



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

“Diseño de material gráfico como aporte para la difusión del origen de la Fiesta de la Fruta y de la Flores en los adolescentes de la ciudad de Ambato”.

Modalidad: Proyecto Integrador

Trabajo de Titulación, Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Licenciada en Diseño Gráfico, otorgado por la Universidad Técnica de Ambato

Autora: López Ases, Daniela de los Angeles

Tutor: Mg. Carlos Enrique Nájera Galeas

Ambato – Ecuador
Junio, 2026

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Técnico sobre el tema:

“Diseño de material gráfico como aporte para la difusión del origen de la Fiesta de la Fruta y de la Flores en los adolescentes de la ciudad de Ambato” del/la alumno/a Daniela de los Angeles López Ases, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, considero que dicho proyecto 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, Junio 2026

EL TUTOR



Mg. Carlos Enrique Nájera Galeas
Cc. 0201793882

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Técnico “**Diseño de material gráfico como aporte para la difusión del origen de la Fiesta de la Fruta y de la Flores en los adolescentes 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, Junio 2026

LA AUTORA

A handwritten signature in blue ink, reading 'Daniela López', is positioned above a horizontal dotted line.

Daniela de los Angeles López Ases

Cc. 1850621242

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto Técnico 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 Técnico, 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 autora

Ambato, Junio 2026

LA AUTORA



.....
Daniela de los Angeles López Ases

Cc. 1850621242

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema **“Diseño de material gráfico como aporte para la difusión del origen de la Fiesta de la Fruta y de la Flores en los adolescentes de la ciudad de Ambato.”** de Daniela de los Angeles López Ases, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Junio 2026

Para constancia firman

Nombres y Apellidos
PRESIDENTE

Nombres y Apellidos
MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

A Dios, quien siempre me ha guiado en cada momento y decisión de mi vida.

A mis padres Clara y Manuel por su cariño incondicional, por acompañarme y enseñarme que la responsabilidad, honestidad, humildad y esfuerzo pueden llevarme lejos.

A mis hermanos Ximena y Paúl, por ser mi inspiración y estar siempre pendientes de mí. A mis sobrinos Pablo y Emilia por animarme en los momentos difíciles y a mi cuñado Pablo quién siempre me ha apoyado.

A mis abuelos, quienes, aunque ya no estén conmigo, han estado en mi mente en cada paso que he dado.

A mí misma y a esa niña interior que siempre se sintió cautivada por su ciudad y sus tradiciones y que hoy ve reflejado ese cariño en este trabajo.

Y finalmente a cada una de las personas que formaron parte de este proceso a lo largo de mi carrera, por su compañía, apoyo, consejos para hacer posible este logro.

-Daniela López Ases

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme la fortaleza para seguir adelante a pesar de mis dudas.

A toda mi familia, quienes siempre han estado pendientes de mi bienestar, de motivarme y ayudarme en cada reto que he tenido.

A mis amigas que me dio la universidad Deliany, Karla y Celine por su tiempo, paciencia, risas y experiencias vividas en estos años.

A Valeria López por aparecer, acompañar, motivar y haber sido parte de uno de los capítulos más inolvidables de mi vida.

A la Universidad Nacional de Lanús en Buenos Aires, especialmente a mis profes Angelina y Melissa por sus amplios conocimientos impartidos y por darme otra visión del diseño que no contemplaba.

A mi tutor, Mg. Carlos Nájera por su paciencia, aprendizaje y predisposición para guiar el desarrollo de mi proyecto y a mis revisores Phd. Marcelo Pilamunga y Mg Álvaro Tíban quienes estuvieron dispuestos a resolver dudas y guiar mi trabajo. A cada uno de los profesores que han sido parte de mi camino universitario por sus enseñanzas y consejos.

Al Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores por su apoyo y acompañamiento durante el proceso de mi proyecto.

A la música, especialmente a Morat, por acompañarme desde la adolescencia y ser la guía para encontrar mis sueños y luchar por ellos.

- Daniela López Ases

ÍNDICE DE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES GENERALES.....	3
1.1 Tema	3
1.2 Planteamiento del problema	3
1.2.1 Contextualización	4
1.2.2. Árbol de problemas	7
1.2.3 Enunciado del problema.....	7
1.3. Justificación del proyecto	8
1.4. Objetivos	11
1.4.1. Objetivo general	11
1.4.2. Objetivos específicos.....	11
1.5. Línea de investigación.....	11
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL.....	12
2.1. Antecedentes de la investigación (Estado del arte)	12
2.2. Categorías fundamentales	14
2.3. Red conceptual	15
2.4. Marco conceptual	17
2.4.1. Estrategias de comunicación	17
2.4.2. Proceso de comunicación	17

2.4.2.1 Emisor	17
2.4.2.2. Canal.....	18
2.4.2.3. Mensaje	18
2.4.2.4. Código	18
2.4.2.5. Receptor	18
2.4.3. Comunicación visual	18
2.4.4. Narrativa visual	19
2.4.5. Storytelling	19
2.4.6 Medios.....	19
2.4.6.1 Medios impresos	19
2.4.6.2. Medios digitales	20
2.5. Diseño gráfico	20
2.5.1. Elementos conceptuales	21
2.5.2. Elementos visuales	21
2.5.2.1. Forma	21
2.5.2.2. Color.....	22
2.5.2.3. Tipografía	22
2.5.2.4. Textura.....	23
2.5.2.5 Imagen.....	24
2.5.3. Principios de diseño gráfico	24
2.5.3.1 Composición.....	24
2.5.3.2 Jerarquía	24
2.5.3.3. Equilibrio.....	24
2.5.4. Disciplinas del diseño gráfico	25
2.5.4.1. Identidad gráfica.....	25
2.5.4.2. Branding	25
2.5.4.3. Packaging	25

2.5.4.4. Ilustración	26
2.5.4.4.1. Estilos de ilustración	26
2.5.4.5. Diseño editorial	27
2.6. Material gráfico	28
2.6.1. Producción gráfica.....	29
2.6.1.1. Materiales	30
2.6.1.2 Tipos de papeles	31
2.6.1.3. Gestión del color	33
2.6.2. Sistemas de impresión	36
2.6.3. Material editorial	38
2.6.3.1 Infografía	38
2.6.3.2. Folleto.....	39
2.6.3.3. Guías.....	39
2.6.3.4. Revistas	39
2.6.3.5. Tarjetas didácticas	39
2.6.4.1. La gamificación.....	40
2.6.4.2 Publicación editorial interactiva	41
2.7. Identidad cultural.....	41
2.7.1. Memoria colectiva.....	42
2.7.2. Valores y creencias	42
2.7.3. Sentido de pertenencia	43
2.8 Patrimonio	43
2.8.1. Patrimonio natural	43
2.8.2. Patrimonio cultural	44
2.8.2.1 Patrimonio material	44
2.8.2.2. Patrimonio inmaterial	44
2.9. Fiestas tradicionales	46

2.10. La Fiesta de la Fruta y de las Flores	47
2.10.1. Manifestaciones culturales de la fiesta	48
2.10.1.1. Ritos	48
2.10.1.2. Religión	48
2.10.1.3 Música y danza	49
2.10.1.4. Vestimenta	50
2.10.1.5. Carros alegóricos	50
2.10.1.6. Gastronomía	50
2.10.2. Eventos patrimoniales	51
2.10.3. Eventos tradicionales	52
2.11. Marco Histórico	53
2.11.1 Origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores	53
2.11.1.1. Terremoto de 1949	54
2.11.1.2 Condiciones de vida de los habitantes después del terremoto..	54
2.11.1.3. Plan de reconstrucción de la ciudad	56
2.11.1.4. Primera edición de la Fiesta de la Fruta y de las Flores	56
2.11 Marco legal	58
CAPÍTULO III. MARCO REFERENCIAL	66
3.1 Análisis externo PEST	66
3.1.1 Análisis político	66
3.2. Análisis interno FODA	73
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	76
4.1 Método	76
4.2 Enfoque de investigación	76
4.3 Modalidad	77
4.4 Nivel de investigación	78
4.4 Operación de variables	80

4.5 Diseño de investigación	86
4.5.1 Población y muestra	86
4.5.2 Tipo de muestra	86
4.5.3 Selección de la muestra	86
4.8 Técnicas de estudio	88
4.9 Matriz síntesis diseño metodológico	88
4.9 Análisis y discusión de resultados	89
4.9.2. Resultados de entrevista a diseñadores gráficos del Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores.	106
Conclusiones de los diseñadores	124
4.9.3 Resultados de entrevistas a directores de arte.	125
Conclusiones de los directores de arte	143
Análisis de Estudios de caso	157
Triangulación de variables	161
5.1 Metodología proyectual.....	172
5.2 Aplicación metodológica de la propuesta.....	172
5.3 Descripción de la propuesta	173
5.4 Requerimientos / brief del usuario	174
5.4.1 Perfil del cliente, estilo, tono.....	174
5.4.2. Estilo.....	176
5.4.3. Tono	176
5.5 Desarrollo de la propuesta.....	176
5.5.1 Concepto.....	176
5.5.2. Objetivos	177
5.6.1. Identidad visual	177
5.6.2 Tipografía	178
5.6.4. Guía didáctica.....	181

5.6.5. Infografía	183
5.6.6. Juego de tarjetas didácticas	184
5.6.7. Postales	185
5.6.8. Packaging	185
5.6.7. Post para redes sociales	186
5.6. Expresión creativa	186
5.7. Valor agregado	187
5.8. Materiales e Insumos	187
5.8.1. Presupuesto	188
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	190
6.1 Conclusiones	190
6.2 Recomendaciones	191
BIBLIOGRAFÍA	192
ANEXOS	208

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Árbol de problemas	7
Gráfico 2. Categorías Fundamentales	14
Gráfico 3. Red conceptual de la variable independiente	15
Gráfico 4. Red conceptual de la variable dependiente	16
Gráfico 5. Análisis CAME	75
Gráfico 6. Tabulación pregunta 1	144
Gráfico 7. Tabulación pregunta 2	145
Gráfico 8. Tabulación pregunta 3	147
Gráfico 9. Tabulación pregunta 4	148
Gráfico 10. Tabulación pregunta 5	149
Gráfico 11. Tabulación pregunta 6	150
Gráfico 12. Tabulación pregunta 7	151
Gráfico 13. Tabulación pregunta 8	152
Gráfico 14. Tabulación pregunta 9	153
Gráfico 15. Tabulación pregunta 10	154
Gráfico 16. Tabulación pregunta 11	156
Gráfico 17. Buyer persona.....	175
Gráfico 18. Identificador gráfico.....	178
Gráfico 19. Tipografía	179
Gráfico 20. Colores principales.....	179
Gráfico 21. Color complementario.....	180
Gráfico 22. Previsualización de la información en la retícula.....	181
Gráfico 23. Previsualización de la portada.....	182
Gráfico 24. Previsualización del contenido de la guía	182
Gráfico 25. Previsualización de los cromos	183
Gráfico 26. Previsualización de la infografía	184
Gráfico 27. Juego de cartas	185
Gráfico 28. Postales.....	185
Gráfico 29. Packaging donde se incluirá el material gráfico.....	185
Gráfico 30. Post para redes.....	186

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.Elementos conceptuales.....	21
Tabla 2. Clasificación de tipografías	22
Tabla 3. Productos gráficos impresos.....	28
Tabla 4. Fases de la producción gráfica	29
Tabla 5. Aspectos importantes de los materiales.....	30
Tabla 6. Tipos de papeles	31
Tabla 7. Canales del color HSL.....	34
Tabla 8.Psicología del color	35
Tabla 9. Tipos de sistemas de impresión	36
Tabla 10. Elementos de la Gamificación.....	40
Tabla 11. Fiestas tradicionales en la provincia de Tungurahua.	46
Tabla 12.Lista de eventos patrimoniales de la F.F. F.....	51
Tabla 13. Lista de eventos patrimoniales de la F.F.F.....	52
Tabla 14. Plan operativo de formato 2023	68
Tabla 15. Razones de uso de Tik-Tok e Instagram en adolescentes.....	70
Tabla 16. Uso de tecnologías de información y comunicación en Ecuador...	71
Tabla 17. Uso de redes sociales en Ecuador.....	72
Tabla 18. Operacionalización de la variable independiente: Material gráfico	80
Tabla 19. Operacionalización de la variable dependiente: Fiesta de la Fruta y de las Flores	83
Tabla 20. Población y muestra	87
Tabla 21. Matriz síntesis diseño metodológico	88
Tabla 22. Perfil de entrevistas historiadores y especialistas en fiestas culturales.	89
Tabla 23. Pregunta 1 – Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.	90
Tabla 24. Pregunta 2 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.	91
Tabla 25. Pregunta 3 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.	93

Tabla 26. Pregunta 4 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.	95
Tabla 27. Pregunta 5 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.	97
Tabla 28. Pregunta 6 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.	98
Tabla 29. Pregunta 7 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.	100
Tabla 30. Pregunta 8 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.	101
Tabla 31. Pregunta 9 – Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.	103
Tabla 32. Pregunta 10 – Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.	104
Tabla 33. Perfil de entrevistas Diseñadore gráficos que han colaborado en la Fiesta de la Fruta y de las Flores.	106
Tabla 34. Pregunta 1– Encuesta realizada a diseñadores.	106
Tabla 35. Pregunta 2 – Encuesta realizada a diseñadores.	108
Tabla 36. Pregunta 3 – Encuesta realizada a diseñadores.	109
Tabla 37. Pregunta 4 – Encuesta realizada a diseñadores.	111
Tabla 38. Pregunta 5 – Encuesta realizada a diseñadores.	114
Tabla 39. Pregunta 6 – Encuesta realizada a diseñadores.	116
Tabla 40. Pregunta 7 – Encuesta realizada a diseñadores.	117
Tabla 41. Pregunta 8 – Encuesta realizada a diseñadores.	119
Tabla 42. Pregunta 9 – Encuesta realizada a diseñadores.	121
Tabla 43. Pregunta 10 – Encuesta realizada a diseñadores.	123
Tabla 44. Perfil de entrevistas a directores de arte	125
Tabla 45. Pregunta 1 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.	125
Tabla 46. Pregunta 2 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.	127
Tabla 47. Pregunta 3 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.	129

Tabla 48. Pregunta 4 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.	130
Tabla 49. Pregunta 5 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.	132
Tabla 50. Pregunta 6 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.	134
Tabla 51. Pregunta 7 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.	135
Tabla 52. Pregunta 8 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.	137
Tabla 53. Pregunta 9 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.	139
Tabla 54. Pregunta 10 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.	141
Tabla 55. Pregunta 1- Encuesta a adolescentes	144
Tabla 56. Pregunta 2- Entrevista a adolescentes	145
Tabla 57. Pregunta 3 – Entrevista a adolescentes	146
Tabla 58. Pregunta 4 - Encuesta a adolescentes	147
Tabla 59. Pregunta 5 - Encuesta a adolescentes	148
Tabla 60. Pregunta 6 - Encuesta a adolescentes	149
Tabla 61. Pregunta 7 - Encuesta a adolescentes	150
Tabla 62. Pregunta 8 - Encuesta a adolescentes	151
Tabla 63. Pregunta 9 – Encuesta a adolescentes	152
Tabla 64. Pregunta 9 – Encuesta a adolescentes	154
Tabla 65. Pregunta 9 – Encuesta a adolescentes	155
Tabla 66. Estudios de casos	157
Tabla 67. Matriz de triangulación	161
Tabla 68. Materiales e insumos	187
Tabla 69. Presupuesto de servicio profesional	188
Tabla 70. Presupuesto total de la propuesta	188

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto tiene la finalidad de abordar la escasa difusión sobre el origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, siendo con tiempo posicionada por el de entretenimiento y turismo, dejando de lado la razón de su celebración en los más jóvenes. La propuesta no busca difundir datos inéditos, sino visibilizar la información existente mediante una comunicación más atractiva y accesible. Para ello se desarrolla material gráfico orientado al interés del público empleando un enfoque mixto que combina la investigación bibliográfica-documental y la investigación de campo para recopilar información en entrevistas y encuestas y conocer el criterio profesional de historiadores locales, diseñadores gráficos y directores de arte. La propuesta final consiste en un kit editorial, guiado de la gamificación para hacer más fácil el acercamiento del tema con el público favoreciendo a su aprendizaje y experiencia.

PALABRAS CLAVES: FIESTA DE LA FRUTA Y DE LAS FLORES, HISTORIA DE AMBATO, DISEÑO EDITORIAL, GAMIFICACIÓN, FLAT DESIGN.

ABSTRACT

The project aims to address the lack of awareness surrounding the origins of the Fruit and Flower Festival, which has long been positioned primarily as an entertainment and tourism event, neglecting the reasons for its celebration among younger generations. The proposal does not seek to disseminate new information, but rather to make existing information more visible through more engaging and accessible communication. To this end, graphic materials tailored to the public's interest are being developed using a mixed-methods approach that combines bibliographic and documentary research with field research. This involves gathering information through interviews and surveys and understanding the professional perspectives of local historians, graphic designers, and art directors. The final proposal consists of a gamified editorial kit designed to facilitate the public's engagement with the topic, enhancing their learning and experience.

KEYWORDS: FIESTA DE LA FRUTA Y DE LAS FLORES, HISTORY OF AMBATO, EDITORIAL DESIGN, GAMIFICATION, FLAT DESIGN.

INTRODUCCIÓN

La Fiesta de la Fruta y de las Flores representa la celebración más importante para los ambateños. Celebrada anualmente desde 1951, la fiesta reúne una serie de eventos que mantienen viva la tradición. Sin embargo, con el paso del tiempo se han visto reflejados los cambios y transformaciones que han sido orientados hacia su proyección nacional e internacional dejando de lado el relato de su origen, los hechos y sucesos que hicieron posible que la ciudad devastada por un terremoto encuentre en la celebración una forma de reconstruirse y salir adelante.

Las nuevas generaciones perciben la fiesta desde el entretenimiento y festejo, esto debido a la poca información que tienen acceso sobre la historia de la fiesta. Sumado a la falta de difusión en formatos y lenguajes que vayan acorde a sus intereses y formas de aprender, asimismo a la ausencia de material gráfico que permita traducir el contenido histórico de manera más accesible y atractiva.

Por ello, el proyecto propone el uso del diseño gráfico como herramienta para acercar el origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores hacia los adolescentes entre 10 y 19 años mediante la experimentación con diferentes papeles y la integración de la gamificación, generando así una experiencia sensorial y táctil que permita a los jóvenes aprender mientras se entretiene. De esta forma, el proyecto no solo ayuda a la difusión de la historia de la fiesta, sino también al aprendizaje y preservación del patrimonio inmaterial del país.

Capítulo I. Los antecedentes se enfocan en la problemática de investigación, partiendo por su contextualización de nivel mundial hasta el nivel local. Se abordan sus causas, consecuencias a través del árbol de problemas, justificación del proyecto y los objetivos a desarrollar.

Capítulo II. Marco Referencial: En esta sección se recopilan estudios realizados previamente que guardan relación con el proyecto, seguidos de la fundamentación teórica basada en el material gráfico, diseño editorial, patrimonio inmaterial y la Fiesta de la Fruta. Asimismo, se incluyen las normas y leyes establecidas en la Constitución que amparan el proyecto.

Capítulo III. Se profundiza sobre el entorno del proyecto a nivel interno y externo mediante el análisis PEST y FODA para identificar la situación actual y a partir de ello establece estrategias y pautas que orienten el desarrollo de la propuesta gráfica.

Capítulo IV. En el Marco Metodológico se establece el enfoque, modalidad y nivel de investigación con el fin de obtener datos e información para conocer gustos, preferencias y criterio profesional que contribuyan a la construcción del material gráfico.

Capítulo V. En la propuesta se expone el desarrollo creativo bajo los parámetros del diseño gráfico para establecer la identidad visual, cromática, tipografía, concepto y estilo de las piezas graficas a desarrollar, bajo el método de diseño de Bruce Archer.

Capítulo VI. Finalmente se presentan los resultados obtenidos a lo largo del proyecto mediante las conclusiones y, en las recomendaciones, se sugieren acciones que podrían fortalecer la aplicación del proyecto y orientar a futuros trabajos alineados al tema tratado.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Tema

Diseño de material gráfico como aporte para la difusión del origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores en los adolescentes de la ciudad de Ambato.

1.2 Planteamiento del problema

Ecuador alberga una gran variedad de fiestas y tradiciones. La ciudad de Ambato es una de ellas, al ser reconocida por celebrar la Fiesta de la Fruta y de las Flores desde 1951, como motivo de agradecimiento y resiliencia después de un terremoto que dejó en ruinas gran parte de la urbe.

A lo largo del tiempo esta celebración ha ido evolucionando en su presentación, escenografía, difusión y manera de verla. Actualmente la fiesta reúne una gran cantidad de eventos culturales, gastronómicos, deportivos, musicales, entre otros. Esto la ha direccionado hacia el entretenimiento y turismo dejando de lado el verdadero sentido de festejo.

La difusión de la fiesta a lo largo de los años ha ido evolucionando y adaptándose a los cambios, tomando en cuenta el uso de medios como la radio, televisión, prensa y redes sociales para dar a conocer los diferentes eventos dentro de la celebración de la Fiesta de la Fruta y de las Flores. Por ello, al priorizar aspectos económicos, turísticos, el espectáculo y las actividades dirigidas al entretenimiento se ha dejado de lado la educación y transmisión del origen a las nuevas generaciones, afectaciones a la valoración de la cultura local, su tradición y sentido de pertenencia. Por consiguiente, en el futuro los participantes, en especial los adolescentes disfrutarán de la fiesta sin comprender ni valorar el verdadero significado de su origen, convirtiéndose en un evento que no pueda transmitir eficientemente su legado cultural a las futuras generaciones.

Tener material disponible para difundir y enseñarlo a los adolescentes es de suma importancia para dar valor a la fiesta de los ambateños. Por ello crear recursos gráficos llamativos, fácil de manipular y con un estilo acorde a su edad permite que el contenido sea comprendido de forma sencilla a partir de una narrativa, tono y redacción adecuada.

1.2.1 Contextualización

A nivel mundial con la transformación tecnológica, la forma de aprender y consumir información ha cambiado y por ende también las exigencias de la sociedad. Ante ello, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO menciona la importancia de integrar la cultura con la educación para la enseñanza de valores y manera de actuar que hoy en día son muy importantes para enfrentar desafíos globales incluyendo nuevas formas de leer y aprender sobre cultura (UNESCO 2023).

Acotando a lo mencionado en diferentes países de Europa y América se plantean iniciativas para que el origen y valor de sus fiestas culturales no sean olvidadas con el transcurso del tiempo. De este modo en la India, se han realizado una serie de libros ilustrados para niños con el propósito de acercarlos hacia la historia del festival de colores y la primavera, más conocido como ‘‘Holi’’, esta celebración se realiza particularmente con polvos de colores. Se caracteriza por su cromática vibrantes y diversión, mismos elementos que se buscan combinar mediante ilustraciones y fotografías para abordar la fiesta desde diferentes perspectivas permitiendo que el público infantil comprenda y se divierta mientras aprende (The childrens book review, 2023).

La enseñanza del patrimonio en las escuelas y colegios es fundamental para el aprendizaje de las nuevas generaciones. Bajo esta premisa la UNESCO realizó el Año Europeo del Patrimonio cultural 2018, que se llevó a cabo entre enero del 2019 y junio del 2021 donde se realizaron diferentes actividades con la intención de promover el intercambio de conocimientos culturales (UNESCO, s.f).

Por ello, ante la oportunidad de poder brindar herramientas para la educación en las nuevas generaciones sobre las fiestas culturales y el patrimonio cultural, las Islas Canarias implementó el proyecto ‘‘Educarnaval’’ como estrategia para transmitir el origen del carnaval a niños de tercer y cuarto nivel de primaria con el desarrollo de propuestas educativas que involucren el valor del carnaval y generen la participación colectiva con el objetivo de facilitar el acceso al aprendizaje sobre esta manifestación, ayudando a ser una pieza clave de identidad y memoria colectiva (Gobierno de Canarias, 2024)

En un estudio realizado en Kuwait, país ubicado en el Golfo pérsico, se refleja que a través de varias escuelas secundarias los docentes usaban ilustraciones visuales con un 90% en clases prácticas y un 95% en clases teóricas logrando que los estudiantes comprendan mejor los contenidos además de fortalecer la comunicación y el pensamiento crítico entre el alumnado (Buhamad, Rabab, & Budour, 2024). Esto no solo ayuda a que los jóvenes comprendan mejor el tema sino también contribuye al momento de impartir la historia del patrimonio cultural y cultura de una manera más fácil y agradable dentro y fuera del aula.

En Latinoamérica uno de los carnavales más famosos es el carnaval de Rio ubicado en Brasil. En 2022 destaco especialmente por presentar una marca con la esencia de la celebración. El reto fue llegar a transmitir la esencia del carnaval. Para ello la agencia Tátil logro incorporar en la gráfica movimiento y diversión luego de una investigación con profesionales y las escuelas de baile, siendo las banderas elemento clave sumado a su fluidez y ritmo relacionados estrechamente con el concepto de la fiesta (Brandemia, 2022).

Adicionalmente, en 2025 en Brasil se desarrolló la campaña “Cuida que é nosso” con el apoyo del Ministerio de Cultura y el Gobierno con el propósito de concientizar sobre la importancia de preservar el patrimonio cultural durante los días de carnaval, esta iniciativa estaba dirigida hacia todo el público brasileño mediante piezas gráficas, audiovisuales y contenido en redes sociales (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2025).

Por otro lado, en Colombia, el carnaval de Barranquilla, uno de los festejos más importantes y esperados del país anualmente propone “El viaje del carnaval”, un proyecto educativo que busca estimular la valoración del carnaval de Barranquilla como patrimonio cultural inmaterial para niños entre 7 y 14 años. A través de esto se hace una recopilación desde el origen del carnaval y su evolución. Dentro de los entregables se incluye un folleto que contiene cartillas para los niños y profesores con actividades para que puedan desarrollar (Carnaval de Barranquilla, 2019). Esta propuesta fue llevada hacia las instituciones educativas, llegando a 9500 niños de 50 escuelas, acompañadas de música y baile en cada evento (Carnaval de Barranquilla S.A.S., 2019).

En Ecuador dentro de la región sierra se encuentran celebraciones culturales que se han convertido en parte de la identidad de la población. Una de ellas es el carnaval de Guaranda, cada año la ciudad se viste de color y alegría para festejar con bailes, juegos, gastronomía, música, personajes propios de la festividad, siendo un atractivo para turistas propios e internacionales. Esta tradición se va educando desde la infancia en el hogar y sus prácticas se transmiten fácilmente logrando que perdure con el tiempo (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2025)

Del mismo modo, en la ciudad de Ambato, denominada también como la “Tierra de las Frutas y de las Flores” por albergar una de las fiestas más importantes. La Fiesta de la Fruta y de las Flores conocida por sus siglas F.F.F. nació en 1951 con motivo de agradecimiento y resiliencia, llevando este nombre por el auge frutal de temporada y donde se comercializa gran variedad de frutas. Con el tiempo la fiesta ha ido evolucionando y teniendo cambios acordes a las demandas de la sociedad, convirtiéndose en una celebración que fusiona la cultura, arte, danza y gastronomía conocida internacionalmente.

Para fortalecer la conexión del público con la fiesta, el Comité Permanente de la fiesta ha recurrido en dos ocasiones a la música como estrategia de promoción y difusión. Con el apoyo de artistas ambateños, ambas composiciones musicales han logrado despertar el cariño y el orgullo por la ciudad entre los ciudadanos. Es así que en 2013 la canción “Mi sitio, mi lugar”, interpretada por Fausto Miño, Israel Brito y Guanaco Mc se posicionó en las calles de la ciudad durante los días de fiesta y que hasta el día de hoy sigue en auge y se ha convertido en la banda sonora de los días de la fiesta (Comite Permanente FFF, 2013). Seguido de esto, en 2020 se lanzó la canción “Aquí me quedo”, luego de vivir la pandemia y todo lo que acarreo, se crea esta canción como homenaje hacia los ambateños, su identidad y trabajo como motivación a seguir adelante a pesar de lo sucedido y convirtiéndose en parte fundamental de la difusión de la edición número 70 de la fiesta. (Comite Permenente FFF, 2020). Ambas piezas musicales rescatan la esencia de la fiesta, el sentido de orgullo y resiliencia del pueblo ambateño y de los proyectos más significativos y representativos que se han realizado para difundir la Fiesta de la Fruta y de las Flores.

En la última edición de la fiesta, al celebrarse los 75 años de la tradición ambateña, se desarrolló la instalación de un mapping inmersivo bajo el nombre “La

fiesta en 360 ° una propuesta innovadora y atractiva que sin duda atrajo al público para disfrutarla. La intención del evento era difundir un video sobre la historia de la fiesta, pero al ser una actividad nueva y que requiere de equipos especiales para su instalación la propuesta visual no mostraba lo que realmente fue el origen de la fiesta así como los hechos que marcaron el inicio de la celebración y se mostró más como un video promocional, por lo que se podrían tomar en cuenta ciertos detalles y mejorar en futuras ediciones para que el mensaje conecte mejor con el público y realmente transmita la esencia de la fiesta.

1.2.2. Árbol de problemas

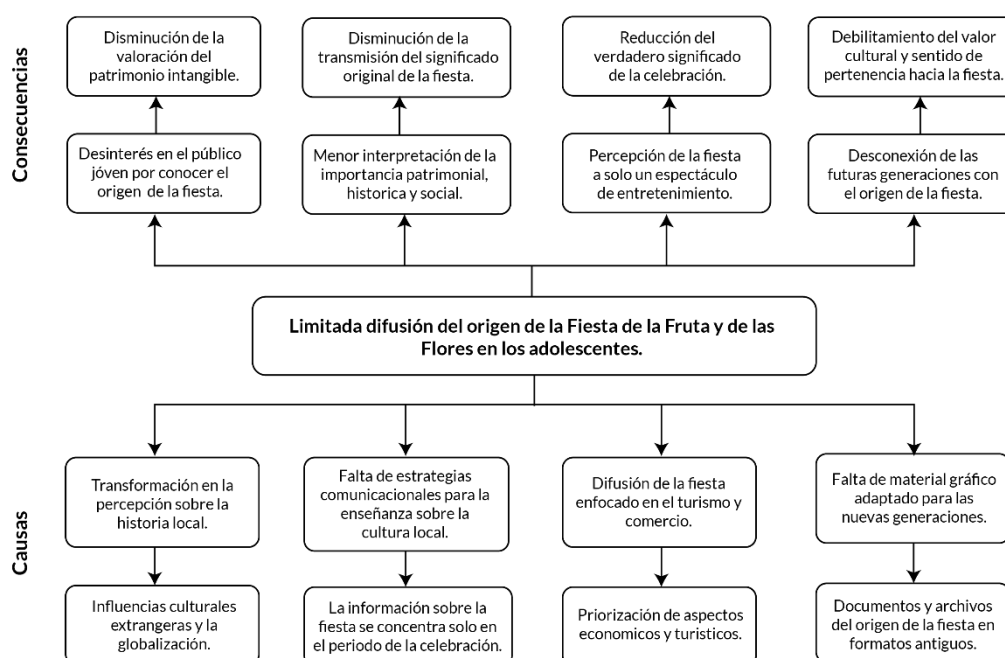


Gráfico 1. Árbol de problemas

Fuente: Elaboración propia

1.2.3 Enunciado del problema

El Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores ha evidenciado un problema sobre la difusión del origen de la fiesta en los adolescentes ya que con el paso del tiempo se ha ido quedando en segundo plano la razón inicial de su festejo y actualmente las nuevas generaciones lo perciben más como un acto de entretenimiento. Esto se debe a que la fiesta ha tomado un enfoque más turístico y de crecimiento

económico por lo que se ha descuidado al público ambateño más joven, sumado a que la historia y origen de la fiesta se encuentran en archivos antiguos, libros extensos que no son del interés del adolescente y limitan su acceso a dicha información.

Por otra parte, la saturación de contenido digital en los días de la fiesta está enfocado en actividades propias de programa oficial generando que el contenido histórico de la fiesta sea limitado y no tenga mucho alcance pase desapercibida para el adolescente. De esta forma los adolescentes no llegan a conocer los hechos que dieron origen a la fiesta y puedan entender e sentido que tiene la celebración.

1.3. Justificación del proyecto

Alrededor del mundo las festividades culturales se han convertido en parte de la identidad de un pueblo, ciudad o país llegando a consolidarse e innovarse con el paso de los años (Piragauta, 2023). De ahí la importancia de convertirse en parte de la esencia de la sociedad y la necesidad de conservarla hacia las nuevas generaciones.

El Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores C.P.F.F.F., institución encargada de organizar y desarrollar la fiesta mayor de los ambateños; cada año busca que los diferentes eventos sean innovadores y diferentes a ediciones pasadas con el fin de atraer a propios y foráneos a disfrutar de las diversas actividades, deleitándose con el arte, cultura y tradición presentes en las principales calles de la ciudad. Esta celebración se ha convertido en identidad propia de los ambateños, convirtiéndose en Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador en 2009 y posteriormente convirtiéndose en Referente Cultural y Patrimonio Inmaterial de la Región Andina en 2019 por el Parlamento Andino (COMSECA, 2020). De ahí su importancia para mantenerla viva y transmitirla hacia las nuevas generaciones, específicamente la adolescencia.

El Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores señala que la difusión esta orienta en un 70% hacia el turismo y la promoción de los eventos de cada edición, mientras que únicamente el 30% responde a fines educativos y culturales (Vargas, 2026). Esto evidencia que el origen y la historia de la fiesta no constituyen una prioridad dentro de la difusión institucional.

Los esfuerzos realizados hasta el momento se han concentrado en publicaciones en redes sociales y eventos puntuales en instituciones educativas, sin que exista un soporte gráfico impreso o visual que refuerce y consolide dicho mensaje.

Desde el comité organizador de la festividad, se han diseñado actividades dirigidas a distintos rangos de edad, incluyendo niños de entre 8 y 12 años del nivel primario, de 13 a 17 años del nivel secundario y estudiantes universitarios. Sin embargo, es la franja adolescente la que ocupa un lugar estratégico en la programación, al constituir un puente entre la infancia y la juventud adulta, y al mostrar una participación y sostenida en los eventos culturales y artísticos organizados.

La institución organiza alrededor de 50 actividades culturales y artísticas, con una participación de al menos 10 instituciones por actividad, lo que ayuda a la magnitud del alcance juvenil en el evento. Ante esto, dirigir el material gráfico hacia los adolescentes como público objetivo resulta pertinente, dado que representan uno de los sectores con mayor disposición e interés para integrarse en manifestaciones culturales colectivas.

De este modo, los adolescentes como público objetivo responden también a una preocupación identificada en el contexto de la Fiesta de la Fruta y de las Flores: la desvinculación progresiva de los jóvenes con el significado original de esta celebración. La mayoría de los jóvenes no reconocen y tienen conocimiento de los hechos que sucedieron para iniciar la Fiesta de la Fruta y de las Flores. Siendo preocupante que en 60 años se ha perdido el sentido de su festejo motivada actualmente por lo social y no por el sentido de agradecimiento a la tierra (Reino, 2023).

Aunque existen libros, revistas, ensayos y archivos sobre los inicios de la fiesta en diferentes lugares de la ciudad de Ambato, los mismos presentan formatos tradicionales y antiguos pensados para el público adulto. En algunos casos por su deterioro el manejo debe ser muy cuidadoso, siendo complejo para los más jóvenes tener acceso a revisarlos. Por lo que al no tener material atractivo, accesible y moderno que sea adaptado hacia la juventud ambateña, generan desinterés por conocer sobre el origen de la fiesta.

En tal aspecto, el diseño gráfico funciona como una herramienta para la creación de recursos gráficos que permitan a los adolescentes aprender sobre la fiesta

de una forma más accesible, atractiva y dinámica. La propuesta contribuye a la enseñanza de contenido histórico y cultural, mediante el uso de principios del diseño gráfico, facilitando la comprensión del mensaje y evitando la saturación de texto que se encuentra en formatos convencionales.

Los beneficiarios directos de este proyecto serán los adolescentes ambateños, quienes podrán fortalecer su conocimiento sobre el origen cultural y simbólico de la Fiesta de la Fruta y de las Flores mediante el material gráfico propuesto. La UNESCO manifiesta que es fundamental integrar la enseñanza de la cultura en los más jóvenes para que la comprendan, valoren, protejan y mantengan. Además, esto les permite enriquecer su conocimiento sobre el patrimonio material e inmaterial y apreciar la diversidad cultural (UNESCO, 2023).

Así también, de manera indirecta, se contribuirá a las instituciones educativas públicas y privadas de la ciudad, la Casa de la Cultura Núcleo de Tungurahua, entidad que apoya la preservación del patrimonio y realiza diferentes actividades para los jóvenes, el Municipio de Ambato podrá aprovechar el material propuesto para ampliar su alcance comunicacional y llegar a un mayor número de personas, tanto locales como visitantes.

A su vez, el Ministerio de Turismo, gracias a su cobertura nacional e internacional, tendrá la oportunidad de difundir el origen de la fiesta, promoviendo una conexión más profunda entre los turistas y la celebración, de modo que puedan vivirla con mayor comprensión e intención. De hecho, en un estudio realizado por estudiantes de la Universidad Autónoma de los Andes se evidencia que el 75 % de los turistas desconocen el origen y el sentido cultural de esta festividad (Paredes, Paz y Caizabanda, 2022). Esto refuerza la necesidad de fortalecer el sentido del origen de la fiesta no solo en la juventud ambateña sino en también en la población extranjera.

En este contexto, el presente proyecto tiene la intención de diseñar material gráfico atractivo, que incluya información relevante de su historia e ilustraciones. La incorporación del aprendizaje visual mediante recursos gráficos ayuda a que los estudiantes puedan comprender con facilidad contenidos extensos o complejos, siendo una manera óptima para organizar la información y captar la atención del adolescente

para conocer algún tema. Además, es importante mencionar que el cerebro actúa de manera positiva frente a lo novedoso y atractivo (Yandar, 2021).

Dentro de las ventajas que ofrece el uso de ilustraciones en el aprendizaje están mantener el interés del lector, mejor organización y retención de información (Díaz y Hernández, 2003). Por lo que además de aportar visualmente será funcional para la propuesta planteada. De esta manera, se busca que el público reconozca el origen de la fiesta, fortalezca su sentido de pertenencia y contribuya a que la celebración perdure, conservando el significado y los valores con los que fue creada.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Desarrollar material gráfico mediante el uso de herramientas y procesos de producción gráfica para la difusión del origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores en los adolescentes de la ciudad de Ambato.

1.4.2. Objetivos específicos

Identificar los principales acontecimientos del origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores entre 1949 y 1951, por medio de análisis bibliográfico, conferencias y entrevistas a especialistas para recopilar información relevante que ayude a comprender el contexto del tema.

Determinar los conceptos básicos del diseño gráfico y producción gráfica a través de la búsqueda en fuentes primarias y secundarias para desarrollar materiales visuales y funcionales que logren captar la atención de los adolescentes.

Diseñar material gráfico mediante el uso elementos visuales y la información previamente recolectada para aportar a la difusión del origen de la fiesta en los adolescentes.

1.5. Línea de investigación

Diseño, Materiales, Producción, Identidad, Sostenibilidad y Tecnologías aplicadas

Comunicación, Sociedad, Cultura y Tecnología.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes de la investigación (Estado del arte)

Para poder abordar el material gráfico como solución a la problemática planteada es fundamental conocer que técnicas y herramientas se han propuesto referente al tema y su influencia en la transmisión de tradiciones y cultura.

En el trabajo de investigación de Pinos (2024) con el tema *Análisis del cartel promocional de la Fiesta de la Flores y Frutas, durante el periodo 1990-2024, en la ciudad de Ambato*. Se presenta una investigación desde la mirada del diseño editorial y su influencia en la preservación cultural. Dentro de sus objetivos están la recopilación de los diferentes carteles en el periodo de estudio propuesto, definición y evaluación de criterios de diseño editorial mediante entrevistas para finalmente determinar si su aplicación se muestra de forma correcta. La metodología empleada parte del método inductivo permitiendo la observación específica de patrones ayudando a identificar si los criterios editoriales se cumplen. En cuanto al enfoque de la investigación, la autora implementa la investigación cualitativa para estudiar a fondo los aspectos subjetivos en cuanto al diseño editorial y su relación con los carteles. Los niveles de investigación usados son tres: exploratoria, descriptiva y transversal y para su modalidad se ayuda de la investigación bibliográfica y de campo con el fin de acceder a todos los carteles de la fiesta. Los resultados del estudio permitieron determinar que el 91,28 % de los carteles contienen valor simbólico y conceptual de la ambateñidad concluyendo con la importancia de mantener lineamientos editoriales y visuales coherentes para comunicar adecuadamente el valor de la fiesta. Esta investigación contribuye con la importancia de usar recursos editoriales para transmitir un mensaje hacia el público.

Por otro lado, Ruiz (2021) en su trabajo de tesis con el tema *El comic como recurso de difusión para contenidos culturales de la ciudad de Ambato. Caso de estudio la Fiesta de las Frutas y las Flores*. Tiene como objetivo implementar el comic para difundir la fiesta en los jóvenes Ambato, partiendo de la indagación de su conocimiento cultural, investigar los métodos de difusión usados para llegar a la realización del producto gráfico propuesto. En su metodología incorpora el método cualitativo, de nivel descriptivo a través de la modalidad de investigación

bibliográfica-documental en el que aborda ambos fenómenos a detalle, así como también en la búsqueda de recolección y levantamiento de información. Como resultado se obtuvo un Motion comic el que a través de un guion previamente realizado por el autor muestra la tradición ambateña, pero sin mencionar fechas o datos importantes que brinden información al público acerca del origen de la fiesta. En su estudio se incluye difundir el comic en medios tradicionales y digitales, en este caso las redes sociales que son más visitadas por los adolescentes. En el desarrollo de su propuesta el autor menciona la importancia de tener en cuenta detalles como la vestimenta de la época, el entorno y demás elementos fundamentales, que sumado con la ayuda de una narrativa adecuada cuenta la historia a manera de anécdota con personajes puntuales que logran conectar con el público.

La desconexión de las nuevas generaciones ante las tradiciones locales no es solo un problema que ocurre en la ciudad de Ambato sino también en otras ciudades como es el caso de Latacunga – Cotopaxi donde Vega y Vizcaino (2020) en su proyecto de titulación con el tema *Diseño editorial ilustrado basado en los personajes principales de la fiesta popular la Mama Negra de la ciudad de Latacunga para la difusión de valores culturales en niños de ocho a diez años*. Tienen como objetivo fomentar valores culturales a través del material editorial. Para ello sus objetivos específicos se centran en conocer la importancia que tiene esta festividad en el país, después determinan los personajes que participan en la Mama negra y cuál es su significado dentro de la fiesta para poder aplicarla mediante ilustraciones en textos narrativos. La metodología usada es descriptiva y para su propuesta emplean un método donde la ilustración es fundamental y es la solución para problemas de comunicación de índole social y cultural que es abordada desde del pensamiento creativo, la investigación y el diseño. Dentro del estudio se utilizó la herramienta Stakeholders, usada para identificar cuáles serían los posibles aliados al proyecto, en este caso se determina que el consumidor final son los niños, los beneficiarios también serían profesores, padres de familia e investigadores culturales, librerías e imprentas interesadas en temas culturales y sociales. Como solución al problema planteado se determinó el diseño de un kit grafico que incluye un libro ilustrado, un sobre con cartas de los personajes representativos de la fiesta y un packaging que contenga los mismos y sean manejable.

Por su parte (Mármol, 2014) con el tema *Aporte del diseño gráfico a la actividad cultural del Centro Histórico de Quito, mediante piezas gráficas que apoyen a organizaciones involucradas con el rescate de la identidad cultural, dirigida a jóvenes adolescentes*. En su objetivo se establece diseñar piezas con el fin de generar interés en las actividades culturales y como objetivos específicos se encuentran la investigación de la importancia que le da el público objetivo a los recorridos para después desarrollar la propuesta de diseño mediante elementos gráficos y finalmente validar as piezas promocionales. El proyecto se enfoca en la aplicación de herramientas lúdicas por medio de juegos siendo material no solo promocional sino interactivo, apartándose de la promocional tradicional de afiches, flyers, entre otros. Además, busca integrarse en la parte educativa en el área de Ciencias Sociales dándole a los docentes material para que los estudiantes comprendan el tema de forma diferente sin caer en el aburrimiento. El trabajo mencionado se relaciona con el presente proyecto al abordar el diseño y la cultura para la enseñanza en el público adolescente.

