



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciado  
en Diseño Gráfico Publicitario

**“Análisis ortotipográfico de la rotulación exterior de la ciudad de  
Ambato”.**

**Autor:** Gómez Tapia, Erick Steven

**Tutor:** Dis. Mg. Álvarez Lizano, Iván Patricio

**Ambato – Ecuador**  
**Septiembre, 2022**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: “**Análisis ortotipográfico de la rotulación exterior de la ciudad de Ambato**”, del alumno Erick Steven Gómez Tapia estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Septiembre 2022

EL TUTOR



.....  
Dis. Mg. Alvarez Lizano, Ivan Patricio

180309776-3

## AUTORÍA DEL TRABAJO DEL TITULACIÓN

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**Análisis ortotipográfico de la rotulación exterior de la ciudad de Ambato**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, Septiembre 2022

EL AUTOR



.....  
Erick Steven Gómez Tapia

C.C. 180438764-3

## DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, Septiembre 2022

EL AUTOR

A handwritten signature in blue ink, reading "Erick Gómez Tapia". The signature is stylized with loops and a horizontal line underneath.

.....  
Erick Steven Gómez Tapia

C.C. 180438764-3

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**Análisis ortotipográfico de la rotulación exterior de la ciudad de Ambato**” de Erick Steven Gómez Tapia, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Septiembre 2022

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

---

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

---

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

## **DEDICATORIA**

Dedico este Proyecto a mi familia por su gran apoyo incondicional durante todo mi trayecto universitario. En especial a mis padres que son los pilares más importantes de mi vida con su esfuerzo, dedicación y cariño soy una persona de bien y he logrado alcanzar todo lo que me he propuesto, así como a cada una de las personas que me han brindado su ayuda para crecer como profesional y nunca rendirme en el transcurso de la carrera.

Erick Steven Gómez Tapia

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco profundamente a mis padres por brindarme su apoyo a lo largo de todo el trayecto de mi vida, así como a todos los profesores, tutores que me supieron llenar de conocimientos y experiencias para fortalecer y ponerlos en práctica para mi vida profesional, y poder culminar este proyecto de la mejor manera.

Erick Steven Gómez Tapia

## ÍNDICE GENERAL

<b>PORTADA.....</b>	<b>i</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DEL TRABAJO DEL TITULACIÓN .....</b>	<b>iii</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....</b>	<b>iv</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE GENERAL .....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE IMÁGENES.....</b>	<b>xi</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>2</b>
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Justificación.....	6
1.4 Objetivos.....	8
1.5 Antecedentes de la investigación.....	8
1.6 Fundamentación.....	12
1.7 Categorías fundamentales.....	15
1.8 Bases Teóricas.....	16
1.9 Formulación de hipótesis.....	34

1.10 Señalamiento de las variables.....	35
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>35</b>
<b>2. METODOLOGÍA .....</b>	<b>35</b>
2.1 Método .....	35
2.2 Población y muestra.....	38
2.3 Operacionalización de variables .....	54
2.4 Técnica de recolección de datos.....	59
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>61</b>
<b>3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>61</b>
3.1 Análisis y discusión de resultados .....	61
3.2 Verificación de hipótesis.....	76
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>92</b>
<b>4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>92</b>
4.1 Conclusiones.....	92
4.2 Recomendaciones.....	92
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>94</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>98</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N.- 1 Árbol de problemas.....	13
Gráfico N.- 2 Jerarquización de Variables.....	22
Gráfico N.- 3 Constelación de idea de la variable independiente.....	23
Gráfico N.- 4 Constelación de idea de la variable dependiente.....	23
Gráfico N.- 5 Elementos Conceptuales.....	38
Gráfico N.- 6 Elementos Visuales.....	38
Gráfico N.- 7 Elementos de Relación.....	39

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N.- 1 Rotulación sobre el plano de fachada.....	70
Imagen N.- 2 Urban Clothing.....	71
Imagen N.- 3 Distribuidora Ortiz.....	71
Imagen N.- 4 Creaciones y Variedades Angelical.....	72
Imagen N.- 5 Otavalo & Shop.....	72
Imagen N.- 6 Ferretería el ferretero Fiallos.....	73
Imagen N.- 7 La diferencia.cell.....	73
Imagen N.- 8 Erke Almacenes.....	74
Imagen N.- 9 Karlycell.....	74
Imagen N.- 10 Variedades Christian.....	75
Imagen N.- 11 Los Leños del Rosario.....	75
Imagen N.- 12 Lia Cell.....	76
Imagen N.- 13 Velper.....	76
Imagen N.- 14 Nueva Vida.....	77
Imagen N.- 15 Comercial HU.....	77
Imagen N.- 16 Mundi Cell.....	78
Imagen N.- 17 Artefacta.....	78
Imagen N.- 18 Claro.....	79
Imagen N.- 19 OdontoImaging.....	79
Imagen N.- 20 Éxito con Aroma.....	80
Imagen N.- 21 Yeliss.....	80
Imagen N.- 22 Il Suo Negozio.....	81
Imagen N.- 23 Las Chancros.....	81
Imagen N.- 24 Dens.....	82
Imagen N.- 25 Tasty Rooster.....	82
Imagen N.- 26 Amarillos Florería.....	83
Imagen N.- 27 TecniPan S.A.....	83
Imagen N.- 28 Pollos D'Campo.....	84
Imagen N.- 29 Óptica Luque.....	84
Imagen N.- 30 CEM consultorio jurídico.....	85
Imagen N.- 31 Cantarito.....	85

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto de investigación tiene el propósito de desarrollar un manual ortotipográfico que ayude al manejo adecuado de los elementos visuales de los artes publicitarios de la ciudad de Ambato especialmente en los rótulos de la Av. Cevallos y sirva como una manera de educar a dueños de los negocios que detrás de un diseño hay un estudio previo, para lograr cumplir sus objetivos y necesidades, ya que en la actualidad se aprecia un manejo inadecuado haciendo que no se transmita un mensaje claro hacia los usuarios perdiendo el interés fácilmente. Se sugiere de igual forma al Municipio tomar en cuenta este estudio para reformular la ordenanza municipal de medios visuales a futuro con el objetivo de mejorar la visibilidad de los rótulos de una forma más estética y que cumplan las necesidades de los dueños de los negocios, de igual forma evaluado por un diseñador gráfico para su aprobación.

**PALABRAS CLAVES:** Diseño Gráfico Publicitario, Ortotipografía, Rótulación, Visibilidad.

## ABSTRACT

The purpose of this research project is to develop an orthotypographic manual to help the proper management of the visual elements of the advertising arts in the city of Ambato, especially in the signs of Cevallos Avenue, and serve as a way to educate business owners that behind a design there is a previous study, to achieve their objectives and needs, since currently there is an inadequate management that does not transmit a clear message to the users, losing interest easily. It is also suggested that the Municipality consider this study to reformulate the municipal ordinance of visual media in the future in order to improve the visibility of the signs in a more aesthetic way and to meet the needs of business owners, as well as evaluated by a graphic designer for approval.

**KEYWORDS:** Advertising Graphic Design, Orthotypography, Lettering, Visibility.

## INTRODUCCIÓN

El uso de las normas ortotipográficas en la actualidad ha tenido poca relevancia en los diseñadores gráficos al momento de ponerlo en práctica en los diferentes artes publicitarios, y de igual forma estas se vieron afectadas por los avances tecnológicos que cambian la forma de pensar de las sociedades adaptándose a nuevas formas de comunicación poco éticas ocasionando que cada vez se vaya perdiendo el correcto uso de la tipografía y por ende de la ortografía, hay que tener en cuenta que si se desarrolla una investigación adecuada dentro de la sociedad se podría generar un gran interés por promover las normas ortotipográficas en los diseñadores.

Lo que realmente se desea es poder brindar información adecuada y de forma correcta sobre las normas ortotipográficas en los diseñadores para poder corregir y enriquecer su nivel de comunicación visual en cada uno de los artes publicitarios donde ayuden de una forma u otra, a dar a conocer este tipo de información.

Por ende, el tema que se ha llevado a estudio permitirá dar a conocer las normas ortotipográficas de una manera interactiva, mediante el análisis de cada una de las rotulaciones de los negocios de la calle principal de la ciudad de Ambato, donde se mostrará cuáles son los aspectos más relevantes y erróneos a nivel gráfico y lingüístico mediante un manual ortotipográfico, para posteriormente alcanzar el objetivo deseado con el fin de ayudar a los diseñadores al mejor manejo de estos códigos visuales generando artes publicitarios más estéticos y comprensibles.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO

#### 1.1 Tema.

Análisis ortotipográfico de la rotulación exterior de la ciudad de Ambato.

#### 1.2 Planteamiento del problema.

Las normas ortotipográficas han sido poco relevantes y a la vez desconocidas por algunos diseñadores en la actualidad, provocando un manejo inadecuado de los elementos visuales en la construcción de los diferentes artes publicitarios. Marín (2013) señala que, “... los diseñadores gráficos andamos algo escasos de conocimiento sobre tipografía, sin embargo, somos nosotros los responsables de conocerla en profundidad para poder ponerla a nuestro servicio y no a la inversa” (p.8). Por esa razón nosotros como diseñadores debemos tener mucha responsabilidad pese a la poca relevancia que se le da a la ortotipografía, por lo cual debemos auto educarnos e investigar sobre cómo utilizar la tipografía y los diferentes signos lingüísticos para poder realizar los diferentes artes publicitarios de una manera correcta y sobre todo transmitir al público un mensaje claro y conciso evitando malentendidos.

De acuerdo con la reescritura como método para aprender a escribir ortografía y ortotipografía se menciona que,

... La capacidad de escribir ya no es considerada como un talento innato restringido a unas cuantas personas, sino que se concibe como un trabajo planificado y sistemático que exige tiempo y ejercicio intelectual por parte del alumno y que se desarrolla con la práctica y el conocimiento de ciertas técnicas (Pérez, 2009, pág. 9).

Esto sirve de mucho en relación con la aplicación de la ortotipografía que debería ser materia obligatoria desde la educación básica, al igual que lo es la ortografía y mucho más para nosotros como diseñadores que manipulamos una gran cantidad de

palabras y textos, por ello a través de la práctica y la investigación técnica podemos conocer el adecuado uso de elementos a nivel gráfica y lingüística.

Otro aspecto a resaltar es la poca simpatía que despierta este tema, ya que las normas ortotipográficas tienen un grado de comprensión para su utilización, pero muchas veces con el apuro de realizar un determinado trabajo se pierde interés al aplicar dichas normas, por lo cual el diseñador debe entender que la ortotipografía se debe implementar con mucha responsabilidad, siendo tomadas en esta área como las reglas fundamentales para poder defenderse y salir airoso de todos los problemas de comunicación que se presenten con los diferentes clientes que son muchos y de muy diverso índole.

### ***1.2.1 Contextualización.***

#### **a. Macro**

A nivel mundial el estudio de la ortotipografía es un tema muy importante a tomar en cuenta en el desarrollo de artes publicitarios para cualquier tipo de negocio, pero para muchos es una realidad desconocida, reflejando así cuando un texto no respeta sus normas por ejemplo la utilización de signos de puntuación mal colocados, comillas o cursivas aplicadas sin coherencia alguna desfavoreciendo el mensaje que cada negocio quiere dar a sus clientes, por ende la normas ortotipográficas se llevan la realidad del texto mediante los hacedores de este sutil arte que son los diseñadores haciendo que leer sea cómodo y entendible. Todas estas normativas están reguladas por las diferentes ordenanzas y normativas de cada país o ciudad para la publicidad exterior de los diferentes rótulos.

En España, han desarrollado sus propias normas para regular la publicidad exterior, en donde los rótulos para negocios son regulados por la Ordenanza de los Usos del Paisaje Urbano (OPU) a través de permisos con el propósito de velar por el mantenimiento de la composición arquitectónica de las fachadas, defendiendo así un entorno ordenado y armónico.

De acuerdo con la Ordenanza de los Usos del Paisaje Urbano (OPU) para la colocación de rótulos para negocios en Barcelona menciona que,

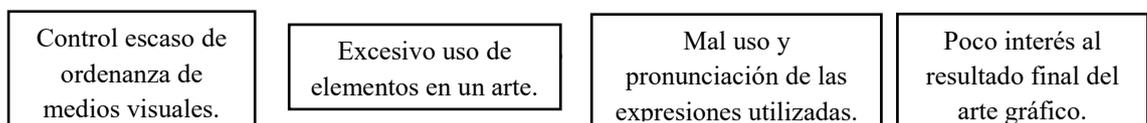


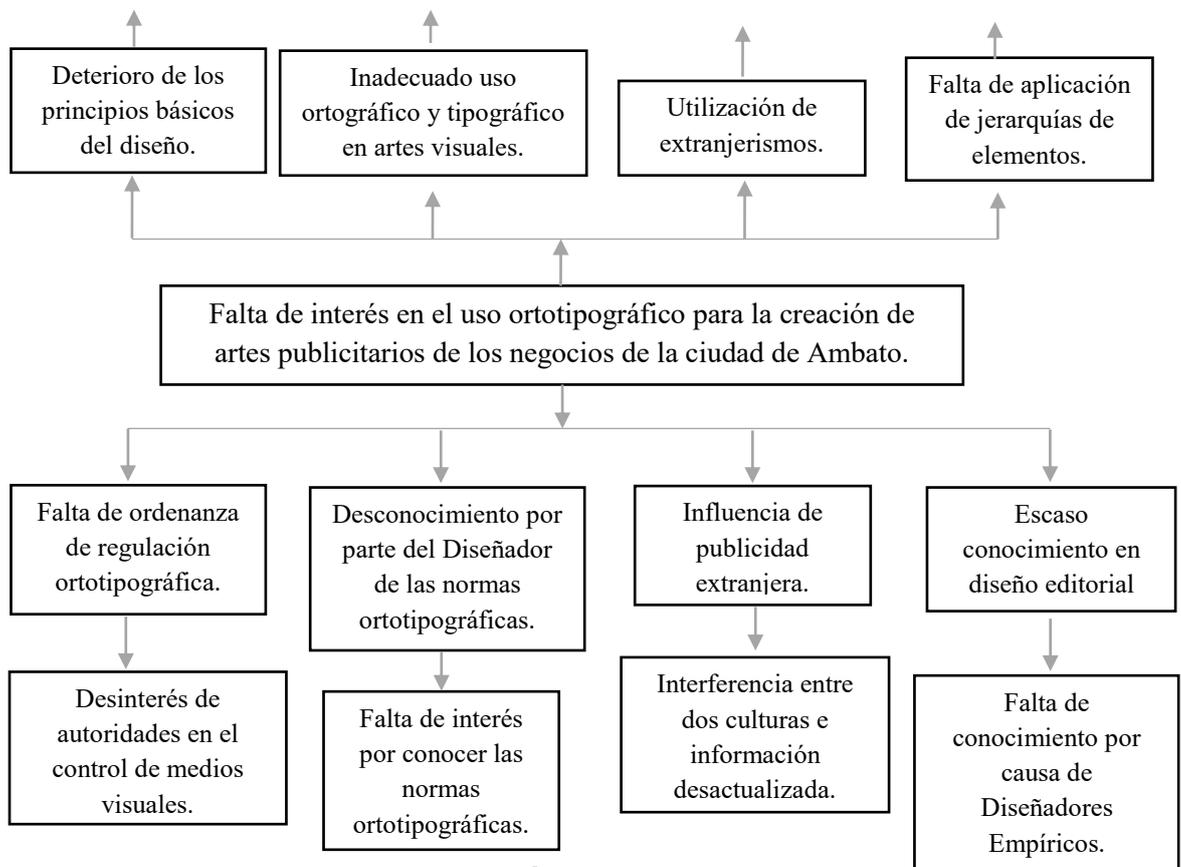
Otro dato para destacar es que en ciertas ciudades tienen un mejor manejo de los medios visuales por ser Patrimonio Nacional en donde se mejora el aspecto para los turistas teniendo un control unificado de cada rótulo que contribuya al mejor aspecto del lugar controlando cada aspecto ya sea tipografía, colores, materiales entre otras, acoplándose correctamente al lugar.

### c. Micro

En cuestión a Ambato el control de la instalación y difusión de la publicidad exterior está a cargo la municipalidad en donde establecen normativas y ordenanzas de control y regulación de la publicidad para cada uno de los negocios. Por lo cual cada dueño deberá cumplir con todos los requisitos pertinentes para obtener el permiso de instalación o caso contrario será sancionado de acuerdo con la ordenanza vigente. Pero para mi punto de vista es momento de reformularlo porque la ordenanza esta vigente desde el 2001 y con el transcurso del tiempo han venido varias tendencias donde van más allá de lo cotidiano y muchos en la actualidad lo implementan, pero no hay un cierto control de ello cayendo en la contaminación visual.

