



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**CARRERA: DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

**TEMA:** “Muestra Gráfica sobre la Cultura Popular existente en el Mercado de Santa Clara de la Ciudad de Quito”

**AUTOR: MILTON ANDRÉS GÓMEZ JARA**

**TUTOR: Ing. Darío Arboleda, Mg.**

**AÑO 2014**



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

## INDICE

PORTADA.....	1
INFORME FINAL DE RESULTADOS DEL PIC .....	4
Introducción: .....	4
Problema: .....	5
Objetivos: .....	6
General: .....	6
Específicos: .....	6
Capítulo 1: .....	7
1.1    Cultura.....	7
1.2    Cultura Popular.....	7
1.3    Ferias y Mercados.....	8
1.4    Popular.....	8
1.5    Gráfica Popular.....	9
1.6    Muestra Gráfica: .....	10
1.9    Carteles:.....	10
1.10   Óleo: .....	11
1.11   Acuarela: .....	11
1.12   Cerámica: .....	11
1.13   Modelado:.....	12
1.14   Escultura: .....	13
1.15   Diagramación: .....	13
1.16   Tipografía: .....	13
Capítulo 2: .....	14
Entrevistas a Visitantes: .....	14
Entrevistas a Comerciantes: .....	16
Capítulo 3: Presentación de resultados.....	19
Folleto Didáctico: .....	19
Pintura:.....	19



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

<b>Afiches:</b> .....	19
<b>Modelado y Escultura:</b> .....	20
<b>Desarrollo de ilustración “sinceridad”:</b> .....	20
<b>Desarrollo de ilustración “ekeko”:</b> .....	26
<b>Desarrollo de afiche “si tiene fé, sirve”:</b> .....	31
<b>Desarrollo de cerámica “Ekeko”:</b> .....	36
<b>Desarrollo de folleto:</b> .....	40
<b>Validación de muestra gráfica:</b> .....	43
<b>Conclusiones:</b> .....	45
<b>Recomendaciones:</b> .....	45
<b>Bibliografía:</b> .....	46
<b>Anexos:</b> .....	48
Anexo N° 1 – Fachada Mercado Santa Clara.....	48
Anexo N° 2 – Gráfica Popular.....	48
Anexo N° 3 – Cartel Artesanal.....	49
Anexo N° 4 – Formato Entrevista a consumidores del Mercado Santa Clara.....	50
Anexo N° 5 – Formato Entrevista a comerciantes del Mercado Santa Clara.....	51
Anexo N° 6 – Fotografía entrevista Sr. Anibal Cahueñas.....	52
Anexo N° 7 – Validación del Producto.....	52
Anexo N° 8 – Formato Entrevista a Ivo Uquillas.....	53
Anexo N° 9 – Formato Entrevista a Mg. Diana Fierro Monrroy.....	54



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

## INFORME FINAL DE RESULTADOS DEL PIC

<b>CARRERA:</b>	DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL
<b>AUTOR:</b>	Milton Andrés Gómez Jara
<b>TEMA DEL TT:</b>	“Muestra Gráfica sobre la Cultura Popular existente en el Mercado de Santa Clara de la Ciudad de Quito”
<b>ARTICULACIÓN CON LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL:</b>	Cultura, Educación y Comunicación en la Perspectiva del Buen Vivir
<b>SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL:</b>	Cultura, Identidad y Comunicación; Educación y Gestión
<b>FECHA DE PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL:</b>	01 de Septiembre 2014

### Introducción:

Santa Clara. Mercado del centro-norte de la Ciudad de Quito, abre sus puertas en 1951, con más de 60 años de historia desde su fundación, en el día a día las historias, las cotidianidades forman parte de la convivencia y trabajo. Los colores, sonidos, textos y texturas son parte del ambiente que a pesar del tiempo transcurrido, no ha perdido su entorno inicial. (El Comercio, 2013) (Ver anexo N° 1)

Actualmente el Mercado Santa Clara, cuenta con más de 241 puestos de ventas entre frutas, legumbres, comida preparada, confiterías, flores, carnes, mariscos, etc. (El Comercio, 2013)



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Realizaremos una muestra gráfica de la cultura popular que se encuentra dentro de este espacio.

### **Problema:**

En la actualidad han disminuido las visitas de consumidores minoristas a ferias y mercados de la ciudad de Quito, una de las razones principales fue la sanidad, el cual fue regulado con una mejora notable hace aproximadamente 10 años por el Ministerio de Salud Pública y la Alcaldía del Distrito Metropolitano de la Ciudad de Quito. El cual exigió al mismo tiempo una reubicación y en algunos casos desalojo de ciertos puestos de venta, con el fin de controlar la salubridad y mejorar la presencia física de estos espacios.

La disminución de los visitantes y consumidores se debe también al gran crecimiento de medianas y grandes líneas de supermercados en toda la ciudad. Y son estos elegidos por los consumidores para realizar sus compras.

Es así que por medio de esta muestra gráfica, la cual incluirá afiches, pinturas y esculturas las cuales representen las cotidianidades y la cultura popular que existe dentro del mercado de Santa Clara, con el propósito de aumentar el número de visitantes o consumidores a este espacio.

Además se pretende que los visitantes y consumidores aprecien los elementos populares que existen dentro del mercado ya que al transcurrir el tiempo se han ido perdiendo.



*"Responsabilidad con pensamiento positivo"*

## **Objetivos:**

### **General:**

- Desarrollar un estudio de la identidad popular, el cual sea mostrado a través de una muestra gráfica del mercado de Santa Clara de la ciudad de Quito.

### **Específicos:**

- Establecer parámetros mediante investigación dentro del mercado de Santa Clara y los consumidores que permita el desarrollo de la muestra gráfica.
- Evaluar mediante entrevistas la situación actual del mercado y el interés existente en los consumidores hacia la cultura popular.
- Elaborar una muestra gráfica de cultura popular del mercado de Santa Clara y mostrar las cotidianidades a través de pinturas, esculturas y afiches.
- Validar el producto mediante el criterio de expertos y consumidores.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

## **Capítulo 1:**

### **1.1 Cultura**

La cultura es esa herencia social diferente de nuestra herencia orgánica, que nos permite vivir juntos dentro de una sociedad organizada, que nos ofrece posibilidad de soluciones a nuestros problemas; conocer y predecir las conductas sociales de los otros y permite a otros saber que pueden esperar de nosotros. La cultura hace posible interacciones sociales que dan sentido a la vida de un grupo, que regulan nuestra existencia desde el momento mismo en que nacemos hasta cuando dejamos de ser parte de la sociedad si, nos llega la muerte, pero siempre seremos miembros de una sociedad y de una cultura. (Arias, 2002, pág. 51)

Poder entender que todos estamos dentro de una cultura sea cual sea nuestra herencia social sin tener la necesidad de estar vinculados a algo o en algo específico para estar dentro de una cultura, el solo hecho de desarrollarnos en cualquier espacio social no coloca dentro de una cultura.