2.2. Categorías fundamentales

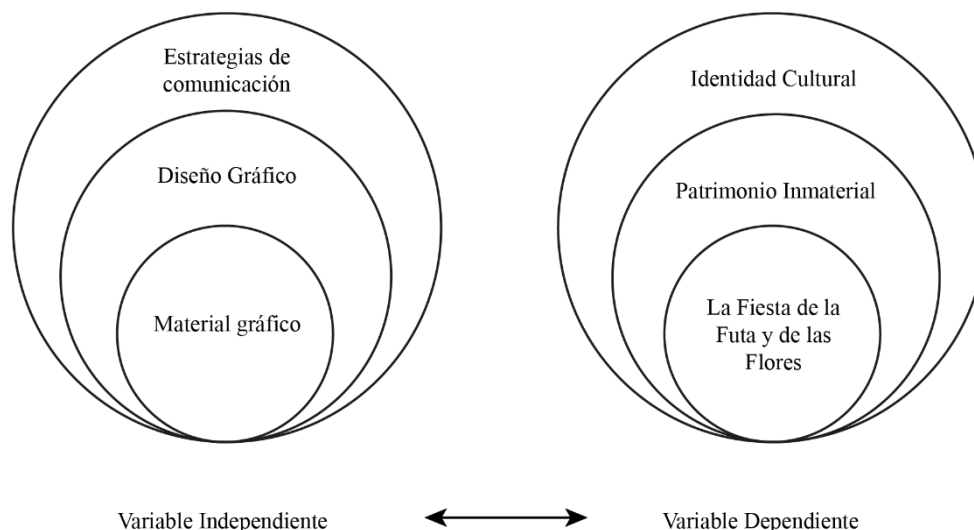


Gráfico 2. Categorías Fundamentales

Fuente: Elaboración propia

2.3. Red conceptual

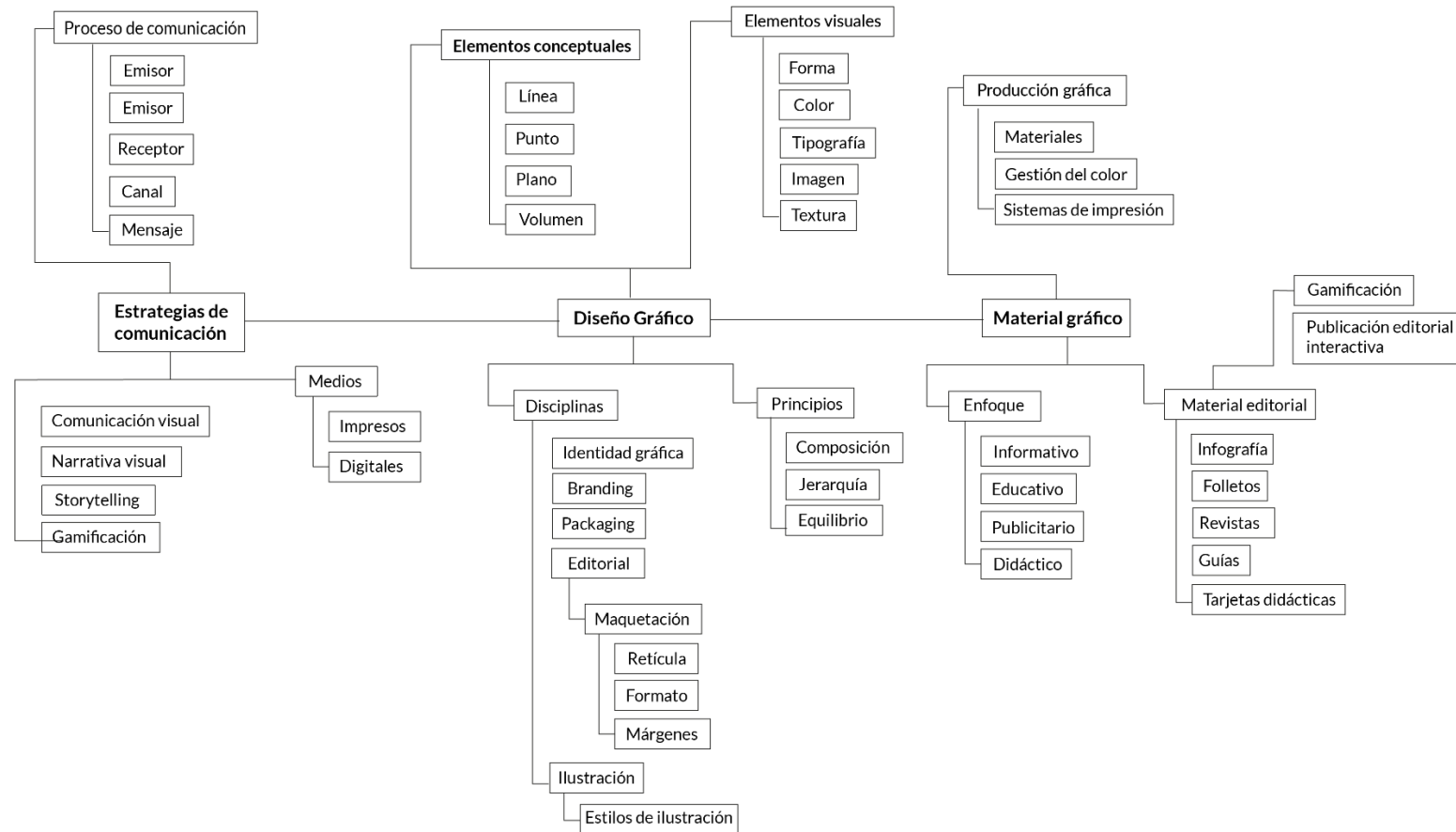


Gráfico 3. Red conceptual de la variable independiente

Fuente: Elaboración propia

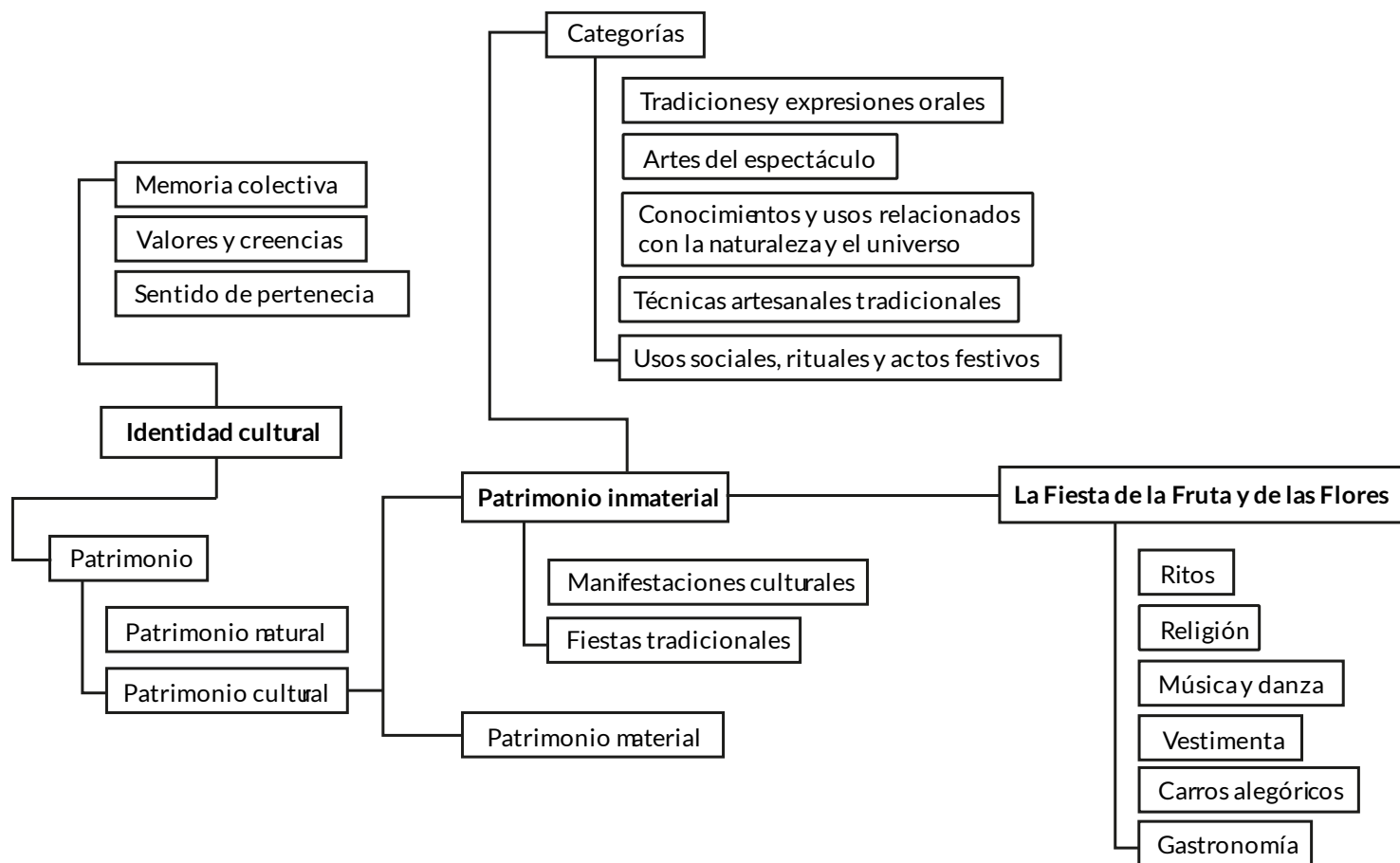


Gráfico 4. Red conceptual de la variable dependiente

Fuente: Elaboración propia

2.4. Marco conceptual

2.4.1. Estrategias de comunicación

La comunicación va más allá de brindar información, conlleva un proceso y forma para saber cómo transmitir el mensaje de manera correcta. Es por ello que la estrategia de comunicación es clave para llevarla a cabo. Para Ferré (2003)

Se entiende por estrategia de comunicación la forma en que unos determinados objetos de comunicación son traducidos en leguajes intangibles para el público receptor, para que los pueda asimilar debidamente. Cualquier estrategia de comunicación está condicionada por las propias teorías de la comunicación, la creatividad y la forma de entender ambos factores por parte de quien va a idear el mensaje (p.27). Por ello consiste en traducir adecuadamente mensajes para que el público comprenda, al integrar creatividad y teoría.

Surgen para responder a diferentes necesidades que enfrenta la sociedad en diferentes contextos. Por su parte Ríos, Páez y Barbos (2020) refieren que:

En cualquier situación, el propósito de las estrategias de comunicación es ofrecer soluciones a diversas necesidades, sean de comunicación, posicionamiento o participación ciudadana. Las mismas surgen a partir de la identificación de una problemática existente dentro de una comunidad u organización, o bien como producto del análisis de un diagnóstico previo.

Es decir, son diseñadas partiendo de un análisis que permita establecer los objetivos a cumplir y suplan necesidades o problemas de comunicación.

2.4.2. Proceso de comunicación

2.4.2.1 Emisor

Es la persona que emite o envía el mensaje. Para Fonseca (20005) es la persona que elabora y origina el mensaje donde la fuente y el emisor se fusionan en un solo elemento. (Fonseca, 2005). Es decir, es el punto de partida del proceso comunicacional al estar encargado de enviar la información.

2.4.2.2. Canal

Castro y Moreno (2006) mencionan que “Se refiere al medio por el cual el estímulo o mensaje se pasa de la mente del emisor a la mente del receptor. Cualquier medio que permita que se envíen mensajes se considera un canal” (p.18). Es un elemento clave ya que de esto depende que la información se transmita de forma clara y precisa.

2.4.2.3. Mensaje

Expresa a través de palabras, imágenes, sonido o símbolos. Es el resultado de distintas maneras de representación en donde intervienen la gráfica, tipografía, ilustración, entre otros dependiendo de las características particulares de codificación e implicaciones técnicas (Rollié y Branda, 2004). Su claridad y coherencia determinan la efectividad de lo que se quiere comunicar.

2.4.2.4. Código

El código permite definir la forma en que se comunica el mensaje. Vega y Chirinos (2020) mencionan que se refiere a:

La forma que el emisor le da al contenido. En ella se encuentran los aspectos relacionados son el lenguaje, tanto verbal como visual, además de cuestiones relativas a la tecnología empleada (ya que el código interrelaciona de forma directa con el canal) (p.9).

Por ende, es la forma en que el emisor construye el mensaje asegurándose de que el contenido sea comprendido de la manera esperada por el destinatario.

2.4.2.5. Receptor

Se trata de a quién va dirigido el mensaje, es decir, el receptor o público al que se orienta la comunicación, incluyendo a los que puedes acceder al mismo (Fonseca, 2005). Aunque es el último del proceso es el más importante ya que aquí se determinan si los pasos anteriores se cumplieron y si el mensaje es comprendido.

2.4.3. Comunicación visual

Para Munari (2016) la comunicación visual es todo lo que podemos ver a nuestro alrededor y que dependiendo del contexto en el que se presenten tienen un valor e interpretación diferente. En este sentido se divide a en comunicación casual e intencional.

La comunicación casual se distingue por poseer una libre interpretación entre el receptor y el mensaje, por otra parte, la comunicación intencional se enfoca en la comprensión del sentido que el emisor busca transmitir a través de su mensaje.

De este modo la comunicación se puede apreciar en todo lo que podemos ver, cada imagen que percibimos adquiere un significado de acuerdo a lo que se encuentra.

2.4.4. Narrativa visual

La narrativa visual para Daza, Míguez y Meo (2018) ‘‘En la medida en que una historia es dicha, pronunciada, contada, relatada y escuchada provoca efectos, pero si a su vez agregamos la consolidación de una referencia como lo es la imagen, el objeto se vuelve fascinantemente cautivador, penetrante, imaginario’’ (p.26).

2.4.5. Storytelling

Para Eisner (2008) La historia es un medio para transmitir información de forma comprensible ya que permite relacionar ideas abstractas o complejas mediante el uso de formas, comparaciones o ejemplos que resultan familiares.

De este modo el storytelling para Pons (2023) se define como ‘‘La habilidad de contar historias y transmitir, a través de ellas, información y emociones de manera atractiva, efectiva y memorable’’ (p.17). El poder del storytelling se consolida al ser una herramienta que permite transmitir un mensaje emocional al público y generar un vínculo. Dentro del diseño esto es fundamental no solo para crear piezas gráficas visuales estéticas sino para comunicar de manera profunda el tema a abordar.

2.4.6 Medios

2.4.6.1 Medios impresos

El material gráfico impreso a pesar de los avances de la tecnología todavía tiene un espacio dentro de los materiales gráficos solo que ahora con un giro y función más cuidada. El contenido escrito se materializa en un soporte físico a través de diferentes técnicas de impresión. Estos soportes pueden ser de papel, cartulina o cartón, aunque también existen opciones plásticas, metálicas o textiles. Asimismo, la selección del soporte dependerá del proceso de impresión utilizado, como offset, serigrafía, flexografía o huecogrado (Gómez,

2013). Esta variedad de técnicas y materiales permiten que la impresión se siga usando para comunicar, vender o promocionar algo en particular y sigan manteniéndose en el tiempo.

2.4.6.2. Medios digitales

En la actualidad los formatos para leer han migrado hacia la virtualidad, cada vez es más común encontrar diferentes materiales gráficos que antes solo se obtenían de manera física. Trejo (2018) afirma que, para crear contenidos digitales, es fundamental tomar en consideración los principios del diseño especialmente en cuanto a la cromática, tipográfica y uso de retículas. El material digital se difunde por medio de dispositivos electrónicos en donde además se puede acompañar de videos, música, audio y sitios web. Su implementación es importante para compartir nuevas formas de presentar la información ayudados por la amplia variedad de opciones que permite el medio digital y no sucede lo mismo con el impreso.

2.5. Diseño gráfico

En el campo del diseño gráfico se han atribuido diversos conceptos entre ellos Frascara (2000) lo denomina como "la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados" (p.20). Sumado a esto, se presentan tres tipos de diseño gráfico. Basado en imagen: se centra específicamente en el uso de elementos visuales para transmitir el mensaje. Basado en el texto: el mensaje se comunica visualmente por medio de la organización y presentación de palabras escritas. Y finalmente el diseño mixto: es muy utilizado y combina de forma integral tanto imágenes como texto para lograr la comunicación visual del mensaje que una empresa desea enviar a sus clientes (López, 2014).

Ante esto, se puede decir que el diseño gráfico se presenta de diferentes formas y se las implementa acorde a las necesidades de comunicación visual y del mensaje que se busca transmitir. "El diseño gráfico es una herramienta para posibilitar la difusión de mensajes y potenciar la claridad y efectividad de la información" (Pano y Acuña, 2012, p.101). Por ende, el diseño gráfico es el proceso que inicia desde la concepción de la idea hasta su ejecución, buscando una solución creativa y funcional. Su finalidad es impartir un mensaje de manera clara y sintética mediante el uso de imágenes, texto o la combinación de ambos.

2.5.1. Elementos conceptuales

Antes de empezar a diseñar y componer es indispensable conocer los elementos por los que se ayuda el diseño y luego permitirán desarrollar la construcción de piezas gráficas.

Tabla 1. *Elementos conceptuales*

Elemento	Descripción
Punto	Sirve para indicar una posición, no tiene dimensión y por ello no ocupa espacio. Marca el inicio y final de una línea, y el lugar donde dos líneas se intersecan.
Línea	Parte de un punto que se desplaza mientras que el recorrido le da forma. No tiene ancho y se determina por la posición y dirección.
Plano	Se genera cuando una línea se mueve en una dirección diferente a la que posee. Este elemento ya cuenta con largo y ancho, aunque carece de grosor. Al igual que los anteriores, tiene posición y dirección.
Volumen	Se crea cuando un plano se desplaza en una dirección que no es la suya. Este elemento posee una posición en el espacio y está limitado por planos.

Fuente: Elaboración propia en base a Wong (2014)

Todos estos elementos sean juntos o separados funcionan para organizar, guiar y expresar algo dentro del diseño con la construcción de un base visual.

2.5.2. Elementos visuales

Siendo percibidos los elementos conceptuales como abstracto, la diferencia con los elementos visuales es la posibilidad de brindar una forma y estilo a una composición gráfica. Entre ellos están:

2.5.2.1. Forma

Siendo uno de los elementos fundamentales del diseño. Wong (2014) menciona que “es todo lo que se puede ver, todo lo que tiene contorno, tamaño, color y textura. Ocupa espacio, señala una posición e indica una dirección. (...) para transmitir un significado o mensaje, o bien puede ser meramente decorativa” (p.138). La forma permite además de

diferenciar un elemento de fondo, la oportunidad de estructurar, definir y hasta comunicar una identidad a través de ella en la mirada del público.

2.5.2.2. Color

El color está presente en todo lo que vemos a nuestro alrededor y específicamente dentro del diseño ocupa un espacio importante al momento de transmitir no solo ideas sino también emociones. Inicialmente, Santarsiero (2008) afirma que “Es un fenómeno visual, físico y psicológico, captado y descifrado en respuesta a las longitudes de onda de la luz” (p.40). Pero si se percibe al color desde un punto más interno Lupton y Cole (2016) añaden que puede asignar significados, transmitir estados de ánimo, siendo esencial para distinguir elementos y establecer relaciones o vínculos entre ellos. Por ende, el color es una herramienta poderosa en la comunicación visual, ya que tiene la capacidad de evocar algo en la mente de las personas, además de servir para resaltar o dar protagonismo a determinada información.

2.5.2.3. Tipografía

Las letras y palabras son otro elemento clave en el diseño, aprender a usarlas, manejarlas y generar una armonía en su composición al momento de diseñar se convierte en todo un arte y desafío. La tipografía no solamente se basa en elegir la fuente más agradable, sino que mediante ella se pueden comunicar ideas de diferente índole, tomando en cuenta la estética, emoción y aprendizaje, además de considerar los aspectos técnicos como la legibilidad, el tamaño y la forma (Iñigo y Makhoulf, 2014). Por lo tanto, la tipografía no solo comunica por lo que se ve y se dice sino también en cómo se dice, de ahí que su funcionalidad dependa no solo de la parte visual sino también de la claridad en cómo se percibe el mensaje con la intención adecuada.

Dentro de las tipografías se establece una clasificación, dada por sus características y usos al momento de diseñar.

Tabla 2. *Clasificación de tipografías*

Tipo	Descripción
Serif	Se caracterizan por un grosor variable y terminar en unos remates estilizados, llamados serifas o enlaces en los extremos de la letra, que dan fluidez y facilitan seguir la línea de lectura. Se asocian a sensaciones de dignidad, calma y firmeza.

Slab Serif o Egipcia	Son una variación de la anterior, aunque con una apariencia mecanografiada. Su trazado es más tosco y pese a que también tienen serifas, estas no son sutiles, sino tan remarcadas como el resto del tipo.
Sans serif o Palo seco	No contiene serifas. También llamadas de palo seco. Tienen trazado uniforme que propicia su legibilidad, en especial a distancia. Son más neutras y minimalistas que las serif y sugieren sobriedad, orden y limpieza.
Script manuscrita	Agrupan todas las que parecen realizadas a mano, sea con una caligrafía meticulosa o con descuido. Las hechas a mano resultan artificiales y refinadas, mientras que las segundas reflejan informalidad y naturalidad.
Display	Son aquellas diseñadas especialmente para destacar por diseño o asociación con una marca, ilustración, entre otros. Su uso se basa en lo decorativo, por lo que no es adecuado para cuerpos de texto y, por su heterogeneidad, transmitirán algo diferente en cada caso.

Fuente: Elaboración propia en base a Alcázar (2016)

2.5.2.4. Textura

En el diseño, la textura puede ser tanto física como visual. Incluye la superficie utilizada en la elaboración de una pieza impresa o de un objeto, así como el efecto visual que genera.

Por ejemplo, un papel puede tener una textura rugosa o lisa, un tejido puede ser delicado o rústico, y un material de empaque puede lucir brillante o mate. Estas características influyen no solo en la sensación táctil, sino también en la apariencia del objeto. La superficie suave o brillante hace que la luz se refleje diferente al de la superficie irregular o áspera. Muchas de las texturas que utilizan los diseñadores funcionan como efectos visuales o representaciones, sin necesidad de ser percibidas al tacto. La textura aporta detalle, da identidad a la superficie y enriquece la experiencia visual del observador. (Lupton & Cole, 2016).

De este modo, la textura no solo se convierte en un factor diferenciador dentro del diseño, sino que permite representar la sensación de un soporte por medio del sentido del tacto y cambiar la bidimensionalidad del diseño para hacerla más atractiva e interesante.

2.5.2.5 Imagen

Es una representación visual de un objeto, lugar, idea, personas, entre otros y tiene la facilidad de comunicar algo de forma inmediata y clara. Desde lo visual, Costa (2003) acota que "La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del universo perceptivo (entorno visual), susceptible de persistir a través de la duración y que constituye uno de los componentes principales de los medios convencionales" (p.123).

2.5.3. Principios de diseño gráfico

2.5.3.1 Composición

La composición implica la estructuración intencionada de elementos hacia un objetivo pictórico. Un punto singular y centrado puede servir como prototipo para la expresión artística, mientras que diferentes colocaciones producen tensiones auditivas y visuales distintas (Kandinsky, 2003).

2.5.3.2 Jerarquía

La jerarquización en el diseño permite ordenar y establecer niveles de importancia dentro de una composición visual. De esta manera Lupton y Cole (2016) lo definen como la estructura ordenada de distintos rangos dentro de cualquier grupo social y se formaliza, habitualmente, mediante sistemas de nomenclaturas. No obstante, esta organización también se comunica de forma visual, utilizando diversas herramientas de diseño como son las variaciones en el tamaño, la luminosidad, el color, el espaciado y la ubicación de los elementos, entre otras. Ante esto, la jerarquía visual permite que convivan los diferentes elementos de manera armónica y se pueda determinar cómo se percibe el mensaje y si este logra el impacto deseado.

2.5.3.3. Equilibrio

En diseño, el equilibrio busca armonizar los elementos de la composición, aunque no siempre sean del mismo color o tamaño. Puede ser simétrico cuando ambos lados poseen el mismo peso y distribución de elementos; en cambio la asimétrica surge cuando uno de los

lados tiene mayor o menor peso visual que el otro. Además, es importante considerar para lograr un equilibrio el uso del contraste o la armonía dentro de la composición (Almazán, 2014).

2.5.4. Disciplinas del diseño gráfico

2.5.4.1. Identidad gráfica

Una identidad gráfica coherente y consistente logra representar a una empresa, marca o proyecto de forma memorable y diferenciada del resto. Según Herrero y Gómez (2011) mencionan que,

“La identidad gráfica engloba elementos como símbolos, logotipos, color y tipografía que forman parte de la identidad visual. Es así referente normativo que haga posible que toda la comunicación de la marca sea coherente y que de esta manera sea identificable en un contexto comunicativo complejo y altamente saturado de elementos visuales” p.15).

Es decir, la identidad gráfica mediante la combinación de elementos permite generar un mensaje no solo agradable sino coherente con la información que se busca dar a conocer.

2.5.4.2. Branding

El branding es un proceso que busca diferenciar de manera estratégica y creativa una marca mediante la relación de elementos que sean dirigidos al público objetivo. Esto implica crear una identidad visual y lograr que la marca tenga un lugar en la mente de las personas al que está dirigido, así la marca no solo logra posicionamiento sino rentabilidad por medio de las decisiones de compra (Parrale, Arteaga, Solórzano y Fienko, 2024). Esto quiere decir que, la creación de una marca va más allá de solamente su identificador gráfico, para poder posicionarse en la mente de las personas es importante que la marca pueda transmitir sus valores y esencia para conectar con el público deseado.

2.5.4.3. Packaging

El packaging es el diseño y desarrollo de envase para almacenar, cuidar y transportar un producto. Según Reséndiz (2012) cumple dos funciones. Por un lado, protege el producto de cualquier daño y por otro debe lograr que el público a quien va dirigido se identifique con la marca o genere un sentido de pertenencia. Es importante destacar que el packaging tiene

la capacidad, desde el diseño gráfico, de trascender su función inicial de contenedor para convertirse en una pieza visualmente atractiva, capaz de generar valor estético y emocional en el público, al punto de que este decida conservarlo en lugar de desecharlo rápidamente.

2.5.4.4. Ilustración

Al momento de crear una composición visual, la ilustración es un elemento que puede elevar el mensaje que sea más fácil de interpretar a diferencia de solo usar texto. Para Almazán (2014) el objetivo de la ilustración es llamar la atención y comunicar algo. Para ello usa las figuras, fondos, trazos y diversos elementos que combinados generan un aspecto estético. Además de conseguir no que se exprese las características que se está presentando en lo comunicado. Su inclusión radica en su expresividad, valor estético y poder de captar las miradas de los lectores.

Acotando a lo anteriormente expuesto ‘‘La ilustración es un área artística y medio de comunicación, que aúna creatividad y talento, basada en los fundamentos de dibujo: forma, color, luz, composición, valoración tonal, perspectiva, anatomía, etc. Donde los procesos analógico y digital coexisten con naturalidad’’ (Belda, 2021, p.9).

De esta manera, la ilustración depende de directrices funcionales específicas. Con los diferentes tipos de medios impresos ilustrados, se ha tenido la oportunidad de documentar, recrear y visualizar ideas. En el panorama actual se multiplican los campos de aplicación, que abarcan la ilustración editorial, literaria, publicitaria, científica y otras que se mueven en el mundo del cine, la fantasía, la ficción, la animación, entre otras (Rojas, 2015).

Puede decir que, la ilustración ha ido evolucionando y se ha vuelto parte de diferentes disciplinas, pero sin perder su objetivo de mostrar las cosas de formas más fácil y entretenida para una mejor comprensión sobre un tema mediante el uso adecuado de los elementos que lo conforman.

2.5.4.4.1. Estilos de ilustración

Ilustración editorial

Es un estilo muy versátil que combina arte y diseño, transmitiendo un lenguaje a través de líneas, texturas y colores para comunicar ideas o conceptos completos que acompañan al texto, de modo que logra sintetizar algo a través de la imagen (Yoldi, 2024).

Ilustración Flat (Flat Design)

Pratas (2014) menciona que es un estilo de diseño digital que se caracteriza por mantener una estética minimalista donde no intervienen elementos como profundidad, biseles, efectos luminosos, texturas o cualquier elemento que genere una dimensión extra, dando como resultado una apariencia simple y limpia con el uso de espacios en blanco, colores brillantes y líneas simples.

2.5.4.5. Diseño editorial

Es la disciplina del diseño gráfico que se encarga de organizar de manera visual y estética diversas publicaciones en formatos impresos y digitales.

“El diseño de material editorial puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera clara. Todas estas funciones han de convivir y funcionar de manera cohesionada para lograr un producto final entretenido, útil o informativo” (Zapatero y Cadwell, 2014, p. 10)

Por su parte Iñigo y Makhlouf (2014) mencionan que “consiste en la formación o diagramación de textos e imágenes incluidas en publicaciones como: folletos, revistas, gacetas, periódicos o libros. (...) tiene que seguir ciertas características en cuanto a formato, maquetación, composición, textos e imágenes” (pág. 11).

Una publicación editorial por ende tiene la posibilidad de entretener, informar, educar y comunicar un mensaje a través de la composición de textos e imágenes bien jerarquizadas, siendo un producto informativo, pero a su vez estético dándole personalidad al contenido y aumentando el interés de los lectores.

2.5.4.5.1. Formato

Los formatos óptimos para impresión, sea cual sea la máquina, los tamaños elegidos están basados en normas internacionales, específicamente en las normas ISO 216, mismas que son equivalentes a las DIN 476 para determinar los formatos de papel estandarizados. Entre ellos se dividen en serie A y serie B (Universidad la Concordia Campus Forum Internacional, 2014).

2.5.4.5.2. Márgenes

Al momento de trabajar en los márgenes se debe tener en cuenta varios aspectos como el target, el grosor de la publicación, el tipo de soporte, entre otros para definir adecuadamente la publicación. Castro (2014) menciona que “Es el espacio reservado en el borde de una página, en el que no se incorporan contenidos y, por lo tanto, queda en blanco” (p.36). Estos espacios permiten organizar mejor, facilitar la lectura y la estética del contenido.

2.5.4.5.3. Retículas

La retícula es un sistema de alineación que guía la organización de los elementos dentro de un formato. Una retícula bien estructurada permite distribuir textos e imágenes de forma lógica, clara y equilibrada, facilitando la comprensión visual y manteniendo el interés del espectador. Cuando la información como títulos, subtítulos e imágenes se dispone con orden y coherencia, no solo se lee más rápido y con menor esfuerzo, sino que también se comprende y se recuerda con mayor facilidad (Zapatero, 2008).

2.6. Material gráfico

Un producto gráfico es el objeto físico que se obtiene de los procesos de producción gráfica en diferentes soportes con la finalidad expresiva y comunicativa. Santarsiero (2008) divide al producto gráfico en dos tipos, los productos visuales que son los que se visualizan y reproducen en diferentes medios de comunicación y soportes digitales y los productos impresos son los que atraviesan por un proceso de diseño, reproducción e impresión en diversos soportes de material. Ambos tipos se usan por separado o combinadas dependiendo la finalidad del producto y las necesidades del público.

En este sentido los productos gráficos impresos se dividen en tres categorías que son las siguientes:

Tabla 3. *Productos gráficos impresos*

Categoría	Descripción
Productos comunicacionales o publicitarios	Se utilizan principalmente para promocionar productos y servicios, o para comunicar la identidad de empresas y organizaciones. Su diseño responde a una identidad gráfica definida o a las necesidades del cliente. La producción puede realizarse mediante distintos sistemas de impresión.

		Durante el proceso, se aplican acabados y tratamientos de superficie que mejoran la apariencia y la calidad final del producto.
Productos editoriales		Se utilizan para la publicación de obras, textos y contenidos de diversas temáticas. Su elaboración y diseño responden tanto a las indicaciones de una línea editorial o del cliente. Se distinguen por su estética gráfica personalizada y por la utilización de distintos materiales, principalmente papeles y cartulinas.
Productos industriales	gráficos	Son utilizados en industrias de la alimentación, cosmética, farmacéutica y la industria química. El diseño gráfico debe adaptarse a las exigencias técnicas del producto y cumplir con normativas en base a su estructura, protección, transporte y almacenamiento. La producción suele realizarse en grandes cantidades.

Fuente: Elaboración propia basada en Pozo (2015)

2.6.1. Producción gráfica

La producción grafica se define como el proceso para que una idea visual se convierta en un producto físico o digital listo para ser difundido. Ante esto Pozo (2018) añade que es la realización de cualquier impreso a partir de una serie de pasos, entre ellas se encuentra el diseño gráfico, las pruebas de impresión y los acabados. Para obtener mejores resultados en el diseño y los materiales seleccionados se deben tomar en consideración las fases que conlleva la producción gráfica, esto con el fin de determinar el papel más conveniente para el diseño propuesto, así como para considerar aspectos de color, imágenes, entre otros.

Tabla 4. *Fases de la producción gráfica*

Fase	Descripción
Estratégica	Se determina la finalidad del producto gráfico, en donde es crucial identificar el público objetivo, la utilidad y el manejo de crear un producto impreso.
Creativa	Es la fase donde el diseño y el mensaje toman forma, se reconoce el producto impreso adecuado, el tono, la cromática y estilo de acuerdo con el pedido de diseño.
Producción de originales	Se enfoca en toda la estructura del contenido desde su diagramación y maquetación. Además, se incluyen pruebas para su revisión.

Producción de imágenes	Se realiza intervenciones en las imágenes, ya sea de color, forma e incluso tratamiento a fotografías, se realizan pruebas para verificar la calidad del producto.
Salidas	Se puede realizar en papel o películas de diferentes maneras, las salidas más usadas son la impresión a tinta, laser y filmadoras.
Pruebas finales	Este paso tiene el fin de conocer cómo será el producto impreso, es la última ocasión donde se puede hacer verificar el material, color y hacer cambios.
Impresión	Luego de las pruebas pertinentes, se realiza la impresión del producto gráfico. El papel es el soporte más común en usarse, pero también existen otros materiales como telas o plásticos.
Manipulados	Si es necesario o se requiere, el material impreso pasa por diferentes tipos de acabados dependiendo del producto se realiza cortes, plegados, laminados, cosidos, grapados, entre otros.
Distribución	En la fase final del producto gráfico y como su nombre lo indica es donde se distribuye al público los impresos.

Fuente: Elaboración propia basado en Johansson, Lundberg y Ryberg (2011)

Es así como, antes de iniciar el proceso de crear un producto grafico es importante conocer los pasos a seguir y tomarlos en cuenta al momento de desarrollar el material gráfico propuesto ya que esto permitirá que el resultado no solo sea de calidad sino también adecuado al público y mensaje que se busque transmitir.

2.6.1.1. Materiales

Para la selección de materiales destinados para el producto gráfico, según Pozo (2015) es importante tomar en consideración los siguientes aspectos:

Tabla 5. *Aspectos importantes de los materiales.*

Tipo	Características
Material	tipo de material soporte (papel, cartulina, cartón, plástico, etc.).
Calidad	Nombre de la calidad genérica y marca comercial.

Tipo de superficie	cualidades principales de la superficie (color, brillo, mate, alisada, satinada, verjurada, gofrada, etc.).
Gramaje o espesor	en materiales papeleras, “gramaje”; en cartones o plásticos, espesor.
Formato	formato estandarizado o fabricación a medida.
Hoja o lámina	ancho x largo (centímetros o milímetros)

Fuente: Elaboración propia en base a Pozo (2015)

Por lo tanto, para llevar a cabo un proceso de producción gráfica hay que tener claro todos los aspectos mencionados y seleccionar los óptimos dependiendo de las necesidades del producto y de a quién está dirigido.

“El papel conserva algo que lo digital no puede replicar, la experiencia física. Poder tocar, oler y hojear una revista o un catálogo crea una conexión más personal y duradera con quien recibe el mensaje. Cuando alguien sostiene un impreso, se concentra más y recuerda mejor la información. Además, el papel transmite confianza y seriedad (...) el papel hace que el mensaje se sienta real, tangible y valioso” (Revista Negocios, 2025, p.84).

2.6.1.2 Tipos de papeles

Existe una amplia variedad de papeles versátiles destinados para diferentes usos.

Tabla 6. *Tipos de papeles*

Tipo	Características
Papel offset	Se caracteriza por su color blanco, es excelente para impresión y adherencia del color, se presentan en gramajes entre 70 y 90 gr.
Papel satinado	Resalta por ser brillante, suave, con acabado brillante. Suele ser costoso y se usa para imprimir imágenes y fotografías.
Papel adhesivo:	Es firme y elástico a la vez, presenta una cara similar al papel de imprimir y otra cara adhesiva que permite pegarse.

Papel reciclado	Se diferencia por ser amigable con el medio ambiente. Sin embargo, el acabado que genera no es tan bueno en resistencia y apariencia.
Papel bond	Muy usado para impresoras láser y fotocopiadoras. Se fabrica en diferentes colores además del blanco, es resistente con un gramaje entre 60 y 130 gr.
Papel glossy	Tiene gran calidad, pero a un precio más elevado, usado en impresoras de inyección debido a sus elevadas temperaturas y para fotografías.
Papel estucado	Tiene alta calidad de impresión, pero no es muy resistente, es rugoso para que la tinta se adhiera rápido con acabados brillantes y coloridos.
Papel tissue	Se usa para la cocina, fabricada para absorber agua, destaca por su suavidad y absorción.
Papel prensa	El tiempo de deterioro es más corto. Se usa para periódicos. Este hecho en parte por material reciclado, su acabado no es muy claro y de baja resistencia.
Cartón	Este hecho por tres capas, una ondulada que está en el interior y dos planas que la cubren y brinda resistencia. No es recomendable para impresión.
Cartoncillo	Su apariencia grisácea en el interior no es apta para impresión, pero la parte externa sí. Es muy usado para productos alimenticios como las cajas de cereales.
Cartulina	Más fuerte y grueso que el papel offset. No tiene capa de estucado. Es la mejor para la aplicación de acabados y barnices.
Papel autocopiado	Su gramaje es bajo, está hecho para que al hacer presión sobre él deje la marca, como una copia. Muy usado para las facturas.
Papel térmico	Usados principalmente en la impresión de tickets o recibos bancarios. Pero, al estar expuesta a calor o humedad la impresión puede deteriorarse.
Papel pergamino	Presenta una textura lisa y es semitransparente. Es resistente a temperaturas elevada, la grasa y humedad por lo que se aplica en panaderías, cocina.
Papel couché mate	Por carecer de brillo, brinda una apariencia más elegante y fina. Facilita la lectura de textos largos al no permitir reflejos incómodos de luz. Usada para catálogos, tarjetas, libros de arte, manuales, entre otros.

Fuente: Elaboración propia en base a Montagud (2020)

Ante lo mencionado se puede decir que cada tipo de papel sea por su resistencia, dureza, calidad, acabado, gramaje y todas sus características tiene la finalidad de crear productos gráficos con características específicas que cubran diferentes necesidades.

2.6.1.3. Gestión del color

En la actualidad la gestión de color es fundamental al momento de un proceso de diseño. Tener en cuenta ciertos aspectos al momento de la digitalización y posteriormente la impresión permite no solo ahorrar tiempo sino también costos en la impresión. Así como visualizar diferentes características en las entradas y salidas de color (SilverFast, 2004).

2.6.1.3.1. Colores primarios luz

Dentro de estos colores se consideran aquellos que se pueden encontrar en pantallas y dispositivos digitales. Se concluyó que, a partir de los tres colores primarios luz rojo, verde y azul, y mediante la mezcla de haces luminosos en un entorno completamente oscuro, es posible obtener tres colores secundarios luz siendo el magenta, cian y amarillo. Al añadir los tres primarios en proporciones iguales sobre una superficie negra en una habitación sin luz, se genera una luz casi blanca, indicando que, a través del método aditivo, es posible pasar de la oscuridad total al blanco mediante la combinación progresiva de los colores luz secundarios (Santarsiero, 2008). Es así como nace el modelo RGB, actualmente usado para la visualización digital.

RGB

El rojo, el verde y el azul también definidos como RGB por sus siglas en inglés son los colores usados para reproducir imágenes en medios digitales. Son los mismos tonos que emplean los monitores, televisores y proyectores para mostrar imágenes. Por ello, cuando observamos una fotografía o una presentación multimedia en pantalla, esta se encuentra en modo RGB. Cada píxel de una imagen RGB contiene valores específicos de rojo, verde y azul, cuya combinación genera un color determinado. En términos técnicos, una imagen RGB puede entenderse como la superposición de tres imágenes en escala de grises, que representan la intensidad de cada uno de estos colores primarios luz. Como consecuencia, una imagen en formato RGB ocupa aproximadamente tres veces más espacio que una

imagen en escala de grises con la misma resolución y dimensiones (Johansson, Ludberg y Ryberg, 2011).

2.6.1.3.2. Colores pigmento

Se llaman colores pigmento aquellos obtenidos en tintas y colores de artista, partiendo de imitación de colores secundarios luz magenta, cian, amarillo. Si imprimiéramos suponiendo estos tres colores pigmento, el resultado final será un gris intenso casi negro, conocido en las artes gráficas como negro de tres colores, o negro de citocromía (Santarsiero, 2008).

CMYK

Para imprimir fotografías u otras imágenes en color se utilizan tintas cian, magenta, amarilla y negra (CMYK), en lo que se conoce como impresión en cuatricromía. La conversión del modo RGB al modo CMYK se denomina conversión o separación de colores. Técnicamente, cada imagen en cuatricromía está compuesta por cuatro imágenes distintas en escala de grises, cada una de las cuales determina la cantidad de tinta que se usará de cada color durante el proceso de impresión. Dado que consta de cuatro imágenes en lugar de tres, un archivo de imagen en CMYK ocupa aproximadamente un 33 % más de espacio en disco que la misma imagen en RGB (Johansson, Ludberg y Ryberg, 2011).

Color HSL

El modelo de color HSL está constituida por 3 canales:

Tabla 7. *Canales del color HSL*

Canal	Descripción
Canal H	Es también denominado al tono, encargado de proporcionar el color a partir de las longitudes de onda de luz.
Canal L	Es también conocida como la luminosidad, brinda brillo, al aumentar la cantidad en cualquier color hace que se acerque más al blanco y al disminuirlo se acerca al negro.
Canal S	La saturación ayuda a representar la cantidad de color, por ende, determina su intensidad, de modo que si pierde su porcentaje tiende a ser gris y de lo contrario al aumentarlo realza el color

Fuente: Elaboración propia basado en Almonacid (2012)

2.6.1.4. Psicología del color

Tabla 8. *Psicología del color*

Color	Características
Amarillo	Expresa optimismo, diversión, entretenimiento, amabilidad, felicidad, y cultura.
Naranja	Representa la diversión, alegría, llamativo y entusiasmo.
Rojo	Se asocia al amor, el odio, alegría, peligro, fuerza, pasión, deseo y cercanía.
Rosa	Está relacionado a lo dulce, encantador, sensibilidad, delicadeza y romanticismo.
Violeta	Se asocia a la magia, devoción, extravagancia, vanidad y fantasía.
Azul	Representa cualidades espirituales, entre ellas la armonía, amistad, fidelidad, simpatía, confianza.
Verde	Manifiesta fertilidad, esperanza, naturaleza, vitalidad, juventud y esperanza.
Marrón	Se relaciona a lo acogedor, a la tierra, materiales naturales, pereza y necesidad.
Gris	Refiere a la soledad, aburrimiento, reflexión, inseguridad, modestia y conservador.
Blanco	Representa la inocencia, honradez, pureza y bondad.
Negro	Se asocia al poder, muerte, duelo, pero también a la elegancia, lujo, poder.

Fuente: Elaboración propia basado en Heller (2008)

2.6.2. Sistemas de impresión

Son procedimientos mediante el cual se produce una reproducción gráfica sobre un soporte físico, substrato, por medio de tinta, forma impresora y una máquina que efectúa el contacto o presión.

Tabla 9. *Tipos de sistemas de impresión*

Tipo	Descripción
Flexografía	Mantiene la forma impresa en relieve, pero utilizando materiales más flexibles como caucho o fotopolímeros. No requiere de tintas espesas sino fluidas. Aunque se pierde algo de brillo, se gana en rapidez.
Huecograbado	Se trata de un proceso donde la imagen se encuentra en bajo relieve sobre una plancha de cobre que recubre un cilindro. Su resultado ofrece calidad, contraste y detalle gracias a sus tramas finas, obteniendo una excelente reproducción de luces y sombras.
Litografía	La superficie de impresión es plana y entra en contacto directo con el soporte. Usan planchas de zinc y aluminio.
Offset	Se imprime en máquinas rotativas de pliegos o bobinas, capaces de trabajar a gran velocidad y producir tiradas amplias en uno o varios colores.
Serigrafía	Se produce mediante órdenes manuales o por medio del proceso fotográfico. En el proceso la malla se cubre con una emulsión, que es fotosensible, que se endurece al exponerse a la luz el área que no va a imprimir. Las partes no expuestas son eliminadas en el revelado.
Calcografía	Se realiza solo para imágenes de línea y con tintas grasas de alta densidad de pigmentos sólidos, que le dan resistencia, pero poca fluidez. Permite usar tintas metálicas, a diferencia de otros sistemas como el offset.
Tampografía	Permite realizar impresiones sobre diferentes materiales. Es común en artículos publicitarios y permite obtener impresiones con una resolución superior a la de serigrafía.
Termografía	Es un proceso de impresión que produce relieve en el producto final mediante una doble etapa. Si se realizó una impresión sobre varios colores, el proceso ha de repetirse, en su totalidad, para cada uno de los colores.

Impresoras Ink-jet	Estas impresoras se caracterizan por aplicar la tinta directamente al papel sin contacto. Muchos modelos incluyen el secado UV, para imprimir sobre diferentes soportes, sean o no papeles.
Impresoras de Tóner	Las impresoras con tóner funcionan con la misma tecnología que las fotocopadoras a color. Este proceso se repite por cada color. Se utiliza en impresoras de escritorio, fotocopadoras y equipos de alta velocidad.

Fuente: Elaboración propia en base a García (2020)

Enfoques del material gráfico

Material informativo

Son recursos que permiten la difusión de información sobre un tema con el uso de texto e imágenes que mediante el diseño de información ayuda a organizar y sintetizar el contenido. Ante esto Frascara (2006) explica que:

El diseño de información consiste en dos distintos aspectos: la organización de la información (el contenido), y la planificación de su presentación visual. Esto requiere habilidad para procesar, organizar, y presentar información en forma verbal y no verbal. La organización de la información requiere una buena comprensión de la estructuración lógica y de los procesos cognitivos. La presentación visual de la información requiere conocimiento de legibilidad de símbolos, letras, palabras, frases, párrafos y textos (p. 128).

Ante esto es importante tener en cuenta al momento de crear material informativo que no solo sea atractivo visualmente, sino que también mantenga una estructura, jerarquización clara de los contenidos para hacer más fácil su comprensión

Material educativo

El Ministerio de Educación (2017) menciona que “son recursos impresos o concretos que facilitan el proceso de enseñanza y aprendizaje. Motivan la expresión y comprensión oral, despiertan el interés por los aprendizajes, estimula la imaginación y la participación activa, entre otros” (p.2). Un material educativo puede llegar a generar curiosidad y generar interés en el sector de la enseñanza.

Material publicitario

Dentro de la publicidad, los materiales gráficos se pueden encontrar en diferentes medios sean convencionales como la prensa, vallas, catálogos, así como radio y televisión (Sotomayor, Brito y Tenesaca, 2018). Por ende, sirven como canales para comunicar un mensaje hacia el consumidor.

De este modo Landa (2018) menciona que “Si desea comunicar su idea (el mensaje publicitario), primero tiene que llamar la atención de alguien. Las composiciones, las imágenes y la tipografía bien diseñadas atraen la atención del público en los canales de comunicación” (p.32).

Es un conjunto de recursos visuales diseñados específicamente para persuadir al público de una manera clara y estratégica para captan el interés de un producto en la mente.

Material didáctico

Es un recurso muy utilizado para la enseñanza y comprensión de contenidos para motivar a los estudiantes en la retención de información. Según Bautista, Martínez e Hiracheta (2014) el material didáctico reúne recursos físicos como digitales que aportan en la enseñanza y aprendizaje. Los materiales están diseñados para estudiantes de diferente edad y por su interactividad favorecen a la retención de información y mejor comprensión. Se puede decir que los recursos didácticos aportan a que los más jóvenes puedan aprender un tema de forma diferente y divertido, más aún cuando se trata de temas históricos y que suelen ser percibidos como aburridos.

2.6.3. Material editorial

2.6.3.1 Infografía

Es uno de los recursos más usados por su formato y funcionalidad al momento de sintetizar información. Para Alcázar (2002):

“La infografía es aquella representación visual que resume toda la información que se requiera en una sola imagen. Su lectura es muy accesible, pues de un golpe de vista permite vislumbrar rápida y eficazmente (...) toda la información que se desee transmitir” (p.122).

Por ello la infografía tiene la capacidad de plasmar mediante imágenes conceptos extensos o complejos para hacerlos más digeribles hacia el público.

2.6.3.2. Folleto

Es un texto impreso reducido que sirve como instrumento divulgativo o publicitario. Son los preferidos por las compañías para publicitarse por la amplia variedad de diseños y tamaños que ofrecen, costo de producción, tiempo de desarrollo y el rápido y eficaz acercamiento al cliente o consumidor.

2.6.3.3. Guías

Desde el diseño editorial las guías son los materiales impresos más completos por la incorporación de información e imagen con un propósito establecido. Villaseñor (2008) están dirigidas a todo tipo de público que están enfocadas en orientar al lector sobre un tema en específico de manera ordena y clara. El propósito de la guía no solo es acompañar la lectura sino también ayudar en la comprensión de un tema que desconoce. Su valor radica su practicidad y está pensada para usarse, guardarse y recurrir a ella cuando sea necesario.

2.6.3.4. Revistas

Es uno de los formatos editoriales más comunes en el mercado. Se trata de una publicación reconocida por su variedad de contenido y combinación de elementos visuales y comunicativos como la portada, titulares, espacios promocionales y más, que se organizan en diferentes temas e intereses y que, a pesar de su traslado hacia lo digital, el impreso sigue teniendo acogida por la experiencia estética sensoria que posee (Caldwell & Zappaterra, 2014). Es decir, la revista sigue teniendo popularidad por su versatilidad no solo por su estructura editorial sino también amplia gama de temas a tratar.

2.6.3.5. Tarjetas didácticas

Uno de os métodos de aprendizaje a manera de juego son las tarjetas didácticas o también conocidas como flashcards. Para Senzaki, Hackathon, Appleby y Gurung (2017) mencionan que son tarjetas donde uno d ellos lados corresponde a un término y el otro lado a la respuesta o definición. Su uso mejora de manera significativo la retención de información en jóvenes. Po ello al ser un material pensado en el aprendizaje por su estructura hace que el contenido presente se muestre sintetizado mientras que el aprendizaje es como un juego.

2.6.4.1. La gamificación

La gamificación se entiende como la incorporación de elementos y técnicas propias del diseño de juegos. Su enfoque está en aplicarse en entornos no lúdicos con el fin de motivar e influir en el aprendizaje ya que se convierten en experiencias más dinámicas y con sentido debido a que el cerebro está programado para la resolución de acertijos, respuestas inmediatas y refuerzo, mismas que se encuentran de forma natural en los juegos (Werbach y Hunter, 2012). De este modo al hacer uso de la mecánica de juego dentro de diseño puede fortalecer y proponer una solución gráfica no solamente visual sino interactiva.

Tabla 10. *Elementos de la Gamificación*

Elemento	Descripción
Dinámicas	Limitaciones
	Emociones
	Narración
	Progresión
	Relaciones
Mecánicas	Retos
	Competición
	Cooperación
	Feedback
	Recompensas
Componentes	Logros
	Avatares
	Niveles
	Rankings
	Puntos

Fuente: Elaboración propia basada en (Werbach y Hunter, 2012).

2.6.4.2 Publicación editorial interactiva

En el diseño editorial con la evolución de los formatos, este producto grafico busca ser más cercano y crea una experiencia sensorial. A diferencia de los materiales convencionales este tipo de publicaciones fomentan la interacción a través de la manipulación de elementos visuales mediante la participación del usuario generando un vínculo emocional y no solo funcional. Vega (2014) explica que el diseño editorial interactivo no está solo en medios digitales sino también en el material impreso permitiendo incorporar una experiencia sensorial y táctil mediante la manipulación de materiales, ampliando así la interacción entre el material editorial y el usuario.

Por su parte Herrera y Fernández (2014) mencionan que la aplicación de material editorial en formatos no convencionales y ayudados de la interactividad brindan una mejor comprensión del contenido mediante despleables, insertos, troquelados, entre otros que obligan al lector a descubrir y relacionar conceptos mediante el sentido del tacto. Ante esto se puede decir que las publicaciones editoriales interactivas son una forma diferente y atractiva para presentar contenidos y se conviertan en toda una experiencia para el usuario logrando no solo difundir el mensaje, sino que tenga contacto con el mismo

2.7. Identidad cultural

Antes de definir la identidad cultural se debe considerar partir de la cultura. Es así, que según Radcliffe- Brown (1986) “se refiere a un proceso mediante el cual una persona adquiere por contacto con otras personas o por contacto con cosas tales como libros u obras de arte, conocimiento, habilidad, ideas, creencias, gustos, sentimientos” (p.13). De este modo se puede decir que la identidad cultural no es algo con lo que nacen las personas, sino que se va construyendo a medida que crece e interactúa con su entorno a través de distintos medios.

Este término ha sido estudiado desde diferentes puntos de vista y contextos. Según Molano (2006) la identidad de un pueblo se construye a lo largo del tiempo por medio de diferentes elementos como el idioma, las costumbres, forma de vida, rituales y más conductas que hacen único al lugar. Son de carácter colectivo ya que al ser el resultado de la experiencia de una comunidad lo vuelve colectivo e intangible.

Adicionalmente, Ainsa (1986) menciona el concepto desde un enfoque más cultural acotando que es:

“El conjunto de obras, modos y estilos de vivir que permiten conocer y aprehender una cultura a través de la historia, configuran así la identidad cultural. Estas obras costumbres y creaciones todo tipo forman un patrimonio con el cual se identifican los sistemas de valores espirituales, estéticos, y los mitos y creencias de una comunidad determinada y configuran la representación que una sociedad se hace de su patrimonio cultural” (p. 29).

Se puede decir que la identidad cultural se construye a partir de las diferentes características propias de un lugar donde se involucran la religión, comunidad, idioma, costumbres y tradiciones que generan un estilo de vida, historia y diversidad cultural.

