



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

CARRERA DISEÑO GRÁFICO

**“DIFUSIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE LA CULTURA POPULAR
DE CHIMBORAZO MEDIANTE UN CATÁLOGO FOTOGRÁFICO
DIGITAL”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

AUTORA: GENESIS ALEXANDRA ÑAUNAY SAÑAY

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

CARRERA DISEÑO GRÁFICO

**“DIFUSIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE LA CULTURA POPULAR
DE CHIMBORAZO MEDIANTE UN CATÁLOGO FOTOGRÁFICO
DIGITAL”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

AUTORA: GENESIS ALEXANDRA ÑAUÑAY SAÑAY

DIRECTORA: Ing. María Lorena Villacrés Pumagualle

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Genesis Alexandra Nauñay Sañay

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Genesis Alexandra Ñauñay Sañay, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 13 de febrero de 2023

Genesis Alexandra Ñauñay Sañay
065003681-7

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

CARRERA DISEÑO GRÁFICO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto Técnico, **DIFUSIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE LA CULTURA POPULAR DE CHIMBORAZO MEDIANTE UN CATÁLOGO FOTOGRÁFICO DIGITAL**, realizado por la señorita: **GENESIS ALEXANDRA ÑAÑAY SAÑAY**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Lcdo. Fabián Alfonso Calderón Cruz PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	_____	2023-02-13
Ing. María Lorena Villacrés Pumagualle DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	2023-02-13
Lcdo. Edison Fernando Martínez Espinoza MsC ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	2023-02-13

DEDICATORIA

A mis padres quienes han sido una guía en mi vida, quienes me han brindado su apoyo incondicional, esfuerzo, amor y cariño en cada etapa de mi carrera profesional. A mis hermanos quienes me han apoyado y me han motivado a ser mejor, por darme los ánimos y fuerzas necesarias para ser aún en los momentos donde parecía que no podía y por nunca dejarme que me rinda.

Genesis Alexandra

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por darme la gracia y la sabiduría para poder culminar con éxito el presente trabajo y en especial a mi familia quienes han sido un apoyo fundamental durante todo el proceso de mi formación profesional.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y a la Escuela de Diseño Gráfico por abrirme sus puertas y dotarnos de conocimiento, formando en mi una profesional competente.

A la Ing. María Lorena Villacrés y al Lic. Edison Martínez, por su apoyo incondicional supieron motivarme para concluir mi camino académico y gracias a sus conocimientos supieron orientarme en las diferentes temáticas tratadas a lo largo del trabajo de titulación. Por su paciencia que me han brindado les agradezco infinitamente.

Por ultimo, pero no menos importante a mis amigas y amigos por su apoyo y ánimo a lo largo de mi carrera profesional.

Genesis Alexandra

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE ANEXOS	xi
RESUMEN.....	xii
SUMMARY	ix
INTRODUCCIÓN	1

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Planteamiento del problema.	4
1.3. Justificación.....	4
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. <i>Objetivo general</i>	5
1.4.2. <i>Objetivos específicos</i>	5

CAPITULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
2.1. Cultura.....	6
2.1.1. <i>Cultura popular</i>	6
2.1.2. <i>Manifestaciones Culturales</i>	7
2.2. Artesanía.....	8
2.1.1. <i>Artesanías de la ciudad de Riobamba</i>	8
2.1.2. <i>Clasificación de las artesanías de Riobamba</i>	8
2.3. Medios digitales.....	12
2.4. Fotografía.....	12
2.4.1. <i>Tipos de Fotografía</i>	13
2.4.2. <i>Elementos de la fotografía</i>	14
2.5. Diseño Multimedia.....	16
2.5.1. <i>Catálogo</i>	17

2.5.2.	<i>Catálogo digital</i>	17
2.5.3.	<i>Maquetación</i>	18
2.5.4.	<i>Elementos gráficos</i>	19
2.5.5.	<i>Diseño Centrado en el Usuario</i>	20
2.5.6.	<i>Experiencia de Usuario</i>	21
2.5.7.	<i>Etapas de la experiencia de Usuario</i>	21
2.5.8.	<i>Interactividad</i>	22
2.5.9.	<i>Usabilidad</i>	22
2.5.10.	<i>Navegación</i>	23
2.5.11.	<i>Software para la creación del catálogo digital</i>	23

CAPITULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	24
3.1.	Metodología de la investigación	24
3.1.1.	Tipo de Investigación.	24
3.1.2.	Métodos	24
3.1.3.	Técnicas e instrumentos	25
3.2.	Población y muestra	26
3.2.	Metodología de diseño	27
3.2.1.	<i>Estructuración del problema</i>	27
3.2.1.1.	<i>Descubrimiento de la necesidad</i>	28
3.2.1.2.	<i>Valoración de la necesidad</i>	28
3.2.1.3.	<i>Formulación del problema</i>	28
3.2.1.4.	<i>Fraccionamiento del problema</i>	28
3.2.1.5.	<i>Jerarquización del problema</i>	28
3.2.1.6.	<i>Solución del problema</i>	29
3.2.1.7.	<i>Proyección del problema</i>	29
3.2.1.8.	<i>Desarrollo de alternativas</i>	29
3.2.1.9.	<i>Desarrollo de selección de alternativas</i>	29
3.2.1.10.	<i>Fabricación final</i>	29
4.	MARCO DE RESULTADOS	30
4.1.	Resultados de las entrevista	30
4.1.1.	<i>Conclusión del resultados de las entrevista</i>	30

4.2. Realización del catálogo digital.....	31
<i>4.2.1. Contenido del catálogo.....</i>	<i>31</i>
<i>4.2.2. Selección de las fotografías.....</i>	<i>32</i>
<i>4.2.3. Edición de las fotografías</i>	<i>32</i>
<i>4.2.4. Diagramación</i>	<i>33</i>
4.3. Realización del proyecto.....	34
<i>4.3.1. Arte final.....</i>	<i>34</i>
CONCLUSIONES.....	37
RECOMENDACIONES.....	38
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Taxonomía jerarquizada de las Manifestaciones	7
Tabla 2-2: Clasificación de fuentes web	20
Tabla 3-3: Público objetivo.....	27
Tabla 4-3: Tabla de organización de la información de los productos a desarrollar.....	28
Tabla 5-4: Tabulación de entrevista al Sr. Pedro Robalino	30
Tabla 6-4: Artesanías por material.....	31
Tabla 7-4: Artesanías por la forma	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2: Fotografía publicitaria.....	13
Figura 2-2: Fotografía publicitaria.....	14
Figura 3-2: Etapas del diseño de experiencia de usuario	22
Figura 4-4: Fotografías	32
Figura 5-4: Corte de fotografías.....	32
Figura 6-4: Edición de fotografías.....	33
Figura 7-4: Diagramación paginas internas	33
Figura 8-4: Mapa de recorrido	34
Figura 9-4: Portada	34
Figura 10-4: Páginas internas	35
Figura 11-4: Páginas internas	35
Figura 12-4: Contraportada.....	36

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ARTESANÍAS EN MADERA - PÁGINAS INTERNAS

ANEXO B: ARTESANÍAS EN TAGUA - PÁGINAS INTERNAS

ANEXO C: ARTESANÍAS EN BRONCE - PÁGINAS INTERNAS

ANEXO D: ARTESANÍAS EN HOJALATA - PÁGINAS INTERNAS

ANEXO E: ARTESANÍAS EN MÁRMOL - PÁGINAS INTERNAS

ANEXO F: ARTESANÍAS EN SOMBRERÍA - PÁGINAS INTERNAS

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tuvo como objetivo la creación de un catálogo fotográfico digital, con la finalidad de difundir las artesanías que se elaboran dentro de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Para llevar a cabo este proyecto se realizó una investigación descriptiva en la que se utilizó la metodología cualitativa para la recolección y análisis de la información obtenida, mediante entrevistas realizadas a los artesanos que residen dentro de la ciudad, con el fin de obtener información de las dos o tres artesanías que con mayor frecuencia elaboran. Posteriormente se procedió con las fotografías en plano general y plano de detalle de cada una de las artesanías, para continuar con el diseño del catálogo fotográfico digital, las herramientas que se utilizó fueron softwares gráficos como Adobe InDesign para la realización de la maquetación del catálogo y, Adobe Photoshop para la edición de las fotografías tomadas anteriormente. En conclusión, gracias a la información obtenida la población de la ciudad de Riobamba podrá observar varias de las artesanías que se elaboran dentro de la ciudad, por medio de un catálogo fotográfico digital, el cual consta de seis secciones, en donde se dividió de acuerdo al material y forma de las artesanías. Se recomienda realizar un seguimiento periódico a los talleres artesanales para fotografiar las artesanías y obtener un banco fotográfico, para posteriormente añadir al catálogo.

Palabras clave: <DISEÑO GRÁFICO>, <CULTURA POPULAR>, <CHIMBORAZO (PROVINCIA)>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>, <ARTESANÍAS>, <FOTOGRAFÍA>, <CATÁLOGO>.

SUMMARY

The objective of this titling work was the creation of a digital photographic brochure to disseminate handicrafts made in Riobamba city, Chimborazo province. To carry out this project, a descriptive investigation was used in which qualitative methodology helped to collect and analyze the information obtained through interviews with artisans from the city got information about two or three most common handicrafts. Afterward, it proceeded with the photographs in general plan and detail plan of each one of the crafts to continue with the design of the digital photographic brochure. Some tools used graphic software Adobe InDesign to carry out the layout, and, Adobe Photoshop to edit previously taken photos. In conclusion, thanks to the information obtained, people will be able to observe several handicrafts made in the city through a digital photographic brochure, which consists of six sections divided according to the material and shape of the crafts. It is recommended to carry out a periodic follow-up to the artisan workshops to take pictures of those new crafts and obtain a photographic bank, later add to the brochure.

