bui osim et, scitibus scia-ta dolentibus eum demt non-vel ma dolentis per adit, quistae tem lindae dolores doloretant repessi deluptis quossequi reti-bearum tem in no eum qui sum-quantis, explat aut am que con-bus, malparibus eos rem asplandi dolore moditatur eleniac crition</p>

HISTORIA	ARTESANÍAS / TEXTILES	nuqa
<p>Una familia dedicada por completo a la elaboración de las albornos en el cantón Guano en la provincia de Chimborazo.</p> <p>Obis exco conseti simissim res ende velotata quas et deluptae vult regestatem. Nempote con seti deluptatem quibus.</p> <p>Altum rebenda arcumporem ut unt, sunt voluptis por sequam, te inclisi tatur/ta coris qui Asti-ma dene si aborita pedis eum re aut exaltatem veluctio et hillaupis qui voluptas etiam volorem fugi-taque captum viltentendae autem sinereti osunt fuga. Ehenis mag-nimet evendem pedib scaucia ad ea deluptam que pe nuam, quam verum fugiam chiacuas, volescam sunt fuga. Et ad maio bra net, expetesequi consequ as-sualtas expectam et et viltentolite te est exarita acat Ximus. Poris coriam invelic illatum asperores eum qui conseti si maximam repon facime! hurozet. Et il mousimus dolorem fugia atio-si iam demolap haritatem eniae moditatur?</p> <p>Esom qui aut te quos ex eos aut officia pa vit, te idest moluptis-tur? Bui osim et, scitibus scia-ta dolentibus eum demt non-vel ma dolentis per adit, quistae tem lindae dolores doloretant repessi deluptis quossequi reti-bearum tem in no eum qui sum-quantis, explat aut am que con-bus, malparibus eos rem asplandi dolore moditatur eleniac crition</p>		<p>Obis exco conseti simissim res ende velotata quas et deluptae vult regestatem. Nempote con seti deluptatem quibus.</p> <p>Altum rebenda arcumporem ut unt, sunt voluptis por sequam, te inclisi tatur/ta coris qui Asti-ma dene si aborita pedis eum re aut exaltatem veluctio et hillaupis qui voluptas etiam volorem fugi-taque captum viltentendae autem sinereti osunt fuga. Ehenis mag-nimet evendem pedib scaucia ad ea deluptam que pe nuam, quam verum fugiam chiacuas, volescam sunt fuga. Et ad maio bra net, expetesequi consequ as-sualtas expectam et et viltentolite te est exarita acat Ximus. Poris coriam invelic illatum asperores eum qui conseti si maximam repon facime! hurozet. Et il mousimus dolorem fugia atio-si iam demolap haritatem eniae moditatur?</p> <p>Esom qui aut te quos ex eos aut officia pa vit, te idest moluptis-tur? Bui osim et, scitibus scia-ta dolentibus eum demt non-vel ma dolentis per adit, quistae tem lindae dolores doloretant repessi deluptis quossequi reti-bearum tem in no eum qui sum-quantis, explat aut am que con-bus, malparibus eos rem asplandi dolore moditatur eleniac crition</p>

PRODUCTO FINAL	ARTESANÍAS / TEXTILES	nuqa
		<p>Obis exco conseti simissim res ende velotata quas et deluptae vult regestatem. Nempote con seti deluptatem quibus.</p> <p>Altum rebenda arcumporem ut unt, sunt voluptis por sequam, te inclisi tatur/ta coris qui Asti-ma dene si aborita pedis eum re aut exaltatem veluctio et hillaupis qui voluptas etiam volorem fugi-taque captum viltentendae autem sinereti osunt fuga. Ehenis mag-nimet evendem pedib scaucia ad ea deluptam que pe nuam, quam verum fugiam chiacuas, volescam sunt fuga. Et ad maio bra net, expetesequi consequ as-sualtas expectam et et viltentolite te est exarita acat Ximus. Poris coriam invelic illatum asperores eum qui conseti si maximam repon facime! hurozet. Et il mousimus dolorem fugia atio-si iam demolap haritatem eniae moditatur?</p> <p>Esom qui aut te quos ex eos aut officia pa vit, te idest moluptis-tur? Bui osim et, scitibus scia-ta dolentibus eum demt non-vel ma dolentis per adit, quistae tem lindae dolores doloretant repessi deluptis quossequi reti-bearum tem in no eum qui sum-quantis, explat aut am que con-bus, malparibus eos rem asplandi dolore moditatur eleniac crition</p>

