

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

Diseño de kit Tipográfico basado en la Gráfica Popular Guayaquileña
para la conservación del Patrimonio Cultural

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Nombre de la titulación

Licenciatura en Diseño Gráfico y Publicitario

Presentado por:

Mishelle Coello García

Andrés Zuleta Pérez

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2019

DEDICATORIA

Yo, Mishelle Aurora Coello dedico este proyecto a: mis padres y mis hermanos por todo su apoyo incondicional durante toda mi carrera. Asimismo se lo dedico a Víctor Ramírez por toda su ayuda y paciencia infinita durante la realización de esta tesis.

Yo, Andrés Alberto Zuleta Pérez dedico este proyecto a: mi familia que me apoyó en todo momento de mi formación universitaria. La ayuda de Melanie Torres en las fases finales del proyecto. Y finalmente a Desmond Amofah, me hubiese gustado poder ayudarte de la misma manera que me has ayudado a mí.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestra tutora, María de Lourdes Pilay por todo su tiempo, asesoría y colaboración durante este proyecto.

A nuestros maestros durante toda nuestra etapa universitaria quienes nos forjaron y nos exigieron lo mejor de nosotros.

A nuestros amigos de Ionis Club FX por su apoyo, compañerismo.

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Mishelle Aurora Coello García, Andrés Alberto Zuleta Pérez y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

Mishelle Aurora Coello
García

Andrés Alberto Zuleta
Pérez

EVALUADORES

Msc. María de Lourdes Pilay García

PROFESOR DE LA MATERIA

Msc. Ariana García León

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El propósito de este proyecto es demostrar la importancia de la gráfica popular como patrimonio gráfico de la cultura Guayaquileña, resaltar el atractivo de este tipo de letras y proporcionar una forma para que los usuarios puedan aprender más sobre esta, reproducirla y poder hacer sus propias creaciones y aportaciones a ésta.

Mediante la creación de un kit que tenga características reminiscentes al trabajo artesanal y la gráfica popular, que puedan llamar la atención de los usuarios del mercado de productos D.I.Y. y de las manualidades, se pretende darle valor a la gráfica popular guayaquileña, explotando el vínculo que se crearía con el usuario al utilizar el kit.

A lo largo de la realización de este proyecto se presentó el trabajo realizado ante varios expertos para conseguir sus opiniones profesionales, se realizó una exhaustiva investigación de cuatro meses donde se reunió y validó los datos obtenidos, para producir resultados que ayudarían a encaminar la resolución de este proyecto.

Palabras clave: Gráfica popular, tipografía, D.I.Y., artesanal, manualidad

ABSTRACT

The purpose of this project is to demonstrate the importance of vintage sign painting as Guayaquil's cultural heritage, to highlight the appeal of these type of letterforms and to provide a way where users can learn more about this, reproduce it and make their own creations and proposals to it.

Through the creation of a kit that contains features reminiscent of handmade work and vintage sign painting, that grabs the attention of the users of the D.I.Y. and the handcrafts market, it is expected to add value to Guayaquil's vintage sign painting, exploiting the link created by the user while using the kit.

Throughout the making of this project it was presented to several experts to collect their professional opinions, a thorough research was carried away throughout the span of four months where data was collected and validated in order to produce results that would help to guide the outcome of this project.

Keywords: Vintage sign painting, typography, D.I.Y., handmade, handcrafts

ÍNDICE GENERAL

<u>EVALUADORES</u>	I
<u>RESUMEN</u>	II
<u>ABSTRACT</u>	III
<u>ÍNDICE GENERAL</u>	IV
<u>ABREVIATURAS</u>	V
<u>ÍNDICE DE FIGURAS</u>	VI
<u>ÍNDICE DE TABLAS</u>	VII
<u>CAPÍTULO 1</u>	15
<u>1.</u> Introducción	15
<u>1.1</u> Descripción del problema	16
<u>1.2</u> Justificación del problema	17
<u>1.3</u> Objetivos	18
<u>1.3.1</u> Objetivo general	18
<u>1.3.2</u> Objetivos específicos	18
<u>2</u> Marco teórico	18
2.1 Patrimonio Cultural	18
2.2 Patrimonio Cultural de Guayaquil	19
2.3 Artesano y oficio patrimonial inmaterial	20
2.4 Cultura popular	21
2.5 Gráfica popular	21
2.6 Lengua vernácula	22
2.7 Lengua vernácula en la gráfica popular	22
2.8 Tipografía Vernácula	25
<u>CAPÍTULO 2</u>	<u>27</u>

2.1 Metodología	27
2.1.1 Testimonios	27
2.2 Método Etnográfico	29
2.3 Coolboard	30
2.4 Casos de estudio	30
2.4.1 Arte en rótulos en cantón Mejía	30
2.4.2 Rótulos en camiones de Brasil	31
2.4.3 Apropiaciones de la gráfica popular urbana	31
2.4.4 Comparación de casos de estudio	32
2.5 Taller práctico con rotulado	33
CAPÍTULO 3	35
3 Resultaos y análisis	35
3.1 Primeros bocetos	35
3.2 Identidad de marca	37
3.2.1 Naming	37
3.2.2 Logotipo	38
3.2.3 Paleta de colores	39
3.2.4 Tipografía	40
3.3 Prototipo de baja resolución	41
3.4 Prototipo de alta resolución	42
3.5 Costos de producción	48
CAPÍTULO 4	50
4. Conclusiones y recomendaciones	50
4.1 Conclusiones	50
4.2 Recomendaciones	51
BIBLIOGRAFÍA	57

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
INPC	Instituto Nacional de Patrimonio Cultural
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
RAE	Real Academia Española

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mi chelita.	23
Figura 2. Quevedo.	24
Figura 3. Pescajo Mojao.	24
Figura 4. Date con Furia.	25
Figura 5. Rodolfo Ulloa, rotulador artesanal.	27
Figura 6. Cristian Mejia, rotulador artesanal.	28
Figura 7. Mapeo de rótulos y rotuladores.	29
Figura 8. Coolboard.	30
Figura 9. Homenaje al pintor Carlos Araujo.	31
Figura 10. Camiones rotulados de Brasil.	32
Figura 11. Rótulo de la ciudad de Tibasosa, Colombia.	32
Figura 12. Resultado del taller con el rotulador y los asistentes.	34
Figura 13. Rotulador construyendo la tipografía a mano.	34
Figura 14. Bocetos de la portada del manual de usuario.	35
Figura 15. Bocetos de las herramientas ilustradas del manual.	36
Figura 16. Bocetos de herramientas.	36
Figura 17. Lluvia de ideas y bocetos iniciales del prototipo.	37
Figura 18. Pite y pase pintando en camión.	37
Figura 19. Primera versión del logotipo.	38
Figura 20. Logotipo final.	39
Figura 22. Paleta cromática.	39
Figura 23. Primer boceto de la tipografía a usar.	40
Figura 24. Tipografía finalizada.	41
Figura 25. Prototipo cerrado con arte final serigrafiado.	41
Figura 26. Prototipo con elementos en la disposición inicial.	42
Figura 27. Prototipo final.	43

Figura 28. Postal con tag de Instagram.	44
Figura 29. Prototipo final cerrado.	44
Figura 30. Manual de tipografía popular guayaquileña.	45
Figura 31. Stenciles en acetato.	45
Figura 32. Instructivo incluido en los stenciles.	46
Figura 33. Pin de Pinte y Pase.	46
Figura 34. Mock up de camiseta	46
Figura 35. Reverso de la postal con frase “Ponte Once” en tipografía Albacora.	47
Figura 36. Elementos incluidos en el kit	47
Figura 37. Composición elaborada por los estudiantes de tipografía	49
Figura 38. Composición tipográfica elaborada con stenciles de Albacora.	49
Figura 39. Trabajo realizado por los estudiantes de tipografía.	49
Figura 40. Stenciles de acetato.	52
Figura 41. Prototipo final con la cromática escogida.	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Presupuesto basado en una producción de 100 kits.	48
Tabla 2. Media obtenida de la pregunta 1.	50
Tabla 3. Media obtenida de la pregunta 2.	50
Tabla 4. Media obtenida de la pregunta 3.	51
Tabla 5. Media obtenida de la pregunta 4.	51
Tabla 6. Media obtenida de la pregunta 5.	51

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Guayaquil es una metrópolis con diversas facetas en constante cambio. Tenemos a la tradicional urbe porteña con su comida típica, jerga distintiva y lugares emblemáticos. Por otro lado, contamos con una ciudad empresarial, un nuevo Guayaquil que está en crecimiento.