KEY WORDS: <GRAPHIC DESIGN>, <POPULAR CULTURE>, <CHIMBORAZO (PROVINCE)>, <RIOBAMBA (TOWN)>, <CRAFTS>, <PHOTOGRAPHY>, <BROCHURE>.



Firma de la autora:
**MARITZA LUCIA
LARREA VEJAR**

**Lic. Maritza Larrea Mg.
0603370784
DOCENTE**

INTRODUCCIÓN

Dentro de las manifestaciones culturales de cada región del país, las artesanías son fundamentales debido que ahí se puede observar una parte de los rastros históricos que perduran con el pasar de los años y van de generación en generación. En la cultura indígena de la sierra y en la identidad riobambeña las artesanías forman parte de su cultura. Las artesanías son un trabajo detallista y meticuloso, debido que cada pieza es única y los artesanos debe darle una atención especial a cada una. En la ciudad de Riobamba cada artesano realiza las artesanías poniendo en práctica diversas técnicas manuales que aprendieron a lo largo del tiempo.

En la ciudad de Riobamba se elaboran diferentes clases de artesanías, las cuales se dividen por su forma, material y técnica que cada artesano emplea, muchas de estas artesanías no son difundidas dentro de la ciudad, es por ese motivo que se a creado un catálogo fotográfico digital en donde las personas podrán observar cada una de las artesanías que más se elaboran dentro de Riobamba.

El documento se encuentra estructurado en los siguientes cuatro capítulos: Capítulo I. Diagnóstico del problema, en el cual se expone la problemática a resolver, la justificación y el objetivo general y los objetivos específicos a alcanzar con el proyecto técnico. Capítulo II. Fundamentación teórica, en este se enuncia los conceptos básicos correspondiente a las áreas de cultura, fotografía, diseño gráfico necesarios para el entendimiento y desarrollo del proyecto. Capítulo III. Marco metodológico, en este capítulo se especifica cuales fueron los métodos, técnicas e instrumentos utilizados para llevar a cabo la investigación. Capítulo IV. Marco de resultados, en el cual se expone el resultado de la parte de investigación y la elaboración del prototipo final junto con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

La provincia de Chimborazo se encuentra ubicada en el centro del país, es un pueblo rico en tradiciones, música, folclor, danza, creencias y medicina. Además presenta un paisaje privilegiado, es custodiada por tres nevados majestuosos, de los cuales sobresale el Chimborazo, el cual es considerado el punto mas cercano al sol.

Chimborazo esta formado por 10 cantones: Alausí, Colta, Cumandá, Chambo, Chunchi, Guamote, Guano, Pallatanga, Penipe y Riobamba.

El cantón Riobamba es la capital de la provincia de Chimborazo, se encuentra ubicada a 2.754 metros sobre el nivel de mar y su temperatura promedio es de 14°C.

Las artesanías forman parte de las manifestaciones de la identidad riobambeña y también de las culturas indígenas de la sierra.

Las manifestaciones culturales forman parte fundamental de cada región o pueblos del país, debido que ahí se puede observar los rastros históricos que perduran con el pasar de los años van de generación en generación.

En Ecuador las artesanías son parte de las manifestaciones culturales y de la historia del país, de acuerdo al Instituto de Investigaciones socioeconómicas del Ecuador, “el 60% del total de la población, entre 12 y 64 años, se dedica a la labor artesanal tanto patrimonial como de otros oficios no artesanales”. (Campos. E. & Sánchez. E., 2016)

La artesanía ecuatoriana sea producido desde la época prehispánica, debido que se utilizaban para satisfacer las necesidades de los habitantes, ya que eran utilizados muchas veces en la vida diaria, además se utilizaban en ceremonias religiosas, pero también estas artesanías eran vendidas o intercambiadas en los mercados por otros productos dependiendo la necesidad de cada pueblo, incluso se utilizaban para el pago de sus atributos.

Dentro de las principales artesanías que elaboraban desde esos tiempos está una gran variedad de instrumentos sonoros o musicales hechos en base a huesos, conchas de caracol, madera o calabazas. Tenían instrumentos para la guerra como lanzas, flechas, piedras y hondas. También elaboraban tejidos en telares de cintura los cuales se utilizaban en ese tiempo, pero que actualmente también las personas indígenas las utilizan como parte de su vestimenta diaria. A más de eso elaboraban cerámica utilitaria para su diario vivir y también cerámica ceremonial.

En base a lo mencionado anteriormente la artesanía es tan antigua como la humanidad, al principio la artesanía fueron elaboradas con el fin de ser utilitarios, sin embargo hoy en día se busca elaborar objetos estéticamente agradables para que sirvan de adorno para el hogar y a su vez también sea un recuerdo de algún lugar específico que han visitado.

En Riobamba la artesanía es considerada como un trabajo detallista y meticuloso, debido que cada objeto es una pieza única y el artesano debe darle una atención especial.

Cada artesano riobambeño pone en práctica cada una de las diversas técnicas manuales que aprendieron a lo largo del tiempo. Los artesanos empiezan a trabajar desde las ocho de la mañana y su hora de finalización va dependiendo de la culminación de cada uno de los productos, los artesanos se toman el tiempo necesario para que cada producto tenga la mejor calidad para así poner en venta dentro o fuera de la ciudad. Muchas veces el trabajo de los artesanos no son valorados por todas las personas, es por eso que en Riobamba los productos artesanales se realizan bajo pedido.

En el trabajo de titulación “EL PROCESO HISTÓRICO DE LOS OFICIOS ARTESANALES Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA DE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN LOS AÑOS 2012-2015, los autores mencionan que la problemática actual en Riobamba sobre las artesanías está enfocada a la desvalorización de las actividades artesanales a través de la intervención de la tecnología ha generado una disminución en la elaboración de los productos artesanales procedentes de la manufactura.

Las artesanías que se realizan en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo como una evidencia indiscutible de que aún sobreviven muchos artesanos que plasman su ingenio e identidad cultural en cada uno de sus productos. (Campos. A. & Sánchez. E., 2016).

Los catálogos impresos, en términos generales, son aquellos donde las empresas ubican toda la información del producto de manera física sobre un papel el cual puede ser de distinto material, en este catálogo se puede observar las características, material con el que está elaborado el producto entre otros elementos, mientras que los catálogos virtuales actúan de forma diferente a los tradicionales debido que está dirigido a un público más digitalizado, es por eso que este tipo de catálogo tiene mucha demanda y aceptación en la población actual.

En la Universidad Técnica de Cotopaxi los autores del proyecto de investigación “DISEÑO DE CATÁLOGO INTERACTIVO DE LAS PRINCIPALES PIEZAS ARQUEOLÓGICAS EXISTENTES EN LA CASA DE LA CULTURA “BENJAMÍN CARRIÓN” NÚCLEO DE COTOPAXI” mencionan que un catálogo interactivo es una herramienta que busca dar a conocer

la información de una manera ágil y oportuna, así como, contribuir al enriquecimiento cultural de la población. Conforme los avances tecnológicos y las actualizaciones en comunicación digital varios museos del Ecuador cuentan con trabajos similares que permiten informar e interactuar de manera directa con los usuarios, considerando que la multimedia es uno de los recursos más versátiles para transmitir información la estrategia de catálogo digital interactivo promueve a la comunicación. (Ayala. G. & Mullo. G., 2018)

1.2. Planteamiento del problema

En la ciudad de Riobamba existen varias artesanías que se elaboran y se comercializan en diferentes mercados o plazas de dicha ciudad, pero no existe la difusión de los productos, es por eso que el problema se basa que dichas artesanías no son conocidas por las personas residentes en Riobamba e incluso no valoran el trabajo que cada artesano invierte en cada una de sus obras.

1.3. Justificación

Ecuador es un país pequeño de Sudamérica, pero con una cultura interesante, como muestra de la riqueza histórica y cultural que existe en nuestro país, se puede encontrar una amplia gama de artesanías que son elaboradas por artesanos y artesanas de cada región del país.

En el cantón Riobamba existe la habilidad de la cultura Puruhá junto a las técnicas artesanales que llegaron de España, es por eso que en este cantón se genera una amplia gama de artesanías que aún se mantienen viva, gracias a los artesanos del cantón.

En el cantón Riobamba existe varios artesanos que día tras día trabajan con mucho esfuerzo para elaborar cada pieza y satisfacer así a los clientes.

A pesar de que existen una amplia gama de artesanías en el cantón Riobamba algunas personas residentes de este cantón no conocen las artesanías que se elaboran en dicha ciudad. Es por esa razón que se desea diseñar un Catálogo Fotográfico Digital con la finalidad de que los habitantes de la ciudad de Riobamba y turistas puedan conocer la diversidad de artesanías que se elaboran en el cantón Riobamba, perteneciente a la provincia de Chimborazo, para que así se pueda difundir y valorar el trabajo y tiempo que cada artesano invierte en las piezas artesanales.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Difundir las artesanías de la cultura popular de la provincia de Chimborazo mediante el diseño de un catálogo fotográfico digital.

1.4.2. Objetivos específicos

-) Identificar las artesanías y lugares donde se elaboran dichas artesanías dentro del cantón Riobamba, con el fin de aplicarlos en el Catálogo Fotográfico Digital.
-) Clasificar por los tipos y materiales las artesanías que se elaboran en el cantón Riobamba.
-) Realizar un repositorio de fotografías de las artesanías que se elaboran en el cantón Riobamba.
-) Diseñar un catálogo fotográfico digital interactivo que se adapte a diferentes pantallas para la difusión de las artesanías de la cultura popular del cantón Riobamba pertenecientes a la provincia de Chimborazo, con el uso de softwares especializados de diseño gráfico.

CAPITULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Cultura

En el libro “Qué es cultura”, Saúl Sibirsky, nos menciona que la cultura está presente desde la antigüedad, desde que el hombre empezó a crear sus primeros instrumentos y comenzó a crear los signos para la comunicación, en base a esto él dice: “una cultura es entendida como un círculo en el que toda creación humana, todo fenómeno que no pertenezca al mundo de la naturaleza, o sea puramente animal, pertenece a la trama rica y compleja que llamamos cultura”(Sibirsky,1966,p.12).

Esta afirmación es muy acertada, debido que la cultura existe desde el inicio de los tiempos; en la antigüedad las personas también tenían costumbres, tradiciones, creencias, etc., las cuales les caracterizaban y les identificaban con ese modo de vida. (García, G., 2011).

En el año de 1998 la UNESCO, define la cultura de la siguiente forma:

“es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones”
(Rosas. M., & Soto. E., 2010).

2.1.1. *Cultura popular*

La cultura popular se fundamenta en la tradición que valora los aportes de quienes nos antecedieron en el tiempo y mantiene buena parte de sus pautas de conducta.

El término popular, al igual que cultura, se caracteriza por la amplia variedad de sentidos en que se usa, lo que torna difícil la conceptualización de cultura popular. (Malo. C., 2012).

Sin embargo el diccionario de la Real Academia Española define cultura popular de la siguiente manera:

“Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.” (Real Academia Española. 23.ª ed)

La cultura popular se denomina el conjunto de manifestaciones artísticas y folklóricas que emana directamente del sistema de creencias, valores y tradiciones de un pueblo. (Significados)

2.1.2. Manifestaciones Culturales

Manifestación cultural.- práctica social y representaciones que un grupo social estima proviene del pasado por transmisión intergeneracional, (aun si es de reciente creación) a través de las cuales imprimen su identidad particular dentro de una sociedad más grande. Estas manifestaciones culturales frecuentemente son comercializadas o difundidas. (INPC, 2010: 173).

Las manifestaciones culturales no son académicas, más bien se relacionan con las disciplinas sociales y hacen referencia a la descripción de una forma particular de vida, en ella se muestran varios significados enfocados no solo al arte y educación, sino también a la conducta ordinaria de los habitantes de un punto geográfico específico, es decir una cultura en particular. Son objeto de investigación constante debido a su flexibilidad, y a su vez hace que constantemente se altere su definición. (Cevallos. A, 2020)

2.1.2.1 Clasificación de las manifestaciones culturales

Tabla 1-2: Taxonomía jerarquizada de las Manifestaciones Culturales Populares

Manifestación cultural	Esfera/categoría
Industria	Familia Parentesco Asociación y grupos domésticos Trabajo Fiesta Música Danza Teatro Juegos Indumentaria y accesorios
Logística material	Gastronomía Vivienda Transporte Artefactos (herramientas o instrumentos de trabajo)
Epigráficas zónticas	Arte Artesanías Instrumentos musicales Adornos
Mística	Religión Creencias populares Magia Medicina popular Animismo Mana Fetichismo Totemismo
Lingüística	Linguística (jerga, dialecto, caló) Dicho (refrán, aforismo, frase expresiva) Apropiación Poporismos Quimúlopeya Mímica
Narrativas	Mito Cuento Fábula Leyenda

Fuente: “Aproximación taxonómica de manifestaciones culturales populares” López. M., 2021

2.2. Artesanía

En una publicación de la UNESCO, Craft Trust se refiere a las Artesanías como: “Productos artesanales que son producidos por los artesanos, ya sea totalmente a mano o con 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. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente. (UNESCO, 2008: 1).”

En relación, podemos decir que el ser humano es un ser inteligente, capaz de crear y elaborar productos artesanales utilizando todo lo que está a su alrededor ya que estos productos son elaborados por la capacidad manual, calidad y con diversas características que el hombre se imagina para hacerlos. Estos productos artesanales forman parte del desarrollo de la economía de las familias de los artesanos y para el progreso del Ecuador, estas obras manufacturadas constituyen un pedazo de la cultura e identidad propia del ser humano que se transmite de generación en generación. (Campos, E., & Sánchez, E., 2016).

2.1.1. Artesanías de la ciudad de Riobamba

La habilidad de la cultura Puruhá junto a las técnicas artesanales que llegaron de España, interactuaron en Riobamba para generar una amplia gama de artesanías, que aún se mantienen vivas, gracias al empuje de los artesanos de la ciudad bonita.

2.1.2. Clasificación de las artesanías de Riobamba

La clasificación de las artesanías de la ciudad de Riobamba se divide de la siguiente manera sobre las actividades artesanales partiendo de tres criterios: técnicas, materiales y forma ya que con esto se lleva a cabo a un estudio sencillo de lo que es el universo artesanal.

2.1.2.1. Por la técnica

2.1.2.1.1. Tejeduría

La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más

antiguas, su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía para denotar la situación social-económica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba. (Martínez, 2012: 67-123)

Al referirnos a la provincia de Chimborazo posee el 15.02% de la actividad textil artesanal, las mayores concentraciones se encuentran en los cantones de Alausí, Chunchi, Colta, Guamote, Guano, Penipe y Riobamba y es donde se elaboran ponchos, teñidos con la técnica ancestral “ikat”, las famosas alfombras de guano, fajas, cintas para envolver cabello, entre otros. (Martínez, 2012: 67-123)

2.1.2.2. Por el material

2.1.2.2.1. Hojalatería

Leonidas Chunalata “afirma que la hojalata es un material laminado compuesto por acero, carbono y una capa de estaño, con el tiempo que dejó de utilizarse en nuestro país solo se utiliza en los productos enlatados y para la construcción. Se afana de ser el artesano más antiguo de esta calle y del barrio y comenta que ha visto su evolución.” (Campos, E., & Sánchez, E., 2016)

2.1.2.2.2. Herrería

La herrería es uno de los oficios más antiguos de la ciudad, actividad que se conjuga con la arquitectura colonial. La forja del hierro es una técnica que proviene de España y que actualmente está amenazada con desaparecer de la ciudad de Riobamba. La artesanía en herrería es una actividad organizativa que genera una dinámica cooperada y adecuada. Se puede afirmar que la realización de productos de diseño interior, en donde nuevas vías de recuperación de la identidad nacional, gracias a la valoración de la mano de obra artesanal riobambeña, actividad que debe ser intervenida por medio de una adecuada asesoría por profesionales del área, quién mejoraría los distintos diseños que producen los artesanos locales, puesto que son pocas las personas que utilizan este antiguo oficio los herreros trabajan calentando las partes del hierro o del acero a modelar con instrumentos como el martillo. (Campos, E., & Sánchez, E., 2016)

2.1.2.2.3. Bronce

El proceso de fabricación de estas artesanías de bronce se ha mantenido sin cambios desde hace mil años. Muchos de los artesanos fabrican sus piezas con una gran variedad de bronce, muchos

de ellos dorados o rojos.

Manifiesta don Pedro, que realiza mucha variedad en artesanías en bronce como: campanas, pailas, candelabros, adornos, pesebres, entre otros. Los productos son comercializados en la Costa, Sierra y Oriente, fuera del país como en los Estados Unidos, Italia y otros lugares de casi toda Europa. (Campos, E., & Sánchez, E., 2016)

2.1.2.2.4. Tagua

La tagua, también conocida como nuez de marfil, el cade o corozo, es la semilla de la palma *Phytelephas macrocarpa*, que crece en los bosques húmedos tropicales de la región del Pacífico, especialmente en Panamá, Colombia y Ecuador. (Robles, 2015: 20). Se utiliza y se comercializa internacionalmente, especialmente para hacer botones y también figuras artísticas o decorativas y adornos. En el Ecuador, la especie utilizada para la obtención de la tagua es *Phytelephas aequatorialis*, que existe en la zona subtropical entre los Andes y la Costa especialmente en la provincia de Manabí hasta una altitud de aproximadamente 1.500 metros, sobre todo en la ciudad de Montecristi donde muchos extranjeros y ecuatorianos pasean en busca de figuras bonitas y baratas elaboradas con tagua. (Guerra, 2012).

Los productos que se elabora en tagua son bisuterías como anillos, collares cortos y largos, gargantillas, colgantes (dijes), pulseras, aretes, pipas (llanas y talladas), piezas de ajedrez, botones, llaveros, adornos de hogar, etc. Los mismos que son vendidos dentro y fuera de la ciudad como en el cantón Baños, provincia del Tungurahua, en la ciudad de Guayaquil, Atacames, Playas; también son exportadas a países como EEUU, España e Italia por citar entre las más importantes que desarrollan esta actividad artesanal. (Campos, E., & Sánchez, E., 2016).

2.1.2.2.5. Madera

La artesanía en madera es una actividad ampliamente reconfortante para el espíritu humano, las personas que son capaces de realizar trabajos artesanales en madera quedan ampliamente satisfechas consigo mismas. Objetos de artesanía en madera son los recuerdos que la mayoría de los viajeros que llegan a Riobamba y Ecuador llevan a casa. Se cuenta con una lista larga de productos y contiene por ejemplo, pájaros coloridos de madera, menaje mesa, cucharas, llaveros, pulseras, aretes, bandejas porta vasos, floreros, porta llaves, damas chinas, trompos, bateas, esferos, chuspas hecho de madera y liencillo, pulseras de mano, collares, artesanías hechas a

manos, la mayoría de las tiendas de artesanía en madera se encuentran alrededor del mercado de Santa Rosa.