2.7.1. Memoria colectiva

Es uno de los conceptos más usados al momento de integrar cultura y comunidad. Según Halbwachs (2004) menciona que:

Podemos hablar de memoria colectiva cuando evocamos un hecho que ocupaba un lugar en la vida de nuestro grupo y que hemos planteado o planteamos ahora en el momento en que lo recordamos, desde el punto de vista de este grupo. Tenemos todo el derecho a pedir que se nos reconozca este segundo punto, ya que esta actitud mental solo es posible en un hombre que forma o ha formado parte de una sociedad y porque, al menos, a distancia, todavía experimenta su impulso (p.37).

Por ello, no es solo un recuerdo individual, sino que forma parte de la construcción de la sociedad que nace desde las diversas perspectivas y valores compartidas en una comunidad.

2.7.2. Valores y creencias

El término valor representa ideales de lo que es bueno para el ser humano desde un punto ideológico. Son expresados a través de creencias y organización personal y colectiva. Son maneras en que las personas entienden el mundo en su forma de vivir y convivir con el resto. En cambio, desde un punto antropológico, los valores son la forma en que las personas forjan su identidad, impulsando acciones frente al mundo (Barba,1997).

Por otro lado, las creencias son entendidas como ideas que la persona las atribuye como verdaderas. Puede entenderse desde una percepción subjetiva asumiéndose como verdadera sustentadas por el comportamiento, la conexión con lo material y espiritual, pensamiento, reflexión, entre otros aspectos. (Álvarez Burgos, 2025). Ante esto se puede decir que ambos términos se complementan al abordar la cultura y se convierten en elementos que orientan en la forma de pensar y actuar dentro de una comunidad.

2.7.3. Sentido de pertenencia

Dentro de la identidad cultural al referirse a sentido de pertenencia se hace énfasis a los valores, costumbres, creencias y sentir las como propias. Para Rushdie (2016) "Es la satisfacción que obtiene una persona al sentirse parte integrante de un grupo a partir de la identificación con el resto y sus objetivos. Es una conducta activa, ya que el individuo defiende en sus acciones al grupo como algo propio" (p.2). Esto quiere decir que una persona llega a sentir orgullo al ser parte de un grupo logrando identificarse con alguien más, permitiendo que actúe con compromiso y a favor de lo que está defendiendo.

2.8 Patrimonio

Este concepto ha sufrido cambios y ha evolucionado con el tiempo, puesto que en sus inicios la palabra patrimonio era más exclusiva y usada estrictamente para definir ciertas cuestiones a diferencia de la actualidad. Para Ballart y Tresserras (2010) "Patrimonio son los bienes que hemos heredado de nuestros ascendientes. Lógicamente patrimonio es también todo lo que trasparamos en herencia. Entendemos que se trata fundamentalmente de objetos materiales como una casa, unos libros, unos utensilios o un trozo de tierra" (p.11). De este modo el patrimonio se divide en dos: patrimonio natural y cultural.

2.8.1. Patrimonio natural

Se refiere a todos los elementos relacionados con la naturaleza por su importancia y preservación ambiental. Está constituido por los monumentos naturales que tengan un origen físico o biológico, así como hábitats naturales de animales y plantas en peligro de extinción y también los lugares naturales restringidos (Martín, 2018).

En el caso de Ecuador, debido a su amplia riqueza natural en las cuatro regiones, el patrimonio natural es de suma importancia para la conservación de especies únicas en el

país, así como reservas naturales, paisajes, entre otros que destacan en la región intertropical y se proyectan turísticamente.

2.8.2. Patrimonio cultural

Alrededor del mundo cada región, sociedad, pueblo tiene diferentes formas de expresar sus raíces y costumbres que inciden en su forma de actuar. Molano (2007) menciona que ‘‘Para cada uno de los temas considerados patrimonio cultural (centros históricos, paisajes, complejos arqueológicos, etc.) existe un recorrido institucional y normativo que se tiene que seguir para que un bien sea incluido en la lista del patrimonio’’ (p.77)

Para la UNESCO (2003) el patrimonio cultural no solo incluye monumentos u objetos sino también tradiciones que se mantienen con los años. Dentro de ellas están algunas como la música, costumbres, festividades, conocimiento ancestrales y técnicas de artesanía. Por ello al abordar el patrimonio cultural se despliega una amplia variedad de temas que la engloban a un sitio o grupo determinado.

2.8.2.1 Patrimonio material

El patrimonio material es la forma en que los mensajes culturales son transmitidos a través de objetos físicos. Estos elementos (ya sean grandes o pequeños, ruinas, objetos muebles o inmuebles, o simples trazas) actúan como auténticos mensajeros de cultura y son, de hecho, el testimonio perdurable de los eventos y logros de una civilización (Ballart y Tresserras, 2010).

De este modo Cepeda y Velasco (2022) aportan que el patrimonio material no solo busca proteger, sino que además aporta aspectos sociales incentiva la identidad local, en el ámbito económico mediante los ingresos obtenidos por el turismo, en la parte ambiental en la difusión para su conservación haciendo que se mantengan cuidados y con valor cultural.

2.8.2.2. Patrimonio inmaterial

El patrimonio inmaterial comprende tradiciones, conocimiento y prácticas que se transmiten de generación en generación. Se refiere al conjunto de prácticas, conocimientos y técnicas que las comunidades reconocen como parte de su herencia cultural. Esto se logra mediante la transmisión de generación en generación, sufriendo transformaciones a medida que pasa el tiempo. Estas prácticas permiten fortalecer la identidad, pertenencia y respeto por

la diversidad cultural existente. (UNESCO, 2009). La relevancia de este tema no solo está en la expresión cultural sino también en los deberes y habilidades que se difunden por generaciones y aportan valor cultural para el grupo de personas.

La importancia del patrimonio cultural inmaterial no radica únicamente en la manifestación cultural misma, sino en el conjunto de conocimientos y habilidades que se comparten y brindan un valor social significativo para un grupo.

2.8.2.2.1. Tradiciones y expresiones orales

Para una sociedad las tradiciones y expresiones orales se han convertido en parte de su propia identidad. Son todos aquellos conocimientos y saberes que se transmiten de generación en generación que se relacionan con hechos históricos y expresiones populares. Entre ellas destacan los mitos, leyendas, poesía, cuentos, amorfinos, coplas, creencias e historia local (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2023). Las ventajas de las mismas es que son dinámicas, cambiantes y adaptables al tiempo y lugar en donde se las realiza.

2.8.2.2.2. Artes del espectáculo

Son aquellas donde la música, la danza, son los protagonistas y mediante su alegría contagian de emoción a quienes son parte de ella. Los artes del espectáculo incluyen la música, poesía, danza, teatro, entre otras. Estas manifestaciones expresan la creatividad humana de una u otra forma conforman parte del patrimonio cultural inmaterial (UNESCO, 2009). De esta manera, la música, el movimiento y la expresión corporal se convierten en una forma de comunicación de emociones e historia, donde además de entretener se transmite la identidad cultural.

2.8.2.2.3 Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

Para abordar este aspecto, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural INCP (2013) es el conjunto de saberes y técnicas que las comunidades construyen a partir de su relación con la naturaleza, ligadas a sus creencias en la medicina tradicional, gastronomía ecología y espacios simbólicos. Es importante mantener los saberes y practicas ancestrales ya que es parte esencial de la cultura de un grupo, fortalece los valores, sentido de pertenencia y creencias con el paso del tiempo.

2.8.2.2.4. Técnicas artesanales tradicionales

Según el Ministerio de Cultura (2013) representan el ámbito más tangible del patrimonio inmaterial, que va más allá de lo que se puede ver y está enfocado en el conocimiento, saberes e historia que hay detrás de los objetos o productos que lo constituyen y son impartidos por generaciones. Dentro de estas prácticas se puede encontrar oficios tradicionales, técnicas tradicionales y constructivas no solo producen bienes materiales, sino que ayudan a mantener vivas saberes y formas diferentes de entender el mundo.

2.8.2.2.5. Usos sociales, rituales y actos festivos

En estos eventos se encuentran programas pequeños y conmemoración a gran escala. Involucra diversas manifestaciones y vivencias. Son prácticas y costumbres que organizan la vida de las comunidades, compartidas y valoradas por el grupo. Su importancia está en fortalecer la identidad colectiva al realizarse en espacios públicos, las celebraciones están presentes en cambios de estación, ciclos agrícolas y etapas de la vida, además de estar conectados con la memoria e historia de la comunidad. (UNESCO, 2009). Los ritos y actos festivos son el resultado de una sociedad, donde se reflejan sus costumbres, modos de pensar, historia y creencias, convirtiéndose en expresiones culturales que prevalecen con los años y que en ciertos casos sufren cambios o evolucionan, pero sin dejar de lado sus raíces.

2.9. Fiestas tradicionales

En Ecuador, las fiestas tradicionales son características de la cultura de cada pueblo. Las fiestas según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2014) estos rituales están vinculados con etapas de las personas o el grupo. Son prácticas, expresiones que se llevan a cabo en un tiempo y espacio determinados incluyendo celebraciones religiosas y no religiosas. Es decir, son esencialmente expresiones de identidad, historia, personajes, eventos, así como diferentes elementos que forman parte de una sociedad y son la imagen que proyectan ante el mundo.

Tabla 11. *Fiestas tradicionales en la provincia de Tungurahua.*

Festividad	Cantón
Fiesta de la Fruta y de las Flores	Ambato

Diablada de Píllaro	Píllaro
Fiesta patronal de María Santísima de la Elevación	Ambato
Fiesta del Señor de la Buena Esperanza	Píllaro
Fiesta en honor a Nuestra Señora del Monte	Quero
Inti Raymi de Salasaka	Salasaka
Fiesta patronal de San Juan Bautista de Mocha	Mocha
Fiesta de la Virgen de las Mercedes	Píllaro
Fiesta en honor a la niña María de Jerusalén	Píllaro
Fiesta del Señor del Terremoto	Patate
Fiesta de la Virgen de Baños de Agua Santa	Baños
Fiesta de Inga Palla	Tisaleo
Fiesta de la Virgen del Quinche	Píllaro
Fiesta en honor a la Virgen del Rosario de Baños	Baños

Fuente: Elaboración propia basado en el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2025)

2.10. La Fiesta de la Fruta y de las Flores

La urbe ambateña, también reconocida como la tierra de las flores y frutas, cada año entre febrero y marzo realiza una celebración llena de color, tradición y cultura. Esta festividad, es una de las más importantes a nivel nacional y toma especial relevancia al ser considerada desde 2009 como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador (Guarderas, 2018).

El Ministerio de Cultura estableció que “el festejo es una manifestación social, cultural y religiosa que se celebra en febrero, como un acontecimiento ligado a la existencia

de su pueblo ¹. En 1962 bajo decreto ejecutivo, presidido por el gobierno del Dr. Carlos Julio Arosemena se designa a la Fiesta de la Fruta y de las Flores como celebración nacional².

Conocida también como la fiesta mayor de los ambateños, es una tradición como 75 años de trayectoria, destacándose por ser la única ciudad del Ecuador en no celebrar el carnaval. Pereira Valarezo (2004) menciona que:

Ambato es la primera ciudad de Ecuador en que se ha erradicado el carnaval con agua, sustituyéndolo con distintas actividades de masiva participación popular. La fiesta dura aproximadamente cuatro días e incluye festivales folclóricos y de la canción, (...) ferias de plato típico, teatro, exposiciones artesanales y frutícolas, bailes populares, concursos de disfraces, coronaciones de reinas, serenatas, etc (p.32).

Sumado a esto la Fiesta de la Fruta y de las flores hace referencia al valor y perseverancia que motivaron a un pueblo a superar la crisis y a su vez celebrar con alegría la fertilidad de la tierra, la riqueza cultural, geográfica y de manera especial el trabajo, la responsabilidad, educación y espíritu productivo de sus habitantes (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato, 2021).

2.10.1. Manifestaciones culturales de la fiesta

2.10.1.1. Ritos

En la parte medular de la vida cultural de las sociedades, los ritos representan prácticas simbólicas donde las creencias y costumbres se fusionan para entender el mundo. El rito según Gómez (2002) "Constituye, ante todo, una práctica, un mecanismo simbólico de la vida social, que, a escala general o sectorial, contribuye a la regeneración permanente o periódica de esa vida, a lo largo de las generaciones, mediante su repetición" (p.2). A partir de ello, los ritos permiten mostrar al mundo sus valores, forma de pensar e identidad.

2.10.1.2. Religión

Este elemento es parte fundamental de una comunidad cultural. Dawson (1953) afirma que:

¹ Revista Panorama, F.F.F. Alegría desbordante de la gente, 2017.

² Revista Ambato, La Fiesta de la Fruta y de las Flores: Breve Historia, 2004.

La religión se origina “donde los límites más lejanos de nuestro ser se sumergen en una dirección de la existencia completamente distinta del mundo sensible y meramente comprensible”, y las fuerzas espirituales que allí nacen ejercen una influencia efectiva y transformadora en la vida humana y la cultura social (p.25).

En cuanto a la religión y la cultura, ambos términos deben comprenderse en conjunto y no de manera aislada para así formar la estructura de las sociedades permitiendo entender de este modo la magnitud de la cultura. Es importante ya que se adquiere como un fenómeno cultural que ayuda a la construcción de la personalidad, favorece la cohesión social al establecer valores y comportamientos compartidos dentro de un grupo (Camarena y Tunal, 2009).

2.10.1.3 Música y danza

Ambos elementos logran que las manifestaciones culturales se sientan vivas y llenas de alegría. Según Bieletto-Bueno (2024) “La música en el espacio público, específicamente la música que se practica en contextos festivos es un factor sobresaliente para la creación, expansión y transformación de territorios” (p.100).

A esto se suma la danza que, acompañada de melodías musicales, realzan la identidad. Murga (2023) menciona que:

La danza es el arte del cuerpo en movimiento. Cuando alguien se pone a bailar, automáticamente se activa una memoria corporal en la que están contenidas, capa tras capa, ideas, imaginarios, identidades y corporalidades resultantes de las historias concretas en cuyos términos se entiende esa práctica danzada. (p.11).

De este modo, la danza dentro de la cultura es un elemento importante ya que funciona como un medio para rescatar y preservar la cultura misma de un lugar. La danza tiene la capacidad de expresar la identidad propia de un pueblo, que se va aprendiendo desde la infancia y es influenciado por las costumbres y tradiciones (Chipana,2025). Así desde este punto, el festival internacional del folclore reúne a bailarines y músicos procedentes de varios países tanto de Latinoamérica como Europa y Asia, quienes a través de coreografías dan a conocer al público parte de sus raíces y costumbres a la ciudadanía ambateña.

2.10.1.4. Vestimenta

La indumentaria más allá de tener una función práctica, dentro de la cultura es la muestra de expresión, orgullo e identidad de un pueblo. Para Ríos (2007) la vestimenta nace como una respuesta a la necesidad de proteger el cuerpo. Con el paso del tiempo se convirtió no solo en una prenda de vestir sino en parte de la identidad de diferentes grupos. Con el avance de la tecnología se han ido incorporando diferentes materiales, formas de decorar y manipular la materia prima para la fabricación de telas y componentes cada vez más compleja. Dentro de la fiesta, los desfiles principales de la ciudad los trajes de las diferentes comparsas son protagonistas de la celebración, destacándose por sus colores vivos, versatilidad de materiales para su confección, con temáticas que cada año cambian acorde al concepto de la edición.

2.10.1.5. Carros alegóricos

La función de significado de los carros alegóricos ha evolucionado con el tiempo y periodos de la historia. Tirado y Viteri (2024) mencionan que antiguamente eran usados para difundir propaganda de índole política y religiosa, pasando a lograr un enfoque más estético expresando aspectos religiosos, sociales o culturales para expresar identidad y valores de las naciones, siendo hoy en día uno de los principales símbolos de carnavales y fiestas tradicionales.

Dentro de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, en los carros alegóricos se aprecia una gran riqueza simbólica que va más allá de lo estético y se evidencia la historia e identidad local que ayudan a representar la ambateñidad. El proceso de construcción refleja el trabajo colaborativo, profesional y creativo donde se fusionan ideas, experiencias y puntos de vista para expresar la cultura local. Dentro de las plataformas para su construcción se utilizan flores, frutas y pan destacando las rosas, crisantemos, reina claudia, mandarinas, capulíes y granos secos, siendo todo de origen natural. (Flores, 2024).

2.10.1.6. Gastronomía

En cada comida, los distintos sabores, texturas, preparaciones reflejan la historia, recursos y costumbres de un grupo. Fusté-Forne (2016) afirma que: La gastronomía presenta un elemento ligado al patrimonio reflejando así la cultura con su relación a la naturaleza. Los platos típicos forman parte del patrimonio de diferentes sociedades y expresan su

identidad, el lugar de donde provienen a través de sus ingredientes, las recetas tradicionales, maneras de preparar y servir los alimentos. Esto, aunque resulte familiar para lo que la viven, puede ser ajeno en contextos donde no son parte esencial de sus costumbres.

Por ello “La gastronomía tiene un impacto significativo en el mundo, traspasando fronteras culturales y sociedades. (...) Desde la antigüedad hasta la actualidad, la gastronomía ha reflejado la historia, geografía e identidad de cada sociedad” (Jiménez Fernández, 2024, p.91). En Ambato, la gastronomía local tiene sus características, entre ellos el emblemático Llapingacho, pan ambateño, empanadas de morocho, colada morada disponible los días del año, gallinas de Pinllo y juegos tradicionales que con la combinación de ingredientes andinos reflejan con orgullo la identidad de su pueblo.

2.10.2. Eventos patrimoniales

Dentro de estos eventos busca mostrar la esencia de la ambateñidad y celebrarlos anualmente para rescatar y mantener el motivo cultural de la fiesta.

Tabla 12. *Lista de eventos patrimoniales de la F.F. F*

Evento	Descripción
Pregón de fiestas	Se desarrolla la mañana del sábado del día donde se lleva a cabo la elección de la reina. En el evento participan los estudiantes de instituciones de educación básica con diferentes trajes y comparsas de acuerdo con la temática y concepto del pregón.
Elección de la reina de Ambato	Se lleva a cabo el mismo día del pregón y anualmente se lo desarrolla en el coliseo de deportes de la ciudad, la velada es acompañada de artistas invitados.
Bendición de las Flores, Frutas y Pan	Se lleva a cabo el acto litúrgico, el día sábado de la semana mayor de los ambateños, siendo el acto de profundo agradecimiento y fe de los ambateños. Se desarrolla en el atrio de la Catedral que anualmente presenta una alegoría diferente y novedosa.
Desfile de la Confraternidad	Siempre se realiza el domingo, al día siguiente de la bendición de flores, frutas y pan, como agradecimiento a la riqueza y producción agraria, florística, frutícola e industrial de la ciudad. Se lleva a cabo en la avenida Cevallos y calle Bolívar.
Ronda Nocturnal	Se presenta el día lunes en la noche, en las mismas calles que se desarrolla el desfile, aquí participan academias de baile, parroquias, comités barriales. Los carros se cubren de luces

para realzar su belleza convirtiéndose en una fusión de color, brillo y alegría.

Festival Internacional de Folclor	Cada año diferentes delegaciones internacionales visitan la ciudad y son parte de la fiesta. Se organizan 3 días del festival donde los grupos se presentan y dan a conocer un poco más de sus culturas a través de la danza y música.
-----------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia basada en GAD Municipalidad de Ambato (2017)

2.10.3. Eventos tradicionales

Dentro de los programas tradicionales se incluyen las diferentes actividades organizadas por la Municipalidad de Ambato, el Honorable concejo provincial de Tungurahua, el comité permanente y GAD parroquiales.

Tabla 13. *Lista de eventos patrimoniales de la F.F.F.*

Evento	Descripción
Elección de la Reina Interparroquial	El evento busca resaltar la belleza y valores de la mujer rural de Ambato y posteriormente la reina electa se convierte en candidata a reina de Ambato.
Verbena ambateña	El evento tiene el objetivo de recordar las tradiciones ambateñas, las candidatas al reinado de la ciudad y la reina saliente son las protagonistas, las mimas acuden al programa con vestidos de estilo victoriano y bailar con la ciudadanía acompañadas de música en vivo.
Retreta	En los días de fiesta la Banda Municipal realiza presentaciones especiales en diferentes lugares de la urbe. Así también se invita a bandas de diferentes instituciones a ser parte.
Presentación de la Rondalla Ambateña	Se realiza en el atrio de la catedral anualmente, con el tiempo se ha convertido en uno de los eventos más emblemáticos de la fiesta.
Encuentros deportivos	Las instituciones en el área del deporte pueden organizar eventos sociales con el fin de brindar espacios para la recreación en niños, jóvenes, adultos y adultos mayores en diferentes disciplinas.
Circuito de las Flores	Se desarrolla a través de la Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación. Se instalan diferentes alegorías bajo temáticas culturales,

	sociales e históricas complementadas con exposiciones artísticas en diferentes puntos de la ciudad.
Salón Nacional de Pintura Luis A. Martínez	Se convoca a medios de comunicación entre locales y extranjeros para invitar a artistas plásticos ecuatorianos y extranjeros que vivan en el país para dar a conocer su arte.
Eventos culturales en espacios patrimoniales	Se realizan diferentes actividades en las Quintas Patrimoniales, Casas Museos donde se resalta la historia e identidad ambateña.

Fuente: Elaboración propia basada en GAD Municipalidad de Ambato (2017)

2.11. Marco Histórico

2.11.1 Origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores

En la ciudad de Ambato perteneciente a la provincia de Tungurahua el movimiento de la tierra ha sido motivo de indagación por parte de los historiadores de la época y así también ha sido una de las razones para lo que hoy se celebra en la ciudad.

Para Medina (2025) un estudio del Observatorio Astronómico de Quito determino que desde 1534 hasta 1958 la provincia de Tungurahua atravesó por diez sismos; sin embargo, el movimiento sísmico que permanece en la memoria de los ambateños es el acaecido el 5 de agosto de 1949. Convirtiéndose en la fecha que marcaría el inicio a una de las celebraciones más grandes de la expresión de la ambateñidad.

En la época antes del terremoto de 1949 los medios de difusión que impartían temas culturales eran las monografías. Las mismas estaban dirigidas con la intención de conocer la ciudad de Ambato, se los consideraba como folletos de gran interés para estudiosos, empresarios y personas asociadas al turismo, que servían para la promoción comercial e industrial y para la educación ya que contenía temas históricos locales que permitían reforzar el sentido de pertenecía (Torres, Ambato: Terremoto y reconstrucción (1949-1961), 2015). Se puede decir que las monografías en aquellos años era los recursos más comunes para impartir relatos acerca de la historia local y que a su vez ayudaban a fortalecer la identidad de los habitantes.

2.11.1.1. Terremoto de 1949

El 05 de agosto de 1949 parecía un día normal cada ciudadano se encontraba en sus diferentes actividades hasta que de pronto ocurrió lo inevitable. Según Miranda Torres (2025)

Cuando el reloj ubicado en la torre de la iglesia La Matriz señaló las 14:02 minutos, un brusco estremecimiento proveniente de las entrañas de la tierra sacudió con inusitada fuerza a la superficie. Se trataba de un violento temblor que hizo salir a la gente a las calles, parques, y plazas en prevención de algún siniestro. (...) Apenas habían transcurrido ocho minutos cuando se desato la ira de la naturaleza en su máxima expresión. ... se supo después que el epicentro de fenómeno se ubicó en Chacauco, pequeño poblado situado al sureste de Pelileo.

En Ambato la iglesia de La Matriz se desmoronó en medio de nubarrones de polvo que oscurecieron la visión. Quienes presenciaron el dantesco episodio, aseguraban que por doquier solo se veía un velo de polvo denso. Los gritos de los heridos, de los familiares que buscaban a sus seres queridos se escuchaba por todas partes. “Todo el mundo trataba únicamente de huir del peligro, yendo hacia las partes deshabilitadas y sin casas”

En cuanto a las afectaciones, de acuerdo con las cifras establecidas, el territorio tal afectado fue de 19 200 km², con más de 225 000 personas damnificadas y aproximadamente 6000 muertos a nivel provincial (Medina, 2025).

2.11.1.2 Condiciones de vida de los habitantes después del terremoto.

La tragedia en la ciudad y provincia provocó un cambio en la vida de la gente, llevándola a tener un nuevo ritmo social y comunitario. El periódico Crónica era el único medio impreso que mantenía informada a la ciudadanía, por lo que luego del terremoto se encargaba de dar a conocer todo lo que estaba ocurriendo.

Las familias de la zona más afectada tuvieron que dejar sus casas para buscar refugio. Los parques, plazas, terrenos baldíos sirvieron se convirtieron en el nuevo hogar de varias familias, entre los principales refugios se encontraban la laguna de Ingahurco, plaza Primero de Mayo, plaza Colón, plaza Colombia donde hoy en día se sitúa el Mercado Modelo, parque Montalvo, parque 12 de Noviembre, entre otros durante 2 y 3 años (Torres, 2025). Es decir,

los lugares donde antes la gente solía ir para recrearse, despejarse se había vuelto una casa comunal donde convivían familias, amigos y vecinos y sobrevivieron ayudándose entre todos.

La estructura de los refugios era a base de hojas de atzera, carrizos, plásticos, telas, estereras, todo lo que se recuperó fue implementado. En cuanto a su alimentación, se distribuían en grupos y cocinaban para todos en medio de un fogón que tenían. Varios de los negocios que sobrevivieron se instalaron en medio de las carpas, evidenciándose así la solidaridad (Nicola, 2025).

En medio de la incertidumbre por saber lo que pasaría con la ciudad, una de las figuras más importantes del país estaba componiendo una de las canciones más representativas de la fiesta. El artista Carlos Rubira Infante, por aquellos días se encontraba por la plaza Colombia donde escribió y compuso el tema "El Altivo Ambateño" (Miranda Torres, 2025). Por la misma fecha, se conoció el poema "Ambato Tierra de Flores" escrita por Gustavo Egüéz Villacrés, el mismo maestro Rubira lo tomó y surgió la canción que es considerada como el Himno de Ambato³. Ambas canciones ayudaron a motivar a los habitantes y con el tiempo se han transformado en elementos representativos de la fiesta y la identidad ambateña.

La noticia llegó a medios internacionales. El mandatario argentino general Juan Domingo Perón, y su recordada esposa Eva Duarte de Perón enviaron desde Buenos Aires cuatro aviones que transportaban carpas, vituallas, utensilios, artículos médicos y frazadas para atender a los damnificados. La solidaridad del continente americano se apreció en gran magnitud la gran parte de los países ayudó a los ambateños (Miranda Torres, 2025).

Los días posteriores al terremoto estaban plasmados por ritos y eventos. El desfile de revocación de fe se relazo con el fin de incentivar al orden y la moral del pueblo, siendo no un acto de festejo sino más bien conmemorativo donde participaron 8.000 ambateños por las principales calles de la ciudad⁴.

³ El Heraldo, Ambato celebrará Bodas de Diamante, 2025.

⁴ Crónica, 8 mil personas desfilaron en las calles de la ciudad, 1949.

Sumado a este evento, uno de los hechos más curiosos sucedido en las mismas fechas fue el acto de juramente de reconstrucción donde el presidente del Congreso Nacional, Teodoro Alvarado llevo el ataúd con el cuerpo de Juan Montalvo hacia las calles con el fin de que lo ambateños prometieran que van a reconstruir la ciudad y salir adelante mientras cantaban el himno de Tungurahua (Torres, 2025).

2.11.1.3. Plan de reconstrucción de la ciudad

Con el objetivo de llevar a Ambato hacia la recuperación, se crea la Junta e reconstrucción y con ello el Plan de Reconstrucción. Para Garcés, Durán Ballén y Moreno (1951) consistía no solamente trazar calles, parques y plazas sino crear todo un proyecto urbanístico que pueda proyectar la ciudad hacia la modernidad de manera colectiva y en base a las necesidades de los habitantes. Es decir, el plan buscaba no solo mejorar la infraestructura de la ciudad sino también traer una mirada moderna para la comunidad en su modo de vida.

A pesar de las proyecciones que tenía la junta, otro de los roles que cumplía era la distribución de los fondos hacia las familias afectadas, pero en el proceso surgieron diferencias debido a que no se repartían equitativamente los recursos e incluso en los archivos históricos se menciona que gran parte de los fondos fueron destinados a la reconstrucción de la nueva Catedral ⁵.

Con los nuevos planos y proyectos de reconstrucción Torres (2025) menciona que se trazó una nueva ciudad dividiéndola en 6 sectores a nivel industrial, agrícola, negocios, residencias y más, tomando en cuenta la calidad de vida del sector y las ocupaciones de los residentes, así también los barrios se diferenciaban por la producción florícola y frutícola de la zona.

2.11.1.4. Primera edición de la Fiesta de la Fruta y de las Flores

Antes del terremoto de 1949, Ambato ya era reconocida por su amplia producción agrícola e industrial, por lo que la fiesta de la Fruta vino a realzar y forjar la identidad de un pueblo. En este sentido la ciudad no tenía un evento propio como otras ciudades del país,

⁵ Crónica, Entró en funciones el presidente de la Junta de Reconstrucción de la provincia, 1949

por lo que era una oportunidad para demostrar al país todo lo que la ciudad y provincia pueden ofrecer.

Desde el Centro Agrícola Cantonal, su director, el Dr. Ernesto Miño tiene la iniciativa de crear una feria que no solo permita al campesino y empresario mostrar sus productos sino también que sea una fiesta civilizada, dejando de lado lo grotesco del juego de carnaval ⁶. De modo que, si se toma en cuenta que el plan de reconstrucción no solo se centraba en la infraestructura sino también en el cambio de la sociedad hacia lo moderno, la fiesta llega para ser parte de ello, de ahí la intención de no permitir el carnaval.

El día 17 febrero de 1951 mientras se había realizado la movilización en contra de Bernardino Echeverría debido a las irregularidades en la repartición de ayuda y recursos, en desde el Centro Agrícola Cantonal se establecía la Feria Agrícola de las Flores y Frutas que después de la declaratoria de la primera reina de Ambato, Maruja Cobo, paso a llamarse Fiesta de las Flores y las Frutas (Parra, 2019).

Maruja Cobo fue coronada tres veces: la primera en la Plaza Central, luego sobre las ruinas de la Catedral y, finalmente, a las 21h00, en el Teatro Lalama, por el Sr. Galo Plaza, presidente de la República. (Fundacion Reina de Ambato, 2007)

Dentro de las actividades principales de la primera edición de la fiesta Medina (2025) menciona la elección de la Reina de Ambato y el desfile de La Concordia, que al igual que el primer desfile de reconstrucción, inicio en el Cementerio Municipal como símbolo de renacimiento desde las cenizas. Con el tiempo paso a ser el desfile de la confraternidad actualmente empieza en la Avenida Cevallos.

La celebración se centraba principalmente a la presentación de una feria agrícola, pecuaria e industrial; siendo su sede la Gobernación de Tungurahua, donde varias empresas ambateñas tenían la oportunidad de mostrar sus productos, las personas dedicadas al campo daban a conocer su ganado de raza, así como sus productos como frutas, verduras, y hortalizas (Comite Permanente Fiesta de la Fruta y de las Flores, 2024).

⁶ Diario La Crónica, Ambato saluda a la patria, 1950

Ante lo mencionado se puede decir que la fiesta nace con el objetivo no solo de resurgir de las cenizas sino de aprovechar la riqueza de una tierra fértil y poder exponer la producción frutícola, agrícola, pecuaria e industrial de la ciudad ante el resto, siendo este el sentido de celebrar y mantener la Fiesta de la Fruta y de las Flores.

2.11 Marco legal

Según la Ordenanza que regula la ejecución de la Fiesta de la Fruta y de las Flores (GAD Municipalidad de Ambato, 2017, pp. 4-5) en el que se establece las generalidades sobre la fiesta se menciona que:

Artículo 2. Ámbito de aplicación. - Los valores socio-culturales, turísticos y económicos que se expresan y fortalecen en la Fiesta de la Fruta y de las Flores se han convertido en fuente de identidad y eje de desarrollo para el cantón Abato; por lo que el Municipio de Ambato a través de su Concejo Municipal declaró: LA FIESTA DE LA FRUTA Y DE LAS FLORES COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DEL CANTÓN AMBATO.

Artículo 3. Duración.- La programación que se ejecute por ocasión de la Fiesta de la Fruta y de las Flores se desarrollará en el primer trimestre de cada año, al ser los meses de mayor exuberancia florícola y frutícola del año, realizándose los eventos principales en las fechas que se hayan establecido oficialmente para el periodo de carnaval; pudiéndose realizar con anterioridad a la programación oficial, eventos preliminares que el Directorio del Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores estime pertinentes. Aclarando que en el cantón Ambato, no se celebra el Carnaval sino la Fiesta de la Fruta y de las Flores, como máxima expresión cultural de sus habitantes.

Artículo 4. Programación y ejecución. - La planificación y ejecución de la Fiesta estará a cargo del Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, institución que se rige por su normativa propia.

En la misma ordenanza en el capítulo VI que corresponde a la integración ciudadana, se menciona que:

Artículo 16. De la integración ciudadana. - La Fiesta de la Fruta y de las Flores surgió de la voluntad y el esfuerzo del pueblo, por lo que es necesario motivar y fortalecer la integración ciudadana de: barrios, parroquias, instituciones, empresas, organizaciones, como actores de un proceso trascendental y permanente. Además, como un espacio que promueve e incentiva la participación de los creadores artístico en sus diversas manifestaciones (GAD Municipalidad de Ambato, 2017, p. 12)

En la Constitución de la República del Ecuador la (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, pp.12-25) se establecen artículos culturales, comunicacionales y de las niñas, niños y adolescentes que contribuyen al proyecto, de los cuales se mencionan:

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p. 13)

Sección cuarta

Cuarta y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de

sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural: a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Capítulo tercero

Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria

Sección quinta

Niñas, niños y adolescentes

Art. 44.- El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas. Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar social y comunitario de afectividad y seguridad. Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, efectivo- emocionales y culturales, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales.

Según el Código de la Niñez y Adolescencia establece en el capítulo III correspondiente a los derechos que:

Art. 34.- Derecho a la identidad cultural. - Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a conservar, desarrollar, fortalecer y recuperar su identidad y valores espirituales, culturales, religiosos, lingüísticos, políticos y sociales y a ser protegidos contra cualquier tipo de interferencia que tenga por objeto sustituir, alterar o disminuir estos valores (Congreso Nacional, 2003, p.8).

Según la Ley Orgánica de Cultura, la (Presidencia de la República del Ecuador, 2017, p. 4-19) en el título III de los derechos, deberes y políticas culturales en el capítulo I de los derechos culturales:

Art. 5.- Derechos culturales. Son derechos culturales, los siguientes:

- a) Identidad cultural. Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones c
- b) culturales tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural y estética, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones. Nadie podrá ser objeto de discriminación o represalias por elegir, identificarse, expresar o renunciar a una o varias comunidades culturales.
- c) Protección de los saberes ancestrales y dialogo intercultural. Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen derecho a la protección de sus saberes ancestrales, al reconocimiento de sus cosmovisiones como formas de percepción del mundo y las ideas; así como, a la salvaguarda de su patrimonio material e inmaterial y a la diversidad de formas de organización social y modos de vida vinculados a sus territorios (...).
- d) Memoria social. Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales tienen derecho a construir y difundir su memoria social, así como acceder a los contenidos que sobre ella estén depositados en las entidades públicas o privadas.
- g) Formación en artes, cultura y patrimonio. Todas las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones tienen derecho a la formación artística, cultural y patrimonial en el marco de un proceso educativo integral.
- i) Entorno digital. Como un bien público global y abierto, la red digital es un entorno para la innovación sostenible y la creatividad, y un recurso estratégico para el desarrollo de prácticas, usos, interpretaciones, relaciones y desarrollo de medios de producción, así como de herramientas educativas y formativas, vinculadas a los procesos de creación artística y producción cultural y creativa. Se reconoce el

principio de neutralidad de la red como base para el acceso universal, asequible, irrestricto e igualitario a internet y a los contenidos que por ella circulan.

Dentro del título IV sobre la educación y formación en artes, cultura y patrimonio en el capítulo I:

Art. 16.- De sus fines. El Régimen Integral de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio tiene entre sus fines:

- a) Desarrollar la identidad cultural diversa, la creatividad artística y el pensamiento crítico, a través de la enseñanza y de las practicas artísticas y culturales, así como el reconocimiento y valoración de los saberes ancestrales y el acervo patrimonial;
- d) Implementar programas de educación y formación y formación en concordancia con las fuentes de trabajo identificadas y las que se desean impulsar con relación al Plan Nacional del Buen Vivir.
- e) Promover hábitos lectores, procesos de pensamiento crítico y destrezas creativas que fomenten las capacidades de percepción y análisis sobre el campo artístico, cultural y patrimonial;

Del título VII que corresponde al subsistema de la memoria social y el patrimonio cultural.

Capítulo I.- definiciones, composición, ámbitos y conformación del Subsistema de la Memoria en lo Social y el Patrimonio Cultural menciona que:

Art. 28.- De la memoria social. Es la construcción colectiva de la identidad mediante la resignificación de hechos y vivencias socialmente compartidos por personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, que desde el presente identifican y reconocen acontecimientos, sucesos y momentos de trascendencia histórica, arqueológica, antropológica o social.

Art. 29.- Del patrimonio cultural nacional. Es el conjunto dinámico, integrador y representativo de bienes y prácticas sociales, creadas, mantenidas, transmitidas y reconocidas por las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales.

Capítulo 2.- De los repositorios de la memoria social: Museos, archivos históricos y bibliotecas.

Art. 31.- De los repositorios de la memoria social. Son espacios organizados, abiertos al público, que custodian y disponen de acervos documentales, bienes culturales y patrimoniales en varios soportes que incluyen museos, archivos históricos, bibliotecas, hemerotecas, mediatecas, cinematecas y fonotecas, entre otros.

Art. 36.- De los archivos históricos. Se considera como archivos históricos al conjunto de documentos producidos y recibidos por una institución pública o privada, persona natural o jurídica que han terminado su ciclo vital. Los archivos históricos son entendidos como espacios de investigación y conservación de la memoria social, mediante el registro de los procesos históricos recopilados en sus acervos de patrimonio documental.

Art. 39.- De las Bibliotecas. Se considera biblioteca a un centro organizado que custodia y dispone de acervos bibliográficos y documentales en varios soportes, que incluyen repositorios de hemerotecas, mediatecas, cinematecas, fonotecas y archivos digitales, entre otros, que satisfacen la necesidad de información, educación, investigación y conocimiento de la ciudadanía. La naturaleza,

uso y responsabilidad sobre los acervos quedará establecida en los reglamentos correspondientes. Así también, las bibliotecas son consideradas como espacios públicos de encuentro, relacionamiento, promoción y gestión cultural e intercultural, que deberán desarrollar sistemas virtuales que promuevan el acceso del ciudadano a través de tecnologías de la información y la comunicación.

Capítulo 5.- Del Patrimonio Cultural

Art. 50.- De los bienes que conforman el Patrimonio Cultural. Los bienes que conforman el patrimonio cultural del Ecuador son tangibles e intangibles y cumplen una función social derivada de su importancia histórica, artística, científica o simbólica, así como por ser el soporte de la memoria social para la construcción y fortalecimiento de la identidad nacional y la interculturalidad.

Art. 52.- Del patrimonio intangible o inmaterial. Son todos los valores, conocimientos, saberes, tecnologías, formas de hacer, pensar y percibir el mundo, y en general las manifestaciones que identifican culturalmente a las personas, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que conforman el Estado intercultural, plurinacional y multiétnico ecuatoriano.

Capítulo 8.- Del régimen especial del patrimonio cultural nacional inmaterial

Art. 79.- De las manifestaciones pertenecientes al patrimonio cultural nacional inmaterial. Pertenecen al patrimonio cultural nacional intangible o inmaterial, los usos, costumbres, creencias, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes, que la sociedad en general y cada comunidad, pueblo o nacionalidad reconocen como manifestaciones propias de su identidad cultural.

Las que se transmiten de generación en generación, dotadas de una representatividad específica, creadas y recreadas colectivamente como un proceso permanente de transmisión de saberes y cuyos significados cambian en función de los contextos sociales, económicos, políticos, culturales y naturales, otorgando a las sociedades un sentido de identidad.

Art. 80.- Del reconocimiento de las manifestaciones culturales. Se reconocen como pertenecientes al patrimonio cultural nacional intangible o inmaterial, entre otras manifestaciones culturales, y siempre que sean compatibles con los derechos humanos, derechos de la naturaleza, derechos colectivos y las disposiciones constitucionales, las siguientes:

- a) Tradiciones y expresiones orales: La cosmovisión, lenguas, creencias, conocimientos, sabidurías, tradiciones, formas de vida, formas de expresión y tradición oral, usos, costumbres, ritos, fiestas, representaciones y expresiones espirituales;
- b) Usos sociales rituales y actos festivos: formas de celebración y festividades, ceremonias, juegos tradicionales y otras expresiones lúdicas;

- c) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza: concepciones y manejo cultural de los ecosistemas, técnicas y tecnologías tradicionales para el manejo de recursos, producción artesanal, artística y gastronómica, todo elemento de la cultura que las comunidades, pueblos, nacionalidades y la sociedad en general reconocen como propias;
- d) Manifestaciones creativas que se sustentan en una fuerte interacción social y se transmiten, por igual de generación en generación; y Técnicas artesanales tradicionales.

CÁPITULO III. MARCO REFERENCIAL

3.1 Análisis externo PEST

3.1.1 Análisis político

El Ministerio de Cultura de Ecuador en 2009 declara a la Fiesta de la Fruta y de las Flores como Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado Ecuatoriano, celebrándose en el mes de febrero y marzo de cada año, luego de cumplir con los lineamientos establecidos por la UNESCO. En ella se integran diversos elementos culturales, como manifestaciones religiosas y sociales, artes del espectáculo representadas en las bandas de pueblo y representaciones escénicas mediante sus carros alegóricos, además de una rica tradición gastronómica que forma parte esencial de su identidad (Ministerio de Cultura del Ecuador, 2009).

Sumado a esto y la importancia que tiene la Fiesta de la Fruta y de las Flores en la población ambateña y ecuatoriana. El Parlamento Andino en 2020 declaró a la celebración como Patrimonio Inmaterial de la Región Andina debido a su riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica (Ministerio de Turismo, 2020).

La UNESCO (2018) dentro de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003, se propone la implementación de medidas que permitan mantener y cuidar el patrimonio inmaterial donde se involucre a la comunidad y gobiernos. Entre las medidas establecidas se encuentra el fortalecimiento de estudios de diferente índole, metodologías.

En el Artículo 14 correspondiente a Educación, sensibilización y fortalecimiento de capacidades, se establece la importancia de promover a través de diferentes medios posibles la difusión del patrimonio inmaterial entre la población, especialmente en los jóvenes. Para esto se propone la implementación de actividades como programas educativos, difusión de información y el uso de medios no formales con el fin de fomentar la educación cultural y fortalecer la memoria colectiva y elementos para la conservación del patrimonio inmaterial (UNESCO, 2024).

Desde el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador (2024) a nivel Nacional en apoyo a fortalecer el sector cultural y creativo, se presentó la creación de una política pública orientada al fomento de las industrias culturales y creativas, con el apoyo técnico del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Este aporte representa un avance importante en la promoción de la cultura y las artes, además de constituir un pilar esencial para el desarrollo económico y social sostenible del país. Esta propuesta no solo beneficia a la cultura, sino que también brinda la oportunidad de que diferentes áreas creativas puedan aportar desde sus diversas representaciones hacia la conservación del patrimonio y expresiones culturales del país.

En Ecuador se propone a través de una metodología que incluye tres momentos: la identificación, investigación y acción de salvaguardia encaminadas a la transmisión, promoción, fomentación y protección del Patrimonio Inmaterial con el objetivo de brindar apoyo a los trabajos y proyectos que realicen las instituciones, grupos o personas encargadas de la gestión cultural (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador, 2013).

Por su parte Municipalidad de Ambato (2024) estableció la Ordenanza de Fomento de la Cultura, las Artes y la innovación para fortalecer la producción, creación y difusión de productos y servicios culturales en la ciudad. Este acuerdo beneficia a varios profesionales dentro del arte y cultura para que puedan llevar a cabo sus proyectos e impulsar la identidad colectiva.

3.1.2 Análisis Económico

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se ha convertido en una pieza clave en el apoyo a las Industrias Culturales y Creativas ICC y desde 2021 creó la Red de Economía creativa y entre sus cooperaciones y aporte el valor asciende a \$2.538 millones entre 2013 y 2022. En cuanto a la inversión pública entre 2019 y 2020 se percibió una baja del 22.64% esto debido a la pandemia por COVID-19, sumado a esto en 2023 la inversión para la cultura y patrimonio menoró un 4.4% , de ahí su importancia en adoptar políticas y espacios para su reconocimiento (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2025).

De acuerdo con el Plan Operativo de Fomento 2023 se presentó el presupuesto, numero de postulantes y proyectos en diferentes ámbitos a los que se destinó apoyo económico.

Tabla 14. *Plan operativo de formato 2023*

Ámbito de fomento	Presupuesto total asignado entre 2022-2023	Postulantes	Total proyectos
Creación en artes literarias y narrativas y producción editorial	\$547.505,98	149	31
Creación y producción en artes cinematográficas y audiovisuales	\$2.956,640.42	395	93
Creación y producción en artes musicales y sonoras	\$518.211,55	521	40
Creación y producción en artes plásticas y visuales	\$390.884,65	168	22
Creación y producción en artes vivas y escénicas	\$1.011.257,67	406	90
Espacio público, artes y comunidades urbanas y hábitat cultural	\$173.098,45	30	6
Espacios de circulación e interpretación artística y cultural	\$991.950,16	277	66
Formación artística	\$504.724,70	205	41
Investigación, promoción y difusión de la memoria social y el patrimonio	\$226.263,00	59	10

Producción y gestión cultural independiente	\$54.903,64	30	3
Total	\$7.375.440,16	2240	402

Fuente: Elaboración propia en base a Ministerio de Cultura y Patrimonio (2025)

De acuerdo al Capítulo II que corresponde al financiamiento, en el artículo 5 se refiere la asignación de fondos para la Fiesta de la Fruta y de las Flores sobre los recursos económicos asignados para la fiesta se establece que El comité permanente de la recibirá y administrara los recursos recibidos a través del GAD Municipalidad de Ambato en su presupuesto anual del 4,26% del valor asignando a la municipalidad establecido por el Ministerio de Finanzas y por otro lado están los aportes que se obtengan a través de auspiciantes, instituciones y empresas públicas y privadas así como personas naturales y jurídicas (GAD Municipalidad de Ambato, 2017).

En 2025 la fiesta obtuvo resultados positivos en cuanto al ingreso económico. Según la Municipalidad de Ambato (2025) a partir de estudio realizado por el Laboratorio Económico y Social de CORPOAMBATO y el Observatorio Económico de la UTA se mencionó que la Fiesta de la Fruta y de las Flores recibió un ingreso de 7 millones de dólares, cifra que duplica al año anterior. De igual forma los eventos organizados por el Comité Permanente obtuvieron 1.6 millones de dólares y la movilidad entre la provincia y cantones dejó 1 millón de dólares aproximadamente.

3.1.3. Análisis social

Ecuador es uno de los países que se destaca por poseer una amplia variedad de fiestas y tradiciones que forman parte de la cultura e identidad de su pueblo. A la hora de impartir estos conocimientos, el texto escrito sigue teniendo mayor protagonismo. Esto debido a la continuidad de modelos tradicionales, poca autonomía en las instituciones educativas para adaptar o mejorar los materiales de aprendizaje que vayan acorde a los intereses de los adolescentes y el limitado acceso a recursos tecnológicos (Coudannes, 2007).

En la ciudad, la población estimada de adolescentes comprendida entre los 10 a 19 años corresponde a 76,569 habitantes que están divididas en dos grupos por un lado de 10 a 14 años y el otro de 15 a 19 años (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2025). De acuerdo con el Programa Ciudades Sanas y Seguras (S2Cities) se obtuvo que al 88.26% de los jóvenes les gusta vivir en Ambato, destacando la seguridad social, sus espacios recreativos y el transporte ⁷. Tomando esto en cuenta, es un indicativo y una razón para que la juventud ambateña conozca el valor de su entorno y de la identidad de la ciudad.

A medida que han transcurrido las ediciones de la fiesta, se han integrado eventos musicales, ferias, espacios de recreación, eventos artísticos y más actos. En 2020 se dio inicio a la primera Expo Feria Nacional “Mushuc Runa 2020” creada con el fin de dar a conocer la producción agrícola, industrial, automotriz, así como degustar de la variedad de gastronomía nacional acompañado de exposiciones, y conciertos con artistas nacionales e internacionales (Ministerio de Turismo, 2020). Este tipo de iniciativas promueven el turismo y la dinámica comercial de la ciudad y provincia, atrayendo a más turistas por sus diferentes atractivos además de los eventos tradicionales.

En 2025 la Fiesta de la Fruta y de las Flores resalto por su crecimiento turístico, dejando a la ciudad como el cuarto destino más visitado a nivel nacional. Además, permitió que el sector hotelero reciba hasta el 100% de ocupación, así como el terminal terrestre recibió a 41,000 pasajeros. A nivel internacional la ciudad acogió a turistas de diferentes países como Estado Unidos, Japón, China, Alemania, Colombia, entre otros. El turismo cultural por su parte recibió a 89,000 personas. (Municipalidad de Ambato, 2025).