Esta ciudad ha visto muchos cambios en su aspecto visual a lo largo del tiempo, dónde se puede ver el inicio y fin de diversas tendencias económicas y sociales que influyeron en la gráfica de la ciudad. En la década de 1990, se vio un auge en la ilustración, aparecen publicaciones de libros infantiles con cómics y textos.(Ligia Silva y Carvajal, 2013). Una de estas tendencias que ha prevalecido a lo largo del tiempo son las ilustraciones y caligrafía presente en los letreros o en camiones dibujados y pintados a mano. A esto la conocemos cómo gráfica popular.

La investigación realizada se concentra en el ámbito tipográfico de la ciudad de Guayaquil como un elemento importante e identificador de una cultura, no sólo para los diseñadores sino para todos los habitantes de esta ciudad, debido a que es la forma en la que podemos comunicarnos de forma escrita. “Definimos la tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras” (Fotonostra, 2008).

La tipografía a la que nos referiremos se denomina vernácula, que es el nombre que se le da muchas veces a la gráfica popular para referirse a las letras callejeras que podemos encontrar en murales, afiches o letreros (Ojeda, 2010). Ésta se caracteriza por su nivel de libertad en los trazos de las letras y su cromática variada y estridente, que puede o no usar colores planos o degradados. Todas estas características se suman a la necesidad de comunicar información en espacios reducidos, a través de piezas gráficas con una riqueza visual irremplazable.

Según la página web del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) ,el oficio artesano no es reconocido por el gobierno como parte del patrimonio inmaterial. Es una actividad que se ha venido transmitiendo de generación en generación y estos saberes forman parte de nuestro acervo cultural e identidad gráfica.

“En su conjunto un legado subestimado por las definiciones patrimoniales del Estado: aquel creado por los hacedores de imágenes de estratos populares, y se puede presumir legítimamente, de condición mayormente mestiza operando desde y sobre entornos urbanos de ciudades de mayor y menor alcance.” (Barragán, 2007, p.8)

Aun cuando estos artesanos no tienen el conocimiento técnico de la tipografía ni de composición, llegan a resultados realmente creativos y muy llamativos.

1.1 Descripción del problema

En la ciudad de Guayaquil se ha ido perdiendo progresivamente la costumbre de contratar rotuladores que se encarguen de la elaboración de letreros para distintos negocios, en parte, esto se debe a los avances tecnológicos que dieron lugar a la imprenta y al diseño gráfico, que permitían la realización de estos trabajos con mayor velocidad. (R. Ulloa, comunicación personal, 23 de mayo del 2019)

Además de los avances y bajo costo de la impresión digital, existen empresas que facilitan letreros ya diseñados con su branding a tiendas para promocionar sus marcas, pues es más conveniente absorber los costos relacionados a la producción de los letreros a cambio de ubicar sus marcas frente de los puntos de venta.

Todo esto ha perjudicado a los rotuladores, dificultando cada vez más encontrar nuevas oportunidades de trabajo, y haciendo que poco a poco vayan dejando su profesión, con esto existe una latente pérdida de un conocimiento popular que es reemplazado por los nuevos medios digitales.

1.2 Justificación del problema

Debido a los avances tecnológicos en el campo del diseño gráfico y la impresión digital, se ha ido transformando el quehacer de los rotuladores artesanales. Han tenido que convertirse en diseñadores gráficos improvisados para poder subsistir. Previo a la llegada del dólar estadounidense un rótulo sencillo de proporciones pequeñas llegaba a costar 500 Sucres como mínimo, actualmente el precio se encuentra alrededor de \$7 para poder competir con las gigantografías que, dependiendo del material, pueden costar alrededor de \$12 el metro cuadrado.

La llegada de la impresión digital, ha provocado la extinción progresiva de esta gráfica popular que fue producida durante tantos años por la creatividad y talento de estos artesanos de la rotulación guayaquileña. Al tener un panorama tan monótono en la ciudad, surge la necesidad de revivir estos conocimientos gráficos, que en algunos casos han sido borrados por la regeneración urbana. Piezas únicas que en su momento aportaron un tono, una personalidad y color a esta urbe tan vistosa.

Por otro lado, se considera que esta actividad se encuentra dentro del campo de la identidad y la cultura ecuatoriana, el mismo que está plasmado en el objetivo 2. del Plan de Desarrollo del País, *Plan para toda una vida*. Donde se manifiesta:

“Promover el rescate y protección del patrimonio cultural tangible e intangible, artes, memorias y saberes ancestrales”. (Secretaría Técnica Plan toda una vida, 2018, p.63)

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Valorar la gráfica popular guayaquileña a través de la promoción y uso de tipografía popular para la preservación de la identidad de la ciudad.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Identificar el entorno laboral actual de los rotuladores artesanales mediante entrevistas y recopilación de testimonios.
2. Documentar los distintos procesos y técnicas de elaboración de letreros de los rotuladores para su conservación y aplicación en distintos medios.
3. Desarrollar un kit tipográfico para la preservación de la gráfica popular a través de la vinculación del usuario con la construcción, modos, usos y diseño de la tipografía.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Patrimonio cultural

Se refiere a todo aquello que recibimos del pasado, presente y que posteriormente será entregado a las generaciones venideras. En 1972 se realizó una convención por la protección al Patrimonio Cultural, en la que se decidió que hay lugares con un valor patrimonial superior a otros. (UNESCO, 2017)

Los monumentos y colecciones no son los únicos tipos de patrimonios que existen, sino también todas aquellas tradiciones, espectáculos, rituales, actos festivos entre otros (UNESCO, 2017). Es muy importante reconocerlo y por esto se lo ha denominado patrimonio inmaterial o patrimonio vivo, dándonos a

entender que aun sin estar de manera física forma parte importante de nuestra cultura. Una verdadera identidad.

Dentro del patrimonio, se encuentra el patrimonio cultural inmaterial que se entiende como todos aquellos conocimientos, saberes y técnicas con los objetos y artefactos, que son inherentes a ellos, que las comunidades reconocen como parte de su patrimonio cultural e identidad. (UNESCO,2014) El cual se divide en diversos ámbitos, uno de ellos son las técnicas artesanales tradicionales, que es donde pertenece la rotulación artesanal.

Se han promovido diversas prácticas para preservar el patrimonio cultural, como, charlas por parte de actores que están interesados en promover la protección del patrimonio, planes y programas que fomenten el desarrollo sostenible de las sociedades, gestionando de manera correcta las diferentes zonas que cuentan una historia propia de recordarse.

El desarrollo de profesionales que se encuentren interesados en el cuidado y protección del patrimonio cultural se ha visto intensificado, asimismo, para las diferentes facultades educativas como en este caso la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), fomentando varios proyectos que salvaguarden el patrimonio cultural y natural de nuestro país.

2.2 Patrimonio cultural de Guayaquil

Dentro de lo que la Muy Ilustre Municipalidad de la ciudad de Guayaquil reconoce como patrimonio cultural se encuentran atractivos públicos, edificios públicos y privados, iglesias, establecimientos educativos, parques, teatros y monumentos. Hasta el momento no hay actividad u oficio popular/ artesanal de la rotulación de la ciudad reconocido como parte de un patrimonio.

Oficios como la rotulación artesanal, si bien tiene una elaboración empírica, tiene gran incidencia en la cultura guayaquileña y su identidad. Lo que hace que sea parte de un patrimonio gráfico local.

En ciertas zonas de la ciudad se puede observar pinturas y esculturas, dichos bienes si están reconocidos por el gobierno como patrimonio material del país (INPC, 2014). Como es el caso del Cementerio de Guayaquil, donde se puede hacer recorridos y se puede observar detalles de tipografía y escultura de épocas pasadas.

Sin embargo varios autores e historiadores comentan que la mayor parte del acervo cultural de la ciudad se perdió en el gran incendio suscitado en octubre de 1896. Entre los bienes afectados estaban libros, pinturas y fotografías así como una serie varias litografías de la prestigiosa firma peruana Fabbri. En dicha firma se produjo numerosas piezas gráficas afiches, carteles y postales, la cual fue escogida para realizar litografías de Guayaquil y Daule. Representando así el paisaje urbano de hasta ese entonces. Estas litografías constituyen un verdadero tesoro documental. (Castro, 2017)

2.3 Artesano y oficio patrimonial inmaterial

El artesano se define según la página web de la RAE como “Persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico, aunque modernamente se refiere a quien hace por su cuenta objetos con cualidades estéticas y/o utilitarias, otorgándoles un sello personal.”