La madera puede ser trabajada para obtener múltiples formas, pero para ello se requiere la aplicación de procedimientos, técnicas y materiales para un eficiente proceso de producción de la madera.

La artesanía en madera puede lograrse utilizando con los siguientes materiales que son muy sencillos como pueden ser: una hoja de cortar, navaja, gubia, machete, torno manual, formón, etc. (Campos, E., & Sánchez, E., 2016).

2.1.2.2.5. Mármol

Mármol es una roca caliza metamórfica, de estructura cristalina formada por granos de calcita de color blanco cuando es puro y a veces contiene piedras de cuarzo, silicatos, hierro o grafito, que le dan varias tonalidades, manchas o vetas los mismos que esos componentes son considerados impurezas, los que dan gran variedad de colores y definen sus características físicas en los mármoles, tras un proceso de pulido por abrasión; el mármol alcanza un alto nivel de brillo natural, es decir que no se utiliza ceras ni componentes químicos para su limpieza. (Campos, E., & Sánchez, E., 2016).

2.1.2.3. Por la Forma

2.1.2.3.1. La Imaginería

La imaginería es una especialidad del arte de la escultura, dedicada a la representación plástica de temas religiosos, los seres humanos buscan diferentes maneras de acercarse a las divinidades y de sacralizar el mundo que les rodea, y con la finalidad devocional, litúrgica, procesional o catequética en este sentido la imaginería religiosa se ubica de pleno en el mundo de lo sagrado.

“En la ciudad de Riobamba contamos con los artesanos Teresa y Alejandro Robalino hijos de don Alejandro Robalino restaurador de santos y de hombres nos cuenta, que, a pocos días de celebrar la Navidad, los talleres artesanales dedicados a este oficio, sin horarios a la restauración de las figuras del pesebre están llenos. Las imágenes religiosas que representan al Niño Jesús, a los reyes magos, San José y la Virgen María aparecen descoloridas.” (Campos, E., & Sánchez, E., 2016).

2.1.2.3.2. La Sombrerería

La sombrerería una de las imposiciones europeas en la indumentaria del hombre andino es el sombrero, pues primitivamente no se usaba, es tal el uso de este implemento que se puede reconocer el pueblo de quien lo porta, por su forma, color y por los aditamentos con que se le adorna.

Los sombreros tradicionales son los de paño que son utilizados principalmente por mujeres y hombres indígenas del cantón Riobamba, Guamote y Alauís. Lo emplean para protegerse de los rayos del sol en sus largas jornadas de trabajo o como atuendo estético, muchos de los indígenas compran más de un sombrero prefiriendo los colores café, negro o verde. (Campos, E., & Sánchez, E., 2016).

2.3. Medios digitales

Medios digitales es todo aquel contenido de audio, vídeo e imágenes que se ha comprimido digitalmente. Una vez comprimido el medio digital, se puede manipular, distribuir y representar (reproducir) fácilmente en otros equipos, así como transmitir a través de redes informáticas. (Windows, 2011).

2.4. Fotografía

Según Langford, M. (2009), dice que: “La Fotografía es un procedimiento, que se consiguen mediante imágenes permanentes y se sobrepone la sensibilidad por medio de la acción de la luz o de otras formas de energía radiante”. (pág. 5) mientras que por otro lado, Langford, M. (2012), menciona que: “La Fotografía es una técnica de grabar imágenes fijas sobre una superficie de material sensible a la luz basándose en el principio de la cámara oscura, en la cual se proyecta una imagen captada y genera el aumento de nitidez”. (pág. 7). Lo indicado anteriormente por el autor Langford sobre la fotografía nos dice que es una técnica utilizada para proyectar imágenes mediante varias formas al momento de captarlas. (Bautista. D. & Freire. S., 2016).

La fotografía, es el proceso de capturar imágenes y luego almacenarlas en un medio material sensible a la luz, que se basa en el principio de la cámara oscura, con el cual se consigue proyectar una imagen captada a partir de un pequeño agujero sobre una superficie, de modo que el tamaño de la imagen quedará reducido pero aumentará la nitidez de la misma. Para almacenar las imágenes, las cámaras más viejas utilizan películas sensibles, mientras que en la actualidad estas han quedado prácticamente obsoletas ante la impronta que ha logrado la fotografía digital que utiliza memorias digitales. (Boza. O., 2017).

2.4.1. Tipos de Fotografía

2.4.1.1. Fotografía Publicitaria o Comercial

“La fotografía se ha utilizado para inspirar e influir opiniones políticas o sociales, desde la década de 1920 se ha hecho uso de ella para impulsar y dirigir el consumo, y como un componente más de la publicidad. Los fotógrafos comerciales realizan fotos que se utilizan en anuncios o como ilustraciones en libros, revistas tras publicaciones. Con el fin de que sus imágenes resulten atractivas utilizan una amplia gama de sofisticadas técnicas. Esta clase de imágenes ha tenido un fuerte impacto cultural.” (Castro, 2011)

El vínculo entre publicidad y fotografía es inherente a su esencia: si el objetivo de la primera es seducir y vender, la fotografía se transformó en la herramienta por excelencia para responder a estos intereses comerciales.

La fotografía publicitaria no intenta reproducir la realidad de las cosas, no está comprometida con la realidad como lo está, por ejemplo, la fotografía documental (o de prensa). Aunque la fotografía publicitaria muchas veces se inspira en la realidad, lo que representa por medio de sus imágenes es más bien una realidad construida. (Guiñez, 2015).

Dentro de la fotografía publicitaria o comercial se engloba tanto a la fotografía de producto como a la fotografía de moda, pues ésta no deja de ser un medio para promocionar un producto como en la ropa y otros artículos relacionados con ella.



Figura 1-2: Fotografía publicitaria

Fuente: FOTONOSTRA, 2019.

<https://www.fotonostra.com/fotografia/fotopublicitaria.htm>

2.4.1.2. Fotografía de productos

La fotografía de producto es la representación de un objeto de la forma más fidedigna posible. Lo que persigue la fotografía de producto es dar a conocer un producto con el fin de venderlo o comercializarlo.

La fotografía de producto juega un papel muy importante en el mundo de la publicidad, entiéndase publicidad como la forma de dar a conocer un producto y generar en el espectador las ganas de comprarlo.

Cuando hablamos de fotografía de producto, podemos incluir cualquier producto: alimentos, joyas, bebidas, ropa, accesorios, medicamentos, etc.



Figura 2-2: Fotografía publicitaria

Fuente: ntreperiodistas.com/como-hacer-fotografia-de-producto/

2.4.2. Elementos de la fotografía

2.4.2.1. Encuadre

Es el espacio de captura de una imagen que se fija mediante el objetivo de una cámara. Por medio del encuadre decidimos qué objetos van a aparecer y cuáles desecharemos en nuestra toma. Así, intentamos orientar la atención del espectador hacia un punto u otro, o generar sensaciones puntuales. El encuadre puede ser horizontal (foto apaisada) o vertical (foto alargada), según la forma en que se coloque la cámara. (Guiñez, 2015).

2.4.2.2. Composición

Es la forma en que el fotógrafo dispone los objetos y sujetos dentro de un encuadre. Esta operación implica elegir, distribuir y organizar cada elemento que situemos dentro del espacio visual de nuestra fotografía para poder comunicar de la mejor manera posible nuestra visión de lo que queremos capturar. Para componer una fotografía es necesario, en primer lugar, tener en cuenta

la dimensión espacio-temporal de la realidad que involucra este acto. Fotografiar es fragmentar la realidad; no es posible registrar todo lo que vemos y, a medida que el tiempo transcurre, las circunstancias cambian, por lo que, según el instante que escogemos, podemos captar la realidad de distinta forma. (Guiñez, 2015).

2.4.2.3. Sujeto principal

Es el objeto, animal, persona, grupo o situación central que nos interesa fotografiar. Ocupa una posición estratégica dentro de la composición y el encuadre, y en torno a él se ordenan los demás elementos. Puede, por ejemplo, llenar el encuadre completo o por el contrario representar solo un pequeño porcentaje de la superficie del encuadre, pero en ambos casos es el protagonista de la foto. Al acercarnos o alejarnos del sujeto principal varía nuestro punto de vista y podemos incluir o excluir de la imagen otros elementos. (Guiñez, 2015).

2.4.2.4. Fondo

Es el espacio visual que está detrás o que acompaña al sujeto principal fotografiado. Está íntimamente relacionado con la profundidad de campo que generará distintos planos dentro de la imagen. El sujeto fotografiado puede ser realzado o disminuido por el fondo, por lo que la elección de un fondo adecuado puede fortalecer o debilitar una imagen. (Guiñez, 2015).

2.4.2.5. Planos

El plano se refiere a la proporción del motivo retratado en relación con el encuadre y depende de la distancia focal y del enfoque. La mayoría de las clasificaciones refieren a la fotografía de personas, aunque sus principios pueden utilizarse también para la fotografía de animales u otros objetos. Los tipos de planos que se distinguen comúnmente son los siguientes:

Plano general: usualmente para mostrar grandes escenarios, como paisajes o multitudes, debido a que proporciona un mayor ángulo de visión.

Plano general corto: se sigue utilizando un ángulo de visión amplio, pero se centra en un sujeto específico, restando importancia al entorno.

Plano general medio: se reduce aún más el campo de visión; cuando el sujeto principal son personas, capta sus figuras completas.

Plano entero: el sujeto principal aparece completo en el encuadre, ajustado a los bordes. *Plano medio:* el encuadre recorta al sujeto a la altura de la cintura.