3.1.4 Análisis tecnológico

Hoy en día la difusión de temas culturales no solo se presenta de forma impresa sino también se puede compartir en redes sociales, siendo la plataforma digital más usada. Según el Pew Research Center (2026) se manifiesta que los adolescentes usan las redes sociales para entretenerse, informarse e interactuar con su familia y amigos, siendo Tik Tok e Instagram las principales aplicaciones.

Tabla 15. *Razones de uso de Tik-Tok e Instagram en adolescentes.*

⁷ La Hora, Ambato: a más del 88% de los jóvenes les gusta vivir en la ciudad, 2025.

	Tik Tok	Instagram
Para entretenimiento	96%	91%
Para interactuar con amigos y familia	66%	84%
Para conectar con otras personas que tiene sus mismos intereses.	75%	78%
Para mantenerse al día con celebridades.	55%	56%
Para consultar reseñas o recomendaciones de productos.	58%	48%
Para recibir noticias	45%	48%
Para mantenerse al tanto de política o asuntos de su país.	29%	28%

Fuente: Elaboración propia en base a Pew Research Center (2026)

Por otra parte, es importante conocer el acceso a tecnologías de la información a nivel nacional. Según el INEC (2025) se muestra la siguiente tabla.

Tabla 16. *Uso de tecnologías de información y comunicación en Ecuador*

Indicadores de TIC 2022-2025 (Nacional)	Jul-22	Jul-23	Jul-24	Jul-25
Hogares con acceso a internet (%)	60,4	62,2	66,0	71,3
Personas que utilizan internet (%)	69,7	72,7	77,2	80,1
Personas que tienen celular activado (%)	58,8	59,6	61,3	61,9

Personas que tienen teléfono inteligente (%)	52,2	55,6	57,7	59,3
Analfabetismo digital (%)	8,2	7,6	5,4	2,1

Notas:

1. Personas que utilizan internet, se refiere a la población de 5 y más años que ha usado internet en los últimos 12 meses, desde cualquier lugar.
2. Porcentaje de teléfono inteligente. - se refiere a la población de 5 y más años con celular activado smartphone con respecto a la población de 5 y más años.
3. Se considera Analfabeta Digital a una persona de 15 a 49 años cuando cumple simultáneamente tres características: 1) No tiene celular activado 2) En los últimos 12 meses no ha utilizado computadora 3) En los últimos 12 meses no ha utilizado internet.

*La información de 2022-2024 corresponde a la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo- Enemdu.

Fuente: Elaboración propia en base a INEC (2025)

El 54% de los adolescentes tienen un celular inteligente activo, así también el 90% los usa por lo menos una vez por semana, el 21.37% lo usa por más de 3 horas. En este sentido el 46.72% empezaron a usar las redes sociales antes de los 12 años (Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional, 2025).

Tabla 17. *Uso de redes sociales en Ecuador*

Red social	Número de usuarios	Porcentaje la población total	Porcentaje de usuarios en internet
YouTube	11.4 millones	62,6 %	74,8 %
Facebook	12.6 millones	69,2%	82,7%

Instagram	6.45 millones	35,4%	42,3%
TikTok	13.5 millones	74%	88,4%
LinkedIn	5.2 millones	28,6%	34,1%
Messenger	7.5 millones	41,2%	49,2%
Snapchat	2.16 millones	11,9%	14,2%
X	1.85 millones	10,1%	12,1%

Fuente: Elaboración propia en base a Mejía (2025)

3.2. Análisis interno FODA

El análisis FODA es una herramienta para evaluar la situación de una institución o persona para conocer su situación actual de manera interna a través de las fortalezas y debilidades y de manera externa mediante las oportunidades y amenazas; con el fin de ayudar en la toma de decisiones (Sánchez, 2020).

3.2.1 Fortalezas

- El material gráfico tiene el respaldo del Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores.
- Anteriormente se ha desarrollado material gráfico sobre la fiesta, pero enfocado hacia el turismo y promoción sirviendo de referencia para la propuesta.
- Durante los días de la fiesta se realizan eventos organizados para adolescentes.
- Los adolescentes sienten interés por material gráfico que sea llamativo y generen experiencias.
- Cada año la propuesta visual es diferente, por lo que al no tener una línea gráfica definida facilita la exploración de técnicas y propuestas.

3.2.2 Oportunidades

- Celebración cultural reconocida a nivel nacional e internacional
- Apoyo anual del gobierno en el financiamiento de la fiesta.

- Auspicios y patrocinios de instituciones públicas y privadas
- Innovación en el diseño de material para difundir la fiesta
- Eventos organizados sobre la fiesta para estudiantes de escuelas y colegios espacios públicos o institucionales.
- Apoyo del gobierno para el sector cultural y creativo en el desarrollo de material para promover el patrimonio del país.
- Alta participación de la juventud ambateña en los diferentes eventos principales de la fiesta.

3.2.3 Debilidades

- Archivos históricos antiguos y de acceso limitado
- Ausencia de material informativo enfocado en el origen de la fiesta durante los días de la celebración
- El material difundido es mayormente publicitario y turístico, enfocado en el público en general y no en los más jóvenes.
- Concentración del público solo en los días de fiesta reduciendo su impacto fuera de temporada.
- Necesidad de adaptar los materiales gráficos de difusión hacia las nuevas generaciones

3.2.4 Amenazas

- Cambios políticos y económicos que afecten a la ciudad y al país
- Saturación de contenido promocional y publicitario en los días de fiesta
- Ataques a la imagen pública que afecten a la reputación de la celebración.
- Desinterés de la historia local frente a las tendencias globales.
- Cambios en las políticas y usos de materiales publicitarios

Análisis CAME

	Fortalezas	Debilidades	FD
	<ul style="list-style-type: none"> El material gráfico tiene el respaldo del Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores. Anteriormente se ha desarrollado material gráfico sobre la fiesta, pero enfocado hacia el turismo y promoción sirviendo de referencia para la propuesta. Los adolescentes sienten interés por material gráfico que sea llamativo y generen experiencias. Cada año la propuesta visual es diferente, por lo que al no tener una línea gráfica definida facilita la exploración de técnicas y propuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> Archivos históricos antiguos y de acceso limitado Desinterés de los adolescentes por leer textos extensos y de carácter histórico. Ausencia de material informativo enfocado en el origen de la fiesta durante los días de la celebración El material difundido es mayormente publicitario y turístico, enfocado en el público en general y no en los más jóvenes. Concentración del público solo en los días de fiesta reduciendo su impacto fuera de temporada. Necesidad de adaptar los materiales gráficos de difusión hacia las nuevas generaciones 	<p>FD1 Diseñar una línea gráfica coherente que no se perciba como promocional sino educativa y que unifique todos los materiales al parovechar la libertad creativa para desarrollar recursos gráficos.</p> <p>FD2 Aprovechar los espacios dirigidos a los adolescentes durante la celebración para posicionar el material gráfico diferenciándose así del resto de material promocional.</p>
Oportunidades	FO	DO	OA
<ul style="list-style-type: none"> Celebración cultural reconocida a nivel nacional e internacional Auspicios y patrocinios de instituciones públicas y privadas Innovación en el diseño de material para difundir la fiesta Eventos organizados sobre la fiesta para estudiantes de escuelas y colegios espacios públicos o institucionales. Apoyo del gobierno para el sector cultural y creativo en el desarrollo de material para promover el patrimonio del país. Alta participación de la juventud ambateña en los diferentes eventos de entretenimiento de la fiesta. 	<p>FO1: Aprovechar los estudios y conocimientos de los historiadores locales para desarrollar en contenido de la propuesta y funcione no solo como un material gráfico sino que aporte hacia el cuidado del patrimonio ecuatoriano.</p> <p>FO2: Integrar canales digitales como complemento del material impreso, generando una experiencia comunicacional que amplíe el alcance del contenido histórico.</p>	<p>DO1: Realizar un resumen con los datos obtenidos en la investigación del tema para posteriormente traducirlos a un lenguaje más cercano y así poder conocer el contexto y definir la grafica adecuada.</p> <p>DO2: Establecer contenidos cortos y sencillos, con un lenguaje cercano y narrativa atractiva para una mejor atención e interés del adolescente.</p>	<p>OA1 Emplear elementos de la gamificación generar interes al momento de coonocer sobre el origen de la fiesta y así obtener un material diferente al que ya se ha realizado.</p> <p>OA2 Diseñar material interactivo que permita la experimentación o manipulación de papeles, generando una experiencia de lectura y conocimiento del tema.</p>
Amenazas	FA	DA	
<ul style="list-style-type: none"> Cambios políticos y económicos que afecten a la ciudad y al país Saturación de contenido promocional y publicitario en los días de fiesta Ataques a la imagen pública que afecten a la reputación de la celebración. Desinterés de la historia local frente a las tendencias globales. Cambios en las políticas y usos de materiales publicitarios. 	<p>FA1: Explorar formatos impresos interesantes a nivel global para el publico joven y así diseñar una propuesta que sea llamativa y genere una experiencia sensorial mientras aprende.</p> <p>FA2: Aprovechar el respaldo del Comité Permanente para espacios de aprendizaje mediante el material propuesto destacandose frente al material promocional tradicional y pueda servir en la enseñanza de la historia local.</p>	<p>DA1: Desarrollar un material impreso poco convencional usando criterios editoriales que combinen texto, ilustración y gamificación para que así el la lectura conecte con el adolescente.</p> <p>DA2: Sintetizar la información recolectada en los archivos y libros a través de un album editorial para mitigar la brecha de aprendizaje entre la historia de la fiesta y las nuevas generaciones.</p>	

Gráfico 5. Análisis CAME

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Método

El presente proyecto se centra en el diseño de material gráfico informativo en base a la búsqueda y recolección de información sobre la historia de la Fiesta de la Fruta y de las Flores partiendo de conocimientos, fundamentos de diseño y producción gráfica. Permitiendo el desarrollo de la propuesta bajo aspectos técnicos que permitan que el texto y las ilustraciones incorporadas sean no solo estéticas sino funcionales.

Ante lo mencionado, en el proyecto se aplica el método deductivo que permite tomar conclusiones generales para obtener algo en específico. Teniendo en cuenta que parte de postulados, leyes y afirmaciones que han sido comprobadas y se las aplica en casos particulares (Bernal C. A., 2010). De este modo, para el proyecto se parte de fundamentos básicos de diseño gráfico para desarrollar material gráfico con el uso de recursos editoriales y la ilustración. Y por otro lado también se parte de información existente sobre el contexto histórico y origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores que serán de apoyo para desarrollar la propuesta.

4.2 Enfoque de investigación

Para abordar el proyecto se hará uso del enfoque mixto que según Hernández, Fernández y Baptista (2006) "se trata de un proceso que une datos cualitativo y cuantitativo mediante su recolección, análisis permitiendo responder interrogantes acerca de la investigación y problema planteado" (p.755). Por una parte, dentro del enfoque cualitativo, se llevará a cabo entrevistas con el propósito de conocer desde el punto de vista de especialistas en la historia de la Fiesta de la Fruta y de las Flores y de profesionales en diseño gráfico que hayan colaborado en el desarrollo de material gráfico para la fiesta y tener una perspectiva que permita desarrollar la propuesta de manera adecuada. Por otro lado, en cuanto al enfoque cuantitativo, se realizará una encuesta al público al que está dirigido el proyecto, siendo los adolescentes entre 15 a 19 años, para conocer sus gustos, preferencias, medios que usan con frecuencia y diferentes aspectos que aporten en el desarrollo del proyecto.

4.3 Modalidad

4.3.1 Investigación Bibliográfica Documental

La investigación documental permite la búsqueda de información y respuestas en documentos existentes en una amplia variedad como libros, folleos, revistas, periódicos, grabaciones de audio y video, entre otros (Baena, 2017). Por lo tanto, el estudio fue realizado en base a libros, artículos, archivos, videos, periódicos que se encuentren en la ciudad para indagar a fondo la historia de la Fiesta de la Fruta y de las Flores desde diferentes puntos de vista y se pueda sustentar mejor las respuestas esperadas.

4.3.2 Investigación de Campo

Para poder desarrollar la propuesta bajo aspectos técnicos e históricos adecuados es importante tener contacto directo con la fuente de información. La investigación de campo permite registrar y recolectar datos sobre el tema desde dos tipos, la exploración y observación con el contacto directo con el objeto de estudio y la interrogación que busca opiniones, testimonios de manera escrita y oral de las personas (Baena, 2017).

Por ende, para el presente proyecto se realizará entrevistas a historiadores, especialistas de la ciudad que conocen la historia de la Fiesta de la Fruta y de las Flores y del patrimonio inmaterial en fiestas culturales. Adicionalmente, dentro de área de diseño gráfico se realizará entrevistas a diseñadores y profesionales que han trabajado en material gráfico para ediciones pasadas de la fiesta y conocen aspectos básicos y técnicos al momento de crear productos gráficos para la fiesta.

Sumado a esto, para conocer las preferencias, gustos del público objetivo, se realizará una encuesta con el fin de conocer y ayudar en el desarrollo de las estrategias a usar en la propuesta grafica. Según Quezada (2010) afirma que:

El diseño encuesta parte de la premisa de que, si queremos conocer algo sobre el comportamiento de las personas, lo mejor, lo más directo y simple, es preguntárselo directamente a ellas. Se trata por tanto de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca del problema en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos (p.124).

De este modo, la encuesta será enfocada en los adolescentes a quien está dirigido el material gráfico con el propósito de conocer criterios para su representación visual.

4.4 Nivel de investigación

4.4.1 Investigación exploratoria

Para abordar la investigación exploratoria, es importante entender que “se trata de una investigación cuyo propósito es proporcionar una visión general sobre una realidad o un aspecto de ella, de una manera tentativa o aproximada” (Niño, 2011, p.32).

Para partir en el diseño de material gráfico es importante reconocer que se analizaron diferentes fuentes bibliográficas de primera y segunda mano para conocer más a fondo el contexto en el que se desenvuelve el tema e identificar sus causas y consecuencias. Sumado a esto se analizaron diferentes festividades alrededor del mundo y como se han ayudado del diseño gráfico en sus diferentes áreas y han propuesto soluciones visuales para transmitir las fiestas y su patrimonio a los más jóvenes.

4.4.2 Investigación descriptiva

Para llevar a cabo el proyecto se emplearán las técnicas de entrevista y encuesta. Es así como:

Esta investigación se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; cuando se plantean hipótesis en los estudios descriptivos, estas se formulan a nivel descriptivo y se prueban esas hipótesis. La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental (Bernal, 2016, p.144).

Se hará uso de las técnicas de entrevista a historiadores, especialistas en la historia de la Fiesta de la Fruta y de las Flores que entienden y se han dedicado a analizar los aspectos culturales, históricos y sociales de la festividad para entender mejor las diferentes circunstancias y aspectos del origen de la fiesta.

Por otra parte, en las entrevistas a diseñadores gráficos que hayan participado en ediciones anteriores de la fiesta dentro del Comité Permanente que conozcan de cerca los aspectos técnicos que se hayan trabajado anteriormente y funcionen mejor para la difusión

de material gráfico cultural y así permitan conocer los parámetros adecuados para desarrollar la propuesta grafica basada en las experiencias de los entrevistados.

4.4 Operación de variables

Tabla 18. Operacionalización de la variable independiente: Material gráfico

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
El material gráfico es toda aquella representación visual que incluye texto, imágenes, para comunicar información de manera clara y atractiva. Usa fundamentos y conocimientos de diseño gráfico en lo que refiere a color, estilo, tipografía, disposición del contenido acorde al tema a tratarse.	Estrategias de comunicación	Comunicación visual	Desde su perspectiva profesional, ¿cuál es el papel del diseño gráfico en la difusión y posicionamiento de la Fiesta de la Fruta y de las Flores?	Entrevista: Dirigido a profesionales en diseño gráfico, comunicadores visuales, digitales de especial importancia que hayan colaborado en la elaboración de material para la Fiesta de la Fruta y de las Flores.
		Narrativa visual		
		Medios de difusión	Desde su criterio ¿cómo considera que el material gráfico contribuye a la difusión de contenidos históricos y culturales relacionados con la fiesta?	
		Color		
	Fundamentos de diseño gráfico	Tipografía	¿Cuáles son los elementos gráficos que se deben considerar para diseñar material gráfico sobre el origen y la historia de la fiesta?	Encuesta: Cuestionario dirigido hacia adolescentes.
	Diseño editorial	Ilustración		
	Producción gráfica	Diagramación		
		Retículas	¿Qué tipos de formatos visuales recomienda al momento de difundir	
		Jerarquización		

Técnicas de impresión	contenidos históricos dirigidos a adolescentes?	¿Qué características hacen que un contenido gráfico sea atractivo para ti?
Packaging	¿Qué recomendaciones daría para adaptar la historia del origen de la fiesta a un formato atractivo para adolescentes?	¿Cuáles de estos materiales impresos te atrae más para leerlo?
	¿De qué manera el diseño editorial y la ilustración pueden ayudar a fortalecer la comprensión de temas históricos que suelen ser percibidos como aburridos?	¿En dónde te gustaría recibir el material gráfico sobre el origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores?
	¿Qué aspectos a nivel tipográfico considera más adecuados para abordar el material gráfico dirigido a adolescentes?	¿Por qué crees que los adolescentes le dan poca atención al material gráfico presentado en revistas, libros o periódicos?
	¿Cuál es el estilo de ilustración que considera pertinente para públicos entre 10 y 19 años al realizar contenidos culturales?	¿A través de qué redes sociales te gustaría recibir información sobre el origen
	¿Cómo se debe organizar el contenido en cuanto a diagramación y maquetación	

	cuando se aborda un tema histórico y cultural?	de la Fiesta de la Fruta y de las Flores?
	¿Qué gamas cromáticas captan mejor la atención de los adolescentes sin perder la esencia e identidad que caracteriza a la fiesta?	
	¿Qué aspectos toma en cuenta al seleccionar materiales de impresión y acabados para productos informativos dirigidos a un público joven?	

Fuente: Elaboración propia (2025)

Tabla 19. Operacionalización de la variable dependiente: Fiesta de la Fruta y de las Flores

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
La Fiesta de la Fruta y de las Flores ha sido una celebración que a través de los años ha ido teniendo relevancia en la región y el país, por ello desde 2009 es considerado Patrimonio Intangible del Ecuador. Parte en 1949 con el terremoto que marco a la ciudad y fue el impulsor para desarrollar la fiesta mayor de los ambateños que destaca por ser una de las manifestaciones	Origen de la Fiesta Manifestaciones culturales Patrimonio Inmaterial	Terremoto de 1949 Primera edición de la fiesta Ritos Música y danza Carros alegóricos Desfiles Significado de la fiesta Valores de la fiesta	La ciudad de Ambato se destaca por llamarse también como La tierra de las futas y de las flores, pero ¿cuál es el trasfondo de esta denominación? ¿Cuál es el contexto histórico de la fiesta de la fruta y de las flores? ¿Qué hechos sucedieron de 1949 a 1951 para llegar a celebrar la fiesta? ¿Cómo fue la primera edición de la fiesta de la fruta y de las flores? ¿Cuál es el significado que tiene la fiesta para los ambateños?	Entrevista: Dirigido a Historiadores, antropólogos, especialistas en historia local y fiestas andinas Encuesta: Cuestionario dirigido hacia adolescentes. ¿Cuál de estos temas conoces sobre el origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores? ¿Cuál de estos estilos de ilustración te parece más atractivo cuando se trata de abordar festividades como la

<p>culturales más importantes del país en donde la religión, danza, música, carros alegóricos y la gastronomía son los protagonistas de esta celebración.</p>	<p>Antecedentes de la fiesta</p>	<p>¿Qué valores busca transmitir la fiesta de la fruta?</p> <p>¿Qué aspectos del origen de la fiesta que no son tan conocidos considera importantes de rescatar y difundirlos?</p> <p>En las nuevas generaciones no se difunde sobre el origen de la fiesta, ¿a que considera que se debe esto?</p> <p>¿Considera usted que la elaboración de material gráfico sobre el origen de la fiesta, adaptado a las nuevas generaciones puede contribuir a reforzar su comprensión sobre el significado de la fiesta?</p>	<p>Fiesta de la Fruta y de las Flores?</p> <p>¿Qué elemento representan más para ti la Fiesta de la Fruta y de las Flores?</p>
---	----------------------------------	---	--

¿Qué mensaje considera fundamental
transmitir a los más jóvenes para
mantener vivo el espíritu de la Fiesta
de la Fruta y de las Flores?

Fuente: Elaboración propia (2025)

4.5 Diseño de investigación

El proyecto partirá desde la búsqueda y recopilación bibliográfica del origen de la fiesta que se encuentran en el Comité Permanente y en la Biblioteca de la ciudad para registrar los hechos y datos históricos entre 1949 y 1951. Posteriormente se realizará las entrevistas a historiadores, diseñadores gráfico y directores de arte para conocer en base a su experiencia criterios que ayuden al desarrollo de la propuesta.

Finalmente, después de reunir la información pertinente se llevará a cabo la propuesta la misma que consta de un kit de productos editoriales enfocados en la historia del origen de la fiesta desde el terremoto hasta su primera edición. Esta propuesta será presentada a los adolescentes de la ciudad de Ambato con el apoyo del Comité Permanente para su difusión.

4.5.1 Población y muestra

En la ciudad de Ambato según el INEC (2021) la población de adolescentes de 10 a 14 años es de 38.190 y entre 15 a 19 años es de 38.379. Por lo que sumado ambos valores la población adolescente es de 76.569 habitantes, a quienes estará dirigido el material.

4.5.2 Tipo de muestra

Para obtener el número de personas a encuestar se consideró la siguiente formula y tener una muestra aleatoria simple.

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

4.5.3 Selección de la muestra

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

En donde:

n = valor de la muestra

N = población 76.569 adolescentes

% de confianza = 95%

z = valor de corrección en función del porcentaje de confianza 1.96

$e = \text{porcentaje de error}$	5%
$p = \text{probabilidad de ocurrencia}$	0.5
$q = \text{probabilidad de no ocurrencia}$	0.5

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(76,569)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (76,569)(0.05)^2} = 382.24 \approx 382$$

$$n = 382$$

Además, es necesario entrevistar a especialistas dentro de la historia local de Ambato, a diseñadores gráficos enfocados en el desarrollo de material gráfico para la fiesta y a directores de arte de agencias que hayan trabajado en proyectos grandes y conozcan más sobre cómo dirigir un producto gráfico hacia el público adolescente.

Tabla 20. *Población y muestra*

Fuente de información	Perfil	Cantidad
Gestores culturales	Historiadores, conocedores, antropólogos, investigadores de la historia de la ciudad y la fiesta de a fruta y de las flores.	3
Diseñadores gráficos que hayan colaborado en el Comité Permanente	Experiencia en diseño editorial, materiales gráficos impresos y digitales.	3
Directores de arte	Expertos en dirección de arte de agencias nacionales o internacionales que han colaborado en proyectos culturales y desarrollo de gráfica cultural.	3

Fuente: Elaboración propia (2025)

4.8 Técnicas de estudio

Para la obtención de información sobre historia, origen de la fiesta, aspectos técnicos de diseño, preferencias, gustos y necesidades del público se utilizará las técnicas de entrevistas ya que permiten tener contacto directo con la fuente y que a través de sus conocimiento y experiencia en el área pueda sugerir y aportar. Díaz, Torruco, Martínez y Varela (2020) añaden que la entrevista en la investigación cualitativa consiste en una conversación con un propósito específico que es la obtención de información entre el investigador y el entrevistador donde se buscan respuestas verbales a preguntas previamente planteadas.

Por otra parte, se hace la encuesta según García (2019) es:

Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características (p.31).

Ante ello, la encuesta permitirá tener una mejor perspectiva de las preferencias de los adolescentes y así pensar estratégicamente al momento de diseñar la propuesta.

4.9 Matriz síntesis diseño metodológico

Tabla 21. *Matriz síntesis diseño metodológico*

Categoría	Clasificación
Método	Deductivo
Enfoque de investigación	Enfoque mixto
Modalidad	Investigación bibliográfica-documental y de campo.
Nivel de investigación	Exploratoria y descriptiva

Población y muestra	Adolescentes de la ciudad de Ambato (muestra de 391 adolescentes)
Técnicas de estudio	Encuestas mediante cuestionarios y entrevistas a través de una guía de preguntas.

Fuente: Elaboración propia (2025)

4.9 Análisis y discusión de resultados

4.9.1. Resultados de entrevistas a historiadores.

Tabla 22. *Perfil de entrevistas historiadores y especialistas en fiestas culturales.*

Pedro Reino	Es el Cronista Oficial y Vitalicio de Ambato, historiador, periodista y escritor.
Fernando Endara	Es antropólogo, comunicador social, se especializa en el estudio de las fiestas andinas del Ecuador y es docente de la Universidad Técnica de Ambato.
Jessica Torres	Es doctora e historiadora de los Andes (FLACSO), especialista en gestión cultural. Forma parte de los miembros de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión de Tungurahua, articulista de Revista Ambato y docente en la Universidad Técnica de Ambato.

Fuente: Elaboración propia (2025)

1. La ciudad de Ambato se destaca por llamarse también como La tierra de las futas y de las flores, pero ¿cuál es el trasfondo de esta denominación?

Tabla 23. *Pregunta 1 – Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.*

Pedro Reino	Fernando Endara	Jessica Torres
Los aspectos de la identidad tungurahuese están caracterizados por el vínculo a la geografía, a la tierra y a la productividad. Creo que las raíces que están prácticamente en nuestro ADN, diríamos así, tienen que ver desde el punto de vista de las culturas aborígenes. La fiesta de la fruta y de las flores está más orientada a la producción que se da en Tungurahua relacionada con la con las frutas que trajo la conquista española, las manzanas, peras, claudias, que por la condición del clima aquí se adaptaron muy bien y también hay que revalorizar la producción de las frutas endémicas, por ejemplo, el capulí. Hay también producción de tunas, moras, taxos, de las frutas de enredaderas silvestres, el mortiño en los páramos y una serie de frutos de la parte del páramo. Muchas plantas por la deforestación se han perdido no solamente las plantas, sino también se ha perdido el conocimiento de la utilización de determinadas plantas. Entonces, todo eso hay que revalorizar en la fiesta de la fruta. Yo creo que hay que tener en cuenta	Es un trasfondo histórico sumamente importante, porque debido a las crónicas coloniales y trabajos históricos, se sabe que desde que se crea el asentamiento de la villa de San Juan de Ambato, se trae muchos árboles frutales. Hay perales, manzanales y esto hace que la historia de Ambato siempre haya estado ligada por un lado al cultivo de frutas y por lado también al comercio, destacar que también ha sido tierra de terremotos. Pero una vez que sucede este terremoto del 49, para reconstruir la ciudad, lo fuerte que debe ser un terremoto, el dolor porque se pierden vidas, cosas materiales. Entonces, frente a ese dolor, una de las maneras que encontró la gente para hacerle frente a ese dolor que tenía era recordar algunos valores tradicionales y emprender o posicionar esos valores tradicionales de Ambato que bien o mal se han mantenido hasta el presente. Uno, pues la conexión con las flores y las frutas que ya estamos diciendo. Dos, también la conexión con el pan, por eso también se hace la bendición del pan. Tres, el tema del emprendimiento, que se	La denominación de tierra de las frutas y de las flores no es una denominación que nace a raíz del terremoto y de la fiesta de la fruta y de las flores, sino que se viene construyendo durante toda la historia de Ambato, pero especialmente con más fuerza durante la última mitad del siglo XIX y también durante la primera mitad del siglo XX. Entendiéndose de que muchas patrias chicas, como se le llamaban antes a las ciudades, es decir, todas las ciudades que hacen parte de esta patria grande que es la nación. Muchas patrias chicas necesitaban inventarse o imaginarse, no en el sentido de falsedad, sino pensarse a sí mismas con su contribución en la identidad nacional. Entonces, muchas de estas van tomando y seleccionando ciertos elementos característicos que buscan resaltar. Entonces, quiénes lo hacen es una élite intelectual de hombres que, a través de las monografías, de la prensa, revistas van forjando esta identidad. El caso de Ambato es una identidad basada así en las flores y en las frutas, una identidad que toma los elementos más tradicionales, simbólicos,

también todo este antecedente para que se dé un agradecimiento a la tierra, a la naturaleza desde el punto de vista de la productividad en general.	reconstruye la ciudad por un tema productivo, no es solamente reconstruir la casa, sino reconstruir la economía. Todas esas ideas que surgieron se enfatizaron después del terremoto.	románticos de la urbe. Entonces, algunos de los sitios que dentro del espacio urbano estaban plagados de flores y de frutas, es a raíz de ahí que se va formando esta identidad. Ahora, estos sitios son Miraflores, Ficoa o Atocha, pero también tendremos otros sitios de toda la urbe y sus alrededores que hace parte de esta identidad ambateña.
---	---	---

Análisis e interpretación

Los tres entrevistados consideran que la denominación que recibe la ciudad parte de que al estar en el centro del país, es un lugar donde el comercio y la productividad se han forjado por la variedad de flores y frutas que se cultivan en la urbe, entendiéndose que la tierra de las Flores y de las Frutas nace antes del terremoto de 1949 y que por la fertilidad de la tierra se ha convertido en parte de la identidad de los ambateños y la provincia de Tungurahua e incluso uno de ellos menciona lo importante de revalorizar bajo ese sentido la fiesta como agradecimiento a la naturaleza.

2. ¿Cuál es el contexto histórico de la fiesta de la fruta y de las flores?

Tabla 24. Pregunta 2 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.

Pedro Reino	Fernando Endara	Jessica Torres
Hay algunas razones del contexto histórico, unas diríamos a favor y otras en contra. Las razones a favor se hablan de un concepto muy manipulado que se llama la resiliencia, que salimos de los terremotos porque no solamente se ha salido del terremoto del 49. Tungurahua	El 5 de agosto de 1949 se produce este fatídico terremoto que deja un montón de desastres. Entonces, inmediatamente después del terremoto se activa lo que se conoció como la Junta de Reconstrucción, que estuvo presidida en ese momento por el arquitecto Sixto Durán	Definitivamente lo que conocemos nosotros es que el terremoto del 5 de agosto de 1949, da origen a la fiesta de la fruta y de las flores. Ahora, entre el terremoto y la fiesta hay un proceso de transición, yo lo digo en mi libro como un proceso de luminosidad, que es la

ha soportado dos terribles antecedentes de terremotos totalmente catastróficos, el de 1698 que destruyó el primer Ambato y el de 1797 que también lo destruyó, inclusive con cambios de la geografía. Entonces, eso ha hecho que la gente sobreviva porque no tiene otra cuestión sino de sobrevivir. Entonces, estas actitudes ligadas, sobre todo, a la credibilidad religiosa es la que han hecho han sostenido la población y al espíritu tungurahuese, porque además no tenían a dónde ir. La gente pobre se aferra y está temblando y está sobreviviendo. No pasa lo mismo con la gente de poder económico. Entonces ahí prácticamente el gobierno dio los apoyos económicos de la Junta de Reconstrucción y la mentalidad económica dominante crea la fiesta de la fruta. Se crea la fiesta de la fruta sobre un pueblo en escombros, sobre un pueblo en cenizas prácticamente. Y a quienes les afecta son a los más pobres porque las casas que cayeron eran de adobe, las casas de teja. No cayeron las casas de madera, de que resistían mejor. El apoyo de la Junta de Reconstrucción fue primero edificar la catedral, edificar otras iglesias en la provincia y no se ve realmente que hayan atendido directamente a la gente que quedó sin vivienda porque no se generó un gran programa de vivienda. La

Ballén, que después llegó a ser presidente del Ecuador. Entonces, la Junta de Reconstrucción establece un plan para reconstruir Ambato, es un plan que, de alguna manera, divide la ciudad, una parte de la ciudad para la élite y otra parte de la ciudad para los populares, y hasta ahora es así, desde el parque Cevallos y sigue hasta el parque Montalvo hasta Miraflores es la zona que se reconstruyó para la élite, mientras después del parque Cevallos, la Merced, barrio Obrero, Ingahurco, estadio Bellavista, son lugares que se hicieron como más populares. Esto desde la parte de construcción de la ciudad, pero ahora también había que reconstruir la identidad de la ciudad. Entonces la intelectualidad ilustrada, entiende como aquellas personas de familias prominentes con estudios, con cierto nivel social y cierto nivel intelectual que aprovechan o que o que miran esta situación como para ir cambiando el concepto que utiliza un antropólogo que se llama Norbert Elías, el antropólogo utiliza la palabra civilizar. Entonces, el proceso se llama de civilización, es decir, de ir eliminando algunos componentes y reemplazándoles por otros. La idea de la intelectualidad ilustrada fue ir combatiendo esta tradición más antigua del carnaval e ir reemplazando por actos más estéticos. Por ejemplo, adornar las casas con flores y frutas; hacer un desfile, veladas

transición, de un evento que causa emociones negativas, como tristeza, miedo hacia un evento que es más festivo, de alegría, felicidad, que es la fiesta de la fruta y de las flores. Entonces, el contexto histórico es, en primer lugar, los intelectuales y los comerciantes de la época y los industriales, que buscaban una especie de plataforma para poder mostrar a ese Ambato productivo que no se había perdido con el terremoto. Y esta plataforma se da a manera de ferias, exposiciones y desfiles con la intención de tejer ese diálogo, esos puentes entre el cantón, pero también la provincia y poder seguir tejiendo alianzas en lo económico, en lo productivo. Entonces, de ahí que comienza la fiesta de la fruta y de las flores con una de sus principales actividades que era la feria exposición industrial. Ahora, si bien es cierto, la fiesta como tal nace en 1951 antes del terremoto y antes de la fiesta y no solo en Ambato, sino también en todas las ciudades del Ecuador y muchas ciudades de Latinoamérica y del mundo también. Y era muy común que se den estas ferias de exposiciones con la finalidad de tejer lazos comerciales y además de eso demostrar la manera de vitrinas de producción local de cada uno de estos lugares.

<p>iglesia mismo se acaparó de las cosas de los apoyos internacionales y no llegó a la gente.</p>	<p>nocturnas, tertulias nocturnas que después con el tiempo van a convertirse en los conciertos en los barrios. La idea es ir reemplazando aquellas cosas más violentas por nuevas ideas que venían desde la intelectualidad. La intelectualidad decía que en vez de lanzarse agua, se haga un concurso de poesía." Y a ese concurso de poesía les llamaron los florilegios. De hecho, por años hubo los florilegios de la fiesta de la fruta, que era un librito que sacaban donde estaban poesías, eran estrategias para ir cambiando la celebración.</p>
---	---

Análisis e interpretación

Si bien los tres entrevistados mencionan el terremoto de 1949 como partida para el origen de la fiesta, uno de ellos menciona que este terremoto no fue el primero que destruyó la ciudad, sino que hubo 2 desastres anteriores. Además, los tres hablan sobre la Junta de Reconstrucción que se creó para que la ciudad pueda recuperarse, sin embargo, la ayuda no fue distribuida a la población y se priorizó la construcción de iglesia dejando de lado al pueblo dividiendo en dos a la ciudad, por un lado, la elite y por otro los populares, siendo ambos siendo protagonistas del origen de la fiesta. Uno de ellos menciona que la fiesta sirvió como proceso de civilización en donde los intelectuales intentaron cambiar la idea del carnaval que se tenía por actos más estéticos y sin ser violentos. A su vez se menciona que ambos protagonistas fueron los impulsores para mostrar la productividad de la ciudad al organizar ferias que no solo se realizaban localmente sino en diferentes lugares del mundo. Aunque existen diferencias en el abordaje de la pregunta todos coinciden que la historia de la fiesta empieza con las consecuencias que dejó el terremoto de 1949.

3. ¿Qué hechos sucedieron de 1949 a 1951 para llegar a celebrar la fiesta?

Tabla 25. *Pregunta 3 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.*

Pedro Reino	Fernando Endara	Jessica Torres
<p>Un hecho clave es a quién tenían en el poder a Duran Ballén, Camilo Ponce, Galo Plaza. Todas las manipulaciones desde el poder central dando los apoyos a quién correspondía de su élite porque le negaron al municipio administrar los fondos cuando había quién canalice los fondos de la reconstrucción, los fondos de las ayudas, pero como estaban administrando gente de su de oposición tres políticos no les dieron el poder. Ahí está los datos del 10 años después del terremoto, Camilo Ponce Enríquez dando millonadas a la Junta de Reconstrucción, mientras tanto el municipio no podía pagar ni a los profesores municipales. Entonces, con quién hacen los desfiles es con los estudiantes.</p>	<p>Lo que me parece interesante es que hay como este cambio de fecha. se ha dicho o se dice que la fiesta recuerda la resiliencia, la pujanza, la fortaleza de los ambateños. Porque si se quería recordar eso, no se recuerda en la fecha del terremoto y deciden hacerlo en la fecha del carnaval. Era por dos razones. Uno, para eliminar, como digo, esta parte violenta, reemplazarla y dos, para posicionar en esa fecha una fiesta de carácter nacional que se distinga de las otras ciudades y que posibilite el turismo anclado en la idea de que Ambato es cultura y que por tanto en Ambato no se juega y recibe al turista como una ciudad cultural, que es la idea que en el fondo sigue habiendo en la fiesta de la fruta, porque más allá de los programas más grandes que son la misa, la ronda, el desfile, la elección de la reina y demás, sabemos que mucho del eje de la fiesta también es ir a los museos y a las exposiciones que hay en los parques, exposiciones pictóricas, es decir, el arte como un espacio de la fiesta. Entonces, la fiesta también tiene esta parte artística, esta parte cultural que es muy importante.</p>	<p>Entre 1949 y 1951 se da un proceso de negociación hacia donde se quiere reconstruir la ciudad. Y esta negociación se puede leer a partir de la ciencia, es decir, de la reconstrucción urbana, a partir también de lo político, es decir, de aquellos rituales colectivos que impulsan dos sectores que estaban en pugna en la época, que eran los conservadores con los socialistas y comunistas, que son dos maneras de ver la reconstrucción de la ciudad y la fiesta de las frutas de las flores fue el ritual que generó el consenso para la reconstrucción.</p>
Análisis e interpretación		

Cada entrevistado aborda la pregunta desde una perspectiva diferente, por un lado, se menciona como las elites se aprovecharon de su poder y administraron la ayuda a su conveniencia. Por otro lado se cuestiona la fecha en que fue realizada la fiesta entendiendo que el terremoto se dio en Agosto y la fiesta se desenvuelve en la fechas de carnaval como en el resto del país, interpretando desde su punto de vista como una oportunidad para posicionarla como celebración nacional y dejar de la do lo violento que tiene el carnaval y por último, la entrevistada menciona que hubo una negociación entre 1949 a 1951 para la reconstrucción de la ciudad coincidiendo con el primer entrevistado. Se puede decir que uno de los aspectos a destacar es el poder que tuvieron algunos para administrar a su manera el apoyo destinado al pueblo y eso se ve reflejado en la primera fiesta en donde todavía no se terminada de reconstruir la ciudad.

4. ¿Cómo fue la primera edición de la fiesta de la fruta y de las flores?

Tabla 26. *Pregunta 4 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.*

Pedro Reino	Fernando Endara	Jessica Torres
Se ha hecho de una manera muy popular con los escasos carros que había en ese tiempo, sacando sábanas para tapar los carros, cubrecamas para hacer los carros alegóricos, haciendo alegorías muy espontáneas, diríamos, muy ingeniosas poniendo elementos propios de la naturaleza. Yo recuerdo que los primeros años porque yo soy post-terremoto, se hacían cortando árboles de manzana bien cargados para armarles hacerles parar en una camioneta o ramas de capulíes bien cargadas hasta que después se pasa a un concepto estético de elaborar artificialmente con flores y con frutas, pero también no hay que olvidar que en un buen	Entiendo que los primeros actos tienen que ver con una misa, que es la bendición que hasta ahora se hace, un desfile y sobre todo los primeros actos que no fueron tanto en esa fiesta, sino en muchas las primeras ediciones, es un tipo de actos como más escolares, más barriales, porque si yo quiero cambiar la cultura de un pueblo, si quiero que mi pueblo deje de estar jugando, lo que incido es en la educación. Entonces, los intelectuales ilustrados lo que hicieron fueron muchos concursos en las escuelas, concursos de disfraces, bailes para que esos niños se enfoquen en eso y crezcan	Así como la actual fiesta de la fruta y de las flores desde hace varios años que fue declarado patrimonio tiene una agenda festiva definida. En 1951 siendo la primera fiesta no tenía como una agenda festiva definida, sin embargo, eh sí había ciertos eventos a los cuales las autoridades y la población en sí misma le ponía más atención. Muchos de los eventos eran organizados desde la institucionalidad, es decir, desde el Consejo Cantonal o desde ciertas entidades locales, apoyadas también por el estado central, mientras que hubo otros eventos que se realizaban también de forma interna y a la par se aprovechaba el momento festivo. En todo caso,

tiempo aquí se hacían de flores de papel crepé, los carros alegóricos, todo se hacía con papel de seda, venía un aguacero y no servía para nada. Entonces, hubo una gran época, pero no se ha dado la importancia de fondo.

con la idea de que jugar carnaval no es lo adecuado y que en esta fecha es cultural.

entre los eventos institucionalizados, la feria industrial era uno de los eventos primordiales. Esta feria industrial se dio en la gobernación. Y se trataba de exponer los principales productos elaborados, las principales industrias del cantón y de la provincia y también había un espacio para la exhibición de productos de otros lugares de del país. Pero tenemos también, además de eso, la feria ganadera, cuya misión era exhibir el ganado, pero también vender los insumos agrícolas y ganaderos. Tenemos también una feria frutal y una feria floral ornamental. Entonces había esta lógica de generar ferias en diversos sitios de la ciudad. Y otro de los eventos también que hasta hoy se han institucionalizado son el desfile y la elección de la reina. El desfile, entendiéndose que se trataba de que participe en la mayor cantidad de parroquias de Ambato, pero también cantones de la provincia. Entonces, era buscar esta comunidad a raíz de la participación de todos. Y la elección de la reina, que era más bien una votación de la reina de la primera fiesta.

Análisis e interpretación

Los entrevistado concuerdan con que la primera edición de la fiesta se desarrolló entre la comunidad, siendo esta la impulsora para el desarrollo de los diferentes eventos, entre ellos, uno de los entrevistados menciona como estaban elaborados los carros alegóricos a base de lo que la gente tenía a su alrededor e incluso se llegaban a usar arboles cargados de frutas y después paso a tener cuidados mas estéticos. Por otra parte, dos entrevistados aportan con los eventos tradicionales que se mantiene hasta hoy como son la elección de la reina, bendición de las flores, frutas y pan. Uno de ellos

además argumenta que para cambiar la mentalidad del juego de carnaval incidieron en la educación, organizando eventos para que los estudiantes participen. Ante lo mencionado se puede decir que los ambateños sacaron adelante la fiesta con los recursos que tenían a mano y haciendo partícipes a los más jóvenes para que así crezcan con la idea y cultura de que en Ambato no se celebra el carnaval como en el resto del país.

5. ¿Cuál es el significado que tiene la fiesta para los ambateños?

Tabla 27. Pregunta 5 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.

Pedro Reino	Fernando Endara	Jessica Torres
Para los extraños es un llamativo de que se haga la programación que se tiene, pero es una programación, diría yo, entre la idea monárquica de los reinados y la idea religiosa de la bendición de las flores y frutos. O sea, la iglesia y la monarquía.	Por un lado, este elemento estético de las flores y las frutas como un componente de la región, que se ven los adornos. Por otro, este tema del emprendimiento, que se asocia al trabajo, a la pujanza y a la parte económica. La fiesta es como ver un resumen de la sociedad en general. Ambato es una tierra productiva, de emprendimiento, de pensamiento empresarial. Si usted ve los resultados de la última consulta popular, es que en Ambato gana el sí, lo cual también se conecta con un pensamiento más empresarial. Entonces, ese es el otro elemento que sigue. Decíamos, frutas, flores, el emprendimiento y el tercer elemento, que creo que es el que se ha ido minando, es esta idea de la comunidad. Porque si bien Ambato es una ciudad pequeña, la fiesta y cómo empieza la fiesta, no es para conformar una mega	Como significado cultural, emocional, el terremoto lleva un proceso de tristeza, de miedo y la fiesta de la fruta es como el cierre de ese duelo, de ese proceso de tristeza. Es como la reconstrucción, entonces es ese consenso de la reconstrucción a través de los barrios a través de la misma gente que participa en la fiesta.

comunidad ambateña, sino como para conformar identidades barriales. O sea, cada barrio hace la fiesta. Y este es uno de los componentes que se ha ido perdiendo. La capacidad de la fiesta para generar comunidad. Ahora hay poca organización de los barrios y mucho más un evento público.

Análisis e interpretación

Para el primer entrevistado la fiesta hoy en día esta ligada hacia la iglesia y la monarquía, sin embargo, para el segundo el significado esta relacionado con los elementos estéticos de la fiesta que son las flores y frutas, por otro la parte comercial y económica, afirmando que la fiesta es el extracto de una sociedad. Y la tercera entrevistada toma el concepto desde el traspaso del duelo por el terremoto hacia la iluminación con la fiesta. Por ende, se puede decir que la fiesta tiene un significado parte desde sus símbolos propios que nacen desde la productividad de un pueblo, de los barrios de la urbe y es el motivador para para el desarrollo de la misma, sin dejar de lado a la iglesia y los aspectos sociales que conforman toda la festividad.

6. ¿Qué valores busca transmitir la fiesta de la fruta?

Tabla 28. Pregunta 6 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.

Pedro Reino	Fernando Endara	Jessica Torres
Los concursos literarios, de pintura, concursos de encuentros poéticos, o sea, hablar más de los aspectos de carácter intelectual. Eso inclusive en estos últimos tiempos donde ha desaparecido. Pero la fiesta de la fruta era un espacio de convocatoria para hacer las semanas	La fiesta utiliza las flores, las frutas y el emprendimiento como discursos de identidad, pero conllevan cierta manipulación de los poderes, porque si analizamos un poquito más en el fondo un poquito más la situación carnaval y fiesta viene lo siguiente, que el carnaval según	En las primeras ediciones, lo que yo veo es que hay bastantes símbolos desplegados durante la fiesta, símbolos que le permiten a los ambateños reconocerse como tal, es decir, símbolos que les permiten sentirse parte de la fiesta y de una ambateñidad. Entonces, esos

culturales, pero con participación nacional y con interacción de los potenciales escritores, pintores, artistas, gestores culturales, que ahora se llaman de aquí de la provincia.

Mijail Bakhtin, es una posibilidad de la fiesta para trastocar el mundo, para que quien tiene el poder deje de tener el poder y para que quien no tenga el poder lo pueda tener por unos días. Entonces, esta idea de que el carnaval permite trastocar un rato el orden social a través del juego, de la lúdica, del disfraz, de lo grotesco, esta es la idea que a la intelectualidad ambateña quiere cambiar para poner la nueva fiesta de la fruta más estética que por último va a legitimar a esa intelectualidad como la élite de la ciudad y entonces va a crear un discurso en donde la élite de la ciudad va a hablar de la fiesta de las flores, mientras que en plazas, mercados se sigue jugando carnaval, porque una vez que llega fiesta de la fruta y juegan. Hay gente que dice que en Ambato no se juega carnaval. Totalmente falso. Uno va a las plazas jugando carnaval. Entonces es un tema de que se crea esta esta esta esta dicotomía entre el intelectual, el culto que no juega y el popular, el pobre tonto que no sabe nada que está ahí divirtiéndose como salvaje. Cuando desde la antropología, entiendo que simplemente son tradiciones, que no es una mejor que la otra. Sin embargo, este discurso se utiliza como pretexto para legitimar la élite de estos sectores ilustrados.

símbolos se despliegan durante toda la fiesta de la fruta y de las flores desde la apertura hasta finalizar y lo que hace es generar valores identitarios de comunalidad, es decir, de una convivencia a manera de encuentro, a manera de solidaridad, a manera de confraternidad entre los entre todos los participantes de la fiesta.

Análisis e interpretación

En cuanto a la pregunta, cada entrevistado aborda el tema desde su perspectiva. En el primer caso, el entrevistado destaca la parte intelectual, que incluye el temas artísticos y culturales. En el segundo caso, el entrevistado habla que la fiesta le permite tener al poder de algo a un grupo de personas que fuera de los días de fiesta no tiene importancia y mantiene la idea del cambio en donde la elite trata de cambiar el aspecto grotesco del carnaval en la ciudad, sin embargo, en los sectores populares se sigue jugando carnaval. Y por último la tercera entrevistada menciona que los valores que transmite la fiesta son la comunidad, la solidaridad y confraternidad que contrasta con lo dicho por el segundo entrevistado en donde se habla mas de que el pueblo sea culto y civilizado al no permitir que se juegue carnaval en la ciudad.

7. ¿Qué aspectos del origen de la fiesta que no son tan conocidos considera importantes de rescatar y difundirlos?

Tabla 29. Pregunta 7 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.