### **1.2 Cultura Popular**

Actualmente al hablar de cultura, únicamente relacionamos con la cultura de élite, como la ópera, teatro, la música clásica; en cambio el Antropólogo Alex Huerta la define de la siguiente forma:

Cultura es algo que todo el mundo tiene es decir todo lo que la gente hace, tiene, piensa y cómo se comporta pero al interior de un grupo humano, es decir una serie de códigos que se comparten, una serie de símbolos, una serie de significados que hacen que nuestra vida sea totalmente manejable, en la sociedad es decir podemos predecir la actitud del otro, por ejemplo; el hecho que nos demos la mano, el hecho que nos saludemos de cierta forma que entendamos nuestras actitudes hasta que compartamos una cultura.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Tan es así que aquellos que prefieren a Mozart tienen cultura, así como aquellos que quieren oír a Rossi War, entonces no es un patrimonio de un solo grupo humano, es un patrimonio de todos. (Huerta, 2012)

Por medio de representación entendemos que todas las personas tenemos cultura, pueden ser culturas de élite o culturas tradicionales, la diferencia depende de cómo se comportan al interior de un grupo humano.

### **1.3 Ferias y Mercados**

Las ferias y mercados de la ciudad de Quito son considerados como espacios de comercio popular, donde no existen precios fijos, no existen estándares y donde la estrategia de venta depende de cada uno de los comerciantes.

Si hablamos del mercado de Santa Clara, ubicado en el centro-norte de la Ciudad de Quito, el cual cuenta con alrededor de 241 puestos de ventas (El Comercio, 2013), donde ninguno de estos debe seguir parámetros específicos para ordenar sus productos, colocar sus letreros o escoger una forma para vender; estos pequeños detalles hacen que cada puesto sea una expresión de cultura popular, mostrándonos distintas personalidades y gustos que hacen que un mercado esté enriquecido con distintas características populares.

Existen distintos elementos que se han considerado populares, como “ el ekeko”, que es el “Dios Andino de la Abundancia”, al cual se le cuelga distintos elementos que la gente desea obtener, este personaje es utilizado en toda la región andina de América Latina desde la década de los 70’s.

### **1.4 Popular**

El término “popular” actualmente tiene connotaciones o tintes inferiores o al margen del gran desarrollo de la sociedad. Este término, puede considerarse como una palabra relacionada a la “inferioridad” por ciertos grupos supuestamente considerados de élite. Al desconocer la gran riqueza que puede existir dentro de estos espacios, grupos, culturas o comunidades



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

populares. Podemos mencionar como ejemplo: varias culturas populares cercanas a la ciudad de Quito las cuales tienen una gran riqueza popular que van desde la pintura, la gastronomía, la vestimenta, etc. (Benalcazar, 2014)

## **1.5 Gráfica Popular**

Uno de los referentes de la gráfica popular son los “afiches chicha” o “afiches de tecno-cumbia”, es un material publicitario que se coloca en diferentes partes de la ciudad para promocionar eventos musicales que se realizan semanalmente. El contenido que un afiche puede tener es: el lugar, la fecha y los grupos que se presentarán en el evento publicitado. (Ver anexo N° 2)

El objetivo es informar, como una forma más rápida a quien los observa existen dos formas para la realización de estos; la forma antigua y artesanal que es el estampado manual por medio de la serigrafía e impresión offset, donde se utiliza una sola placa, es decir en cian, magenta, amarillo y negro; mientras que por medio de la serigrafía se utiliza el proceso ( dibujo de afiche, calado, pegado de negativo en la malla de serigrafía y estampado de color negro para después colocar el resto de colores. Los “afiches chicha” se han desarrollado en un inicio en Perú desde la década de los 70’s, el grupo objetivo es la gente que no está en la casa, es para la gente que camina por las calles de la ciudad, los primeros afiches fueron en formato a2, que empiezan a llamar la atención de la gente por los colores fluorescentes y los atractivos que tiene, sobre todo porque esos colores para la gente provinciana son parte de su vida, eso conjuga con sus sentimientos, con la añoranza de su tierra acercándoles a lo suyo. (Urcuarango, 2014)

Así es como los analistas empiezan a considerar como “afiche chicha” sin que nadie le de ese nombre.

Quito se ha visto influenciado por los “afiches chicha” desde los 90’s a ser vistos en distintas paredes, paradas de buses, en lugares permitidos y no permitidos para colocar publicidad, con su colores fluorescentes y tipografías tan singulares.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

La finalidad es transmitir información para un evento de manera resumida y para una lectura rápida.

El “afiche chicha” es una cuestión consistente porque trasciende más allá del diseño, existe una propuesta de generar conciencia, siento un referente popular de una gráfica emergente.

### **1.6 Muestra Gráfica:**

Según Omar Puebla se considera como muestra dentro de lo comercial la exhibición de productos con el objetivo de dar a conocer o vender.

Dentro de la fotografía, el arte y el diseño se considera muestra a la exhibición o exposición de obras finales. (Puebla, 2014)

### **1.9 Carteles:**

La aparición del cartel, tal como lo conocemos hoy se remonta a 1870, cuando la perfección de las técnicas de litografía de color permitió la producción en masa. Sólo tomó un siglo para el cartel como una forma de arte que vive; cautivado a los principales artistas de la época, entre las que destacan la de Toulouse-Lautrec, diseñadores de “art nouveau” y simbolistas cubistas, artistas y revolucionarios tipografía Bauhaus y De Stijl, y los hippies y la cultura underground de los años sesenta. John Barnicoat este libro examina las conexiones entre el arte, las demandas del negocio, la política, el testimonio popular y otros factores sociológicos que intervienen en la producción de los carteles. (Barnicoat, 1999, pág. 4)

Actualmente la utilización de los carteles en su mayoría es de manera publicitaria, dentro del mercado de Santa Clara en la ciudad de Quito encontramos una gran variedad de carteles.

Carteles artesanales realizados sobre cartulina y escritos a mano sin la utilización de tipografías existentes y los carteles realizados en Offset que es el método de



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

impresión de fichas en grandes formatos, cualquiera de estos un mismo objetivo, el publicitar algo o transmitir un mensaje. (Ver anexo N° 3)

Es una de las expresiones artísticas más representantes consiste en representar de manera gráfica lo que el pintor desee mostrar con el objetivo de generar sentimientos en quien lo mire, la pintura ha evolucionado como todo en la sociedad existen distintas técnicas y tipos de pinturas, como el óleo y acuarela.

### **1.10 Óleo:**

En la pintura el óleo los pigmentos se aglutinan con aceite, que por lo general es de linaza cocinada. Es una técnica de gran tradición desde el renacimiento y la vemos empleada en casi todas las obras de cierta relevancia.

La pintura al óleo es la más conocida y la que brinda mayores probabilidades de éxito, puesto que permite hacer correcciones y modificaciones que no son posibles con otras técnicas. (Georgina, 1982, pág. 109)

### **1.11 Acuarela:**

Es un medio pictórico formado por pigmentos, goma arábiga y glicerina; su disolvente es el agua. Cuando la acuarela se moja con el pincel, la goma arábiga que contiene el pigmento se reblandece, impregna el pincel y permite su pintura. Entre las presentaciones habituales, los tubos permiten dispensar y regular la acuarela que se vaya utilizando; la acuarela en pocillos permite un uso inmediato de la pintura sin desperdicio alguno. (Atrium Group, 2006, pág. 6)

### **1.12 Cerámica:**

Durante el Formativo Temprano (3,600 a.C.-2,600 a.C.) aparecen ya propiamente aldeas agrícolas, la agricultura aunque incipiente se instala como el sustento económico principal de las personas ya que era mucho



*"Responsabilidad con pensamiento positivo"*

más eficiente que la recolección, mientras que la caza se ve bastante reducida la pesca continúa como un importante sustento de la economía local.

Aparecen otros inventos como el telar, se utiliza la piedra pulida para hacer figuras o Monolitos, como los "Búhos de Piedra" de Valdivia.