Plano americano: se caracteriza por recortar al personaje entre la rodilla y la cintura. Tiene su origen en las películas de vaqueros de Estados Unidos, en las que el corte se hacía a la altura de los revólveres para que estos se vieran.

Plano medio corto: recoge el cuerpo desde la cabeza hasta la mitad del pecho.

Primer plano: se concentra en el rostro y disminuye el conjunto de la escena, eliminando la importancia del fondo.

Primerísimo primer plano: el rostro u objeto retratado ocupa todo el cuadro y permite reparar en detalles que, de lo contrario, pasan desapercibidos. (Guíñez, 2015).

2.4.2.6. Iluminación y color

La luz y el color están interrelacionados y mediante su manejo se pueden acentuar o atenuar ciertos rasgos expresivos. El(la) fotógrafo(a) puede intentar captarlos de la manera más real posible o modificarlos mediante técnicas de exposición fotográfica o maquetación de la escena. No podemos olvidar que la fotografía, a pesar de registrar de manera bastante fiel la realidad, puede captarla de muchas otras formas, de las que las fotos en blanco y negro son un ejemplo clarificador. La iluminación puede ser natural (el sol) o artificial (flash, ampolletas, velas) y puede provenir de distintos ángulos. La iluminación frontal (cuando la fuente de luz está en o detrás de la cámara) es útil para fijar detalles y para fotografiar grupos numerosos. La iluminación lateral produce sombras que pueden producir efectos dramáticos y misteriosos. La iluminación posterior o contraluz (la fuente de luz está detrás del objeto a fotografiar) es útil para mostrar los detalles de temas translúcidos, como las flores, o para delinear siluetas del objeto fotografiado, que puede quedar en penumbra. La iluminación cenital (cuando la luz está sobre el sujeto) se suele utilizar para planos generales y aporta dramatismo a la escena. (Guíñez, 2015).

2.5. Diseño Multimedia

El diseño multimedia es una combinación de fotografías, textos, videos, sonido y animación, los mismos se proyectan en un soporte digital.

Behocaray (2004), manifiesta que “el diseño multimedia es una herramienta y un sistema tecnológico, que se combina con el diseño gráfico para de esta manera transmitir información”. (p.48), por otra parte García (2013) menciona que “el diseño multimedia conjugado con el diseño gráfico se encarga de ordenar información de manera estética y legible para de esta manera captar la atención.” (p.19). El diseño multimedia se dice que es la combinación de diferentes soportes de comunicación digitales creando un vínculo participativo con el usuario, en donde se debe tener

en cuenta el objetivo principal que es comunicar el mensaje, por eso es importante considerar la diagramación adecuada. (Ayala. G. & Mullo. G., 2018).

2.5.1. Catálogo

Según Martínez de Sousa, (2012), define que: “Catálogo es el conjunto de descripciones, de acuerdo con las normas, de los asientos bibliográficos de los libros y documentos de una biblioteca, este comunica por medio de su forma y grafismos publicitarios, con diferentes características de productos o servicios, ya sean informativas, descriptivas o valorativas, a su vez que llama la atención de los usuarios, por medio de su estética formal y gráfica publicitaria”, ya que por otro lado menciona Buonocore, (2012), dice que: “El interactuar con las imágenes es un grave problema para muchos diseñadores, ya que los resultados de una integración entre tipo e imagen se clasifican y tienen diferencias respecto a la tipografía la nómina ordenada de las obras existentes de una biblioteca pública, privada o librería, con la indicación, mediante una clave o símbolo puede ser hallado en este medio de comunicación”. Por lo expuesto anteriormente, se puede decir que por medio del catálogo se puede dar a conocer información textual y gráfica. (Bautista. D. & Freire. S., 2016)

Es la elaboración de un producto de diseño gráfico en el que se presentan los productos o servicios de una empresa a sus clientes reales o potenciales. En el que se establece armonía entre el texto, imágenes y colores. Dentro de este se describen las características generales de productos o servicios que se ofrecen, este puede ser personalizado específicamente para cada organización, (Empiezapori, 2020).

2.5.2. Catálogo digital

Con el pasar del tiempo los catálogos de productos se han ido modernizando y adaptando a la evolución del mercado y de nuestros hábitos de compra. Por este motivo, hoy en día existen los catálogos en formato digital.

El catálogo digital cumple con las mismas funciones que el catálogo físico, pero supone una opción muy práctica, tanto para empresas como para clientes, ya que resulta mucho más cómodo y manejable. (Proyectada, 2021)

2.5.2.1. Ventajas de un catálogo digital

Los catálogos digitales presentan varias ventajas:

Interactividad: Permite a tus clientes explorar los diversos productos de tu negocio e informarse sobre las características específicas de ellos, además de que podrán filtrar la búsqueda por tipo de producto, marcas, etc.

Presentación: Al tener un catálogo en Internet se tiene la posibilidad de darle un diseño personalizado que se adapte más al negocio provocando tener un mayor impacto y mejorar la imagen del negocio.

Elementos multimedia: Gracias al Internet podemos incluir varios elementos multimedia que en un catálogo físico no sería posible. Por ejemplo, videos del producto, comentarios de los clientes del producto, puntuaciones, galerías de imágenes con zoom, imágenes del producto en 360°, etc.

Actualización: Una de las mayores ventajas de un catálogo virtual es la actualización, ya que, si se desea agregar más productos al catálogo, quitarle productos, imágenes, etc. se tendría que re-imprimir el catálogo físico, en cambio con un catálogo virtual su actualización es más sencilla de realizar y los cambios se reflejan de inmediato.

Costos: Los catálogos virtuales son más económicos que un catálogo físico, debido a como se mencionó en el punto anterior no es necesario re-imprimir un catálogo si se quieren realizar cambios o solo re-imprimir el catálogo cuando se empiezan a terminar.

Visibilidad en los motores de búsqueda de los navegadores: Una de las ventajas más importantes es la visibilidad de tu negocio en los motores de búsqueda en los navegadores.

2.5.3. Maquetación

La maquetación es un aspecto importante al momento de diseñar y estructurar la información teniendo en cuenta el público al cual se dirige dicha publicación. Atrayendo la atención y logrando la aceptación de los beneficiados logrando así el conocimiento del producto y su marca.

La maquetación es la relación con los principios del diseño: composición, color y conceptos tipográficos mezclados de manera armónica. Compositivamente hablando, la referencia directa del concepto maquetación está ligado a las proporciones de los elementos de la página, el orden que se le da a los pesos visuales, la jerarquía con la que se ubican los elementos primero, o después, adelante o atrás, arriba o abajo, full color, blanco y negro, claro, oscuro o resaltado, etc.

Es la que se encarga de la organización de los espacios dentro de los materiales escritos, visuales o audiovisuales de medios impresos o digitales, como lo son periódicos, libros, catálogos, diarios o revistas. Las líneas editoriales para maquetar incluyen jerarquización, legibilidad, incorporación balanceada y que no obstruya los elementos gráficos como imágenes, textos y anuncios publicitarios. (Martin, 2020).

2.5.4. Elementos gráficos

Los diseñadores utilizan varios elementos para trabajar los catálogos digitales entre los cuales podemos mencionar, tablas, ilustraciones, iconos, mapas, tipografías, imágenes, etc.

2.5.4.1. Tipografía

Es considerada como fundamental dentro del diseño. Se conoce como aptitud, oficio, la elección y el uso de los diversos tipos de letras que están diseñadas con mecanismo de estilo para poder desarrollar una labor de edición. Además, se trata de un trabajo que se encarga de todo lo relativo a los símbolos, los números y las letras que se pueden imprimir en soporte físico o digital.

Originariamente, la tipografía se refería al arte de imprimir textos con letras móviles, los llamados “tipos”. Desde el punto de vista histórico este término está íntimamente ligado al desarrollo de la escritura y su reproducción técnica mediante la imprenta. Con el paso del tiempo, la definición se ha ido ampliando y, a grosso modo, hoy en día se entiende como tipografía el diseño de fuentes y su aplicación, aunque también el de fuentes digitales usadas en páginas web o en programas informáticos.

En el amplio campo de la tipografía suelen diferenciarse dos grandes áreas, la microtipografía y la macrotipografía. En la primera se incluye la configuración de los tipos de letra en sí y los espacios entre caracteres y palabras. La macrotipografía engloba todos los aspectos del diseño de una página digital o impresa: formato, justificación, tamaño de letra, interlineado, y el tamaño, la amplitud y la colocación de otros elementos gráficos como las imágenes.

El término “font” –que se usa por ejemplo en los archivos HTML– designa un carácter digital, es decir, a una determinada fuente informática. El diseño de fuentes para documentos de texto digitales y para la web se denomina tipografía web. Esta se basa principalmente en la tipografía clásica, pues su legibilidad depende aquí también del tamaño de la fuente, de la longitud de las líneas y del interlineado. Otros aspectos que se tienen que tener en cuenta en el caso de las fuentes para Internet son el formato de los archivos y la técnica con que se visualizan las fuentes. (2020)

El término fuente hace referencia a una gran cantidad de caracteres creados y diseñados bajo un mismo concepto. Los diferentes tipos de una misma fuente son conocidos como familia tipográfica y reúnen principalmente variedades diferenciadas por la anchura o la separación de las líneas. Así, las fuentes Segoe UI, Segoe Light y Segoe Semibold forman parte de una misma familia tipográfica.

Las fuentes web también se diferencian dependiendo de sus efectos en los usuarios. La siguiente tabla ofrece una visión general de cómo se pueden implementar y cuál es el impacto que tienen sobre los lectores.