Entre los oficios que el Gobierno del Ecuador ha declarado patrimonio inmaterial están el tejido de paja toquilla y las macanas de Gualaceo. (INPC, 2014). Son actividades realizadas por artesanos locales que se siguen transmitiendo de generación en generación. Sin embargo, existen muchas prácticas artesanales que, aunque no estén reconocidas como patrimoniales, es importante conservarlas y salvaguardarse del tiempo y la modernidad, ya que aportan a la esencia e identidad ecuatoriana como es el caso de los rotuladores artesanales.

2.4 Cultura popular

Nunca se piensa en el ser humano como un ser aislado de la sociedad. Para la condición humana la vida social es fundamental. Existen diversas colectividades que difieren unas de otras, cada individuo tiene su propia personalidad y en las culturas sucede igual. Cada una posee elementos que las diferencian o las unifican. (MALO, 2012)

“Con una visión antropológica la cultura es esencial al ser humano por lo que no cabe hablar de incultos. Esto ha llevado a dividir la cultura en elitista y popular. En este contexto quienes forman parte de la cultura popular son considerados “los otros” ”. Claudio, (2012,p.10).

En especial en un país como Ecuador, existe otra distinción por la cantidad de indígenas que habitaban antes de la llegada de los europeos y quienes mantuvieron elementos importantes de su cultura, muchas veces llamada “vernacular”. Esta cultura popular proviene del sincretismo entre los dos tipos de cultura.

2.5 Gráfica popular

La gráfica popular representa la identidad de un pueblo, región o país, a través de sus elementos básicos de estética como el color y tipografía. Los mismos utilizados con un estilo único, creado por los rotuladores, personas especializadas en el uso de este estilo gráfico y que se encuentran presentes en murales, negocios, transporte, entre otros, elementos cotidianos. (Pilay, López, Mielles, Palma, 2017, p.8)

Ésta ha adornado las calles de la ciudad de Guayaquil por mucho tiempo, pero, con la llegada de avances tecnológicos en medios de impresión, ha caído en desuso la implementación de esta gráfica. Empezó a ser vista como

algo antiestético e informal por su combinación de colores estridentes y formas extravagantes o exageradas, existiendo la posibilidad de crear algo más exacto limpio y sencillo con una computadora.

“Lo popular, especie en extinción gracias a las políticas homogeneizadoras del espacio público y el abuso de las tecnologías de reproducción digital que se expresa ahora en las cajas de neón iluminando gigantografías colocadas en las puertas de todo negocio”
(Barragán, 2007, p. 8)

2.6 Lengua vernácula

La palabra vernácula proviene del latín *vernacūlus* que significa "nacido en la casa de uno". Dentro del lenguaje se utiliza el término vernácula para referirse el lenguaje materno de alguna persona o grupo de personas de un área o sector en particular. (Corominas, 1987)

Es así como podemos entender a la lengua vernácula como una lengua local, que puede contar con expresiones coloquiales que la representan y la hace reconocible e identificable. Por esto se podría deducir de dónde viene una persona por la forma que habla o las expresiones que usa.

Las frases que se crean en la lengua vernácula están muy ligadas con la cotidianeidad del sector dónde radica, ya que las frases que implementan son usadas de una manera social, para agregar afecto, connotaciones distintas, o un poco de informalidad, a mensajes que podrían sonar muy monótonos sin ellas.

2.7 Lengua Vernácula en la gráfica popular

“El lenguaje vernáculo se debe tener presente no sólo la ubicación geográfica sino el contexto local y urbano que rodea y en el que se desenvuelve la visualidad de un elemento tipográfico o de otra índole.” Pilay et.al (2017).

La rotulación es una profesión que se aprende, en su mayoría de veces, de manera informal, donde el maestro le enseña al aprendiz basándose en sus experiencias. La mayoría de rotuladores carecen de un conocimiento profesional sobre la construcción de letras o sus aspectos estilísticos que las componen pero es gracias a su creatividad que pueden elaborar gráficos llamativos mediante el uso de colores, sean planos o degradados, para expresar tridimensionalidad en sus obras. Asimismo, pueden adaptar la forma y peso de las letras para adaptarlo a distintos soportes según lo requiera el encargo. (Ojeda, 2010).

A diferencia de la lengua vernácula estas manifestaciones gráficas no son exclusivas de un punto geográfico específico, sino se trata de un fenómeno social presente en toda Latinoamérica, como lo indica Ojeda.

La gráfica vernácula, al igual que muchas expresiones populares, está en peligro de extinción. La tecnología y la globalización, realidades que se filtran hasta lo más recóndito de lo rural, ponen en riesgo la supervivencia de esta rica manifestación al ofrecer a sus artífices una herramienta que facilita radicalmente el proceso de elaboración, y otorga un lenguaje universal - por ende plano y pobre en recursos - en su expresión. (Barragán, 2007, p. 11)



Figura 1 - Mi Chelita, X. Andrade, 2007



Figura 2 - Quevedo, Juan Barragán, 2007



Figura 3 - Pescao Mojao, X. Andrade, 2007



Figura 4 - Date con Furia, Juan Barragán, 2007

2.8 Tipografía Vernácula

La tipografía es una herramienta importante para la comunicación, nos ayuda a esparcir una gran cantidad de información con distintas apariencias, otorgándole al mensaje una voz particular dependiendo del aspecto de cada letra.

Existen partes que componen a cada carácter, en conjunto son conocidas como la anatomía de la tipografía. El tipógrafo debe conocer todas estas partes y las características de cada una para poder diseñar una tipografía coherente donde exista una armonía entre todos los caracteres.

Es recomendable para los diseñadores menos experimentados dibujar a mano las características principales de la tipografía, ya que las armónicas como de la S son difíciles de lograr con puntos de ancla, aunque en este caso personal las formas irregulares y menos definidas son las que caracterizan la letra popular, pero en todo caso a veces las limitaciones tecnológicas impiden determinadas opciones visuales. (Ojeda, 2010, p.19)

La tipografía vernácula surge de la necesidad de comunicar información extensa en espacios limitados, por ejemplo, letreros para negocios, anuncios de promociones o menús enteros que son pintados en las paredes o en el frente del establecimiento.

Si bien se conoce a la tipografía vernácula como letras de la calle estas también se pueden encontrar en afiches, murales, letreros y otras piezas informativas. Últimamente se ha visto un renacimiento del uso de esta tipografía, existen bares y restaurantes que utilizan la estética de estas letras para decorar sus establecimientos. Principalmente utilizan la tipografía vernácula para pintar las paredes o en pizarras para comunicar los productos, precios o promociones disponibles, o a veces, simplemente contienen frases.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

Para la realización de este proyecto integrador se utilizó diferentes métodos para la obtención de la información requerida para poder describir con exactitud el problema, entender el entorno y conocer a fondo a los actores del mismo, que en este caso son los rotuladores manuales y sus condiciones laborales. Para esto se realizó entrevistas, visitas y un taller. Entre otros métodos desde la perspectiva del diseño para proponer una solución a dicho problema.

2.1 Testimonios

Se realizaron varias visitas de campo en las calles de centro de la ciudad de Guayaquil especialmente en las calles de Rumichaca, Alcedo, Lorenzo de Garaicoa entre otras. En dichas visitas se documentó los pocos rótulos pintados a mano que aun quedan en ciertos comercios de la ciudad. Además se entrevistó a dos rotuladores artesanales, el Sr. Cristian Mejía y al Sr. Rodolfo Ulloa. Ambos tienen ya muchos años en el negocio de la rotulación, a continuación el fragmento de la entrevista que se realizó.



Figura 5. Rodolfo Ulloa, rotulador artesanal.

Fuente: Elaboración propia.

Rodolfo Ulloa

Contacto: 0995578883

Tiempo Pintando: 45 años

Estudios: Colegio Bellas Artes 6 meses.

Aprendió publicidad, a pintar hacer plantillas Creación de estencil. Aprendió el oficio mano alzada, realiza tanto tipografías como ilustraciones. Se inició pintando interiores y paredes. Cada vez más van desapareciendo los carteles rotulados y se ve más trabajos impresos. Antes de la llegada del dólar estas personas cobraban un aproximado de 500 sucres por el trabajo a realizar. Hoy en día el precio de una rotulación ronda entre los 7 u 8 dólares, estos precios son fijos ya que no rinden factura, ni declaran impuestos al SRI.