Pedro Reino	Fernando Endara	Jessica Torres
Coronación de la Reina, misas, acción de gracias. Eventos que antes se hacían y ahora ya no. Por ejemplo, antes ventajosamente no había carioca. Se han implementado las programaciones y desaparecido por las circunstancias de otro que ya son otros tiempos. Los estímulos de flores de durazno de oro, capulí de oro que antes había, ahora ya no hay pero que sea del símbolo. Y se hacían en la fiesta de la fruta para dar como premios, los trofeos. O sea, el ganador de la flor de durazno	La resistencia, porque a ver, si esa época se dijo, ya no vamos a jugar carnaval, ahora vamos a hacer tal cosa, harían caso todas las personas o simplemente dejarían de jugar carnaval en la parte pública y la pasaron al ámbito privado. Entonces no se habla de esa resistencia. Incluso ahora la fiesta es una fiesta urbana, porque en la parte rural hay carnaval, hay otras cosas. Entonces, yo creo que eso es lo que no se ha no se ha hablado nunca de la fiesta, de los procesos de quienes se opusieron a la creación de la fiesta.	Bueno, no sé si rescatar, pero sí sería importante que se vea en sí que la fiesta no solamente es el ritual de entretenimiento, sino que la fiesta en realidad o detrás de la fiesta hay mucha carga simbólica, también hay disputas políticas, disputas de poder. Es decir, a través de la fiesta se puede leer como un mapa las situaciones sociales, culturales, económicas de la ciudad. Entonces, sí sería interesante poner en cuestión aquello.

dorado era un ganador de la poética a nivel del país, pero con el símbolo.

Análisis e interpretación

Desde el rescate de ciertos eventos que se realizaban antes, el primer entrevistado menciona la importancia de tomar en cuenta eventos en donde la gente participaba mediante poesía para obtener premios como el durazno de oro, propio de la ciudad y que hoy en día ya no se apoya esas iniciativas. Por otro lado, el segundo entrevistado parte de que no se le ha dado la importancia que requiere a la resistencia de un pueblo en cuanto a que no se pudo controlar y que no se juegue carnaval porque si desde el inicio de la fiesta eso era mal visto y no estaba siendo parte de nosotros se debía hacer todo lo posible por cambiar la mentalidad de la gente, sin embargo, actualmente la fiesta es una celebración urbana porque en los sectores rurales de Ambato se sigue jugando carnaval. Para la tercera entrevistada, la fiesta debe ser vista no solo por el entretenimiento que brinda sino por la carga simbólica que tiene, la parte histórica, política que tiene la celebración. Ante lo mencionado se puede decir que es importante considerar aspectos como premiaciones que se realizaban para el arte, aspectos sociales y políticos que solo están en libros pero no se difunden en la actualidad.

8. En las nuevas generaciones no se difunde sobre el origen de la fiesta, ¿a que considera que se debe esto?

Tabla 30. Pregunta 8 - Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.

Pedro Reino	Fernando Endara	Jessica Torres
Bueno, que en las nuevas generaciones ya no les importa nada mismo ahorita, quieren fiesta nada más, quieren baile quieren distracción, divertimento y es un pretexto hablar de la fiesta. Y yo creo que el único concepto que queda es el de terremoto. Pero lo que le dije al principio, nadie ha reflexionado que la fiesta de la fruta tiene un antecedente étnico, cultural y	A que los niños les gustan jugar al carnaval. Que a los niños y a los jóvenes no hay poder que pueda decirles no jueguen carnaval. Yo creo que esa es la distancia. Porque el carnaval es una fuerza aglutinadora de la cultura que la hemos usado por 1000 años para disminuir conflictos sociales. Entonces, la fiesta de la fruta es actual, son 70 años frente a 1000 años	Yo considero que habría que conversar sobre cuáles son esos orígenes y qué hay detrás, ¿Qué nos cuentan esos orígenes? ¿Qué buscan? ¿Qué identidad nos buscan plantear estos orígenes? Que es lo que busca generar, gatillar estos orígenes en la identidad ambateña también. Entonces, yo más bien lo que destaco aquí es que Ambato al festejar la fiesta de la fruta de

productivo mucho más ancestral porque decir que solamente surgió después del terremoto me parece una falta de consideración a la productividad de Tungurahua y a las características de clima de clima, de suelo, de tierra que tiene la provincia, la variedad de productos que se dan, entonces eh eso es lo que prácticamente se está promoviendo desde otros puntos de vista y los jóvenes como están desvinculados de las ideas del campo aunque sean del campo. Entonces no valora esto mismo. Y el desinterés también por el conocimiento de la historia. Nuestras sociedades contemporáneas no estudian el proceso histórico debidamente desde un punto de vista de conciencia social, son conocimientos superficiales, son conocimientos de marketing de la propaganda que se dan por las radios o las o la prensa.

que tiene la historia del carnaval, por eso es la fuerza tan grande que tiene sobre la fiesta.

forma anual y además de eso tener también recordatorio con varios actos culturales, académicos, artísticos del terremoto del 5 de agosto de 1949 y que también se lo hace de forma anual. Creo que más bien está muy presente en la memoria colectiva de los ambateños y tungurahueses este acontecimiento.

Análisis e interpretación

Ante la pregunta, cada entrevistado tiene una postura diferente. Para el primero, afirma que a los jóvenes hoy en día nos les interesa la fiesta por su valor cultural sino solamente por los espacios de entretenimiento que genera y que se ha dejado de lado la parte histórica y no se hace énfasis en el valor de la productividad en la fiesta. El segundo entrevistado menciona que los jóvenes hoy en día juegan carnaval y no van a dejar de hacerlo ya que el carnaval tiene más longevidad que la fiesta de la fruta. En contraste a las dos posturas, la tercera entrevistada expone que no se ha diluido el origen y que más bien la fiesta es está muy presente en los ambateños. Por lo que se puede decir que, aunque los ambateños festejan la fiesta, los más jóvenes dejan de lado la parte cultural del festejo asociado a costumbres que se celera fuera de la ciudad.

9. ¿Considera usted que la elaboración de material gráfico sobre el origen de la fiesta, adaptado a las nuevas generaciones puede contribuir a reforzar su comprensión sobre el significado de la fiesta?

Tabla 31. *Pregunta 9 – Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.*

Pedro Reino	Fernando Endara	Jessica Torres
Si el material gráfico es atractivo y diferente a lo que comúnmente se ve puede ayudar a los ambateños, si bien la mentalidad no se puede cambiar, si se puede aportar a que se instruyan sobre la historia local, hoy los jóvenes también pasan más tiempo en los celulares y se enteran de todo prácticamente por ese medio y en los días de fiesta le ponen atención a las gráficas y material que se distribuye en los eventos si son atractivos.	Sí, totalmente. Creo que haciendo material y campañas con los más jóvenes se puede tranquilamente hacer una de las dos cosas. O se podría por un lado reforzar la idea de la fiesta de la fruta. Yo lo que haría más bien es como un diálogo en donde se acepte primero desde la parte pública y política que en Ambato sí se juega carnaval. Primero que se acepte y una vez que se acepte que en Ambato sí se juega carnaval, desde la política hablo ahora, hacer una serie de normativas que indiquen cuáles son los espacios para el juego de carnaval y cuáles son los espacios para el no juego de carnaval, reivindicando la idea de que por 70 años aquí en Ambato hemos reclamado que necesitamos espacios para no jugar carnaval, espacios para otras cosas, pero yo no lo pondría sobre o eliminando el carnaval, sino más bien entendiendo que en esta fecha conviven ambas ritualidades.	Deberíamos tener una cátedra de historia regional en Ambato en Tungurahua para entender las dinámicas sociales y para poder tomar decisiones en la actualidad y que mejor que esas formas de historia regional sean mediante nuevos formatos que permitan el aprendizaje y saber que la historia en realidad no es aburrida, la historia es divertida, es aprendizaje constante, cuestionamiento, la historia es crítica, no es memorización, no son fechas, cronologías, la historia es análisis y si eso se logra con otros contenidos gráfico, me parece perfecto.
Análisis e interpretación		

Los tres entrevistados coinciden que el material gráfico puede aportar a que los más jóvenes conozcan aspectos que sucedieron para que se desarrolle la fiesta, consideran que si el material es atractivo puede funcionar y es bueno tomar en cuenta estas iniciativas para que los adolescentes se acerquen hacia la historia y valor que tiene la fiesta. Ahora uno de ellos plantea que en el material podría ser como un diálogo para mencionar que en Ambato si se juega carnaval y que puede convivir con la fiesta, convirtiendo en ambos rituales parte de la festividad.

10. ¿Qué mensaje considera fundamental transmitir a los más jóvenes para mantener vivo el espíritu de la Fiesta de la Fruta y de las Flores?

Tabla 32. *Pregunta 10 – Encuesta realizada a especialistas en la fiesta de la Fruta y de las Flores.*

Pedro Reino	Fernando Endara	Jessica Torres
La importancia de fondo de la fiesta de la fruta es defender la producción frutal de la provincia del agro, tiene que ser reorientado, no para hacer la fiesta urbana, porque la fiesta de la fruta no debe ser una fiesta urbana, es un concepto rural y el concepto rural. Debe haber toda una serie de ordenanzas y de leyes que mejoren el incentivo de la producción frutal. Las fiestas deben ser hechos para demostrar procesos de madurez.	En la comunidad, que a fin de cuentas hagamos una cosa, hagamos la otra, lo que debe preponderar es la idea del ambateño como una persona que crea comunidad con sus vecinos, como el ambateño como una persona que claro que emprende, trabaja, maneja la parte económica, pero además de eso también lo que se ha ido perdiendo es que el ambateño también es generoso, es solidario, es y eso es la comunidad. Entonces, yo creo que lo que hay que volver a sostener en la fiesta es la comunidad. Como al inicio, en las primeras ediciones como eran los con los barrios: que un poco es lo que lo que siempre se siempre los	La fiesta, como decía antes, no hay que leerla como un espacio de entretenimiento únicamente, sino que hay que leer la fiesta en el contexto que se desarrolló. Entonces, siempre buscar esas conexiones. eso me parece vital. No lee la fiesta desde la localidad, sino que siempre buscar estas conexiones con lo regional, lo nacional y lo global. Creo que ahí se podría enriquecer mucho una versión diferente de cómo se ha contado la fiesta hasta la actualidad.

analistas de la fiesta hablan de que se ha perdido esto de la comunidad.

Análisis e interpretación

Los tres entrevistados coinciden que la fiesta no debe ser vista solo con un fin de entretenimiento como en la actualidad es percibido así, sino más bien tomarlo desde su contexto, entendiendo que la fiesta nace desde el sector rural que es ahí donde se concentra el agro. Sumado a esto, el segundo entrevistado argumenta que se debe tomar en cuenta el mensaje de la comunidad, que la fiesta también parte de los barrios, de la solidaridad y generosidad, valores que se refuerzan con la fiesta,

Conclusiones de los historiadores locales:

Los entrevistados concluyen en la actualidad la fiesta es vista como un acto de entretenimiento dejando de la lado su sentido cultural y valor, que nace de la producción y comercio que caracterizan a la ciudad, por lo que es importante resaltar en las nuevas generaciones los valores de solidaridad y comunidad muy marcados en las primeras ediciones de la fiesta indicando que el uso de material gráfico atractivo puede ayudar a que las nuevas generaciones se sientan atraídas y puedan conocer la historia que guarda la fiesta de la Fruta y de las Flores. Por ende, se puede concluir que:

- Importancia de la producción agrícola y frutícola en el origen de la fiesta.
- El material gráfico atractivo contribuye a que la historia se perciba como interesante y fácil de entender.
- Resaltar hechos históricos que sucedieron luego del terremoto de 1949 en la reconstrucción de la ciudad.
- Incluir en el material gráfico el valor de la solidaridad y comunidad de los ambateños
- Motivar a que los jóvenes no perciban la fiesta como un evento de óseo sino por su verdadero valor cultural que reúne lo que somos como sociedad.

4.9.2. Resultados de entrevista a diseñadores gráficos del Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores.

Tabla 33. *Perfil de entrevistas Diseñadore gráficos que han colaborado en la Fiesta de la Fruta y de las Flores.*

Roberto Rivera	Es diseñador gráfico publicitario, asistente creativo de diseño y director creativo de 2016 a 2020.
Lilian Garcés	Diseñadora gráfica, máster en marketing digital, encargada de diseño y creación de piezas gráficas para la promoción y difusión de la FFF de 2020 a 2023.
Paolo Villacís	Ingeniero en diseño digital y multimedia, colaboró como asistente y director de comunicaciones durante dos ediciones de la fiesta.

Fuente: Elaboración propia (2025)

1. Desde su perspectiva profesional, ¿cuál es el papel del diseño gráfico en la difusión y posicionamiento de la Fiesta de la Fruta y de las Flores?

Tabla 34. *Pregunta 1– Encuesta realizada a diseñadores.*

Roberto Rivera	Lilian Garcés	Paolo Villacis
Para mí es muy importante, de hecho, el diseño gráfico en los años que participé era el uno de los pilares fundamentales para la difusión y de hecho para la visualización de y la	El diseño el diseño gráfico tiene un papel fundamental ya que en sí conlleva a plasmar la conceptualización de la fiesta como tal a través de la gráfica. Entonces, se puede decir que tiene	Principalmente acertado darle una imagen adecuada a cualquier tipo de evento o tema cultural. Porque a la final lo que nosotros buscamos es que la imagen que nos representa

conceptualización de la fiesta. Entonces, nosotros trabajábamos mucho en la parte de organización, de la parte de conceptualización. Meses previos a realizar la organización de la fiesta. Entonces, por eso que nosotros nos enfocábamos bastante en hacer la parte visual de una manera diferente. Por ejemplo, nosotros realizábamos el diseño principal del diseño eh del Festival del Folklore y de ahí hacíamos diseños adaptados a diferentes medios como prensa escrita, prensa digital, aplicativos, porque en ese entonces también nosotros teníamos la aplicación del comité de fiestas que se descargaba igual en las plataformas, tanto para Android como para iOS. Entonces nosotros nos enfocamos bastante en mantener la línea gráfica, de ser muy respetuosos también con los parámetros del comité, en este caso no solo del comité, sino del gobierno provincial porque son los auspiciantes principales y además del municipio. En el comité de las fiestas hay manuales de estilo y de marca que se manejó en esos dos años. Y de hecho fueron las pautas para directores generales, en este Cecilia Acosta que fue nuestra directora en el 2016, se basó en el manual de Alexandra Jaramillo, creo que fue en 2014. Entonces eh se basaron mucho en nuestro en nuestro perfil gráfico. Fue una grande satisfacción para nosotros poder contribuir de

un papel bastante importante, ya que a partir de la línea gráfica se generan todas las piezas y en realidad se arma todo lo que tiene que ver con la fiesta. También se puede decir los diseños de los vestuarios, carros alegóricos, todo parte ah de la conceptualización y de la gráfica principal. Entonces, juega un papel bastante importante. También con el hecho de que lo que se busca es comunicar, conectar con toda a las personas y hacerles sentir eh el concepto que estamos viviendo de acuerdo con cada edición.

pueda ser sentida o apropiada de las demás personas, que sientan que eso es suyo en verdad. Porque a la final creo que eso es lo que más conecta y ayuda a la correcta difusión de las fiestas. Sin embargo, creo que si afecta la parte de la imagen muchísimo por cambios y decisiones que son más de índole política.

esa manera y para nosotros como diseñadores aportando igual en esa parte.

Análisis e interpretación

Los tres entrevistados concuerdan que el diseño gráfico es una pieza clave para comunicar y transmitir no solo la fiesta de la Fruta y de las Flores sino todo lo que involucra temas culturales. Se trata de buscar mediante los medios visuales la manera de plasmar la identidad de un lugar conectando con los ciudadanos, pero también con extranjeros al mostrar lo que tiene la fiesta. También mencionan la importancia de concepto al momento de construir una identidad gráfica y todas las piezas que se deben crear para la difusión de los diferentes eventos.

2. Desde su criterio ¿cómo considera que el material gráfico contribuye a la difusión de contenidos históricos y culturales relacionados con la fiesta?

Tabla 35. Pregunta 2 – Encuesta realizada a diseñadores.

Roberto Rivera	Lilian Garcés	Paolo Villacis
En este punto te podría decir que los aspectos culturales que tiene la fiesta, es muy importante, de hecho, la parte visual y gráfica porque de ella depende el simbolismo que nosotros le podamos dar hacia la fiesta. Y se ha perdido bastante la parte visual. Para nosotros es muy importante que cada pieza gráfica retome ese enfoque que en años anteriores era algo principal, la conceptualización, el saber que el director, que los departamentos trabajen conjuntamente, que	El material gráfico es bastante importante de forma tradicional, el material POP todo lo que parte de la ficha principal se plasma en otros formatos. El manual del programa de las fiestas, también tenemos afiches, se manejan las pancartas. Es un material gráfico bastante amplio y en la parte digital también ahora más que nunca tiene un peso importante también en los medios digitales, redes sociales, aplicar la gráfica para para la creación de contenido. Entonces, ha tenido una evolución bastante	En cuestión al tema del material gráfico, sí es un aporte importante, sobre todo hoy en día que somos muy visuales sobre todo en la comunicación. Tengamos en cuenta que la fiesta está cumpliendo sus 75 años de en este febrero y la difusión que ha venido trayendo la fiesta no es la misma que llevábamos hace muchos años atrás, donde solo tal vez los medios de difusión eran la radio, la televisión. La parte gráfica sí es bastante importante, ahora todo es muy visual y rápido. La publicidad hace

sepamos qué es el evento, qué rescata, qué trae, qué nos nutre culturalmente.	importante, se puede decir que se ha presenciado en estos últimos años, más que nada, con el avance de nuevas herramientas gráficas, también de ahora pues tenemos otras tecnologías, inteligencia oficial y demás, pero es súper importante y amplio la parte gráfica en lo que tiene que ver con la fiesta.	unos dos tres años las redes sociales le dieron la vuelta a la jugada y se gasta más en pauta digital que en tema de medios de comunicación. Incluso teniendo en cuenta que, digamos, los pocos medios de comunicación que hemos tenido aquí en la radio, televisión y la prensa sí se ha perdido. Se han perdido estos espacios como para que la gráfica se pueda eh digamos que lucir y se pueda promocionar, pero en dada de esas circunstancias también las redes sociales cogieron más fuerza.
---	---	---

Análisis e interpretación

El material gráfico es importante según los tres entrevistados, uno de ellos considera que, para eventos culturales, la gráfica permite crear símbolos y antes era más relevante. La segunda entrevistada menciona que el tipo de piezas gráficas es amplio y más cuando se trata de la fiesta donde se realizan diferentes recursos. Por otro lado, dos de los entrevistados mencionan que, así como el material gráfico es clave al comunicar algo, hoy en día esa comunicación se ha trasladado también a medios digitales y que en los últimos años de la fiesta ha tomado relevancia.

3. ¿Qué elementos gráficos deben considerarse al diseñar material informativo sobre el origen y la historia de la fiesta?

Tabla 36. Pregunta 3 – Encuesta realizada a diseñadores.

Roberto Rivera	Lilian Garcés	Paolo Villacis
Tomaría un ejemplo, en el 2014 la conceptualización que se hizo de la fiesta fue basado en el nombre de Ambato. En ese caso	Los elementos gráficos son importantes primero se debe iniciar por una investigación del origen de la fiesta. Esto es bastante	Los recursos gráficos que se pueden usar para la fiesta son un montón, hay mucha gente que se ha apropiado de monumentos, de flores, de

entonces la conceptualización fue de la de la historia del nombre y su relación con la fiesta. Los elementos visuales asociaron en este caso la estilización del elemento base del nombre de Ambato que se basa en un anfibio que es del Hambatu, se fusionó con elementos estéticos como las serpentinas. Cada elemento gráfico debe representar, no precisamente que cada trazo o cada punto deba significar algo, porque últimamente se acostumbra eso en el diseño gráfico a justificar hasta la línea más pequeña que viene de alguna cultura extraña y no es así. En base a todos los elementos, la construcción de cada uno y que forme un grupo, a eso sí se debe tratar de siempre tener un justo justificativo. Además, los colores también simbolizan, te llevan a esa psicología del color, de festividad y todo lo demás relacionado. Entonces, esos elementos sí contribuyen a que yo piense, esto es Ambato y esto es una fiesta. Para nosotros los ambateños es importante podamos identificar con este tipo de símbolos o de conceptos y a su vez hay que tener también relacionado el para quién va dirigido el en este caso la pieza gráfica o en la conceptualización del diseño. Anualmente vienen turistas de otros países, pero para eso sirve en cambio el refuerzo que vendría a ser los elementos secundarios, textos, logotipos y demás, que es para nosotros de la parte primordial de realizar cualquier

importante para nosotros entender y poder escoger elementos que nos ayuden a comunicar esta historia de la fiesta de la fruta. Cuando yo tuve la oportunidad de proponer un afiche como tal, lo primero que hice fue, sin duda alguna, investigar en libros, biblioteca, tener como como que todo el contexto y también de todo lo que ya se ha hecho porque también tenemos muchos afiches que se generaron en otros años, buscar algunos elementos que quizás no hayan sido tomados en cuenta para poder marcar como una diferencia y a través de ello poder contar o poder plasmar el concepto, porque cada año el directorio del Comité Permanente plantea un concepto para la fiesta como tal. Entonces una vez que se realiza una investigación, se realiza la parte de bocetos, composiciones gráficas. Se toma en cuenta también el tema de la tipografía que se complementa bastante bien ya con tu composición. También la cromática es bastante importante. Para mí es como que todo debe estar en armonía realmente y se liga bastante al concepto. Porque de acuerdo con el concepto nosotros empezamos a proponer, a comunicar y a través de todo, a través de los elementos gráficos que ocupemos, de la cromática, de la tipografía, todo tiene que estar como en armonía y acorde para que cumpla su función.

fruta, que sería como que la esencia de la fiesta, pero también se han apropiado de otras propuestas gráficas, digamos así, de la parte folclórica que hay un montón de cosas así, nuestra ciudad sí es bastante arraigado el tema cultural y de las expresiones artísticas, la fiesta sí es algo que le mueve bastante a las personas y el tratado de apropiarse de estos iconos o de estas cosas que aparecen en el día a día más como que de marcar algo específico. Entonces, eso creo yo que ha sido lo que se ha tratado de mover durante los años, porque si le ves en los en la mayoría de la gráfica de las fiestas si hay una predominancia a que aparezcan flores. Eso sí te puedo decir. En todos los años tratan de mostrar flores en real, en ilustraciones, sea, simplificadas o muy complejas.

elemento gráfico que esté simbolizado a la cultura, a la tradición o a una fiesta muy importante y emblemática de los ambateños.

Análisis e interpretación

El primer entrevistado expone que, al momento de elegir los elementos gráficos para abordar la fiesta, no se debe buscar el significado de cada trazo, sino que sea justificado como en conjunto en base a todos elementos propuestos y que ese concept transmita a los ambateños el orgullo de su cultura. El segundo entrevistado menciona que es importante para empezar la parte gráfica, investigar la historia de la fiesta y cómo se dio para tener ideas claras, también toma en cuenta la tipografía y cromática que para ella deben transmitir armonía. El tercer entrevistado indica la predominancia de las flores en ediciones anteriores de la fiesta, aunque también explica que la festividad tiene varios elementos que ayudan a transmitir un tema cultural. Por ende, ante lo expuesto por los entrevistados para el desarrollo de material informativo se debe conocer la historia de la fiesta, identificar aquellos elementos que conectan con la gente y a partir de ellos empezar a proponer un concepto y gráfica.

4. ¿Qué tipos de formatos visuales impresos considera adecuados para difundir contenidos históricos dirigidos a adolescentes?

Tabla 37. Pregunta 4 – Encuesta realizada a diseñadores.

Roberto Rivera	Lilian Garcés	Paolo Villacis
Los adolescentes en este caso, basándonos en la experiencia, nosotros hemos visto que la parte disruptiva, es decir, la parte que no está encajada en cuadrado como nosotros nos han venido enseñando siempre el A3, A5 A6. Estamos casados con esos esos conceptos, esos nombres. Siempre hay que salirnos un poquito del encuadre. Nosotros debemos tener en	Podría decir que, a través de dípticos, flyers, pero para formatos impresos, buscar formatos que no solamente sean como un poco sencillos, sino que capten la atención de las personas como tal, entonces podría ser típicos que tengan diferentes dobleces, que sean atractivos porque ahí nosotros podemos jugar bastante con la parte visual, también las texturas. Igual tenemos	Siento que formatos más atractivos o que tengan una propuesta de valor como en la usabilidad sería este caso. Creo que es llamarían más la atención, porque te pongo un ejemplo, siento que hace unos 2 años hicieron el pasaporte de las fiestas donde era un impreso, literal. Y en el pasaporte tú tenías las actividades y todo y te juro que yo vi a mucha

consideración piezas visuales que no solo sean medidas diferentes basados en medidas estándares. Por ejemplo, en el del 2000 había parámetros de diseño en los que nosotros debíamos presentar el diseño de afiche en un formato A3, que es el formato con el más común. Pero el del 2014 se presentó en un formato un poco más largo. Se hizo la producción en un formato especial. No recuerdo las medidas, pero era más vertical que el que el A3. Entonces, fue algo especial, además que fuimos los primeros que hicimos la alternativa de color, porque todos los diseños hasta ese año se manejaban con fondo blanco. Entonces, ese diseño se volvió el principal, aunque era el alternativo porque nosotros en el manual estipulamos que ese sea un color alternativo, pero les gustó tanto que se volvió el principal y desde ese momento se estipuló que ya no haya esa regla que debe ser sobre fondo blanco, porque era una regla general. Entonces, la idea era esa en ese entonces, tratar de ser simple en los trazos, en la parte ilustrativa, pero ser diferente en lo demás. Entonces, por eso es por lo que se utiliza un cromática muy especial, muy fuerte, que rompa con los parámetros y estándares que se había manejado en ese entonces. Entonces, para nosotros es muy importante eso, que no siempre se maneje un formato estándar, que para las nuevas

otras técnicas como el kirigami es algo bastante atractivo visualmente, entonces yo creo que en la parte de diseño gráfico impreso se puede como que jugar con aquello.

gente porque ese año estuve cubriendo las fiestas que le llamó mucho la atención. Porque era práctico, era de bolsillo Sí, era diferente y se podía usar y sobre todo no pasaba como otros años que te decían, "El programa de fiestas y te daban una flyer gigante o si no te daban una cosa pequeña que no era como muy portable, entonces hubo muchas personas que se pedían que les manden por montones los pasaportes. Ha habido otros años que hay librito y cosas así, o son como tipo cupones. Hubo un año también que era una cuponera, incentivaron a que, en marcas, empresas, brinden alguna promoción o algún beneficio, tenías el programa de fiesta y al final los cupones y un mapita de la ciudad como que de los puntos para visitar y cosas así. Entonces me parece bueno porque le das un algo más a ese papel que y sí lo usen por lo menos durante las fiestas. Porque esa es la idea, que tenga un propósito y no solo mandar a hacer un millón de afiches para distribuir en todos lados.

generaciones hay que tener en consideración que se puede trabajar de una forma más creativa, más libre, que los formatos no solo representen la parte económica, es decir, el A3 es como todo formato es simple, sencillo y fácil de hacerlo, cuesta menos, pero los formatos especiales cuestan diferente porque no hemos hecho ese formato, entonces por eso cuesta más y por eso no podemos tenerlo. Entonces, son cosas que a nosotros nos llama más la atención, a los jóvenes nos llama más la atención y por eso funcionan de una manera más adecuada para ese grupo objetivo. La idea de tener ese tipo de elementos es muy importante que no siempre se debe mantener la parte rígida de un formato sino tratar de llevarle a otro nivel, tener no solo formatos especiales, sino troqueles especiales, colores, tinta, plateados, dorados, reflectivos. Ahora con la tecnología hemos avanzado mucho. Entonces, es muy importante eso, salirse del encuadre, ser algo diferente, manejar eh formatos diferentes, estilos diferentes, o sea, es muy importante eso para la juventud en este caso.

Análisis e interpretación

Al conocer los puntos de vista de los tres entrevistados sobre los formatos más adecuados para adolescentes, se puede decir que todos coinciden con la oportunidad de buscar formatos no convencionales, que salgan un poco de lo que esta estandarizo. Así también uno de ellos menciona que el material además de ser atractivo debe hacer sentir especial a quien lo tenga, en este caso los adolescentes para que se sientan que pertenecen a la

fiesta y que es suya. Además, se menciona que hoy en día con las nuevas herramientas es posible crear recursos que al público objetivo le guste y no lo deseché apenas lo tenga como comúnmente pasa con los flyers o material publicitario impreso.

5. ¿De qué manera el diseño editorial puede potenciar el interés de los adolescentes cuando se trabaja con temas que suelen percibirse como poco llamativos?

Tabla 38. *Pregunta 5 – Encuesta realizada a diseñadores.*

Roberto Rivera	Lilian Garcés	Paolo Villacis
En la actualidad, la parte editorial se ha perdido bastante. De hecho, si tú te das cuenta en Ambato los medios de prensa más nombrados ahora son digitales y solo tienen ediciones especiales que las hacen impresas. Entonces, los jóvenes no leen el periódico, revistas. ¿Cómo considero yo que se podría rescatar a través del diseño? Nosotros trabajamos mucho con elementos llamativos como el pop-up, elementos que puedan dar un impulso más que solo el texto o un impulso más que solo una retícula y basarte en una retícula. Entonces, tratamos de que sea una experiencia diferente,	El diseño editorial creo que ahí sería un trabajo de tratar de resumir o sintetizar lo más esencial que nosotros queramos comunicar y también apoyarnos de elementos visuales atractivos, pueden ser ilustraciones, eh fotografías de acuerdo al estilo que se le quiera dar, pero como que sea bastante específico en lo que queramos comunicar y que también tengamos mucho en cuenta el tema de la lectura, que podemos escoger una tipografía adecuada, ocupar los espacios de forma adecuada para la lectura.	Considero que sí se podría trabajar de una manera acertada con la parte editorial. Te pongo un ejemplo, hace unos años, se lanzó el libro de Nos levantamos. Los libros se difundieron con instituciones, bibliotecas. Se hizo la difusión en ministerios para que puedan llevar eso a otros lugares. En escuelas, los chicos sí tuvieron bastante acogida, hubo esa difusión y trataron de llevarse lo que más puedan. Entonces, si hay recursos gráficos que te pueden servir y sobre todo que dure. Entonces, estos recursos gráficos se fueron incluso a ferias internacionales para vender el país. Lo que rescato de este material

texturas, materiales. Entonces, ahí consideraría que el editorial puede rescatarse. Mientras hagamos lo tradicional, que es la revista de couche, que es una revista digital, no vamos a poder tener el mismo impacto que antes lo teníamos. Las nuevas generaciones han cambiado, ahora todo es digital. ¿Y cómo llamamos a que dejen lo digital y vuelvan a la parte editorial? Es a través de elementos que puedan ser muy diferentes, que puedan ser muy llamativos. De hecho, la idea es esa, poder rescatar esos elementos del editorial y de la de nuestra cultura haciéndolo más didáctico, haciéndolo con texturas, formas, con elementos que sobresalgan de la parte editorial.

es que en su mayoría eran imágenes y solo una pequeña parte para texto.

Análisis e interpretación

Cada entrevistado muestra una perspectiva diferente sobre el diseño editorial para adolescentes, el primero toma en cuenta que el editorial ha perdido protagonismo en los últimos años y si se busca hacer material gráfico mediante recursos editoriales se debe innovar y mostrarlo de otras formas para que así también la juventud los acepten. Para la segunda entrevistada, está claro que se debe extraer la información más importante para incluirla en el material y a su vez apoyarlo con elementos gráfico. Por otra parte, el tercer entrevistado menciona el uso de recursos grafico diferentes para mostrar la fiesta, siendo las ideas nuevas que no solo atraen al público sino también pueden llegar a ser atemporales.

- 6. ¿Cuál es la manera más adecuada de organizar el contenido en cuanto a maquetación y diagramación cuando se aborda el origen de la fiesta en material informativo?**

Tabla 39. *Pregunta 6 – Encuesta realizada a diseñadores.*

Roberto Rivera	Lilian Garcés	Paolo Villacis
<p>En el cuanto el contenido, para abordar en una parte editorial siempre debemos empezar, como digo, con el inicio, el origen de la fiesta, de por qué es la fiesta, qué nos llevó hacia la parte de la fiesta porque eso se ha olvidado. Y las nuevas generaciones no entienden por qué bailamos, por qué festejamos, solo saben que lo hacemos en esas fechas. Entonces, si retomas la parte editorial, debes construirlo desde los inicios, desde por qué se realiza la fiesta. ¿Qué siente el ambateño? ¿Cuál es el atractivo que tiene la fiesta hacia las nuevas generaciones? Los adolescentes siguen anécdotas, experiencias y complementado con algo histórico, pero lo tercero tendrías que ser directamente relacionado hacia ellos. Nunca dejes de lado la historia, el cuento, la anécdota, la parte humana que vendría a ser en este caso las personas que aún recuerdan porque se hace. Y lo tercero es nunca tampoco te olvides a quién quieres rescatar y hacia quién quieres que vaya ese ese material. Entonces, ahí te podría decir que esos serían los parámetros para seguir.</p>	<p>De acuerdo a la maquetación, recomendaría darle como espacios amplios a la parte de imágenes. Yo recuerdo que mientras estuve en el comité permanente se creó un libro un poco grande que recopilaba toda la historia de la fiesta que se desarrolló durante la pandemia, entonces fue un trabajo donde se plasmó bastantes fotografías y en realidad como que en la maquetación lo que más espacio ocupaba era la parte visual de la fotografía y le acompañaba obviamente con un texto complementario. Pero yo sí recomendaría que podamos apoyarnos en ese recurso porque como digo, ahora para todo mundo es como que tal vez leer mucho texto es un poco cansado, pero si lo acompañamos de una fotografía, una ilustración es más atractivo.</p>	<p>En la cuestión de maquetación y cosas así, sí deberían ser demasiado ordenados. O sea, el orden creo que es algo primordial que tiene que establecer para poder sacar un buen producto a la final físico o digital, creo que deberías llevar un proceso ordenado como que incluso en la parte de investigación donde recolectas información, donde recolectas imágenes y todo así, para poder llevar un proceso ordenado porque te digo, la parte de recolección de información, bueno, ellos lo tenían a su manera, pero al momento de empatar en el diseño, si hubo ciertos problemas con el tema de que no había un orden sobre todo, digamos, todas la parte escrita como que muy concreto, lo que vas a poner en cada hoja o cosas así. Incluso si ya ves que está mucho texto, lo que sea, al reducir esto, pero ya sabes qué va a ir, qué imágenes y cosas así. Porque a la final el maquetado termine como termine, si la información está bien, no pasa nada, o sea, se reduce, se aumenta, se complementa, no hay problema. Hay que tener también bastante cuidado de que los tamaños en los que vaya a salir el producto final sean adecuados, movilidad, transporte, tipos de letra que sean adecuados al público, si te vas a</p>

dirigir a jóvenes, no debería estar tan cargado, no debería tener solo texto, sino también con imágenes. Si te estás dirigiendo a un público más adulto, podría reducir un poco la cantidad de imágenes, pero aumentar el tamaño del texto, porque hay que tener en cuenta que con los daños no se ve igual.

Análisis e interpretación

Cada entrevistado aborda la pregunta desde perspectivas diferentes, el primer entrevistado sugiere un orden en donde se incluya, el por qué de la fiesta, el sentir de los ambateños y la importancia de la fiesta en las nuevas generaciones. La segunda recomienda a partir de su experiencia que se debe hacer uso de imágenes o ilustraciones para que el material sea más atractivo. Y por otra parte el tercer entrevistado explica la importancia del orden no solo en la organización de la información sino desde la preparación de los archivos e investigación que van a ayudar a desarrollar la propuesta. Ante lo expuesto se puede decir que es recomendable no solo tener en cuenta retículas y espacios para la información sino también pensar en el contenido que se busca plasmar en el material apoyados de otros elementos además del texto y que para su búsqueda siempre se priorice el orden de la bibliografía donde se busque la información.

7. ¿Qué criterios tipográficos considera más adecuados para material informativo dirigido a adolescentes?

Tabla 40. Pregunta 7 – Encuesta realizada a diseñadores.

Roberto Rivera	Lilian Garcés	Paolo Villacis
El respecto a tipográficos informativos, vas a tener que usar tipografía San-Serif, o sea, palo seco. Siempre tomo de referencia al cine porque es lo que más nos llega de digámoslo así en	Recomendaría tipografías que aparte de ser llamativas, sean bastante elegibles y que puedan comunicar de forma inmediata lo que queremos nosotros transmitir hacia las personas. Tal vez	Dirigido a adolescentes hay tipografías muy modernas que podrían llamar mucho la atención y cosas así, por su grosor es bastante bueno, tienen bastante peso visual y sobre todo llaman

material publicitario. Carteles, afiches, audiovisual. Entonces, la parte en la que nosotros nos estamos basando en esta en estos momentos es esa, la tipografía Sans-Serif, tipografía con rasgos un poquito modificados en terminaciones de letras, no tanto siguiendo la regla. Entonces, todo eso contribuía a que no solo tengamos que ver lo nuestro, local, sino también tengamos que abrir un poquito el horizonte a ver la parte que nos están infundiendo la información en parte de esto con Y si tienes en consideración dependería también cuál es el concepto en qué época va a terminar siendo basado la parte del editorial porque en base a eso tendrías también un parámetro fuerte en el que te puedas relacionar con lo que está sucediendo en la actualidad o a su vez puedas hacerlo algo diferente que pueda ya ser llamado la atención y decir, esto eran las tipografías de cuando se hizo la primera fiesta. Que no hay una referencia histórica, de hecho, el afiche el único que hay rescatado es del segundo, el de la segunda fiesta. Entonces, imagínate poder recrearla y con eso poder formar los textos principales de tu editorial. Y ya contextos secundarios ya vamos trabajando un poquito ya más liberal, más contemporáneo. La idea es siempre tratando de nunca pierdas el origen de por qué haces el proyecto, pero no te olvides tampoco de lo que estamos pasando. Tratar de

lo podría manejar este concepto de forma general, no solo con adolescentes, sino con todo el público como tal, porque es importante que nosotros tomemos en cuenta estas características al momento de escoger una tipografía que sea bastante legible y que dependiendo del uso, no, si es que va a ser solo para un afiche o si es que ya va a acompañado de bastante texto y queremos contar una historia, poder buscar y encontrar cuál es la más adecuada para para aquello.

la atención, pero en este tema tradicional, digamos, que nosotros nos manejamos, yo si mantuviera o me buscar un punto medio con tipografías que sí sean como serif, que tengan sus terminaciones y sus ornamentos, porque creo que es un trabajo importante que se puede hacer o también me buscaría tipografías que son tipo caligráficas. Entonces, yo creo que buscar, o sea, así no puedas crear, pero buscar estos espacios con tipografías que llamen la atención o también sean una mezcla un poco de como que de la esencia y de lo nuevo.

fusionar esas dos opciones sería fenomenal, tratar de traer algo que la mayoría de las personas no hemos visto, salvo las que estamos relacionadas con la fiesta, lo sabemos que cómo son los afiches, de cuántos años han pasado y de todo, pero el resto de gente no sabe. Estamos en la época adecuada para un diseñador, para experimentar más bien, no para producir en masa, para experimentarlo. Entonces, tenemos las herramientas para experimentar para poder hacer algo diferente, algo más atractivo hacia la juventud.

Análisis e interpretación

En cuanto a tipografía uno de los entrevistados menciona la importancia de usar Serif, pero también fuentes con rasgos modificados, así también sugiere como idea el tomar referencias de las tipografías usadas en los primeros afiches de la fiesta y hacer una fusión con tipografías modernas, siendo una alternativa interesante de aplicar. Por otra parte, se recomienda el tercer entrevistado menciona que el uso de tipografías modernas, caligráficas también pueden llamar la atención de los jóvenes y aportando a esto, la segunda entrevista acota que además de usar tipografías atractivas también se debe tener en cuenta la legibilidad y el uso que se le vaya a brindar al material.

8. ¿Qué estilo de ilustración considera pertinente para públicos entre 10 a 19 años en el contexto de contenidos culturales?

Tabla 41. *Pregunta 8 – Encuesta realizada a diseñadores.*

Roberto Rivera	Lilian Garcés	Paolo Villacis

Podría decir que la ilustración 2D sigue predominando en cuanto a elementos culturales, por ser un poco más dinámica y veloz en la realización. La parte pública que tenemos que recrear, por ejemplo, fechas importantes, lugares importantes y adaptamos usamos la ilustración 2D es por su tiempo. Claro que hay proyectos en los que se ha trabajado 3D, ilustración ya más digitalizada, trabajada, pero seguimos usando la ilustración 2D. Usar colores y contrastes mucho más diferentes que solo para monitores, ahora puede ser impresos igual. Entonces, el color ha marcado un poquito eso, la diferencia entre la ilustración y te digo porque también tenemos un poquito de experiencia en la parte histórica de este caso en el sector público. Entonces, siempre trabajábamos con diseñadores 2D porque era más atractivo, no solo para las generaciones nuevas, sino para las anteriores. De hecho, cuando tú preguntas o pones en consideración un diseño 2D a un diseño 3D para las personas adultas y adultas mayores, todos, absolutamente todos, excepción de, bueno, digamos el 90% te van a decir la 2D. Y las nuevas generaciones también les gusta el 2D salvo excepciones. Entonces, la ilustración en 2D sea dibujada, sea ya depende de la técnica, pero la 2D sigue siendo una ilustración muy fuerte en nuestro medio.

Actualmente se puede jugar no solo un estilo, sino mezclar algunos, por ejemplo, el 3D con el 2D, jugar con las texturas, ahora que hay bastantes herramientas digitales que nos permiten crear ilustraciones atractivas, jugar con los contrastes, inclusive hasta se puede dar la ilusión de que algo fue hecho a mano, pero solamente con ciertas texturas que podemos nosotros encontrar. Entonces, es como que un panorama bastante amplio que se puede como que trabajar y en la fiesta de la fruta como tal se puede como ver qué recursos ya han utilizado otros diseñadores en años anteriores y tratar de buscar alguno que sea distinto, algo nuevo, novedoso, porque eso es la parte de innovación que siempre se busca y es bueno que cada año encontrar algo distinto, que quizás no nos haya impactado o que nos impacte de una manera bastante importante y no sea lo mismo que ya hemos visto años anteriores.

Te puedo decir que el estilo la verdad no creo que tenga mucha relevancia hoy en día. Porque estamos acostumbrados a un consumo muy mundial, se puede decir ahora ya la mayoría de las personas, entonces te soy sincero, creo que funcionaría bien bastante una ilustración, o sea, que sea vistosa tal vez con colores llamativos, pero digamos incluso si alguien se animara a sacar algo, no sé, tipo anime de la fiesta la gente aun así sí lo vería porque siento que sería algo que rompe bastante la estética, no teniendo en cuenta de que estamos juntando una tendencia que es del de oriente y cosas así con una esencia cultural de nosotros, pero creo que sería bastante llamativo. Entonces, digo, hay formas y formas, pero creo que sí esa esencia de comunicar las cosas con un objetivo creo que es lo importante. Creo que el estilo no es muy fácil de determinar cuál funcionaría mejor, pero yo sí te digo que bien estructurado con una idea clara. Incluso me mandaría un poco de una ilustración tipo cartoon incluso yo creo que funcionaría bastante bien. Un estilo que siento que solo lo han ocupado poco, es el estilo de las historietas que se sacaban antes de la revista de la en la Ele por la idea de tratar de llamar la atención

Análisis e interpretación

Para el primer entrevistado, la ilustración 2D es un estilo muy usado en elementos culturales por el tiempo que conlleva realizarlo, argumentando en base a su experiencia en la fiesta que es atractivo para las nuevas generaciones e incluso anteriores a diferencia de la ilustración 3D. Por otro lado, los dos entrevistados mencionan que independientemente del estilo de ilustración hoy en día existen variedad de herramientas y manera de ilustrar en base a lo que ya se ha hecho, buscar lo que no se ha usado mucho para proponer algo diferentes, además de que uno de ellos menciona que ahora así el estilo de ilustración salga de lo que comúnmente se observa o es propio de la cultura sería aceptado por la juventud, por ser una manera diferente de abordarlo.

9. En base a su experiencia, ¿qué gamas cromáticas captan mejor la atención de los adolescentes sin perder la esencia de la fiesta?

Tabla 42. *Pregunta 9 – Encuesta realizada a diseñadores.*

Roberto Rivera	Lilian Garcés	Paolo Villacis
Tendríamos que analizar cuál es la parte hereditaria de la fiesta, porque si yo me voy a la primera fiesta y a la segunda, los colores predominantes van a ser los opacos o los relacionados con los grisáceos. Entonces, si me voy a la actualidad, vas a ver que es una cromática muy diferente. Ya dependería del de la época en la que te quieras basar. Porque nosotros nos que hicimos en los 2000, tratamos de usar los colores más predominantes y fuertes que podíamos tener en esa época porque queríamos llamar la atención. La idea era llamar	A nivel de las gamas cromáticas, la apreciación del público como tal siente mayor afinidad a paletas que son bastante cálidas, que tienen bastante color, vida, alegría porque al fin de cuentas la fiesta de la fruta y de las flores busca transmitir eso, algarabía, entonces gamas que van entre naranja, amarillo, violeta que contrasten bastante bien, que se complementen con otros como el cian. Esa es la gama cromática que a mi forma de ver a las personas sienten una mayor aceptación.	Tendría en cuenta colores que llamen bastante la atención, que son colores fuertes, que se note. Entonces, yo sí te digo, que la paleta de color muy indistintamente sí podría ser llena de color, o sea, sería de adaptarse dependiendo el evento, pero que mantenga colores llamativos y obtenga la vista de las personas y que por lo menos si la construcción del arte o cualquier cosa no esté tan bien lograda, la imagen por lo menos sea llamativa y aunque sea por eso puedas ver la información.

la atención, en esas épocas todos los diseños eran basados mucho en colores con base blanca raro era utilizar fondos de color. Entonces, para nosotros era muy importante sobre sobrellevar eso y cuando nosotros investigamos un poquito y te y te dabas cuenta que en las en las fechas relacionadas a las fiestas, lo que más te atraía eran las fechas de eventos que hacían terceros y a los que más iban eran a los que más predominaban o a los que más sobresalían cuando tú presentabas el programa de fiestas. Ahora, se tiene esa libertad de poder escoger cualquier gama cromática, poderla aplicar, que eso sería lo importante, poderlo aplicar y que y que podrías desarrollar esa partecita.

Análisis e interpretación

Para el primer entrevistado, los colores adecuados para usar en el material gráfico dependerán del periodo en que se quiera basar tomando en cuenta que si se buscar llamar la atención es necesario usar colores llamativos para que atrapen al público. Para la segunda entrevistada en base a su experiencia en las gráficas de la fiesta, las personas aprecian más los colores cálidos, que generen vida y alegría. Y por su parte el tercer entrevistado también menciona la importancia de usar colores llamativos, así las personas van a regresar a mirar el material por el color y puedan conocer la información que se muestra en los recursos. Por ende e uso de colores fuertes y llamativos funcionan como anclaje para que las personas capten a primera vista el material gráfico.

10. ¿Qué consideraciones toma en cuenta al seleccionar materiales de impresión y acabados para productos informativos dirigidos a un público joven?

Tabla 43. *Pregunta 10 – Encuesta realizada a diseñadores.*

Roberto Rivera	Lilian Garcés	Paolo Villacis
<p>Mi especialidad siempre fue la producción gráfica. De hecho, nosotros tratamos siempre desde que estudiábamos en la universidad igual, siempre tratamos de llegar un poquito más en la en cuanto a materiales se refiere. La idea fue siempre mantener ese estatus de siempre hacer algo diferente y con material diferente. Ahora hay gramajes desde los 120 g, 350, 360 hasta los 400 g que ahora te imprime una impresora láser. En Offset, en este caso en imprenta, ya te permiten, ya no se mide en gramaje, sino ya mides en centímetros y en milímetros de material, de grosor. Si tú quieres rescatar la parte editorial impresa, es muy importante, lo llamativo que pueda ser el material que tocas. Y nosotros de ahí arrancamos a traer materiales en el mismo gramaje que te podía imprimir una impresora láser normal que tenía cualquier centro de impresión y total tarde hacer algo diferente. Entonces, luego ya como te digo, la tecnología avanza, salieron nuevas tecnologías en cuanto impresión del láser y pudimos imprimir sobre texturas que antes no se podía imprimir sobre texturas. Ahora es ahora tú vas, imprimes este es el material y ya te imprimen, la fusión de materiales era la idea de trabajar en</p>	<p>En cuestión de los materiales hay algunos factores que también eh se toman en cuenta, como la parte inclusive económica. Como los materiales que son amigables con el medio ambiente, también son bastante apreciados hoy en día por los jóvenes porque justamente buscamos como no generar un impacto grande en este tema ambiental. También se buscan materiales resistentes que al momento que ellos puedan recibir, tengan una buena impresión, que no se sienta como que esté como desgastado y como digo se toma mucho en cuenta la parte económica porque de acuerdo con eso uno se ajusta a el material que puede ocupar.</p>	<p>En el tema de acabados y cosas así, consideraría papeles gruesos no tan finos porque para el público joven le das algo o se lo guarda o le dobla o lo que sea, yo me trataré de que no sea algo tan delgado de un gramaje tan delgado, yo trabajaría gramaje siquiera con 80, de 100 para arriba en tema de gramaje de papeles para que por lo menos si se dobla o se manipula no se dañe tanto. Tomaría en cuenta acabados mate, tal vez no con tema brillante porque el acabado mate le da como ese tema más de tradición para que se pueda distribuir en colegios, entonces usaría materiales gruesos, colores llamativos, tal vez sí se podría trabajar con algún tema de selectivos en colores dorados y cosas para realzar un poquito detalles, podría funcionar.</p>

ese entorno con materiales sí es va a ser muy importante.

Análisis e interpretación

Para el primer entrevistado, ahora es mucho más fácil experimentar con los materiales por lo que sugiere no solo tomar en cuenta los materiales que comúnmente se usan sino poder buscar la forma de dar un paso más. Por otra parte, la segunda entrevista menciona el uso de materiales que sean amigables con el medio ambiente por su aceptación con el público joven, además indica que se debe tomar en cuenta la resistencia de material para no tener problemas con la impresión y por otro lado, el tercer entrevistado aborda la pregunta desde el gramaje, indicando que este debe ser no tan fino y en cuanto a acabado sugiere mater y no brillante esto por su relación con lo tradicional de la fiesta, además de que se puede incluir acabado selectivo con colores dorados para realzar algunas partes.