Sin embargo el invento más importante de esta época es la cerámica, la cual parte de algo simple y rudimentario hasta algo complejo, la cerámica más antigua de América está en la Cultura Valdivia (3,600 a.C.) y es mucho más antigua que la cerámica de Colombia (3,200 a.C.), México (2,600 a.C.) y Perú (1,800 a.C.). Del Formativo Temprano los únicos vestigios conocidos hasta la fecha (en el Ecuador) son los de la cultura Valdivia. (Prehispanico, Ecuador, 2011)

En Ecuador donde se realizaba la representación humana elaborada en barro cocido y se usaba de forma servicial en vasijas. Actualmente la cerámica se utiliza de forma decorativa con los mismos principios del barro cocido. Para la elaboración de varias cerámicas con el mismo modelo se necesita realizar un molde, el cual será llenado con arcilla líquida, se debe esperar su secado y cocerla para realizar sus detalles finales con la pintura.

### **1.13 Modelado:**

El modelado es un proceso aditivo: la forma se labra directamente sobre un material blando y maleable como la arcilla o la cera o sobre una mínima estructura de soporte hecha de material rígido.

Desde el punto de vista técnico, el modelado es la menos complicada de las ramas escultóricas que hemos considerado. Las obras modeladas pueden ser expresiones acabadas de la idea del artista o, trabajos preparatorios de otras ramas escultóricas. Hay tipos de modelado, previos a la talla y el vaciado: pequeños bocetos, en los que se elabora la composición de la



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

figura, seguidos de modelos de tamaño natural que pueden ser transferidos a bloques de mármol o vaciados en bronce. (Reyes, 2011)

#### **1.14 Escultura:**

La escultura es una forma artística que se utiliza directamente en el espacio real, a diferencia de la pintura, que crea un espacio ficticio sobre un simple plano, la escultura, al ser tridimensional tiene que ocupar un espacio efectivo, estar en interacción con el mismo o englobarlo. Una forma puede ser compacta o sólida o estar provista de resaltes que se introducen en el medio que la rodea. Puede ser hueca, lineal o agujerada. (Barry Midgley, 1982, pág. 8)

#### **1.15 Diagramación:**

Diagramar es distribuir, organizar lo elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores) (Cumba, 2002, pág. 12)

#### **1.16 Tipografía:**

La tipografía expresan un significado de acuerdo con su forma natural: delgadas, regulares y gruesas. Estas características sirven para identificar los estilos: blanca (*light*), *ultra light*, normal, bold, extra-ultra-demi-bold, *heavy*, *black*; es decir su contextura le asigna un carácter que luego es considerado como criterio para el diseño... (Cumba, 2002, pág. 29)



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

## **Capítulo 2:**

El mercado de Santa Clara es un espacio de comercio popular, por esta razón se consideró la entrevista como método de investigación para la identificación del problema, con la finalidad de conocer las distintas experiencias de manera directa, las cuales serán registradas de manera digital para facilitar la elaboración del documento escrito. Las entrevistas fueron realizadas a consumidores, visitantes, comerciantes y autoridades del Mercado de Santa Clara de la Ciudad de Quito con el propósito de obtener información desde distintos puntos, todos dentro de este espacio.

Para la descripción del problema y como se realizó el proceso investigativo separamos las entrevistas de la siguiente manera:

Se inició las entrevistas con los consumidores y visitantes del Mercado de Santa Clara de la Ciudad de Quito, se realizó cinco preguntas a cada entrevistado. Se dividió en tres rangos según su edad (de 12 a 25 años – 25 a 45 años – 45 años en adelante). De cada rango se hicieron entrevistas a cinco personas, el objetivo de esta división de rangos y la decisión de entrevistar a quince personas es porque así se receptaría de mejor manera las distintas percepciones de cada edad. Se planteó las mismas preguntas a los tres rangos con el objetivo de conocer sus experiencias dentro de este espacio de manera amplia, por esta razón no se consideró como método de investigación las encuestas. (Ver anexo N° 4)

### **Entrevistas a Visitantes:**

**1.- ¿Ud. Recuerda la primera vez que estuvo en el mercado Santa Clara y por qué?**

Las quince personas entrevistadas coincidieron en su respuesta, acompañaron o fueron llevadas por un familiar, todos visitaron estos espacios como edad máxima



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

los ocho años de edad. David Recalde de 17 años de edad acompañado de su tía menciona que sus visitas han ido disminuyendo según él ha ido creciendo.

**2.- ¿En qué piensa principalmente Ud. cuando escucha la palabra “mercado”?**

En esta pregunta se obtuvo distintos pensamientos, en los cuales se ven reflejados según la diferencia de edades, en el rango de personas menos de 25 años dicen que relacionan los mercados con espacios de comercio poco saludables, otros entrevistados relacionan al mercado con espacios populares con una gran diversidad de culturas, colores y elementos. Los diez encuestados faltantes relacionan con espacios de compras populares, donde se puede adquirir una gran variedad productos a menor precio, además mencionan a los mercados como lugares de mucha historia y recuerdos personales.

**3.- ¿Con qué frecuencia acude un mercado y en especial el mercado de Santa Clara?**

Entre las personas encuestadas encontramos que ellos visitan diariamente el mercado para almorzar, también encontramos casos como el de Andrea Cárdenas de 28 años de edad, estudiante de gastronomía, ella menciona que se encuentra en el mercado de Santa Clara porque necesita comprar productos que no encuentra en tiendas o supermercados y además consigue a menor costo. Sonia Jara nos explica que visito el mercado ese día porque no pudo encontrar un producto en ninguna tienda cercana.

**4.- ¿En qué es lo primero que se fija cuando entra al mercado de Santa Clara?**

La mayoría de entrevistados ven únicamente al mercado de cómo un espacio de comercio y por tal manera mencionan que al visitar el mercado de Santa Clara únicamente buscan los productos que van a consumir o que se encuentren den



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

buena calidad, a diferencia de Cristian Terán cuenta que cada vez que visita al mercado disfruta de la gran variedad de elementos y es una experiencia nueva cada vez que se encuentra en el mercado. “me gusta venir, es diferente que solo comprar en una tienda o algún otro lugar, tu caminas el mercado y la vendedoras te ofrecen sus productos hasta diciéndote cosas bonitas sin que te conozcan, el puesto que más me gusta dentro del mercado es el de las frutas, son muy ordenados, se ven toda clase de colores”. (Terán, 2014).

Víctor Caiza cuenta “que desde que tiene uso de razón” visita el mercado, dice que a sus 68 años de edad visitar el mercado, es una experiencia que le trae muchos recuerdos y costumbres que se han ido perdiendo o no se encuentran en otros lugares.

#### **5.- ¿Por qué cree Ud. que la gente ha dejado de visitar el mercado?**

David Recalde de 17 años de edad fue claro en su respuesta al decir que no es necesario venir a comprar en el mercado; él prefiere comprar en la tienda cerca de su casa, que únicamente al tener que comprar en gran cantidad acudirá al mercado. Así las distintas respuestas fueron expresadas de manera corta afirmando en una gran mayoría que su visita es ocasional. Los mercados no están a la cercanía de los lugares a sus hogares, además los horarios de atención coinciden con los horarios de trabajo. Carmen Coral de 37 años de edad mencionó que los mercados son solo para venir los fines de semana.