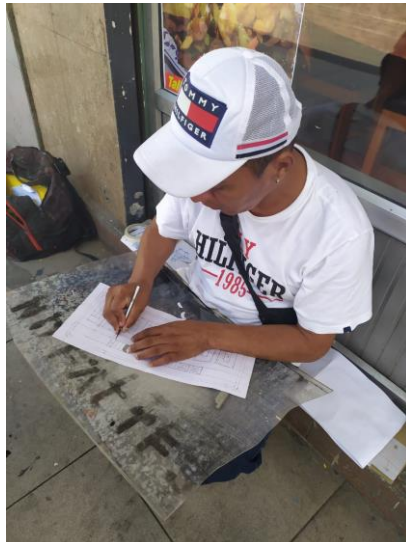


Figura 6. Cristian Mejía, rotulador artesanal

Fuente: Autoría propia

Christian Mejía

Contacto: 0990138868

La salida de las gigantografías afecto a su negocio. Llegan a tener de 2 a 3 trabajos por semana. Su pancarta de 6 metros está costando 25\$. Para realizar estos trabajos se ayuda de plantillas combinando su técnica a mano alzada. Muchos de sus trabajos son para personas que quieren decorar sus camiones, pintar la placa a los dos lados del vehículo está costando un aproximado de 15\$. Dependiendo el tamaño del camión su precio varía.

2.2 Método etnográfico

Como parte del método etnográfico se realizó un mapeo en el centro de la ciudad de Guayaquil donde se localizaron tanto rótulos como rotuladores residentes del área. Se encontró que la cantidad de rótulos con gráfica popular en el sector no es tan alta como se había comunicado inicialmente, y la cantidad de rotuladores que realicen este trabajo es aún más escasa. Durante el recorrido del mapeo se localizó únicamente a un par de rotuladores que continúan haciendo este tipo de trabajos, el señor Rodolfo Ulloa y Christian Mejía, quienes fueron entrevistados posteriormente.

Se ilustró un mapa con la información obtenida en este ejercicio.



Figura 7. Mapeo de rótulos y rotuladores.

Fuente: Elaboración propia

2.3 Coolboard

El coolboard forma parte de las tres pizarras gráficas usadas en el método etnográfico: Moodboard, Coolboard y Brandboard. Son instrumentos para la recolección de datos. Son composiciones en forma de póster que consisten en un collage de imágenes, materiales, texturas, colores, muestras de objetos con la intención de evidenciar un “algo”. (Salguero, et Al. 2014)



Figura 8. Coolboard

Fuente: Elaboración propia.

2.4 Casos de estudio

2.4.1 Arte en rótulos del cantón Mejía

En muchas zonas comerciales del cantón Mejía, existía publicidad pintada a mano que competían con los letreros impresos digitalmente. Posteriormente estos letreros se confundían creando ruido visual. La solución que dio el municipio fue retirar todos los letreros en la zona del Centro Histórico de Quito cuando se procedió con la regeneración urbana. Estos rótulos artesanales fueron cambiados por unos anuncios estandarizados en hierro en color negro.



Figura 9. Homenaje al pintor Carlos Araujo
Fuente: Laselecta.org

De esta forma este oficio fue minimizado e invisibilizado por los letreros impresos digitalmente y las regeneraciones urbanas. Poco a poco esta gráfica se ha ido perdiendo y no ha podido ser reemplazada por piezas de la misma calidad visual. (Kingman, 2009).

2.4.2 Rótulos en camiones de Brasil

En Brasil hay un gran número de camiones de transportistas adornados con tipografía y dibujos ornamentales.

Carrocerías García es un taller de reparación y rotulación de vagones de camiones, con una larga historia. En el pasado solía ser un taller grande que era contratado frecuentemente para pintar y decorar los vagones de los camiones de distintas compañías, así como darles reparación y mantenimiento.



Figura 10. Camiones rotulados de Brasil

Fuente: J. Silvia et Al, 2018.

Este taller se caracterizaba por diseños peculiares, pintados con brochas, utilizando fondos con colores planos. Esto cambió con la llegada de un nuevo pintor llamado Bibira, a inicios del año 2000 quien introdujo otro sistema de pintado que utilizaba gradientes. (J. Silva et.al, 2018)

2.4.3 Apropiaciones de la gráfica popular urbana

En la ciudad de Tibasosa, Colombia, existe un amplio uso de la gráfica popular en letreros y fachadas, tanto en espacios comerciales como en espacios privados.

La gráfica popular es de suma importancia para esta ciudad, ya que sus características están vinculadas con las actividades comerciales que se realizan en Tibasosa. Sus elementos decorativos crean una cercanía con la estética artesanal y forma una familiaridad con los habitantes. (Chaparro, 2013, p. 4)



Figura 11. Rotulo de la ciudad de Tibasosa, Colombia

Fuente: Chaparro, 2013

Existen una diversa cantidad de establecimientos como escuelas, tiendas del barrio o plazas de mercado que son decoradas con la gráfica popular. Y también se puede observar cómo, fuera del sector comercial, se manifiesta en eventos sociales como fiestas populares, y actividades de índole religiosas. La aplicación de esta gráfica deja en claro que sus funciones van más allá de simplemente anunciar, vender e informar. (Chaparro, 2013, p. 4)

2.4.4 Comparación de casos de estudio

Los casos de estudio anteriormente expuestos, demuestran distintos tratos que recibe la gráfica popular en diversos lugares del mundo. Por lo general se nota una tendencia de abandonar progresivamente el uso de letreros hechos a mano a favor de gigantografías o letreros creados mediante la impresión digital.

Como en el caso de estudio proveniente de Brasil se puede notar que aún existen personas que se dedican a este tipo de decoraciones como parte de su profesión pero poco a poco han sido afectadas por avances tecnológicos, en este caso siendo el material de fabricación de los camiones. Esta situación desmotiva la implementación de la gráfica popular en el panorama actual.

Finalmente el tercer caso nos demuestra que la gráfica popular tiene un espacio que va más allá de la venta y promoción de productos, sino que tiene valores y anhelos intrínsecos que se reflejan en su apariencia particular. Posee un valor social que identifica a todas las personas que se sienten familiarizadas con esta.

2.5 Taller práctico con el rotulador

El sábado, 13 de julio del 2019. Se realizó un taller introductorio a la rotulación artesanal y la construcción de la tipografía popular dictado por el Sr. Cristian Mejía. En dicho taller se pudo aprender las técnicas usadas en la rotulación, el proceso de la misma. Los materiales y sustratos comúnmente usados. Asimismo

el boceto y construcción de la letra. Al finalizar el taller se obtuvo una pancarta pintada a mano de más de 5 metros de largo.



Figura 12. Resultado del taller con el rotulador y los asistentes.
Fuente: Autoría propia.



Figura 13. Rotulador construyendo la tipografía a mano.
Fuente: Autoría propia

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Este proyecto pudo ser validado gracias a la colaboración de docentes, estudiantes de la facultad de Arte, Diseño y Comunicación audiovisual (FADCOM) y profesionales del medio expertos en el tema, quienes ofrecieron sus puntos de vista objetivos. Asimismo, se realizó un análisis profundo del consumidor, la competencia y el mercado actual. Toda la información recopilada sirvió para realizar mejoras a la propuesta inicial y poder direccionar mejor el prototipo final hacia el resultado deseado.

3.1 Primeros bocetos

Se realizaron los primeros bosquejos de la portada de la guía del usuario que poco a poco fue convirtiéndose en la imagen de la marca. Se dibujaron los elementos principales que estarían presentes hasta el prototipo final. Y se realizaron los bocetos de los elementos ilustrados que irían dentro del manual.

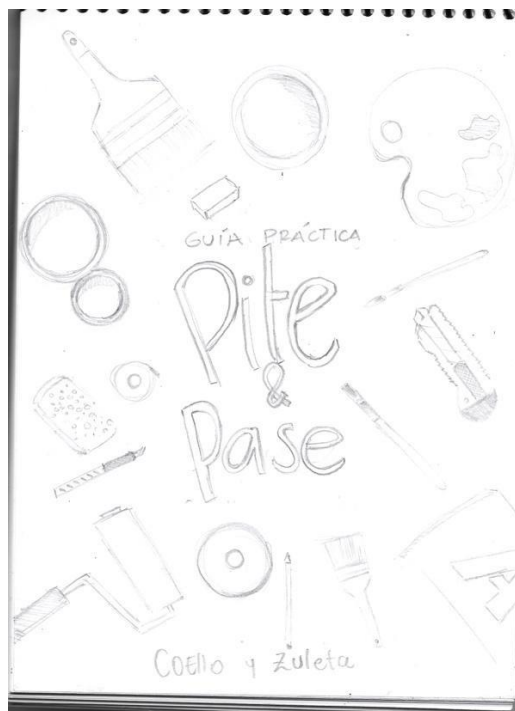


Figura 14. Bocetos de la portada del manual de usuario.