Conclusiones de los diseñadores

El material gráfico para temas culturales y destinado a adolescentes debe considerar aspectos básicos de diseño en cuanto a composición, jerarquización, organización, conceptualización y experimentación para poder desarrollar recursos que no se haya visto y capture la atención del público. Entre lo que se puede concluir es:

- La grafica es un elemento muy importante al momento de comunicar fiestas culturales, ya que mediante su conceptualización y diseño se pueden llegar a transmitir mensajes que conecten con la gente y demuestre su identidad.
- Uso de colores llamativos y con contrastes para llamar la atención
- Exploración de materiales y formatos, considerar el uso de formatos no estandarizados para que sean dinámicos y diferentes a lo que siempre se utiliza.
- El estilo de ilustración se identifica dependiendo que lo que se busque transmitir, la ilustración 2D es muy adecuada para el material gráfico por su versatilidad y atemporalidad.
- El orden de los contenidos que se plasmen en el material debe seguir un orden y abordar desde diferentes perspectivas el tema.

- Considerar el uso de tipografía Sans – Serif pero también buscar tipografías Serif con terminaciones diferentes, puesto que son atractivas para el público.

4.9.3 Resultados de entrevistas a directores de arte.

Tabla 44. *Perfil de entrevistas a directores de arte*

Pablo Iturralde	Diseñador gráfico, director del estudio Anima.
Natalia Castro	Es diseñadora gráfica, ilustradora y publicista, directora de arte para agencias como Publicis Groupe y DDB Colombia.
Valentina Acevedo León	Diseñadora gráfica, destaca por su trabajo como ilustradora para la Alcaldía de Medellín, y dirección de arte para la agencia Brazilian Lumber.

Fuente: Elaboración propia

1. Desde su experiencia, ¿qué aspectos son claves para desarrollar una estrategia de comunicación dirigida a adolescentes?

Tabla 45. *Pregunta 1 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.*

Pablo Iturralde	Natalia Castro	Valentina Acevedo León
Principalmente a la final el destinatario de la información es importante, pero los seres	En estrategia como en a la hora de pensar la campaña y como a la hora de la construcción de	Desde mi experiencia trabajando para el proyecto del Parque Explora acá en Medellín,

humanos tienen desde niños del mismo tipo de cerebro que hasta viejos. Ya lo único que cambia son ciertas nociones eh históricas. Todas maneras el conocimiento que las personas tienen en su cerebro es la base para poder entender lo que sea y la información que les pasemos, digamos que no se basa tanto en el receptor, sino en el mensaje-emisor. Si yo quiero alertar de peligro, hay símbolos de peligro que entienden todos, por eso la señalética de salida de emergencia o de punto de encuentro o de erupción o de lo que sea funciona para todos. Lo que creo que hay que hacer es entender bien el contenido de lo que se va a comunicar. Una vez que se entiende ese como ese ese panorama se distribuye en los diferentes canales de comunicación de acuerdo con la necesidad puntual. Es distinto a un letrero que me diga algo o una indicación en la carretera que me va anunciando que me acerco a algo. Entonces, eh el tema principalmente más que los jóvenes sería la fiesta de las flores y las frutas. Tratar de entender los elementos culturales que se van a comunicar y de todas maneras más allá del del aporte gráfico que pueda tener el mensaje emisor está la descripción de lo que se comunica, ¿no? Yo puedo poner una explosión, pero si yo escribo la palabra peligro y la gente entiende lo que dice peligro, puedo evitarme el gráfico. Lo que hace

Sí. Eh, pues yo creo que depende mucho pues de del producto y también depende de ¿Sabes? Como del target de hacia dónde va dirigido todo. Si es específicamente pues adolescentes, si es gente joven, obviamente debe ser como súper importante. Creo que ahorita es un gran reto para la industria entender cómo se está eh cómo están llegando las nuevas generaciones, cómo están consumiendo las nuevas generaciones eh lo que es marca, producto, cómo y creo que ha sido un reto bien interesante porque creo que veníamos como de una generación como que ya todo estaba como escrito y ya era como más fácil o predecible saber eh cómo comunicar a esta audiencia. Ahorita estamos como aprendiendo de como de estas nuevas generaciones postpandemia que viene como con unas cosas muy distintas a lo que veníamos como acostumbrados. Entonces, pues también creo que ha sido y sí, obviamente creo que es un doble reto a la hora de pensar la campaña y aprender cómo están llegando, cómo están queriendo consumir contenido de estas nuevas generaciones.

que es la más cercana por el tema de educación, de hecho, estaba enfocado como en chicos con una con la Feria de la Ciencia. Desde la alcaldía no era tan sectorizado porque esa es la ciudad, pero un proceso que hacíamos siempre eran las salidas de campo. Entonces, siempre que se venía un proyecto, hacíamos una salida de campo primero a estudiar los lugares, a estudiar la población antes de hacer como una lluvia de ideas entre todos. Era un equipo muy grande, eso que viste, por ejemplo, de la Feria de las Flores. Yo puse ahí las piezas específicamente que me tocaron hacer a mí, pero en realidad eran muchas y el proceso era como que primero se hacía el lenguaje visual entre todos. Entonces, ahí es un trabajo de muchas personas. Pero siempre era había una salida de campo, lluvia de ideas, luego los diseñadores hacían sus propuestas cada uno, se selecciona internamente, y ya se empieza a implementar esa imagen visual entre todos. Pero si considero que ir directo a la fuente del tema es crucial no solo para conocer sino para observar de primera mano los elementos que pueden ayudar luego en la definición de la gráfica.

el gráfico es tener más universalidad. Al decir fiesta de flores y frutas, digo a chévere como el mercado Santa Clara, ahí también venden flores y frutas. Ya, pero no es. Entonces ellos están mal en la expresión comunicacional. No tienen que cambiar el nombre, tienen que darle contexto.

Análisis e interpretación

El primer entrevistado sostiene que se debe tener énfasis en el mensaje, aunque el producto gráfico se destine a un público adolescente no se debe, se debe considerar códigos que todos puedan entender. La segunda por su parte menciona que hoy en día es un reto entender las dinámicas digitales y que los intereses van cambiando lo que obliga a la búsqueda de nuevos formatos y canales y para la tercera entrevistada, la estrategia debe partir siempre de una observación de campo para entender el tema que se vaya a tratar y por consiguiente generar ideas para que el mensaje conecte con la realidad del público. Ante esto se puede decir que debe existir un equilibrio entre el mensaje, el público objetivo y la metodología de diseño para obtener una estrategia que permita traducir visualmente los elementos culturales.

2. ¿Qué enfoques a nivel visual considera importantes para comunicar contenidos culturales a públicos jóvenes?

Tabla 46. Pregunta 2 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.

Pablo Iturralde	Natalia Castro	Valentina Acevedo León
No digo que no pensemos en el objetivo, en el al público. Pero hay que pensar primero en lo otro y lo después una vez que, porque yo sí este rato tengo que hacer una comunicación para adolescentes sobre algo, yo pienso en el algo,	Creo que la parte emocional juega mucho, que los jóvenes vienen ahorita cargados con un contenido emocional de frente. Antes era como en el subconsciente el tema de las emociones y eras como más, no sé cómo decirlo, como más	Sobre todo, en el tema cultural algo que invite, o sea, no solamente como esa tradición, sino que también tenga en cuenta nuevas tendencias, esos nuevos lenguajes para que se invite a esa de la cultura que no se vuelva como un tema

luego pienso en los adolescentes, ¿ya? Porque a la final si tú solo vas a hablar para jóvenes, estarías excluyendo a niños y adultos y no creo que sea conveniente en ningún sentido que la fiesta sea excluyente para alguien. Entonces, hay que entender el concepto de lo que se debe emitir. Si la fiesta de las flores y de las frutas tiene un contexto Hay que leer ese contexto y convertirlo en un brief. Igual que cualquier marca o cualquier concepto gráfico, lo que uno hace es de entender en el brief todo el contexto de lo que hay que comunicar y el diseñador, el proceso que tiene es la de la simplificación de ese contexto a contenidos elementales. Entonces yo digo, si el elemento que voy a comunicar ahorita es la felicidad a través de la fiesta de las flores y de las frutas, entonces la felicidad es un elemento. Si tengo que hablar de que es una fiesta, la fiesta en Sí, es un concepto, entonces, tengo que de todo ese brief ir decantando eso en pequeños módulos que serían los contenidos o las palabras claves del mensaje a comunicar.

robótico o como que tú hacías lo que te decían ahorita la parte emocional es como el primer plano, entonces creo que conectar desde el lado emocional ahorita es mucho más relevante que como que obviamente con la parte de imagen y esto está envuelto, pero como con las emociones como que conecta muy bien ah ahorita como como como con los jóvenes. Como esta nostalgia, no sé cómo no sé cómo decirlo, pero sí es como la vida cobró como más sentido un poco después de la pandemia, entonces como que ahorita los jóvenes manejan las emociones de frente, o sea, las ponen de frente, es como no es como las ocultan, sino de frente, yo siento, yo quiero conectar, yo quiero conectar conmigo mismo, quiero conectar con mis amigos, con mi entorno, entonces sí, creo que es el tema de emociones.

muy lejano. Entonces, creo que el contenido se mantiene, pero hay como que traducir ese contenido

Análisis e interpretación

Para el primer profesional se debe partir desde entender el contenido y significado del tema cultural y así poder traducirlo como felicidad o celebración. En el segundo caso se menciona la nostalgia, siendo el factor emocional el eje central para llevar a cabo una fiesta cultural y por su parte la tercera entrevistada menciona que se debe tener cuidado con el contenido y no modificarlo, pero si reinterpretarlo mediante código visuales

y narrativos contemporáneos. En conclusión, para poder comunicar un contenido cultural de forma adecuada se debe comprender a fondo el contenido, traducirlo a un lenguaje actual y la emoción como medio para que no solo se entienda el tema, sino que logre generar algo en el público.

3. ¿Cómo se puede lograr que un tema cultural o histórico resulte atractivo para los adolescentes?

Tabla 47. *Pregunta 3 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.*

Pablo Iturralde	Natalia Castro	Valentina Acevedo León
Ahí viene un tema. Por ejemplo, yo veo que la publicidad hace mucho de este ejercicio de tratar de transmitir las cosas y ponerlo mucho en el receptor, es decir, si apunto para niños, pongo colores, pongo cosas que le gusten, pero todas desde un punto de vista son un engaño. Si yo vendo un chocolate y le voy a vender a un niño y en vez del chocolate pongo un elefantito, estoy mintiendo porque lo que vendo es chocolate, pero estoy usando el elefantito como camino para llegar al niño. Desde mi punto de vista comunicador es deshonesto. Yo creo que el niño tiene que entender de la misma manera que el adulto los contenidos porque es un mismo brief, es un mismo origen. Ya el destinatario a la final, obviamente tendré cosas que si tengo algo complejo que un niño va no va a entender, tengo que bajar hasta los lenguajes que el niño	Creo que se conecta mucho con la respuesta anterior y es cómo genero una nostalgia de alguna forma con ese lado a partir de símbolos e íconos y cosas que nos conectan o nos traen como esos recuerdos o memorias o nos hacen vivir con ese sí como con esa nostalgia ya sea como digamos si estamos hablando de un tema cultural creo que para todos es muy importante como crecer y como esos temas culturales están alrededor nuestro y pues traen como memorias de cercanía, de familia, de amigos. Entonces, creo que los íconos, símbolos, eh colores, como todo este tema de que pueda conectar directamente eh o traer como esas memorias eh de emociones, eh, creo que conectan muy bien con esos temas culturales.	Sí, mira, por ejemplo, hay algo muy clave ahí, es el tema del contenido creo que ha quedado muy evidente como que cambia el tiempo de atención, algo que se repite mucho por ejemplo en mercadeo que es como, o sea, no sé, tú haces un reel en 20 minutos tienes que captar la atención porque si no alguien va a deslizar, entonces como tener muy presente cómo cambian como la atención, el atractivo de los contenidos, los temas que se están tratando. Por ejemplo, algo que se hacía mucho en la alcaldía, desde comunicaciones, era como estar muy pendiente como de las tendencias que se hacían. Entonces, recuerdo, de hecho, esa esa fue una pieza que me tocó hacer a mí. Has visto que hay muchos videos como emotivos y que se vuelven más emotivos, como que hay ilustradores que capturan como un momento del video y hacen una viñeta. Que eso siempre genera como

entienda, pero el producto que oferto sigue siendo el mismo. Si hablamos en comunicación visual, el diseño gráfico termina siendo la manera en la que se expresan los contenidos con los que se emite y con los que se recibe un mensaje. Desde el punto de vista del comunicador visual, uno es una especie de ingeniero que construye un mensaje entre un emisor y un receptor. Entonces, en el tema de la fiesta de las flores y las frutas, efectivamente no tiene nada que ver con flores ni con frutas. Usan las flores y las frutas como una alegoría por la cultura ambateña.

mucho impacto. Entonces, hubo, por ejemplo, un video dentro del video de d Silleteros que era de un chico que fue a abrazar al papá porque ganó. Ya. Entonces como que eso se volvió muy viral y hicimos una historieta de ese de ese momento y esa pieza fue superexitosa, por ejemplo.

Entonces como el contenido está, pero adaptlo como a esas tendencias, como estar muy observando.

Análisis e interpretación

En el primer caso que el material gráfico no debe verse solamente atractivo sino que logre interpretar conceptos complejos mediante imágenes claras y fáciles de entender, en el segundo se sugiere usar la nostalgia como recurso estratégico ya que los temas culturales están presentes en la familia de las personas volviendo al contenido más significativo y para el tercer el caso el uso de ilustraciones, storytelling rápido y formatos dinámicos apoyados en las tendencias pueden aportar significativamente. Por ende, se puede decir que un contenido para que sea atractivo para los adolescentes tiene que brindar una experiencia visual y emocional para conectar rápidamente y captar su atención.

4. ¿Qué elementos del diseño gráfico considera importantes para captar la atención de adolescentes?

Tabla 48. *Pregunta 4 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.*

Pablo Iturralde	Natalia Castro	Valentina Acevedo León
-----------------	----------------	------------------------

Los seres humanos a veces son jóvenes, a veces son niños, son seres humanos, el cerebro humano desde más o menos los 5 años ya es igual a que cuando eres de viejo. Lo único que tienes más es contexto, o sea, más información adentro. Por eso los diseñadores no piensan en diseño para niños ni diseño para jóvenes. Si quieres atraer jóvenes de una manera fácil y barata, usas un engaño, pones algo que les guste y van a ver, pones un iPhone y vienen, pones unos audífonos y vienen, pones un Si son niños hombres, pones rock, chicas guapas con poca ropa. O sea, eso es el marketing, la comunicación honesta tiene que atener realmente a la comunicación real de los que estás comunicando. Si yo quiero que los chicos vengan a la fiesta de las flores y de las frutas, eh claro, si utilizo una comunicación sin estos ganchos, están menos convocados. Yo como comunicador tuviera que hacer un ejercicio más grande de explicar más qué hay para convocarles a que vengan. Lo obvio sería ese rato reunirse con la gente, entender que el contexto es de ese, determinar dónde están estos jóvenes y para no usar a los jóvenes con un engaño visual para que se sientan atrapados como en la publicidad. Lo que tengo que hacer es una campaña de comunicación, irme a los colegios y contarles de lo que se trata para que entiendan y vengan. Ya a la final la gráfica

Creo que es más como las paletas de colores, super vibrantes, como estos colores que me genere esos puntos de tensión y no sé cómo contrastes ácidos que vibre mucho o contrastes, pueden ser porque con colores brillantes o pueden ser colores pasteles, pero que como que haya como contrastes y como que me genere ese tipo de emociones, pero como en ilustrar pasiones. El diseño editorial dentro de esto es importante porque al tener claro lo referente a maquetación y diagramación se pueden establecer de forma más estructurada el contenido.

Creo que la ilustración, por ejemplo, es un factor súper ganador en ese aspecto. Y lo que te decía como traer, porque hay gráficas hay gráficas ancestrales, por ejemplo, desde la cultura que están ahí, son muy ricas visualmente, pero que se pueden traer como estéticas más modernas. También incluiría lo básico como una tipográfica llamativa y una clásica, la combinación y juego entre ellas puede ser interesante, usar tipografías ligeramente modificadas, colores fuertes que se sienten vivos y son acorde al público. La diagramación del contenido, en especial cuando hay una cantidad considerable de texto, el saber cómo distribuirlo para que no se sienta tan cargado y termine siendo aburrido es otro punto clave para tener en cuenta.

termina sin siendo más o menos una conexión, un puente eh para que esa campaña llegue a ellos, ahí vienen bastantes consideraciones como las éticas. Porque usar el lenguaje de manera equivocada o de manera falsa para que vengan funciona, pero degrada un poco el formato de comunicación.

Análisis e interpretación

Para el primer entrevistado el mensaje debe ser consiente y no ser engañoso y superficial, el diseño debe comunicar un contenido real y estructurado. En el segundo caso se sugiere que el color, tipografía, narrativa visual y símbolos son importantes para activar sensaciones, recuerdos y vínculos y para la tercera persona se debe considerar la ilustración al reinterpretar elementos culturales que conecten tradición y modernidad. En conclusión, los elementos a tener en cuenta no solo se limitan a lo estético, sino que involucra el tono del mensaje, la conexión emocional y tendencias para crear recursos gráficos significativos.

5. ¿Qué estilos de ilustración y tendencias considera más adecuados para el público?

Tabla 49. *Pregunta 5 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.*

Pablo Iturralde	Natalia Castro	Valentina Acevedo León
Todos, todos, o sea, digamos, nosotros usamos en el Ecuador unos tipos de ilustración o de formatos gráficos porque están de moda. Tan sencillo como eso. Ya. cuando Quino hizo Amafalda, él no hizo pensando en una viñeta, sino en una publicidad para vender unos	Creo que eso es más amplio y subjetivo, estamos en un universo ahorita que tantas personas hacen tantas cosas tan lindas y bonitas que a veces creo que es más como la intención o el concepto que hay detrás de sea más allá como de la línea gráfica que yo quiera manejar	Creo que eso es muy cambiante, cada año hay una tendencia en ilustración diferente. Entonces, creo que es muy de observar como que esta que está pasando. Eh, algo que me que me ha funcionado mucho a mí es como estar pendiente, por ejemplo, de las imágenes de los

electrodomésticos, pero encontró un formato gráfico eh que le sirvió para expresar muchas cosas y Mafalda vende de de todo. O sea, yo puedo usar eso para todo. No es que existe un tipo de ilustración. Por ejemplo, hay un ilustrador ambateño muy amigo mío, muy querido, que se llama Roger y Casa. Ah, sí. El Roger no es que hace gráfica ambateña, él hace gráfica Roger y Casa. Esa gráfica puede servir para la fiesta de las flores y frutas como para un concierto de rock, como para caramelos. Entonces, no hay no es que un tipo de ilustración se pega. Obviamente habrá un tipo de ilustración oscura, mortuoria, eh de heavy metal que capaz no pegue con todo. Entonces, la inteligencia del diseñador lo que se hace es entender que tal contexto puede ser desfavorable para ciertas cosas y lo descarta. Entonces, de un buen ilustrador tiene la capacidad de adaptarse a varias cosas. No sé si ubicas a Alberto Mont. Él era un ex socio mío, que es ahora muy famoso en todo el mundo. Ha publicado unos 200 libros de ilustración. Eh, él es quiteño chileno, es mitad. Y con él trabajó en mi estudio. Con él hemos hecho cosas para temas culturales, para temas de rock, para temas malvados, para temas oscuros. O sea, el ilustrador tiene que entender la manera de

o como lo quiera mostrar, es más como qué hay detrás o cómo construyó ese concepto detrás de, digamos, no sé, a mí me pasó desde mi lado personal. Yo soy diseñadora gráfica, o sea, yo no soy como publicista, yo llegué a la publicidad hace como 6, 7 años y antes como que trabajé como 3 años en solo ilustración, eh haciendo todo tipo de ilustración, collage, el que tú quieras. Y me encantaba y yo decía, "Ay, no, nunca había pensado lograr hacer esto tan hermoso, la verdad.

Entonces, creo que más allá de la línea gráfica, pues de ilustración, creo que ya eso es un tema más de dirección de arte de cómo quiero que se vea la campaña, quiero darle este look and feel, quiero que sea o ilustración muy infantil o supervectorial o, superhiperrealista. Ya como que es depende de cómo yo quiera llevar la dirección de arte de esa campaña, pero creo que lo importante es como la historia que me cuenta detrás o el objetivo que queremos lograr.

festivales de música más grandes, porque ahí tú te das cuenta como que es lo que se está moviendo. Pero también igualmente no hay solo una opción, se puede trabajar fácilmente con el estilo de ilustración que te sientas más cómoda y domines mejor, a su vez tendría en cuenta el fin del trabajo, para en base a eso poder discutir y elegir la mejor. No olvidar que esta decisión también depende más desde el concepto que se busque transmitir y los objetivos a lograr.

adaptarse porque no es que hay un tipo de ilustración que sirva para todo.

Análisis e interpretación

En conclusión, aunque los recursos visuales como el color, el contraste o el estilo son importantes para captar la atención, se debe considerar el concepto que se quiere transmitir es decir la intención detrás del diseño lo que genera una conexión significativa y duradera con el público. El estilo de ilustración que se recomienda usar no es específico ya que cada vez cambian las tendencias, por ello más allá de aplicar un estilo como tal se deben considerar otros factores.

6. ¿Qué errores comunes se deberían evitar al diseñar para adolescentes?

Tabla 50. *Pregunta 6 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.*

Pablo Iturralde	Natalia Castro	Valentina Acevedo León
El primero sería la percepción personal, porque el diseñador dice, - a mí esto me funciona, pero tal vez la otra persona no-. Entonces, en el orden de la educación del diseño, las primeras cosas que se enseñan son la percepción. La manera en la que la gente percibe las cosas Y ahí entran los abstractos y los concretos, o sea, yo digo vaso o taza, o digo encendedor, o digo lápiz, son cosas puntuales, pero si yo quiero dar un abstracto, estoy dando eh ya no tengo que dibujar. Por eso este ejercicio de llevar a la vida real a los abstractos desde la gráfica, es un ejercicio muy	Yo creo que obviar o generalizar también, que en esa tarea que viene los últimos años de estudiar qué es lo que están buscando los jóvenes, como que también se generaliza porque existen mucho tipo de jóvenes. Creo que de hecho ese es el reto y es interesante que cada joven ahora viene cargado de cosas distintas o cada nicho o son más los nichos son más pequeños porque creo que los jóvenes están tratando de luchar por eso, por encontrar su propia voz o su propia personalidad y no caer como en este consumismo o en estas tendencias	Eso que te decía como pues digamos eh vamos a hacer algo. En este momento, por ejemplo, como un proyecto académico, yo estoy haciendo una especie de oráculo con la cosmogonía andina, que es Perú, Colombia, todo esto. Entonces, lo que te decía, hay una riqueza visual tradicional y ancestral maravillosa, pero como no recrearlo, no traerlo en libros sino en atractivos visualmente a través de eso que te mencionaba como tendencias, adaptarlo a las técnicas digitales y todo eso. Entonces, como creo que el error sería como

importante para poder entender los contextos de gente que no entiende. En la vida real el diseñador tiene que enfrentarse a un tema más mental, más de comunicación real.	o en dejarse llevar por un estilo, una moda como pasa mucha muchos años anteriores que era como más fácil eh ah, yo quiero ser como mi vecino, yo quiero encajar en ese grupo o esto. Ahorita como que el carácter de los jóvenes es admirable también por eso porque tiene un carácter y quieren ser su propia voz y dicen no me importa si estoy yo solo en este camino, pero a mí me gusta hacer así, me gusta esta música y si hoy me quiero vestir de esta forma y mañana me quiero vestir de esta otra forma, nada me eh define eh y es un reto, es un reto. Creo que para la industria ha sido todo un rato es ese nicho como tal, joven, pero también es interesante.	caer en esas ideas o en lo que ya conocemos sin renovarlo.
---	---	--

Análisis e interpretación

En conclusión, al diseñar para adolescentes es fundamental evitar errores como asumir que todos piensan igual, recurrir a clichés o soluciones superficiales, y presentar contenidos tradicionales sin reinterpretarlos. En cambio, el diseño debe partir de una comprensión real de su diversidad, traducir conceptos de manera auténtica y adaptar los lenguajes visuales a códigos contemporáneos que conecten con sus intereses y formas de percibir.

7. ¿Qué tipo de material gráfico consideraría para comunicar historia cultural a adolescentes?

Tabla 51. Pregunta 7 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.

Pablo Iturralde	Natalia Castro	Valentina Acevedo León
------------------------	-----------------------	-------------------------------

Como formatos gráficos cualquiera, si ilustración, fotografía, collage, eso no importaría mucho. Es que temas culturales es un contexto como tan abierto. En este caso sería eh fiestas culturales, algo propio de una ciudad. Sería el elemento que representa esa fiesta, por ejemplo, si dijera ahorita el eh la diablada de Píllaro. Ya, eso es una fiesta cultural, pero su elemento es el diablo. Y si pongo en la fiesta de flores y frutas, una flor y una fruta, la gente va a pensar que es una florería o una frutería. Ya. Entonces, tengo que poner el elemento que le diferencia, que es la cultura. Entonces, pongo la gráfica de este año de la fiesta de flores y frutas. No es que todos los años tengan que poner flores y frutas, porque además no se venden ni se ven flores y frutas. Creo que en el desfile van los carros con flores y frutas. Pero no es ese el tema de la fiesta. las flores y frutas ya cansan. A mí la comunicación que más me funciona es la personal. Hacer un buen cartel que sostenga la idea, pero es hablar. Ya, entonces tal vez entender los medios, generar un video que explique qué es y también las diferencias. Porque para mí lo más importante es que el Festival de Fiestas de Flores y Frutas o el Festival de la Fiesta de Flores y de las Frutas tenga una presencia. Entonces, yo hablaría de esa presencia.

Yo creo que en esa misma construcción de la nostalgia y de las cosas análogas, creo que el tema de serigrafías, de todo este tema como más de texturas, como que se vuelve casi que una pieza artística o como que conecto porque hay un material, un papel, unos colores Eh, no es como el flyer que imprimes como por millones y millones y millones. Es algo que hasta de pronto sí es una publicidad, pero es tan linda o es tan chévere o es tan esto que la quiero pegar en mi cuarto o la quiero tener por ahí. De hecho, yo tengo yo en por acá en los museos uno va por ahí o en los cafecitos y le entregan a uno, no sé, cualquier bobada de y uno y yo las guardo solamente porque son lindas, algo lindo, quiero tenerlo, me gusta porque y es gratis. No tengo que comprar los libros, no tengo que comprar revistas, porque al final uno pues desde la dirección de arte a veces busca rodearse de cosas que tú veas y como que te inspiren.

El material impreso nunca va a ser reemplazado, creo que es muy necesario. Pero algo que sí hay que tener presente es la adaptación, o sea, a la hora de que vas a escoger, por decir, una programación de un festival como que el formato esté pensado para adaptarse también a digital. Porque a veces son unas programaciones de eventos larguísimas y ya digamos cuando vas a hacer el PDF o lo ves a en historias. Entonces creo que más que el tipo de piezas como tales se debe pensar en que el material esté pensado para que funcione para ambos medios. Entonces es como decir, vas a hacer una programación impresa, probablemente no es que te vayas a inventar otro tipo de libro, sino como tengo una programación vertical que me sirve para hacer un PDF que se pueda ver en pantalla completa en el celular, que también voy a poder publicar en historias y dejarlo en historias destacadas mientras dura el festival para que la gente lo pueda ver. Entonces es más que todo como pensar en eso. Por decir en la segunda página tengo el mapa del evento, pero cuando lo pasa a digital se le puede hacer zoom, se puede ir al ícono de cada lugar, algo así como pensarlo más que como innovar como de inventarse otro impreso o con otro tipo de plegado, es como acompañarlo, como extender esa esa

experiencia. De pronto también la realidad aumentada o ampliar la información con QR.

Análisis e interpretación

Se puede decir que no existe un único material gráfico más efectivo para comunicar contenido cultural, ya que su impacto depende del concepto y del contexto que se quiera transmitir. Sin embargo, las opiniones coinciden en que lo fundamental es construir un mensaje claro y significativo, apoyado en símbolos adecuados y una identidad coherente. Sumado a la importancia de generar piezas cuidadas y memorables especialmente en formatos análogos y, al mismo tiempo, diseñar propuestas versátiles que puedan adaptarse y complementarse con lo digital para ampliar su alcance y experiencia.

8. Desde su experiencia, ¿cómo se puede transmitir el valor de una tradición cultural a través del diseño?

Tabla 52. Pregunta 8 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.

Pablo Iturralde	Natalia Castro	Valentina Acevedo León
Todas las tradiciones culturales tienen sus elementos. Por ejemplo, la tradición cultural de la fiesta de muertos en México tiene un contexto. Cuando ellos hablan de eso, ¿qué muestran? Muertos, calaveras. Con el papel picado mexicano que cuelgan en las fiestas. O con las flores amarillas del nopal. Es decir, cada uno su contexto. Por eso ahí sería bueno saber cuál es el contexto de la fiesta de flores y frutas, que si son solo flores y frutas fácilmente se confunde con un mercado.	Yo creo los íconos, colores y yo a aquí en Londres como que siento que el diseño es como mucho más por temas de tiempo la gente explora más. Y ha sido bien lindo y bonito ver como existen otras cosas. A veces en siento que la cultura publicitaria latinoamericana es en rapidez, rapidez, rapidez como que no hay tiempo y todo tiene que ser rápido, tienes que resolver y en ese afán de resolver y en ese pierdes o te pierdes en tendencias y terminas pareciéndote a cosas porque tú quieres ir a la	Bueno, no sé si de pronto viste hace poquito una marca la marca que se creó de la Amazonía de Brasil. Pues me parece que eso es un ejemplo muy claro que es como desde una forma visual interesante rescatar completamente lo que te digo, o sea, esa riqueza cultural natural está, es buscar la forma como de traerla, resaltarla y por ejemplo en este en este tiempo de inteligencia artificial como destacar como esos trabajos artísticos, el toque que le da el factor humano a cada cosa con ese proceso de pensamiento.

fija, entonces encuentras una referencia que es superlinda, entonces no la haces igual, pero te referencias y vas por ese camino. Acá siento que la gente explora más, entonces es como ¿cómo resignificó una tradición sin perder la tradición, pero desde el lado de diseño, entonces cómo puedo, no sé, crear nuevos símbolos o crear nuevas formas o tipografías o tratamientos del papel o tratamientos de tipografías que no me desligue de eso, pero es como la evolución del diseño y creo que es eso, es como mantener colores, símbolos, no tienes que ser porque ah entonces es una tradición o es algo cultural, entonces tienes que parecer viejo. Es como que no, tú puedes a veces uno acaba de cosas como supermodernas, pero está hablándome de algo como un poco más de tradiciones o cosas, pero evolucionando el color, los colores son o más vibrantes o demás, pero mantiene íconos, íconos, eh símbolos que me llevan y me hacen pensar en esa tradición.

Análisis e interpretación

Para abordar la pregunta, el primer entrevistado menciona que se debe empezar desde el contexto del tema a tratar antes de pensar en los elementos visual, entender el significado, y saber que la fiesta de la fruta integra más elementos además de las flores y frutas. En el segundo caso se sugiere a nivel de Latinoamérica en el diseño todavía hace falta experimentar con formatos, materiales diferentes que puedan proponer algo nuevo, en el caso cultural se puede mostrar un tema histórico mediante una composición actual y sin perder la esencia. Y finalmente la tercer entrevistada menciona la importancia de traducir la esencia de un lugar, cultura mediante el uso de formatos que sean del gusto de los más jóvenes ya que es diferente la

aceptación entre un libro de enciclopedia hacia una infografía. Por ello se puede decir que para transmitir el valor de una tradición cultural se tiene que tener claro el contexto, la exploración de materiales y formatos para adaptarlos al público y sean bien recibidos.

9. ¿Qué tan importante es adaptar el lenguaje visual cuando se comunica sobre patrimonio cultural a las nuevas generaciones?

Tabla 53. *Pregunta 9 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.*

Pablo Iturralde	Natalia Castro	Valentina Acevedo León
Todas las tradiciones culturales tienen sus elementos. Por ejemplo, la tradición cultural de la fiesta de muertos en México tiene un contexto. Cuando ellos hablan de eso, ¿qué muestran? Muertos, calaveras. Con el papel picado mexicano que cuelgan en las fiestas. O con las flores amarillas del nopal. Es decir, cada uno su contexto. Por eso ahí sería bueno saber cuál es el contexto de la fiesta de flores y frutas, que si son solo flores y frutas fácilmente se confunde con un mercado. Listo. ¿Qué tan importante es adaptar el lenguaje visual cuando se comunica el patrimonio cultural a las nuevas generaciones? Del mismo modo, o sea, si el patrimonio cultural, por ejemplo, digo, yo trabajo mucho con el patrimonio cultural de Quito, eh porque trabajo ahorita en el municipio y he trabajado mucho con esto, el patrimonio	No perder cómo evoluciona sin perder la esencia. Entonces es ¿Cómo conectas o cómo haces que no se pierdan esas tradiciones? Pues como es un nuevo lenguaje, pero al final debería tener como esa misma esencia o ese mismo esa misma definición. Creo que es con todo, con los colores, con el lenguaje, y como que al final le estás diciendo que estás hablando de una tradición, o sea, como que es tú puedes ver el mismo resultado con diferentes caminos. Entonces, esta parte visual es para personas adultas, para niños y para jóvenes. Pero que el resultado siempre va a ser el mismo, o sea, como la definición o lo que estás hablando es lo mismo.	Mucho es lo que te decía, pues como tú puedes encontrar la misma información en una enciclopedia que en una infografía interactiva. Por ejemplo, el caso de Pictoline como que es superagradable, tú lo compartes, aprendes mientras que de pronto otros como que no te llamen tanto la atención, más cuando se habla de contenidos históricos y culturales que tienen grandes cantidades de texto al ayudarse no solo de un lenguaje más fácil de entender sino que acompañado de a ilustración se pueden pasmar situaciones complejas de forma mas digerible.

cultural de Quito es bien amplio. Ya ahí tenemos las iglesias, tenemos la presencia de los Quitucaras, de los Chiris, la alianza con los Incas cuando se casó no sé quién con no sé quién. Tenemos la parte de nuestra tradición cultural es que llegaron los españoles y nos masacraron a todos. Entonces, de entender, primero es un tema cultural, por eso hay una frase que dijo la ah la curadora de arte y arquitectura del MoMA del Museo de Arte Moderno de Nueva York, que ella hablaba de que la profesión del diseño gráfico es lo más cercano a la filosofía, porque el diseñador para solucionar un problema del día a día tiene que dominar el contexto. Ahora, eso por eso te digo, yo hago una gran diferencia entre publicidad y diseño, porque en la publicidad como se trata de vender, yo puedo poner cualquier contexto. Si ahorita digo, ah, hagamos de la fiesta flores y frutas, hagamos una flor digital loquísima y ese es el elemento. Entonces la gente ve y le engancha porque tiene una forma en la que se atrae, pero no ha explicado el contexto. ¿Y qué es la fiesta de flores y frutas? ¿Y por qué se llama flores y frutas? Creo que Ambato nunca ha hecho el ejercicio de explicar por qué tiene este nombre. Lo que se necesita es el contexto y el contexto normalmente es el que más tiempo toma y es por qué un diseñador cobra caro, o sea, una agencia cobra 1000 y el diseñador

cobra 15 000 porque necesita esos 14 000 para entender el contexto. Pues la única manera de que una gráfica funcione al 100% es entendiendo todo.

Análisis e interpretación

Se puede decir que el primer entrevistado mantiene el enfoque en conocer de raíz el contexto del tema para poder posteriormente usar el diseño y obtener un resultado acorde al tema, sin alterarlo y con valor cultural. De acuerdo a esto la segunda entrevistada tiene comparte la idea y también agrega que el mensaje y la identidad cultural deben ir de la mano en el lenguaje visual y finalmente la tercera entrevista menciona que se puede encontrar la misma información en una enciclopedia y en una infografía, pero el impacto será diferente ya que al ser un medio más corto y con la información sintetizada acompañada de gráfico logra que el público aprenda y entienda el tema.

10. ¿Qué medios usaría para la difusión de material gráfico para adolescentes?

Tabla 54. Pregunta 10 – Encuesta realizada a especialistas en dirección de arte.

Pablo Iturralde	Natalia Castro	Valentina Acevedo León
Los medios audiovisuales en el internet. Los medios gráficos para sustentar, los medios audiovisuales y ahí se estructura, por eso te digo, si es que ahorita el contexto de, por ejemplo, de las fiestas de flores y frutas fuera uno muy racional, digamos, dejemos de jugar y pensemos en una Ambato sólido en un futuro. Entonces, digamos que me hablan de eso, a mí se me convierten en tipografías sólidas, en	Yo estoy ahorita como en una lucha de lo digital y lo análogo no sé, tengo como el presentimiento de que lo digital está pasando un poco de moda, o sea, sabemos que, obviamente, es la evolución, que hacia allá todo es lo masivo y demás, pero dentro de todo eso masivo, pues ya todo es masivo, entonces como que la gente tampoco cree mucho ya es pasajero. Porque hay tanto contenido digital y tantas pautas y tantas	Bueno, lo que te decía como infografías, por creo que es que es bastante ganador como el material interactivo y el material audiovisual. Porque creo que, pues sí, sobre todo como generaciones más recientes como que su atención, o sea, su atención y su nivel de profundización de primera no es no es tanto, o sea, como que sí puedes indagar en un tema y sobre todo porque el conocimiento está ahí,

colores sólidos porque si lo veo algo muy fluido no es malo, pero es otro contexto.	<p>influencers hablando de lo mismo y de lo mismo que creo que eso ya como que no conecta. Creo que también es interesante para nosotros los gráficos donde todo ahora es digital ¿Cómo de pronto puedo llevar y cómo puedo salir de este espacio de este computador? ¿Cómo me puedo llevar experiencias afuera? ¿Cómo puedo conectar con la gente real que está fuera? Creo que importante ahorita el contacto humano, creo que puedes conectar más desde ahí que por una súper TV de comercial, impactante de al final los comerciales impactantes nos impactan a la gente en la publicidad. Porque se vuelve más más memorable también, conectas más, deja de ser masivo. Es eso, es que ahorita ellos no quieren ser un objetivo, ellos pertenecer a algo. Entonces decirle como que la fiesta es esto y quiero que tú seas parte de esto. Y tú eres importante por estar acá, o sea, tú también haces parte de eso, es como cómo te involucro en esta historia de patrimonio como siempre por así decirlo.</p>	pero te tiene como que atrapar primero. Entonces, como esos esos ganchos y esa como esa capacidad de síntesis en la comunicación, porque esa ese es otro tema como un tema denso volverlo muy fácil de transmitir. O sea, esa capacidad de síntesis a la hora de comunicar. O sea, más digerible, lenguaje cotidiano.
---	---	---

Análisis e interpretación

El primer entrevistado menciona que los medios audiovisuales son de gran impacto para compartir temas culturales pero los materiales gráficos estructuran y refuerzan el mensaje, pero no funcionan por separado uno se ayuda del otro para llegar a conectar con el público. Por otra parte, la segunda entrevistada menciona que al estar actualmente saturados de contenido digital su impacto cambia, desde su experiencia menciona que el impreso hoy en día no solo debe ofrecer información sino ir más allá al ofrecer algo que invite al público a guardarlo, atesorarlo y quiera tenerlo.

Finalmente, las infografías interactivas son una manera de llegar al público y son efectivas para la comprensión de un tema debido a que los más jóvenes tienden a darle una atención más breve a todo lo que consumen.

Conclusiones de los directores de arte

Al conocer las opiniones de los entrevistados en base a estrategias de comunicación, diseño y contenido cultural se puede decir que lo principal antes de desarrollar y visualizar una propuesta es conocer a fondo el contexto histórico para poder dar una solución gráfica acertada que no se desvíe de la esencia y sentido que conlleva la fiesta cultural. Entre o que se puede concluir están:

- Hacer una investigación de campo para entender el tema a abordar.
- Buscar un lenguaje y adaptación del contenido para que sea fácil, claro y rápido de comprender.
- El estilo de ilustración es libre y no necesariamente existe solo una opción todo depende del diseñador y lo que busque transmitir.
- El material impreso tiene la posibilidad de conectar directamente con el público y tiene la posibilidad de convertirse en una pieza de colección e interacción.
- Para construir la narrativa se debe apelar hacia los sentimientos y emociones con la nostalgia para llegar a conectar la historia con el público.
- al momento de tomar decisiones gráficas es importante no dejarse llevar por el criterio personal sino mas bien tomar en cuenta los gustos e intereses del público.

Encuesta dirigida a los adolescentes de la ciudad de Ambato.

1. ¿A cuál de estos eventos durante la Fiesta de la Fruta y de las Flores has asistido con mayor frecuencia?

Tabla 55. Pregunta 1- Encuesta a adolescentes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desfiles	209	53,5%
Elección de la Reina de Ambato	15	3,8%
Bendición de las Flores, Frutas y Pan	12	3,1%
Eventos musicales	84	21,5%
Circuito de las Flores	51	13%
Festival del folclor	20	5,1%

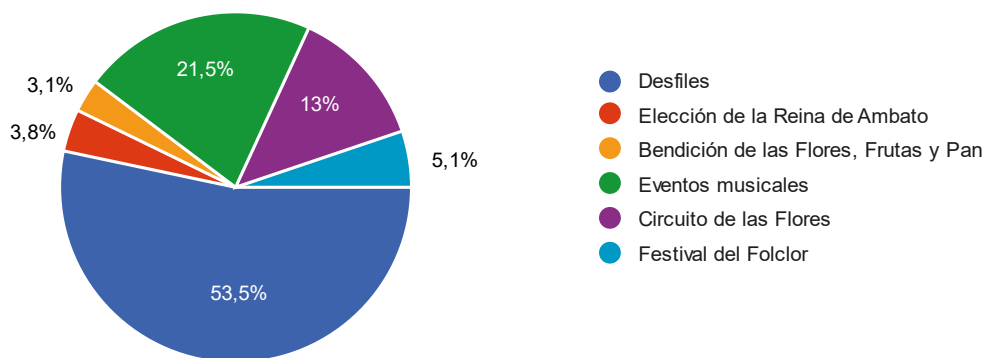


Gráfico 6. Tabulación pregunta 1

Fuente: Elaboración propia

Análisis

La gráfica expresa que el mayor evento al que asisten los adolescentes encuestados son los desfiles con un 53,5% siendo más de la mitad del porcentaje total, seguido de esto el segundo evento más frecuentado son los eventos musicales con un 21,5%, mientras que el 13% elige el circuito de las flores, el 5,1% asiste al festival del folclor, a la elección de la reina de Ambato acude el 3,8% y finalmente con solo 3,1% los adolescentes asisten a la bendición de las flores, frutas y pan.

Interpretación

Ante esto se puede decir que los adolescentes prefieren asistir a eventos sociales con un 75% mientras que solo el 25% de los encuestados prefieren los eventos culturales que son parte fundamental del patrimonio y tradición de la fiesta, de ahí la importancia de incentivar y hacerlos parte esencial de la fiesta.

2. ¿Cuál de estos aspectos conoces sobre el origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores?

Tabla 56. *Pregunta 2- Entrevista a adolescentes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Historia del terremoto de 1949	228	58,3%
Reconstrucción de la ciudad	39	8,4%
Primeras ferias agrarias, frutícolas, florícolas e industriales	32	8,2%
Hechos políticos y sociales	62	15,9%
Primeros eventos que se realizaban	30	7,7%

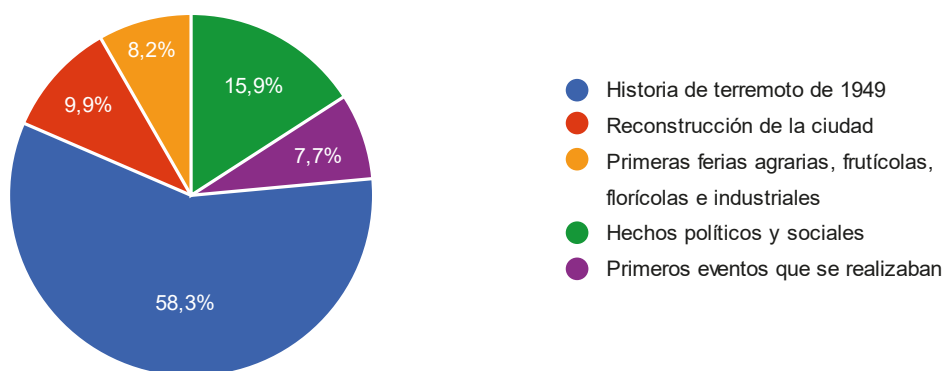


Gráfico 7. Tabulación pregunta 2

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Los resultados muestran que el tema que más tienen conocimiento los encuestados es la historia del terremoto de 1949 con el 58,3%, el segundo aspecto que más conocen los adolescentes son hechos políticos y sociales con el 15,9%, el 8,4% se encuentra la reconstrucción de la ciudad, mientras que el 8,2% son las primeras ferias agrarias, frutícolas, florícolas e industriales y el 7,7% conoce los primeros eventos de la fiesta.

Interpretación

En base a esto más de la mitad de los encuestados tienen noción de que un terremoto fue parte importante para el origen de la fiesta mientras que el resto en menores porcentajes conoce de aspectos sociales, culturales y políticos de la fiesta

3. ¿Qué elemento representan más para ti la Fiesta de la Fruta y de las Flores?

Tabla 57. *Pregunta 3 – Entrevista a adolescentes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Flores y frutas de Ambato	233	59,6%
Pan de Ambato	11	2,8%
Música	65	16,6%
Danza	44	11,3%
Gastronomía	14	3,6%
Arte pictórico	24	6,1%

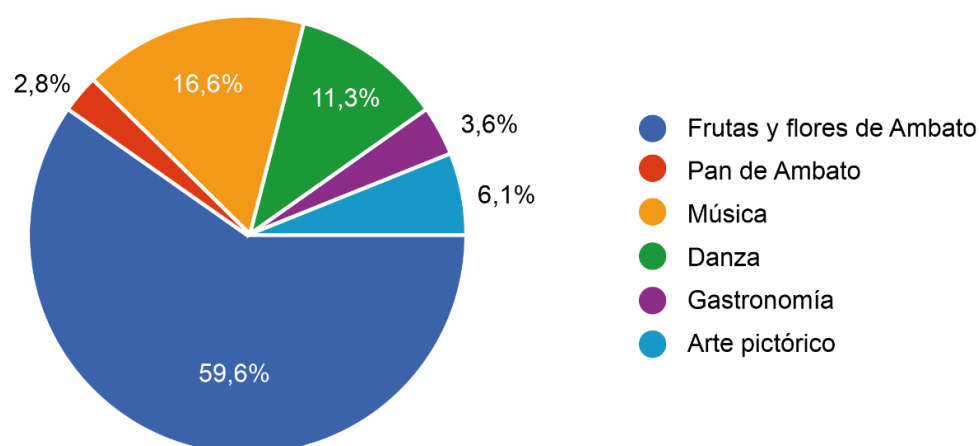


Gráfico 8. Tabulación pregunta 3

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Los datos expresan que para los adolescentes los elementos más representativos son las flores y frutas con un 59,6%, seguido de la música con un 16,6%, el 11,3% menciona la danza, el arte pictórico con un 6,1%, la gastronomía el 3,6% y el 2,8% menciona que es el pan de Ambato.

Interpretación

A partir de lo mencionado se deduce que más de la mitad del porcentaje encuestado expresa que las flores y frutas son lo que identifica a la fiesta, esto sumado por el mismo nombre que lleva la fiesta.

4. ¿En tu entorno, qué te motivo a conocer sobre el origen de la Fiesta de la Fruta?

Tabla 58. *Pregunta 4 - Encuesta a adolescentes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Escuela/colegio	144	36,8%
Familia	137	35%
Libros	15	3,8%
Redes sociales	74	18,9%

Amigos	21	5,4%
--------	----	------

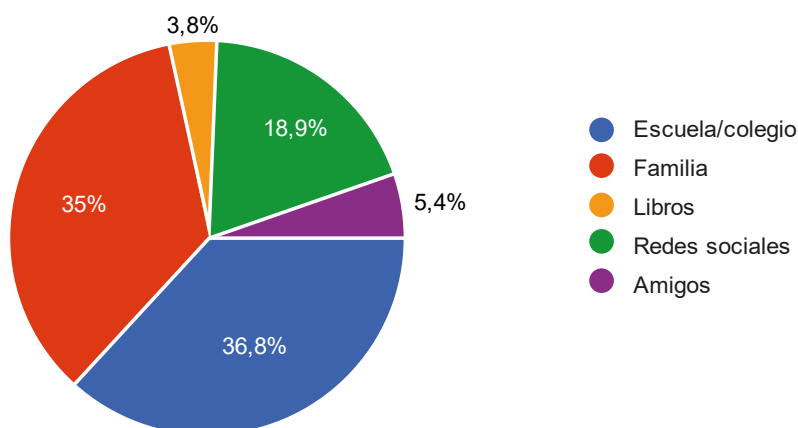


Gráfico 9. Tabulación pregunta 4

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Los resultados obtenidos muestran que el entorno donde la mayoría de los encuestados se motivó más a conocer sobre la fiesta es la escuela y colegio con el 36,8%, muy seguido del 35% que corresponde al entorno familiar, mientras que el 18,9% corresponde a las redes sociales, el 5,4% son los amigos y finalmente con el 3,8% están los libros.