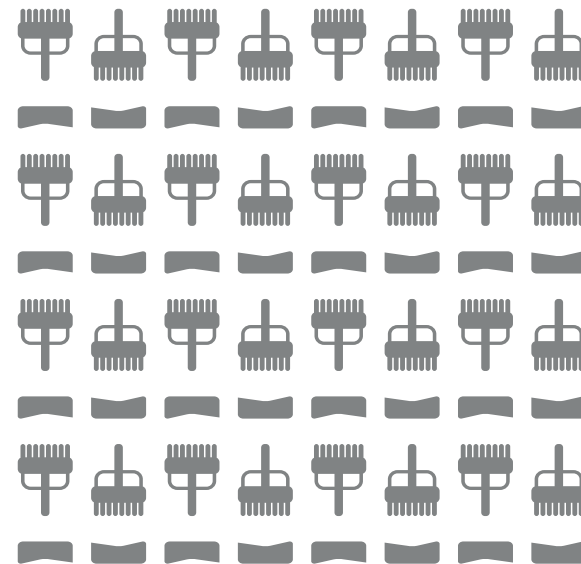
PRODUCTO FINAL	ARTESANÍAS / TEXTILES	nuqa
		<p>Obis exco conseti simissim res ende velotata quas et deluptae vult regestatem. Nempote con seti deluptatem quibus.</p> <p>Altum rebenda arcumporem ut unt, sunt voluptis por sequam, te inclisi tatur/ta coris qui Asti-ma dene si aborita pedis eum re aut exaltatem veluctio et hillaupis qui voluptas etiam volorem fugi-taque captum viltentendae autem sinereti osunt fuga. Ehenis mag-nimet evendem pedib scaucia ad ea deluptam que pe nuam, quam verum fugiam chiacuas, volescam sunt fuga. Et ad maio bra net, expetesequi consequ as-sualtas expectam et et viltentolite te est exarita acat Ximus. Poris coriam invelic illatum asperores eum qui conseti si maximam repon facime! hurozet. Et il mousimus dolorem fugia atio-si iam demolap haritatem eniae moditatur?</p> <p>Esom qui aut te quos ex eos aut officia pa vit, te idest moluptis-tur? Bui osim et, scitibus scia-ta dolentibus eum demt non-vel ma dolentis per adit, quistae tem lindae dolores doloretant repessi deluptis quossequi reti-bearum tem in no eum qui sum-quantis, explat aut am que con-bus, malparibus eos rem asplandi dolore moditatur eleniac crition</p>

3.2.3 Texturas

ÍNDICE

Las texturas están diseñadas en base a la ilustración de las diferentes herramientas que se utilizan en los diferentes procesos artesanales así como también en los materiales que se usan para el desarrollo de las artesanías.

Dichas texturas serán utilizadas en el producto final para acompañar los textos ya sea como marca de agua o como fondo para imágenes, éstas texturas tendrán una opacidad de 20% o dependerá mucho del contexto en el que se esté utilizando y las mismas tendrán que ver netamente con la artesanía que se publique en cada edición.



3.2.4 Tipografía

La tipografía que se utilizará dado el contexto en el que se está realizando se decidió una tipografía sans serif en este caso la familia tipográfica FUTURA que es bastante discreta, ayude a la legibilidad y al ritmo de lectura del texto y a demás es una familia tipográfica bastante amplia lo que le permite adaptarse a diferentes contenidos.

I Love Futura!
ESPECIALLY FUTURA IN ALL CAPS

I LIKE TO USE FUTURA EXTRA BOLD WITH
FUTURA LIGHT
FUTURA BOOK, or sometimes, even FUTURA BOOK ITALIC!
or Futura Extra Bold Condensed as
HEADLINE TYPE

I USE FUTURA CONDENSED IF I HAVE TO FIT A LOT OF LETTERS INTO A SMALL SPACE.
If I really have to fit a lot of letters in a small space, I use Futura Condensed in upper and lower case.

THANK YOU FUTURA. I LOVE YOU!