Fuente: Autoría propia

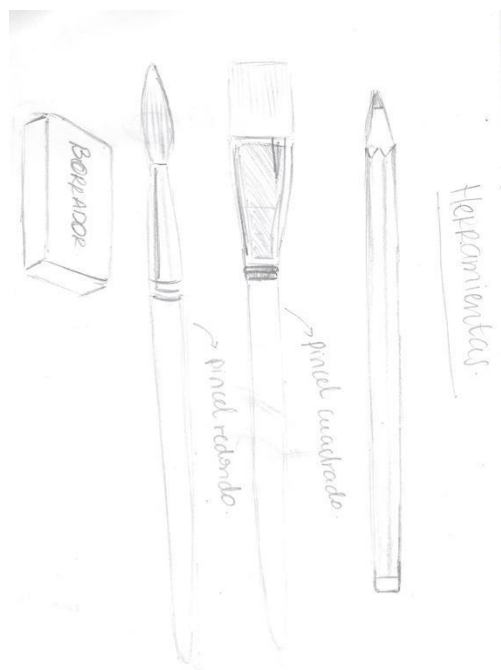


Figura 15. Bocetos de las herramientas ilustradas del manual
Fuente: Autoría propia.

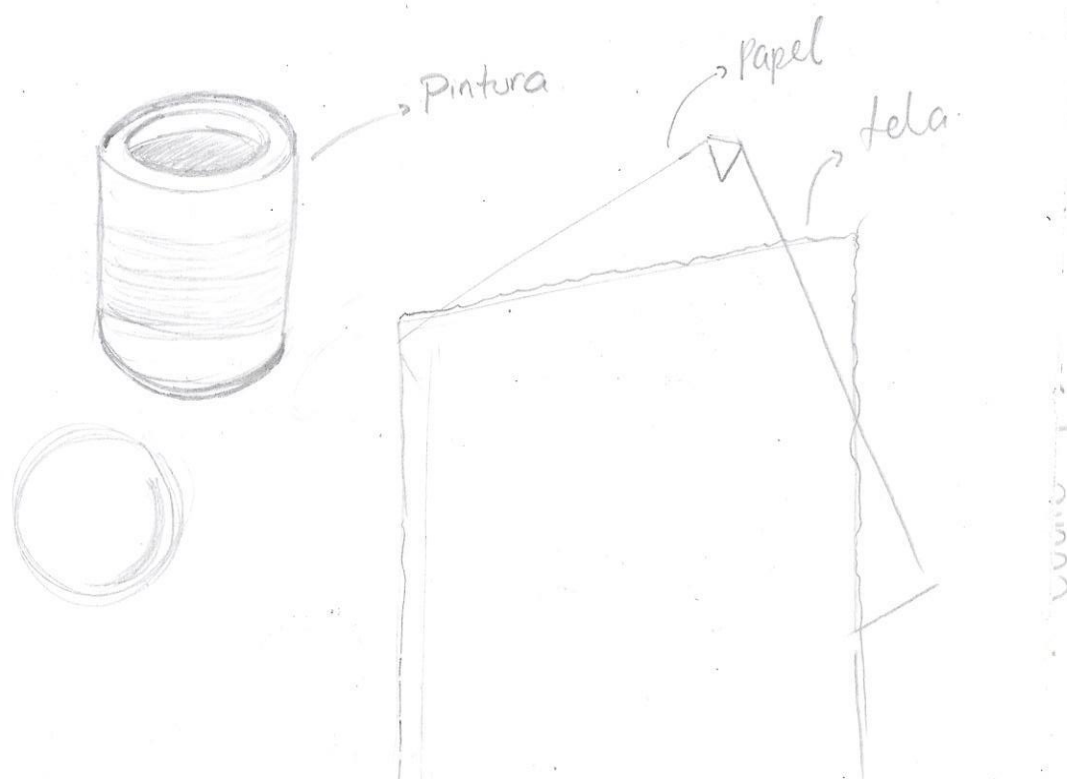


Figura 16. Bocetos de herramientas.
Fuente: Elaboración propia.

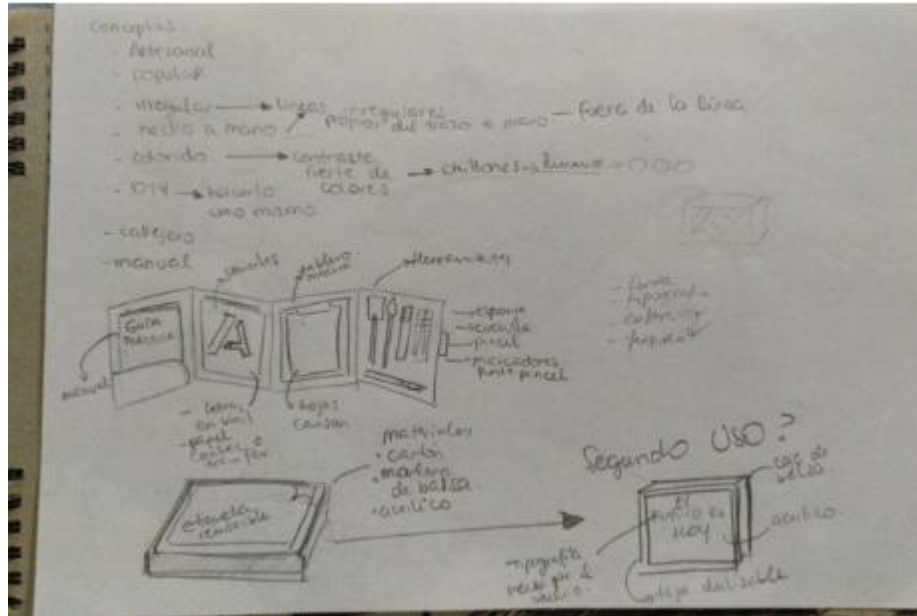


Figura 17. Lluvia de ideas y bocetos iniciales del prototipo
Fuente: elaboración propia

3.2 Identidad de la marca

3.2.1 Naming

El nombre “Pinte y Pase” fue seleccionado después de haber realizado una encuesta con estudiantes de la carrera de diseño gráfico de FADCOM. Surgió de la frase original “pite y pase” comúnmente pintada artesanalmente en el balde de los camiones. Se consideró este nombre ideal debido a que representa a la actividad de la rotulación artesanal y su connotación popular. Además de ser bastante llamativo y corto.



Figura 18. Pite y pase pintados en camión.

3.2.2 Logotipo

El logotipo fue diseñado siguiendo tendencias encontradas al comparar varias muestras de gráfica popular guayaquileña identificadas en el recorrido que se realizó en el método etnográfico. Hubo un proceso para seleccionar qué rasgos prominentes estarían presentes en el arte final. Se inició con un boceto del logotipo con una tipografía serif de estilo egipcio, es decir, con terminaciones rectas o cuadradas, y utilizando lo que en rotulación se conoce como fileteado. Sin embargo, para versiones posteriores del logotipo se utilizó una tipografía de origen propio, dibujada únicamente para este logo, que combinaba las terminaciones cuadradas iniciales con las terminaciones divididas de la tipografía que se usaría en las plantillas del kit. Además de estos cambios se agregó adornos o decoraciones para darle al logo un aspecto mucho más cercano a lo que se podría observar en un rótulo de un camión.

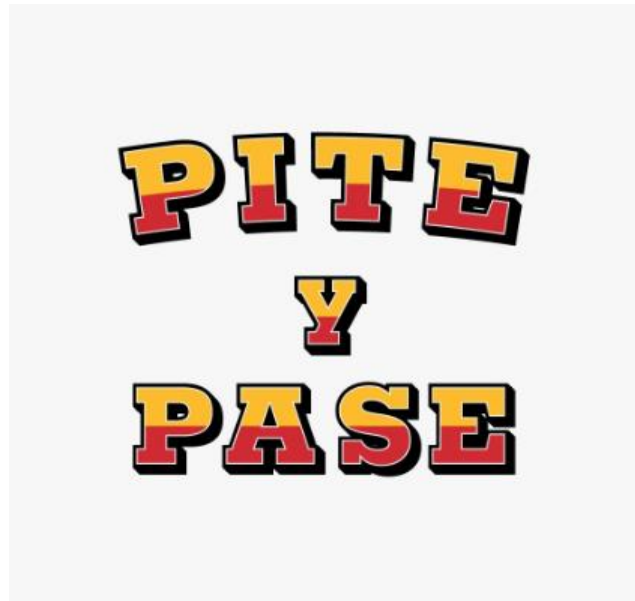


Figura 19. Primera versión del logotipo

Fuente: Elaboración propia



Figura 20. Logotipo final.