### 1.2.2 *Árbol de problemas.*





*Gráfico 1. Árbol de problema*

Fuente: Elaboración por el autor

### 1.3 Justificación.

Álvarez (2013) en el libro Ortotipografía para diseñadores menciona que. “La ortotipografía estará presente allí donde haya textos, letras, signos, símbolos, etc. Y todos ellos aparecen en gran cantidad de mensajes gráficos” (p.11). Siendo un concepto muy claro para poder iniciar esta investigación conociendo la ortotipografía como el conjunto de normas que ayudará a conocer y aplicar correctamente todo lo relacionado con tipografía y ortografía. Siendo esto muy útil para los diseñadores como un aporte más de conocimiento para la vida profesional y de igual forma para los dueños de los negocios que conozcan la relevancia que hay detrás de cada diseño y los aspectos que se deben tomar en cuenta para poder lograr el objetivo de ofrecer un producto o servicio de manera clara.

Siendo para la sociedad un aporte significativo ya que en la actualidad mediante lo manifestado el dueño del negocio desea dar a conocerse en el mercado a través de sus productos o servicios, por ende, se busca una imagen gráfica llamativa, pero a la vez simple con una contextualización tipográfica idónea para reflejar valores y confianza en los clientes, con ayuda de los diseñadores trabajando en conjunto.

En la ciudad de Ambato se cuenta con más de 700 negocios en la Av. Cevallos de acuerdo con el estudio realizado por la Universidad Técnica de Ambato – Observatorio Económico y Social de Tungurahua (2019) donde menciona que. “La oferta es tan variada y al alcance de los transeúntes que motiven al comprador a detenerse para mínimo observar los productos de venta” (p.3). Por ello se realizó el estudio en esta avenida donde se puede apreciar una gran cantidad de rótulos mediante los cuales se realizó un análisis de cada uno de ellos, obteniendo así resultados y estos puedan beneficiar a los dueños de los negocios a poder crear sus rótulos de una manera que refleje las fortalezas de su negocio generando confianza en los clientes y sobre todo que su mensaje sea entendido correctamente. De igual forma esto ayuda a los diseñadores a fortalecer sus conocimientos o conocer sobre la importancia de la ortotipografía para que a través del tiempo se logre tener un mejor manejo de los elementos gráficos.

La investigación se basó de acuerdo con la visualización de los usuarios que no conocen mucho del tema y aquí entra la parte mas importante del diseñador que es adaptarse a las necesidades de este y a la vez de alguna forma educar al dueño del negocio sobre lo esencial que es un diseño de orden ortotipográfico, ya que en la actualidad varios diseños se basan en referencias similares a los de los otros emprendimientos y no tienen un fundamento personal.

Permitiendo llenar el escaso conocimiento que tienen los diseñadores al momento de crear sus diferentes piezas gráficas que a través de las entrevistas, se pudo conocer que la mayoría no conoce a fondo sobre la ortotipografía, pero donde más se aprecia este tipo de casos es con los diseñadores empíricos que desacreditan el trabajo de los profesionales en diseño. Esta información puede servir al municipio para desarrollar y apoyar al desarrollo de una nueva ordenanza municipal para el manejo de medios

visuales que con el paso del tiempo se podría sugerir ideas y recomendaciones para futuros proyectos.

Para el objeto de estudio se implementó un enfoque cualitativo y cuantitativo, puesto que el análisis que se realizó es directamente a la rotulación exterior de la avenida, donde cada uno de los rótulos posee sus propias características al momento de analizar, mediante métodos de observación cualitativa para recopilar información del entorno apoyándose con el registro fotográfico para sacar aspectos relevantes de cada uno de ellos y saber en dónde la mayor parte de los diseñadores cometen errores, para luego fortalecer dichos aspectos a través del diseño de un manual ortotipográfico de aplicación de elementos gráficos.

#### **1.4 Objetivos.**

##### ***1.4.1 Objetivo General***

Analizar la rotulación externa de la Av. Cevallos de la ciudad de Ambato a través de un estudio ortotipográfico para contribuir a un manejo adecuado de elementos visuales dirigido a diseñadores de la ciudad de Ambato.

##### ***1.4.2 Objetivos Específicos***

- Identificar a través de un registro visual los diferentes tipos de rotulación existentes en la avenida principal de la ciudad de Ambato.
- Determinar los aspectos más relevantes y erróneos que se aprecian en las diferentes rotulaciones.
- Establecer parámetros de análisis ortotipográfico a nivel gráfico y lingüístico.
- Realizar un estudio de las normativas de colocación de imagen gráfica en la vía pública en resguardo de los espacios públicos, las normativas existentes de la rotulación actualidad y cuáles son sus parámetros para la constitución de las artes.
- Diseñar un manual ortotipográfico para contribuir a la utilización de elementos visuales en la rotulación exterior de la ciudad de Ambato.

#### **1.5 Antecedentes de la investigación.**

Alulema y Cabay (2015) en su proyecto de investigación *Los rótulos en la ciudad de Riobamba: aciertos y desaciertos. Creación y Aplicación de un instructivo de diseño* menciona que. “Los rótulos de las diferentes calles de la ciudad tienen deficiencias como es la carencia de orden visual y composición, no tienen calidad de imagen, no existe armonía cromática entre elementos teniendo un 79% de desaciertos y 21% de aciertos” (p.109). De acuerdo con esta investigación se puede apreciar cómo fue analizada la rotulación en la ciudad de Riobamba teniendo más desaciertos en relación con el manejo de elementos en las composiciones gráficas de cada negocio, por lo cual se procedió a realizar un manual instructivo de Diseño mediante un estudio adecuado de la semántica, pragmática y sintáctica para generar parámetros y recomendaciones para el uso del Diseño Gráfico en la aplicación de rótulos.

Esta investigación ayuda al proyecto como punto de partida en el diseño del manual ortotipográfico mediante el análisis de cada uno de ellos mediante la semántica, pragmática y sintáctica, y adicional a esto poder mejorarlo con recomendaciones en el uso adecuado de los elementos formales del diseño dando una breve propuesta de cómo sería cada rótulo corregido con cada uno de estos aspectos.

Por otra parte, Gallardo (2011) en su investigación realizada con el tema *Propuesta de regulación del diseño publicitario comercial de rotulación en el Centro Histórico de la ciudad de Latacunga para combatir la contaminación visual existente*, menciona que:

Alrededor del 90 % de los rótulos del centro histórico carecen de observaciones y ejecuciones técnicas; la mayoría de las piezas gráficas ni siquiera deberían ser consideradas como opciones publicitarias, éstas no van más allá de ser simples anuncios arbitrarios y exageradamente decorados (pág. 93).

Las herramientas de recolección de datos son fundamentales en la realización de un proyecto de investigación mediante la implementación de encuestas y la observación de campo que para este antecedente permitió conocer el poco interés que tienen los negocios en implementar rótulos que tengan un equilibrio entre lo estético y lo funcional, cayendo en la contaminación visual perjudicando los ambientes urbanísticos. Teniendo como sugerencia la implementación de una propuesta de

señalética minimalista donde se pueda visualizar de manera rápida que ofrece cada uno de los negocios ordenando la utilización de iconos, tipografía y cromática generando un mejor aspecto para el lugar.

En base a esto en la Av. Cevallos se podría implementar esta idea con rotulación más estilizada en el uso icónico y gráfico, de manera que se pueda sugerir a la Municipalidad de Ambato a un mejor control de las diferentes rotulaciones para que con el tiempo generar una mejor vista comercial y urbanística de la ciudad llamando la atención de personas locales y también extranjeras a visitar nuestra ciudad.

En la investigación de Tomaselli (2015) con el tema *Análisis de la ordenanza de rotulación y publicidad exterior 0330 de Municipio Metropolitano de Quito y su aplicación e impacto en la industria publicitaria exterior de Quito* establece que, "... tanto el Municipio Metropolitano de Quito como la Industria publicitaria, necesitaban y necesitan un documento que guíe y controlé la correcta instalación, uso y manejo de los elementos publicitarios en los espacios públicos de la capital" (p.62). Esta investigación contribuye a conocer las consecuencias que tuvo y tendrá a futuro la aplicación de la ordenanza municipal 0330 en la industria publicitaria de Quito comparada con la antigua ordenanza de Quito que demuestra que no hubo mayor cambio, pero resalta se debe realizar una reestructuración de la misma debido a que existe falencias en la redacción de los artículos de la ordenanza que perjudica su comprensión al momento de la aplicación de la rotulación.

De igual forma se procede analizar cómo se da a conocer al público esta ordenanza y si existe un control de la misma en la ciudad de Ambato se sabe que la ordenanza que regula la instalación de medios visuales vigente desde el 2001 está encargado del control de la rotulación, pero al realizar el recorrido para la obtención del material fotográfico de cada uno de la rotulación en la Av. Cevallos se aprecia rótulos en mal estado y con usos inadecuados haciéndolo ver que no existe un control adecuado de los mismo, por ende mediante esta investigación se pretende poder llegar a llamar la atención de diseñadores y los encargados del control de rotulación en la ciudad de Ambato para generar rótulos de cada uno de los negocios de una manera más estética y armónica de los elementos gráficos logrando generar un ambiente tranquilo y sobre todo fomentar más el comercio.

De igual forma en la investigación realizada por Urgilés (2018) con el tema *Análisis de la Contaminación Visual a través del rótulo publicitario en la Av. 29 de Mayo del cantón Santo Domingo de los Colorados* da a conocer a través de las encuestas realizadas que, "... la ciudadanía mantiene una atención desfavorable con respecto a los rótulos publicitarios, ya que estos contribuyen a la contaminación visual, produciendo así una distorsión del paisaje urbano ... Por tanto, consideran prioritario el cambio de imagen en la Av. 29 de Mayo" (p.113). Todo esto mediante la aplicación de fichas de observación realizado en la Av. 29 de Mayo para obtener información útil para la elaboración de un inventario donde se aprecie las especificaciones físicas y comunicativas de los rótulos publicitarios de los locales comerciales que de acuerdo con esta investigación poder medir el grado de contaminación visual que existe, implementando recomendaciones para su reducción. En relación a esta investigación también se realiza mediante un estudio gráfico y lingüístico de la rotulación de la Av. Cevallos implementando el mismo método de fichas de observación de cada uno de los rótulos y adicional a esto implementar un manual de guía con recomendaciones de cómo se utilizaría los diferentes elementos visuales para una mejor comprensión y generar un estilo más estético y armonioso para la avenida con el objetivo de llamar la atención de diseñadores, dueños de los negocios y del municipio de Ambato para ponerlo en práctica.

De la investigación *Propuesta de un estilo gráfico de rotulación en locales comerciales para la reducción de la contaminación visual del centro de Otavalo, sector Parque Central Villavicencio* (2018) menciona que. "A través de la revisión de la bibliografía y metodologías de diseño se ha logrado fundamentar teóricamente la importancia de la utilización de un estilo gráfico en la rotulación externa para locales comerciales..." (p.84). Este estilo gráfico se implementó a base de un estudio bajo diferentes conceptos que busca la perfecta y óptima utilización de elementos visuales para la rotulación de locales comerciales empezando con la recopilación de datos para medir la resistencia de los rótulos y aspectos que influyen en el deterioro del mismo, recomendando la aplicación de acrílico, siendo un material moldeable y se adapta a las necesidades requeridas, de igual forma el estudio adecuado del contraste cromático, luminotecnia, correcta utilización de tipografía en cuestión a

tamaño y su ubicación en una área de barrido ergonómico para una adecuada identificación y lectura del rótulo. Esto también contribuye a la investigación mediante el manual ortotipográfico donde se dará a conocer el análisis de cada uno de la rotulación de la Av. Cevallos y su correspondiente recomendación en relación a la utilización lingüística y gráfica de los elementos visuales utilizados para generar propuestas gráficas o hasta una remodelación visual de cada uno de ellos.

## **1.6 Fundamentación.**

### ***1.6.1 Fundamentación Axiológica***

Como aporte comunicativo con el que se logre dar una idea diferente en el manejo de la rotulación mediante la ejecución del análisis ortotipográfico logrando un correcto uso de los valores éticos, morales, profesionales y estéticos con el fin de cambiar el entorno comercial de la Av. Cevallos en un ambiente más estilizado y armonioso, a través del manejo adecuado de los elementos visuales generando afectividad de lo que se quiere mostrar.

Siendo el valor de la persuasión el arte de convencer al ser humano, a través de la razón de corregir el comportamiento de los dueños de los negocios y los diseñadores adoptando la ortotipografía como factor principal al crear rótulos; Mediante esto llegar a generar relevancia a la Municipalidad de Ambato en el mejor control de la rotulación de la ciudad cambiando la perspectiva de que un mejor control de estos parámetros mejora la posibilidades de movimiento comercial, fomentando un ambiente seguro y libre de contaminación visual.

### ***1.6.2 Fundamentación Ontológica***

Presenta una realidad objetiva, siendo realizado el estudio en la Av. Cevallos en la ciudad de Ambato donde existe una gran variedad de locales comerciales en donde cada uno cuenta con su rotulación respectiva estableciendo el análisis de cada uno de ellos, conociendo cada una de sus errores lingüísticos y gráficos, extrayendo los aspectos en donde más existe errores para poder implementar en el manual las recomendaciones adecuadas para lograr corregir dichos errores.

Con lo cual se detalla la justificación del tema del proyecto centrándose en el análisis ortotipográfico de la rotulación externa, a fin de conocer como esta su estado y como manejan cada uno de los elementos gráficos como medio de comunicación para dar a conocer sus productos o servicios. Y además saber si estos están regidos a la normativa de medios visuales establecida por la Municipalidad de la Ciudad de Ambato, y si fuera el caso de que no existe un control adecuado de la normativa poder presentar una propuesta en base a la investigación teniendo como objetivo generar un ambiente más estilizado a la vista de todas las personas y hasta de extranjeros que visitan nuestra ciudad y estos regresen.

### ***1.6.3 Fundamentación Legal***

Según la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda, en el Cantón Ambato (2001) del cual el presente proyecto de investigación se encuentra fundamentado con los siguientes artículos:

**Art. 1.-** Son objetivos de esta ordenanza:

a) Preservar la integridad de los sitios públicos y edificaciones de interés histórico – cultural y de ser posible, mantener intacta y mejorar la característica estética, urbana, paisajismo y arquitectónico de la zona donde se colocaren los medios visuales;

**Art. 2.-** La regulación, autorización y control sobre los medios visuales que se instalen en el cantón, se lo realizará a través de la Sección Control Urbano del Departamento de Planificación y la Comisaría de Plazas, Mercado y Vía Pública.

#### **De la Instalación y Colocación**

**Art. 8.-** La colocación de placas, tableros, insignias, carteles y anuncios de cualquier especie en las fachadas, muros medianeros, techos de los edificios, parques, jardines, aceras, parterres de avenidas, etc., se sujetarán a las condiciones que el Departamento de Planificación exija, para no perjudicar al aspecto decorativo o la estética de los edificios.

#### **De las Prohibiciones**

**Art. 18.-** Se prohíbe estrictamente:

1) La colocación de cualquier elemento referido en esta ordenanza, en edificios públicos o institucionales, declarados en Patrimonio Histórico y Cultural.

2) No se permitirá la instalación de anuncios que obstaculicen la visibilidad o causen - perturbación a terceros.

3) No se permitirá la instalación de anuncios en las azoteas de edificios residenciales.

4) No se permitirá la instalación de rótulo tipo bandera (dispuestos perpendicularmente hacia la pared) en edificaciones sin retiro frontal.

5) Se prohíbe a los establecimientos comerciales colocar mostradores de exhibición de productos, o pancartas móviles ocupando las aceras públicas.

6) Se prohíbe la colocación de carteles de propaganda en los balcones de los inmuebles.

7) En caso de que un edificio tuviere colocados rótulos en un número tal que hayan cubierto hasta el 30% de la fachada, se prohíbe la inclusión de otros.

8) Se prohíbe expresamente, la inclusión de elementos o figuras de carácter pornográfico o que atenten contra la integridad de personas o instituciones, en todo tipo de anuncios publicitarios o propaganda visual.

### **De las Infracciones y Sanciones**

**Art. 19.-** Es función de la Comisaría de Vía Pública, el control de:

a) La legalidad en la instalación de los elementos colocados a través de los permisos correspondientes;

b) El fiel cumplimiento de las disposiciones técnicas de esta ordenanza; y,

c) Detectar si los rótulos instalados se encuentran en mal estado físico, descoloridos, o con faltas de ortografía, o que se usen inadecuadamente términos en

idioma extranjero a excepción del nombre, debiendo obligarse a su propietario, que corrija lo defectuoso.