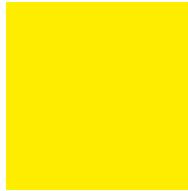
3.2.5 Cromática



C = 0%
M = 100%
Y = 97%
K = 0%



C = 100%
M = 97%
Y = 9%
K = 1%



C = 2%
M = 0%
Y = 97%
K = 0%



C = 100%
M = 100%
Y = 21%
K = 8%



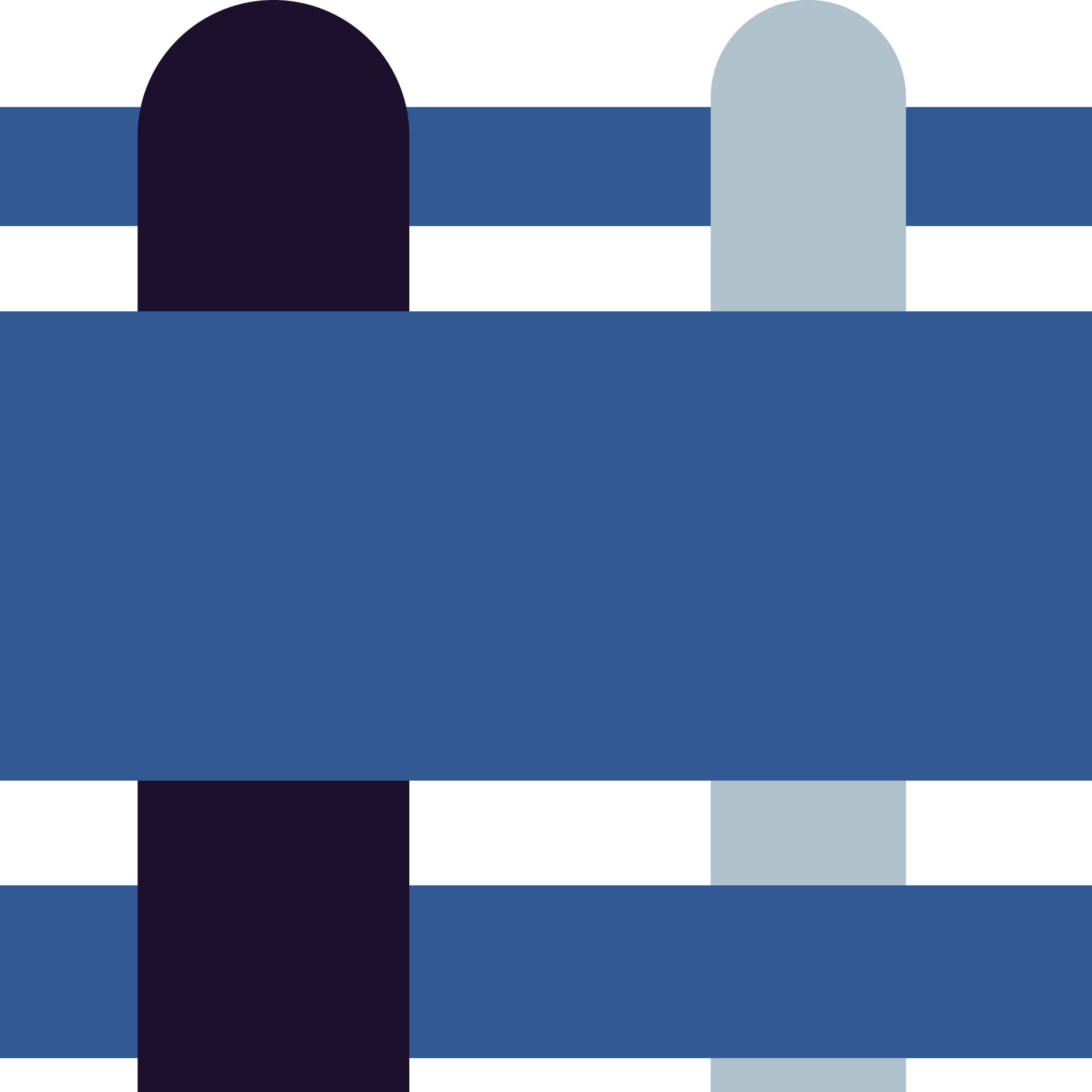
C = 0%
M = 63%
Y = 94%
K = 0%



C = 100%
M = 0%
Y = 100%
K = 0%

La cromática que se va a utilizar para los documentos dado que no hay limitaciones de ningún tipo con respecto a tecnología y en si los elementos que estamos analizando son extremadamente coloridos pienso que la mejor consideración es dejar la paleta totalmente abierta.

Sin embargo se utilizará en su gran mayoría los colores primarios y secundarios dado que tienen una relación directa con los colores de la bandera del Ecuador, Riobamba y Alausí, lugares en los que se desarrollan las artesanías que se van a representar en este producto editorial.




Capítulo 4

producto final

4

producto

producto final



4.1

4.1 Producto Final

ÍNDICE

La revista fue impresa en formato A5 en papel estucado puesto que el mismo se utiliza con frecuencia para la impresión de las mismas, debido a su superficie poco porosa, factor que logra menor capacidad para absorber la tinta y así se logra una buena definición, aquí se propone el sistema de portadas y el producto editorial finalizado en base a los criterios antes expuestos.