3.2.3 Paleta de colores

Inicialmente se escogieron los colores amarillo, rojo y negro por ser los colores estridentes usados comúnmente en la gráfica popular. Sin embargo, luego de las validaciones, se cambió la paleta cromática a blanco, celeste y negro debido a que iba acorde a los colores representativos de la ciudad de Guayaquil. Provocando mayor nivel de reconocimiento en los usuarios.

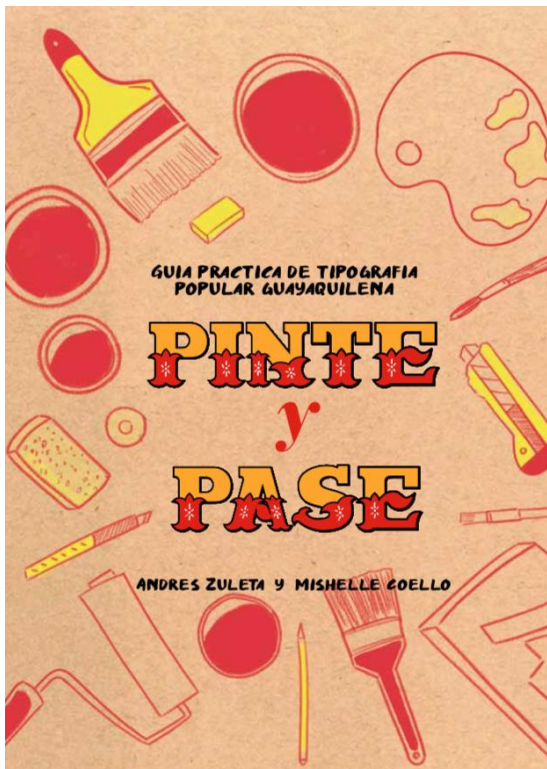


Figura 21. Paleta cromática inicial



Figura 22. Paleta cromática final

3.2.4 Tipografía

La tipografía utilizada para la elaboración de las plantillas en este proyecto fue creada después de haber estudiado la tipografía popular guayaquileña encontrada en las calles del centro de la ciudad. Descubrimos que uno de los rasgos más prominentes en la gráfica popular son las tipografías con serifas adornadas, que parecen estar divididas en la mitad, ya que son las más fáciles de reconocer. Basándonos en este modelo existente diseñamos nuestra tipografía “Albacora” que incluye un contraste entre astas ascendentes y descendentes para darle un aspecto más clásico.

El nombre de esta tipografía proviene de la similitud entre las terminaciones o serifas de las letras con las colas de pescado, además tipografías similares fueron observadas en distintos restaurantes de comida típica o cevicherías donde la albacora es un ingrediente recurrente.

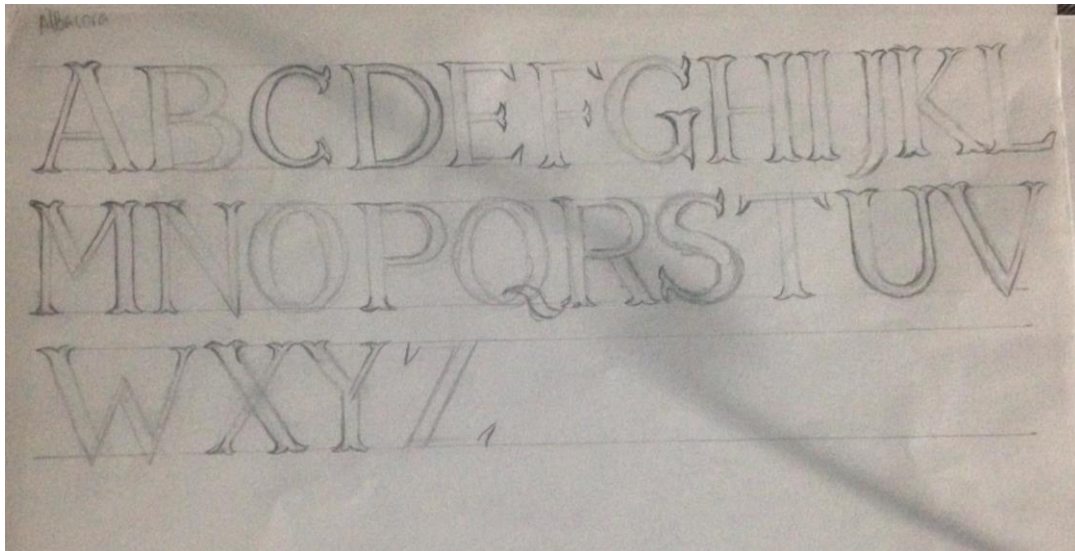


Figura 23. Primer boceto de la tipografía a usar



Figura 24. Tipografía finalizada

3.3 Prototipo de baja resolución

El primer prototipo se realizó en cartón prensado de 3 mm de ancho. Con un tamaño de 26 x 26 cm, con profundidad de 10 cm. Las divisiones están hechas a medida con cartón gris. Se observó que el producto tenía una apariencia muy pesada y que era difícil de abrir y cerrar por lo que fue reemplazado.



Figura 25. Prototipo cerrado con arte final serigrafiado



Figura 26. Prototipo con elementos en la disposición inicial

3.4 Prototipo de alta resolución

Después de presentar el primer prototipo y recibir retroalimentación. Se cambió el prototipo por uno más pequeño. Hecho de cartón rígido con divisiones más delgadas en cartón gris. Además se añadió un manual impreso para el usuario, una postal con la cuenta de instagram (@pinteypase), un poster y un pin.



Figura 27. Prototipo final.
Fuente: Elaboración propia

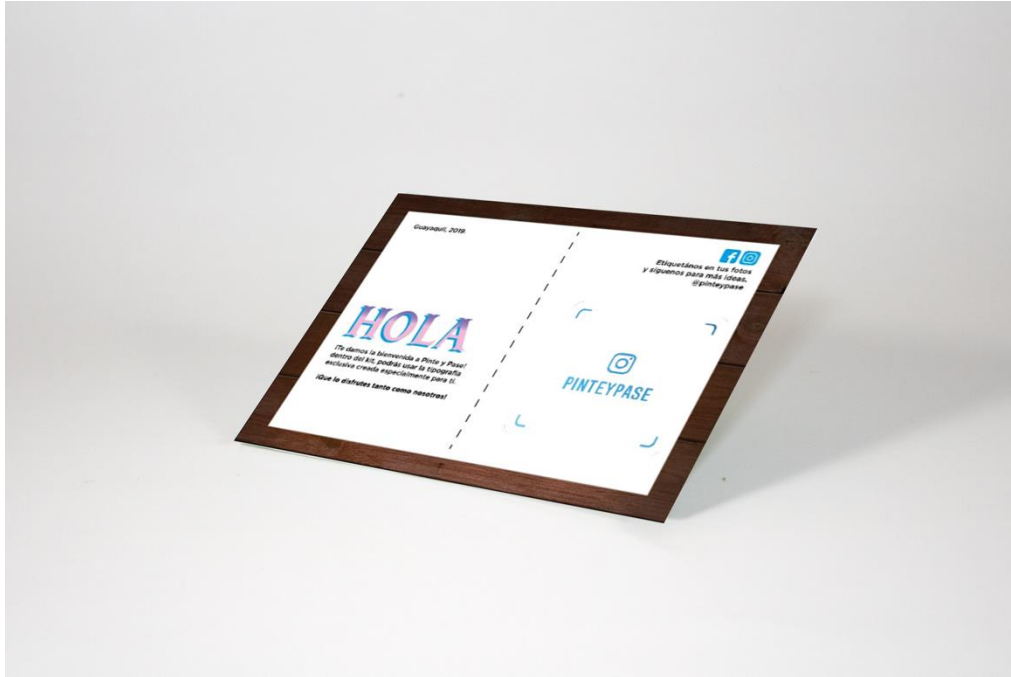


Figura 28. Postal con tag de instagram
Fuente: Elaboración propia



Figura 29. Prototipo final cerrado
Fuente: Elaboración propia.