Interpretación

Se puede concluir que la academia y la familia son las principales motivaciones para que los adolescentes conozcan sobre la fiesta representando el 71,8% de la población encuestada y mientras que solo el 3% acude a libros para entender la fiesta.

5. ¿Qué características hacen que un contenido gráfico sea atractivo para ti?

Tabla 59. Pregunta 5 - Encuesta a adolescentes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Uso de colores llamativos	160	40,9%
Contenido claro y fácil de entender	110	28,1%

Presencia de ilustraciones	88	22,5%
Cuenta una historia	33	8,4%

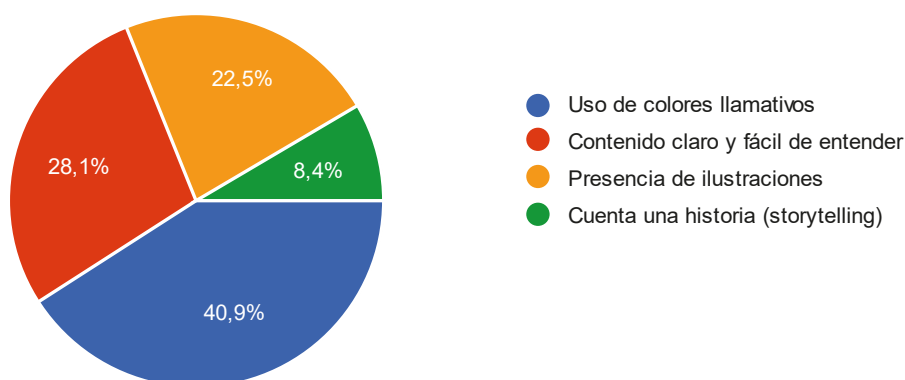


Gráfico 10. Tabulación pregunta 5

Fuente: Elaboración propia

Análisis

La mayor parte de los adolescentes encuestados menciona que el uso de colores llamativos es la característica más importante para que un contenido sea atractivo con el 40,9%, mientras que el 28,1% prefiere que el contenido sea claro y fácil de entender, el 22,5% elige la presencia de ilustraciones y para el 8,4% es importante que cuente una historia usando el storytelling.

Interpretación

Se puede decir que para la propuesta del material gráfico se sugiere usar colores llamativos que capten la atención del público, pero también que la información sea concisa, con un lenguaje fácil de entender y que cuente una historia detrás de toda la información expuesta.

6. ¿Qué tipo de información te gustaría conocer sobre el origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores?

Tabla 60. Pregunta 6 - Encuesta a adolescentes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
----------	------------	------------

Datos históricos	52	13,3%
Datos, curiosidades interesantes de su origen	212	54,2%
Significado del origen de la fiesta	46	11,8%
Cómo y quiénes crearon la fiesta	49	12,5%
Eventos que se realizaban	32	8,2%

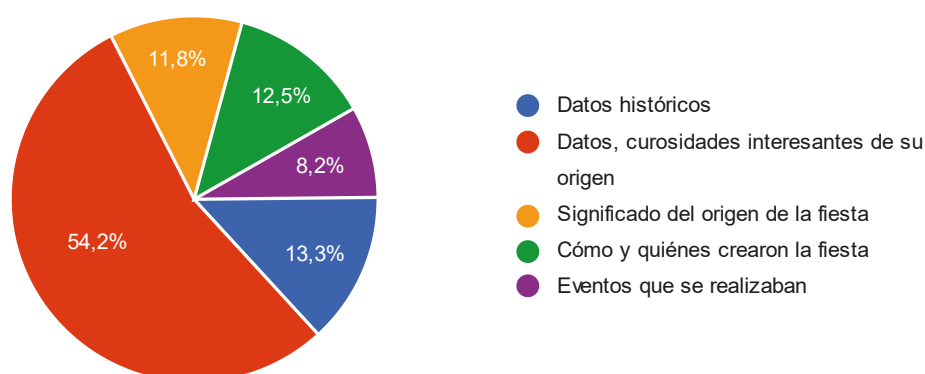


Gráfico 11. Tabulación pregunta 6

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Los resultados expresan que la información que más les gustaría conocer sobre la fiesta son datos, curiosidades interesantes de su origen 54,2%, el 13,3% corresponde a datos históricos, seguido del 12,5% que mencionan el interés por cómo y quiénes crearon la fiesta, el 11,8, corresponde al significado del origen de la fiesta y al 8,2% les gustaría conocer sobre los primeros eventos que se realizaban.

Interpretación

Ante esto, los adolescentes buscan conocer sobre el origen de la fiesta, datos que casi no se mencionan, pero permanecen en los archivos que sin duda al darlos a conocer al público fortalecería el sentido de pertenencia y la ambateñidad.

7. ¿Cuáles de estos materiales impresos te atrae más para leerlo?

Tabla 61. Pregunta 7 - Encuesta a adolescentes

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Afiches	25	6,4%
Folletos	46	11,8%
Infografías (plegable, recortable)	95	24,3%
Flyers	54	13,8%
Revista juvenil	171	43,7%

Gráfico 12. Tabulación pregunta 7

Fuente: Elaboración propia

Análisis

La gráfica muestra que el 43,7% de los adolescentes encuestados refiere las revistas juveniles para leer, seguido del 24,3% que prefiere las infografías, en tercer lugar, están los flyers creativos con el 13,8%, los folletos son elegidos por el 11,8% y al 6,4% le atraen los afiches para acceder a contenido editorial.

Interpretación

En base a los resultados se puede decir que los adolescentes se sienten atraídos por formatos que están pensados para su edad, donde el contenido no solo se presenta más sencillo, sino que con un lenguaje y narrativa visual que los entretiene, siendo las revistas juveniles una de ellas, por otro lado prefieren las infografías ya que presentan gráficos y la información esta sintetizada además de su fácil manejo.

8. ¿En dónde te gustaría recibir el material gráfico sobre la historia del origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores?

Tabla 62. Pregunta 8 - Encuesta a adolescentes

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Eventos de la fiesta	173	44,2%
Espacios culturales	149	38,1%

Escuelas/ colegios	35	9%
Centros comerciales	34	8,7%

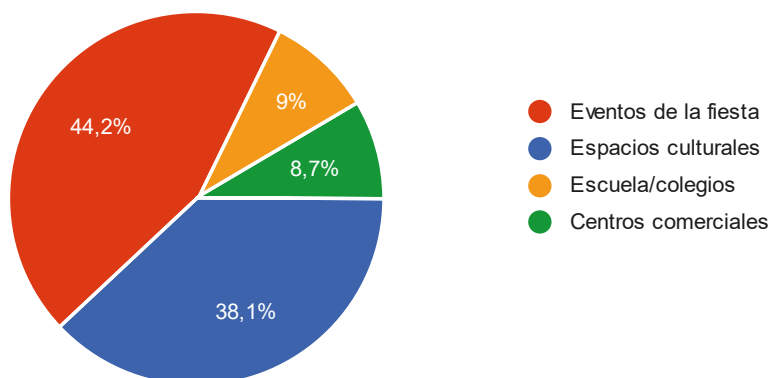


Gráfico 13. Tabulación pregunta 8

Fuente: Elaboración propia

Análisis

En base a los resultados de los encuestados el 44,2% prefiere recibir el material gráfico en eventos de la fiesta, el 38,1% en espacios culturales, el 9% en escuelas y colegios y el 8,7% en centros comerciales.

Interpretación

Por ello se deduce que los espacios públicos y principalmente los lugares donde se desarrollan diferentes eventos de la fiesta son los lugares donde a los adolescentes les gustaría recibir el material, esto no solo permite que en los días de la fiesta los jóvenes sientan más interés en conocer sobre la fiesta, sino que también se pueden aprovechar específicamente los programas que están dirigidos para el público adolescente en donde además las escuelas y colegios son participes.

9. ¿Por qué crees que los adolescentes le dan poca atención al material gráfico presentado en revistas, libros o periódicos?

Tabla 63. Pregunta 9 – Encuesta a adolescentes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No es muy atractivo visualmente	106	27,1%
Tiene demasiado texto	190	48,6%
Presenta un lenguaje que no está adaptado para adolescentes	95	24,3%

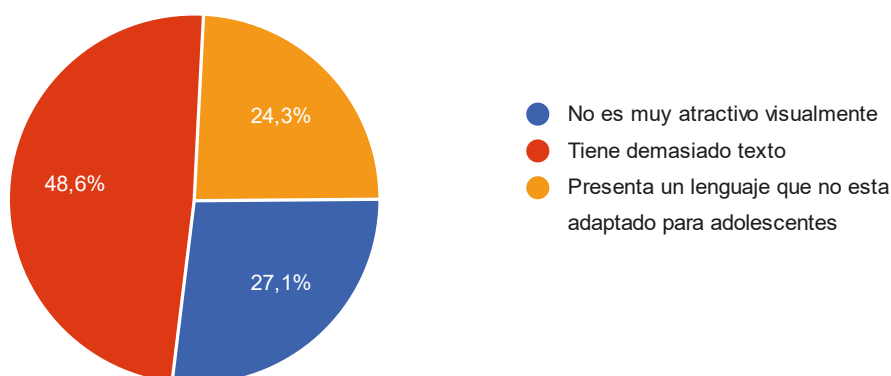


Gráfico 14. Tabulación pregunta 9

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Los resultados expresan que los adolescentes encuestados le dan poca importancia al material que contiene demasiado texto con el 48,6%, seguido de esto el 27,1% destaca que la razón es porque no es atractivo visualmente y el 24,3% muestra que es por presentarse en un lenguaje que no está adaptado para adolescentes.

Interpretación

Por ello es importante considerar que el material gráfico no debe contener mucho texto para que el adolescente no se aburra o pierdan interés, sumado a ello el uso de ilustraciones y colores fuerte permitirá que el material sea atractivo visualmente al contener no solo texto y se puede sugerir el uso de un lenguaje fácil de entender y sin hacer uso de términos que sean complidos de entender por parte del público.

10. ¿A través de qué redes sociales te gustaría recibir información sobre la historia del origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores?

Tabla 64. *Pregunta 9 – Encuesta a adolescentes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	41	10,5%
Instagram	157	40,2%
Tik Tok	170	43,5%
WhatsApp	13	3,3%
Theads	0	0%
X	10	2,6%

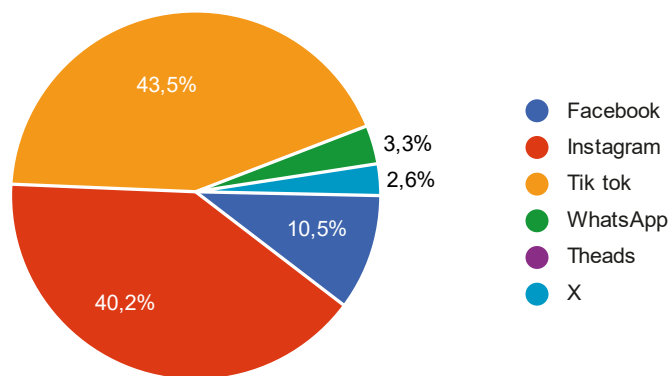


Gráfico 15. Tabulación pregunta 10

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Los datos muestran que la red social más usada por los adolescentes encuestados es Tik Tok con un 43,5%, seguido de Instagram con el 40,2%, el 10,5% es Facebook, el 3,3% es WhatsApp, el 2,6% es X y el 0% en Theads, concluyendo que Tik Tok e Instagram son los más usados por los adolescentes.

Interpretación

Se puede decir que las redes más usadas son Tik Tok e Instagram por lo que para el material gráfico estas redes serían tomadas en consideración ya que ahí se encuentra el público encuestado y se complementaría la difusión del material para que no solo sea físico sino también este adaptado hacia lo digital.

11. ¿Cuál de estos estilos de ilustración te parece más atractivo cuando se trata de abordar festividades como la Fiesta de la Fruta y de las Flores?

Tabla 65. *Pregunta 9 – Encuesta a adolescentes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Opción 1	106	27,1%
		
Opción 2	207	53,1%
		
Opción 3	78	24,3%
		

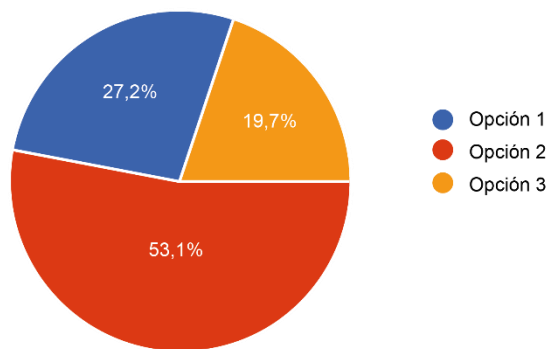


Gráfico 16. Tabulación pregunta 11

Fuente: Elaboración propia

Análisis

En cuanto a los estilos de ilustración los adolescentes encuestados prefieren la opción 2 con el 53,1%, en segundo lugar, está la opción 1 con el 27,2% y finalmente solo el 19,7% elige la tercera opción como el mejor estilo para abordar la Fiesta de la Fruta y de las Flores.

Interpretación

Ante los resultados se deduce que el estilo de ilustración más elegido por lo encuestado se refiere al flat design, por sus rasgos naturales y la posibilidad de sintetizar con trazos más complejo, en cuanto a la opción 2 el estilo comic toma también acogida esto debido a que está presente el comics, anime y revistas que son del gusto del público.

Análisis de Estudios de caso

Tabla 66. *Estudios de casos*

Material gráfico	Institución	Formatos	Tipografía	Cromática	Imágenes	Lenguaje	Contenido
	Fundación Carnaval de Barranquilla, Alcaldía de Barranquilla, Grupo Bancolombia y UNESCO	Guías pedagógicas para estudiantes y docentes de los colegios, folletos ilustrados, afiches y cartillas didácticas.	La aplicación tipográfica en todo el material es Sans Serif en títulos y cuerpos de texto con la finalidad de que sea fácil de comprender para los niños.	 El material presenta una gama de colores calidad y festiva, vivos y contrastes fuertes reflejando la alegría, energía y diversidad del carnaval y a su vez contribuye a una mejor conexión con los niños.	Las ilustraciones son estilo cartton/ caricatura, con personajes característicos del carnaval. Destacan por su sencillez, pero al mismo tiempo maneja un estilo muy usado en diferentes ediciones del carnaval.	Maneja un lenguaje cercano, divertido y en ciertos casos humorístico mediante la combinación de ilustración y texto, la historia se transmite de manera clara y corta sin demasiado datos que curiosos y	Presenta la la historia del origen y evolución del carnaval, explicación de cada personaje representativo de la festividad y las diferentes danzas que se celebran, así como eventos que están ligados a la

							dando protagonismo a las ilustraciones.	fiesta y valores culturales.
	Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores. Ambato - Ecuador	Es un pasaporte, estilo folleto distribuido de manera física y digital.	Presenta en su mayoría tipografía de estilo Sans Serif, pero a su vez hace uso de tipografía script para destacar ciertas frases del contenido.	Hace uso de colores cálidos, resaltan colores como el rojo, amarillo y verde característicos de los elementos propios de la fiesta.	Hace uso de ilustraciones de los personajes representativos de la ciudad y a su vez está acompañado de fotografías propias de diferentes eventos patrimoniales de la fiesta resaltando las flores, frutas, carros	Es informativo y directo, con información concreta, corta y rápida de acceder.	Está enfocado en informar sobre los diferentes eventos que se desarrollan en la fiesta, además de incluir los diseños de las alegorías que van a presentarse en el desfile, auspiciantes que contribuyen a la fiesta y los	

						alegóricos y comparsas.		eventos patrimoniales de la fiesta.
	<p>Pictoline-medio digital.</p> <p>México</p>	<p>Su contenido es difundido mayormente en formato carruseles para redes sociales de 1080 x 1350px, además de reels animados y explicativos. Está pensado para el consumo rápido de las redes sociales.</p>	<p>Maneja una tipografía Sans Serif, caracterizadas por ser legibles, ordenadas y limpias combinando entre Bold y Regular.</p>	<p>Presenta colores vivos y contrastantes, aunque no mantiene una sola gama cromática, los colores que destacan son amarillos, azules, rojos y verdes. En cada pieza se procura usar de 2 a 4 colores.</p>	<p>Se usa la ilustración digital estilo flat design con personajes simples, geométricos y en un estilo minimalista.</p>	<p>Maneja un tono jovial, en ocasiones humorístico y sarcástico. Presenta frases cortas así como preguntas para enganchar al público y uso de expresiones propias del contexto de la noticia.</p>	<p>Muestra las noticias más relevantes del mundo en temas como política, cultura, ciencia, historia, salud, entre otras. Mantiene un enfoque informativo y explicativo de manera resumida, cada una con una estructura</p>	

que parte de
una pregunta,
pasa por el
desarrollo y
concluye con
un cierre
reflexivo.

Fuente: Elaboración propia

Triangulación de variables

Tabla 67. *Matriz de triangulación*

Indicadores	Marco conceptual	Entrevistas	Encuesta	Estudios de caso	PEST-FODA
Formato	El material gráfico impreso a pesar de los avances de la tecnología todavía tiene importancia, pero ahora con un giro y función más cuidada. Estos soportes pueden ser de papel, cartulina o cartón, aunque también existen opciones plásticas, metálicas o textiles. De igual forma, la selección del soporte dependerá del proceso de impresión utilizado, como offset, serigrafía, flexografía o huecograbado (Gómez, 2013).	Los especialistas mencionan que el material impreso hoy en día debe ser pensado no solo para comunicar ideas o historias, sino que se debe considerar y explorar el uso de papeles, acabados y texturas en el para generar una experiencia agregada al material para así fortalecer el vínculo emocional del usuario con el contenido. Se debe tomar en consideración también la exploración de formatos diferentes a los convencionales, pues actualmente lo que le atrae al público de un impreso es aquello donde tiene que	En cuanto al formato preferido para recibir contenido sobre la Fiesta de las Frutas y las Flores, el 43,7% de los encuestados manifestó preferencia por revistas juveniles interactivas, seguido de un 24,3% que optó por flyers creativos. Se puede decir que los adolescentes no están en desacuerdo con el material gráfico impreso, sino que buscan que este supere la función informativa para ofrecer una experiencia visual y participativa.	Los referentes analizados evidencian que en el ámbito impreso destacan piezas que comparten un enfoque educativo y visual orientado a facilitar la comprensión del contenido patrimonial. En la parte digital, los formatos predominantes son carruseles y animaciones, diseñados para un consumo rápido, adaptado a los hábitos de navegación del público joven.	La presencia de espacios orientados a fortalecer la difusión del patrimonio cultural inmaterial mediante actividades educativas que permiten en este contexto llegar al público joven con materiales que fortalezcan la memoria colectiva. El formato impreso distribuido en entornos educativos convierte al folleto en un instrumento educativo que aporta a la preservación de la identidad cultural local.

	<p>Para (Trejo, 2018) el rasgar, romper, doblar, material digital se completar convirtiendo el difunde a través de proceso de lectura algo más medios electrónicos y significativo. puede incluir diagramas, esquemas, videos, audios, publicidad digital o sitios web. Su aplicación pedagógica resulta clave para socializar conceptos y explorar nuevas formas de presentar información mediante un uso creativo de gráficos y diseños.</p>				
Conclusión	<p>El material gráfico impreso tiene repensar formatos convencionales, incorporando interactividad, texturas y lenguajes visuales que lo conviertan en una experiencia tangible y participativa. Los profesionales y entrevistados coinciden en que el formato impreso hoy en día tiene la posibilidad no solo de informar sino de generar algo mas en quien lo tienen en sus manos por lo que al aprovechar esto puede legar a ser una pieza muy valiosa para el usuario.</p>				
Cromática	<p>El color está presente en todo lo que vemos a nuestro alrededor y específicamente dentro del diseño ocupa un</p>	<p>Se recomienda el uso de paletas de color cálidas, priorizando combinaciones que generen impacto visual inmediato y capturen la</p>	<p>El 40,9% de los adolescentes encuestados manifestó su preferencia por el uso de colores llamativos en</p>	<p>El uso de colores vivos y contrastantes como estrategia visual crean un impacto inmediato. El contraste cromático</p>	<p>Los referentes de materiales gráficos y contenidos dirigidos a adolescentes demuestran de manera consistente</p>

<p>espacio importante al momento de transmitir no solo ideas sino también emociones.</p> <p>Lupton y Cole (2016) añaden que puede asignar significados, transmitir estados de ánimo, siendo esencial para distinguir elementos y establecer relaciones o vínculos entre ellos. Por ende, el color es una herramienta poderosa en la comunicación visual, ya que tiene la capacidad de evocar algo en la mente de las personas, además de servir para resaltar o dar protagonismo a determinada información.</p>	<p>atención del público adolescente. La abundancia de color no responde únicamente a una decisión estética sino a una estrategia comunicacional: en un entorno saturado de estímulos visuales, una cromática vibrante y llamativa funciona como primer gancho que invita al usuario a manipular el material.</p>	<p>el material gráfico, argumentando que estos lo hacen visualmente más atractivo. El color es un factor determinante en el interés del público joven ya que mediante el mismo conectan mejor y lo incentiva a revisar el contenido.</p>	<p>aparece como recurso recurrente para establecer jerarquía visual, mientras que el uso de colores llamativos refuerza la atención hacia el contenido.</p>	<p>que las paletas de color alegres y vibrantes habituales en piezas que logran conectar con este público. Se destaca también que el uso del color puede marcar la diferencia al momento de que un material gráfico reciba atención o no dependiendo del público al que se dirija.</p>
---	--	--	---	--

Conclusión	En cuanto a cromática, se puede concluir que el uso de color no debe tomarse al azar sino partir de entender cómo funcionan y cuáles son las emociones y significados que poseen para en base a aquello poder tomar la decisión de incluir o excluir entre los colores que funcionan y no en la propuesta entendiendo que se trata de un tema cultural, a su vez al trabajar para un público adolescente se debe considerar que los colores deben resaltar, ser fuerte, con contraste o pasteles incluso pero que juntos logren llamar la atención y los animen a revisar el contenido.					
Tipografía	La tipografía no solamente se basa en elegir la fuente más agradable, sino que mediante ella se pueden comunicar ideas de diferente índole, tomando en cuenta la estética, emoción y aprendizaje, además de considerar los aspectos técnicos como la legibilidad, el tamaño y la forma (Iñigo y Makhlouf, 2014)	Se recomienda un sistema tipográfico basado en Serif como fuente principal, por su legibilidad y conexión con el lenguaje visual que consume el público adolescente. Por otra parte, de sugiere acompañarlas con tipografías que presenten rasgos o terminaciones modificadas para aportar personalidad, y tipografías caligráficas como elemento de contraste y énfasis emocional. Así también, proponen tomar como referente la tipografía de los primeros afiches de la	Ante un público que evita el texto extenso, la tipografía cumple un rol importante: debe ser suficientemente atractiva para captar la atención, legible para no generar fatiga visual y expresiva para comunicar por sí misma parte del mensaje. Una tipografía que canse o resulte difícil de leer se convierte en una barrera que aleja al adolescente del contenido, mientras que una tipografía adecuada puede funcionar como	Utilizan tipografías Sans Serif priorizando la legibilidad y la claridad visual en materiales dirigidos a públicos jóvenes. El sistema tipográfico se construye mediante la combinación de variantes bold y regular, para generar jerarquía visual que guiar la lectura del contenido sin generar fatiga y cansancio visual.	Los materiales gráficos impresos existentes no siempre están diseñados considerando las características y el lenguaje visual de las nuevas generaciones, limitándose a formatos convencionales que no responden a los intereses ni a los hábitos de consumo visual del público adolescente.	

	que su funcionalidad dependa no solo de la parte visual sino también de la claridad en cómo se percibe el mensaje con la intención adecuada. Las tipografías se clasifican en serif, egipcia, sans serif, script manuscrita, display, son las más usadas (Alcázar, 2016).	Fiesta de las Frutas y las Flores. En todos los casos, la legibilidad y el impacto visual deben entenderse, dado que el público prefiere el dinamismo.	elemento visual que invite a continuar leyendo.		
Conclusión	Al momento de elegir una tipografía se deben considerar algunos aspectos como el tipo de fuente, su legibilidad y tamaño. Los entrevistados sugieren que el uso de Sans Serif acompañado de una fuente con terminaciones modificadas o diferentes puedes funcionar para mostrar contenido cultural, siendo conscientes de que al aplicarlo no exista fatiga visual o mucho texto que haga perder el interés del adolescente.				
Ilustración	Para Costa (2003) "La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del universo perceptivo (entorno visual), susceptible de persistir a través de la duración y que constituye uno de los	Señalan que no existe un único estilo de ilustración que funcione para este tipo de material, siendo una decisión libre que debe responder al concepto y al público del proyecto. Sin embargo, recomiendan la ilustración 2D como opción estratégica por su capacidad	Los adolescentes encuestados muestran preferencia por el estilo flat con un 53,1%. Siendo los trazos vectoriales y naturales características propias de este estilo. Se deduce también que su afinidad se relaciona	Emplean un estilo de ilustración cartoon con trazos naturales y fluidos que facilitan la identificación inmediata de los elementos representados. Los personajes son simples y geométricos, con una estética minimalista que	La ilustración permite plasmar ideas o conceptos complejos en una imagen que hable por si misma, comunicando de manera creativa, hechos históricos, culturales y educativos. Teniendo en cuenta que el público adolescente puede llegar

	<p>componentes principales de generar dinamismo directamente con la reduce el detalle a frustrarse cuando se de los medios visual. representación de lo innecesario sin perder encuentra con contenido convencionales'' tradicional, al generar expresividad. solamente textual y (p.123). una estética más extenso, la ilustración orgánica, cercana y llega para poder ser el natural, que refuerza esa puente entre el publico y conexión cultural. el material y lograr captar su interés.</p> <p>El objetivo de la ilustración es llamar la atención y comunicar algo. Para ello usa las figuras, fondos, trazos y diversos elementos que combinados generan un aspecto estético. Además de conseguir no que se exprese las características que se está presentando en lo comunicado (Almazán, 2014).</p>
Conclusión	<p>La ilustración es un recurso comunicacional y pedagógico fundamental en materiales dirigidos a adolescentes, ya que facilita la comprensión, estimula la creatividad y reduce la dependencia del texto. Los referentes analizados y los especialistas coinciden en que el estilo 2D dinámico, con personajes simples, trazos naturales y símbolos culturales propios, representa el lenguaje visual más efectivo para conectar con el público joven, convirtiendo en el elemento que da identidad al material gráfico.</p>

Identidad cultural	Para Molano (2006) La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumentos de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias.	Los especialistas señalan que la identidad ambateña va más a allá de la Fiesta en sí misma. Ambato se ha caracterizado por ser una ciudad trabajadora, productiva e industrial, valores que forman parte del ADN cultural. Esta identidad de resiliencia y superación, de buscar siempre la manera de salir adelante, es precisamente el contexto que da sentido al origen de la Fiesta como celebración colectiva de la reconstrucción.	Los resultados reflejan que los elementos con los que más se identifican los adolescentes ambateños son las flores y frutas con un 59,6% lo que significa que esto es parte importante de la identidad de los ambateños	Incorporan elementos, símbolos y conceptos propios de la fiesta cultural que representan, utilizándolos como recursos visuales que generan conexión rápida entre el público y el contenido. Esta estrategia demuestra que la identidad cultural no se comunica solamente a través del texto sino mediante símbolos que transmiten pertenencia y familiaridad.	El hecho de que el 88,26% de los jóvenes manifieste gusto por vivir en Ambato evidencia un arraigo territorial sólido y una identidad local latente. Este dato demuestra que el vínculo emocional con la ciudad ya existe en el adolescente lo que falta es fortalecer el conocimiento sobre el patrimonio cultural que da sentido a ese territorio.
Conclusión	La identidad cultural se logra comunicar cuando el público reconoce en el material sus propios símbolos e historia. Se puede decir que los adolescentes poseen una base emocional para apropiarse del patrimonio, y que los materiales más efectivos son aquellos que conectan ese sentido de pertenencia con un lenguaje visual propio e identitario.				
Patrimonio inmaterial	Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y	Los especialistas destacan que preservar el patrimonio no significa mantenerlo estático sino garantizar que	El 58,3% de los encuestados solo conocen que el origen de la fiesta se originó por el	Los referentes analizados fueron desarrollados como parte de iniciativas de salvaguardia del	Las políticas y proyectos de apoyo al sector cultural reconocen la necesidad de desarrollar materiales que

	<p>técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural (UNESCO, 2009, p.5).</p>	<p>las nuevas generaciones lo conozcan, lo valoren y lo hagan suyo, asegurando así su continuidad en el tiempo. Por ello, el desarrollo de material gráfico adaptado al lenguaje joven en un instrumento clave.</p>	<p>terremoto, pero desconocen en su mayoría los diferentes hechos que ocurrieron para el origen de la primera edición de la fiesta, afectando a la transmisión del valor del patrimonio intangible de la fiesta.</p>	<p>patrimonio cultural, evidenciando que llegar a públicos jóvenes es una prioridad estratégica para garantizar su preservación. Esto confirma que el material gráfico dirigido a adolescentes no es un producto de comunicación sino una herramienta cultural.</p>	<p>lleguen hacia las nuevas generaciones, con el fin de salvaguardar el patrimonio y garantizar su transmisión hacia el futuro. Esto implica que la preservación no depende únicamente de su documentación sino de su comunicación activa a través de recursos adaptados al lenguaje y los intereses del público joven.</p>
Conclusión	<p>El patrimonio inmaterial solo se preserva si se transmite activamente a las nuevas generaciones en un lenguaje que puedan comprender y apropiar. Se debe tener en cuenta que el material gráfico adaptado al público joven no es una opción sino una responsabilidad cultural, siendo el diseño el enlace entre la herencia del pasado y la identidad del futuro.</p>				
Fiestas tradicionales	<p>Las fiestas según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2014) son el:</p> <p>Conjunto de prácticas, manifestaciones y</p>	<p>Los especialistas mencionan que las fiestas culturales son el resultado vivo de una sociedad; a través de ellas es posible conocer a un pueblo, comprender lo que es y</p>	<p>Dentro de los diferentes eventos que se desarrollan en la fiesta mayor de los ambateños, el 53,5% acude más a los desfiles, dejando de lado otros eventos que son</p>	<p>Los referentes analizados demuestran que el material gráfico puede enfocarse en una celebración específica o abordar temáticas más amplias, siendo la</p>	<p>Las fiestas tradicionales representan un patrimonio de alto valor nacional, lo que permite el aporte de presupuestos anuales destinados a su organización. Esto</p>

	representaciones culturales desarrolladas en un contexto espacial y temporal, como celebraciones religiosas y profanas. Son ritualidades asociadas al ciclo vital de grupos e individuos que se transmiten de generación en generación con la finalidad de propiciar la cohesión social de los grupos (p.12).	descubrir cómo se representa ante el mundo. En este sentido, una fiesta no es simplemente un evento sino un texto cultural que concentra la historia, los valores y la identidad colectiva de una comunidad.	propios de la fiesta y del sentido de la celebración.	especificidad temática busca generar conexión identitaria con el público.	demuestra que existe el apoyo de instituciones del gobierno y del sector privado para que el patrimonio llegue al público a través de distintos medios y formatos, siendo la oportunidad para tomar en cuenta al mismo público ambateño.
Conclusión	Las fiestas culturales concentran en sí mismas la identidad, valores y la historia de un pueblo, por lo que el material gráfico debe reflejar fielmente sus elementos y símbolos propios, plasmar visualmente lo que representa una celebración y que no solo informe, sino que genere sentido de pertenencia en el público joven.				
Fiesta de la Fruta y de las Flores	La ciudad de Ambato, conocida como la tierra de las flores y frutas, es el escenario de una mágica y colorida celebración que se lleva	La percepción de la fiesta por parte de los entrevistados manifiesta que la fiesta de la fruta parte en el campo con la variedad de frutos, flores, legumbres,	Al obtener los resultados se evidenció que a los adolescentes les interesa conocer curiosidades sobre el origen de la fiesta con un 54,2% y	En ediciones anteriores de la fiesta se ha buscado innovar en el material impreso y una de ellas fue presentar el programa de la fiesta a través de un	La Fiesta por su impacto fue declarada Patrimonio Inmaterial del Ecuador en 2009 por ello a importancia de mantener vivo el sentido de la fiesta

<p>a cabo cada año a fines de febrero o inicios de marzo, durante el carnaval. Se trata de una de las festividades más importantes y populares del país: la fiesta de las Flores y Frutas (FFF), declarada en 2009 Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador (Guarderas, 2018, p.86).</p> <p>El Ministerio de Cultura estableció que “el festejo es una manifestación social, cultural y religiosa que se celebra en febrero, como un acontecimiento ligado a la existencia de su pueblo. En 1962 bajo decreto ejecutivo, presidido por el gobierno del Dr. Carlos Julio</p>	<p>hortalizas que se distribuyen a nivel nacional, el sector industrial que mediante su innovación busco siempre la forma de presentar a Ambato como una ciudad productiva y que en agradecimiento a la tierra celebran la Fiesta de la Fruta y de las Flores como una manera de unión y esperanza desde 1951. A su vez se hace énfasis en los diferentes retos y cambios que ha sufrido la celebración hasta la actualidad.</p>	<p>también conocer de su festejo teniendo en cuenta que 71,8% sabe del contexto de la fiesta por su familia y la escuela o colegio.</p>	<p>pasaporte siendo una idea innovadora y que atrajo bastante la atención del público, siendo este un punto a favor para poder experimentar y proponer material no convencional.</p>	<p>para que continúe por generaciones y no se considere como un acto de entretenimiento. Por otra parte al ser una fiesta tradicional cada año el gobierno apoya económicamente para su realización, siendo este aporte de gran ayuda para desarrollar los diferentes eventos de la fiesta.</p>
---	--	---	--	---

	Arosemena se declara a la Fiesta de la Fruta y de las Flores una celebración nacional.
Conclusión	La fiesta mayor de los ambateños debe transmitir la importancia de la comunidad, solidaridad, agradecimiento a la tierra, los campos y la gente que se dedica a esta gran labor ya que de ahí parte el valor de celebrar la fiesta, además de ser ya considerada patrimonio del Ecuador es importante transmitir a las nuevas generaciones su razón de festejo y generar sentido de pertenencia.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V. PROPUESTA

5.1 Metodología proyectual

El desarrollo de la propuesta se sustenta en la metodología planteada por Leonard Bruce Archer, quien muestra el diseño no como un acto intuitivo sino como un proceso sistemático y organizado, que consiste en tres fases: analítica, creativa y ejecutiva (Archer, 1965). Bajo este enfoque, cada decisión de diseño responde a un orden, garantizando que el resultado sea coherente y efectivo, que en este sentido aborda la propuesta de material gráfico con el objetivo de difundir el origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores en adolescentes de la ciudad de Ambato.

La fase analítica se recopila toda la información necesaria para comprender el problema, se investiga el contexto, público objetivo e identificar necesidades, oportunidades para posteriormente clasificar y evaluar la información obtenida.

En la fase creativa se inicia tomando como base la información recopilada, desarrollando bocetos y generando ideas posibles para la solución del problema. Del conjunto de ideas generadas se seleccionan las más adecuadas, que deben cumplir con los lineamientos y condicionantes definidos con anterioridad, para posteriormente pulirlas en sus trazos, color, tipografía y distribución.

La fase ejecutiva se presenta la solución propuesta, se realizan prototipos y ajustes según la retroalimentación recibida para finalmente obtener los productos gráficos.

5.2 Aplicación metodológica de la propuesta

El método sistemático propuesto por Bruce Archer implica las 3 fases previamente descritas.

Para la fase analítica se lleva a cabo la recopilación de datos en donde se investiga el origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores de 1949 a 1951 así como las consideraciones y conceptos técnicos del diseño por medio de libros, archivos y entrevistas a 3 grupos de especialistas cada uno de 3 personas.

Como punto de partida se encuentran especialistas en la historia local y fiestas andinas para comprender el contexto y cómo ocurrió el origen de la fiesta, por otra parte en cuanto al diseño gráfico se tomó en consideración el criterio de diseñadores

gráficos que hayan sido parte del Comité Permanente para conocer de cerca su opinión en base a su experiencia en la elaboración de material para la fiesta y finalmente se toma en cuenta el criterio de 3 directores de arte que colaboran en agencias competitivas en el mercado a nivel nacional e internacional para tener una mirada más amplia de la aplicación del diseño en temas culturales y comunicarlo adecuadamente al público teniendo en cuenta su experiencia en proyectos de alto alcance. Por otro lado, se revisó conferencias, videos y archivos de hemeroteca, las mismas que fueron seleccionadas cuidadosamente y verificando que sean fuentes válidas.

Además, se identificó los recursos gráficos usados en las primeras ediciones de la fiesta para poder reinterpretarlas y darlas a conocer al público objetivo de 10 a 19 años mediante encuestas y estudios para conocer sus preferencias, motivaciones, formas de consumo de información y más, así como también la revisión de referentes sobre fiestas culturales importantes a nivel mundial para saber cómo comunican su identidad y aplicarla a la fiesta de manera correcta.

En la fase creativa se busca traducir la información en ideas de diseño. Por ello se define el concepto comunicacional, se exploraron recursos visuales como la ilustración flat, el uso de una cromática vibrante, pero a la vez simbólica, el uso de tipografía acorde a las indicaciones teóricas y las especificaciones otorgadas por los profesionales, composición, formatos y tipos de materiales.

Dentro de las piezas a desarrollar se encuentra una guía interactiva, flyers, juego de cartas y postales dentro de un packaging. Cada recurso fue elegido para ser manipulable, fácil de transportar, claro y conciso en información y estética.

Y para la fase ejecutiva se diseñan las piezas finales en formato impreso y digital, se realizan pruebas de color, papeles para poder visualizar la gráfica y cromática y posteriormente reproducirla.

5.3 Descripción de la propuesta

Debido a que una de las causas de la poca difusión del origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores es el limitado acceso al material existente, formato y lenguaje que no están adaptados para públicos jóvenes. El material facilita el acceso hacia información histórica, datos no difundidos que contribuyen a el fortalecimiento de pertenencia e identidad de las nuevas generaciones.

La propuesta consta de cuatro piezas, una principal y 3 complementarias. El producto principal es una guía interactiva que muestra los hechos y datos de manera ordenada bajo criterios editoriales, uso de ilustración flat y un juego de cromos para volver más dinámica, el mapa muestra de forma sintetizada los momentos más importantes del origen de la fiesta, las postales elevan el valor cultural del contenido y el juego de cartas pone a prueba los conocimientos adquiridos en el álbum.

Las piezas en conjunto forman una experiencia que aplican la gamificación mediante el uso de la mecánica del juego para motivar al adolescente a aprender reforzando la comprensión del tema de una manera dinámica.

5.4 Requerimientos / brief del usuario

5.4.1 Perfil del cliente, estilo, tono



Sofía

Edad: 10 a 14 años
Sexo: Mujer
Estado civil: Soltera
Raza: Mestiza
Estrato social: Media
Nivel académico: Educación Básica
Ocupación: Estudiante

Perfil

Pertenece a una familia de clase media, estudia en un colegio público. Le gusta asistir a eventos culturales musicales. Le atrae los impresos interactivos.

Objetivos

- Conocer el origen de la fiesta más importante de su ciudad de una forma cercana y entretenida.
- Desarrollar un sentido de pertenencia e identidad hacia Ambato y su cultura.
- Sentirse protagonista, recibir algo exclusivo que la haga parte de un grupo especial.

Retos

- Le cuesta consentirse con textos extensos que no tienen ilustraciones o información clara.
- Escaso material impreso del origen de la fiesta.
- Limitaciones para acceder a archivos en bibliotecas, textos complejos y extensos, haciendo que la historia se sienta lejana.

Hábitos

- Le atrae el material editorial interactivo.
- Asiste regularmente a la escuela donde recibe información básica sobre la historia local.
- Participa en eventos culturales y festividades acompañada de su familia.
- Usa moderadamente las redes sociales.

Frustraciones

- El material existente está pensado para el turismo y promoción por lo que no siente son para ella.
- Conoce la versión oficial de la fiesta pero nadie le cuenta los datos que realmente engancharían su atención.
- Siente que la fiesta es para los adultos, pero no la vive como alguien que entiende su origen.

Intereses

- La cultura local y las festividades de su ciudad
- Datos curiosos e históricos sobre el origen de la FFF
- Material coleccionable con valor cultural
- Contenido con lenguaje cercano, visual y fácil de entender



Mateo

Edad: 15 a 19 años
Sexo: Hombre
Estado civil: Soltero
Raza: Mestizo
Estrato social: Media
Nivel académico: Bachillerato
Ocupación: Estudiante

Perfil

Adolescente próximo a ingresar a la universidad, participa en los desfiles de la FFF, tiene presencia activa en redes sociales, valora los objetos exclusivos con identidad cultural y le atrae el contenido editorial visual y dinámico.

Objetivos

- Mantenerse conectado con la tradición de la fiesta desde espacios que se adapten a su estilo de vida y consumo.
- Conocer el origen de la fiesta que siempre ha celebrado.
- Compartir y difundir datos y contenido sobre la identidad ambateña en sus redes sociales.

Retos

- El contenido histórico disponible le resulta aburrido.
- Descarta rápidamente el material de carácter promocional, busca contenido con valor cultural.
- Si un contenido editorial no está acompañado de imágenes o elementos visuales pierde el interés de inmediato.

Hábitos

- Asiste regularmente a clases.
- Sale con amigos a hacer deporte y asistir a eventos culturales.
- Viaja con familia y amigos dentro y fuera de Ambato.
- Usuario activo en redes sociales, especialmente Instagram.

Frustraciones

- El contenido sobre la FFF tiene enfoque turístico o institucional dejando de conectar genuinamente con su identidad.
- Celebra la fiesta sin entender su origen real.
- No encuentra contenido local que le gustaría compartir sobre la fiesta.

Intereses

- Prefiere formatos de lectura con textos cortos y directos.
- Interactúa activamente con contenido en redes sociales que lo represente e identifique.
- Le atrae el contenido relacionado con viajes y descubrimiento de nuevos lugares y experiencias.
- Disfruta completar colecciones y cromos.

Gráfico 17. Buyer persona

Fuente: Elaboración propia

5.4.2. Estilo

El estilo se fundamenta en una estética basada en el diseño plano como lo es el (flat design), seleccionado por su capacidad para sintetizar formas de manera clara y amigable con el público, destacando en este caso por sus rasgos naturales. Sumado a una cromática cálida vinculada a la tradición y seleccionando colores que mantengan una coherencia y significado con el contexto de la fiesta además de mantener la atención del público. En conjunto la propuesta logra un equilibrio entre lo contemporáneo y lo tradicional, resultado una identidad visual que no solo resulta atractiva sino acompaña la narrativa visual.

5.4.3. Tono

El tono de la propuesta es cercano, sencillo y amigable, se emplea un vocabulario coloquial sin términos complejos para que sea más fácil la comprensión del contenido y pueda conectar más rápido con la historia.

5.5 Desarrollo de la propuesta

5.5.1 Concepto

La conceptualización de la propuesta se fundamenta en la reinterpretación de la Fiesta de la Fruta y de las Flores enfocada desde la memoria colectiva, el origen y la historia que se encamina más allá de una festividad. Se busca tomar el valor simbólico y cultural que representa la fiesta para mostrarla hacia el público de una manera clara y atractiva.

La propuesta plasma una experiencia editorial que parte de un viaje narrativo hacia el pasado, donde el adolescente se convierte en el protagonista de la historia y transita por diferentes destinos de la fiesta para conocer datos e información que no lo había descubierto antes combinando texto e ilustración para una mejor aceptación. El proyecto se enfoca en mostrar aspectos que no se habían tomado en cuenta para difundirlos, ampliando así la visión sobre el origen de la fiesta y se entienda el sentido de su celebración.

La propuesta busca que el adolescente se sienta el protagonista del viaje visual, donde tiene la posibilidad de regresar al pasado y conocer de cerca los momentos que marcaron a la ciudad y fueron la antesala hacia la fiesta de la fruta.

5.5.2. Objetivos

5.5.2.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta editorial interactiva como material de difusión del origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores con la historia, datos y sucesos importantes recolectados previamente para adolescentes de 10 a 19 años de la ciudad de Ambato.

5.5.2.2 Objetivos específicos

Resumir la información histórica recopilada mediante la redacción de un documento escrito y la adaptación de un lenguaje técnico a uno más cercano para facilitar la comprensión del contenido.

Definir el concepto y narrativa del proyecto mediante una lluvia de ideas para poder obtener el nombre de la propuesta y la temática.

Establecer la línea gráfica del proyecto, el estilo de ilustración y maquetación acorde a las necesidades del público en base a los criterios obtenidos en el marco conceptual, entrevistas y encuestas para tener una adecuada percepción del contenido visual.

Diagramar e ilustrar los elementos definidos anteriormente mediante el uso de consideraciones editoriales y de producción gráfica para su posterior impresión.

5.6.1. Identidad visual

La propuesta nace bajo el nombre de "Crónica 49-51", que busca acercar a los adolescentes de 10 a 19 años hacia el origen de la fiesta a través de un lenguaje claro, sencillo, con un estilo visual contemporáneo y experiencia editorial que mantiene estética y esencia cultural.

La construcción del nombre responde a una búsqueda diferente de comunicar la fiesta, no desde el punto de vista festivo sino más bien memorable. La palabra Crónica parte de dos premisas, por un lado, hace referencia al único periódico que existía en Ambato denominado "La Crónica" mismo que se encargaba de informar a los ambateños antes y después del terremoto. Por otra parte, desde su concepto la palabra refiere a un relato cronológico, donde se recopilan datos del pasado para preservarlo en el tiempo. Y 49-51 hace énfasis en los años claves del origen de la fiesta,

siendo 1949 el terremoto, pasando por 1950 en donde surgen sucesos que llevan a la reconstrucción de la ciudad y 1951, siendo el primer año de la fiesta; al fusionarlos son la línea de tiempo donde ocurrieron los hechos para llegar a la fiesta mayor de los ambateños.

El nombre busca generar una inquietud, curiosidad para persuadir al adolescente a averiguar de que se trata. En este sentido el diseño gráfico fusiona la composición, editorial e ilustración con la cultura y tradición asegurando que la información sea comprendida y apropiada para el público.



Gráfico 18. Identificador gráfico

Fuente: Elaboración propia

Se decide emplear una cromática que conecte emocionalmente con el público donde se haga uso de colores brillantes, pero sin dejar de lado el trasfondo histórico y cultural. La tipografía utilizada responde a un estilo expresivo, que mediante sus trazos y formas redondeadas transmiten cercanía y accesibilidad.

5.6.2 Tipografía

Para el desarrollo se usa dos fuentes tipográficas. Para títulos y subtítulos se utiliza Kavoon que transmite expresividad, carácter narrativo, además que se puede vincular con el contexto cultural y festivo de la propuesta. Por otra parte, para párrafos de textos se emplea la fuente Nunito en sus versiones Regular, Medium, Bold y Black para asegurar la legibilidad del contenido. Es importante destacar que ambas fuentes se pueden encontrar en Google Fonts.

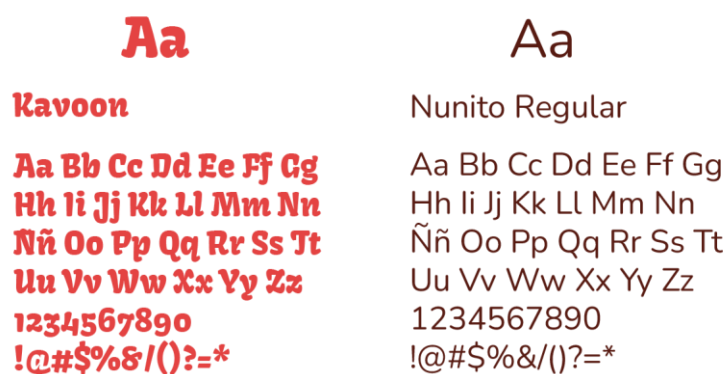


Gráfico 19. Tipografía

Fuente: Elaboración propia

5.6.3. Cromática

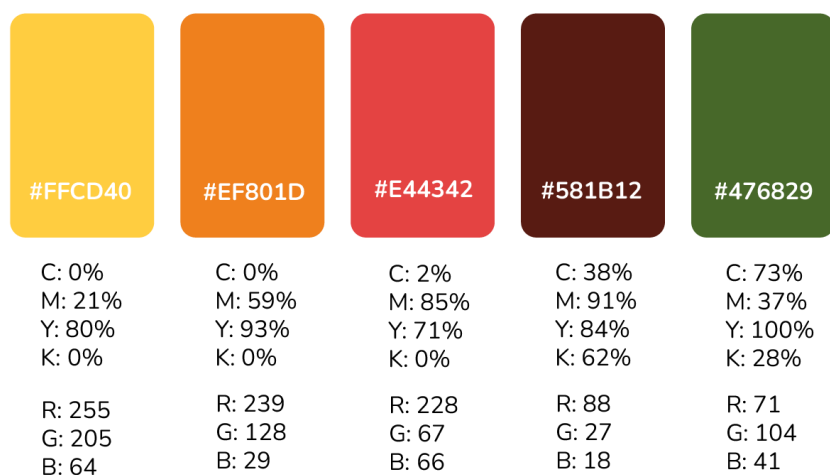


Gráfico 20. Colores principales

Fuente: Elaboración propia

La propuesta cromática se construye a partir de una selección no solo estética sino también con trasfondo cultural, cada color representa un elemento propio de la fiesta, resaltando así la identidad e historia de la celebración.