**Art. 20.-** Las infracciones a la presente ordenanza, serán sancionadas por la mencionada Comisaría previa la formación del respectivo expediente, con la aplicación de una multa equivalente al valor de la tasa correspondiente que debería haberse cancelado y el retiro del rótulo al infractor, cantidad que será cancelada en la Tesorería Municipal en forma inmediata, o incluyéndose en la carta de pago del impuesto anual al predio urbano del propietario mediante coactiva. Una vez cancelada la multa; el rótulo será devuelto al propietario, para su correcta colocación; en caso de ser necesario, el rótulo sancionado será devuelto posteriormente a la instalación de un nuevo elemento que reúna las condiciones exigidas en esta ordenanza.

## 1.7 Categorías fundamentales.

### 1.7.1 Redes Conceptuales. Jerarquización de variables.

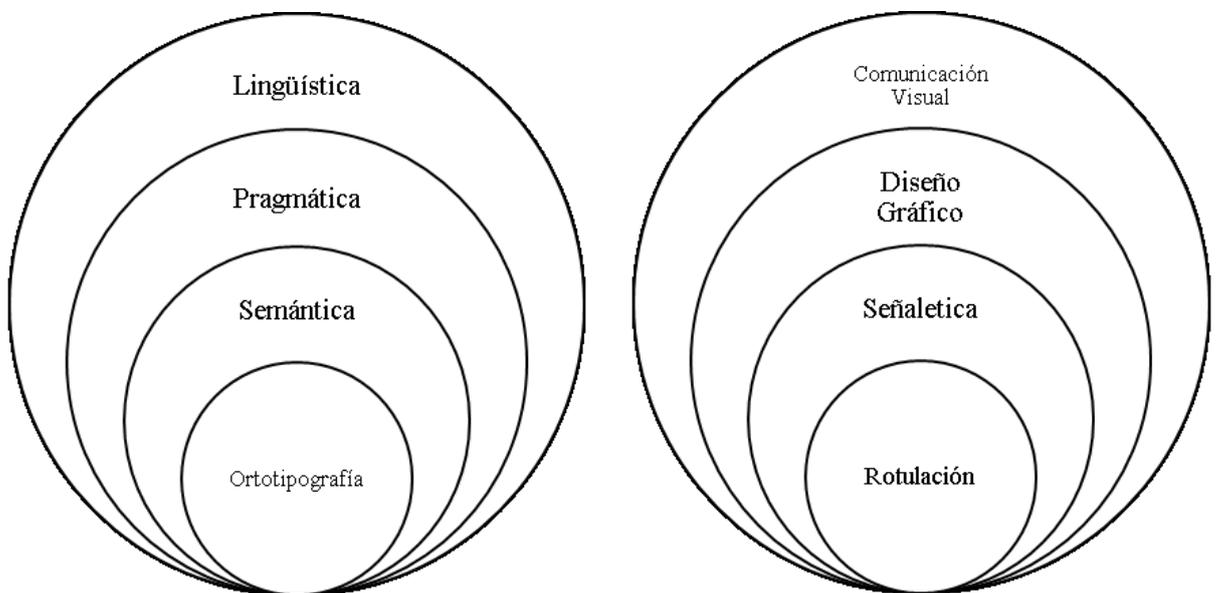


Gráfico 2. Jerarquización de variables

Fuente: Elaboración por el autor

### 1.7.2 Constelación de ideas.

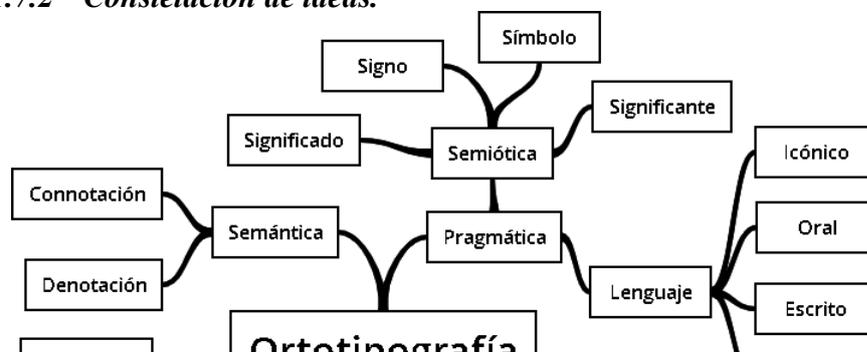


Gráfico 3. Constelación de ideas de la variable independiente

Fuente: Elaboración por el autor

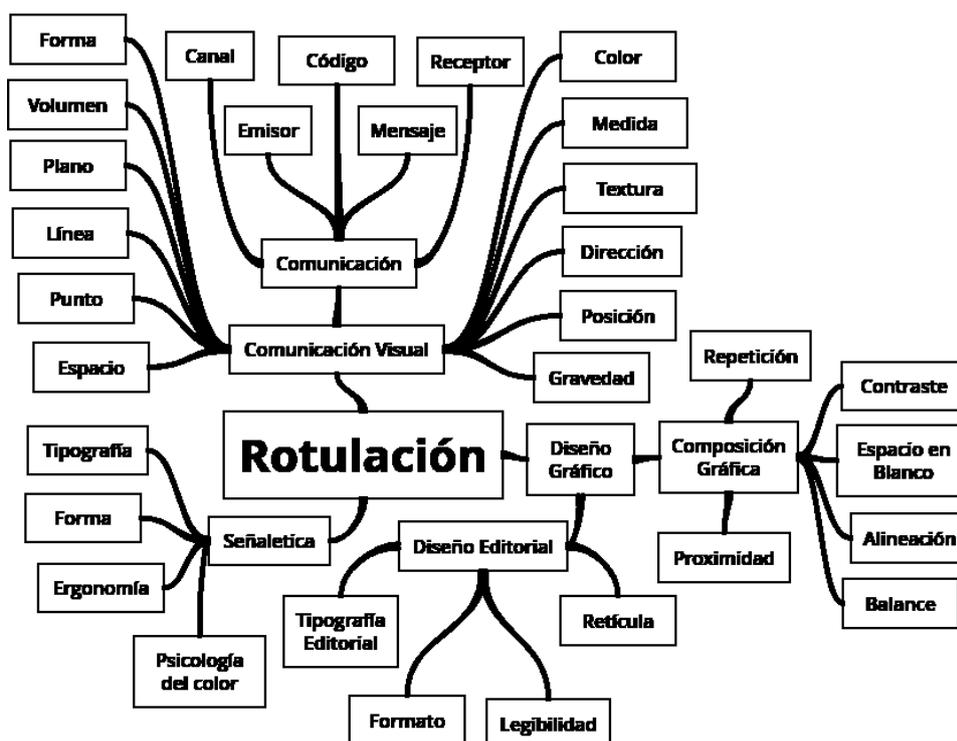


Gráfico 4. Constelación de ideas de la variable dependiente

Fuente: Elaboración por el autor

## 1.8 Bases Teóricas

### 1.8.1 Lingüística

Saussure (2020) en el libro *Curso de Lingüística General* menciona que. “La materia de la lingüística está constituida en primer lugar por todas las manifestaciones del lenguaje humano, ya se trate de pueblos salvajes o de naciones civilizadas, de épocas arcaicas, clásicas o en decadencia” (p.81). Es primordial saber de antemano que la lingüística trata sobre las manifestaciones del lenguaje humano, es decir las diferentes formas de expresión que con el transcurso del tiempo se han ido creando a través de la interacción verbal entre las personas que hoy en día están estructuradas para poder comunicar algo de una forma correcta.

Pese que la lingüística está relacionada con otras ciencias, existe pocas personas que tienen ideas claras y la ponen en práctica siendo evidente más en personas interesadas en el manejo de textos como es historiadores, lectores, entre otros que manejan correctamente el lenguaje, pero lo que se busca es que no solamente se limite, sino también que sea expuesto a la sociedad que a través de esta investigación se pretende dar el punto de partido para construir mensajes y expresiones claros que cumplan con el objetivo de cada negocio.

### ***1.8.1.1 Gramática***

De acuerdo con la Gramática Simple define que. Peñate (2010) La gramática estudia los fundamentos de una lengua y su contenido semántico, estableciendo la moderna gramática que cree que todos somos portadores de reglas gramaticales que el estudioso descubrirá en nuestras mentes y la vieja gramática que se definía como el arte de escribir y hablar correcta y finalmente la Gramática diacrónica que analiza la evolución de la lengua. En conclusión, la gramática tiene no solamente un aspecto que se debe conocer sino también que la gramática se puede generar por si sola a través de la lectura y el ejercicio mental para expresarse correctamente de forma verbal o oral y como esta va evolucionando con el paso del tiempo. Siendo parte de la gramática:

**Morfología:** No es más que el estudio de los morfemas que son las unidades lingüísticas más pequeñas dotada de significación.

**Sintaxis:** Estudia el orden y la relación de las palabras en la creación de la oración.

**Fonética:** Es una rama experimental y aplicada de la fonología que estudia la articulación de los sonidos en el habla de acuerdo con la fisiología de unos determinados órganos.

**Fonología:** Estudia los fonemas o descripciones teóricas de los sonidos vocálicos y consonánticos de la lengua.

Con respecto al libro Gramática y Ortografía básicas de la lengua española da a conocer que.

El estudio de la gramática y la preparación de normas gramaticales han sido, desde los principios estatutos académicos, una labor imprescindible junto a la elaboración de diccionarios: en el diccionario se definen las palabras; en la gramática se explica la forma en que los elementos de la lengua se enlazan para formar textos y se analizan los significados de estas combinaciones (RAE, 2019).

De este modo la gramática esta siempre presente en el desarrollo de cualquier trabajo académico en donde se prioriza en el buen manejo de palabras y la forma que se relacionan para una comprensión de conceptos o formas de expresión.

### ***1.8.1.2 Ortografía***

En el libro el secreto de la ortografía menciona que. Rojas (2017) La ortografía siempre va a ir de la mano con la cultura, es decir la sociedad, reflejará una mejor acogida a quienes lo dominan, dando una buena imagen social asegurando una correcta comunicación, ya sea de formar oral o escrita para que el mensaje se transmita de manera adecuada. En conclusión, se debe estudiar a fondo la ortografía porque existe un sin número de reglas y excepciones que se debe emplear al momento de escribir logrando así generar textos gramaticales que expresen ideas secuenciales y coherentes para evitar malentendidos o distorsión del mensaje hacia los clientes.

De acuerdo con el enfoque funcional y comunicativo de la ortografía define que.

La ortografía es la rama de la gramática que se ocupa del empleo correcto de las letras y de los demás signos de la escritura. La evolución de la misma ha estado

regulada por la utilización combinada y jerarquizada de tres criterios universales: la pronunciación, la etimología y el uso (González,2016, pág. 16).

Este concepto es de verdad importante tenerlo presente al momento de crear en este caso los mensajes destinados a los rótulos de los negocios, debido a que en la actualidad se pueden apreciar ciertos errores que perjudican la visibilidad del producto o servicio que brindan, por ende se debe implementar estos tres criterios para saber el origen de cada palabra que se desea poner si es fácilmente comprendido para las personas y si el uso de este genera relevancia dándole el uso adecuado de los elementos visuales.

Según Bahamondes (2011) en su documento lingüístico ortografía: Teórica y Práctica menciona que.

La ortografía es la parte de la gramática que aporta las normas o reglas para escribir de manera correcta, usando adecuadamente las letras, la acentuación y los signos de puntuación y signos auxiliares, es decir, ortografía acentual, puntual y literal. **Ortografía Acentual:** es aquella que estudia el uso correcto del acento y tilde. **Ortografía Puntual:** Son conocidos como los signos de puntuación que son herramientas de la escritura surgidos con el objeto de hacer más entendible un texto. Se utilizan, principalmente, para indicar pausas y énfasis y sentidos. **Ortografía Literal:** Se preocupa de regular el correcto uso de las letras, especialmente las que pudieran presentar dificultad en su escritura (págs. 0- 11 - 39).

Mediante esto se puede ver que no solamente se debe quedar con el concepto de ortografía sino se debe también tomar mucho en cuenta en su uso acentual, puntual y literal para aplicarlo en la vida cotidiana de manera eficaz, que en este caso de estudio es primordial porque al utilizar aquellos aspectos se puede tener un mensaje claro a los clientes de lo que ofrece o el servicio que brinda sin tener que agregar más elementos innecesarios que muchas veces cae en la contaminación visual.

### ***1.8.2 Pragmática***

En el libro la introducción a la pragmática define que. Escandell (1996) Se entiende por pragmática el estudio de los principios que controlan el uso del lenguaje en la comunicación, es decir, las condiciones que determinan tanto el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante en una situación comunicativa concreta y de igual forma la interpretación por parte del destinatario. Esto con lleva a que la pragmática es una disciplina que toma en consideración aquellos factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje entre ellos está el emisor, destinatario, intención comunicativa, contexto verbal, situación o conocimiento del mundo como punto de partida para conocer qué es lo que se quiere comunicar o dar a conocer mediante el habla y también las formas de expresión y actitudes de los usuarios.

Según Escandell et al. (2020) en su libro Pragmática mencionan que. “Una de las distinciones fundamentales de la Pragmática, al abordar el análisis del significado del enunciado, es la distinción de Paul Grice entre lo que un hablante dice – lo dicho, por un lado, y lo que implica al decir lo que dice – la implicatura, por otro” (p. 7). Esto quiere decir que un enunciado puede ir más allá de lo que se quiere comunicar, incluyendo a las implicaturas de dicho enunciado, que dichas implicaturas es algo que el hablante recomienda o implica, aunque no se exprese literalmente. Las implicaciones pueden ayudar a comunicar de una manera más eficiente que decir explícitamente todo lo que se desea comunicar.

### ***1.8.2.1 Semiótica***

Saussure (1977) determina que la semiótica es la ciencia que estudia la vida de los signos existentes en la sociedad con el objetivo de conocer la estructura del lenguaje, no solo de las lenguas naturales, que son objeto de estudio de la lingüística, sino de otros sistemas de significación. También propone entender el signo a través del símil que lo compara con las caras de una moneda: una de ellas es el significado, es decir, el concepto al que refiere el significante, que es la imagen acústica de la palabra que nombra ese concepto.

En el libro semántica para principiantes en relación con el signo, da a conocer que.

En la semiótica, los “signos” son unidades significativas que toman la forma de palabras, de imágenes, de sonidos, de gestos o de objetos. Tales cosas se convierten en signos cuando les ponemos significados. Para los fines analíticos de la semiótica (en la tradición de Saussure), cada signo se compone de: un **significante** la forma material que toma el signo y el **significado** el concepto que éste represente (Chandler, 1998, pág. 21).

Estos aspectos en la actualidad son indispensables utilizarlos al momento de crear los diferentes artes visuales al ser el significante la imagen-sonido y al significado como un concepto mental constituyendo la unidad del signo lingüístico que puede ser percibida por la gente por medio de los sentidos y que posibilita representar enteramente un acontecimiento comunicativo, que en este caso vendría hacer la interpretación que los usuarios tienen al apreciar los diferentes rótulos que pueden ser buenos que puedan entender lo que se está ofreciendo rápidamente o malos que muchas veces acumulan un sin número de elementos visuales que cansan la vista y terminan confundiendo al usuario buscando otros negocios más confiables.

Por otro lado, la comparación entre el signo y el símbolo según Saussure (2020) establece que. “Lo característico del símbolo es no ser nunca completamente arbitrario. No está vacío, hay un rudimento de lazo natural entre el significante y el significado. El símbolo de la justicia, la balanza, no podría ser reemplazado por cualquier otro ...” (p.25). Esto quiere decir que el símbolo no tiene un significado limitado en cambio representan algo en particular que pueden ser figuras o imágenes que son utilizados para referirse a una realidad de una forma metafórica.

### ***1.8.2.2 Lenguaje***

Según Castruita (2010) en su libro de lenguaje y literatura define que. “Lenguaje es la habilidad humana para comunicarse por medio de símbolos. La lengua existe por sus elementos organizados, pero también prevalece porque impone un marco para la expresión del pensamiento” (p. 13). Siendo el lenguaje y el pensamiento dos elementos que mejoren la estructura del pensamiento y permite conocer la realidad que nos rodea logrando de igual forma que el pensador logre hacerse comprender. Siendo esto para el desarrollo de los rótulos de igual forma importante porque así se

puede crear un mensaje de fácil comprensión en función del entorno social donde se encuentran instalados a la vista de todo público.

En relación con los tipos de lenguaje en el libro de lenguaje y literatura definen que.

El lenguaje oral se da cuando la comunicación se lleva a cabo mediante la palabra hablada. Esto constituye un factor importante en la convivencia de un grupo social determinado, además, es un medio determinante como factor de sociabilización ... Regresando al lenguaje escrito, a este también se le conoce como gráfico, pues para su uso se requiere de una serie de signos llamados grafía, ... Grafía, del griego *grappé*, acción de escribir (Castruita, 2010, págs. 14-15).