Tabla 2-2: Clasificación de fuentes web

	Fuente con serifa	Fuente sin serifa	fuente manuscrita	Fuente caligráfica
Características	Pequeños remates en sus extremos	Trazos gruesos	Toque personal	Curvas y formas que dan la impresión de fluir
Ejemplo (tipos de fuente)	Times New Roman, Century, Palatino	Arial, Verdana, Helvetica	Bradley Hand ITC, Matura MT Script Capitals, Informal Roman	Brush Script MT, Mistral, Kunstler Script
Aplicación	Textos largos	Textos cortos	Titulos, textos impactantes	Titulos, textos impactantes
Efecto	Formal, tradicional, intelectual	Moderna, juvenil, técnica	Personal, individual	Ceremonial, lujosa

Fuente: [https://perio.unlp.edu.ar/catedras/iddi/wp-content/uploads/sites/125/2020/04/La tipograf%C3%ADa-en-los-medios-digitales-y-en-Internet.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/catedras/iddi/wp-content/uploads/sites/125/2020/04/La-tipograf%C3%ADa-en-los-medios-digitales-y-en-Internet.pdf)

2.4.1.2. Texto

Son mensajes lingüísticos codificados mediante signos procedentes de distintos sistemas de escritura, a pesar de ser uno de los medios de comunicación más clásicos y tradicionales, sobre ellos descansa la estructura conceptual y argumental básica de buena parte de los productos multimedia.

2.5.5. Diseño Centrado en el Usuario

El diseño centrado en el usuario (DCU) es, como su nombre indica, una aproximación al diseño de productos y aplicaciones que sitúa al usuario en el centro de todo el proceso. Así, podemos entender el DCU como una filosofía cuya premisa es que, para garantizar el éxito de un producto, hay que tener en cuenta al usuario en todas las fases del diseño. Además, también podemos entender el DCU como una metodología de desarrollo: una forma de planificar los proyectos y un conjunto de métodos que se pueden utilizar en cada una de las principales fases. (Garreta. M. & Mor. E.)

El diseño centrado en el usuario (DCU) se basa en el estudio de las etapas del desarrollo de un

producto, teniendo en cuenta como principal objeto de estudio al usuario desde la identificación de la problemática hasta la consecución de las metas planteadas y su evaluación. (Aucapiña. M., 2016)

2.5.6. *Experiencia de Usuario*

La Experiencia de Usuario es la forma en como se siente el usuario respecto al uso de cierto producto, sistema o servicio. La Experiencia de Usuario es subjetiva, porque se trata de los sentimientos y pensamientos del usuario acerca del sistema; es dinámica, porque cambia todo el tiempo conforme a las circunstancias. (Macedo, 2011).

2.5.7. *Etapas de la experiencia de Usuario*

Investigación: en la que se obtiene toda la información posible del proyecto, usuarios y producto a diseñar. Durante esta etapa se trata de obtener la mayor cantidad de información posible y necesaria para el proyecto a realizar, tanto acerca del cliente como de los usuarios. (NoSoloUsabilidad, 2013)

Organización: en la que se procesa toda la información para convertirla en un producto. Esta es la etapa que más se relaciona con la expresión artística. Es cuando el diseñador usa tanto criterios científico-técnicos como culturales para organizar toda la información obtenida durante la etapa anterior. (NoSoloUsabilidad, 2013)

Diseño: en la que se plasma el diseño del producto a partir de lo organizado. Es la etapa en la que se plasman los resultados de la etapa anterior, ahora con todos los requerimientos técnicos con el fin de que sean comprendidos por usuarios, cliente y el resto del equipo de trabajo. (NoSoloUsabilidad, 2013)

Prueba: en la que se comprueba la calidad del diseño propuesta. Es la etapa en la que se comprueban las propuestas de diseño. Las pruebas se realizan tanto con clientes como con usuarios. Con los clientes con el objetivo de saber si se han logrado los objetivos y demandas planteadas. Y con los usuarios, con el objetivo de saber resueltas las necesidades identificadas. (NoSoloUsabilidad, 2013)



Figura 3-2. Etapas del diseño de experiencia de usuario

Fuente: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/uxd.htm>

2.5.8. *Interactividad*

La interactividad es considerada como una herramienta para generar comunicación, dinamismo en el proceso comunicativo, mediante el intercambio de información de manera eficaz y flexible, entre personas o mediante los diferentes medios tecnológicos. Arenas (2009) afirma, la interactividad “es considerada la capacidad para receptor y controlar un mensaje, el cual nos permite el intercambio de información.” (p.129), al respecto Blasco (2011), con relación a la interactividad considera que “es un proceso comunicativo recíproco, es una comunicación de doble vía, puede ser física o mental en la cual intervienen personas o medios tecnológicos.” (p.20). La interactividad nos permite el intercambio de información, mediante la interacción entre personas como a su vez, usuario computador mediante una serie de aplicaciones. (Ayala. G. & Mullo. G., 2018)

2.5.9. *Usabilidad*

Un punto muy importante en la elaboración de un producto multimedia es la usabilidad, que según Pintos Fernández, se trata de la pauta inicial para que un sistema sea usable y beneficiar la facilidad de aprendizaje. Además de estos aspectos la usabilidad de un contenido es acceder de forma más fácil y fluida posible a la información presentada y si estos aspectos se consiguen, se puede decir que el sistema es usable o amigable. (Pintos Fernández, 2014).

La usabilidad es un concepto utilizado en diferentes áreas del diseño de herramientas e interfaces, pero este término también se adaptó al ámbito informático por el desarrollo de nuevas tecnologías y el desarrollo de la interacción entre personas y ordenadores. (Aucapiña, 2016)

2.5.10. Navegación

Los mapas de navegación están inmersos de una forma no visible para el usuario, y se desarrollan conjuntamente con todo el contenido de un sistema multimedia, incluso antes de plantear alguna gráfica.

2.5.11. Software para la creación del catálogo digital

2.5.11.1. Adobe InDesign

Es la aplicación número uno a nivel mundial para diseño editorial. Con esta aplicación que es casi el estándar de la industria podemos realizar desde proyectos sencillos como puede ser un flyer a color, blanco y negro, con texto, imágenes etc., hasta creaciones más complejas tales como revistas, libros convencionales y electrónicos, periódicos entre otras muchas publicaciones.

Adobe InDesign presenta una interfaz cómoda y accesible, y sus herramientas son fácilmente reconocibles para los usuarios que ya están familiarizados con otras aplicaciones del paquete de diseño de Adobe. (Toapanta, 2016)

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología de la investigación

La metodología de la investigación permite recopilar información mediante métodos y técnicas para resolver un problema de investigación.

3.1.1. Tipo de Investigación

3.1.1.1. *Investigación descriptiva*

Para llevar a cabo este proyecto se realizara una investigación descriptiva en el que se utilizará la metodología cualitativa para la recolección y para el análisis de la información, mediante entrevistas y encuestas realizadas a una muestra de la población.

La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características, situaciones, costumbre, objetos, procesos, personas, grupos o comunidades con el fin que sean analizados. Según Méndez, C. (2001) dice que: “El estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes, establece comportamientos concretos, descubre, comprueba la verificación de la investigación” (pág. 137).

Este tipo de investigación permite alcanzar el objetivo, debido que nos ayuda a obtener la información necesaria, clara y precisa relaciona al problema de la investigación, con el fin de obtener la suficiente información para la elaboración del catálogo fotográfico digital.

3.1.2. Métodos

3.1.2.1 *Método inductivo*

El método inductivo va de lo particular a lo general, consta de cuatro pasos empezando por la observación, análisis, contraste y por ultimo la clasificación de la información, la aplicación de este método se establece en el desarrollo del análisis bibliográfico de fuentes fiables, las mismas que permiten identificar de forma particular las características y la clasificación de las artesanías de la ciudad de Riobamba según su material de elaboración.

3.1.3. Técnicas e instrumentos

3.1.3.1 Encuesta

Para el desarrollo del proyecto técnico se utilizarán la técnica de investigación, que serán la encuestas la cual constaran de preguntas cerradas y abiertas con un máximo de 8 preguntas las cuales aporten con la investigación.

La Encuesta: Según Herrera, L, Medina, F y Naranjo, L (2010), dice que: “Es una técnica de recolección de información para la cual los informantes responden por escrito a preguntas entregadas en cuestionarios estructurados. Las mismas que serán tabuladas, analizadas y permitirán obtener información que aporta al desarrollo de la investigación”.

3.1.3.1 Entrevista

Para el desarrollo del proyecto técnico se utilizarán la técnica de investigación, que serán la encuestas la cual constaran de preguntas cerradas y abiertas con un máximo de 8 preguntas las cuales aporten con la investigación.

La Encuesta: Según Herrera, L, Medina, F y Naranjo, L (2010), dice que: “Es una técnica de recolección de información para la cual los informantes responden por escrito a preguntas entregadas en cuestionarios estructurados. Las mismas que serán tabuladas, analizadas y permitirán obtener información que aporta al desarrollo de la investigación”.