El amarillo representa el símbolo de esperanza y resiliencia que tuvieron los habitantes de Ambato para seguir adelante, buscando la manera de compartir lo poco

que les quedaba sabiendo que vendrían días mejores. A su vez hace mención al trigo, uno de los productos principales en 1951.

El anaranjado refleja el entusiasmo, energía de un pueblo que celebra y siente orgullo por su tierra, además de ser el color representativo en frutas características de la región.

El rojo refiere hacia la feminidad, plasmada en la reina de la fiesta de la fruta, una mujer que está dispuesta a ayudar a los más necesitados, pero a la vez dicho color evoca la riqueza floral presente en las calles, parque y campos del sector.

El marrón mantiene una conexión con la fertilidad de la tierra, la importancia y agradecimiento de haber nacido en una ciudad marcada por la producción agrícola que sostiene a la ciudad y es donde parte el significado de celebrar la Fiesta de la Fruta y de las Flores.

Además, se utiliza un color secundario, el color fue elegido al ser una referencia del papel envejecido en los documentos históricos, evocando la antigüedad y el valor patrimonial del contenido. Sin embargo, al combinarse con el resto de los colores principales se integra hacia una composición contemporánea, logrando un equilibrio entre la identidad histórica del tema y el lenguaje gráfico dirigido al público.

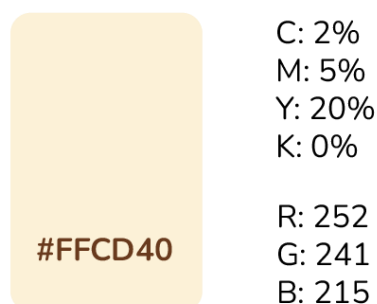


Gráfico 21. Color complementario

Fuente: Elaboración propia

5.6.4. Guía didáctica

Para el álbum editorial decide trabajar con el formato A5 (14,8 cm X 21 cm) por su facilidad de manipulación y transportación par que el adolescente lo pueda llevan sin mayor inconveniente.

Para la diagramación se empleó una retícula modular debido a la necesidad de mantener equilibrio entre los cuerpos de texto, las ilustraciones y los espacios destinados para los cromos y facilitar así su distribución, jerarquización, legibilidad y coherencia visual. En ese sentido el material impreso genera una mayor relevancia ya que aportan a la experiencia de lectura que al sumarse a la gamificación mediante el uso de los cromos lo vuelve más dinámico y entretenido.

Las medidas de las páginas corresponden a 1,5 cm de cada lado, la retícula mantiene un medianil de 0,5 para la separación y composición del elemento. Se hace uso de páginas enfrentadas en 24 páginas (12 pliegos).

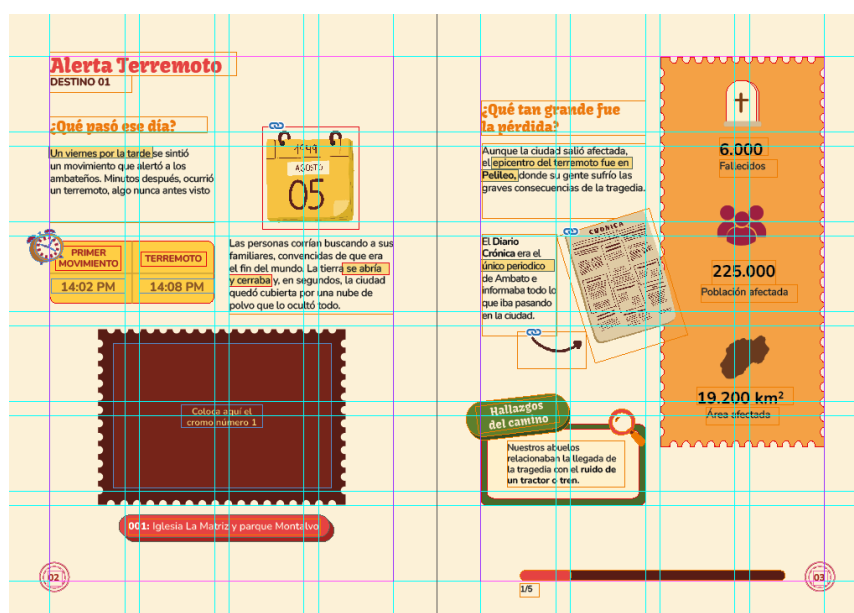


Gráfico 22. Previsualización de la información en la retícula.

Fuente: Elaboración propia

La publicación editorial se divide en 5 temas que bajo el concepto representan 5 destinos, esta decisión se considera en base a los hechos que marcaron el origen de la fiesta y para que al adolescente le resulte más fácil identificarlo, seguido de esto se encuentra datos curiosos sobre la fiesta y 2 actividades para completar.



Gráfico 23. Previsualización de la portada

Fuente: Elaboración propia



Gráfico 24. Previsualización del contenido de la guía

Fuente: Elaboración propia



Gráfico 25. Previsualización de los cromos

Fuente: Elaboración propia

5.6.5. Infografía

Bajo la narrativa visual de viaje al pasado, la infografía consta de dos mapas, uno representa la zona de ciudad de Ambato en 1949 y 1950 capturando lo momentos más importantes después del terremoto y por otro lado está el mapa de 1951 con la primera edición de la fiesta, esto con la finalidad de mostrar no solamente destinos sino momentos que el adolescente debe conocer y usar mayormente gráficos será más factible su aprendizaje e interés.

Para la infografía se toma en cuenta las medidas del formato A4 para una mejor apreciación de las ilustraciones y texto.

Gráfico 27. Juego de cartas

Fuente: Elaboración propia

5.6.7. Postales

El uso de postales refuerzan la narrativa histórica del proyecto siendo funcional pero a la vez simbólico ya que sintetiza visualmente los principales hechos del origen de la fiesta. Las medidas de este recurso son de 15 cm x 10 cm.



Gráfico 28. Postales

Fuente: Elaboración propia

5.6.8. Packaging



Gráfico 29. Packaging donde se incluirá el material gráfico

Fuente: Elaboración propia

5.6.7. Post para redes sociales

Como se puede evidenciar en el análisis tecnológico previo, las redes sociales hoy en día también forman parte importante de la difusión. Por ello se establece propuesta de contenido al origen de la fiesta para ser publicado en Instagram y Facebook. Para la diagramación de las publicaciones se trabaja con retículas modulares en el formato de 1350 x 1080 px. Se propone el uso de post y carruseles donde se incluya la historia y datos curiosos del origen de la fiesta de manera que sea rápida la interacción.



Gráfico 30. Post para redes

Fuente: Elaboración propia

Enlace a plan de medios y diseño de publicaciones:

https://drive.google.com/drive/folders/1c_-RP2PE6n9fOcGh4hsdXknU-PIWxa-x?usp=sharing

5.6. Expresión creativa

Crónica 49-51 está enfocada en acercar a los adolescentes mediante un concepto divertido y entretenido para conocer cómo nace la fiesta más importante de su ciudad y comprender los hechos que ocurrieron para su festejo, así como datos que no se han contado, pero están presentes en los archivos de la historia y pueden llegar a conectar con el público. Por otra parte, la propuesta no busca solo difundir una fiesta tradicional

sino centrarse en la tradición misma y elementos que han forjado la fiesta de la Fruta y de las Flores. Para ello se usa la ilustración plana por el hecho de sus rasgos naturales artesanales que vayan en equilibrio con el concepto y resto de elementos del material. La ilustración cumple un papel importante al reinterpretar imágenes de los sucesos del origen de la fiesta llevándolos hacia la modernidad para que sea más cercano hacia el público.

5.7. Valor agregado

El valor agregado está en la experiencia que tiene el adolescente al tener en sus manos el kit de viaje donde el adolescente es el protagonista de la aventura ya que en el álbum editorial tiene la posibilidad de escribir su nombre generando sentido de pertenencia e invitándolo a ser parte de la tradición, a diferencia de otros formatos e impresos. La propuesta por su enfoque interactivo logra que el adolescente no solo aprenda sobre la cultura local, sino que se divierta e interprete la historia mediante las ilustraciones que se realizaron en base a archivos fotográficos de la época volviéndolo aún más especial y con valor cultural.

5.8. Materiales e Insumos

Tabla 68. *Materiales e insumos*

Recursos	Descripción
Laptop	HP Lenovo
Software de redacción	Microsoft Word
Software de diseño e ilustración	Adobe InDesign
	Adobe Ilustrador
	Procreate
	Adobe Photoshop

Fuente: Elaboración propia

5.8.1. Presupuesto

Tabla 69. *Presupuesto de servicio profesional*

Producto/Servicio	Horas	Tarifa/horas	Valor
Investigación para la redacción del contenido.	360	\$4.5	\$1,620
Conceptualización	48	\$5	\$240
Ilustración	192	\$20	\$3,840
Maquetación	120	\$5	\$600
Material extra	150	\$5	\$750
Total			\$6,810

Fuente: Elaboración propia

Tabla 70. *Presupuesto total de la propuesta*

Producto/Servicio	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Cromos	\$0.10	\$10,000	\$ 1,000
Guía	\$4	\$1000	\$4,000
Infografía	\$2,5	\$1000	\$2,500
Juego de cartas	\$3	\$1000	\$3,000
Postales	\$1	\$1000	\$1000
Total			\$12,000

Fuente: Elaboración propia

Es importante tomar en cuenta que la cantidad se estableció en cantidades de 1000 debido al flujo de producción y por el hecho de ser material para difundir de manera aleatoria dentro de la ciudad, además de reducir el costo unitario de impresión.

5.8.2. Construcción de la propuesta

Enlace para la visualización completa del material completo de la propuesta:

https://drive.google.com/drive/folders/1H8xjbDa7R4UEqcHpK_kEHeBrm1iVYN6D?usp=sharing

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

A partir del planteamiento del problema, se identificó las principales causas y consecuencias de la limitada difusión del origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores en el público adolescente. Durante la investigación bibliográfica-documental sobre el origen de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, se evidenció que una de las principales limitaciones para su difusión es el acceso a la información. Para la recopilación de datos se requirió la consulta en la hemeroteca de la ciudad bajo medidas de precaución para la conservación de los archivos, así como la revisión de libros extensos que abordan la historia de Ambato de manera general y no específica sobre la festividad. Además, fue necesario recurrir a diversas fuentes, como publicaciones de historiadores, bibliotecas y repositorios digitales, lo que evidencia un proceso de búsqueda complejo y poco accesible, especialmente para públicos jóvenes.

Se evidenció que, en otras festividades y contextos culturales, el material gráfico impreso continúa siendo una herramienta relevante para la transmisión de tradiciones, especialmente cuando se adapta a formatos más dinámicos y comprensibles. En este sentido, la incorporación de estrategias como la gamificación basada en mecánicas de juego permite transformar el aprendizaje cultural en una experiencia más atractiva, participativa y significativa para los jóvenes. Asimismo, la interacción física con el material impreso favorece una experiencia sensorial que fortalece la conexión con el contenido.

Por otro lado, si bien las redes sociales como TikTok e Instagram son ampliamente utilizadas por el público adolescente, la sobresaturación de contenido dificulta captar su atención de manera efectiva, por lo que el contenido publicado en redes solo servirá de apoyo para su difusión. Por ello, el material impreso se presenta como una alternativa diferenciadora, ya que no compite dentro de la constante información digital publicada, sino que llega directamente al adolescente, generando una experiencia más personal y significativa.

En este sentido, el desarrollo de material editorial, usando la gamificación, combinados con una tipografía, cromática y formato acorde a sus preferencias logra una pieza innovadora, atractiva y educativa. Esta propuesta no solo busca difundir el

origen y valor patrimonial de la fiesta, sino también involucrar activamente a los adolescentes en su aprendizaje, reconociéndolos como futuros portadores y transmisores de esta tradición.

6.2 Recomendaciones

Se recomienda al Comité Permanente de la Fiesta de la Fruta y de las Flores fortalecer las estrategias de difusión relacionadas con el origen y significado de la celebración. Tal como se evidenció en el análisis de otras festividades internacionales, como el Carnaval de Barranquilla, la transmisión cultural no se limita únicamente a la producción de material informativo, sino que se complementa con actividades dirigidas a públicos jóvenes, permitiendo que estos comprendan, valoren y se identifiquen con la celebración, convirtiéndola en un referente cultural significativo para la ciudad.

Asimismo, se sugiere implementar el uso del material gráfico propuesto dentro de las diferentes actividades organizadas por el Comité, especialmente en espacios educativos e instituciones, así como en entornos públicos frecuentados por adolescentes. Esta difusión no debería limitarse únicamente al periodo de celebración, sino que es recomendable extenderla antes, durante y después de la fiesta, con el fin de generar un proceso continuo de aprendizaje y apropiación cultural.

Por otro lado, la ejecución de este proyecto puede servir como base para el desarrollo de futuras propuestas comunicacionales que amplíen los medios de difusión. Si bien en esta investigación se prioriza el uso del material impreso por su capacidad de generar una experiencia tangible y duradera, no se descarta la integración de herramientas digitales, siempre que estas se utilicen de manera estratégica y efectiva. En este sentido, recursos como el contenido audiovisual o la animación pueden complementar la propuesta, fortaleciendo el alcance y la comprensión del tema en distintos formatos.

BIBLIOGRAFÍA

- Acaso, M. (2009). *El lenguaje visual*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Ainsa, F. (1986). *Identidad cultural de iberoamérica en su narrativa*. Madrid: Editorial Gredos.
- Alcaldía de Barranquilla. (s.f.). *Carnaval de Barranquilla: Origen*. Obtenido de <https://carnavaldebarranquilla.org/>
- Alcazár, N. (2002). *Definición y diseño de productos editoriales*. ARGN0210. Málaga: IC Editorial. Obtenido de <https://0x1021ufb-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/282395?page=121>
- Almazán, L. (2014). *UF1904: Definición y diseño de productos editoriales*. España: EDITORIAL ELEARNING, S.L.
- Almonacid, C. (diciembre de 2012). *Universidad Autonoma de Madrid*. Recuperado el 23 de noviembre de 2025, de Descripción del modelo de color HSL (Hue, Saturation, Ligthness): https://logongas.es/lib/exe/fetch.php?media=clase:daw:diw:1eval:color_hsl.pdf
- Álvarez Burgos, F. V. (2025). Creencias, saberes y valores del pueblo indígena originario Tsimane'. *Revista Estudios Bolivarianos*(40), 59-78. Obtenido de <https://ojs.umsa.bo/index.php/estudiosbolivianos/article/view/1129>
- Archer, B. (1965). *Systematic Method for Designers*. Londres: Council of Industrial Design.
- Aristóteles. (2002). *Retórica*. Madrid: Alianza Editorial.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador* . Obtenido de <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/constitucion-republica-ecuador>
- Ayala, E. (2004). Nuestro mayor festejo. *Revista Ambato*, págs. 27-30.
- Ballart Hernández, J., & Tresserras, J. J. (2010). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Editorial Planeta.

- Barba, B. (1997). VALORES, EDUCACIÓN Y CULTURA. *Sinéctica, Revista Electrónica de Educación*(11), 1-29. Recuperado el 17 de Marzo de 2026, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99826037004>
- Bautista, M. G., Martínez, A., & Hiracheta, R. (2014). El uso de material didáctico y las tecnologías de información y comunicación (TIC's) para mejorar el alcance académico. *Universidad de Palermo*, 183-194. Obtenido de https://www.palermo.edu/ingenieria/pdf2014/14/CyT_14_11.pdf
- Belda, N. (2021). Ilustración, entre el arte y el diseño. *Papeles de cultura contemporánea*, 9-34. doi:<https://doi.org/10.30827/pcc.vi24.25378>
- Berlo, D. (1984). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: Librería "El Ateneo".
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá: Pearson.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá: Pearson.
- Bieletto-Bueno, N. (2024). Consideraciones sobre el aporte de la música en la fiesta popular callejera a la construcción del territorio. *Revista musical chilena*, 78(241), 97-116. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/s0716-27902024000100097>
- Branda, M., & Cuenya, A. (2014). *Comunicación visual: reflexión y práctica de la enseñanza*. La Plata: Editorial de la Universidad de la Plata.
- Brandemia. (03 de mayo de 2022). *Carnaval de Rio. Una marca expresiva que, más allá de Brasil reverbera al mundo*. Obtenido de <https://brandemia.org/carnaval-de-rio-una-marca-expresiva-mas-alla-de-brasil>
- Buhamad, A., Rabab, A., & Budour, A. (2024). The Effect of Different Visual Literacy Patterns of Drawings and. *International Journal for Digital Society*. doi:<https://doi.org/10.20533/ijds.2040.2570.2024.0237>
- Camarena Adame, M. E., & Tunal Santiago, G. (2009). LA RELIGIÓN COMO UNA DIMENSIÓN DE LA CULTURA. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias*

Sociales y Jurídicas, 22(2), 1-15. Recuperado el 17 de Marzo de 2026, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18111430003>

Camusso, M., Gastaldo, S., Marchetti, V., Menendez, C., & Provencal, A. (2012). *Introducción a la comunicación visual*. Obtenido de <https://visualgrafica.files.wordpress.com/2012/03/modulointroduccion-2012.pdf>

Carnaval de Barranquilla. (2019). *El viaje del carnaval*. Obtenido de <https://carnavaldebarranquilla.org/el-viaje-del-carnaval/>

Carnaval de Barranquilla S.A.S. (2019). 'El Viaje del Carnaval' llegó a 9500 estudiantes. <https://hdl.handle.net/11323/5408>.

Castro, I., & Moreno, L. (2006). *EL MODELO COMUNICATIVO*. México D.F: Editorial Trillas. Obtenido de https://es.scribd.com/document/643683502/2-Castro-El-modelo-comunicativo-pdf#google_vignette

Castro, M. (2014). *Maquetación de productos editoriales*. Andalucía: IC Editorial.

Cepeda, E., & Velasco, V. (2022). Influencia del patrimonio cultural material al desarrollo turístico sostenible, del cantón Colta, provincia de Chimborazo. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuso)*, 7(2), 29-40. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.6522804>

Chipana, A. (s.f.). *IMPORTANCIA DE LA DANZA PARA FORTALECER LA IDENTIDAD CULTURAL*. Recuperado el 17 de Marzo de 2026, de Academiaedu: https://www.academia.edu/94993891/IMPORTANCIA_DE_LA_DANZA_PARA_FORTALECER_LA_IDENTIDAD_CULTURAL

Comite Permanente FFF. (2013). *Mi sitio mi lugar - Fausto Miño, Israel Brito, Guanaco Mc "VIDEO OFICIAL"*. Obtenido de <https://youtu.be/a7Al8hNu0cI?si=cqdP8G1fULLO4fcH>

Comite Permanente Fiesta de la Fruta y de las Flores. (2024). *Fiestas de Ambato*. Obtenido de <https://fiestasdeambato.com/>

- Comite Permanente FFF. (2020). *Aquí me quedo - Hnos. Miño Naranjo, Roger Ycaza, Nicole Santana, Sonia Chagmana*. Obtenido de <https://youtu.be/IQv7x45LQ5g?si=nIy9sZOPIxi2xdV>
- Congreso Nacional. (2003). *Código de la Niñez y Adolescencia*. Recuperado el 15 de septiembre de 2025, de Lexis Finder: <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/codigo-ninez-adolescencia?download=codigo-ninez-adolescencia>
- Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional. (2025). *El acceso a internet es fundamental para el desarrollo de niñas, niños y adolescentes, sin embargo, los riesgos en línea han aumentado*. Obtenido de <https://www.igualdad.gob.ec/14006-2/>
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. La Paz: Grupo Editorial Design.
- Coudannes, M. (2007). De la Universidad a la escuela con humor: una propuesta de materiales alternativos para la enseñanza de la Historia. *Clío & Asociados. La Historia Enseñada*, 42.
- Dawson, C. (1953). *RELIGIÓN Y CULTURA*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana Sociedad Anónima.
- Daza, C., Míguez, A., & Meo, A. (2018). *Narrativas visuales: Perspectivas y análisis desde Iberoamérica*. Bogotá: Editorial Fundación Universitaria San Mateo.
- Dondis. (1976). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Eisner, W. (2008). *GRAPHIC STORYTELLING AND VISUAL NARRATIVE*. New York: W. W. NORTON & COMPANY. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/357223529/Graphic-Storytelling-and-Visual-Narrative>
- El Heraldo. (13 de octubre de 2025). *Ambato celebrará Bodas de Diamante*. Obtenido de <https://www.elheraldo.com.ec/ambato-celebrara-bodas-de-diamante/>

- Ferré, J. (2003). *Estrategias de comunicación. La publicidad en la empresa*. Barcelona: EDITORIAL OCEANO.
- Flores, D. (2024). DOCTORADO EN DISEÑO UNIVERSIDAD DE PALERMO. DISEÑO EN LA PRODUCCIÓN ARTESANAL: REPRESENTACIONES Y SIGNIFICADOS DE LOS CARROS ALEGÓRICOS DE LA FIESTA DE LA FRUTA Y DE LAS FLORES EN AMBATO (tesis doctoral). *Universidad de Palermo*(41). Recuperado el 22 de Marzo de 2026, de <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/tdd/article/view/11195>
- Flores, D., Salazar, M., Nuñez, G., Palacios, J., & Hernández, V. (2017). *Contexto histórico de la Fiesta de la Fruta y de las Flores y el diseño de los alegóricos como elementos simbólicos del ambateño*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Fonseca, S. (2005). *Comunicación oral: Fundamentos y práctica estratégica*. Naucalpan: Pearson Educación.
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Fundacion Reina de Ambato. (2007). *Coronas del Recuerdo 1951 - 2007*. Ambato: EDIPCENTRO Cia. Ltda.
- Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24(1), 4-16. Obtenido de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S0797-36912016000100001&script=sci_arttext
- GAD Municipalidad de Ambato. (2017). *Ordenanza que regula la ejecución de la Fiesta de la Fruta y de las Flores*.
- Garcés, W., Durán Ballén, S., & Moreno, L. (1951). *Plan Regulador de Ambato*. Talleres Gráficos Nacionales: Quito.
- García, O. (2020). *Sistemas de impresión*. Obtenido de Academia.edu: https://www.academia.edu/20356203/sistemas_de_impresion

- Gobierno de Canarias. (2024). *Educarnaval curso (2024-2025)*. Obtenido de <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/procedimientos/convocatoria/educarnaval-24-25/>
- Gobierno Descentralizado Municipalidad de Ambato. (2021). ''Exposición de motivos''. Reforma a la ordenanza que regula la ejecución de la Fiesta de la Fruta y de las Flores.
- Gómez, P. (2002). El ritual como forma de adoctrinamiento. *Gazeta de Antropología*, 2. Recuperado el 16 de Marzo de 2026, de https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/7395/G18_01Pedro_Gomez_Garcia.pdf?sequence=10&isAllowed=y
- González Cambreiro, S., & Querol, M. Á. (2014). *El patrimonio inmaterial*. Madrid: Catarata.
- Guarderas, A. (2018). Ambato en carnaval: La fiesta de las flores y de las frutas. *Revista Ambato*.
- Halbwachs, M. (2004). *La memoria colectiva*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Heller, E. (2008). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Heller, S., Bierut, M., & Helfand, J. (2022). *Fundamentos del diseño gráfico*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación: Cuarta Edición*. México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Herrero, A., & Gómez, D. (2011). Identidad gráfica. doi:<https://www.artesvisualeschivilcoy.edu.ar/wp-content/uploads/2019/10/identidadgrafica.pdf>

- INEC. (2021). *Tungurahua: perfil demográfico*. Recuperado el 25 de noviembre de 2021, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/Panorama_estadistico_provincial/tungurahua_demografia.html
- Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. (2025). *Campanha de Carnaval 2025*. Obtenido de <https://www.gov.br/iphan/pt-br/assuntos/cuida-que-e-nosso>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2025). *Tungurahua Demografía*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/Panorama_estadistico_provincial/tungurahua_demografia.html?utm_source=chatgpt.com
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural . (s.f.). *Carnaval de Guaranda*. Obtenido de <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/carnaval-de-guaranda/>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2025). *Calendario festivo del patrimonio cultural inmaterial nacional: Sierra*. Recuperado el 16 de Marzo de 2026, de <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/9689-2/>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador. (2013). *Guía metodológica para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Obtenido de https://www.patrimoniocultural.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/23_GuiametodologicaparalasalvaguardiaPCI.pdf
- Instituto Nacional de Patrimonio del Ecuador. (2018). *Patrimonios Inmateriales del Ecuador #2*. Recuperado el 16 de Marzo de 2026, de <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/patrimonios-inmateriales-del-ecuador-3/>
- Instituto Nacional del Patrimonio Cultural. (2014). *Patrimonio Cultural Inmaterial*. Recuperado el 16 de Marzo de 2026, de <https://site.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/patricultinmaterial-R7.pdf>
- Iñigo, L., & Makhoulf, A. (2014). *Diseño editorial: Manual de conceptos básicos*. Obtenido de https://libros.uaem.mx/archivos/epub/disegno_editorial/disegno_editorial.pdf

- Jiménez Fernández, V. (2024). La influencia de la gastronomía en el mundo. *Revista Neuronum*, 10(1), 89-91. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9690951>
- Johansson, K., Lundberg, P., & Ryberg, R. (2011). *Manual de producción gráfica: recetas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Junta de Reconstrucción de Tungurahua. (1953). *Informe al Congreso Nacional: un año de labores*. Ambato: Atenas.
- Kandinsky, V. (2003). *Punto y línea sobre el plano: contribución al análisis de los elementos pictóricos*. Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF. Obtenido de <https://archive.org/details/punto-y-linea-sobre-el-plano-kandinsky/page/n5/mode/2up>
- La Hora. (03 de agosto de 2025). Ambato: a más del 88% de los jóvenes les gusta vivir en la ciudad. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/Ambato-a-mas-del-88-de-los-jovenes-les-gusta-vivir-en-la-ciudad-20250803-0001.html>
- Landa, R. (2018). *El DISEÑO EN LA PUBLICIDAD: GENERAR IDEAS CREATIVAS*. Madrid: EDICIONES ANAYA MULTIMEDIA (GRUPO ANAYA, S.A.).
- López Rodríguez, J. (2009). *La identidad cultural en una proyección axiológica y formativa*. Buenos Aires: El Cid Editor. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uta/31073?page=6>
- López, A. M. (2014). *Curso diseño gráfico*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.
- Lupton, E., & Cole, J. (2016). *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Mármol, V. (2014). “Aporte del diseño gráfico a la actividad cultural del Centro Histórico de Quito, mediante piezas gráficas que apoyen a organizaciones involucradas con el rescate de la identidad cultural, dirigida a jóvenes adolescentes”. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/13348>

- Martín, R. (2018). PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL EN PERÚ: BALANCE Y PERSPECTIVAS. *Revista Aragonesa de Administración Pública*(17), 331-350. Recuperado el 24 de Marzo de 2026, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6878465>
- Medina, D. (05 de Agosto de 2025). Recorrido guiado contando la historia del terremoto de Ambato. Ambato, Ecuador.
- Mejía, Z. (11 de marzo de 2025). *Informe digital 2025: Ecuador*. Obtenido de Roastbrief: <https://roastbrief.com.mx/2025/03/informe-digital-2025-ecuador-2/>
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2023). *Manual de uso para el manejo del Sistema de Información Patrimonial*. Recuperado el 24 de Marzo de 2026, de https://www.patrimoniocultural.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/27_ABACO.pdf
- Ministerio de Cultura. (2013). *Acuerdo ministerial Nro. DM-2013-*. Recuperado el 22 de Marzo de 2026, de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/Acuerdo22.pdf>
- Ministerio de Cultura del Ecuador. (2009). *Acuerdo Ministerial No. 169 -09*. Obtenido de <https://siic.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/sites/28/2024/05/Acuerdo-Ministerial-No.-169-09-Fiesta-de-la-Fruta-y-de-las-Flores.pdf>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (16 de agosto de 2024). *El Ministerio de Cultura y Patrimonio trabaja de forma coordinada y participativa para la política pública para el fomento de las industrias culturales y creativas del Ecuador* . Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/mesas-de-trabajo-para-la-construccion-de-una-politica-publica-de-industrias-culturales-y-creativas-en-ecuador/>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2025). *Política Nacional de Fomento a las industrias culturales y creativas*. Obtenido de https://contenidos.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/PNF_25-35.pdf

- Ministerio de Educación. (2017). *Materiales educativos: herramientas para que los estudiantes aprendan mejor*. Obtenido de <https://gestioneducativa2017blog.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/01/materiales-educativos.pdf>
- Ministerio de Educación. (12 de Noviembre de 2024). *Educación, Cultura y OEI: alianza estratégica para el fomento de la lectura en la era digital*. Obtenido de https://educacion.gob.ec/educacion-cultura-y-oei-alianza-estrategica-para-el-fomento-de-la-lectura-en-la-era-digital/?utm_source=chatgpt.com
- Ministerio de Turismo. (18 de febrero de 2020). *La 1ra Expo Feria Nacional “Mushuc Runa 2020” te espera con sorpresas este feriado*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/la-1ra-expo-feria-nacional-mushuc-run-a-2020-te-espera-con-sorpresas-este-feriado/>
- Ministerio de Turismo. (13 de Enero de 2020). *La Fiesta de la Fruta y de las Flores fue declarada Patrimonio Inmaterial de la Región Andina*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/la-fiesta-de-la-fruta-y-las-flores-fue-declarada-patrimonio-inmaterial-de-la-region-andina/>
- Miranda Torres, C. (05 de agosto de 2025). Ambato: sismo y renacimiento 1949-2025. *El Herald*o.
- Molano L., O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*(7), 69-84. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>
- Molano, O. L. (2006). La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. *Academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/30075039/La_identidad_cultural_uno_de_los_detonantes_del_desarrollo_territorial
- Molina, O. (2009). *Terremoto de Ambato 1949: Imágenes y vivencias*. Quito: Sur Editores.

- Montagud, N. (1 de septiembre de 2020). *Los 19 tipos de papel: características y funciones*. Recuperado el 02 de diciembre de 2025, de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/tipos-de-papel>
- Morán, G., & Alvarado, D. (2010). *Métodos de investigación*. México: Pearson.
- Muller-Brockmann, J. (1982). *Sistema de retícula: Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Municipalidad de Ambato. (10 de diciembre de 2024). *Ambato impulsa su creatividad: cultura, arte e innovación para el futuro*. Obtenido de <https://ambato.gob.ec/ambato-impulsa-su-creatividad-cultura-arte-e-innovacion-para-el-futuro/>
- Municipalidad de Ambato. (05 de Marzo de 2025). *Ambato celebra el éxito rotundo de las Fiestas de la Fruta y de las Flores 2025*. Obtenido de <https://ambato.gob.ec/ambato-celebra-el-exito-rotundo-de-las-fiestas-de-la-fruta-y-de-las-flores-2025/>
- Murga, I. (2023). *La danza: Cuerpos en movimiento a través de la historia*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Negocios, R. (2025). *La nueva era del papel en tiempos digitales* (Vol. 39). Ambato.
- Nicola, G. (05 de Agosto de 2025). *Conversatorio Memoria: ''76 años del Terremoto del 05 de Agosto de 1949''*. Ambato, Ecuador.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. (2023). *Involucrar a los jóvenes en una Europa inclusiva y sostenible*. Obtenido de <https://ich.unesco.org/en/engaging-youth-for-an-inclusive-and-sustainable-europe-01051>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. (s.f.). *Involucrar a los jóvenes en una Europa inclusiva y sostenible*. Obtenido de <https://ich.unesco.org/en/engaging-youth-for-an-inclusive-and-sustainable-europe-01051>

- Pano, N. C., & Acuña, P. D. (2012). "Diseño sin fines de lucro": un espacio para promover la práctica del diseño en función social. 101 -104. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/396_libro.pdf
- Paredes, Á., Paz, E., & Caizabanda, E. (2022). Impacto turístico de la fiesta de la fruta y de las flores de Ambato, Ecuador. *Dialnet*, 395.
- París, J. A. (2019). *Comunicación esencial: el paradigma del marketing esencial aplicado al diseño y comunicación visual*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Parra, E. (2019). La memoria de una ciudad: Ambato, el desastre y la reconstrucción social. *XXXII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología*, 1537.1550. Obtenido de <https://cdsa.aacademica.org/000-030/2118>
- Parrale, M., Arteaga, G., Solórzano, G., & Fienco, J. (2024). El branding como estrategia en la planificación estratégica. *Digital Publisher*, 9(5), 498-510. doi:doi.org/10.33386/593dp.2024.5.2618
- Pereira Valarezo, J. (2004). *La fiesta popular tradicional del Ecuador*. Quito: Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural (IPANC).
- Piragauta, N. (2023). La importancia de las festividades culturales en la construcción de la identidad. *Línea imaginaria. Revista de investigación en estudios sociales y de frontera*.
- Pons, J. L. (2023). *MÁS STORYTELLING MENOS ¿Y A MÍ QUÉ?* México: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Pozo, R. (2015). *La comunicación técnica entre el proceso de diseño y la producción gráfica*. Madrid: Aenor Ediciones.
- Pozo, R. (2018). *Diseño y producción gráfica*. Barcelona: Editorial EdCPG.
- Pratas, A. (2014). *Creating Flat Design Websites*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.
- Presidencia de la República del Ecuador. (2016). *Ley Orgánica de Cultura*. Recuperado el 21 de septiembre de 2025, de

https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf

Quezada, N. (2010). *Metodología de la investigación: Estadística aplicada en la investigación*. Lima: Empresa editora Macro.

Radcliffe - Brown, A. (1986). *Estructura y función en la sociedad primitiva*. Barcelona: Editorial Planeta - De Agostini.

Reino, P. (2023). *Ambato, evolución político-administrativa*. Ambato: Maxtudio.

Reséndiz, J. (2012). El diseño de packaging. Entrevista a Joan Costa. *I+Diseño*(7), 1–8. doi:<https://doi.org/10.24310/Idisenio.2012.v7i.12618>

Rincón, Ó. (2018). *Comunicación gráfica: conceptos básicos*. Bogotá D.C: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO.

Rios Acuña, S. (2007). Vestimenta e identidad en el valle del Mantaro: La Kutuncha. *Revista Artesanías de América*, 123-240. Recuperado el 22 de Marzo de 2026, de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/463>

Ríos, E., Páez, H., & Barbos, J. (2020). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: DISEÑO, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO*. Cali: REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía. Obtenido de <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>

Rojas, C. (2015). Ilustrados: Procesos creativos y estrategias desde la réplica hasta lo espontáneo. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 189-216. doi:<http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.mavae10-1.ipce>

Rollié, R. (2004). *La enseñanza del diseño en comunicación visual*. Buenos Aires: Editorial Nobuko.

Rollié, R., & Branda, M. (2004). *La Enseñanza del Diseño en Comunicación Visual*. Buenos Aires: Editorial nobuKo. Obtenido de <https://z-library.sk/book/3Rk2AEWmOX/la-ense%C3%B1anza-del-dise%C3%B1o-en-comunicaci%C3%B3n-visual.html>

- Ruiz, R. (2021). *El comic como recurso de difusión para contenidos culturales de la ciudad de AAmbato. Caso de estudio la Fiesta de la Fruta y de las Flores*. Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica Indoamérica, Ambato, Ecuador.
- Rushdie, S. (2016). *Sentido de pertenencia*. Obtenido de Fundació Factor Humà: https://factorhumana.org/attachments/article/12569/sentit_pertenenca_cast.pdf
- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Sánchez, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Madrid: Bubok Publishing S.L.
- Santarsiero, H. (2008). *La producción gráfica: una nueva dimensión*. Ediciones Nacho.
- SilverFast. (2004). *Manual de SilverFast*. Obtenido de https://www.silverfast.com/download/docu/c7.01gestiondecOLOR_es_2004-01-09.pdf
- Sotomayor, J., Brito, L., & Tenesaca, M. (2018). Medios publicitarios que influyen en el consumidor a la hora de adquirir un producto o servicio. *Revista Killkana Sociales*, 2(3), 179-186. doi:<https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v2i3.347>
- The childrens book review. (2023). *Holi Is the Hindu Festival of Colors: 8 Vibrant Kids' Books You'll Love*. Obtenido de <https://www.thechildrensbookreview.com/holi-is-the-hindu-festival-of-colors-8-vibrant-kids-books-youll-love/>
- Tirado, D., & Viteri, J. (2024). Carros Alegóricos: Un legado cultural desde el renacimiento hasta la modernidad. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*(1). doi:<https://doi.org/10.46377/dilemas.v12i1.4322>
- Torres, J. (2015). *Ambato: Terremoto y reconstrucción (1949-1961)*. Quito: FLACSO Ecuador.
- Torres, J. (2025). *Tragedia y fiesta en Ambato, siglo XX*. Quito: FLACSO Ecuador.
- UNESCO. (1972). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. Obtenido de <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

- UNESCO. (2009). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* Obtenido de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000189113_spa?posInSet=2&queryId=ac3a40c3-bf72-4981-acdd-b7ddd97dd180
- UNESCO. (2009). *Los ámbitos del patrimonio cultural inmaterial*. Obtenido de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000189127_spa?posInSet=1&queryId=7aedef893-c028-44e2-8728-4df95fc55795
- UNESCO. (2024). *Textos fundamentales de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial de 2003*. Obtenido de https://ich.unesco.org/doc/src/2003_Convention_Basic_Texts-_2018_version-SP.pdf
- Universidad la Concordia Campus Forum Internacional. (2014). *Manual profesional de diseño editorial*. Obtenido de <https://www.desarrollosweb.com.ar/tecno2a/descargastecno2a/libros/Libro-Manual-de-Disenio-Editorial.pdf>
- Vega, P., & Chirinos, C. (2020). *Teorías de la comunicación*. Obtenido de Universitat Oberta de Catalunya: <https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/4734a287-d2a3-4bcb-8621-00f194fff97e/content>
- Vega, R., & Vizcaino, S. (2020). *Diseño editorial ilustrado basado en los personajes principales de la fiesta popular la Mama Negra de la ciudad de Latacunga para la difusión de valores culturales en niños de ocho a diez años*. tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador.
- Werbach, K., & Hunter, D. (2012). *For the win. The power of gamification and game thinking in business, education, government, and social impact*. Philadelphia: Wharton School Press.
- Wong, W. (2014). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Yandar, D. (2021). La importancia de los recursos gráficos en la educación. *Revista Universitaria De Informática RUNIN*, 9(12), 77-83. doi:<https://doi.org/10.22267/runin>

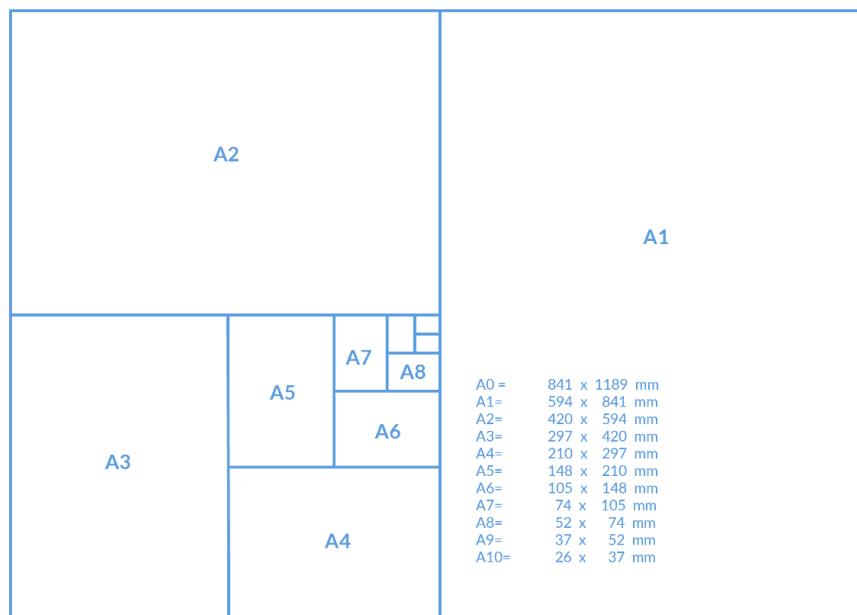
Zapaterro, Y., & Cadwell, C. (2014). *Diseño editorial: periodicos y revistas/ medios impresos y digitales*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

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

ANEXOS

Enlace de entrevistas y evidencias: https://drive.google.com/drive/folders/1Jva-U_RTQXVAPGgl9MDQhtvtpYNimH9T?usp=sharing

Formatos de la serie A

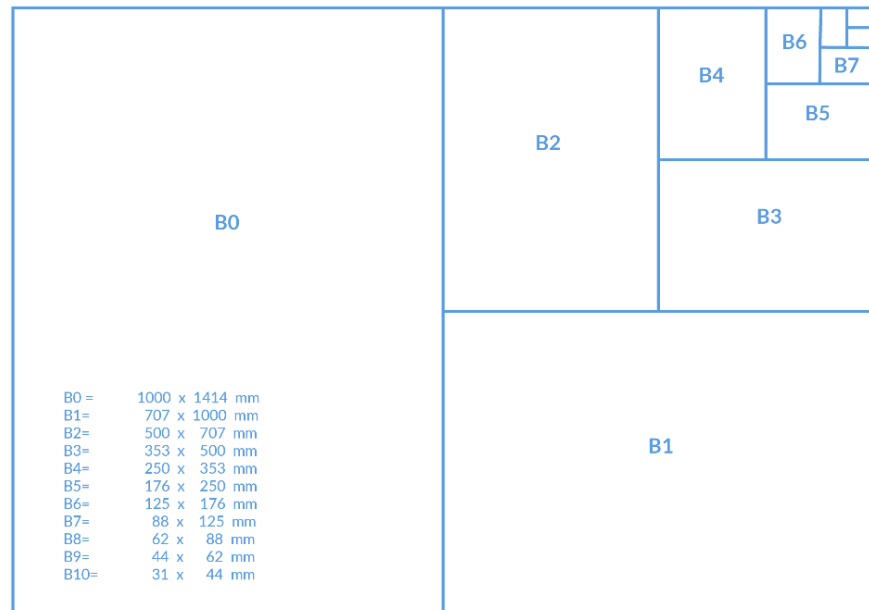


Dimensiones de serie A en mm.

Anexo 1

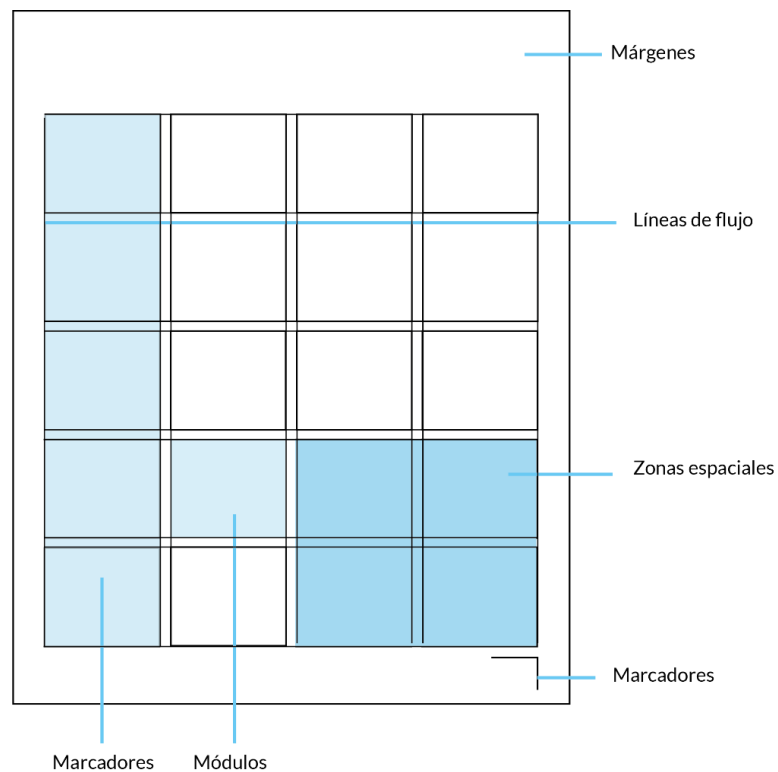
Fuente: Elaboración propia basada en Muller-Brockmann (1982)

Formatos de la serie B



Formatos de serie B en mm.

Fuente: Elaboración propia

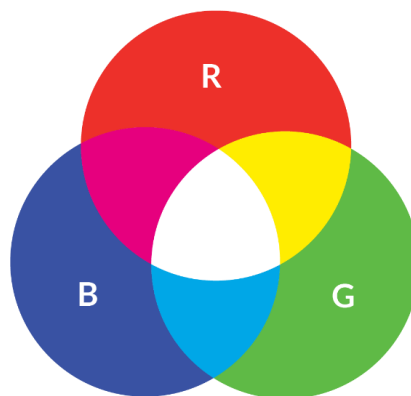


Partes de la retícula

Fuente: Elaboración propia basada en Samara (2004)

Mezcla aditiva

Colores Luz

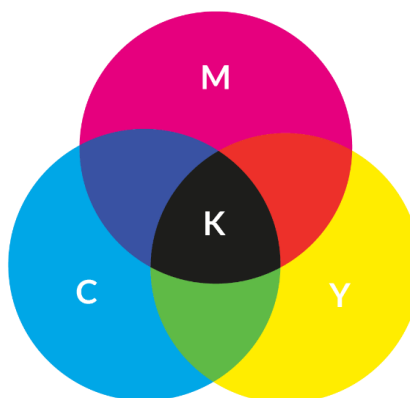


Colores aditivos

Fuente: Elaboración propia basada en Santarsiero (2008)

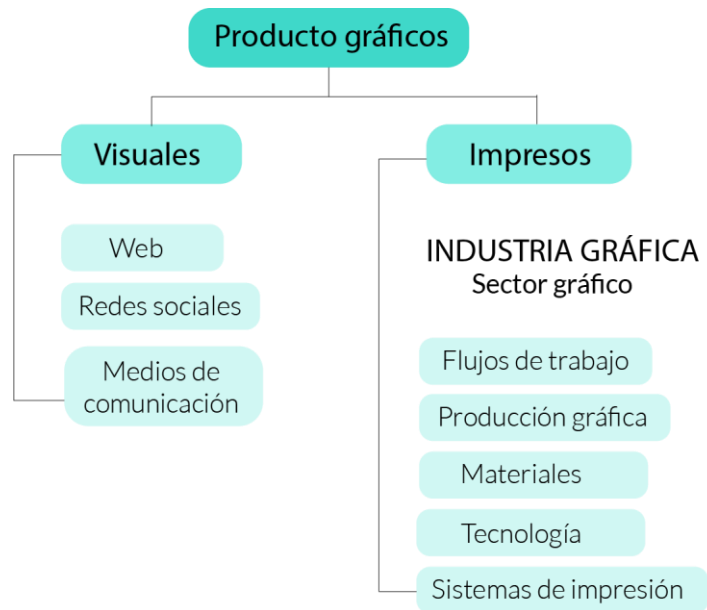
Mezcla sustractiva

Colores Pigmento



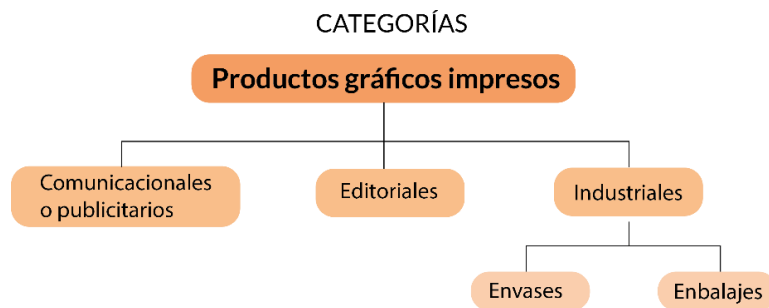
Colores aditivos

Fuente: Elaboración propia basada en Santarsiero (2008)



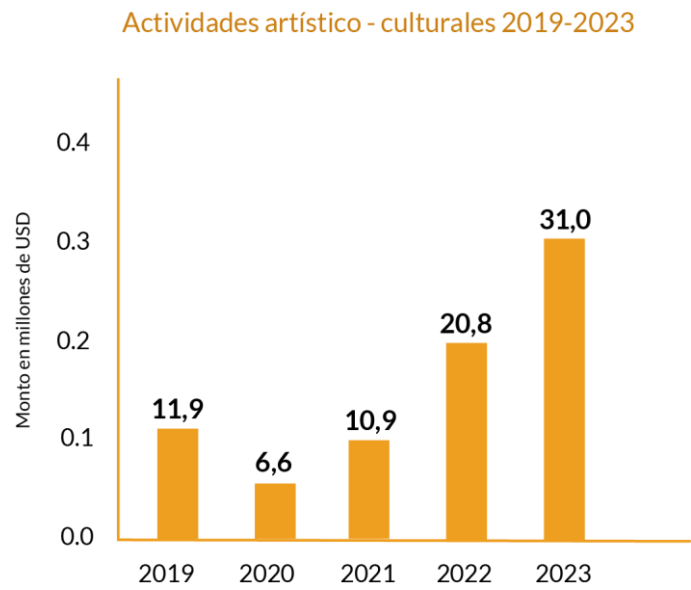
Tipos de productos gráficos

Fuente: Elaboración propia basada en Pozo (2015)



Red conceptual de la variable dependiente

Fuente: Elaboración propia basada en Pozo (2015)



Ingresos en actividades artístico – culturales 2019-2023

Fuente: Elaboración propia basada en Santarsiero (2008)