De igual forma es primordial saber sobre estos conceptos ya que muchas veces existe formas de expresión propias del lugar de estudio que conforman conceptos pero muchas veces al decirlo de forma oral se puede escribir mal colocando tal cual su pronunciación que se puede ver llamativo y gracioso a la vez pero puede perjudicar al negocio tras visualizarse como una empresa poco profesional al no tener un estudio previo para generar un mensaje más estructurado logrando plasmarse en la mente de quien escucha.

González (2015) nos explica que el lenguaje icónico está formado por símbolos básicos y busca diferentes maneras de poder unirlos para expresar algo, siendo en la actualidad el más aplicado en cada uno de los rótulos en relación con colores, formas, texturas entre otras en una imagen de algún producto o servicio. Por otra parte, el lenguaje Kinésico es una parte de la comunicación no verbal que estudia el significado expresivo de los movimientos corporales y gestos que una persona puede reflejar mediante una fotografía por ello se debe implementar imágenes correctamente porque pueden producir malentendidos o no tener relación con lo que ofrecen.

### ***1.8.3 Semántica***

Según Espinal et al. (2014) en su libro semántica define que. “La semántica trata sobre el significado lingüístico de las palabras y el significado resultante de su

combinación...se basa fundamentalmente en parámetros lingüísticos y estructurales...persigue explicar el significado lingüístico” (p.13). La semántica en general es el significado que expresamos mediante el lenguaje natural siendo emitido a través de expresiones lingüísticas que utiliza signos de la lengua para crear un mensaje con la intención de llegar a alcanzar un objetivo establecido.

En relación con la denotación y connotación en el libro semiótica para principiantes define que.

La denotación y la connotación son términos que describen a la relación entre el signo y su referente. La denotación tiene a describirse como el significado definicional o literal de un signo; mientras que la connotación se refiere a sus asociaciones socio – culturales y personales (ideológicas, emocionales, etc.) (Chandler, 1998, pág. 61).

Estos conceptos hay que tomarlos mucho en cuenta al momento de crear los artes publicitarios no solamente en la rotulación también en los demás medios de difusión, debido a que los mensajes que se suelen emplear de forma denotativa tienen un significado más universal comprendido en todos los usuarios por igual, por otro lado, la forma connotativa tiende abarcar significados figurativos, implícitos o particulares dando que pueden tener más de un significado.

#### ***1.8.4 Ortotipografía***

Según Martínez de Sousa (2014) define que. “La Ortotipografía es el conjunto de usos y convenciones particulares por las/los que se rigen en cada lengua la escritura mediante signos tipográficos” (p.399). Relacionados así en el uso correcto de familias, estilos tipográficos y de igual forma de la ortografía, dándole paso a la diacrisis que otorga un valor especial a una unidad gráfica que en la rotulación se debe tomar en cuenta al querer destacar algo importante del negocio que se lo puede implementar mediante de una correcta utilización de la tipografía otorgando distinción a otros rótulos de la competencia.

Sobre la Ortotipografía para diseñadores menciona que. “La ortotipografía estará presente allí donde haya textos, letras, signos, símbolos, etc. Y todos ellos aparecen

en gran cantidad de mensajes gráficos.” (Álvarez, 2013. pág. 11). Siendo un concepto muy claro para poder iniciar esta investigación conociendo de inicio que la ortotipografía debe estar siempre presente y debe ser tomado en cuenta por los diseñadores ya que es el conjunto de normas que ayudará a conocer y a aplicar correctamente todos los signos y símbolos para una tipografía y ortografía correcta en los diferentes artes publicitarios logrando tener una correcta organización de elementos visual permitiendo dar a conocer un mensaje más claro y conciso.

### ***1.8.5 Rotulación***

De acuerdo con el artículo de la web sobre el origen de la rotulación menciona que.

La rotulación es distinguida por ser un dibujo de caracteres sobre un estándar o regla. En los carteles o vallas publicitarias, podemos observar, ya sea de cerca o de lejos, un conjunto de letras, tamaños y formas distintas, pero que tienen legibilidad (Pingraf, 2018).

Hay que resaltar que la rotulación ha existido desde ya hace mucho tiempo atrás desde que surgió la necesidad del hombre de comunicarse y expresar sus ideas con el fin de influir y llamar la atención de las personas, utilizando diferentes formas de expresión en relación con tipografía, imagen, cromática, entre otras, teniendo un escenario óptico de conexión entre los usuarios.

Es importante también resaltar que la rotulación es un sistema que no puede faltar a la hora de dar a conocer un negocio creado con diferentes materiales adecuándose a las necesidades que estas presenten, ya que el poder de compra de los consumidores alcanza un 70% convirtiendo al rótulo en una herramienta fundamental para cualquier negocio.

### ***1.8.6 Señalética***

Según Costa (1989) en su libro Señalética indica que. “Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos” (p.9). Como afirma el autor la señalética es una de las formas más específicas y evidentes

de la comunicación funcional siendo estas las formas de comportamiento verbal y no verbal que emplean las personas para expresar sus necesidades, sentimientos, pensamientos y preferencias, con la finalidad de construir un concepto adecuado y este sea entendido por parte de los usuarios.

De acuerdo con la tipografía en los sistemas de señaléticos menciona que. “Las tipografías para señales son especialmente creadas para facilitar la legibilidad incluso en las situaciones más desfavorables. Sus formas suelen ser bastantes neutrales, con trazos abiertos y sencillos” (Señalética, 2011). Siendo esta la manera más recomendable de utilizar la tipografía en la rotulación de los negocios con el fin de ser entendido de manera rápida, evitando colocar elementos que saturen el arte y por ende el mensaje.

En cuestión a la ergonomía en el diseño (Morgenstern, 2011) en su blog define que. “Es la disciplina que estudia las relaciones que se establecen recíprocamente entre el usuario y los objetos de uso, al desempeñar una actividad cualquiera, en un entorno definido”. Tomando en cuenta que la ubicación correcta de la rotulación debe ir de la mano con las normas de diseño teniendo óptimos resultados para su efectividad evitando una desviación superior al 10% del ángulo de visión humana.

Con relación a la Psicología del color en el libro principios de color y holopintura define que.

La Psicología de color se refiere al estudio de efecto del color sobre el comportamiento humano y los sentimientos...Cada uno reacciona ante un estímulo de color según su propia idiosincrasia, pero existen de manera general reacciones comunes ... La influencia del color en el comportamiento y la conducta humana puede ser observada bajo una triple acción del color:

1. Impresiona al que lo percibe, por cuanto que el color se ve, y llama la atención.
2. Tiene capacidad de expresión, cada color provoca una reacción o emoción. Los colores están asociados con estados de ánimo o emociones.

3. Capacidad de comunicación, cada color posee un significado propio y adquiere el valor de un símbolo, capaz por tanto a comunicar una idea (Valero, 2013, pág. 195).

La psicología del color cuenta con una amplia gama de aspectos muy esenciales al momento de crear un arte publicitario dándole un valor agregado a su mensaje permitiendo transmitir emociones hacia el usuario logrando llamar su atención reflejando orden y confianza del producto o servicio que se ofrece.

### ***1.8.7 Diseño Gráfico***

Frascara (2017) en el libro enseñando diseño menciona que. “El diseño se centra en el usuario, y ayuda a transformar situaciones mejores. No se centra en la creación de comunicaciones, objetivos, servicios o lo que sea; estos son los medios usados para alcanzar los objetivos deseados.” (p.10). Siendo el Diseño Gráfico hoy en día una disciplina clave en el desarrollo de ideas creativas para resolver las necesidades del usuario, implementando lo elementos formales del diseño para poder comunicar un cierto mensaje correctamente mediante gráficos, ilustraciones, tipografía, cromática, entre otros.

### **Composición Gráfica**

Según Dondis (1989) en su libro sintaxis de la imagen da a conocer que.

La composición es la disposición de elementos diversos para expresar decorativamente una sensación. En segundo lugar, la composición es una disposición de los elementos para crear un todo satisfactorio que presente un equilibrio, un peso y una colocación perfecta de esos elementos (p.18).

En toda composición gráfica debe existir un conjunto de elementos visuales de una forma equilibrada y ordenada siendo capaces de poder aportar un significado de forma correcta el mensaje o idea al receptor de que quiere transmitir cada uno de los negocios a través de su rótulo y sobre todo mejorar el aspecto estético dando una mejor visualización de cada uno de ellos.

Por eso es recomendable la utilización de los principios básicos del diseño que son:

### **Equilibrio y Balance**

El equilibrio es la referencia visual más fuerte y firme del ser humano y por lo tanto es una base consciente e inconsciente para la formulación de juicios visuales que implica la necesidad de evitar grandes espacios en blanco, logrando una correcta disposición entre los textos, dibujos u otros elementos de la composición.

### **Contraste**

El contraste genera distinciones que nos permiten enfatizar o resaltar los elementos clave. Aunque el contraste generalmente se aplica mediante el color, en realidad esta es una yuxtaposición de varios elementos del diseño como es texturas, tipografía, formas o incluso líneas.

### **Proximidad**

La proximidad es la relación de como encajan los objetos en una composición. A través de la agrupación o cercanía de elementos creando relaciones de orden y coherencia que simplifiquen el entendimiento del mensaje que se planea transmitir a través del diseño.

### **Alineación**

No es más que el orden natural del diseño proporcionando cuerdas invisibles percibidas mediante la vista o de forma mental que unifiquen los elementos de un diseño creando una conexión visual entre ellos, diciendo a los lectores que el conjunto de elementos pertenecen a la misma pieza y esto, a su vez, crea un diseño más nítido y organizado.

### **Repetición**

Este principio del diseño se basa en un esfuerzo por unificar un diseño repitiendo elementos a lo largo de toda la pieza. Utilizando una paleta de colores, formas, texturas, tamaños y tipografías damos origen a lo que conocemos como módulos que puede ser implementando, dándole coherencia para el diseño.

## **Espacio en Blanco**

Este principio es conocido como el arte de la nada, que habla de la ausencia de texto y gráficos entre los elementos. El espacio en blanco expresa la necesidad de evitar el exceso de información, y reduce el diseño a lo esencial dando importancia a la expresión “menos es más” (Vinader, 2019).

Cada uno de estos principios es interesante ponerlos en práctica, en la creación de diseños para un rótulo u otro tipo de arte publicitario pero a mi opinión personal todos serian primordial implementarlos para mejorar los lineamientos del diseño pero el principio que encajaría para mi objeto de estudio seria el espacio en blanco porque se busca recomendar a diseñadores, dueños de negocio y entidades municipales optar por diseños minimalistas que van directo a lo que se quiere vender o ofrecer sin tener que aumentar más elementos innecesarios.

## **Diseño Editorial**

Según Zappaterra & Caldwell (2014) en su libro *Diseño Editorial: Periódicos y revistas / medios impresos y digitales* argumenta que. “El diseño editorial es el diseño de publicaciones periódicas: revistas impresas que salen a la venta en más de una ocasión y que, por lo general, tienen una apariencia y transmiten una sensación características y únicas” (p.8). El Diseño Editorial es el tipo de diseño que tiene un mejor control de la ortotipografía en cada una de sus creaciones, al ser ligada con la lingüística que tienen lineamientos estrictos para sus publicaciones, ya que mediante este puede entretener, informar, instruir, comunicar o educar a sus lectores quienes son personas que les gusta leer y ampliar su vocabulario, por ello debe tener una jerarquía visual bien ordenada y de igual su correcta redacción evitando cometer faltas ortográficas que perjudiquen el entendimiento de la obra literaria, revista, comic, manual, entre otras.

Entre los aspectos a resaltar dentro del Manual de Diseño Editorial mencionan que.

## **Legibilidad**

Por ello entendemos “la calidad que tiene un escrito de ser legible”. Entonces, si el lenguaje tiene muchas dimensiones, la legibilidad también ha de tenerlas, pues abarca desde la percepción correcta y expedita del formato editorial hasta el adecuado descifre de los caracteres.

### **Tipografía Editorial**

La tipografía está sometida a una finalidad precisa: comunicar información por medio de la letra impresa. Ningún otro argumento ni consideración puede librarla de este deber. La obra impresa que no puede leerse se convierte en un producto sin sentido.

### **Formato**

Una de las características que ilustra la ventaja de trabajar con formatos normalizados es su comportamiento en la ampliación y la reducción.

### **Retícula**

El sistema de retículas introduce el concepto de campo o modulo que significa cada una de las parcelas en las que se divide la mancha tipográfica (De Buen, 2000, págs. 39-42-146-216).

Estos aspectos resaltados en esta parte son escogidos para contribuir en el desarrollo de la rotulación, tomando como aspectos principales la legibilidad y la tipografía que son la base de cualquier trabajo publicitario debido a que si no se entiende se convierte en un producto sin sentido alguno. De igual forma el formato con el que se trabajara debe ir acorde con nuestro público dándole mejor flexibilidad al momento de leerlo y finalmente la retícula como factor que conlleva a una mejor organización de elementos.

### ***1.8.8 Comunicación Visual***

Con respecto al nuevo paradigma del diseño de comunicación visual situado en el campo de una sociología de la cultura expresa que.

El diseño de comunicación visual es una disciplina transversal de información. El, aporta asimismo su lenguaje específico a las demás disciplinas del diseño. Su objetivo es hacer el entorno más inteligible y mejor utilizable, contribuir a la calidad de vida de las personas y a la sociedad del conocimiento (Costa, 2014, pág. 101).

Esto quiere decir que la comunicación visual es la clave para persuadir efectivamente al público objetivo en las diferentes disciplinas del diseño, siendo está la transmisora de ideas e información mediante elementos visuales creativos que permita expresar un mensaje de forma clara y concisa hacia el usuario.

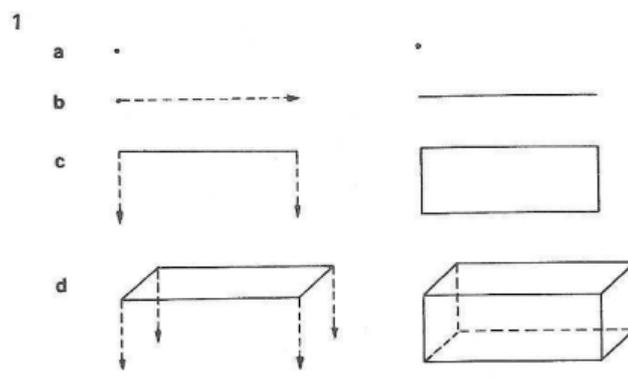
En la fundamentación del diseño bi- y tri- dimensional dan a conocer los elementos formales del diseño estableciendo que.

**Punto:** Indica posición. Es el principio y fin de una línea (fig1. 1a).

**Línea:** Cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en una línea. Tiene posición y dirección (fig1. 2b).

**Plano:** El recorrido de una línea en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en plano (fig1. 3c).

**Volumen:** El recorrido de un plano en movimiento se convierte en volumen. Tiene posición en el espacio y está limitado por planos (fig1. 4d).



### Gráfico 5. *Elementos conceptuales*

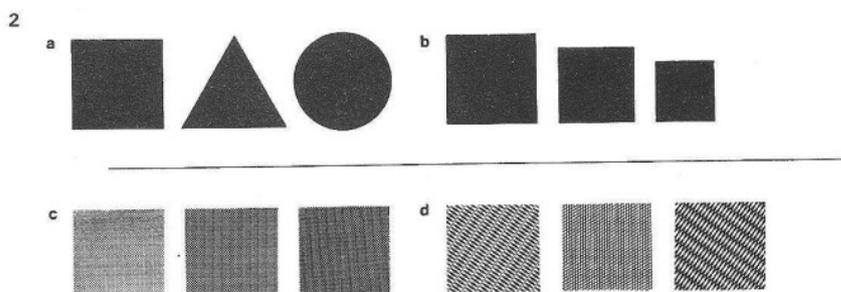
Fuente: Wong, 1991. Fundamentación del diseño bi- y tri-dimensional. [Figura].

**Forma:** Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción (fig2. 1a).

**Medida:** Todas las formas tienen un tamaño. El tamaño es relativo si lo describimos en términos de magnitud y de pequeñez, pero asimismo es físicamente mensurable (fig2. 2b).

**Color:** Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, comprendiendo no solo los del espectro solar sino asimismo los neutros, tonales y cromáticas (fig2. 3c).

**Textura:** La textura se refiere a las cercanías en la superficie de la forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa, y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista (fig2. 4d).



### Gráfico 6. *Elementos Visuales*

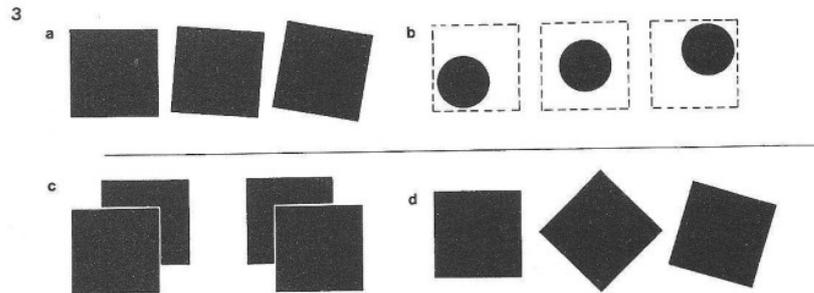
Fuente: Wong, W. (1991). Fundamentación del diseño bi- y tri-dimensional. [Figura].