#### **Entrevistas a Comerciantes:**

Las entrevistas a los comerciantes y dueños de los puestos de venta en el Mercado de Santa Clara se realizó de la siguiente manera: (ver anexo N° 5)

Se entrevistó a tres personas propietarias de puestos en el Mercado de Santa Clara por más de 30 años. Se consideró este tiempo importante ya que al estar más tiempo dentro de este espacio serán mayores sus experiencias en el mercado.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

### **1.- ¿Cuánto tiempo trabaja en el mercado de Santa Clara?**

Martha Chicaiza de 43 años de edad vende legumbres y verduras, ella cuenta que está en el mercado desde los 8 años de edad con su madre; inicia su jornada a las 5 a.m. recibiendo los productos, menciona que “se ordena para que se vea lindo” además que la administración les exige buena presentación en cada puesto

Ella dice que el objetivo es llamar la atención de los clientes y elijan comprar en su puesto, además de ofrecer buenos precios y buena calidad.

Amanda Cevallos dueña de un puesto de frutas por de 25 años comenta que más que su trabajo es su entretenimiento.

Anibal Cahueñas, su puesto está dentro de la sección de confitería, él ofrece productos esotéricos y ha dedicado más de 40 años a este negocio muy particular, el cual cuenta con una gran cantidad de productos entre velas, lociones, jabones, yerbas y muchos productos más, entre los elementos más particulares que llamó la atención el “ekeko”, que es una figura boliviana muy, que es utilizada para “atraer la suerte” y que antiguamente era muy común encontrar en los hogares o negocios y que poco a poco se ha ido perdiendo esta costumbre.

### **2.- ¿Cómo ha cambiado la afluencia de los consumidores en el Mercado Santa Clara?**

La Sra. Martha dice que ha disminuido en gran cantidad las ventas en el mercado, ya que la gente prefiere visitar supermercados o tiendas, por cuestión de tiempo y salubridad, ella menciona que “se ha perdido esta costumbre”. Y que muchas veces los alimentos se dañan y representan pérdidas considerables.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

El Sr. Cahueñas cuenta que a él le ha afectado mucho la disminución de compradores y disminuye el ingreso económico a su hogar, los testimonios coinciden en la afectación que sufren por la disminución de ventas.

**3.- ¿Qué cree Ud. que se debe hacer para aumentar la visita de consumidores?**

Los tres entrevistados coinciden que se debería promocionar más la visita al mercado Santa Clara, para aumentar las ventas y mejorar los ingresos de los comerciantes, como también para promover espacios populares y que se comparten en familia.

El Sr. Marcelo Rendón, Administrador del Mercado Santa Clara durante 5 años muestra su preocupación por la disminución de consumidores a comparación de años anteriores y al no tener presupuesto para poder publicitar o realizar campañas estratégicas que aumente el número de consumidores.

Al analizar las entrevistas en diferentes rangos de edad y en distintos papeles que cumplen cada uno de los entrevistados del Mercado de Santa Clara de la ciudad de Quito es sencillo identificar su problemática.

Se visibiliza notablemente el descuido de las autoridades y comerciantes en la realización de campañas que promuevan la visita de consumidores. Por esto se propone la ejecución de una muestra gráfica itinerante que muestre a través de pinturas, esculturas y afiches los distintos elementos que se han perdido con el paso del tiempo y resaltar características como texturas, cromáticas, ilustraciones y tipografías populares propias de estos espacios, además la incluirá la entrega a cada visitante a la muestra gráfica un folleto didáctico, donde se incluirán todas las obras expuestas.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

### **Capítulo 3: Presentación de resultados**

La propuesta de realizar una muestra gráfica de cultura popular en el mercado de Santa Clara de la ciudad de Quito presentamos como estrategia de aumentar el número de comparadores y visitantes, además mantener la cultura popular que se encuentran en estos espacios y rescatar elementos populares.

La muestra grafica itinerante tendrá: escultura, pintura y diseño de afiches que buscan reflejar desde pequeños elementos hasta grande experiencias todas sacadas del interior de este mercado, expresando de esta manera la cotidianidad y la gran cultura que se vive en Santa Clara.

La muestra gráfica itinerante tendrá cuatro elementos:

#### **Folleto Didáctico:**

Se realizará un folleto que se entregará a los visitantes a la muestra, con toda la información recopilada de pinturas, afiches y esculturas expuestas.

#### **Pintura:**

Se ilustrarán rostros de personas que trabajan dentro del mercado de Santa Clara e ilustraciones de elementos, usando técnicas del óleo y la acuarela.

Las medidas de cada obra cambiar según lo que representemos.

#### **Afiches:**

La creación del afiche se hará en base a una experiencia vivida o relatada dentro del mercado de Santa Clara, utilizando ilustración y distintas tipografías.

Se tomará como referencia los “afiches chicha” y los letreros artesanales realizados por los comerciantes para la obtención de las tipografías. Las tipografías para los afiches no se realizarán con retícula ya que estas son pintadas o dibujadas directamente.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

### **Modelado y Escultura:**

Mediante la escultura trataremos de representar elementos populares que se encuentren dentro del mercado como: trompos, ekekos y basureros de payaso.

La metodología que se utilizará será modelar en plastilina, para posteriormente realizar el molde en yeso y poder reproducir figuras en arcilla.

Se propone realizar la muestra itinerante dentro del mercado de Santa Clara, la cual permanecerá por un tiempo de dos meses, además exposición será expuesta por el tiempo de una año que recorrerá cinco mercados más representativos de la ciudad de Quito, al terminar este tiempo se entregaran las pinturas, afiches y esculturas a cada una de las personas que representan y colaboraron con la realización de esta muestra.

A continuación se explicará el método de creación y el proceso creativo de cada una de las obras desarrolladas:

### **Desarrollo de ilustración “sinceridad”:**

Para el desarrollo de la primera obra es la experiencia obtenida con el Sr. Aníbal Cahueñas, dueño de un puesto que ofrece productos esotéricos, que en medio de la entrevista nos mencionó a uno de los elementos populares que poco a poco se han ido perdiendo. En base a sus palabras hemos desarrollado de manera secuencial las siguientes obras.



*Figura 1 Fotografía Sr. Anibal Cahueñas*

*Fuente: Andrés Gómez 2014*

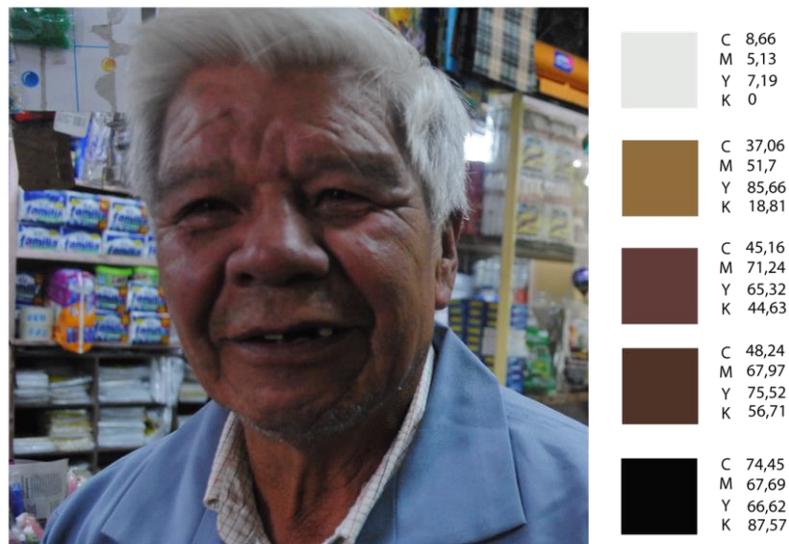


*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

En la elaboración de esta ilustración sobre lienzo se pondrán en práctica los conocimientos adquiridos en los créditos como:

- Dibujo figurativo
- Diseño Digital I (Adobe Ilustrador)
- Diseño Digital II (Adobe Photoshop)
- Historia del Arte I
- Historia del Arte II
- Identidad corporativa y señalética

Para iniciar la elaboración del retrato se realizó una selección de colores que se utilizarán, Este proceso se realizó en el programa Adobe Ilustrador con la ayuda de la herramienta gotero (eyedropper).



*Figura 2- Pantones rostro Fuente: Andrés Gómez 2014*

Con la finalidad de expresar los rasgos fuertes se seleccionó estos cinco colores que son los que priman en el rostro del personaje.

El retrato se realizará con la técnica de óleo sobre lienzo con medida de 90 cm de ancho x 60 cm de alto.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Iniciamos con el dibujo a lápiz sobre el lienzo el cual nos sirva como guía para iniciar a cubrir con el óleo.



*Figura 3- Síntesis del rostro en Photoshop en base a rostro real*

*Fuente: Andrés Gómez 2014*

Se cubrirá los rasgos principales hechos con lápiz mediante la técnica del pincel y la espátula, y cubriremos el rostro de igual manera.



*Figura 4- Síntesis de rostro en lienzo*

*Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*



*Figura 5- Aplicación de colores de base  
Fuente: Andrés Gómez 2014*



*Figura 6- Aplicación de rasgos Fuente: Andrés*



*Figura 7- Aplicación de cabello  
Fuente: Andrés Gómez 2014*



*Figura 8- Detalles finales de rostros  
Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

La ropa del personaje tendrá en su totalidad colores planos, ya que lo que se busca es representar en cada uno de los retratos son los rasgos y expresiones de cada una de las personas.



*Figura 9-Aplicación de detalles de vestimenta Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*



*Figura 10- Obra Final Fuente: Andrés Gómez 2014*

Sinceridad  
Óleo sobre lienzo  
90 cm x 60 cm  
2014 - Santa Clara



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Se mencionó anteriormente que el Sr. Aníbal Cahueñas, nos habló una breve descripción e historia de la figura andina llamada “Ekeko”. Al comentar que poco a poco ha ido disminuyendo la existencia de este personaje y las personas lo recuerda muy poco, es cuando se desarrolló la idea de la siguiente obra en referencia a esta figura que es considerada como el “dios andino de la abundancia”.

### **Desarrollo de ilustración “ekeko”:**

El proceso creativo es el siguiente:

Al realizar la pintura de un “Ekeko” se tendrá que conocer la figura original de la cual sacaríamos una síntesis y lograr una innovadora imagen, sin que pierda la estética, ni estilo y así poder mantener su imagen original.



*Figura 11- Ekeko Cerámica Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Esta figura es considerada como patrimonio intangible de Bolivia y se ha posicionado desde los años 80’s en los países la región andina de manera considerable.

Para iniciar el proceso creativo de la siguiente obra se realizará un síntesis en relación a la figura original, lo que complica este proceso es que no existe una figura única, existen un sin número de distintas figuras de “Ekeko”.

En la elaboración de esta ilustración sobre lienzo se pondrán en práctica los conocimientos adquiridos en los créditos como:

- Dibujo figurativo
- Diseño Digital II (Adobe Photoshop)
- Historia del Arte I
- Historia del Arte II
- Identidad corporativa y señaletica



*Figura 12- Síntesis en Photoshop en base a figura real Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Se realizó el boceto en pasteles que es una técnica de pinturas grasas y es lo más similar a trabajar con óleo. La pintura se realizará de una medida de 90 cm x 70 cm, se inició marcando referencias con lápiz y cubriendo posteriormente con óleo, la aplicación se realiza mediante la técnica de la espátula.



*Figura 12- Boceto a color con pasteles  
Fuente: Andrés Gómez 2014*



*Figura 13- Aplicación colores en la base óleo  
Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Al contrario de la anterior pintura que se trataba de un retrato esta se puede considerar como una ilustración de un Ekeko.



*Figura 14- Aplicación de detalles de rostro Fuente: Andrés Gómez 2014*

Donde primero se aplicó el color de fondo del rostro y posteriormente se detalló con color negro los rasgos del rostro.



*Figura 15- Aplicación de detalles finales y fondo Fuente: Andrés Gómez 2014*



“Responsabilidad con pensamiento positivo”



**Ekeko**  
Óleo sobre tela  
70 cm x 90 cm  
2014 – Santa Clara

*Figura 15- Obra Final Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

### **Desarrollo de afiche “si tiene fé, sirve”:**

El siguiente elemento que estará dentro de la muestra gráfica es un cartel, el que se realizó en base a un comentario del Sr. Aníbal Caleñas al responder a la siguiente pregunta:

¿Funciona las cosas que Ud. vende?

A lo que supo responder “SI TIENE FÉ SIRVE”. (Ver anexo N° 6)

Así es como se realizará el proceso creativo del cartel, siendo esta la frase principal del que llevará el cartel con la ilustración de un “Ekeko” en el centro.

La construcción del afiche inicia con el dibujo de las tipografías que se utilizarán y la estética está influenciada por los afiches Chicha o afiches de Tecno-Cumbia que se encuentran en los exteriores del mercado de Santa Clara de la ciudad de Quito.

Las tipografías se dibujarán al igual que los letreros artesanales realizados a mano que tienen algunos de los puestos.



*Figura 16- Letrero con tipografía pintada*

*Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Para el desarrollo del afiches se utilizarán los conocimientos adquiridos en créditos como:

- Diseño Digital I (Adobe Ilustrador)
- Diseño Digital II (Adobe Photoshop)
- Dibujo Figurativo
- Tipografía



*Figura 17- Tipografía realizada en base a letrero artesanales ubicados en el mercado Santa Clara, digitalizadas en Adobe Ilustrador*

*Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*



*Figura 18- Aplicación de colores en lienzo con acrílico Fuente: Andrés Gómez 2014*

El fondo se colocará de color negro ya que al usar colores fluorescentes se logra un mejor contraste en este color de fondo. Tal como lo hacían las distinta culturas de donde se tomó esta cromática.



*Figura 19- Aplicación de fondo con acrílico Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

El siguiente paso es dibujar a lápiz la referencia para la realización de la ilustración del “Ekeko”.



*Figura 20- Ilustración ekeko  
Fuente: Andrés Gómez 2014*

Ilustración a color del Ekeko



*Figura 21- Aplicación color ilustración ekeko  
Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*



Si Tienes Fé Sirve  
Acrílico sobre tela  
70 cm x 50 cm  
2014 – Santa Clara

Figura 20- Obra Final Fuente: Andrés Gómez 2014



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

### **Desarrollo de cerámica “Ekeko”:**

Para la realización de esta obra se utilizaron distintas técnicas como: Modelado en plastilina, molde, cerámica, pintura acrílica

El modelado en plastilina consiste en dar la forma de algún elemento, en este caso hemos elegido al “Ekeko”, con la misma síntesis del afiche anterior iniciamos a modelar.

Para la realización de esta cerámica, ha pasado por el proceso de modelado y escultura en plastilina se pondrán en práctica los conocimientos adquiridos en los créditos como:

- Creación de personajes
- Diseño de productos
- Dibujo Figurativo



*Figura 21- Proceso de modelado en plastilina  
Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*



*Figura 22- Modelado Final  
Fuente: Andrés Gómez 2014*

Una vez realizada la figura procedemos a colocarla en una caja de cartón en la cual realizaremos el molde para poder reproducirlas.



*Figura 23- Presentación de molde  
Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Cumbrimos la caja con una mezcla de yeso esperamos durante 30 minutos y procedemos a retirar la plastilina, nos quedará un molde con el que se ve a continuación.



*Figura 24- Molde Yeso*

*Fuente: Andrés Gómez 2014*

Se obtiene el molde, este se llena con barbotina que es arcilla líquida, después aproximadamente 5 horas nos saldrá una reproducción de la figura original la cual tendrá que ser cocida en un horno especial para cerámica, una vez que sea cocinada podrá ser pintada.



*Figura 25-Colocación de barbotina en molde de yeso*

*Fuente: Andrés Gómez 2014*



*Figura 26-Reproducción en arcilla*

*Fuente: Andrés Gómez 2014*



“Responsabilidad con pensamiento positivo”



Figura 27- Aplicación de pintura acrílica en cerámica  
Fuente: Andrés Gómez 2014



Figura 28- Aplicación de colores fluorescentes en cerámica  
Fuente: Andrés Gómez 2014



Figura 29- Obra Final Fuente: Andrés Gómez 2014

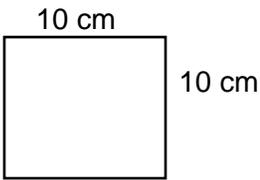
Plastilina – Cerámica – Acrílico  
25 cm x 15 cm  
2014 – Santa Clara



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

**Desarrollo de folleto:**

A los visitantes de la muestra se entregará un folleto con la recopilación de todas las obras expuestas con las siguientes características: (Ver anexo N°7)

- Formato: 
- Número de páginas: 20 páginas
- Tipo de papel: Couche 300 gramos
- Impresión: Tiro y retiro
- Tipográfica: Plantagenet Cherokee (Textos)
- Tamaño fuente: 9 pt.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	a	b	c	d	e	f	g	h	i
J	K	L	M	N	O	P	Q	R	j	k	l	m	n	o	p	q	r
S	T	U	V	W	X	Y	Z		s	t	u	v	w	x	y	z	

- Tipográfica: Bell gothic std bold (Títulos y Portada)
- Tamaño fuente: 11 pt.

Bell Gothic Light	0123456789
ABCDEFGHIJKLMN	OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop	qrstuvwxyz
Bell Gothic Bold	0123456789
ABCDEFGHIJKLMN	OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop	qrstuvwxyz

De acuerdo a la clasificación general en base a tipos claramente diferenciados encontramos: las serif y las sans serif.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Se utilizará la fuente tipografía serif “plantagenet Cherokee” en textos, generalmente se emplea en textos largos o revistas, estas facilitan la lectura ya que sus trazos crean una “línea de ilusión horizontal”, en cambio la fuente tipográfica sans serif “Bell gothic std bold”, se utilizará en títulos ya que según diseñadores este tipo de fuente crea un efecto de sobriedad, seguridad y modernidad. (Castillo, 2013)

- Portada:

Se diseñará la portada de 10 cm x 10 cm en papel couche de 300 gramos, plastificado mate en calor, el diseño se realizó en base a la “ley de tercios”, utilizando como punto de interés el tercio inferior derecho, donde se encuentra el nombre del folleto.

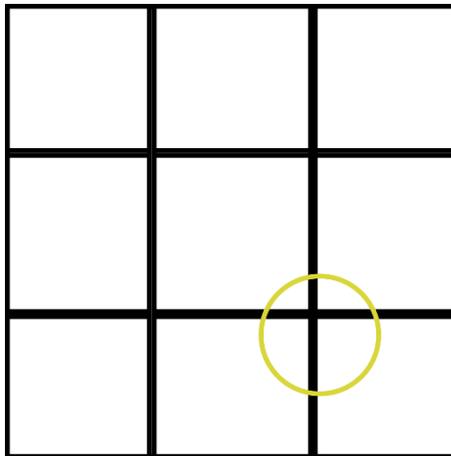


Figura 30- ley de tercios Fuente: Andrés Gómez 2014

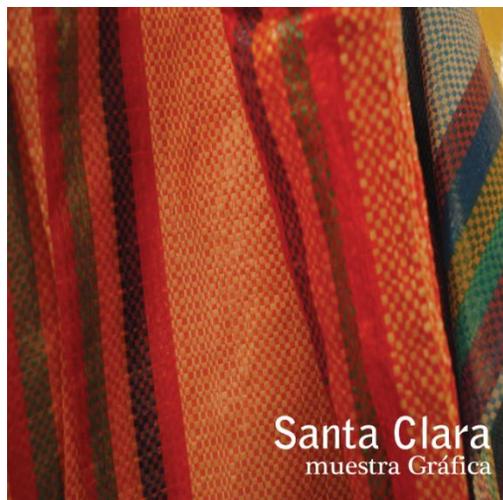


Figura 31-Diseño Portada Fuente: Andrés Gómez 2014



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

- Diagramación:

Se realizará en el programa Adobe InDesign, con la siguiente retícula

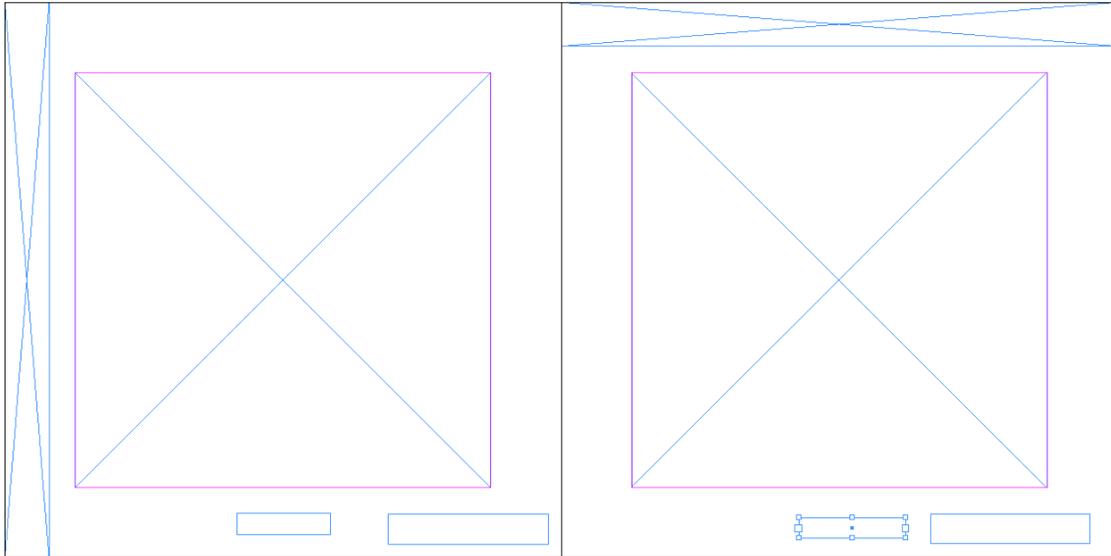


Figura 32-Reticula Fuente: Andrés Gómez 2014

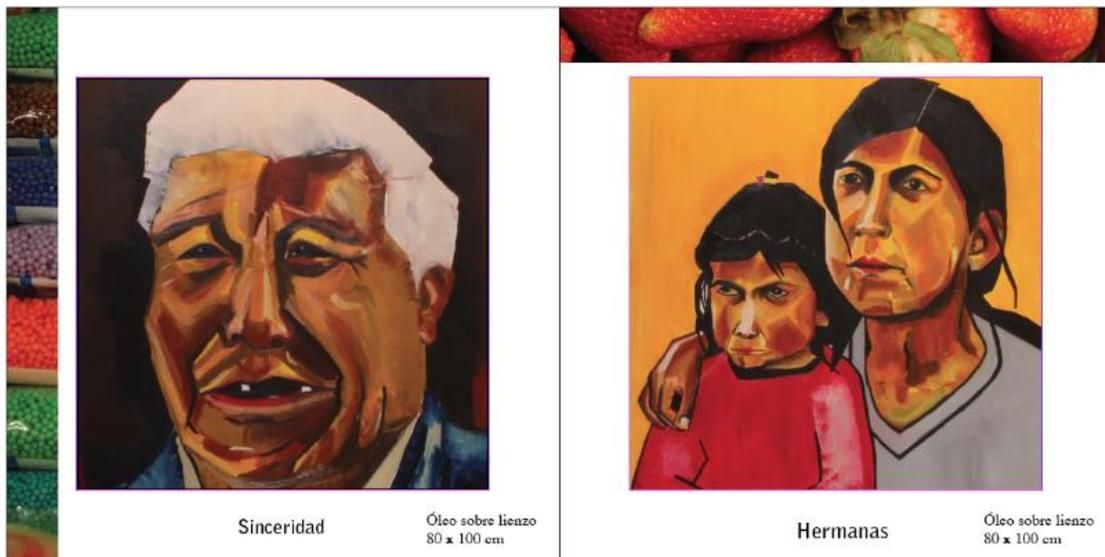


Figura 33- Diseño en base a retícula Fuente: Andrés Gómez 2014

La diagramación del folleto incluirá imágenes que muestren texturas y colores que se encuentren dentro del mercado de Santa Clara, el título de la obra.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

### **Validación de muestra gráfica:**

Para la validación de la muestra gráfica, la cual cuenta con esculturas, pinturas y afiches, que fue exhibida de manera física y digital al experto, consumidores y comerciantes para su validación.

Se realizarán cinco preguntas, las mismas que serán contestadas desde la experiencia que maneja el experto Ivo Uquillas escultor y pintor ecuatoriano, el comerciante Aníbal Cahueñas y el consumidor Cristian Terán, el cual fue entrevistado en el capítulo N° 2. Se valorarán las respuestas considerando como excelente, bueno y regular.

**1.- ¿Generan relación la cultura popular existente dentro del mercado de Santa Clara con las obras presentadas para la realización de la muestra?**

**Respuesta:** Excelente

**2.- ¿Cree que la muestra gráfica contiene elementos que generan una relación directa con el mercado de Santa Clara?**

**Respuesta:** Excelente

**3.- ¿Con las técnicas empleadas en las distintas obras se logra la representación de cada una de las mismas?**

**Respuesta:** Excelente

**4.- ¿Los formatos establecidos para cada una de las obras que serán presentadas cumplen con la representación de las mismas?**

**Respuesta:** Excelente

**5.- ¿Le agradan las distintas obras que se encuentran en la muestra gráfica del Mercado de Santa Clara?**

**Respuesta:** Excelente



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Se realizó el análisis de las respuestas obtenidas y se concluyó que existe una aceptación casi total de la muestra gráfica de cultura popular del mercado de Santa Clara y de los elementos que la componen.

Para la validación del folleto que se entregará a los asistentes a la muestra gráfica del mercado de Santa Clara, se realizará un análisis a la Mg. Diana Ferro Monroy quien valorará el folleto y los elementos desde sus conocimientos profesionales, basándose en las siguientes preguntas:

- 1.- ¿Qué opina sobre el formato del folleto donde se recopilaran las obras?**
- 2.- ¿Qué opina de la diagramación del folleto?**
- 3.- ¿Qué opina sobre los elementos que componen el folleto?**
- 4.- ¿Qué opina sobre la relación del folleto con la muestra gráfica del mercado de Santa Clara?**

Según la Mg. Diana Ferro Monroy, el diseño del folleto y la recopilación de las obras de la muestra gráfica de cultura popular del mercado de Santa Clara cumplen con distintos elementos gráficos que generan una relación entre muestra gráfica, mercado y folleto. Menciona además que los elementos que componen el folleto, como tipografía están correctamente aplicados, al usar en párrafos largos textos con “serifas” para facilitar la lectura, en cuanto a la diagramación aprecia la utilización de retícula y otras técnicas de diseño.

La Mg. Diana Ferro Monroy considera como muy positivo la simplicidad y efectividad del folleto, para la recopilación de las obras que se expondrán en la muestra gráfica, así mismo, menciona beneficioso el uso del formato escogido, ya que facilita el uso del mismo y genera relación con el consumidor.

De manera general, la Mg. Diana Ferro Monroy indica adecuado el folleto que se entregará en la muestra grafica del mercado de Santa Clara de la ciudad de Quito.



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

### **Conclusiones:**

- Como conclusión podemos indicar que existe una gran riqueza cultural dentro de las ferias y mercados de la ciudad de Quito, estos son espacios llenos de color, alegría, textos.
- Las personas consideran que el mercado de Santa Clara únicamente como un espacio de comercio.
- Existen una mínima cantidad de visitantes al mercado que valoran la cultura popular y sus elementos existentes dentro de este espacio.
- Dentro del mercado se encontró una gran cantidad de texturas naturales las que pueden ser utilizadas de distintas maneras dentro del diseño gráfico
- Las campañas de publicidad o marketing que se realizan en el mercado son realizadas de forma artesanal y de manera empírica.
- Se obtuvo una infinita gama de colores de manera natural, las cuales servirán como referencia en la aplicación de contrastes, degradados.
- Se observó una gran variedad de tipografías, las cuales pueden servir como referencia para la creación de nuevas tipografías.

### **Recomendaciones:**

- Se recomienda a los comerciantes mantener su estética tradicional teniendo en cuenta las normas de salubridad para conservar su cultura popular.
- La administración deberá desarrollar una campaña publicitaria que incentive a los consumidores a visitar y valorar la cultura popular que existe en el mercado de Santa Clara.
- Se recomienda la creación de una identidad gráfica en base a la diversidad de colores y tipografía que se encuentran dentro del mercado Santa Clara, el cual identificará a los comerciantes y su espacio



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

## **Bibliografía:**

- Arias, P. G. (2002). *La Cultura- Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: ABYA-YALA.
- Atrium Group. (2006). *Acuarela*. Barcelona: CEAC.
- Barnicoat, J. (1999). *LOS CARTELES, Su historia y su lenguaje*. Madrid: Gustavo Gilli.
- Barry Midgley. (1982). *Guía completa de escultura, modelado y cerámica*. Madrid: Hermann Blume Ediciones.
- Benalcazar, V. (04 de 2014). "Cultura- Cultura Popular". (A. Gómez, Entrevistador)
- Castillo, G. M. (Noviembre de 2013). *BLOG FUENTES TIPOGRÁFICAS- ejemplos y clasificación*. Obtenido de <http://clasificaciontipografica.blogspot.com> (Investigacion realizada el 2 Mayo de 2014)
- Cumba, L. A. (2002). *FUNDAMENTOS DE DIAGRAMACIÓN*. Lima: Fondo Editorial de la UNMSM.
- El Comercio. (2013). *Quito Patrimonio Digital*. Obtenido de [http://patrimonio.elcomercio.com/patrimonio-contemporaneo/mercados-de-inaquito-y-santa-clara/historia#.U\\_vgtrx5Mgs](http://patrimonio.elcomercio.com/patrimonio-contemporaneo/mercados-de-inaquito-y-santa-clara/historia#.U_vgtrx5Mgs) (Investigacion realizada el 28 de Julio de 2014)
- Georgina, P. (1982). *Las Artes Plásticas*. San Jose de Costa Rica : Universidad Estatal a distancia San Jose- Costa Rica .
- Huerta, A. (02 de 2012). "CULTURA POPULAR". (PUCP, Entrevistador)
- Prehispanico, Ecuador. (Mayo de 2011). *ECUADOR PREHISPÁNICO*. Obtenido de <http://ecuadorprehispanico.blogspot.com> (Investigacion realizada el 06 de Agosto de 2014)
- Puebla, O. (Agosto de 2014). *Muestra y Exposición Gráfica*. (A. Gómez, Entrevistador)
- Reyes, M. C. (Julio de 2011). “*Guía Básica de Modelado y Escultura para Futuros Docentes*”. Obtenido de <http://modeladoyescultura.webnode.es/> (Investigacion realizada el 06 de Agosto de 2014)



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Terán, C. (Abril de 2014). Entrevistas-Mercado Santa Clara. (A. Gómez, Entrevistador)

Urcuarango, F. (Marzo de 2014). "Afiches Chicha". (A. Gómez, Entrevistador)



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

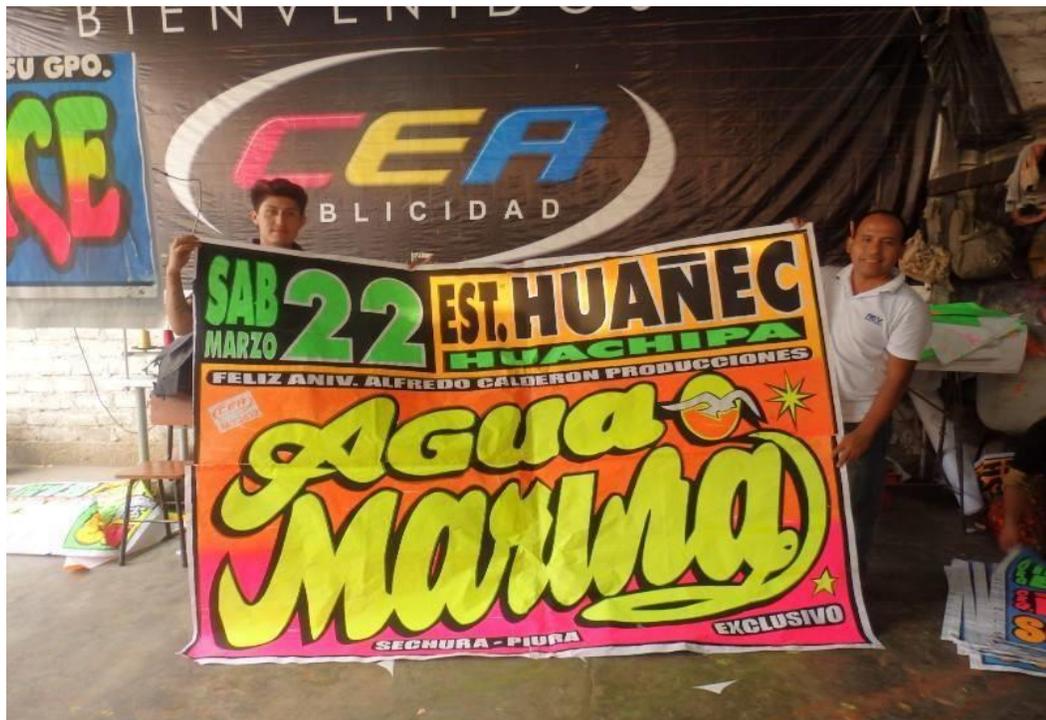
**Anexos:**

**Anexo N° 1 – Fachada Mercado Santa Clara**



*Fuente: Andrés Gómez 2014*

**Anexo N° 2 – Gráfica Popular**



*Fuente: Andrés Gómez 2014*



*"Responsabilidad con pensamiento positivo"*

### Anexo N° 3 – Cartel Artesanal



*Fuente: Andrés Gómez 2014*



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

## Anexo N° 4 – Formato Entrevista a consumidores del Mercado Santa Clara



### UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Entrevistado: Consumidores de Mercado Santa Clara

Entrevistador: \_\_\_\_\_

Fecha y hora: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_

**1.- ¿Ud. Recuerda la primera vez que estuvo en el mercado Santa Clara y por qué?**

---

---

**2.- ¿En qué piensa principalmente Ud. cuando escucha la palabra “mercado”?**

---

---

---

**3.- ¿Con qué frecuencia acude un mercado y en especial el mercado de Santa Clara?**

---

---

---

**4.- ¿En qué es lo primero que se fija cuando entra al mercado de Santa Clara?**

---

---

---

**5.- ¿Por qué cree Ud. que la gente ha dejado de visitar el mercado?**

---

---

---

**Gracias por su ayuda**



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

## Anexo N° 5 – Formato Entrevista a comerciantes del Mercado Santa Clara



### UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Entrevistado: Comerciantes del Mercado Santa Clara

Entrevistador: \_\_\_\_\_

Fecha y hora: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_

**1.- ¿Cuánto tiempo trabaja en el mercado de Santa Clara?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**2.- ¿Cómo ha cambiado la afluencia de los consumidores en el Mercado Santa Clara?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**3.- ¿Qué cree Ud. que se debe hacer para aumentar la visita de consumidores?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Gracias por su ayuda**



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

### Anexo N° 6 – Fotografía entrevista Sr. Anibal Cahueñas



Fuente: Andrés Gómez 2014

### Anexo N° 7 – Validación del Producto



Fuente: Andrés Gómez 2014



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

## Anexo N° 8 – Formato Entrevista a Ivo Uquillas



### UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Entrevistado: Sr. Ivo Uquillas

Entrevistador: \_\_\_\_\_

Fecha y hora: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_

**1.- ¿Generan relación la cultura popular existente dentro del mercado de Santa Clara con las obras presentadas para la realización de la muestra?**

---

---

---

**2.- ¿Cree que la muestra gráfica contiene elementos que generan una relación directa con el mercado de Santa Clara?**

---

---

---

**3.- ¿Con las técnicas empleadas en las distintas obras se logra la representación de cada una de las mismas?**

---

---

---

**4.- ¿Los formatos establecidos para cada una de las obras que serán presentadas cumplen con la representación de las mismas?**

---

---

---

**5.- ¿Le agradan las distintas obras que encontrar en la maestra gráfica del Mercado de Santa Clara?**

---

---

---

**Gracias por su ayuda**



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

Anexo N° 9 – Formato Entrevista a Mg. Diana Fierro Monroy



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

Entrevistado: Licenciada Diana Ferro Monroy

Entrevistador: \_\_\_\_\_

Fecha y hora: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_

**1.- ¿Qué opina sobre el formato del folleto donde se recopilaran las obras?**

---

---

---

**2.- ¿Qué opina de la diagramación del folleto?**

---

---

---

**3.- ¿Qué opina sobre los elementos que componen el folleto?**

---

---

---

**4.- ¿Qué opina sobre la relación del folleto con la muestra grafica del mercado de Santa Clara?**

---

---

---

**Gracias por su ayuda**