Guía de la Encuesta

Título: Artesanías que más producen en la ciudad de Riobamba

Grupo objetivo: Fabricantes de artesanías de la ciudad de Riobamba

Encuestador: Génesis Ñauñay

1. **Sexo**

Hombre

Mujer

2. **Edad**

21-25 años

26 – 30 años

31 – 35 años

36 – 40 años

3. **Lugar donde reside**

4. **Mencione tres artesanías que conoce de la ciudad de Riobamba**

5. **Le gustaría que exista un catálogo digital de las artesanías que se producen en Riobamba.**

SI NO

Porque _____

Guía de la Entrevista

Título: Artesanías que más producen en la ciudad de Riobamba

Grupo objetivo: Fabricantes de artesanías de la ciudad de Riobamba

Encuestador: Génesis Ñauñay

1. **Nombre del artesano**
2. **¿Cuánto tiempo lleva en la producción de artesanías?**
3. **Mencione 3 artesanías que más produce en su taller**
4. **¿Cuánto tiempo se tarda en elaborar cada artesanía?**
5. **¿Cuál es la materia prima que utiliza para la elaboración de las artesanías?**
6. **¿Qué técnica aplica en la elaboración de sus artesanías?**
7. **¿Las artesanías que produce aquí las vende dentro de la ciudad de Riobamba o la distribuye a nivel nacional?**

3.2. Población y muestra

3.2.1.. Población I: Clasificación de los productos artesanales según el material de elaboración

A partir de la recopilación de información de fuentes secundarias viables como: tesis, papers y páginas web se analiza una clasificación de los productos artesanales según el material de elaboración, con el fin de definir de mejor forma los productos artesanales que serán fotografiados.

3.2.2. *Habitantes de la ciudad de Riobamba*

El siguiente catálogo está dirigido a nivel cantonal para que residentes que puedan observar las diferentes artesanías de la ciudad de Riobamba.

Se espera que el catálogo de los productos contribuyan con la difusión de las artesanías que se elaboran en la ciudad.

Mediante una tabla se mostrará a más detalle el público objetivo:

Tabla 3-3: Público objetivo

PERFIL DEMOGRÁFICO	PERFIL CULTURAL
Rango de edad 20 a 40 años	Nivel educativo Básico, bachiller, tercer nivel
Sexo Hombre / Mujer	Idioma Español
	Nivel económico Medio

Realizado por: Ñauñay, G. 2022

3.2.3. *Muestra*

3.2. Metodología de diseño

Para el presente trabajo de titulación se usa la metodología de Gui Bonsiepe, ya que es una de las más comunes para realizar proyectos debido a que se complementa muy bien con el diseñador, en la proyección, planificación y jerarquización del problema, para que la realización sea objetiva. “Todo diseño se basa en la búsqueda de información útil para encontrar la solución a los problemas.” *Gui Bonsiepe*

Esta metodología consta de 3 etapas: Estructuración del problema, diseño y realización

3.2.1. *Estructuración del problema*

Se determina a detalle el proceso para determinar el problema y la solución mas adecuada para el desarrollo del proyecto.

3.2.1.1. Descubrimiento de la necesidad

La falta de elementos gráficos donde las personas puedan observar las artesanías que se elaboran dentro de la ciudad de Riobamba.

3.2.1.2. Valoración de la necesidad

La falta de una representación gráfica que ayude a visualizar de manera clara, objetiva y ordenada los artesanías que elaboran dentro de la ciudad.

3.2.1.3. Formulación del problema

Cada artesano elabora un producto diferente donde invierte tiempo es por eso que necesita un catálogo digital en el cuál pueda observar cada uno de las artesanías que elaboran debiendo la clasificación mencionada en el capítulo I.

3.2.1.4. Fraccionamiento del problema

Respecto a la formulación del problema y a su análisis se fraccionará de la siguiente manera:

Catálogo digital: realizar una entrevista a los propietarios de los talleres artesanales de la ciudad de Riobamba los cuales nos dará información de las artesanías que más elaboran, como las materias primas que utilizan para cada una de ellas, gracias a esta información obtenida se clasificará y se ordenará en el catálogo.

3.2.1.5. Jerarquización del problema

De acuerdo a lo establecido y a lo ya especificado se ejecutará un breve proceso de los productos digitales a crear.

Tabla 4-3: Tabla de organización de la información de los productos a desarrollar

Organización de la información
Catálogo
Especificaciones para la diagramación del catálogo digital
Selección de fotografías
Edición de las fotografías
Diagramación

Realizado por: Ñañañay. G, 2022

3.2.1.6. Solución del problema

Como solución se determinó la creación de un catálogo digital donde se pueda apreciar las artesanías con fotografías en plano general y de detalle.

3.2.1.7. Proyección del problema

Determinado el problema y la solución a realizar, se procede a la proyección del problema el cual será detallado paso a paso.

3.2.1.8. Desarrollo de alternativas

Se opta por obtener información a través los artesanos, por medio de las entrevistas realizadas para el desarrollo del catálogo digital.

3.2.1.9. Desarrollo de selección de alternativas

Para la realización del catálogo se realizará una propuesta con la maquetación, estilo y diseño del catálogo para su desarrollo.

3.2.1.10. Fabricación final

Se realiza la maquetación para el catálogo digital para la difusión de las artesanías de la ciudad de Riobamba.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE RESULTADOS

En base a la problemática planteada en el Capítulo I, se analizó la información recopilada de la población seleccionada para determinar y seleccionar las artesanías que más se elaboran en la ciudad de Riobamba, de acuerdo a la clasificación según su material, forma y técnica.

Los datos e información obtenidos se aplico a los propietarios de los diferentes talles de artesanías de la ciudad de Riobamba, mediante las cuales, permitió seleccionar las artesanías para el siguiente catálogo digital.

4.1. Resultados de las entrevista

De acurdo con los resultados de las entrevistas realizadas, se ha obtenido los siguientes resultados en los cuales se detallan los productos artesanales que debería incluir en el catálogo, es por ello que al recabar la información se procede a realizar la propuesta gráfica.

Tabla 5-4: Tabulación de entrevista al Sr. Pedro Robalino

Nombre del artesano	Sr. Pedro Robalino
Tiempo lleva en la producción de artesanías	30 años
Mencione 3 artesanías que más produce en su taller	Campanas Toros Pailas
Cuánto tiempo se tarda en elaborar cada artesanía	Depende del producto, me podrá tardar entre 3 a 5 días
Cuál es la materia prima que utiliza para la elaboración de las artesanías	El bronce
Qué técnica aplica en la elaboración de sus artesanías	La fundición del bronce

Realizado por: Ñauñay. G. 2022

4.1.1. Conclusión del resultados de las entrevista

En las 6 entrevistas realizadas a los artesanos se puede determinar la necesidad de crear un catalogo digital para dar a conocer 2 o 3 productos que ellos elaboran dentro y fuera de la ciudad de Riobamba

4.2. Realización del catálogo digital

4.2.1. Contenido del catálogo

Para la creación del catálogo se dividirá en tres secciones, por ello a continuación se detalla las artesanías que estarán incluidas en el catálogo distribuidas por secciones como:

-) Por material
-) Por forma

Tabla 6-4: Artesanías por material

Artesanías por material	
<i>Hojalatería</i> <i>Segundo Leonidas</i> <i>Chanalata Cayo</i>	Careta Diablo de Lata
	Brasero
<i>Bronce</i> <i>Pedro Robalino</i>	Campana
	Toro
<i>Tagua</i> <i>Mónica Flores</i>	Nacimiento de Jesús
	Tren
	Pájaritos
<i>Madera</i> <i>Jorge Chiluiza</i>	Escaladores
	Cuadro de Oswaldo Guayasamín (Lágrimas Negras)
	Guitarrista
<i>Mármol</i> <i>Patricia Ramos</i>	Virgen La Dolorosa

Realizado por: Ñauñay. G. 2022

Tabla 7-4: Artesanías por la forma

Artesanías por la forma	
<i>Sombrerería</i> <i>Carlos Colcha</i>	Sombrero de paño