**Dirección:** La dirección de una forma depende de como está relacionada con la perspectiva del usuario, con el marco que la contiene o con otras formas que se encuentran cerca de ella (fig3. 1a).

**Posición:** La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o la estructura del diseño (fig3. 2b).

**Espacio:** Las formas de cualquier tamaño, por pequeñas que sean ocupan un espacio (fig3. 5c).

**Gravedad:** La sensación de gravedad no es visual sino psicológica. Tal como somos atraídos por la gravedad de la Tierra, tenemos tendencia a atribuir pesantez o liviandad, estabilidad o inestabilidad, a formas o grupos de formas individuales (fig3. 4d) (Wong, 1991, págs.11-12).



*Gráfico 7. Elementos de Relación*

Fuente: Wong, W. (1991). Fundamentación del diseño bi- y tri- dimensional.

[Figura].

### **Comunicación**

Según Frascara (2013) en su libro diseño de comunicación establece que. “El diseñador de comunicación visual trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido” (p.24). Por ende, el diseñador trabaja en la efectividad, la belleza y el orden de los elementos a utilizar con el fin de planificar y estructurar la comunicación a través de elementos visuales para posteriormente evaluarlo en la recepción del mensaje que se quiere dar a conocer a los usuarios o público objetivo.

En el libro la enseñanza del diseño en comunicación en cuestión a su proceso define que.

**Emisor:** El emisor es quien elabora y formula el mensaje.

**Mensaje:** Es lo que se presenta a los sentidos, su organización responde a un determinado código.

**Código:** Entendemos por código las reglas de elaboración y combinación de los elementos de un mensaje reglas que deben ser conocidas tanto por el emisor como por el receptor.

**Canal o Medio:** Los medios constituyen los elementos materiales que sirven para difundir y para poner en circulación los mensajes.

**Receptor:** Entendemos como receptor al individuo, grupo o institución que interpreta un determinado mensaje desde su respectivo marco de referencia (Rollié, 2004, pág.29).

Mediante estos conceptos básicos de la comunicación se entiende claro que la comunicación no es solamente del emisor y receptor, en cambio, existen acciones que se ponen en práctica desde que se elabora la idea codificándolo por el emisor para poder comunicar a través de un medio oral o escrito bajo un mismo código que es relativamente el idioma para su mejor comprensión para finalmente llegando al receptor quien se encarga de decodificarlo.

### **Método de PANOFSKY**

En el documento llamado introducción general a los estudios iconográficos y a su metodología con relación al método de PANOFSKY menciona que.

Panofsky (1892-1968) quien sentó las bases de un método iconográfico, al concebir la iconografía como una historia del arte de los textos y de los contextos, es decir, como una aventura puramente intelectual y no como una experiencia sensible. El pensamiento de Panofsky aboga por una concepción sincrónica... donde las obras de arte se convierten en ideas, en elaboraciones intelectuales puras, y dejan de ser meras formas. Su conocimiento requiere de un análisis integral, en el que se investigue tanto acerca de su forma como sobre su significado (Rodríguez, 2005, pág.4).

La aplicación del procedimiento iconográfico e iconológico de Erwin Panofsky permite estudiar al rótulo como una pieza gráfica, más allá de su forma significativa e integra ciertos puntos del mensaje que son involucrados tanto con el emisor como el receptor. Permitiendo una mejor comprensión de los elementos visuales de una

forma integral y más allá de lo estético, ya que la mayor parte de expresiones, el mensaje y su interpretación comprende en un elemento fundamental que se unen con la representación objetiva o subjetiva del objeto.

En el artículo análisis y aplicación del método Panofsky en la actividad turística dan a conocer sobre este método dan a conocer su esencia y sus usos menciona que.

Su método estuvo dirigido, sobre todo, a descubrir simbolismos ocultos tras el aparente naturalismo de una obra y bajo tres categorías de estudio.

**La descripción pre iconográfica** analiza la obra dentro del campo estilístico formal, apelando a la información elemental que pueden ofrecernos los sentidos...

**El análisis iconográfico** hace referencia a los elementos que lo acompañan, los atributos y características de la obra...

**El análisis iconológico** estudia el contexto cultural en que fue ejecutada la obra, intentando descubrir los significados que tenían cada uno de sus elementos constitutivos en su tiempo y en su contexto histórico (Armendáriz, Sosa & Puca, 2013, pág. 31).

Las categorías de estudio que plantea Panofsky en relación con la rotulación y el manejo de los elementos visuales permite tener un estudio detallado de la iconografía que se ocupa dentro de ellos, siendo la primera la encargada de detallar que sentidos podremos activar en los usuarios mediante el manejo de elementos en relación con su altura, profundidad, colores entre otras. Con respecto a al análisis iconográfico aquí se comprende como se relaciona los iconos con la composición que se diseña para saber si tiene alguna relación y contribuya a una mejor transmisión del mensaje a simple vista. Y finalmente el análisis iconológico que va de la mano de la cultura estudiando cada aspecto en su entorno, influencias y modas que se crean en dentro de una sociedad teniendo un significado peculiar, pero sirve de mucho para llamar la atención de los usuarios de una manera más directa e informal.

### **1.9 Formulación de hipótesis.**

**HO:** La rotulación en la Av. Cevallos de la ciudad de Ambato conto con el análisis ortotipográfico para su creación.

**H1:** La rotulación en la Av. Cevallos de la ciudad de Ambato no conto con el análisis ortotipográfico para su creación.

### **1.10 Señalamiento de las variables.**

**Variable Dependiente:** La Rotulación

**Variable Independiente:** La Ortotipografía

## **CAPÍTULO II**

### **2. METODOLOGÍA**

#### **2.1 Método**

Para el desarrollo de esta investigación se implementará el método inductivo partiendo de la observación directa de mi objeto de estudio para reunir datos relevantes y a través de ellos generar lineamientos para el mejor uso de los elementos gráficos visuales. De igual manera mediante el método deductivo se organizará aquellos datos para generar conclusiones y colaborar en la mejora del uso de la ortotipografía en la creación de los artes publicitarios.

### ***2.1.1 Enfoque de la investigación***

La presente investigación se basará en un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo, puesto que el análisis se acudirá directamente al objeto de estudio en donde se encuentra una gran variedad de rotulación exterior y poder saber en qué plano se encuentra el tema a investigar.

Mediante el método cualitativo se observará cada uno de los rótulos, puesto que cada uno posee sus propias características a analizar, mediante el método de observación se recopilará información del entorno mediante el registro fotográfico para sacar aspectos relevantes de cada uno de ellos mediante la implementación de una ficha de parámetros de análisis gráfico (fig.1). Respaldado con el método cuantitativo en la realización de entrevistas dirigidos a dueños de los negocios, diseñadores y entidades municipales que regulan la ordenanza. Para obtener resultados amplios generando un manual ortotipográfico sustentado para sugerir un mejor manejo de los elementos gráficos y a la vez reducir la contaminación visual generando un nuevo estilo de rotulación al objeto de estudio generando un ambiente estético y armonioso, conociendo de igual el grado de aceptación de la presente investigación para futuros proyectos en la ciudad.

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	

Composición	
Manejo de Marca	
Cromática	
Uso Tipográfico	
Ortografía	
Jerarquía de información	
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	
Orden Visual	
Descanso Visual	
Información Precisa	
No Saturación de elementos	

*Figura 1. Tabla de parámetros de análisis gráfico*

Fuente: Elaboración por el autor

### **2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación**

**Documental/Bibliográfica:** Esta investigación está respaldada por información extraída de libros y documentos de la web a través de un proceso sistemático y secuencial de recolección de datos que servirá de fuente teórica, conceptual y metodológica, aportando con los conocimientos y términos existentes en el área de estudio lingüístico y gráfico, que permitirá ampliar y profundizar sobre el tema de investigación.

**Investigación de Campo:** Se recopilará información en el lugar de los hechos mediante un registro visual de cada una de las rotulaciones existentes en la Av. Cevallos para comprender los problemas que existen al no tener conocimiento sobre

la ortotipografía en la creación de los artes publicitario de los negocios, los cuales permitirán la obtención de información relevante y precisa para la investigación.

### ***2.1.3 Nivel o tipo de Investigación***

**Exploratorio:** Según Grajales (2000) define que. “Los estudios exploratorios nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación particular” (p.2). Mediante esta modalidad ayudara a poder familiarizarse con el fenómeno a estudiar e investigar el comportamiento directo de las personas involucradas logrando obtener ideas precisas para llegar a generar un manual ortotipográfico útil y que guie de alguna manera al correcto manejo de elementos visuales.

**Descriptiva:** Según Grajales (2000) define que. “Los estudios descriptivos buscan una imagen o fiel representación del fenómeno estudiado a partir de sus características” (p.2). Este tipo de investigación permitirá la obtención de características más destacadas del problema en tiempo y espacio, permitiendo identificar las conductas, actitudes, comportamiento de los diseñadores al crear los artes publicitarios y como es la relación con los dueños de los negocios, tomando cada perspectiva para llegar a una solución del problema.

**Explicativo:** Según Grajales (2000) define que. “Los estudios explicativos pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntando a las causas de los eventos físicos o sociales.” (p.3). Mediante esto se puede explicar de manera clara y concisa de los resultados obtenidos en el campo de observación para con ello desarrollar las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **2.2 Población y muestra**

La población con la que se va a trabajar mediante un triángulo de información donde se encuentran los dueños de los negocios, diseñadores especialistas en la realización de rotulación y entidades municipales encargadas del desarrollo de la ordenanza vigente de medios visuales en la ciudad de Ambato. Realizando a cada uno de ellos entrevistas para obtener la mayor información posible.

### **Muestra**

Debido a que nuestro objeto de estudio se ubica en la avenida principal en la ciudad de Ambato se tomará a 259 locales que se encuentran en la avenida Cevallos, para el cálculo de la muestra se implementara la fórmula de muestreo aleatorio simple.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Z^2 pq + Ne^2}$$

### **En donde:**

N= Población (259 locales)

Z= Nivel de confianza 95% (1.95)

p= Probabilidad de éxito (0,5)

q= Probabilidad de fracaso (0,5)

e= Margen de error 5% (0,05)

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5) * (0.5) * 259}{1.96^2 * (0.5) * (0.5) + 259(0.05)^2}$$

$$n = 154.7$$

$$n = 155 \text{ encuestados}$$

El tamaño de la muestra es de 155 locales de los cuales se va a realizar entrevistas segmentando a dueños de negocios que se encuentra en el objeto de estudio, adicional a esto se entrevistará de igual forma a diseñadores gráficos y entidades municipales que regulen la ordenanza municipal, en base a esto se realizará una triangulación de información directa con los dueños de los negocios para obtener resultados concretos de la investigación que se necesita.

## 2.3 Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Variable Independiente: La Ortotipografía*

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
Según Martínez de Sousa (2014) La Ortotipografía es el conjunto de usos y convenciones particulares por las/los que se rigen en cada lengua la escritura mediante signos tipográficos.	Semántica	Expresiones Lingüísticas - Contacto visual	¿Cuál fue su idea al crear el rótulo para su negocio?  Conoce usted ¿Sobre la Ortotipografía?	<b>Técnica:</b>  Entrevista  <b>Instrumento:</b>  Preguntas dirigidas a Dueños de los negocios, Diseñadores especializados en rotulación y entidades municipales que regulan la ordenanza.
	Sintáctica	Manejo de la ortografía y tipografía	¿Cómo se desarrolló la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda en la ciudad?  ¿Al enviar a producir su rótulo está usted pendiente de cómo es su resultado?	

---

		¿Al diseñar un rótulo implementa los elementos formales del diseño?	Grabación de voz
		¿Cuál es el procedimiento de control de rótulos en la ciudad?	
Pragmática	Relación Usuario - Comunicador	¿Busco asesoramiento de un diseñador para el diseño de su rótulo?	
		¿Cómo influye su conocimiento con el cliente al pedirle el diseño de un rótulo?	
Ordenanza	Interpretación del significado a los usuarios	¿Cómo dan a conocer la ordenanza de medios visuales a los usuarios?	
		¿Conoce usted sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad?	
		¿Por qué años atrás los rótulos de bandera fueron retirados de la Av. Cevallos?	

---

*Fuente: Elaborado por el Autor*

**Tabla 2**

*Variable Dependiente: La Rotulación*

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
Según (2018) Rotulación es distinguida por ser el arte de hacer un dibujo de caracteres sobre un estándar o regla. Con el objetivo de influir y llamar la atención de una persona para que procese la información deseada.	Pingraf La es Comunicación Visual	Diseño Gráfico  Elementos formales del diseño  Transmisión de ideas o información	¿A dónde acudió para adquirir su rótulo para su negocio?  ¿Sus trabajos los hace con base a la ordenanza vigente de medios visuales?  ¿La ordenanza tuvo algún conceso con un diseñador gráfico para su desarrollo?  Conoce usted ¿Cómo se distribuye los elementos (letras, fotografías, gráficos) en el rótulo?  ¿Usted aplica procedimientos y técnicas para investigar, producir y difundir mensajes visuales?  ¿Cree usted que las empresas de Diseño o	<b>Técnica:</b>  Entrevista  <b>Instrumento:</b>  Preguntas dirigidas a Dueños de los negocios, Diseñadores especializados en rotulación y entidades municipales que regulan la ordenanza.  Grabación de voz

---

		Diseñadores deberían estar involucrados en la realización de ordenanza de este tipo (rotulación)?
Usuarios	Difusión	¿Alguna vez tubo multas por no cumplir con la ordenanza de medios visuales?
		¿Se toma el tiempo para ayudar al cliente a crear un rótulo más estético de acuerdo con su negocio o prefiere hacer lo que el especifique?
		¿Existen medios de difusión para conocer la ordenanza?
Publicidad	Concientización - Sugerencia	¿Estaría dispuesta a cambiar su rótulo por uno que cumpla las normas técnicas de visualización y mejore el aspecto visual de la ciudad?
		¿Cree usted que un manual que describa las normas lingüísticas (palabras) y gráficas (fotografías e imagen) ayudaría al manejo adecuado de los elementos visuales al

---

---

momento de producir un rótulo?

¿Tomarían en consideración un manual que describa las normas lingüísticas (palabras) y gráficas (fotografía e imagen) conocido como ortotipografía para reformular la ordenanza de medio visuales?

Desde su punto de vista ¿Cuánto deben conocer las empresas de Diseño o Diseñadores deberían conocer sobre la ordenanza de medios visuales o de rotulación?

---

***Fuente:*** *Elaborado por el Autor*



## 2.4 Técnica de recolección de datos

### Entrevista

**Tabla 3**

*Plan de recolección de información*

<b>Preguntas básicas</b>	<b>Explicación</b>
¿Para qué?	Analizar si la ortotipografía es implementada en la rotulación de los negocios y sugerir a la municipalidad de Ambato un mejor manejo para generar una mejor vista comercial de la ciudad.
¿De qué personas u objetos?	Población de la ciudad de Ambato.
¿Sobre qué aspecto?	La ortotipografía y rotulación de los negocios.
¿Quién?	Erick Gómez
¿A quiénes?	Dueños de Negocios, Diseñadores, entidades municipales que regulan la ordenanza.
¿Cuándo?	Julio
¿Dónde?	Av. Cevallos ciudad de Ambato.
¿Cuántas veces?	Una vez
¿Qué técnicas de recolección?	Entrevista
¿Con qué?	Con preguntas establecidas para obtener toda la información necesaria.

*Fuente: Elaborado por el Autor*

Según Sampieri (2014) con relación a la entrevista menciona que. “Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistado) u otras (entrevistados) ... a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema.” (p.403). Con el uso de esta técnica de recolección de datos a dueños de negocios, diseñadores especializados en rótulos y entidades municipales que regulan la ordenanza de medios visuales, esperamos recabar toda la información necesaria sobre el tema en cuestión. Del mismo modo permitirá tener una mejor visión para la verificación de datos. Así mismo, utilizaremos preguntas puntuales que contribuyan significativamente a la investigación acudiendo a cada uno de ellos de manera presencial.

### **Observación**

De igual forma Sampieri (2014) en su libro de la metodología de la investigación define que. “La observación cualitativa no es mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (p.399). Esta técnica de recolección de datos me permite analizar cada uno de los rótulos a través de un registro visual, permitiendo observar detenidamente la imagen y poder extraer los aspectos erróneos que se muestran en la construcción de rótulos.