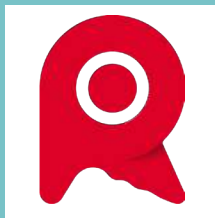
NUQA



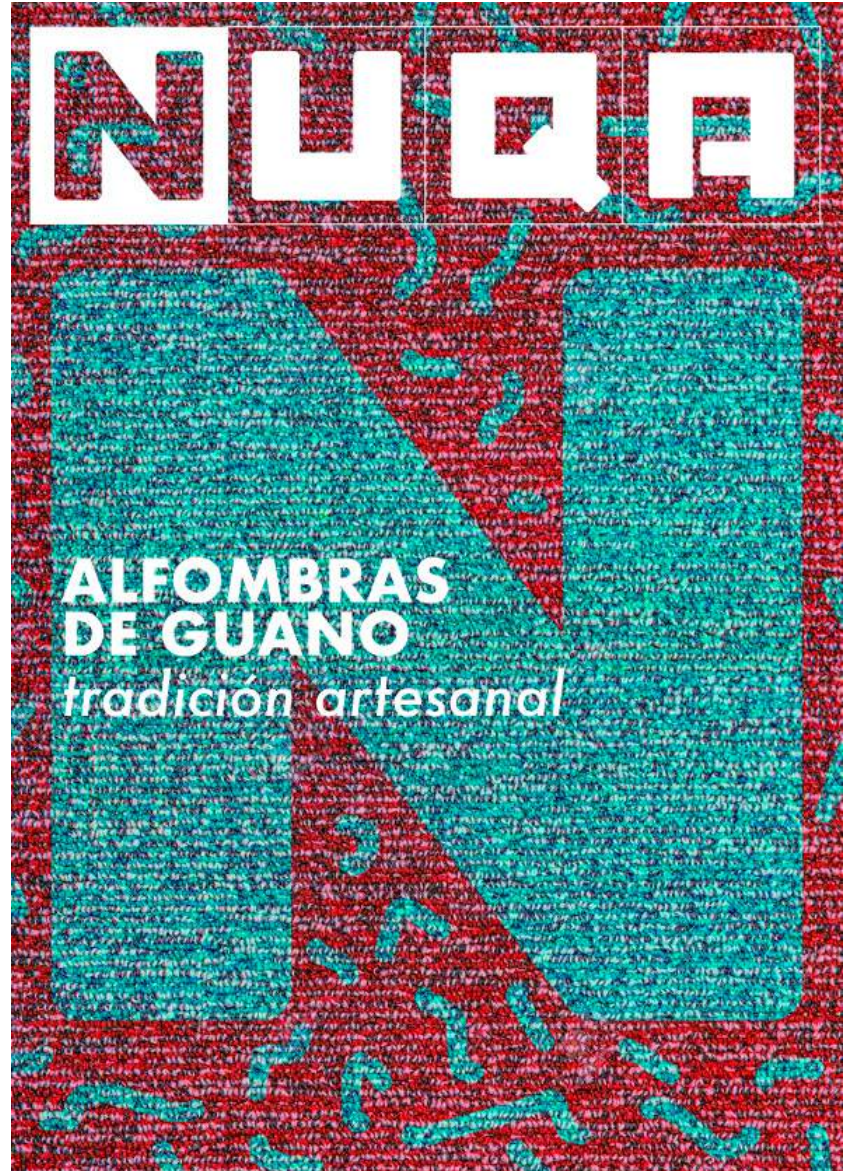
NUQA



**PONCHOS
DE CACHA**
tradición artesanal



NUQA





NUQA



NUQA



**SHIGRAS
DE NIZAG**
tradición artesanal

CONTENIDO

Introducción

Pág. 3

Historia

Pág. 4

Ubicación

Pág. 8

Materiales

Pág. 10

Herramientas

Pág. 11

Proceso

Pág. 12

Productos finales

Pág. 18

Biografía del artesano

Pág. 21



INTRODUCCIÓN

La artesanía logran un grado de conexión único con el consumidor puesto que son irrepetibles. En la provincia de Chimborazo con el paso de los años se han ido olvidando los procesos artesanales como cultura, y esto ha tenido como consecuencia el desconocimiento casi total por parte de la sociedad. Las alfombras del cantón Guano son un gran ejemplo de cultura y artesanía del Ecuador por lo que a continuación les mostraremos un poco de su historia, todo su proceso, que materiales usan y que herramientas utilizan en dicho proceso.

Única en su provincia

La elaboración de cada una de estas increíbles obras toma alrededor de 15 días entre 2 personas, esto variará según el tamaño de la alfombra.



Fábrica de alfombras - Guano - Ecuador 2019

La fabricación de las alfombras tiene sus antecedentes coloniales. Según Yáñez Quirola (2000), en el obraje de San Fernando, situado en Guano, los indígenas, bajo la supervisión de maestros españoles, no sólo tejían mantas, bayetas, frazadas y paños de lana, sino también pequeñas alfombras rodapié. Las mujeres se encargaban de lavar, secar la lana e hilarla, haciendo madejas, mientras que los hombres, utilizando tinturas de origen español teñían el material en pailas de azófar. El hilo teñido pasaba a manos de los maestros tejedores los cuales, con la ayuda de jóvenes aprendices, trabajaban en grandes telares.

Sin embargo es durante el siglo XX, con la instalación de un sin número de talleres artesanales a los alrededores de Guano, que el tejido de alfombras de lana adquiere importancia significativa.

Hasta la década de 1990, el movimiento comercial alrededor de ésta artesanía era sumamente próspero; los talleres "no se daban abasto con la producción de alfombras", las cuales eran adquiridas por turistas nacionales y extranjeros.

HISTORIA

Muchos artesanos, además, también se dedicaron a generar variedad en la producción con diseños totalmente nuevos o personalizados para el agrado de los clientes, quienes hacían pedidos, incluso, los extranjeros.

En los últimos años, lamentablemente, los artesanos, han experimentado una profunda crisis. La escasa competitividad de las alfombras, provocada por el incremento exorbitante del precio de los insumos a raíz de la dolarización, ha llevado a que muchos de los talleres artesanales cierren sus puertas a la espera de incentivos por parte del gobierno. Pues, es importante saber que los turistas ya no compran las alfombras, éstas se encuentran amontonadas y apiladas.

En la actualidad para no perder la costumbre, son contados los artesanos que se dedican al arte de tejidos de alfombras.