Realizado por: Ñauñay. G. 2022

4.2.2. Selección de las fotografías

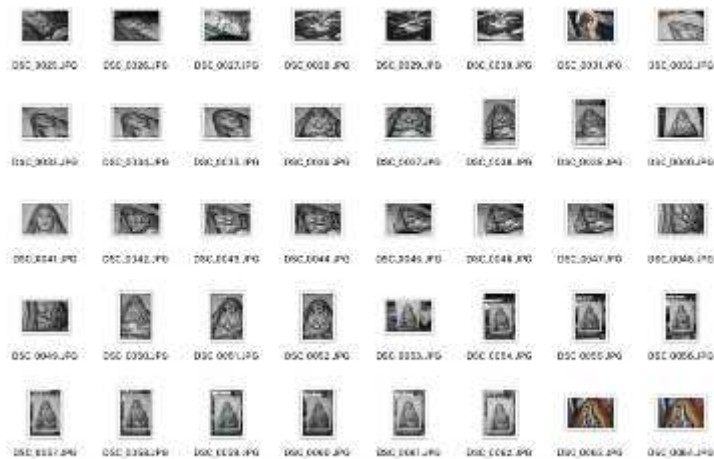


Figura 4-4: Fotografías

Realizado por: Genesis Ñañay, 2022

4.2.3. Edición de las fotografías



Figura 5-4: Corte de fotografías

Realizado por: Genesis Ñañay, 2022



Figura 6-4: Edición de fotografías

Realizado por: Genesis Náuñay, 2022

4.2.4. Diagramación

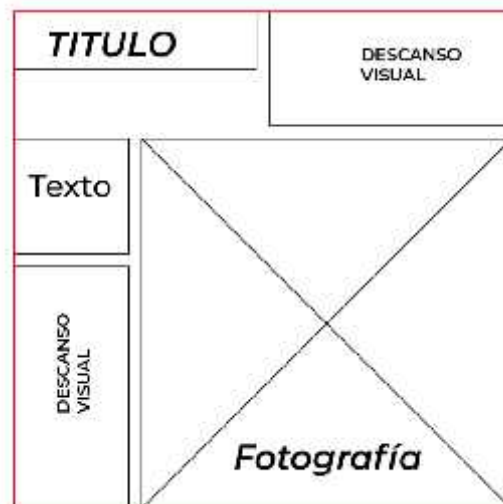


Figura 7-4: Diagramación paginas internas

Realizado por: Genesis Náuñay, 2022

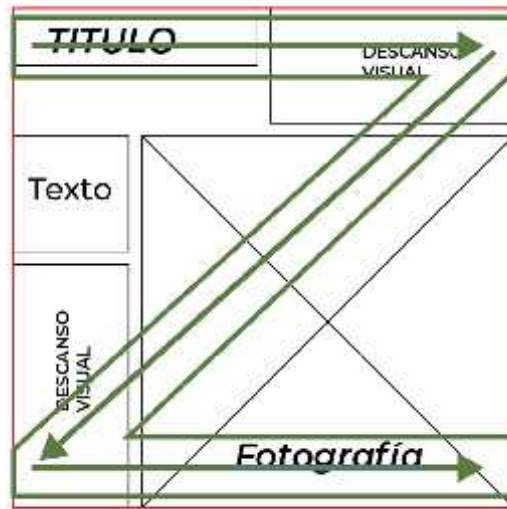


Figura 8-4: Mapa de recorrido

Realizado por: Genesis Ñauñay, 2022

4.3. Realización del proyecto

4.3.1. Arte final



Figura 9-4: Portada

Realizado por: Genesis Ñauñay, 2022



Figura 10-4: Páginas internas

Realizado por: Genesis Ñauñay, 2022



Figura 11-4: Páginas internas

Realizado por: Genesis Ñauñay, 2022



Figura 12-4: Contraportada

Realizado por: Genesis Nãuñay, 2022

CONCLUSIONES

- J A partir de fuentes secundarias se determinó la clasificación de las artesanías por el tipo de material y forma de elaboración de cada uno de los productos artesanales de la ciudad de Riobamba. Por su material encontramos la siguiente clasificación: madera, tagua, bronce, hojalata, mármol y por su forma: sombrerería.
- J A partir de las fotografías realizadas se pudo obtener un pequeño repositorio de 2 o 3 artesanías se elaboran dentro de la ciudad de Riobamba, de acuerdo a la clasificación obtenida anteriormente.
- J Para el desarrollo del catálogo fotográfico digital se determinan herramientas como: cámara fotográfica, flash para realizar las respectivas fotografías con base en la clasificación específica de las artesanías que se elaboran dentro de la ciudad de Riobamba.
- J Finalmente, con base en la información recolectada se realizó el catálogo fotográfico digital interactivo, mediante software diseño como Adobe InDesing que se utilizó para la maquetación del catálogo y Adobe Photoshop que se utilizó para la edición y recortes fotográficos.

RECOMENDACIONES

- J Es necesario que la información de la clasificación de las artesanías sean actualizadas con información vigente hasta el día de hoy en la ciudad de Riobamba, con la finalidad de mantener actualizado los datos y de que esa forma sea de ayuda para otras investigaciones.

- J Realizar periódicamente una visita por cada taller artesanal de la ciudad de Riobamba para tener un registro fotográfico de las artesanías que se continúan elaborando y poder realizar un repositorio de dichas fotografías para que posteriormente se aumenten al catálogo fotográfico digital.

BIBLIOGRAFÍA

CAMPOS, Elizabeth y SÁNCHEZ, Edison. 2016. *EL PROCESO HISTÓRICO DE LOS OFICIOS ARTESANALES Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA DE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN LOS AÑOS 2012-2015.* [En línea] 2016. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2904/1/UNACH-FCEHT-TG-CSOCI-000010.pdf>.

FOTONOSTRA. *Fotografía.* España: FOTONOSTRA. (2011).

TRUJILLO, Maritza y CHICAIZA, Germán. 2018. *PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO.* [En línea] 2018. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/4425/1/PI-000630.pdf>

MOLANO, Olga. 2007. *IDENTIDAD CULTURAL UN CONCEPTO QUE EVOLUCIONA.* [En línea] 2007. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>

BAUTISTA, Dangelo y FREIRE, Silvia. 2016. *“DISEÑO DE UN CATÁLOGO FOTOGRÁFICO PUBLICITARIO DE LAS ARTESANÍAS DEL CANTÓN PUJILÍ. CASO DE ESTUDIO TALLER CHICAIZA VILLARROEL”.* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI] [En línea] 2016. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/4969/1/T-004090.pdf>

CARPIO, Joselyn y Guaranda Nelly. 2016. *TRADICIÓN, COSTUMBRES Y VESTIMENTA EN LA COMUNIDAD DE POMPEYA, PARROQUIA LICTO, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. [UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO]. [En línea] 2016. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/3313/1/UNACH-FCEHT-TG-C.SOCI-2017-000004.pdf>

GARCIA, Nancy. 2011. *EL USO DE LOS JUEGOS TRADICIONALES COMO RECURSO PARA EL AFIANZAMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DEL NIÑO EN EDAD PREESCOLAR* [UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR]. [En línea] 2011. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9662/TESIS.pdf;sequence=1>

RODRIGUEZ, Julián. 2018. *EL SECRETO DE LA FOTOGRAFÍA* [En línea] 2018. https://www.youtube.com/watch?v=Hw15uUjq_LU

SIMMONS, Mike. 2016. *¿CÓMO CREAR UNA FOTOGRAFÍA?* [En línea] 2016.
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/45580>

SOCIALARTE. 2020. *TODO SOBRE FOTOGRAFIA PUBLICITARIA* [En línea] 2020.
<https://www.youtube.com/watch?v=6KWpn-56SC8>

ANEXOS

ANEXO A: ARTESANÍAS EN MADERA - PÁGINAS INTERNAS



ARTESANÍAS EN
Madera

Jorge Chiluíza es un artesano que empezó a trabajar en el oficio de artesanías en madera hace 19 años. Este oficio en su familia ha sido de generación en generación. Realiza varias artesanías religiosas y la técnica que aplica para cada una de ellas es la escultura a mano. El tiempo que tarda en la elaboración de cada producto varía dependiendo del tamaño de la figura, puede ser de 1 a 5 días.

 García Moreno y Chile

1



ANEXO B: ARTESANÍAS EN TAGUA - PÁGINAS INTERNAS

ARTESANÍAS EN Tagua

Mónica Flores, realiza artesanías en tagua que son las semillas de varias especies de palmas, este oficio artesanal lo realiza hace 22 años.

Las técnicas que aplica para hacer las diferentes artesanías es el torneado y el tallado, dependiendo el detalle que se le dé a cada producto, la elaboración de los productos no son muy demorosos, se puede tardar 30 min en elaborar una artesanía.

 Av. Daniel León Borja y Av. Miguel Ángel León

5



ANEXO C: ARTESANÍAS EN BRONCE - PÁGINAS INTERNAS





TORO

TÉCNICA:
FUNDICIÓN DEL BRONCE

MATERIA PRIMA:
CHATARRA EN BRONCE

ARTESANO:
PEDRO ROBALINO

11

ANEXO D: ARTESANÍAS EN HOJALATA - PÁGINAS INTERNAS

ARTESANÍAS EN *Hojalata*

Segundo Chanalata, aprendió del oficio de la hojalatería, a los 14 años y 18 años abrió su propio taller. Actualmente, lleva más de 70 años trabando con el tol galvanizado y la lata, que son la materia prima para realizar sus artesanías. Una de las artesanías más conocidas son las famosas caretas del Diablo de Lata.

 Pichincha y Chile

12 

CARETA DIABLO DE LATA

TÉCNICA:
MODELADO

MATERIA PRIMA:
LATA

ARTESANO:
SEGUNDO CHANALATA



13

ANEXO E: ARTESANÍAS EN MÁRMOL - PÁGINAS INTERNAS

ARTESANÍAS EN

Mármol

Patricia Ramos, hija del primer marmolero de la ciudad de Riobamba, es la que hoy en día está a cargo del negocio de su padre que lleva más de 50 años al servicio de la ciudadanía riobambeña.

Las artesanías que elaboran son las lápidas y la materia prima que utilizan es el mármol nacional, mármol italiano y el granito. La técnica que aplica es el grabado ácido, grabado arenado y el tallado.

 España y Chile

15



ANEXO F: ARTESANÍAS EN SOMBRERÍA - PÁGINAS INTERNAS

ARTESANÍAS

Sombrería

Carlos Conza, es un artesano que empezó a trabajar desde los 11 años de edad en el oficio de realizar sombreros de paño de lana.

El proceso para la elaboración de un sombrero empieza desde el engomado y moldeado, después se procede a planchar y se espera que se seque. A la semana se elabora 100 sombreros, los cuales se comercializan en la Plaza Roja de la ciudad de Riobamba.

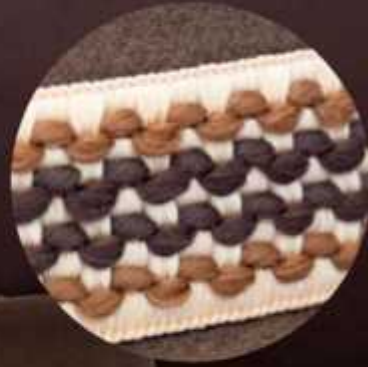
 Plaza Roja
Cristóbal Colón y Orozco

17

SOMBRERO DE PAÑO

MATERIA PRIMA:
PAÑO DE LANA

ARTESANO:
CARLOS CONZA





**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO**



**DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS DEL
APRENDIZAJE**

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 13/02/ 2023

INFORMACIÓN DE LOS AUTORES
Nombres – Apellidos: Genesis Alexandra Ñauñay Sañay
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Informática y Electrónica
Carrera: Diseño Gráfico
Título a optar: Licenciada en Diseño Gráfico
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. Fernanda Arévalo M.