## CAPÍTULO III

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 Análisis y discusión de resultados

##### Entrevistas

Después de haber realizado y aplicado los instrumentos de investigación establecidas se procedió a realizar las entrevistas a los dueños de los negocios que se encuentran en el objeto de estudio, tomando en cuenta que actualmente se ha presentado un alto grado de inseguridad por lo cual algunos de los dueños de los negocios no deseaban ser entrevistados ni encuestado por miedo a dar información sobre su negocio.

##### **DUEÑOS DE NEGOCIOS**

**Nombre del Propietario:** Daniel Torres

**Nombre del Negocio:** Emmy

**Actividad Comercial:** Venta de ropa interior y más

**¿Cuál fue su idea al crear el rótulo para su negocio?**

Los clientes conozcan el nombre del local y se familiaricen para que si nos trasladamos a otro lado sepan a donde ir.

**¿Al enviar a producir su rótulo está usted al pendiente de cómo es su resultado?**

Si, nos presentaron algunos diseños y se manejaron de acuerdo con los requerimientos que queríamos.

**¿A dónde acudió para adquirir su rótulo para su negocio?**

A una agencia de Publicidad.

**¿Busco asesoramiento de un diseñador para el diseño de su rótulo?**

Bueno hay mismo en el lugar que acudimos nos dieron asesoría y también las opciones que podríamos escoger.

**¿Conoce usted sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad?**

Si conocemos porque tiene un costo implementar el rótulo y porque teníamos un local anterior y teníamos un rótulo más grande pero el municipio decía que teníamos que colocar uno más pequeño que no obstaculice con las ventanas.

**Conoce usted ¿Cómo se distribuye los elementos (letras, fotografías, gráficos) en el rótulo?; Si su respuesta es Si me podría explicar y si es No que desearía conocer.**

No conozco sobre la distribución de elementos, pero bueno lo que queríamos es que el rótulo no estese muy abrumado, el rotulo que sea algo sencillo con el nombre y algo adicional que sea informativo.

**¿Alguna vez tuvo multas por no cumplir con la ordenanza de medios visuales?**

No solo tuve inconvenientes con el otro local como lo mencione, pero solamente cambiamos a uno más pequeño y no paso nada en verdad.

**¿Estaría dispuesta a cambiar su rótulo por uno que cumpla las normas técnicas de visualización y mejore el aspecto visual de la ciudad?**

Si fuera muy interesante implementarlo más que todo si mejora la visibilidad del negocio.

**Nombre del Propietario:** Alex Manzano

**Nombre del Negocio:** El abrigo de su hogar.

**Actividad Comercial:** Venta de Cobijas y sabanas

**¿Cuál fue su idea al crear el rótulo para su negocio?**

La idea del crear el rótulo fue por lo que se ve de las cobijitas son abrigadas y calientitas por ende sale el nombre el abrigo de su hogar.

**¿Al enviar a producir su rótulo está usted al pendiente de cómo es su resultado?**

Claro tenía que enviarme fotos del logotipo de como esta y si a mi me gustaba para darle el visto bueno y si no me gustaba algo tenían que cambiarlo, entonces estaba al pendiente de como sale el diseño del rótulo.

**¿A dónde acudió para adquirir su rótulo para su negocio?**

Acudimos a una publicidad que nos recomendaron.

**¿Busco asesoramiento de un diseñador para el diseño de su rótulo?**

Claro en el mismo lugar el diseñador dio asesoramiento sobre la realización del rótulo.

**¿Conoce usted sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad?**

Claro hay que tener el permiso adecuado para colocar el rótulo caso contrario no se puede poner sino cobran una multa.

**Conoce usted ¿Cómo se distribuye los elementos (letras, fotografías, gráficos) en el rótulo?; Si su respuesta es Si me podría explicar y si es No que desearía conocer.**

No, desearía conocer el manejo adecuado de las letras en el rótulo.

**¿Alguna vez tuvo multas por no cumplir con la ordenanza de medios visuales?**

Si debido a que amplie mi rótulo y para ello se tenía que haber sacado otro permiso de ampliación de este.

**¿Estaría dispuesta a cambiar su rótulo por uno que cumpla las normas técnicas de visualización y mejore el aspecto visual de la ciudad?**

Claro si es atractivo y llame la atención de más cliente sería un gusto poder cambiarlo.

**Nombre de la Propietaria: Jessica Wadir**

**Nombre del Negocio: d' franlu**

**Actividad Comercial: Helados de paila**

**¿Cuál fue su idea al crear el rótulo para su negocio?**

Para iniciar el negocio es una franquicia en donde el manejo del rótulo esta normado por el dueño principal quien dio las ideas para colocarlo como lo puede apreciar.

**¿Al enviar a producir su rótulo está usted al pendiente de cómo es su resultado?**

Si claro el señor que estaba haciendo el diseño me mostro un montaje y apreciamos como iba a quedar.

**¿A dónde acudió para adquirir su rótulo para su negocio?**

Como es una franquicia el señor que ayudaba con la publicidad estaba al pendiente de este local.

**¿Busco asesoramiento de un diseñador para el diseño de su rótulo?**

Si para ver que se puede poner dentro del local, de cómo sería el rotulo cuadrulado u ovalado como es del diseño del rótulo.

**¿Conoce usted sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad?**

Claro obviamente antes de hacer el rótulo toco realizar un permiso para su instalación para ver qué medidas son las adecuadas y que nos acepten la propuesta.

**Conoce usted ¿Cómo se distribuye los elementos (letras, fotografías, gráficos) en el rótulo?; Si su respuesta es Si me podría explicar y si es No que desearía conocer.**

No, pero me gustaría saber de gráficos para poder colocarlo dentro del local para que se vea más agradable al cliente.

**¿Alguna vez tuvo multas por no cumplir con la ordenanza de medios visuales?**

No la verdad todo hemos hecho acorde al municipio para evitar multas.

**¿Estaría dispuesta a cambiar su rótulo por uno que cumpla las normas técnicas de visualización y mejore el aspecto visual de la ciudad?**

Si fuera más visible por supuesto, pero sin cambiar mucho el modelo que está establecido.

**Nombre del Propietario:** William Sisa

**Nombre del Negocio:** El Ferretero Fiallos

**Actividad Comercial:** Ferretería

**¿Cuál fue su idea al crear el rótulo para su negocio?**

Dar a conocer que se cuenta con todo lo relacionado con ferretería hacia el público que se encuentra todo en este negocio por ello se llama el Ferretero.

**¿Al enviar a producir su rótulo está usted al pendiente de cómo es su resultado?**

No solo le dimos las ideas de como queríamos y se plasmó nada más, pero siempre los publicistas mandan el arte antes de imprimir.

**¿A dónde acudió para adquirir su rótulo para su negocio?**

A una agencia de Publicidad

**¿Busco asesoramiento de un diseñador para el diseño de su rótulo?**

No la verdad

**¿Conoce usted sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad?**

Si, hasta pagamos patente para el rótulo. Lo que el municipio pide es una fotografía de como quedo el negocio con el local y proceden hacer la inspección para poder la autorización siempre y cuando no tape cubiertas o ventanales todo está bien.

**Conoce usted ¿Cómo se distribuye los elementos (letras, fotografías, gráficos) en el rótulo?; Si su respuesta es Si me podría explicar y si es No que desearía conocer.**

No la verdad el publicista se encarga de ello.

**¿Alguna vez tuvo multas por no cumplir con la ordenanza de medios visuales?**

No todo está de acuerdo con la ordenanza de la ciudad.

**¿Estaría dispuesta a cambiar su rótulo por uno que cumpla las normas técnicas de visualización y mejore el aspecto visual de la ciudad?**

Si el municipio lo pide solamente.

**Nombre de la Propietaria:** Lourdes Urrutia

**Nombre del Negocio:** Mochilandia

**Actividad Comercial:** Venta de Mochilas

**¿Cuál fue su idea al crear el rótulo para su negocio?**

La idea fue familiar de implementar un rótulo para que las personas llamen su atención acudir a comprar mochilas.

**¿Al enviar a producir su rótulo está usted al pendiente de cómo es su resultado?**

Si el diseñador que contratamos estuvo al pendiente de cómo iba a quedar.

**¿A dónde acudió para adquirir su rótulo para su negocio?**

A una agencia de publicidad.

**¿Busco asesoramiento de un diseñador para el diseño de su rótulo?**

Si en la agencia donde acudimos el diseñador nos asesoró para el diseño del rótulo.

**¿Conoce usted sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad?**

Si lo importante es pagar el permiso necesario para su instalación acudiendo el municipio a verificarlo.

**Conoce usted ¿Cómo se distribuye los elementos (letras, fotografías, gráficos) en el rótulo?; Si su respuesta es Si me podría explicar y si es No que desearía conocer.**

No conozco, pero me gustaría conocer algo básico del manejo de esos elementos.

**¿Alguna vez tuvo multas por no cumplir con la ordenanza de medios visuales?**

No porque lo que el municipio quiere es que paguemos por el permiso.

**¿Estaría dispuesta a cambiar su rótulo por uno que cumpla las normas técnicas de visualización y mejore el aspecto visual de la ciudad?**

Si algún rato, pero por el momento no.

**Nombre del Propietario:** Paul Ortiz

**Nombre del Negocio:** El Tulipán

**Actividad Comercial:** Florería

**¿Cuál fue su idea al crear el rótulo para su negocio?**

En la flor el Tulipán y ofrecer a los clientes detalles, decoraciones entre otras para cualquier asunto social

**¿Al enviar a producir su rótulo está usted pendiente de cómo es su resultado?**

Si me envió fotografía de varias opciones para poder escoger el modelo adecuado.

**¿A dónde acudió para adquirir su rótulo para su negocio?**

A una agencia de Diseño Gráfico.

**¿Busco asesoramiento de un diseñador para el diseño de su rótulo?**

No solamente pedí que me realicen un rótulo.

**¿Conoce usted sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad?**

Si los aspectos más relevantes que pide el municipio es que no este puesto muy debajo de la puerta y que tiene que ser rectangular y una vez colocado el municipio verifica para ver si está acorde a lo que ellos piden.

**Conoce usted ¿Cómo se distribuye los elementos (letras, fotografías, gráficos) en el rótulo?; Si su respuesta es Si me podría explicar y si es No que desearía conocer.**

No, pero me gustaría conocer sobre color, letras y la jerarquización de elementos.

**¿Alguna vez tuvo multas por no cumplir con la ordenanza de medios visuales?**

No como lo mencione al municipio solamente se paga el permiso pertinente.

**¿Estaría dispuesta a cambiar su rótulo por uno que cumpla las normas técnicas de visualización y mejore el aspecto visual de la ciudad?**

Si Claro si hubiera sugerencias y sobre todo si el municipio lo implementa para poder cambiarlo.

### **Análisis**

En conclusión, con los dueños de los negocios que han ayudado para el estudio del tema en sus intervenciones concuerdan que, para colocar la rotulación de cada uno de sus negocios el Municipio tiene la máxima autoridad en cuestión a permisos siempre y cuando no tapes ventanales. Otro aspecto también a resaltar es que la mayoría acudió a una agencia de publicidad y Diseño gráfico para realizar sus rótulos

con una asesoría adecuada y de igual forma existen personas que solamente quieren el rótulo rápido y pagar el permiso para vender en el lugar que se encuentra. En relación con el municipio se puede notar que si acuden a la revisión necesaria pero solamente ven si no obstaculiza ventanales y si se encuentran dentro del rango necesario. Y finalmente todos están de acuerdo en cambiar por uno que cumpla las normas técnicas de visualización y mejore el aspecto visual de la ciudad siempre y cuando el municipio lo exija.

### **Interpretación**

Se puede determinar que la mayoría de los dueños de los negocios si están dispuesta a cambiar sus rótulos por uno que cumpla las normas técnicas de visualización y mejore el aspecto visual de la ciudad, de igual forma conocer sobre cómo es la distribución de los elementos visuales para mejorar el aspecto de sus negocios que mediante la implementación de un manual ortotipográfico se puede educar a los dueños de los negocios de como en verdad se usa cada elemento evitando caer en la implementación de muchos elementos que no tienen ninguna función alguna. Por otra parte, se podría dar a conocer o sugerir al Municipio estos aspectos del mejor manejo de elementos visuales para que en un futuro lo utilicen para reestructurar la ordenanza municipal.

### **ENTREVISTAS A DISEÑADORES GRÁFICOS**

**Agencia:** Molle Estudio de Diseño

**Nombre del Propietario:** Mauricio Páez

**Actividad Comercial:** Rotulación, Vallas, Material P.O.P, Señalización, entre otras.

#### **Conoce usted ¿Sobre la ortotipografía?**

Si en relación con el control de las normas de la tipografía en los artes publicitarios.

#### **¿Al diseñar un rótulo implementa usted los elementos formales del diseño?**

Si, se deben aplicar principios de la estética visual del diseño

**¿Cómo influye su conocimiento con el cliente al pedirle el diseño de un rótulo?**

Por lo general se manifiesta para asesorar sobre la visibilidad, lecturabilidad y ergonomía visual.

**Conoce usted ¿Sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad? Si su respuesta es Si como lo aplica, Si su respuesta es No que es lo más importante que necesita conocer de la ordenanza.**

Si, por lo general las regulaciones proponer al comerciante utilizar 30% de visibilidad del negocio físico para publicidad exterior.

**Opción Si ¿Sus trabajos los hace con base a la ordenanza vigente de medios visuales?**

Si, más vale asesorar al cliente.

**¿Usted aplica procedimientos y técnicas para investigar, producir y difundir mensajes visuales? ¿Si su respuesta es No por qué?**

Si, todo lo que conlleva a la comunicación y específicamente a la comunicación visual requiere una investigación de fondo.

**¿Se toma el tiempo para ayudar al cliente a crear un rótulo más estético de acuerdo con su negocio o prefiere hacer lo que el cliente especifique?**

Siempre es necesario asesorar y llegar a un punto medio.

**¿Cree usted que un manual que describa las normas lingüísticas (palabras) y graficas (fotografía e imagen) ayudaría al manejo adecuado de los elementos visuales al momento de producir un rótulo?**

Ayudaría a entender mejor la estética y el manejo de la publicidad exterior.

**Agencia:** KURAY Diseño o Impresión

**Nombre del Propietario:** Luis Curay

**Actividad Comercial:** Rótulos, Material Publicitario, Vallas, Revistas, etc.

**Conoce usted ¿Sobre la ortotipografía?**

Si en el manejo de las normas que regula la tipografía y su aplicación en los artes.

**¿Al diseñar un rótulo implementa usted los elementos formales del diseño?**

Si para crear diseños más organizados dando una mejor vista al arte que se procede a desarrollar.

**¿Cómo influye su conocimiento con el cliente al pedirle el diseño de un rótulo?**

Se establece un asesoramiento adecuado con el cliente o también ahora se adopta un asesoramiento visual para estar más pendiente de lo que el cliente desea.

**Conoce usted ¿Sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad? Si su respuesta es Si como lo aplica, Si su respuesta es No que es lo más importante que necesita conocer de la ordenanza.**

Si, cumpliendo las normas que regularizan, pero para mi punto de vista la ordenanza esta caduca y desactualizada solo tienen parches emergentes.

**Opción Si ¿Sus trabajos los hace con base a la ordenanza vigente de medios visuales?**

Si en relación con los rangos de tamaños establecidos por la ordenanza para evitar conflictos de igual forma con los clientes.

**¿Usted aplica procedimientos y técnicas para investigar, producir y difundir mensajes visuales? ¿Si su respuesta es No por qué?**

Si, porque a través de los procedimientos y técnicas se puede llegar a consolidar un concepto claro acorde con lo que el cliente desea y más que todo este contextualizado.

**¿Se toma el tiempo para ayudar al cliente a crear un rótulo más estético de acuerdo con su negocio o prefiere hacer lo que el cliente especifique?**

Si fundamentalmente se brinda asesoramiento aceptando sugerencias por parte de los clientes para consolidar un trabajo conjunto.

**¿Cree usted que un manual que describa las normas lingüísticas (palabras) y gráficas (fotografía e imagen) ayudaría al manejo adecuado de los elementos visuales al momento de producir un rótulo?**

Si porque ayudara de alguna forma educar a diseñadores y ellos a los clientes para mejorar el manejo de elementos visuales no solamente dentro de los rótulos sino también en los demás artes publicitarios.

### **Diseñador Gráfico**

**Nombre:** Miguel Vaca

**Conoce usted ¿Sobre la ortotipografía?**

Si

**¿Al diseñar un rótulo implementa usted los elementos formales del diseño?**

Siempre y después lo adaptamos a innovación

**¿Cómo influye su conocimiento con el cliente al pedirle el diseño de un rótulo?**

Somos asesores de diseño nuestra influencia está basada en nuestro conocimiento del tema.