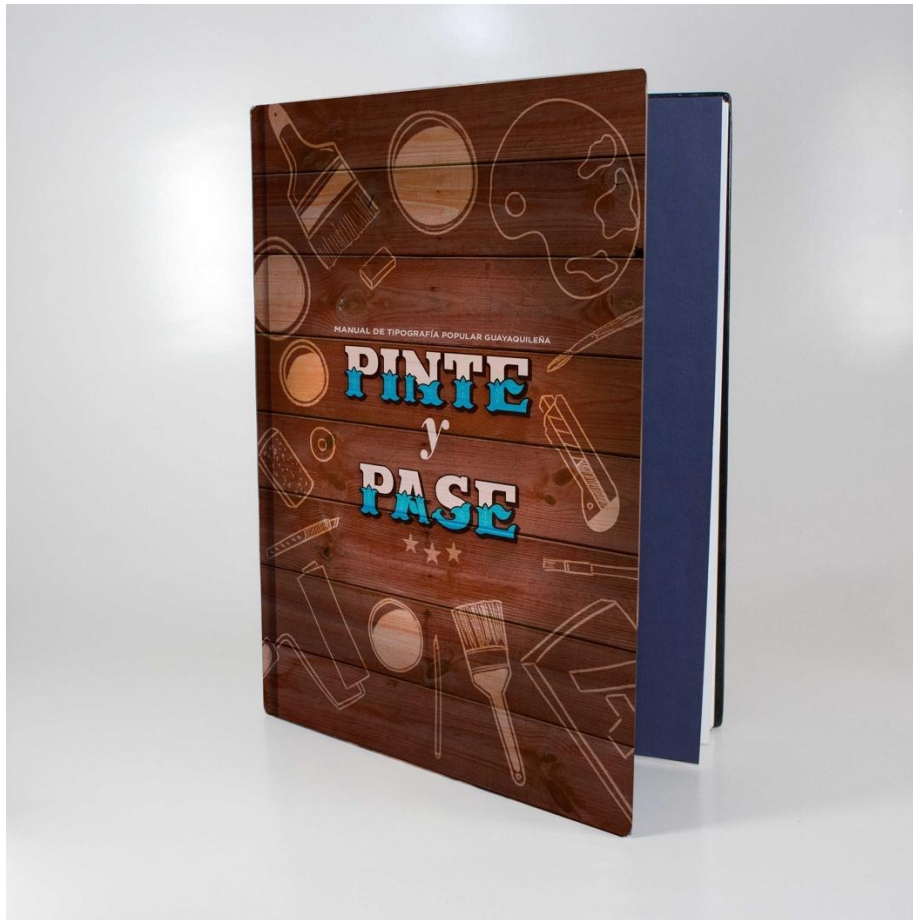


Figura 30. Manual de tipografía popular guayaquileña
Fuente: Elaboración propia



Figura 31. Stenciles en acetato.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 32. Instructivo incluido en los stenciles.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 33. Pin de Pinte y Pase

Fuente: Elaboración propia.



Figura 34. Mock up de camiseta.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 35. Reverso de la postal con frase “Ponte Once” en tipografía Albacora.
Fuente: Elaboración propia



Figura 36. Elementos incluidos en el kit

3.5 Costos de producción

Material	Costo unidad	Cantidad	Total por 100
Cajas	\$2	100	\$200
Pintura textil (roja)	\$7	10	\$70
Pintura textil (az)	\$7	10	\$70
Pintura textil (am)	\$7	10	\$70
Bolso de liencillo	\$3	100	\$300
Esponja	\$1,45	100	\$145
Impresión couché	\$100		\$18
Botellas	\$0,14	300	\$42
Serigrafía	\$5	5	\$25
Impresión manual	\$90		\$90
Postal	\$18	100	\$18
TOTAL			\$1.048

Tabla 1. Presupuesto basado en una producción de 100 kits

COSTO UNITARIO = \$10,48

PVP = \$20

VS. COMPETENCIA = \$50

3.6 Validación y análisis

La primera validación se realizó con los estudiantes que cursan la materia de tipografía en FADCOM. Se les entregó un prototipo a stencil de la tipografía Albacora, pinturas, esponja, un instructivo y una breve encuesta (Anexo A).

De esta validación pudimos notar que el material del stencil debía ser mucho más duradero, que debíamos incluir un trapo para la limpieza de los utensilios y que el instructivo debía ser impreso a colores y ser más detallado en los pasos a seguir. Durante la hora de clase obtuvimos resultados interesantes de parte de los estudiantes.

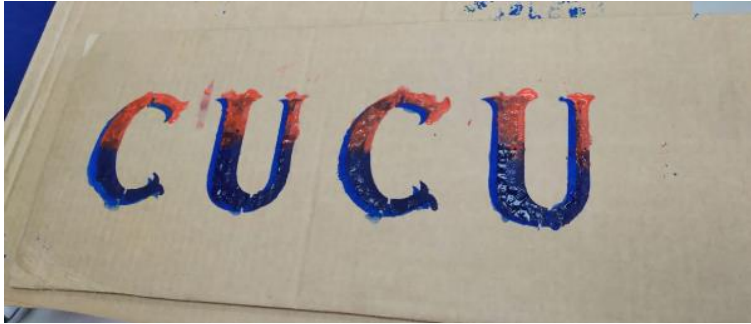


Figura 37. Composición elaborada por los estudiantes de tipografía

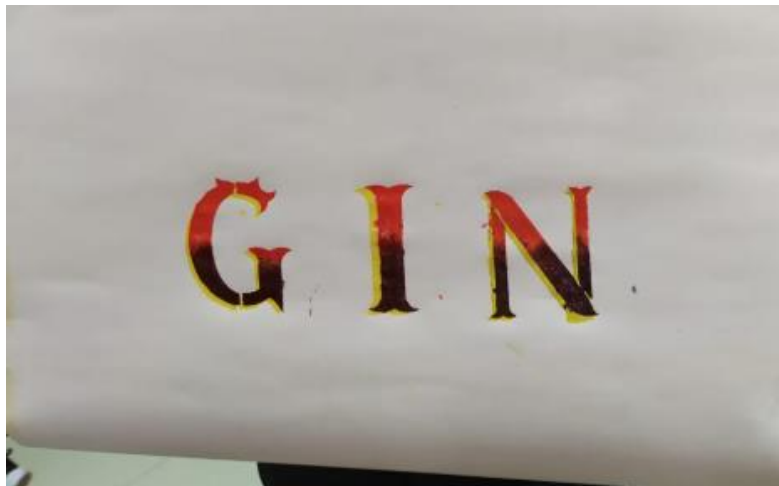


Figura 38. Composición tipográfica elaborada con stenciles de Albacora.



Figura 39. Trabajo realizado por los estudiantes de tipografía.

De los resultados de la encuesta realizada a los estudiantes tenemos lo siguiente:

PREGUNTA 1. DEL 1 AL 10 ¿CÓMO CALIFICARÍA AL KIT DE STENCIL?

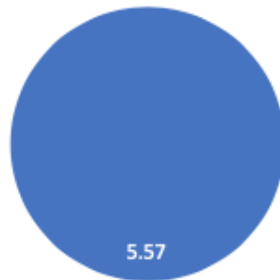


Tabla 2. Media obtenida de la pregunta 1.

PREGUNTA 2. DEL 1 AL 10 ¿QUÉ TAN ENTENDIBLES FUERON LAS INSTRUCCIONES?

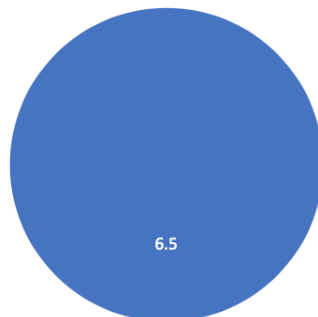


Tabla 3. Media obtenida de la pregunta 2.