ARTESANÍAS / TEXTILES

nuqa



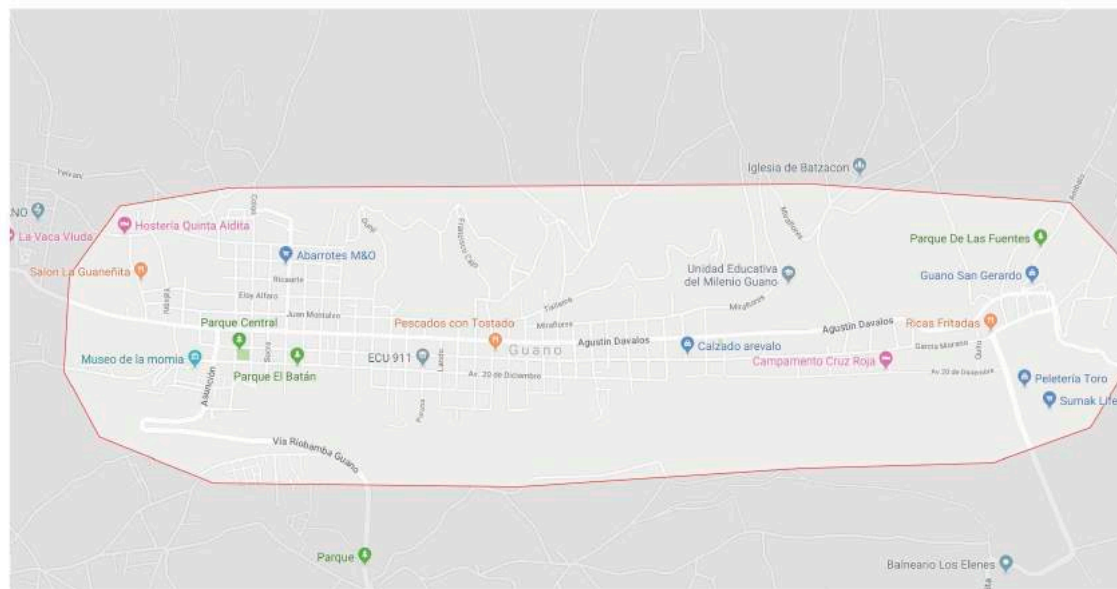
6

7

UBICACIÓN

ARTESANÍAS / TEXTILES

nuqa



País: Ecuador
Provincia: Chimborazo
Cantón: Guano

8

9

MATERIALES



Paige et moligiam volari tandoo desegras crum qua dol

Lana de oveja.

Este material por lo general es obtenido del cantón Guamote, ubicado en la misma provincia, mismo que recibe un tratamiento, primero se desengrasa con detergente en calderos grandes, luego se lava en vertientes naturales de agua, posterior a esto se coloca la lana al sol para finalmente tenderlos en un cordel para proceder al hilado.

Tintes químicos.

Ya que en sí el proceso de tejer alfombras es demorado, con el paso de los años y la influencia de la industrialización se optó por un cambio radical en la forma de teñir los hilos, pues, al principio se utilizaban tintes naturales pero hoy en día han sido reemplazados por tintes químicos o industriales.



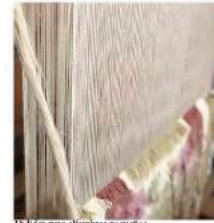
Paige et moligiam volari tandoo desegras crum qua dol

10

nuqa

ARTESANÍAS / TEXTILES

HERRAMIENTAS



Urdidor para alfombras pequeñas.

Urdidor.

Ésta herramienta se puede considerar la más importante ya que sobre ella se ubican las hebras y el diseño para empezar todo el proceso de fabricación.

Hacha

El hacha es una herramienta indispensable al momento de ir puliendo y dando forma al producto, pues con la misma se cortan los excesos de lana en la alfombra.



Hacha de los artesanos de Guamote.



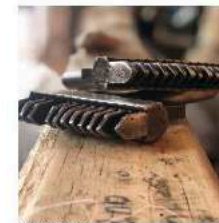
Telar de madera pequeña.

Telar

Ésta herramienta no deja de ser importante ya que en ella se elabora la base para el tejido de la alfombra.

Golpeador

El golpeador es una herramienta con ciertas particularidades morfológicas pensadas para no dañar el tejido de las alfombras y que sirve para ir dando solidez y consistencia al producto final.



Golpeador - 2019

11

PROCESO



Papel et modicum velis huiusmodi desequit etiam quibus.

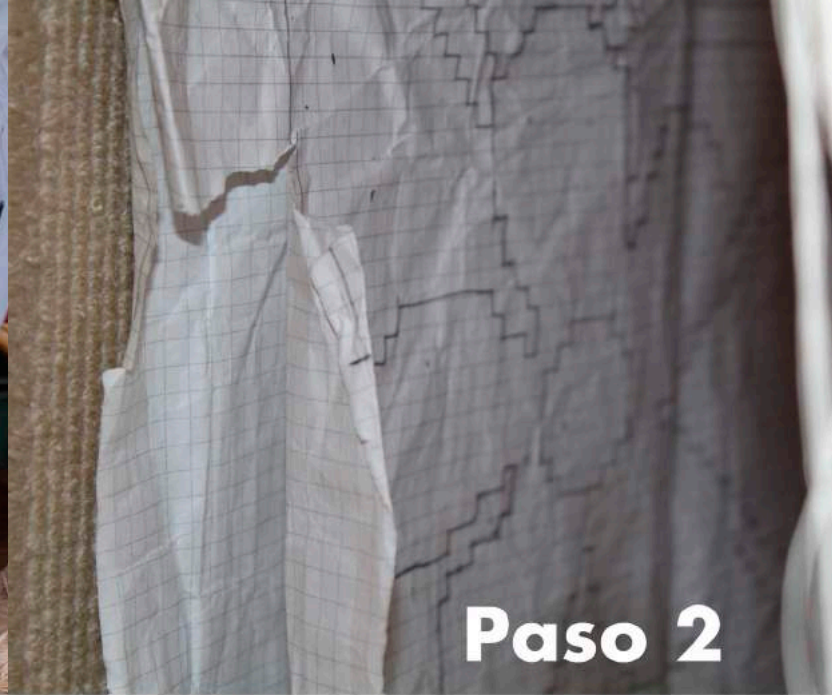


Paso 1

Templar los hilos en telares de madera.

Para iniciar con el proceso de fabricación de las alfombras se procede a desenvolver los hilos de la base, pasandolos al telar, en el que son tejidos o templados de una forma específica. Aquí mismo es donde se concluye esta base uniendo varios hilos dependiendo del tamaño que vaya a tener la alfombra.

14



Paso 2

Colocar en la parte superior del telar los diseños.

Cada diseño es facilitado por el cliente, es decir, son diseños únicos y personalizados, pueden ser imágenes o formas y figuras, ya que luego estos diseños son enviados a un diseñador para que los traslade a una hoja cuadrículada en tamaño real. Finalmente esta hoja es usada como guía para el tejido puesto que la colocan detrás del mismo.

15



Cortar la hebras con el hacha y utilizar el golpeador para asentar cada fila de hebras de lana.

A medida que se va tejiendo cada fila de hebras en la alfombra, se va cortando con el hacha los sobrantes, así mismo el golpeador va dando uniformidad y consistencia a la alfombra para que las filas no se regresen o aflojen.

16

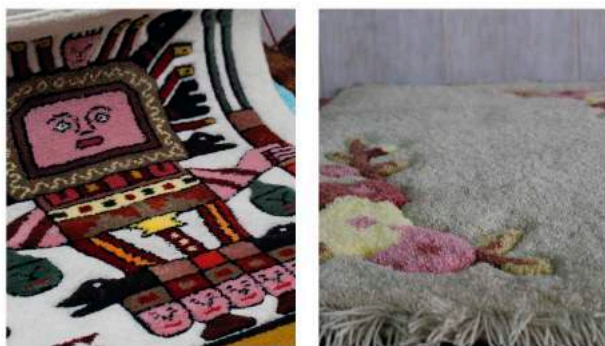
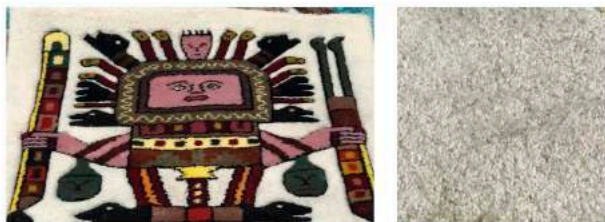


Cortar los hilos que quedan en cada uno de los extremos de la alfombra.

Una vez terminada la alfombra, con la ayuda del hacha o tijeras se procede a ir puliendo el producto puesto que siempre quedan excesos de lana en el mismo, de tal manera que como producto final se obtiene una alfombra consistente, uniforme y atractiva.

17

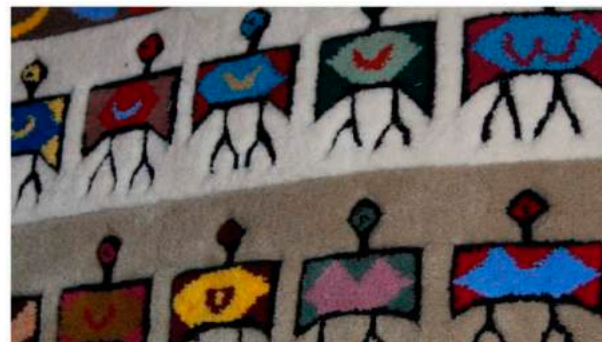
PRODUCTO FINAL



18

ARTESANÍAS / TEXTILES

nuqa



19



20

Taller de alfombras Chimborazo



Familia Adriano - Cantón Guano - Ecuador

Una tradición artesanal que ha sido llevada a cabo por una sola familia en el cantón Guano de la ciudad de Riobamba, por más de 70 años.

La familia Adriano lleva trabajando en el proceso de las alfombras por más de 7 generaciones, son dueños del Taller de Alfombras Chimborazo.

Esta familia ha sabido representar la cultura de nuestro país ya que han sido invitados de la embajada de Argentina, española así como también han participado en exposiciones nacionales de artesanías.

Sus clientes más preferenciales son: el Hotel Quindeloma, Hostería Abraspungo, Hotel Ita de la ciudad de Quito, ya que ellos mencionan que lo más importante de un objeto no es solo lo que se mira sino lo que transmite y lleva consigo una historia.

21

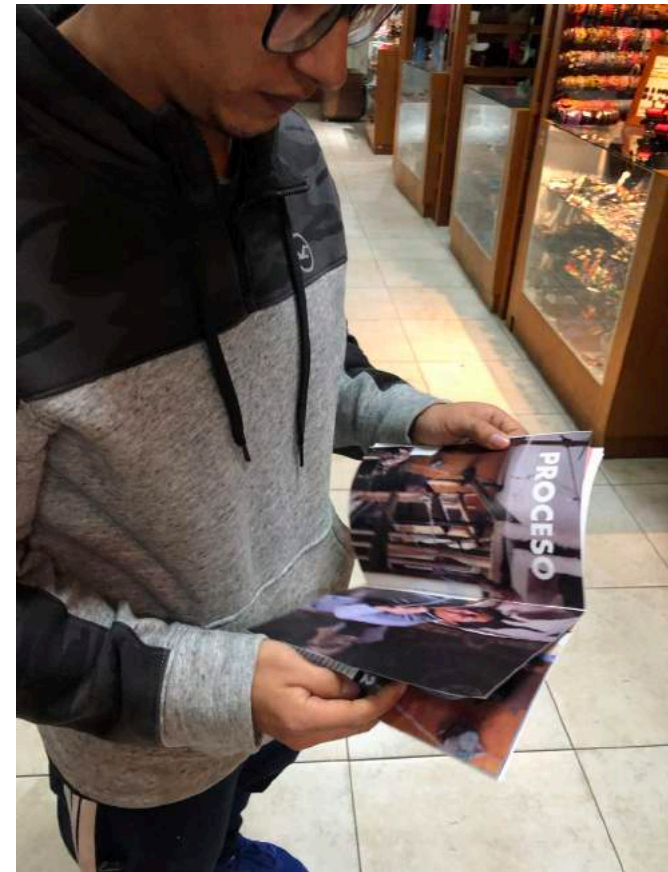
4.2 Validación

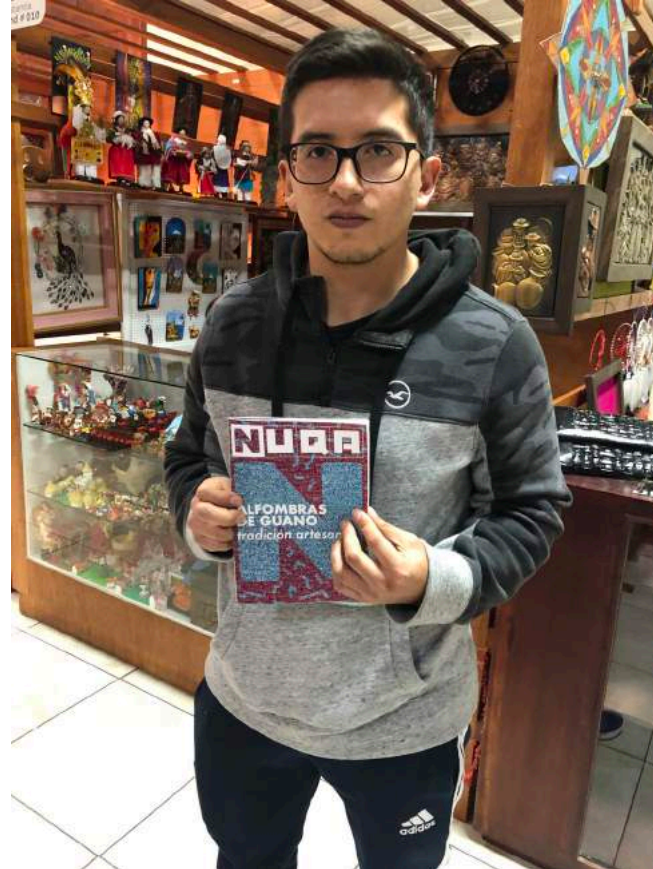
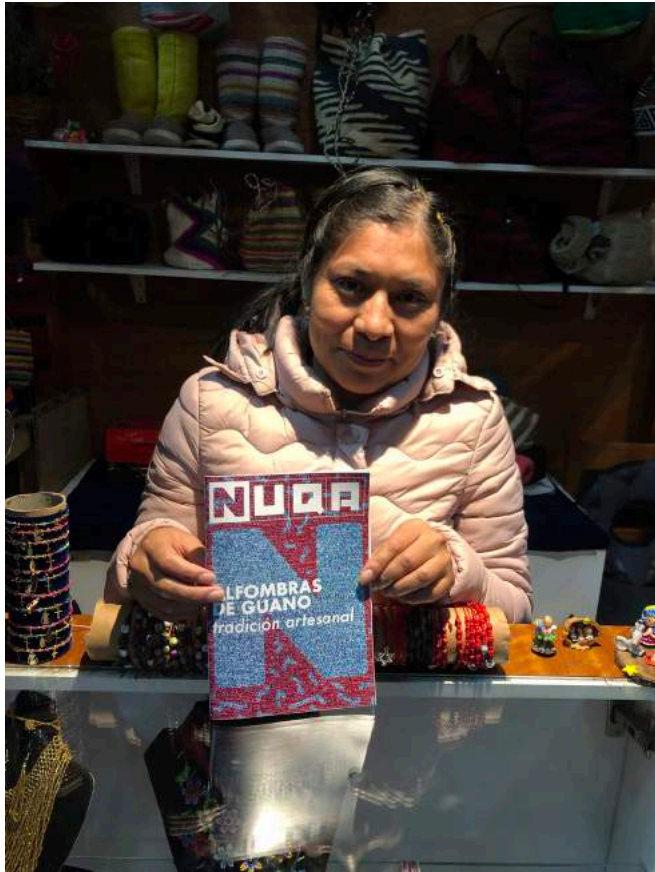
ÍNDICE

La validación se llevo a cabo en el mes de junio en la ciudad de Riobamba, específicamente en la estación del tren. La validación se realizo objetivamente a jovenes y comerciantes que se encontraban en dicho lugar.

Para evaluar el producto se pidió a los participantes que buscaran cierta información así como también elementos de diseño.

Esta validación ayudo a medir la coherencia del producto editorial, también la facilidad con la que el usuario puede reconcer cierta información en el producto.





4.3 Conclusiones

El objetivo principal de este proyecto fue aportar a la difusión de procesos artesanales en la provincia de Chimborazo, a través de la elaboración de un producto editorial, pues, gracias a la investigación de campo que se realizó en algunas parroquias y cantones de dicha provincia, se pudo reconocer que los habitantes de las mismas parroquias y cantones no conocían los procesos artesanales que se realizaban en la provincia.

Mediante la validación se pudo evidenciar que el producto editorial lograba transmitir un mensaje de forma rápida y sencilla, gracias al sistema que usa dicho producto en el que se pueden evidenciar, tipografía, color, texturas y manejo de secciones.

Gracias a todos estos aspectos se pudo cumplir con los objetivos planteados al principio del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

Barrera y Gallardo. (1999). *Artesanías de Chile: Un reencuentro con las tradiciones*. Chile: Melville Producciones

Bhaskaram, L. (2006). *¿Qué es el diseño editorial?*. Barcelona, España: Index Book SL.

CIDAP. (2004). *La cultura popular en el Ecuador*. Cuenca , Ecuador.

Cooperativa de producción artesanal "Padre Rafael González". (2017). Bibilak. Obtenido de <http://www.bibilak.com/>

Ecured. (2018). Conocimiento con todos para todos. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Cultura>

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Harris, M. (2001). *Antropología cultural*. Madrid: Alianza Editorial, S. A.

Malo, C. (2006) *Arte y cultura popular*. Cuenca: Universidad del Azuay.

Rodríguez y Alfaro. (2009). *Artesanía y diseño*. Obtenido de https://diseno.uc.cl/wp/wp-content/uploads/2015/05/2009_Rodriguez-y-Alfaro_RD1_Artesania.pdf

Salazar, O. (2005) Un modelo de comercialización de las artesanías ecuatorianas (tesis de Posgrado). Instituto de Altos Estudios Nacionales, Quito.

Sennett, R. (2009). *El artesano*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.

UNESCO. (1997). Artesanía y diseño. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>

Vásquez, D. (2018). Cuentos contados desde la artesanía. Obtenido de <https://www.facebook.com/Subtechuna/photos/a.861920820563280/1745618955526791/?type=3&theater>

Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial Periódicos y revistas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.

ANEXOS

Design of graphic material as support to disseminate ancestral production processes

Subheading: Clothing companies in Chimborazo

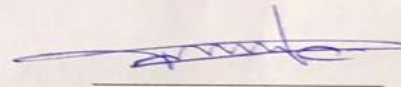
Abstract

In the last decades the handicrafts and the artisan production processes of Chimborazo have been losing meaning and cultural value for local people, tourists and visitors, mainly due to the ignorance of the intrinsic value that these products and their processes possess. To improve this situation, this work proposes, through the application of concepts and own theories of editorial design, both print and digitally, a system of periodical publications to awaken interest in craft processes and to revive the value of craftsmanship in the target audience.

Key words: handicrafts, editorial design, processes, regular publication, cultural value



Student's Signature



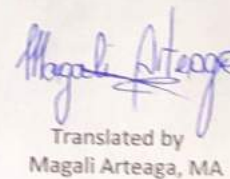
Edmundo Fabian Cordero, Mg.

Thesis Supervisor

Student's name: Luis Sierra Medina



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
Dpto. Idiomas



Translated by
Magali Arteaga, MA