**Conoce usted ¿Sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad? Si su respuesta es Si como lo aplica, Si su respuesta es No que es lo más importante que necesita conocer de la ordenanza.**

La ordenanza es aplicada por el Municipio y lo aplicamos dependiendo del tipo de rotulación y lugar donde va a ser instalado el mismo.

**Opción Si ¿Sus trabajos los hace con base a la ordenanza vigente de medios visuales?**

Siempre

**¿Usted aplica procedimientos y técnicas para investigar, producir y difundir mensajes visuales? ¿Si su respuesta es No por qué?**

Siempre para expresar de forma correcta el mensaje o idea que los dueños de los negocios quieren reflejar a sus clientes.

**¿Se toma el tiempo para ayudar al cliente a crear un rótulo más estético de acuerdo con su negocio o prefiere hacer lo que el cliente especifique?**

Somos asesores buscamos siempre el punto medio entre el cliente y el diseñador.

**¿Cree usted que un manual que describa las normas lingüísticas (palabras) y graficas (fotografía e imagen) ayudaría al manejo adecuado de los elementos visuales al momento de producir un rótulo?**

Todo apoyo científico es importante.

**Agencia:** Gallery Design

**Nombre del Propietario:** Daniel Cadena Velastegui

**Actividad Comercial:** Diseño e impresión, gigantografías, rotulación, entre otras.

**Conoce usted ¿Sobre la ortotipografía?**

La verdad no conozco mucho sobre la ortotipografía

**¿Al diseñar un rótulo implementa usted los elementos formales del diseño?**

Claro hay que utilizar todas las herramientas para poder diseñar tanto como simetría, proporción, distribución, zonas calidad – frías para un mejor manejo del diseño del rótulo.

**¿Cómo influye su conocimiento con el cliente al pedirle el diseño de un rótulo?**

La asesoría por parte del diseñador en materiales, al uso que le va a dar al rótulo, si es para exteriores, el tiempo de vida útil; Por parte del diseño existen muchos problemas debido a que traen ya hecho el diseño y muchas veces está mal realizado especialmente en las medidas que no son las adecuadas para la impresión. Siendo el conocimiento del diseño fundamental para poder asesorar al cliente cuando no se está bien hecho el diseño.

**Conoce usted ¿Sobre la ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda de la ciudad? Si su respuesta es Si como lo aplica, Si su respuesta es No que es lo más importante que necesita conocer de la ordenanza.**

Si incluso se le asesora en cuestión a los costos y de igual forma en la realización de los permisos, en cuanto a la construcción, instalación del rótulo y permisos porque definitivamente necesitan eso para poder instalarlo caso contrario hay veces que el municipio le van quitando. Por ende, es importante tener todo eso de acorde a lo que le piden.

**Opción Si ¿Sus trabajos los hace con base a la ordenanza vigente de medios visuales?**

Hay que asesorarles a los clientes en cuanto a las ordenanzas que existen actualmente en el municipio para que después no tengan problema. Siendo el principal factor los costos de los permisos que son en base a donde se encuentra el local, debe tener las medidas adecuadas de acuerdo con la fachada del local y si es adosado de igual forma se debe regir a lo que el municipio establece.

**¿Usted aplica procedimientos y técnicas para investigar, producir y difundir mensajes visuales? ¿Si su respuesta es No por qué?**

En relación con esta pregunta nos vamos al tema del Mercado porque aquí en Ambato mucha gente no te consume diseño es difícil vender diseño, entonces lo que son empresas grandes ellos ya se manejan con departamentos de diseño utilizando

sus propias técnicas de difundir, invirtiendo más en diseño; en cuanto a la ciudad por experiencia te digo que la gente no consume diseño es difícil cobrarle al cliente por el diseño por ello al realizar el rótulo ya se le cobra incluido el diseño.

**¿Se toma el tiempo para ayudar al cliente a crear un rótulo más estético de acuerdo con su negocio o prefiere hacer lo que el cliente especifique?**

Los clientes de clase media no invierten en diseño porque muchas veces acuden con diseños de logos hechos en canvas o hasta traen imágenes de WhatsApp pidiendo hacer gigantografías, por ello lo importante sería educar a los clientes porque el diseño si tiene su grado de complejidad para cumplir las necesidades que desean.

**¿Cree usted que un manual que describa las normas lingüísticas (palabras) y gráficas (fotografía e imagen) ayudaría al manejo adecuado de los elementos visuales al momento de producir un rótulo?**

Si fuera necesario estableciendo normas básicas, pero si es difícil que entremos en ese anormal o a poner reglas porque la gente en la ciudad no te consume diseño y no le interesa como este hecho solamente que este hay y vender. Lo primordial sería educar al consumidor mediante este manual para poder normas todos los rótulos especialmente dentro de la ciudad porque el municipio solo ve medidas y en donde se encuentra ubicado y en relación con el contenido no toma en consideración.

### **Análisis**

En conclusión, los aspectos que resaltan los diseñadores en relación con la creación de rótulos si existen un manejo adecuado de elementos y de igual forma el asesoramiento es primordial para que el cliente entienda como realmente es diseñar y hacerle entender que entre menos elementos es mucho mejor. Otro aspecto a resaltar es que la gente no consume diseño no se preocupa mucho de la imagen sino solamente de colocar el rótulo y vender lo que ofrece y de igual forma el Municipio no toma en consideración estos aspectos ya que solo se manejan con permisos y no en el control visual dejando a la ordenanza como un documento normal con letra muerta porque con lo observado se ha visto algunas inflaciones en los rótulos que en

la ordenanza cita que hay que retirarlos pero siguen funcionando sin problema alguno, por ello las personas no tienen la necesidad de invertir en diseño porque no hay un adecuado control por parte del Municipio en cuestión a imagen por eso lo que los diseñadores buscan siempre es asesorar a los clientes.

### **Interpretación**

Con relación a los diseñadores gráficos se puede decir que hay un porcentaje del 50 – 50 en la implementación de las normas ortotipográficas, ya que la mitad si implementan correctamente las normas llegando a un punto medio con el cliente en la utilización estilizada de los elementos, pero la otra parte existen clientes que son cerrados que traen sus diseños en hechos en canvas o en el tamaño que no es para su impresión. Por ello los diseñadores sugieren buscar alguna manera de educar al cliente haciendo que valoren el trabajo que hay detrás de cada diseño y de igual forma mencionan que la implementación del manual ortotipográfico ayudaría a entender mejor la estética y el manejo de la publicidad exterior ya sea de los dueños de los negocios y también del Municipio, para que un futuro se pueda tener una ordenanza de medios visuales que permita tener un rótulo con la firma de un diseñador gráfico para su instalación que esto podría ayudar de mucho para mejorar la visibilidad de la ciudad.

### **3.2 Verificación de hipótesis**

La verificación de la hipótesis de la presente investigación se realizó mediante la elección de 10 rótulos del objeto de estudio, teniendo como punto intermedio de estudio el Parque Cevallos para de allí analizar en dirección izquierda (Ferroviaria) y derecha (Yahaira) como está la rotulación del objeto de estudio mediante una tabla de parámetros de análisis gráfico.

## Dirección Izquierda (Ferroviario)

### RÓTULO F1

#### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✗
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	
Jerarquía de información	✗
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✗
Orden Visual	✗
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



#### Análisis

De acuerdo con los parámetros de análisis gráfico esta rotulación no cuenta con puntos buenos, como se aprecia la utilización de la ortotipografía es escasa por la colocación de una tipografía enorme sin dar oxigenación al texto en este caso se supone que sería su marca que esta implementada incorrectamente, y de igual forma por parte de la ordenanza se aprecia que el rótulo esta deteriorado.

### Imagen 2. Urban Clothing

Fuente: Composición realizada por el autor

### RÓTULO F2

#### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✓
Cromática	✗
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	✗
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✓
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



#### Análisis

Como se aprecia en este rótulo la saturación de elementos es visible, además del uso tipográfico es recomendable solo utilizar dos tipos de familias tipográficas sin bordes, ni sobra. De igual forma el manejo de marca si es visible por la dimensión de la tipografía al igual que su jerarquización pero se debe reducir los cuadros de texto en este caso los productos que ofrece están muy grandes que no dejan oxigenación y por último las imágenes a larga distancia lo que se aprecia más son las letras y las imágenes estarían demás en el arte.

Imagen 3. Distribuidora Ortiz

### RÓTULO F3

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	✗
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✗
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	✗
Jerarquía de Información	✗
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✗
Orden Visual	✗
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✗
No Saturación de Elementos	✗



**Análisis**

Este caso como se puede apreciar el rótulo está en muy mal estado y con una falta ortografía que de igual forma las palabras en mayúsculas si se deben tildar, otro aspecto que se aprecia es la distribución de los elementos que no es la adecuada siendo la marca obstaculizada por las imágenes y otros textos adicionales están muy pequeños a la vista por lo cual no se puede apreciar que dice, de igual forma las imágenes saturan mucho el rótulo cansando la vista de los usuarios.

Imagen 4. Creaciones y Variedades Angelical

Fuente: Composición realizada por el autor

### RÓTULO F5

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✗
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	✗
Jerarquía de Información	✓
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✗
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



**Análisis**

Como se aprecia en el rótulo hay mucha saturación de imágenes de igual forma de tipografía no se debe utilizar más de dos porque confunde en el mensaje que se quiere dar o se puede apreciar como otra idea, de igual forma no se debe ocupar bordes en las letra mucho menos degradados, otro aspecto a resaltar es que la imagen de fondo no tiene sentido ocuparla mejor ocasiona cansar la vista de los usuarios.

Imagen 5. Otavalo & Shop

Fuente: Composición realizada por el autor

### RÓTULO F4

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✗
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✗
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



**Análisis**

De acuerdo con los parámetros de análisis gráfico esta rotulación no cuenta con puntos buenos, como se aprecia la utilización de la ortotipografía es escasa por la colocación de una tipografía enorme sin dar oxigenación al texto en este caso se supone que sería su marca que esta implementada incorrectamente, y de igual forma por parte de la ordenanza se aprecia que el rótulo esta deteriorado.

Imagen 6. Ferretería el ferretero fiallos

Fuente: Fotografía realizada por el autor

### RÓTULO F6

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✗
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✗
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✗
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



**Análisis**

El manejo de los elementos visuales y la tipografía es la adecuada dejando su respectiva oxigenación, igualmente los colores llaman la atención y no cansa la vista de los usuarios pero hay que cuidar y saber que las mayúsculas si de tildan, que para la ordenanza implica el retiro del mismo. En cuestión a su Marca lo recomendable sería resaltar aún más porque como se aprecia está muy pequeño ocasionando desinterés en ella y por último los otros logos es preferible no ocuparlos para que no ocasione saturación.

## RÓTULO F7

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✗
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	
Jerarquía de información	✗
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✗
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



**Análisis**

Aquí se aprecia un manejo más de imágenes donde no tienen una composición adecuada ocupando colocadas una encima de otra como se lo ve en la parte inferior dejando sin oxigenación visual dejando que su marca se corte con el borde del rótulo. Lo recomendable sería darle mejor trato a la marca que es la más primordial y en cuestión a sus productos, si estas tienen un fondo blanco lo obvio sería colocarlas en un fondo blanco para evitar tenerlas como en cuadros y sobre todo recordar que mientras hay menos cosas es mucho mejor entenderlo.

*Imagen 8. Erke Almacenes*

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO F8

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



**Análisis**

Este rótulo se podría tener como referencia de cómo utilizar los elementos de una manera más simplificada, colocando su marca y debajo de ella que ofrece directamente haciendo que los usuarios rápidamente sepan de qué se trata el negocio y de igual forma en la utilización de su tipografía y cromática demostrando que es un negocio formal y accesible.

## RÓTULO F9

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✗
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	✗
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



### Análisis

Como se aprecia en este rótulo sus dimensiones son muy pequeñas haciendo que este no se aprecie a larga distancia y sobre todo las imágenes implementadas no son las adecuadas porque se pierde totalmente, solamente se aprecia el nombre del negocio que no ayuda mucho de que está ofreciendo. Otro dato para resaltar es que cuenta con faltas de ortografía que para la ordenanza es su retiro inmediato pero como se aprecie sigue a la vista de las personas.

*Imagen 10. Variedades Christian*

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO F10

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✓
Conservación del Letrero	✗
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✗
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

Otro ejemplo para resaltar en este caso en el manejo de marca de una forma más dinámica haciendo super llamativa hacia los usuarios que rápidamente llaman su atención, lo recomendable aquí sería si se mantiene de fondo un marco respetar ese marco y colocarlo en el centro para mejorar su estética o otra opción sería quitar el marco de hay su composición es la adecuada.

Imagen 11. Los Leños del Rosario

Fuente: Fotografía realizada por el autor

**Alrededor del Parque Cevallos (Punto de Estudio)**

### RÓTULO C1

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



**Análisis**

Está tiene un manejo adecuado de elementos pero hay que se un poco mas directos porque el usuario no va a tener el tiempo de entender de que trata o que significado tiene su marca o muchas veces no es de su interes, como se aprecia juega con sus elementos pero no tiene claro que significado tiene colocar dos puntos y con la letra e forma algo pero no se sabe que precisamente es.

Imagen 12. Lia Cell

Fuente: Fotografía realizada por el autor

### RÓTULO C2

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✗
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	✗
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✗
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✗
No Saturación de Elementos	✗



**Análisis**

Aquí el rótulo presenta varios errores en cuestión a que producto o servicio ofrece se sabe que es algo para niños pero nada más, el manejo de la tipografía no es la adecuada dándole forma curvada, recta e inclinada que no ayuda mucho ya que los elementos se unen y no existe una oxigenación adecuada. La marca en cambio parece ser VELPER pero no existe un manejo para que se diferencie de los demas textos pese a que tiene un tamaño grande de colores no expresa nada al usuario.

## RÓTULO C3

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

El manejo de los elementos en este rótulo es preciso debido a que juega con el nombre de su negocio al implementar aspectos característicos a lo natural dándole relevancia a su negocio con la utilización de colores acorde a su concepto de igual forma. Lo recomendable aquí sería cuidar que tengan la oxigenación adecuada de cada elemento para que se vea más estético.

Imagen 14. Nueva Vida

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO C4

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



### Análisis

El principal aspecto a resaltar que pese a tener un orden de visualización de los elementos y direccionamiento de las imágenes hacia la marca se debe optar por implementar pocas imágenes para que no se sature demasiado el arte y no invada el cuadro del texto, en relación cromática si esta bien implementada agradable a la vista y su marca debería tener un cuidado mejor para la aplicación de artes visuales.

## RÓTULO C5

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✗
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

Se puede decir que trabajar así la rotulación es una manera acertada dándole al negocio una vista diferente a la típica pero se debe cuidar en la utilización de degradados que puede hacer que se pierda la marca sería recomendable colocar de manera separada mejorando su visibilidad.

Imagen 16. Mundi Cell

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO C6

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	
Jerarquía de información	
Calidad de Imagen	✓
Conservación del Letrero	✗
Orden Visual	
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✗
No Saturación de Elementos	✗



### Análisis

Con relación a este rótulo a tratarse de una sucursal el manejo de la marca ya es predeterminada de igual forma sus colores pero sería recomendable simplificarlo porque como se aprecie ocupan todo repitiendo su nombre a lo largo de su negocio y con relación a la ordenza se aprecia claramente que tapa ventanas que en el reglamento esta prohibido pero lo siguen manteniendo.

## RÓTULO C7

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

En relación al anterior se puede ver que si es posible un mejor manejo de la marca sin saturar mucho el negocio, dando a conocer al usuario directamente que empresa es y que ofrece. Pero como la anterior de acuerdo a la ordenanza no se debe topar ventanales y como se puede ver de igual forma obstaculiza la vista de esos ventanales pero existiera forma de justificarlo.

Imagen 18. Claro

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO C8

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	✗
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

Lo que se puede decir destacar en este rótulo es que se encuentra bien distribuido la información con la combinación perfecta de colores que llaman la atención de los usuarios, pero la utilización de tipografía no es la adecuada si es el caso del nombre de la marca es recomendable solo color dos tipos y evitar colocar bordes y sombras porque se aprecia saturado opacando al texto que se encuentra dejado de ello. También se ve que la imagen del monitor se corta eso también se debe cuidar porque cada elemento tiene su espacio de respeto.

## RÓTULO C9

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✗
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

Este rótulo utiliza bien cada uno de sus elementos dando la mejor vista para los usuarios a ofrecer café pero pese a tener un manejo adecuado se debe cuidar la ortografía como se aprecia en cafetería lleva tilde sea que se ocupe en mayúsculas se debe tildar, pero de lo demás esta perfectamente utilizado. Pero hay también que resaltar que la Ordenanza al presentar faltas ortográficas el dueño debe retirarlo y corregirlo.

Imagen 20. *Éxito con Aroma*

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO C10

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✓
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



### Análisis

Como se aprecia en el rótulo hay un adecuado uso de los elementos visuales pero se debe tomar mucho en cuenta la oxigenación de cada elemento respetando su espacio para que esté no sea invadido por otro, haciéndolo ver apretado y todo hay mismo y no poner texto extremadamente grandes con un tamaño estandar se puede apreciar fácilmente y ganando espacio los demás elementos se pueden ordenar de la mejor manera.

Imagen 21. Yeliss

Fuente: Fotografía realizada por el autor

### Dirección Derecha (Yahaira)

## RÓTULO Y1

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✗
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

Este rótulo se aprecia un adecuado uso de los elementos visuales dándole una jerarquía de información correcta para que sepan los usuarios de que ofrece directamente, con una correcta utilización de la cromática dándole estilo formal al negocio. Lo recomendable es evitar poner bordes a los textos queda mejor ponerlo de un solo color en este caso blanco dándole mas estilización.

Imagen 22. Il Suo Negozio

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO Y2

Parámetros de análisis gráfico	
Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

Se puede visualizar que los elementos de esta composición están colocados de acuerdo con el negocio correctamente dándole reconocimiento ante otros negocios de comida rápida, sin otro aspecto a resaltar es uno de los negocios de comida que ocupa correctamente los elementos visuales.

## RÓTULO Y3

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✓
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

Se puede decir que este rótulo da conocer lo que realmente ofrece hacia los usuarios ocupando correctamente cada elemento visual sin ningún problema pero el único aspecto a tomar en cuenta es que se debe tener en cuenta si el fondo que trabajamos puede opacar a los textos en este caso el texto de las redes sociales no se aprecia por ello se debe tomar mucho en cuenta el fondo en donde va ir el arte.

Imagen 24. Dens

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO Y4

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✓
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

De igual forma este rótulo utiliza correctamente sus elementos para dar a conocer y que de gusten de sus productos con un cuidado de la cromática acorde a su negocio y con imágenes de calidad sin ningún fondo para que se una perfectamente con el arte.

Imagen 25. Tasty Rooster

## RÓTULO Y5

Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✗
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	✗
Jerarquía de información	✗
Calidad de Imagen	✗
Conservación del Letrero	✗
Orden Visual	✗
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✗
No Saturación de Elementos	✗



### Análisis

En este rótulo se puede apreciar que el manejo de los textos no es la adecuada y si se aprecia detenidamente faltas ortográficas, en relación al manejo de imágenes están encuadradas pero muy reducidas que a lo lejos no se pueden apreciar claramente y especialmente la saturación de color. Haciendo que el usuario no preste atención del rótulo.

Imagen 26. Amarillos Florería

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO Y6

Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✗
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✗
Calidad de Imagen	✓
Conservación del Letrero	✗
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



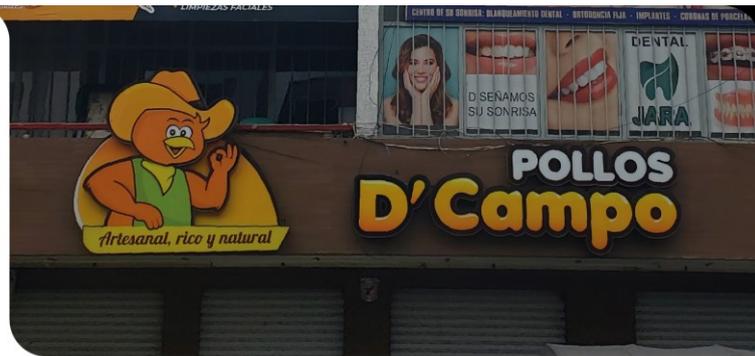
### Análisis

Se puede decir que este rótulo al no contar con el espacio suficiente se acoplo a la necesidad, obviamente respetando la ordenanza de no tapar ventanales que en otros rótulos no se aprecia eso, en cuestión a la tipografía no esta ocupada correctamente no se debe poner bordes en las letras y se debe dejar oxigenación para que no se vea muy apretado de igual forma las imágenes y el texto al final que no se aprecia fácilmente.

## RÓTULO Y7

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✓
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	✓
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✓



### Análisis

Este es otro ejemplo donde se ocupa correctamente los elementos visuales en la rotulación de un negocio siempre poniendo lo más claro posible para que el usuario comprenda rápidamente y sobre todo se busca fomentar algo más minimalista para mejorar el aspecto de la calle así como se puede apreciar simple, claro y directo para vender sus productos.

Imagen 28. Pollos D'Campo

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO Y8

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✗
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



### Análisis

Con respecto a este rótulo esta implementado correctamente pero es importante tomar en cuenta el espacio de cada elemento para que se pueda respetar y no invada uno del otro porque como se aprecia se ve saturado, unidos todo es preferible darle un espacio para que se vea más organizado. De igual forma cuidar con las faltas ortográficas porque se puede ver a simple vista.

## RÓTULO Y9

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✗
Manejo de Marca	✗
Cromática	✗
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	✗
Jerarquía de información	✗
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	✓
Orden Visual	✗
Descanso Visual	✗
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



### Análisis

Se puede apreciar que el rótulo está demasiado saturado de texto pese a que la tipografía es la misma todo se ve amontonado sin ninguna dirección de visualización y obviamente no existe oxigenación ni de la marca y de los demás elementos, el fondo tampoco ayuda a la composición debido a que presenta degradados que no es recomendable utilizar es preferible un fondo plano y ordenar de mejor manera los textos.

Imagen 30. CEM consultorio jurídico

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## RÓTULO Y10

### Parámetros de análisis gráfico

Legibilidad	✓
Composición	✓
Manejo de Marca	✓
Cromática	✓
Uso de Tipografía	✓
Ortografía	
Jerarquía de información	✓
Calidad de Imagen	
Conservación del Letrero	✗
Orden Visual	✓
Descanso Visual	✓
Información Precisa	✓
No Saturación de Elementos	✗



### Análisis

Este rótulo tiene un excelente aspecto con el manejo de su marca más minimalista sin otros elementos que perjudiquen su mensaje pero aquí se debe cuidar del material que se ocupa porque a largo plazo se puede mal de aspecto por ello se debe tener un estudio adecuado para ello pero en relación a adaptar este tipo de estilo sería de mucha ayuda a la ciudad mejorando cada negocio dándole armonía.

*Imagen 31. Cantarito*

Fuente: Fotografía realizada por el autor

## **CAPÍTULO IV**

### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1 Conclusiones**

- La investigación de campo que se realizó en el objeto de estudio se observó que si existen rótulos donde no aplican correctamente la ortotipografía.
- Al estudiar la ordenanza de medios visuales de la ciudad de Ambato se pudo sacar contradicciones en donde los rótulos deberían ser retirados, pero el municipio no tiene un control adecuado del mismo porque se aprecia en muchos de ellos faltas ortográficas y en mal estado.
- Mediante el uso adecuado de la ortotipografía se podría mejorar a través de parámetros gráficos que ayuden al mejor manejo de elementos gráficos y lingüísticos al crear un rótulo.
- El diseño del Manual Ortotipográfico permite dar sugerencias de como deberían ir cada uno de los rótulos y de igual forma puede ayudar al municipio a reformular la ordenanza de medios visuales de la ciudad.

#### **4.2 Recomendaciones**

- Para los dueños de los negocios lo recomendable que se preocupe de dar una buena imagen a los usuarios porque si su rótulo lo coloca sin que tenga relación con el local no va a llegar al mensaje que propone.
- Para futuras investigaciones de esta índole, se recomienda llegar a un consenso con el municipio a mejorar estos aspectos para alcanzar un nivel

de calidad y estética de cada uno de los rótulos y si es posible tener una firma de aprobación también por parte de un diseñador.

- Como diseñadores tenemos el deber de asesorar y educar a los consumidores sobre que se puede utilizar en los diferentes artes publicitarios no solamente quedarnos con lo que el sugiere sino buscar un punto medio de consenso y el usuario vea que no es incensario invertir en Diseño
- Que la Municipalidad de Ambato acoja estas sugerencias para que los rótulos tengan una mejor imagen y más que nada buscar que las calles de la ciudad se vean más estética y resaltar el trabajo de Diseñadores Gráfico.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alulema, A., & Cabay, A. (s.f.). Los rótulos en la ciudad de Riobamba: Aciertos y Desaciertos. Creación y aplicación de un instructivo de Diseño. [Tesis de Grado]. Escuela Politécnica de Chimborazo, Riobamba.
- Armendáriz, C., Sosa, R., & Puca, C. (2013). Análisis y aplicación del método Panofsky en la actividad turística . *Dialnet*, 27- 39.
- Bahamondes, J. (22 de 06 de 2011). *Scribd*. Obtenido de Ortografía: Teoría y Práctica: <https://es.scribd.com/doc/58477584/Ortografia-Acentual-1-Puntual-y-Literal>
- Castruita Morán, J. (2010). *Lenguaje y Literatura*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Chandler, D. (1998). *Semiótica para principiantes*. Quito: Serie Pluriminor.
- Costa, J. (1989). *Señalética*. Barcelona: Ediciones CEAC.
- Costa, J. (2014). *Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma*. Barcelona: Expertia.
- De Buen, J. (2000). *Manual de Diseño Editorial*. México: Editorial Santillana.
- Dondis, D. A. (1989). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Escandell, M. (1996). *Introducción a la Pragmática* . Barcelona: Ariel, S.A.
- Escandell, V., Amenós, J., & Ahern, A. (2020). *Pragmática*. Madrid: Ediciones Akal.
- Espinal, M., Macia, J., & Mateu, J. (2014). *Semántica*. Madrid: Ediciones Akal.
- Frascara, J. (2013). *El diseño de comunicación*. Argentina: Ediciones Infinito.

- Frascara, J. (2017). *Enseñando diseño: Usuarios, contexto, objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Ediciones Infinitas.
- Gallardo, R. (s.f.). Propuesta de regulación del diseño publicitario comercial de rotulación en el centro histórico de la ciudad de Latacunga para combatir la contaminación visual existente. *[Tesis de Grado]*. Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga.
- García, S. (2016). *Ortografía: enfoque funcional y comunicativo*. Ciudad de México: Grupo Editorial Exodo.
- González, S. (02 de Septiembre de 2015). *Slideshare*. Obtenido de Tipos de Lenguaje: <https://es.slideshare.net/solgonzalezpico/tipos-de-lenguaje-52350992>
- Grajales, T. (27 de Marzo de 2000). *Academia*. Obtenido de Tipos de Investigación: [https://www.academia.edu/9373954/TIPOS\\_DE\\_INVESTIGACION\\_Por\\_Tevni\\_Grajales\\_G](https://www.academia.edu/9373954/TIPOS_DE_INVESTIGACION_Por_Tevni_Grajales_G)
- Marín Álvarez, R. (2013). *Ortotipografía para diseñadores*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Martínez de Sousa, J. (1933). *Ortografía y Ortotipografía del español actual*. Pontevedra: Edición Trea, S. L.
- Peñate, J. (2010). *Gramática Simple*. Firma Press.
- Pingraf. (14 de Mayo de 2018). *Pingraf*. Obtenido de Historia de la Rotulación: <https://pingraf.com/historia-de-la-rotulacion/>
- Prof. DGP. Morgenstern, K. (2011). *Blogger*. Obtenido de Señalética: <https://senialeticaiset.blogspot.com/2012/08/3dg-senaletica-unidad-21-tipografia.html#:~:text=Las%20tipografías%20para%20señales%20son,con%20trazos%20abiertos%20y%20sencillos.>
- Prof. DGP. Morgenstern, K. (2011). *Blogger*. Obtenido de Aspectos Físicos y Ergonómicos: <https://senialeticaiset.blogspot.com/2012/08/3dg-senaletica-unidad-3-aspectos-fisico.html>

- RAE. (7 de Diciembre de 2019). *Gramática y ortografía básicas de la lengua española*. Obtenido de <https://www.rae.es/obras-academicas/gramatica/gramatica-y-ortografia-basicas-de-la-lengua-espanola>
- Rodríguez, M. (2005). La aplicación del método iconográfico e iconológico de Erwin Panofsky permite estudiar al rótulo como una pieza gráfica, más allá de su forma significante e integra ciertos aspectos del mensaje que son relacionados tanto con el emisor como el receptor. Lo. *[Artículo]*. Universidad Complutense Madrid, Madrid.
- Rojas, M. (2017). *El secreto de la Ortografía*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Rollié, R. O. (2004). *La enseñanza del diseño en comunicación visual*. Argentina: Editorial Nobuko.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Saussure, F. (2020). *Curso de Lingüística general*. Buenos Aires: Ediciones Akal.
- Tomaselli, C. (s.f.). Análisis de la ordenanza de rotulación y publicidad exterior 0330 del Municipio Metropolitano de Quito y su aplicación e impacto en la industria publicitaria exterior de Quito. *[Tesis de Grado]*. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito.
- Urgilés, Y. (s.f.). Análisis de contaminación visual a través del rótulo publicitario en la Av. 29 de mayo del cantón Santo Domingo de los Colorados. *[Tesis de Grado]*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador SEDE Santo Domingo , Santo Domingo.
- Valero, A. (2013). *Principios de color y holopintura*. San Vicente: Editorial ECU.
- Villavicencio, C. (s.f.). Propuesta de un estilo gráfico de rotulación en locales comerciales para la reducción de la contaminación visual del Centro de Otavalo, sector parque central. *[Tesis de Grado]*. Universidad de Otavalo, Otavalo.

Vinader, L. (02 de Abril de 2019). *Fuera de la Caja*. Obtenido de Los 6 Principios Básicos del Diseño: <https://fueraelacaja.es/los-6-principios-basicos-del-diseno/>

Wong, W. (1991). *Fundamentación del diseño bi- y tri-dimensional* . Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Zappaterra, Y., & Caldwell, C. (2014). *Diseño Editorial: Periódicos y revistas/medios impresos y digitales*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

## ANEXOS



Más Fotografías

Objeto de Estudio

## Manual Ortotipográfico

Link Revista Completa:

<https://drive.google.com/file/d/1lxNBao6DNJVJmKWh42HIRjJWaNudtXaV/view?usp=sharing>



### INTRODUCCIÓN

En el presente manual ortotipográfico describe los parámetros para el manejo adecuado de los elementos visuales en la creación de la composición gráfica de un rótulo, con el fin de corregir aquellos aspectos erróneos que se visualizaron en el estudio realizado en el sitio de estudio.

De igual forma constituye un instrumento guía en el cual se establece el uso y aplicación de los elementos visuales de manera coherente, por ende, es necesario revisar en detalle los diferentes ítems y ponerlos en práctica.



## CONTENIDO

### Introducción

### Fundamentos del diseño

Línea  
Forma  
Objeto  
Textura  
Equilibrio

### Disposición y Composición

Proximidad  
Espacio en blanco  
Alineación  
Contraste y jerarquía  
Repetición

### Color

Círculo Cromático  
Monocromático  
Análogo  
Complementarios  
Tríada

### Imagen

Tecnicidad  
Ajuste

### Tipografía

Jerarquía  
Interlineado  
Espaciado

### Ortografía

Semántico  
Sintáctico  
Pragmático

### Recomendaciones

## FUNDAMENTOS DEL DISEÑO

Es el conjunto de elementos que ayudan a cocebir, organizar, proyectar y realizar comunicaciones visuales u obras gráficas.

A través de elementos básicos, como la línea, el forma, la objeto, la textura y el equilibrio.



FUNDAMENTOS DEL DISEÑO



Línea

Es una forma que conecta dos o más puntos. Puede ser gruesa o delgada, ondulada o irregular. Esto le da la posibilidad de tener muchos estilos.



Forma

Son importantes para comunicar ideas visuales, porque pueden ayudarte a organizar o separar el contenido, a crear ilustraciones simples o a agregar interés a tu trabajo.



Objeto

Cuando una forma adquiere propiedades 3D, la llamamos objeto, el cual puede existir en el mundo real o simularse utilizando técnicas como la luz, la sombra y la perspectiva para crear la ilusión de profundidad. Convirtiéndose en una gran herramienta para hacer que tu trabajo se destaque.

FUNDAMENTOS DEL DISEÑO

Textura

Agrega profundidad y tacto a las imágenes planas. Los objetos pueden parecer lisos, rugosos, duros o blandos, dependiendo de los elementos, agregando mucho interés a tu trabajo.

Pero no se debe abusar del mismo porque puede sobrecargar el diseño.



Equilibrio

Es la buena distribución del peso visual y puede verse afectado por muchas cosas, incluidas el color, el tamaño, el número y el espacio en blanco.

**Simétricos** son iguales o similares en ambos lados de un eje. Se equilibran porque cada lado puede llegar a ser idéntico.

**Asimétricos** son diferentes, aunque siguen estando bien distribuidos. La composición es equilibrada porque resalta las cosas correctas.