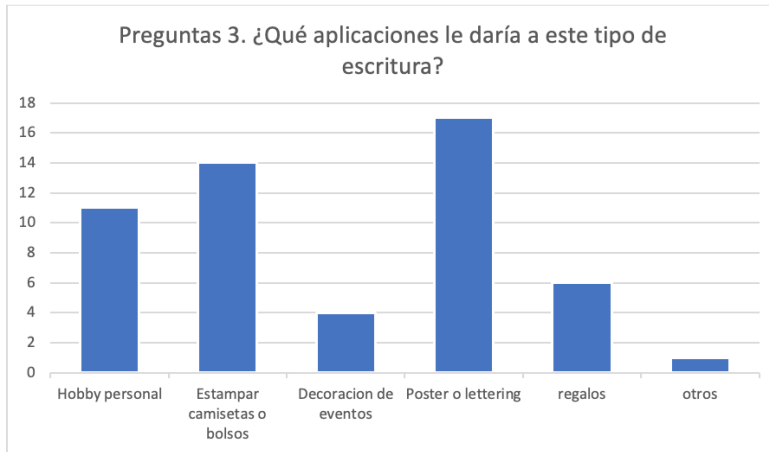


Tabla 4. Moda obtenida de la pregunta 3.

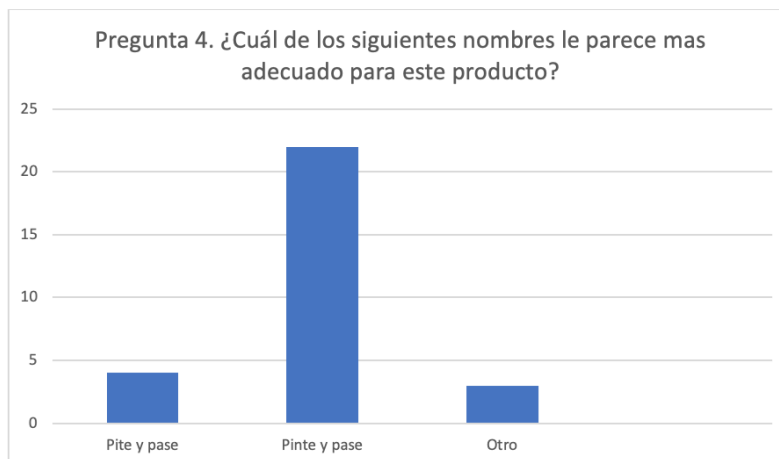


Tabla 5. Moda obtenida de la pregunta 4.



Tabla 6. Moda obtenida de la pregunta 5.

En cuanto al producto y el stencil, se validó con el Msc. Daniel Castelo, docente de la materia Serigrafía y Grabado en FADCOM. El mismo que tuvo una respuesta favorable hacia el material del stencil, ya que hacía que el tiempo de vida del producto se prolongue. El docente nos recomendó añadir una postal con instagram para crear una comunidad. Lo cual se adoptó y fue recibido con agrado por los usuarios.



Figura 40. Stencil de acetato

Finalmente se mostró el producto a Christian Intriago, un artista que tiene conocimientos en proyectos que involucran la serigrafía que dio opiniones sobre la portada del packaging, principalmente cuestionó la cromática escogida y propuso que debería tener colores más representativos de Guayaquil en vista que es un proyecto de tipografía y gráfica popular perteneciente a esta ciudad.



Figura 41. Prototipo final con la cromática escogida.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En la actualidad sigue existiendo un gusto por la gráfica popular y aunque su uso haya disminuido cada vez existen más personas dispuestas a adoptarla para sus proyectos personales. A nivel mundial hay una tendencia de retomar modas del pasado para aplicarlas en el presente, la misma situación se puede observar con respecto a la gráfica popular, existen varios artistas y diseñadores que la aplican en sus trabajos, ya sea diseños para web, arte callejera, productos, o diseño de marca.

Al iniciar este proyecto se tenía como objetivo la valoración y rescate de la gráfica popular y las técnicas que se emplean para elaborarla, al avanzar en la realización de éste nos dimos cuenta de lo importante que era instruir sobre otros aspectos más generales como las bases de la tipografía para que los usuarios puedan entender lo que hace especial e importante a la gráfica popular, puedan replicarla y generar nuevos contenidos utilizando lo que aprendieron.

En las validaciones se pudo observar como los aportes de cada experto iban formando al producto final y en este sentido se lograba construir un proyecto más útil, completo y eficiente, que en realidad pueda gustar a los usuarios y pueda ayudar a resolver los problemas que se identificaron al comienzo de este proceso.

Recomendaciones

Durante la realización de este proyecto se han hecho algunas observaciones que se consideran sumamente importantes para la realización de futuros proyectos de este mismo alcance y asegurar la elaboración de un producto eficiente y satisfactorio.

- Entrevistar a la mayor cantidad de personas involucradas en el área de estudio posible, por lo que se está investigando un tema de carácter gráfico en el que se pueden emplear muchas técnicas para llevarse a cabo, es necesario poder hablar con la mayor cantidad de rotuladores posible para conocer sus métodos preferidos de trabajo.
- Encontrar un mayor número de validadores, conseguir la opinión de expertos que puedan ayudar a encaminar el proyecto, y aportar información importante con respecto al producto en el que se está trabajando.
- Poner el producto en manos de usuarios de prueba lo más pronto posible, hay muchos detalles que no son tomadas en cuenta hasta que observamos a un usuario usando el producto y vemos qué dificultades tiene o si hay una forma de mejorar el uso de este.

BIBLIOGRAFÍA

[1] E. Chaparro.(2013, Junio) Aplicaciones de la gráfica popular urbana [Online] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/319297934_Apropiaciones_de_la_grafica_popular_urbana

[2] J. Silva, P. Lena.(2018, Diciembre) Information on the road: towards a methodology for the study of truck art [Online] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/332517289_Information_on_the_road_towards_a_methodology_for_the_study_of_truck_art

[3] V. Ojeda.(2010) Tipografía popular [Online] Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3144/1/tdis3.pdf>

[4] Fotonostra.(2008) “La tipografía y su evolución”. [Online] Disponible en: <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.html>.

[5] Secretaria Técnica Plan Toda Una Vida.(2017) “Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021”. [Online] Disponible en: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

[6] UNESCO.(2017) “Patrimonio”. [Online] Disponible en: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digitallibrary/cdis/Patrimonio.pdf>

[7] J. Castro y Velasquez.(2017) “Litografías de Guayaquil antes del Incendio Grande”. [Online] Disponible en: <https://www.pressreader.com/ecuador/memorias-portenas/20170507/281487866259988>

[8] Real Academia Española. “Diccionario de la Lengua Española”. [Online] Disponible en: <https://dle.rae.es/srv/fetch?id=3qmBVGL>

[9] C. Malo.(2012) "La Cultura Popular y Los Otros". [Online] Disponible en:
<https://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/publicaciones/UV-59.pdf>

[10] J. Barragán.(2007) "Gráfica Popular". [Online] Disponible en:
https://issuu.com/juanlorenzo/docs/graf_popular

[11] R. Salguero et Al.(2014) "Glosario". [Online] Disponible en:
<https://citybrandingespul.wordpress.com/category/glosario/>

[12] M. Kingman.(2009) "El Arte del Cantón Mejía se pinta en rótulos". [Online]
Disponible en: <http://www.laselecta.org/2009/10/el-arte-del-canton-mejia-se-pinta-en-rotulos/>

[13] J. Corominas.(1987) "Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana"
[Online] Disponible en:
<https://losapuntedefilosofia.files.wordpress.com/2017/09/diccionario-etimolocc81gico-abreviado-de-la-lengua-castellana-joan-corominas.pdf>

[14] L. Pilay et Al.(2017) "Intervenciones de la lengua vernácula en la tipografía popular y en la aplicación publicitaria de la marca de gaseosas "Tropical"" [Online]
Disponible en:
https://www.researchgate.net/publication/326468627_Intervenciones_de_la_lengua_vernacula_en_la_tipografia

APÉNDICES

Evidencia fotografica de recorridos realizados para levantamiento de información.





Evidencias de validaciones



Validación con Msc. Daniel Castelo



Validación con Christian Intriago



Validación con estudiantes de tipografía en FADCOM

ANEXO A

Encuesta

¿Del 1 al 10 Cómo calificaría al Kit de Stencil? _____

¿Del 1 al 10 Qué tan entendibles fueron las instrucciones? _____

¿Qué aplicaciones le podría dar a este tipo de escritura? (Puede seleccionar varias respuestas).

- Hobby personal
- Estampar camisetas o bolsos
- Decoracion de eventos
- Poster o lettering
- Regalos
- Otros _____

¿Cuál de los siguientes nombres le parece más adecuado para este producto? (Seleccione 1).

- Pite y Pase
- Pinte y Pase
- Otro _____



¿Qué producto le gustaría que venga incluido en el Kit para poder estampar? (Seleccione una respuesta).

- Camiseta
- Bolso
- Bastidor
- Tapestry
- Otro _____

Ejemplo de tapestry:



