



Proyecto de Integración Curricular | 2026

Hojalatero en resistencia

Propuesta gráfica para visibilizar y
aportar a la preservación del oficio
de hojalateros tradicionales

Nombre:

Valeska Gordillo

Director:

Dis. Xavier Jiménez Álvaro M.D





RESUMEN

En Quito, el oficio de la hojalatería forma parte del patrimonio urbano y cultural de la ciudad, sin embargo, actualmente se encuentra en riesgo de invisibilización debido a los cambios en los modelos de consumo, la industrialización de los materiales y la pérdida de interés por los oficios tradicionales. A pesar de su valor histórico y simbólico, la hojalatería ha sido desplazada del imaginario colectivo contemporáneo, generando una desconexión entre la ciudadanía y quienes ejercen este oficio.

El presente proyecto de titulación aborda esta problemática desde el diseño gráfico, entendiendo al diseño como una herramienta de comunicación y visibilización cultural, más que como una solución estructural. El objetivo principal es contribuir a la puesta en valor del oficio de la hojalatería en el Centro Histórico de Quito, a través de la construcción de un sistema visual y narrativo que permita registrar, comunicar y difundir su historia, procesos y significado social.

La propuesta se materializa mediante un sistema gráfico compuesto por un minilibro, contenidos audiovisuales y piezas digitales, desarrollados a partir del testimonio directo de un hojalatero en ejercicio. La narrativa se construye desde un enfoque testimonial e informativo, respetando la identidad existente del artesano y evitando una lógica comercial o publicitaria. La línea gráfica definida por el uso de color, tipografía, formas y recursos visuales, se establece en coherencia con el concepto del proyecto y con el carácter del oficio, priorizando la claridad, la legibilidad y la autenticidad.

El público objetivo del proyecto comprende personas adultas a partir de los 25 años, incluyendo tanto individuos interesados en la cultura como públicos no especializados, con el fin de evaluar la capacidad del diseño para generar conexión y comprensión más allá de los círculos culturales tradicionales. En este sentido, el proyecto busca funcionar como un puente entre el oficio y la ciudadanía, promoviendo una reflexión sobre su permanencia y valor en la ciudad contemporánea.

De este modo, el proyecto se consolida como una propuesta de diseño cultural que aporta a la preservación de la memoria urbana y a la visibilización de los oficios tradicionales desde una mirada respetuosa, contextual y comunicacionalmente efectiva.

ABSTRACT

In Quito, the tinsmith's craft is part of the city's cultural and urban heritage, but today it is at risk of disappearing. Changes in consumption, the use of industrial materials and the loss of interest in traditional trades have pushed tinsmithing out of the public eye and away from everyday life.

This project approaches this situation from graphic design, understood as a tool to communicate and make culture visible, rather than to solve structural problems. Its main objective is to help value the tinsmith's work in Quito's Historic Center through a visual and narrative system that records, explains and shares his story, his processes and his role in the city.

The proposal is a graphic system made up of a small book, audiovisual pieces and digital materials, created from the direct testimony of an active tinsmith. The narrative is testimonial and informative, respects his existing identity and does not follow an advertising or commercial approach. The visual language color, typography, shapes and composition was defined according to the project's concept and the character of the trade, always seeking clarity, legibility and authenticity.

The graphic system is presented as a cultural design proposal that helps preserve urban memory and make traditional trades more visible, and it can serve as a starting point for future projects of documentation and dissemination in similar contexts.

DEDICATORIA

A Dios, porque está presente en mi vida de una forma tan profunda que nada de lo que soy tendría sentido sin Él, sin su amor, mi vida no sería la que es hoy y mi manera de ver, sentir y habitar el mundo tampoco. Cada avance en esta tesis es fruto de su guía, de su paciencia conmigo y de su gracia constante.

A mis padres, por su esfuerzo incansable para que yo pudiera estudiar, por cada semestre pagado con sacrificio y por todo lo que renunciaron en silencio para que yo estuviera aquí. Gracias por aprender a confiar en mi decisión de carrera, incluso cuando al principio no era fácil entenderla y por llegar a amarla conmigo con el tiempo. Por su ejemplo de trabajo, de entrega y de amor, que ha sido el fundamento de todo lo que soy y de todo lo que hoy puedo lograr.

A mis hermanos Ámbar, Eilen y Thiago, a mis cuñados, que son parte esencial de mi familia y de mi hogar. Mis hermanos que son mis mejores amigos y las personas más importantes en mi vida, con ellos he crecido, he aprendido a levantarme y he descubierto lo que significa sentirse verdaderamente acompañada. Celebran cada uno de mis logros como si fueran propios y han estado presentes en silencios, risas, discusiones y abrazos. Gracias por cada momento compartido, por su compañía constante, por su apoyo incondicional y por recordarme siempre, que no camino sola.

A mis sobrinos Timothée, Agustina y Romanella, porque su alegría, aun siendo tan pequeños, llena mi vida de luz y me recuerda por quién vale la pena seguir soñando.

A mi tía, que partió en un momento difícil. Su lucha contra el cáncer me enseñó a valorar el tiempo, los pequeños momentos y el amor de quienes nos rodean. Este trabajo también es para su memoria.

AGRADECIMIENTOS

Alexander, por ser una de las personas más importantes en mi vida, por estar conmigo en las noches de desvelo, acompañarme en el desarrollo de este proyecto y sostenerme en momentos especialmente difíciles, como la partida de mi tía. Por su interés genuino en mi tema de tesis, al punto de decidir documentarlo conmigo y estar presente en distintas etapas del proceso. Su amistad, su cariño y su compañía hicieron que este camino no fuera solo un logro académico, sino también una experiencia profundamente humana. Este resultado también es un logro de ambos.

Mis amigas y amigos Ana Paula, Mishelle, Malena, Mell y Kamil, porque caminar esta etapa junto a ustedes hizo todo más llevadero. Gracias por las risas, las noches largas, las conversaciones sinceras y por sostenerme cuando el cansancio y las dudas pesaban más que las fuerzas.

A Ana Paula, porque aun en la distancia siempre estuviste presente. Gracias por creer en mí, por admirar mi esfuerzo y por recordarme quién soy cuando yo lo olvidaba. Contigo aprendí el valor de una amistad verdadera, de esas que no dependen del tiempo ni del espacio.

A mis colegas, Mishelle, por crecer juntas y querernos en todas nuestras etapas, por estar presente en tantos momentos importantes de mi vida y acompañarme en este camino y Malena, por abrirnos siempre las puertas de su casa y de su corazón, por las largas horas de conversación en la noche y por su amor constante durante todo este proceso. Con ellas aprendí que la amistad puede convertirse en familia, nuestra relación fue mucho más allá de una amistad de universidad y se transformó en un vínculo profundo de confianza, cuidado y apoyo real. Gracias por las risas compartidas, por escucharme una y otra vez y por permanecer a mi lado en mis días de cansancio, de duda y también de alegría.

A Kamil, por las risas infinitas, las charlas largas y profundas y por los espacios de reflexión compartidos. Gracias por permitirme hablarte de Dios y al mismo tiempo, enseñarme a mirar la vida desde otras perspectivas, con respeto y apertura.

A Mell Bermeo, amiga incondicional desde el colegio, por caminar a mi lado a lo largo de los años. Contigo he aprendido sobre la resiliencia, la lealtad y la belleza de una amistad sincera que permanece incluso cuando todo cambia.

A Daniel Cazar, por su amistad, por confiar en el proyecto y prestarme sus herramientas, ayudarme con la cámara y compartir sus consejos de vida.

A mi tutor, Xavier Jiménez, por su paciencia y por la confianza depositada en mi trabajo, por su guía constante, sus observaciones sinceras y sus enseñanzas, que no solo mejoraron el proyecto, sino también mi forma de pensar el diseño. Gracias por sus palabras de ánimo cuando el proceso parecía no avanzar, por acompañar la construcción del concepto y de la línea gráfica con respeto a mi voz propia y por recordarme que esta tesis podía llegar más lejos de lo que yo misma imaginaba.

A mi comunidad en redes, a las personas que han seguido mi proceso, que me escribieron mensajes de apoyo, me dieron consejos y me recordaron que sí podía terminar este proyecto. Aunque muchas no me conozcan en persona, su presencia y sus palabras fueron un impulso real en este camino.

A Ángel Montes, por abrirme las puertas de su taller y de su vida, por su confianza y disposición para dejarme conocer de cerca su oficio. Gracias por permitirme documentar su trabajo, su historia y su experiencia y por compartir con generosidad cada proceso que dio sentido a este proyecto.

A mis profesores de la carrera y a quienes participaron en las evaluaciones, por sus observaciones y enseñanzas, que ayudaron a mejorar y consolidar esta propuesta.

Y finalmente, a mí misma, por no rendirme, por seguir adelante aun con miedo y por aprender a creer en lo que Dios ve en mí. Este trabajo es testimonio de un proceso de aprendizaje, fe y crecimiento.

Índice de contenidos

1

Introducción:

Antecedentes.....	12
Hipótesis del trabajo	15
Objetivo General	15

2

Descripción y diagnóstico del caso

1.1 Presentación del caso	16
1.2 Diagnóstico del caso	17
1.3 Caracterización del usuario	25
1.4 Análisis tipológico	27
1.5 Definición del problema gráfico	32
1.6 Requerimientos del proyecto	33

3

Desarrollo de la propuesta gráfica

2.1 Generación de la idea (concepto).....	36
2.2 Exploración de la forma (estilo).....	38
2.3 Evaluación del concepto y estilo gráfico.....	44
2.4 Desarrollo del prototipo.....	45
2.6. Evaluación de la propuesta	64

4

Bibliografía y conclusiones

Conclusiones y recomendaciones	70
Bibliografía	72
Anexos	75

Índice Figuras

Figuras

Figura 1 Arbol de problemas	12
Figura 2 Esquema Pestel	16
Figura 3 Entrevista Carolina Tobar	18
Figura 4 Tabla Hojalatería Ángel.....	20
Figura 5 Público Objetivo	21
Figura 6 Aliados Estratégicos	21
Figura 7 Usuarios	22
Figura 8 Caracterización del usuario	23
Figura 9 Tipología YUWIK Artesanías.....	24
Figura 10_Tipología Fotografía de Artesanía y Artesanos.....	25
Figura 11_Proyecto de Hojalatería.	26
Figura 11_Tipología Yunguilla.....	27
Figura 12_Werkraum Bregenzerwald	28
Figura 13 Requerimientos del proyecto.....	30
Figura 11 Boceto Librobiografico digital	34
Figura 12 Boceto embajador del oficio en 60s	34
Figura 15. Exploración estilo gráfico concepto.	36
Figura 14. Moodboard	36
Figura 17 Concepto 2_Primer exploración.....	38
Figura 18 Landing page + video de Tiktok.	39
Figura 19 Mockup Landing page + video de Tiktok	39
Figura21_hojalatero_v1_hook_audio_original_taller	46
Figura23_introducción de videos.....	47
Figura 25 imágenes_criterios_de_edición	48
Figura 26_Paleta cromática.....	49
Figura 27_Tipografía_IvyPrestoDisplay	50
Figura 28_Tipografía_ProximaNova.....	50
Figura 29_Reticulas.....	51
Figura 32. Interacción directa con la materia prima	52
Figura 33. Objeto final y herramientas del oficio.....	52
Figura 34_elementos_recurrentes.....	53
Figura 36 presupuesto por horas de trabajo.....	59
Figura 37_Costos de producción del minilibro	60
Figura 38_Costos de producción del minilibro.....	60
Figura 40 Validación del experto	62

Introducción



Antecedentes

La hojalatería, ha sido un oficio generado entre la utilidad y el simbolismo. Actualmente esta en riesgo de desaparecer a causa de una crisis de visibilidad y relevo generacional en Quito. Aunque en sus orígenes en Europa durante el siglo XIV y fue traída a América durante el período de colonización. En América latina este oficio se adaptó a las particularidades locales y se ha transmitido de generación en generación, principalmente dentro de las familias (Aguilar, 2004). En Ecuador la hojalatería quiteña es una combinación de destrezas basadas en el patrimonio técnico y visual que desempeña un papel artesanal que requiere habilidad, aguda observación y sensibilidad visual.

Además, la hojalatería ha servido como un medio de expresión cultural. Un ejemplo notable son los “diablos de hojalata” de Riobamba, figuras tradicionales del Pase del Niño que, al ser elaboradas artesanalmente en metal, reflejan una fusión de creencias indígenas y cristianas, características únicas de Sudamérica (La Hora, 2017).

Sin embargo con el pasar de los años ha perdido visibilidad y reconocimiento social, provocada por factores como la crisis económica, la industrialización, la proliferación del plástico y el desinterés generalizado de la sociedad (Abad, 2006).

En Cuadernos de cultura popular, Abad (2006) documenta dos voces que ilustran la crisis del oficio: Durán sostiene que, aunque la irrupción del plástico y luego del aluminio redujo el trabajo, no desplazó por completo al zinc ni a la hojalata; el problema de fondo es la migración de artesanos y la falta de aprendices (Abad, 2006, p. 20). Por su parte, Criolla advierte que la hojalatería podría desaparecer no por ausencia de demanda, sino por la escasez de trabajadores: en su taller solo queda ella y, si el declive continúa, se verá obligada a abandonar el oficio porque sostenerse es cada vez más difícil (Abad, 2006, p. 22).

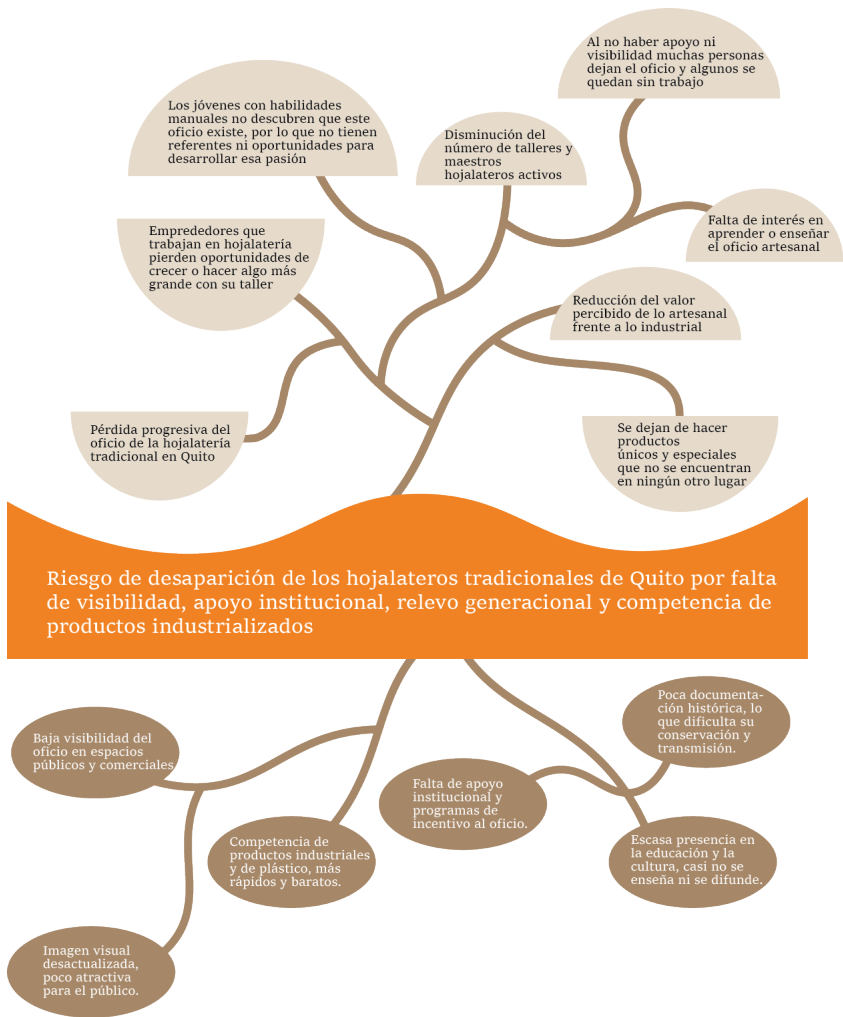
Esto pone en manifiesto el problema fundamental: la creciente falta de interés por aprender el oficio, impulsada en gran medida por el desconocimiento general sobre su valor cultural, técnico y social. Por tanto es necesario ampliar y reforzar la voz de este oficio ante la sociedad para provocar interés junto a visibilizar la importancia que tiene como labor artesanal.

Las entrevistas periodísticas confirman un mercado interno estrecho, con mayor valoración por parte de visitantes que de residentes, lo que limita encargos y continuidad (El Comercio, 2021). Pese a ello existen estrategias de adaptación como el Taller Hojalatería Silva reposicionó su práctica mediante miniaturas que preservan la gramática del metal y el carácter a medida del oficio (Go Raymi, s. f.). Desde la perspectiva cultural, la hojalatería actúa como resistencia frente a la homogeneización, porque articula

técnica, identidad, su pérdida empobrecería memoria, paisaje y sentido urbano (Fiveable, 2024; Kingman, 2025).

En la siguiente figura 1 se presenta un esquema de árbol de problemas que detalla los factores directos e indirectos que han contribuido a la pérdida progresiva de este saber tradicional, abordando las inquietudes planteadas anteriormente.

Figura 1 Arbol de problemas



Después de examinar este esquema, factores directos como la limitada visibilidad del oficio, la ausencia de políticas públicas que lo apoyan y la disminución del interés de las generaciones más jóvenes, corroboran que en la actualidad hay una disminución de la hojalatería y una separación entre la comunidad y el oficio, tanto en el ámbito educativo como social, lo que ha obstaculizado que las generaciones más jóvenes se interesen en aprenderlo o verlo como una alternativa de vida.



1 Descripción y diagnóstico del caso

Hipótesis del trabajo

El oficio de los hojalateros tradicionales en Quito está desapareciendo por falta de visibilidad y valoración, sin embargo, una propuesta gráfica con enfoque de innovación al hojalatero, que además promueva el aprendizaje de este, en espacios educativos y comunitarios, puede generar conciencia, despertar el interés de las nuevas generaciones e incentivar desde la tradición, aportando así a su preservación y resignificación como parte de la identidad quiteña.

Objetivo General

Concienciar sobre la importancia y riqueza del oficio de la hojalatería tradicional, resaltando el conocimiento, la habilidad y el valor social que representa este trabajo artesanal para la sociedad actual, ante el riesgo de su desaparición.

Objetivo Específicos

1. Investigar las causas que han llevado a la desvalorización del oficio de la hojalatería, identificando tanto los factores sociales, económicos y culturales que afectan su sostenibilidad como las percepciones actuales de la sociedad hacia este tipo de saberes artesanales.
2. Diseñar una propuesta de comunicación gráfica que visibilice el oficio de la hojalatería y genere una conexión emocional con la sociedad actual, en especial con los potenciales clientes del artesano, mediante estrategias visuales, que puedan difundirse en medios digitales, espacios expositivos y colaboraciones interdisciplinarias.
3. Validar la propuesta gráfica mediante interacciones del público objetivo, considerando métricas de alcance en medios digitales, el nivel de acogida en exposiciones presenciales y la colaboración efectiva con otros artesanos mediante la elaboración de nuevos productos. Estas acciones permitirán medir el impacto real del proyecto y a su vez, revalorizar el oficio de la hojalatería.

Conserva la esperanza de lograr mayores cosas y ver un futuro para su oficio, pero reconoce que necesita herramientas, acompañamiento y apoyo de personas que puedan guiarlo hacia nuevos caminos innovadores. El diagnóstico presenta problemas concretos como déficit de visibilidad, uso incipiente de canales digitales, falta de redes ni asociaciones y dependencia de clientes esporádicos. Pese a ello, existen posibles fortalezas: reputación barrial, vitrina y exhibición física, catálogo utilitario y de reliquias, oficio a medida, disposición a aprender y apertura a colaboraciones. Se plantea activar la continuidad

1.1 Presentación del caso

El proyecto interviene en el contexto específico de los hojalateros de Quito que aún mantienen talleres activos en sectores históricos como La Ronda y la Av. 24 de Mayo. Este oficio, llegado desde Europa y sostenido por el trabajo manual y la transmisión familiar, sin embargo enfrenta hoy una crisis de visibilidad, valoración y continuidad. Aunque se siguen produciendo piezas únicas y utilitarias, los talleres carecen de herramientas modernas para mostrar su trabajo y de conocimientos para relacionarse con nuevos públicos. La brecha digital agrava la desconexión entre el oficio y la sociedad, limitando su proyección y el relevo generacional. Por ello desconocen cómo posicionarse en espacios digitales o culturales actuales, y no han explorado nuevas alternativas de promoción o colaboración.

Como caso de estudio se ha tomado a Ángel Rubén Montes, hojalatero quiteño de 65 años, hijo de hojalatero, cuyo taller se encuentra ubicado en el Centro Histórico de Quito, en la Av. 24 de mayo. Montes trabaja por pedidos y destaca por pasión, honestidad y compromiso con el oficio; valora el taller heredado de su padre, un espacio pequeño con infraestructura antigua. La mayoría de sus muebles son de madera, pero cuenta con una vitrina amplia donde exhibe varios de sus productos. Para llegar al taller, se puede utilizar Google Maps como guía, aunque no cuentan con un logotipo definido, sobre la puerta hay unas letras metálicas que dice “Hojalatería Silva”.

Es ampliamente conocido por las personas que viven en los alrededores, quienes le tienen aprecio y le brindan su apoyo siempre que les es posible. Montes expresa su deseo de formar una familia para que sus futuras generaciones puedan continuar con esta labor. Mantiene la esperanza de que el oficio no se pierda, siendo esta una de sus mayores preocupaciones.

Asimismo, comenta que actualmente gana más del salario básico y que con ello logra sostenerse. Tiene conocimiento sobre las leyes que protegen a los artesanos, pero no ha recibido apoyo estatal ni ha formado parte de grupos o asociaciones. Aun así, se muestra abierto a capacitarse, aprender y llevar su trabajo a nuevos públicos, aunque no se siente conectado con lo moderno ni desea manejar redes sociales por falta de tiempo y desconocimiento. Su sobrina lo incorporó a Facebook, Instagram y Google Maps, lo que ha dado algo de visibilidad, pero sin impacto fuerte; percibe desinterés y pérdida de valoración, teme que el oficio se extinga, anhela integrarse y ser reconocido. Actualmente, sus principales clientes son artistas, organizaciones religiosas, turistas y personas independientes interesadas en piezas únicas o reliquias.

del oficio mediante un material grafico acompañamiento práctico en identidad y comunicación, organización básica del catálogo y presencia digital guiada, vinculando el taller de Montes con redes de colaboración y públicos afines para reducir la desconexión y sostener la valoración del saber artesanal.

1.2 Diagnóstico del caso

A partir del análisis presentado en la sección anterior, se evidencia una clara carencia de herramientas modernas que limitan la visibilidad del oficio y su conexión con el entorno contemporáneo. Para profundizar esta problemática, se incorpora la figura 2, análisis, ayuda a leer el cuadro completo: aunque hay leyes y organizaciones que amparan a los artesanos, la situación económica es frágil y la cultura de consumo favorece productos importados y de bajo costo. Bajo este marco, la hipótesis de trabajo se orienta a un diseño para la persuasión: estrategias concretas que inviten a conocer, valorar y sostener el oficio, reencantando al público con su sentido y su utilidad, sin perder la identidad del taller.

Figura 2 Esquema Pestel



En conjunto, estos factores evidencian que el oficio de la hojalatería sí cuenta con leyes y organizaciones que respaldan a los artesanos; sin embargo, enfrenta una situación compleja. Por ejemplo, en el ámbito económico, muchos artesanos atraviesan una crisis financiera, y los hojalateros no son la excepción. Además, se identificó que el proyecto se orienta hacia “un diseño para la persuasión”, una propuesta que persuada al público a interesarse por este oficio, conocerlo, valorarlo y, sobre todo mantenerlo vivo. La investigación se abordó con enfoque cualitativo: trabajo de campo y entrevistas semiestructuradas a actores vinculados al oficio para captar miradas diversas.

El primer entrevistado es Manuel Kingman, investigador y docente universitario de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Su especialización es en arte contemporáneo, cultura popular, arte y antropología. Gracias a él, se pudo tener información sobre la situación actual de la artesanía ecuatoriana en Quito. Manuel Kingman (PUCE) describe dos fuerzas que han desplazado a los oficios: la globalización que abarata mediante producción masiva y plataformas como Temu o Shein, y una cultura de consumo rápido que reemplaza lo duradero por lo desechable (Kingman, 2025). A ello se suma un quiebre generacional: quedan artesanos de 60–80 años y se corta la transmisión del taller a hijos o hijas, con la consecuente pérdida de prácticas que sostienen identidad y simbolismos del arte popular (Kingman, 2025, párr. 1). La pregunta entonces no es solo “qué se perdió”, sino si vale preservarlo y por qué: para Kingman, estos objetos condensan una manera de comprender el mundo, con un lenguaje propio de símbolos y usos (2025, párr. 7).

Desde la dimensión ambiental y cultural, Carolina Tobar, diseñadora industrial y gráfica, y actualmente se desempeña como un puente entre los artesanos y los clientes a través de su plataforma web Yuwik Artesanías, un espacio digital que permite conectar directamente a los artesanos con potenciales compradores. En este proceso, ella actúa como mediadora, promoviendo el trabajo artesanal desde un enfoque contemporáneo y comercial. Al respecto, Kingman (2025), afirma lo siguiente: estamos en un momento de perder un montón de prácticas artesanales que creo que son importantes para la identidad de un país, para el reconocimiento en algo que nos es propio, una forma de... Porque la artesanía no solamente tiene que ver con hacer objetos útiles, sino también hay un montón de simbolismos, sobre todo en los objetos del arte popular, en el arte que hacen los pueblos y nacionalidades, por ejemplo. ¿No es cierto? Tú tienes un textil, una faja, y esa faja no solamente es bonita, sino que tiene un trasfondo, una forma de comprender el mundo que está planteada en esos símbolos, que está planteada. (párr. 7) Completando esta visión, Tobar (2025) sostiene: A nivel medioambiental, yo creo que sí se necesitan realmente proyectos que fomenten y apoyen este tipo de productos. Y también en el tema de irlo fusionando tal vez con otros artesanos, o sea, que se pueda ir apoyando para que no se pierda completamente el oficio de hojalatero y más bien se lo pueda complementar a futuro en el tema cultural. (párr.6)

Ambas perspectivas coinciden en resaltar el valor simbólico de este saber artesanal y refuerzan la necesidad de generar propuestas que impulsen su continuidad y adaptación en el contexto actual.

Se destaca el trasfondo: no se trata de un objeto común. “No es lo mismo un vaso de plástico que uno de hojalata”; más allá de su funcionalidad, cada pieza contiene una carga de significado y horas de trabajo minucioso, lo que le otorga un valor único e irrepetible. Es clave que las nuevas generaciones comprendan lo que hay detrás de su elaboración. La perdurabilidad es significativa para quienes buscan compras más conscientes: un objeto de hojalata puede durar toda la vida, decisión de consumo

sostenible y valiosa en el tiempo. Aquí entra el segundo punto de Carolina Tobar: lo ecológico; productos con historia e identidad ecuatoriana que contribuyen a la conservación del medio ambiente. Lo que hoy es consumo responsable pronto podría ser requisito indispensable, y el oficio ofrece una ventaja competitiva (Tobar, 2025).

Para justificar su preservación, se identifica una causa clara: la falta de valoración nace de la ignorancia sobre el verdadero valor del trabajo artesanal. Kingman (2025) resalta la concepción, diseño propio y la mística de hacer bien las cosas; orgullo por educar a los hijos y una plenitud ligada al saber hacer (Kingman, 2025, párr. 3). Tobar (2025) añade que los extranjeros valoran más la simbología que los propios ecuatorianos y expresa su anhelo de exportar porque “aquí no lo valoran tanto” (Tobar, 2025, párr. 5). Este enfoque abre un subtema: la valoración ligada a la educación y la necesidad de abordarlo de forma innovadora. Su trabajo promueve y visibiliza el oficio con colaboradores de distintas especialidades, generando conexiones auténticas entre creadores y consumidores.

Figura 3 Entrevista Carolina Tobar



En el primer producto, Tobar enseña cómo varios de los artesanos que forman parte de su plataforma web han colaborado entre sí para crear piezas únicas. El primer ejemplo es una lámpara artesanal, elaborada en colaboración entre un artesano especializado en madera, quien se encargó de dar forma a la estructura y una artesana experta en el trabajo con mate, responsable de los detalles decorativos. En el segundo producto, se presenta una chacana elaborada mediante una colaboración

entre un artesano que trabaja con peltre, un material derivado del aluminio reciclado, y otro artesano encargado del acabado final. Tobar (2025) explica el proceso con detalle: El peltre lo obtienen reciclando perfiles de aluminio, como los de las ventanas. Este material se funde en hornos a temperaturas muy altas. Luego, utilizan grandes cajones de arena para crear los moldes, dejando un tubo por el cual vierten el aluminio fundido. Una vez que se enfría, la pieza se retira del molde, aunque inicialmente sale con muchas imperfecciones. Estas deben ser cuidadosamente pulidas hasta lograr un acabado perfecto. (párr.7)

Los productos expuestos por Carolina Tobar no solo tienen un valor decorativo, sino que también son funcionales y útiles. Combinan el diseño, tradición y propósito. Estas propuestas nos invitan a mirar más allá de lo habitual y a reconocer que existen múltiples soluciones posibles. Son un ejemplo concreto de cómo la colaboración, la innovación y el respeto por estos oficios artesanales pueden unirse para generar productos únicos, con potencial de impacto real en la sociedad.

Como tercer entrevistado se encuentra Ángel Montes, 65 años, trabaja por pedidos en la Av. 24 de Mayo; es conocido en su barrio y conserva un taller pequeño con vitrina e identidad forjada por décadas. Afirmo que “ya no se valora mucho”, que la demanda bajó y que muchos proyectos no se concretan; aun así, gana más del salario básico y quiere que sus herramientas queden en manos de alguien. No recibió apoyo estatal ni se siente cómodo con redes, pero está dispuesto a aprender y colaborar (Montes, 2025). El caso confirma los cuellos de botella (visibilidad, canales, articulación) y las fortalezas movilizables (reputación barrial, catálogo por encargo, apertura a capacitarse).

Figura 4 Tabla Hojalatería Ángel



Esta síntesis gráfica, permite comprender de forma clara el alcance del trabajo de Ángel Montes. Aunque Los objetos que elabora refleja su habilidad artesanal, Montes no pone límites a su creatividad, también puede trabajar con otros materiales, como el cobre, cuando se lo solicitan y crear nuevos productos, únicos para cada persona, expresa que está dispuesto a innovar, siempre desde su identidad y raíces, pero buscando una conexión real con la sociedad actual. (Montes, 2025).

Montes compartió que, hasta ahora, no ha recibido apoyo por parte del Estado. Aunque ha escuchado sobre capacitaciones, no ha podido asistir por falta de tiempo, y el manejo de redes sociales no es algo que le interese. No obstante, se muestra dispuesto a colaborar en iniciativas que fortalezcan su oficio.

Montes (2025) afirma que: no es solo moldear y pulir, es crear con las manos algo que puede durar toda una vida. Me gustaría que valoren esto, que no se pierda. Es un arte que enseña paciencia y dedicación. (párr. 4) Estas palabras de Montes reflejan con claridad la realidad de muchos artesanos que, a pesar de las limitaciones y la falta de apoyo, mantienen viva su pasión y están dispuestos a abrirse a nuevas oportunidades. Su predisposición de intervenir y aceptar el camino de innovación muestra que sí existen caminos posibles para transformar y realzar este oficio.

La recopilación de esta información permitió identificar con claridad al primer público objetivo hacia el cual se orientará el material del proyecto, en función de ello, se presenta la figura 5, que sintetiza sus principales características.

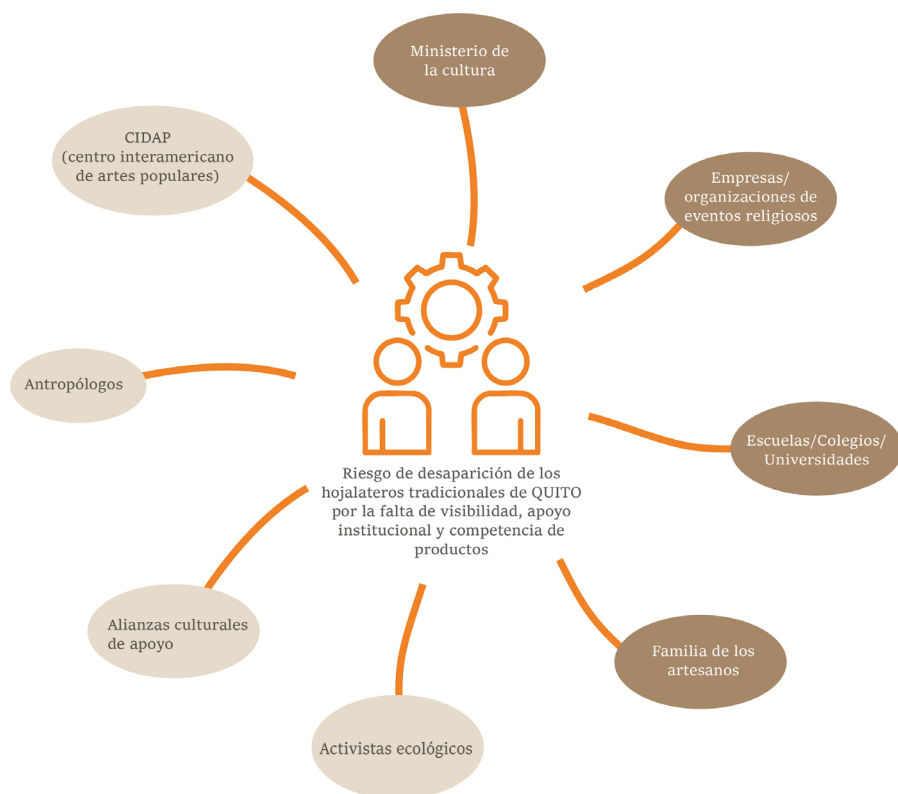
Figura 5 Público Objetivo

Hojalatero QUITENO



Esta gráfica permite conocer de manera puntual al hojalatero, quien representa la figura clave para abordar el tema de la innovación desde la raíz del problema actual. Tal como se identificó anteriormente, el objetivo es generar herramientas y propuestas que le permitan adaptarse a los nuevos tiempos sin perder su esencia. Sin embargo, para que este proceso sea viable y sostenible, es fundamental identificar a todos sus posibles aliados, tanto directos como indirectos. Por esta razón, se presenta a continuación la figura 6, en la que se visualizan dichos aliados y su relación con el oficio.

Figura 6 Aliados Estratégicos



Este análisis permite identificar el contexto en el que podrá desarrollarse la propuesta gráfica y orientar las decisiones en la elaboración del proyecto. Además, gracias a la entrevista a Carolina Tobar y a una reflexión crítica sobre el contexto actual sobre el contexto actual del consumo cultural, se logró identificar y sintetizar en la figura 7, al segundo público objetivo: los quiteños de clase media-alta con conciencia cultural y ambiental, quienes consumen, valoran y resignifican el trabajo artesanal.

Figura 7 Usuarios

QUITENOS de clase media, media alta y alta.



Este público representa al grupo al que el hojalatero llegará, en este sentido, el proyecto actúa como un puente entre el oficio y la sociedad actual. Este público, es indispensable ya que influirá directamente en el desarrollo efectivo de la propuesta gráfica, considerando los intereses de las personas a las que se busca llegar.

Para concluir, es pertinente mencionar que este diagnóstico permitió abrir nuevas rutas para innovar y explorar que elementos deben implementarse para generar un nuevo renacimiento del oficio, que logre captar la atención, despertar curiosidad y generar una conexión auténtica.

1.3 Caracterización del usuario

Para comprender mejor el enfoque del proyecto, fue necesario realizar una caracterización detallada del usuario principal, la cual se presenta en la siguiente figura 8:

Figura 8 Caracterización del usuario



Estilo de vida

► Se levanta temprano cada día para trabajar en su taller, donde también vive.

► Realiza pedidos por encargo y trabaja principalmente solo, aunque es conocido en el sector por su trayectoria.

► Escucha música romántica, sintoniza la radio (Galaxia) y ve programas de televisión nacionales y religiosos.

► Tiene una vida sencilla y tranquila, enfocada en su trabajo, que realiza con dedicación y pasión.

► A pesar de estar solo, mantiene el deseo de formar una familia y dejar su legado a futuras generaciones.

Clientes principales
Artistas
Turistas
Organizaciones religiosas
Clientes particulares

Redes sociales
No maneja directamente, pero está dispuesto a mostrar su trabajo.

Limitado, pero con apoyo familiar ha usado Facebook, Instagram y Google Maps

Intereses Personales
Escuchar música romántica, ver noticias y programas religiosos.

Medios que consume
Radio (Galaxia), TV nacional, noticias.

Motivaciones
Preservar su oficio
Formar familia,
Transmitir su legado

Necesidades
Mayor visibilidad
Apoyo institucional
Actualización en herramientas y promoción

Angel Ruben Montes
Hojalatero artesanal.

Edad: 65 años. Ubicación: Av. 24 de Mayo, Centro Histórico de Quito.
Profesión: Bachiller. Nivel S. : Gana más del salario básico.
Estado civil: Soltero.
Género: Masculino.

En ese recuadro explicativo con puntos claros, se construyó a partir de una entrevista personal, en la que se recopilaron datos demográficos, geográficos, personales y de comportamiento que permiten entender su contexto de vida, sus motivaciones y las necesidades vinculadas con su oficio. Ángel Rubén Montes es un adulto mayor, soltero, que vive solo en el taller que le dejó su padre. Estudió bachillerato y lleva más de quince años trabajando en el mismo oficio, así que tiene mucha experiencia. Vive y trabaja en el mismo lugar. Es un pequeño taller en la Av. 24 de mayo, en el centro histórico de Quito. Está familiarizado con su barrio. Aunque es un lugar inseguro, se siente seguro. En cuanto a su comportamiento y estilo de vida, es una persona comprometida, organizada, sencilla y apasionada. Escucha música romántica, noticias y programas religiosos. Sus clientes son variados: turistas, artistas, organizaciones religiosas y personas particulares que valoran piezas únicas. Aunque no usa redes sociales, ha contado con el apoyo de su sobrina para darse a conocer en Facebook e Instagram.

Ángel Montes ha manifestado que está abierto a colaborar en proyectos que aporten al desarrollo y promoción de su oficio. Su mayor motivación es preservar la hojalatería como una forma de vida y transmitirla a nuevas generaciones. Aunque ha escuchado sobre capacitaciones y apoyos institucionales, no ha podido acceder por falta de tiempo o información. A partir de esta entrevista, el proyecto identifica oportunidades reales de intervención desde un enfoque innovador, no solo para visibilizar su trabajo, sino también para construir nuevas conexiones entre el artesano y la sociedad, a través de soluciones que nazcan desde su identidad y realidad concreta.

Werkraum Bregenzerwald agrupa a profesionales que trabajan con vidrio, metal, textiles, cuero y piedra, e incluye jardinería, paisajismo, orfebrería, procesamiento de alimentos, diseño gráfico y otros servicios. Su distinción radica en calidad del producto, del trabajo y de vida; la fiabilidad, la solidez de la mano de obra y el buen diseño han convertido a los oficios especializados en principales empleadores, con una densidad sin par en Europa (Werkraum Bregenzerwald GmbH, s.f., párr. 6). Este enfoque sugiere que el proyecto gráfico del hojalatero refleje valores y esencia, manteniéndolo como protagonista, y que no se limite a vender, sino que se expanda con exposiciones, concursos y conferencias para motivar a los jóvenes, dar visibilidad y apoyar nuevas ideas.

Figura 10 _Tipología Fotografía de Artesanía y Artesanos

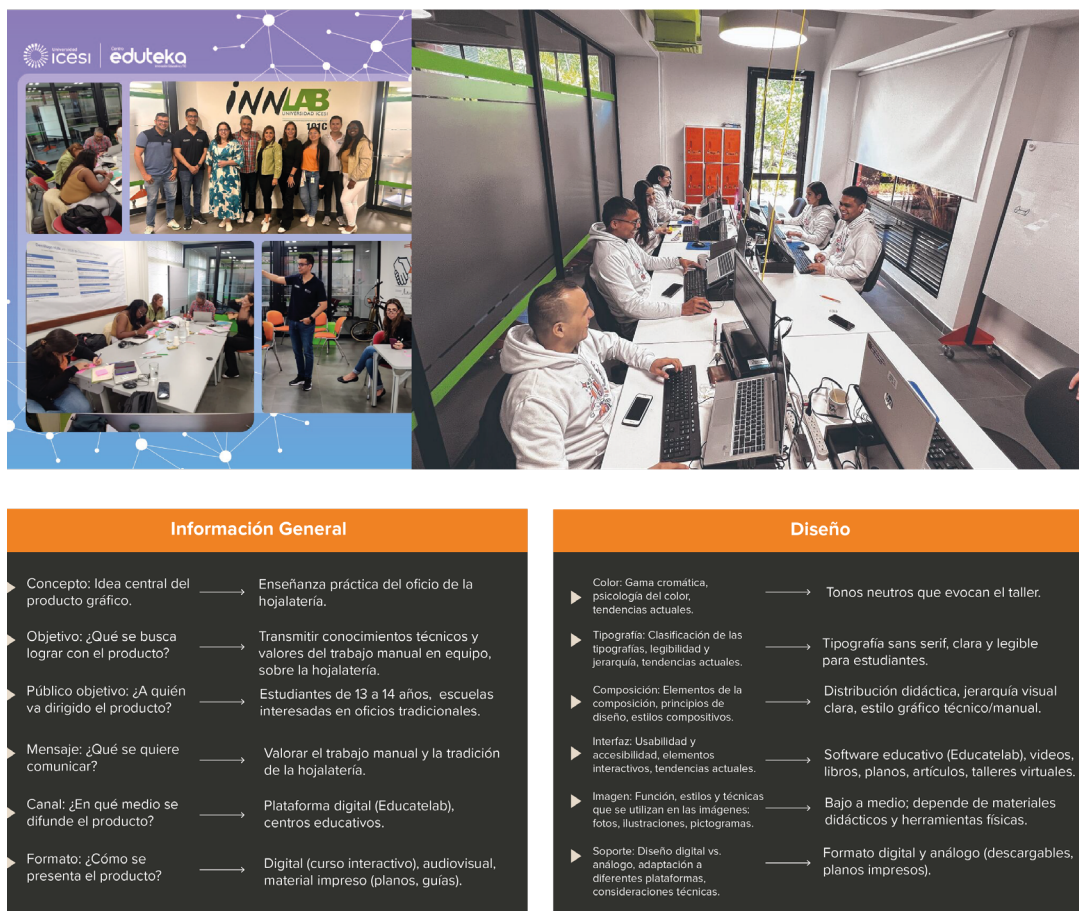


Información General		Diseño	
► Concepto: Idea central del producto gráfico.	Retrato fotográfico del trabajo artesanal.	► Color: Gama cromática, psicología del color, tendencias actuales.	Colores naturales y sobrios; predominan tonos cálidos y luz ambiental.
► Objetivo: ¿Qué se busca lograr con el producto?	Visibilizar y valorar el oficio artesanal a través de imágenes reales.	► Tipografía: Clasificación de las tipografías, legibilidad y jerarquía, tendencias actuales.	No se especifica, sin embargo, para los títulos de la exposición se utiliza una tipografía legible, clásica y discreta.
► Público objetivo: ¿A quién va dirigido el producto?	Público general, amantes del arte, instituciones culturales y educativas.	► Composición: Elementos de la composición, principios de diseño, estilos compositivos.	Fotografías cuidadas con enfoque en el detalle, el gesto y la emoción.
► Mensaje: ¿Qué se quiere comunicar?	Dignificar el trabajo del artesano y transmitir su esencia.	► Interfaz: Usabilidad y accesibilidad, elementos interactivos, tendencias actuales.	Interacción presencial y directa con la obra, con una parte digital para la difusión
► Canal: ¿En qué medio se difunde el producto?	Exposiciones físicas, galerías, medios digitales y culturales.	► Imagen: Función, estilos y técnicas que se utilizan en las imágenes: fotos, ilustraciones, pictogramas.	Fotografías documentales, emotivas y auténticas; muestran procesos
► Formato: ¿Cómo se presenta el producto?	Fotográfico (impreso y digital), serie expositiva.	► Soporte: Diseño digital vs. analógico, adaptación a diferentes plataformas, consideraciones técnicas.	Exposición física (impresa) y con posibilidad de adaptar a formato digital.

La segunda tipología es YUWIK Artesanías, emprendimiento de Carolina Tobar (diseñadora industrial y gráfica) que conecta artesanos con potenciales clientes mediante productos innovadores, reuniendo a diferentes artesanos para colaborar y alinearse con la sociedad. Este emprendimiento, creado en Quito, Ecuador, opera de manera online desde hace cinco años. Surgió durante la pandemia y ha logrado consolidarse como una plataforma significativa. Según se detalla en su página web: “la habilidad, conocimiento y técnica de nuestros artesanos se representa en productos con diseño innovador... responsable con el medio ambiente y con pago justo” (s.f., párr. 1). Profundiza en la historia y calidad de vida de los artesanos, creando una conexión auténtica entre productor y cliente. Ambas tipologías analizadas comparten el objetivo de visibilizar y apoyar a los artesanos, aunque cada una lo aborda desde

diferentes perspectivas. Ambas proponen que el hojalatero se posicione de manera independiente en el entorno digital. Para lograrlo, es necesario que cuente con una identidad clara, es decir, una marca registrada y consolidada que lo represente, facilitando su integración en otros emprendimientos con propuestas similares.

Figura 11_Proyecto de Hojalatería.



La tercera tipología es la exposición fotográfica “El arte de las manos. Fotografía de Artesanía y Artesanos” (colectivo Foto click Ciudad Real): sesenta fotografías que retratan vida y trabajo. Por lo tanto, esta tipología puede complementar a la primera como un recurso visual que apoye la idea principal del proyecto, sirviendo como una alternativa para motivar al hojalatero a integrarse en exposiciones o concursos con material que respalde su trabajo, como esta serie fotográfica que podría contar la historia del hojalatero: desde el inicio del proceso creativo hasta la entrega del producto, reflejando sus emociones y el valor de su trabajo artesanal.

Figura 11_Tipología Yunguilla



Información General		Diseño	
► Concepto: Idea central del producto gráfico.	Diseño participativo con identidad cultural, para darle voz a las personas de esta comunidad.	► Color: Gama cromática, psicología del color, tendencias actuales.	Tonos fuertes extraídos del entorno (hojas, flores, tierra). Transmiten conexión con la naturaleza y diversidad.
► Objetivo: ¿Qué se busca lograr con el producto?	Rescatar saberes locales y fortalecer el sentido de pertenencia.	► Tipografía: Clasificación de las tipografías, legibilidad y jerarquía, tendencias actuales.	Estilo simple y funcional (probablemente sans serif o manuscrita artesanal, ya que no se especifica en el proyecto).
► Público objetivo: ¿A quién va dirigido el producto?	Comunidad de Yunguilla, artesanos, y consumidores conscientes.	► Composición: Elementos de la composición, principios de diseño, estilos compositivos.	Equilibrio visual y funcionalidad, formas orgánicas, basadas en elementos naturales (hojas, flores, animales)
► Mensaje: ¿Qué se quiere comunicar?	El valor del diseño colaborativo y la cultura local.	► Interfaz: Usabilidad y accesibilidad, elementos interactivos, tendencias actuales.	Interacción directa y participativa, a través de talleres creativos
► Canal: ¿En qué medio se difunde el producto?	Esta tipología no expone la forma de difusión de su proyecto.	► Imagen: Función, estilos y técnicas que se utilizan en las imágenes: fotos, ilustraciones, pictogramas.	Fotografías del entorno tomadas por los participantes, uso de collage
► Formato: ¿Cómo se presenta el producto?	Físico (objetos utilitarios) y digital (registro del proceso).	► Soporte: Diseño digital vs. analógico, adaptación a diferentes plataformas, consideraciones técnicas.	Diseño análogo y artesanal, con posible registro en formato digital.

La cuarta es el proyecto de grado “Diseño de productos artesanales con identidad... (Yunguilla)” de Gabriel Barreto (PUCE): co-creación con la comunidad para objetos utilitarios del hogar, respetando el conocimiento local con talleres creativos (dibujo, fotografía, modelado, collage). Elementos de diseño: Forma (elementos naturales), Imagen (fotografías del lugar), Color (paleta del entorno) y Composición (armonía y funcionalidad). Se puede extraer la importancia de proponer un diseño que respete y potencie el conocimiento local. En este sentido, el diseñador debe actuar como un mediador, capaz de reflejar lo que el hojalatero necesita, sin alterar su identidad profunda. Esto podría integrarse en la propuesta gráfica que se realice, expresando su historia de vida, incluyendo los rasgos y experiencias que ha atravesado, sin dejar de lado la innovación y buscando generar un impacto social y cultural.

Figura 12_ Werkraum Bregenzerwald



Información General		Diseño	
► Concepto: Idea central del producto gráfico.	Plataforma colaborativa para promover la artesanía contemporánea.	► Color: Gama cromática, psicología del color, tendencias actuales.	Gama neutra: blanco, negro, gris, azul claro. Transmite sobriedad, elegancia y enfoque profesional.
► Objetivo: ¿Qué se busca lograr con el producto?	Visibilizar y fortalecer oficios tradicionales mediante diseño e innovación.	► Tipografía: Clasificación de las tipografías, legibilidad y jerarquía, tendencias actuales.	Sans serif, gruesa y clara. Alta legibilidad, uso jerárquico muy marcado (títulos grandes, texto pequeño).
► Público objetivo: ¿A quién va dirigido el producto?	Artesanos, diseñadores, jóvenes	► Composición: Elementos de la composición, principios de diseño, estilos compositivos.	Estilo modular y simétrico. Uso de espacios amplios y cajas limpias. Diseño estructurado y equilibrado.
► Mensaje: ¿Qué se quiere comunicar?	La artesanía es cultura viva, colaboración y calidad de vida.	► Interfaz: Usabilidad y accesibilidad, elementos interactivos, tendencias actuales.	Muy intuitiva y accesible, menú principal fijo, navegación clara y botones visibles.
► Canal: ¿En qué medio se difunde el producto?	Página web, exposiciones, concursos, talleres y conferencias.	► Imagen: Función, estilos y técnicas que se utilizan en las imágenes: fotos, ilustraciones, pictogramas.	Fotografías reales, profesionales y naturales. Muestran talleres, personas y procesos.
► Formato: ¿Cómo se presenta el producto?	Digital (web), físico (exposiciones, productos), audiovisual (videos, fotos).	► Soporte: Diseño digital vs. analógico, adaptación a diferentes plataformas, consideraciones técnicas.	Diseño digital adaptable a escritorio y móvil.

La quinta es el taller “¡Construyamos una Palita de Chapa Galvanizada!” (Educatelab–Icesi), diseñado por Pablo Cardozo para jóvenes de 13 a 14 años (cinco sesiones de cuatro horas), Su objetivo es enseñar el oficio de la hojalatería a través de la práctica: conocer sus herramientas, propiedades, utilidades y trabajar en equipo siguiendo un plan. Incluyendo matemáticas, seguridad y gusto por el trabajo manual. Entre los recursos que utiliza el profesor se encuentran libros, artículos, videos sobre herramientas, materiales para hacer las palitas, planos impresos y hasta visitas virtuales a talleres. Esta referencia puede servir de inspiración para el proyecto principal, al incluir una parte educativa, con materiales didácticos para escuelas o recursos descargables en internet para quienes deseen aprender lo básico del oficio.

Estas tipologías convergen en visibilizar y apoyar al artesano: identidad clara y presencia digital sencilla; colaboraciones con otros oficios; concursos, talleres y exposiciones como vitrinas; co-creación que respete la identidad profunda y una dimensión educativa (materiales didácticos, videos, redes y proyectos escolares/estatales) para conectar con públicos y sostener el oficio en el tiempo.

1.5 Definición del problema gráfico

La detección de los desafíos en el diseño gráfico comenzó con la exposición del caso, donde se manifestaron diversas necesidades y obstáculos a superar. Para facilitar la comprensión de estos aspectos, se utilizaron varias preguntas del libro *Problem Solved* de Michael Johnson, que permitieron abordar el tema desde la óptica del diseño gráfico. Esta guía orienta la definición del problema gráfico y organiza la reflexión en torno a mensaje-valor, actualización de la imagen e impacto en la atención del público (Johnson, 2012).

En el apartado titulado “The message is the price problema” (Johnson, 2012, p. 62) se subraya que el diseño transmite percepciones, destacando la necesidad de establecer una conexión adecuada entre la oferta y su valor. Aunque este no es el enfoque central del proyecto, representa un aspecto relevante, dado que la comunicación visual debe posicionar el oficio como accesible, singular y de alto valor cultural. En este marco, el diseño debe facilitar que las personas se sientan vinculadas, reconociendo el trabajo como genuino, personal y lleno de matices. La hojalatería puede ser un reflejo de la identidad cultural, por lo que el diseño debe transmitir un valor justo, evitando la impresión de ser algo de bajo costo que muchas personas podrían no comprender. Esto es fundamental para que el público reconozca y valore el oficio.

Respecto a la necesidad de modernizar la imagen sin sacrificar su esencia, el segmento “The re-appraise or die problema” (Johnson, 2012, p. 14) ofrece una perspectiva clave para el proyecto. Johnson argumenta que es posible actualizar una imagen sin traicionar su esencia, lo que se relaciona con una de las tipologías analizadas: el diseño de productos artesanales con identidad, a través de un modelo participativo (caso de estudio: Yunguilla).

Esta noción sugiere una intervención en la identidad visual de los hojalateros, respetando la esencia del oficio. Además, promueve el co-diseño como estrategia, permitiendo que los propios hojalateros participen en el desarrollo del proyecto. En este sentido, el reto del diseño gráfico sería reinterpretar los elementos visuales del oficio para crear una imagen más contemporánea que resuene con las audiencias actuales.

Finalmente, si el objetivo del proyecto es aumentar la visibilidad y reconectar el oficio con la sociedad contemporánea, es crucial captar la atención del público. En este contexto, el apartado “The astonish me problema” (Johnson, 2012, p. 30) resulta pertinente, ya que el autor sugiere que el diseño debe generar curiosidad y provocar un pequeño “choque” visual o conceptual para despertar interés.

El proyecto tiene la oportunidad de presentar el oficio desde una nueva perspectiva: conectar oferta y valor, actualizar la identidad sin perder la esencia mediante co-diseño y despertar asombro con la autenticidad y el valor de lo hecho a mano (Johnson, 2012). Así, lo artesanal deja de verse como anticuado o monótono y se convierte en una expresión visualmente atractiva y culturalmente significativa.

1.6 Requerimientos del proyecto

Con base en el análisis desarrollado en los apartados anteriores y a partir de la agrupación de ideas clave surgidas del estudio de campo, se definió una dirección clara para el proyecto: un plan de comunicación centrado en lo digital, pero con apertura a formatos físicos y expositivos. Esta estrategia permite ampliar el alcance de los contenidos y al mismo tiempo, generar conexiones entre los elementos que estructuran la propuesta.

En la figura 13 se sintetiza los requerimientos fundamentales de diseño que orientan a la ejecución y coherencia del proyecto.

Figura 13 Requerimientos del proyecto

REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

		REQUERIMIENTO	FACTOR DETERMINANTE	FACTOR DETERMINADO	SUB PARÁMETRO	RENDIMIENTO
FACTOR DE USO	Cómo se usa	- La plataforma sea fácil de usar e intuitiva. - El contenido se pueda consultar desde distintos dispositivos.	- Debe poder ser comprendida por cualquier usuario sin conocimientos técnicos. - Diseño adaptable (responsive). - Usabilidad en la presentación visual.	- Navegación clara, estructura jerárquica simple. - Compatible con distintos dispositivos. - Galería o catálogo interactivo con imágenes y descripciones breves.	- Menú principal visible con secciones básicas (Inicio, Catálogo, Historia, Contacto). - Imágenes optimizadas sin pérdida de calidad. - Que impartan su apoyo y reconocimiento.	- Que los usuarios puedan visualizar al menos 3 productos sin dificultad y comprendan su función. - Que se interesen por el oficio. - Que impartan su apoyo y reconocimiento.
	Ergonomía visual y física	- Sea funcional para mostrar los productos de forma clara. - El contenido se adapte a distintos formatos físicos y digitales. (Catálogo impreso, postales o fichas informativas).	- Tamaño y legibilidad de la tipografía. - Diseño responsivo y adaptable. - Claridad en la jerarquía de la información.	- Uso de tipografías sans serif. - Uso de títulos claros, iconos intuitivos y flujo lógico. - Contenido exportable o replicable en catálogos, postales o afiches.	- Espaciado generoso (mínimo 1.5 de interlineado) y márgenes amplios. - Ubicación consistente de botones y llamadas a la acción. - Imágenes que relacionen o tengan narrativa.	- Que el usuario pueda leer al menos 100 palabras sin fatiga visual. - Que el contenido se mantenga legible en pantallas pequeñas/ impresiones. - Que el usuario complete una acción sin muchos clics, es decir de forma rápida.
	Ciclo de vida	- El contenido sirva mientras el hojalatero esté activo. - Sea un proyecto que su historia pueda llegar o ser como archivo o pieza cultural replicable.	- Adaptado a su producción y estilo. - Valor patrimonial y cultural. - Estética atemporal pero contextual.	- Material editable y actualizable. - Formato exportable para exposiciones.	- Permitir cargar nuevos productos o textos con facilidad. - Mantener la identidad del oficio sin seguir estilos visuales pasajeros.	Que el contenido se actualice al menos 1 vez cada seis meses.
FACTOR CONTEXTUAL Y PERSUASIVO	Legibilidad	- El contenido sea fácil de leer y comprender. - El mensaje se entienda con rapidez. (textos explicativos cortos, pero con impacto.)	- Familia tipográfica San serif. - Los textos deben tener entre 14 y 25 puntos. - Para Títulos pueden ser textos parecidos a terminados de hojalata.	Uso de tipografías sans serif para texto largo, serif decorativa solo en títulos si se requiere.	- Interlineado mínimo de 1.5 y márgenes amplios. - Integración con iconos o apoyos visuales donde sea posible.	Que el usuario permanezca leyendo al menos 60 segundos sin abandonar la página.
	Cromática	- Paleta cromática con colores transmitan calidez y cercanía y alegría. - Evoque el taller pero con una mirada renovada.	Inspiración directa del taller y materiales reales.	Paleta inspirada en el metal, pero equilibrada con tonos vivos.	- Máximo 5 colores: 2 neutros, 3 acentos emocionales. - Contraste amable que evite tonos apagados o sombríos.	Que las piezas visuales generen emociones positivas en test de usuarios (alegría, curiosidad, orgullo).
	Imagen visual	- Imágenes fotográficas y que apoyen el mensaje del diseño sin recargar. - Atractivo y Juvenil.	- Relacionado con el tema. - Representación real del hojalatero y su entorno.	- Uso de fotografías documentales, espontáneas y cálidas. - Uso de imágenes como apoyo visual, no fondo decorativo.	- Cuidar encuadre, profundidad y coherencia con la paleta cromática. - Ocupen un espacio adecuado, sin exceder.	Que los usuarios puedan tener una conexión emocional mediante las imágenes.
	Maquetación o Layout	- Estructura visual clara y ordenada. - Profesional pero cercano. - No tan rígida.	- Modularidad del diseño. - Reticula con flexibilidad.	Uso de retícula flexible (columnas adaptables) y espacios bien definidos.	Que el contenido sea conciso y organizado permitiendo entender los textos y el orden de varias secciones.	- Que la mayoría de usuarios comprendan de inmediato cómo navegar el contenido. - Que la lectura sea comprendida.
	Innovación funcional	El proyecto integre recursos audiovisuales accesibles.	Diseño como puente entre el artesano y la sociedad.	Desarrollo de un ecosistema comunicativo: web/redes + catálogo + identidad visual.	Videos cortos y humanos que expliquen técnicas y experiencias.	Que el hojalatero se identifique y sienta representado en los contenidos.
	Usabilidad / UX Design	- La navegación sea intuitiva y agradable. - El usuario conecte emocionalmente con el contenido.	- navegación clara desde el primer clic. - Cargar rápido.	- Estructura simple: menú visible, botones claros, flujo lógico. - Imágenes reales y lenguaje amigable.	Microinteracciones suaves (animaciones, transiciones sutiles).	Que la mayoría de usuarios conecte emocionalmente con el contenido.

		REQUERIMIENTO	FACTOR DETERMINANTE	FACTOR DETERMINADO	SUB PARÁMETRO	RENDIMIENTO
FACTOR CONCEPTUAL Y PRENSARIO	Discurso gráfico	• Será una plataforma que el tono refleje el valor y conocimiento del oficio.	• Evitar extremos: ni educativo estricto ni coloquial. • Estilo narrativo artesanal.	• Usa palabras simples, como si el hojalatero hablara con orgullo de lo que hace. • Que tenga un profundo conocimiento del oficio.	• Palabras claras, frases bien construidas, sin tecnicismos innecesarios.	• El discurso genere identificación o admiración en el lector. • El lector perciba el oficio como valioso y profundo.
	Simbolismo	• Que transmitan el alma del oficio de forma directa. • Los símbolos se comprendan de forma inmediata (sencillos y fáciles de entender.	• Asociación intuitiva y emocional. • Claridad visual y simplicidad, sin perder la esencia o el enfoque de lo artesanal.	• Uso de iconos o formas básicas representativas del oficio (martillo, fuego, hojalata, mano). • Aplicación en botones, separadores, que evoquen valores como trabajo manual.	• Líneas limpias, formas reconocibles, sin detalles complejos. • Uso de símbolos que hablen por sí mismos.	• Los usuarios conecten el símbolo con una emoción o idea concreta sin explicación verbal
	Eficiencia semiótica	• Cada elemento gráfico tenga una función comunicativa • Que el diseño comunique con claridad la esencia del oficio.	• Uniformidad semiótica • Relación entre forma y significado.	• Mantener los mismos signos visuales (iconos, paleta, estilo) en web, impresos, redes. • Uso de imágenes, símbolos y palabras que representen con precisión la hojalatería.	• Evitar ambigüedades o confusiones visuales.	• Los usuarios se interpreten correctamente los mensajes visuales clave.
FACTOR ESTÉTICO	Estilo gráfico	• El estilo gráfico refleje alegría y conexión humana.	• Diseño emocional y auténtico. • Limpieza visual sin perder cercanía.	• Integración de imágenes reales, retratos, gestos, detalles del taller. • Uso de espacios amplios, retícula ordenada.	• Imágenes limpias con enfoque narrativo. • Paleta cromática que refleje estos puntos y tipografía con personalidad.	• Que el diseño sea percibido como claro y emocional. • Los usuarios se sientan satisfechos al terminar de indagar esta plataforma.
	Manejo herramental	• Cada herramienta gráfica tenga una función clara y coherente.	• Uso consciente y selectivo de recursos visuales.	• Retícula clara, márgenes constantes, elementos alineados.	• Máximo dos familias tipográficas, paleta controlada, composición limpia.	• Los elementos gráficos aporten a la comprensión o emoción del mensaje.
	Calidad y tipo de imágenes	• Las imágenes tengan alta resolución y nitidez. • Las imágenes cuenten algo, no solo muestren.	• Calidad técnica profesional. • Criterio de selección visual narrativa.	• Priorizar momentos auténticos, gestos, materiales, texturas.	• Mantener estilo unificado entre todas las imágenes.	• El 80% de los usuarios conecten visualmente y abran su corazón para apoyar este oficio.
FACTOR TÉCNICO	Formatos y materiales	• Se propone una red digital de comunicación flexible como eje del proyecto.	• Formato base adaptable a múltiples plataformas.	• Red digital que pueda incluir web, redes sociales, catálogo interactivo o multimedia.	• Pensado para distribución digital libre y posible impresión.	• Que el formato permita visibilidad en mínimo 3 medios distintos (ej. web, redes, exposición digital)
	Optimización de recursos	• El proyecto se pueda sostener y actualizar con pocos recursos técnicos.	• Mantenimiento simple y autónomo.	• Uso de software libre o económico (ej. Canva, Figma, grabación con celular).	• Producción de contenido de alto valor con bajo costo.	• El proyecto pueda seguir funcionando sin asistencia técnica externa constante.
	Sistemas de producción	• Que el proyecto se pueda producir con herramientas accesibles.	• Producción viable con recursos actuales.	• Uso de software de diseño accesible (Canva, Figma, Adobe, etc.) y herramientas como celular o cámara semiprofesional.	• Producción audiovisual sencilla: grabaciones cortas, edición ligera.	• El proyecto sea viable en su técnica y económico.
	Acabados	• Que los acabados del proyecto refuercen el estilo artesanal y humano. • Sea un sitio visualmente agradable, limpio pero con impacto.	• Estética cuidada, pero con detalles que aporten dinamismo.	• Uso de microinteracciones, iconos animados o cambios sutiles en navegación (en caso digital).	• Resolución adecuada en cada plataforma, formato correcto en cada pantalla.	• Que el diseño se perciba como claro, pero también atractivo y llamativo por la mayoría de los usuarios.
	Costos	• El mantenimiento digital no requiera gastos constantes.	• Producción con recursos disponibles o gratuitos.	• Hosting gratuito o de bajo costo, herramientas actualizables sin pagos mensuales.	• Maximizar lo que ya se tiene: conocimientos, herramientas y tiempo propio.	• Que el proyecto se mantenga disponible sin generar costos nuevos importantes.
	Distribución	• El contenido se distribuya digitalmente y sea accesible. • El proyecto tenga presencia activa en redes sociales. • El contenido también pueda ser exhibido físicamente.	• Disponibilidad gratuita en medios digitales. • Difusión en medios sociales de amplio alcance. • Versión expositiva del proyecto.	• El contenido podrá compartirse mediante enlaces directos y códigos QR en piezas impresas.	• El contenido podrá instalarse como parte de una exposición sin rediseños mayores.	• Que el proyecto pueda ser replicado o tomado como referencia por instituciones culturales, educativas o comunitarias interesadas en el patrimonio artesanal.

Cada requerimiento se unifica para construir una propuesta coherente y estratégica. En el factor visual y físico, se identificó una propuesta que cuida la estética y la funcionalidad y está inspirada en materiales reales del taller; cada recurso se usa para evocar significado. En el plano discursivo y simbólico, el proyecto se dirige hacia un lenguaje narrativo y con conocimiento especializado en el tema; y desde lo funcional se definen aspectos como la eficiencia semiótica, la claridad en el mensaje y la estructura modular del contenido. Este análisis contribuyó a la orientación y a resignificar el oficio desde una mirada pertinente para obtener un proyecto gráfico efectivo.

Se consolidan requerimientos fundamentales de diseño que orientan la ejecución y la coherencia del proyecto: una comunicación digital con apertura a formatos físicos y expositivos, articulada en lo visual, discursivo y funcional, para resignificar el oficio y lograr un proyecto gráfico efectivo.



2 Desarrollo de la propuesta gráfica

2.1 Generación de la idea (concepto)

Una vez definidos los requerimientos de diseño, realicé una exploración creativa basada en técnicas de Ellen Lupton en Intuición, acción, creación. Graphic Design Thinking. Entre las metodologías aplicadas se encuentran el uso del volcado visual, figuras retóricas y verbos en acción. Estas herramientas ayudaron a unir palabras e imágenes alrededor de la idea principal y a darle el impacto necesario para comunicar el mensaje del proyecto. Se eligieron porque sostienen un enfoque socio-crítico y orientado a la transformación social del oficio del hojalatero en el contexto actual. Tras este proceso, el concepto rector quedó formulado así: “Un embajador y crítico social que conecta una labor valiosa en el presente”.

Concepto 1

Librobiografico digital

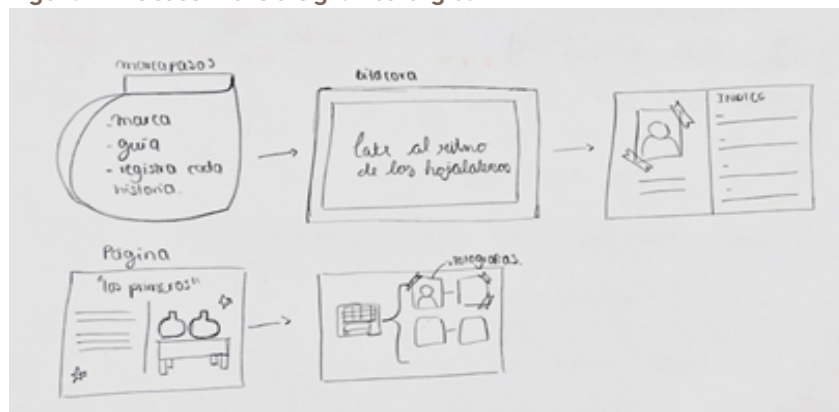
La primera propuesta aplica figuras retóricas visuales, siguiendo a Lupton. Su objetivo es despertar interés por la hojalatería y afirmar su importancia mediante metáfora y símil. La metáfora presenta el libro biográfico como un “marcapasos” social: un artefacto que acompaña y ayuda a entender la vigencia del oficio. Como señala Virginia (2012), así como los recursos del discurso permiten a los autores apartarse del uso convencional del lenguaje, su aplicación a imágenes y objetos abre sentidos potentes.

El librobiográfico digital tendrá forma de bitácora: no será rígido, pero conservará capítulos, índice y páginas. Narrará el trayecto del hojalatero con entradas breves, fotografías documentales, catálogo básico, comentarios y enlaces.

El libro funcionará como embajador (voz propia) y como crítico social (datos y escenas que revelan la fragilidad del oficio), generando cercanía desde los dispositivos.

En resumen, Este librobiográfico digital late al ritmo de los hojalateros. Como un marcapasos social, registra cada historia y cada dato para que el oficio siga presente en la ciudad. Su pulso guía: informa, conmueve y convoca. La propuesta fue bocetada y se presenta en la Figura 11 donde se observa el esquema general de aplicación de estas figuras en la serie.

Figura 11 Boceto Librobiografico digital



Concepto 2

Embajador del oficio en 60s

La segunda propuesta utiliza verbos en acción, siguiendo a Alex F. Osborn y el enfoque de Lupton para activar la creatividad. La técnica parte de un verbo relacionado con el concepto y formula oraciones que lo expanden. Como explica Lauren P. Adams (2012), puede aplicarse a objetos, sistemas e imágenes, reimaginándolos en otra escala, material o contexto. (p.74). Con esta táctica surgieron frases como: Dialogar: un puente entre metal y plástico ; Reflejar : mirar la realidad con ojos críticos; Unir: construir nuevas formas; Traducir: cambiar de color y Analizar: mirar la ciudad con lupa. Las ideas contribuyeron en el hallazgo un mini documental en cinco partes: cinco videos de 60 s para TikTok que presentan al hojalatero como embajador vivo del oficio (quién es, qué hace, su historia y por qué persiste). Cada video cierra con un llamado a la acción hacia una landing page con catálogo actualizado, opciones de colaboración o contratos y un espacio de comentarios. El tono combina cercanía: rostro, manos, proceso y crítica social: datos del taller. El primer boceto puede verse en la Figura 12.

Figura 12 Boceto embajador del oficio en 60s



Concepto 3

Exhibición interactiva transmedia sobre la labor del hojalatero

La tercera propuesta plantea una galería fotográfica realista de productos del hojalatero que se conecta, mediante QR, con mini videos de 60 s en TikTok donde se narra una experiencia vinculada a cada imagen. Se concibe como exposición temporal en un espacio privado o en el Centro Histórico.

Ejemplo: la foto inicial “Origen: los primeros” muestra 2–3 productos realizados juntos; su QR lleva al video donde el artesano se presenta, cuenta su inicio, su primera herramienta y cómo aprendió.

La idea surge del volcado visual, que reúne palabras y asociaciones. Como explican Ellen Lupton y Jennifer Cole Phillips (2012), la convergencia de ideas produce un tercer sentido más poderoso. Aquí se asocian términos del concepto para formar combinaciones visuales: embajador: carta y mensaje, voz y espejo y crítico social: agente, ojos, célula, diagnóstico.

Con esta técnica se definió el material visual y el contenido de cada fotografía. El boceto general se presenta en la Figura 13.

Figura 13 Exhibición interactiva transmedia sobre la labor del hojalatero.



Figura 14. Moodboard



2.2 Exploración de la forma (estilo)

Una vez definidas las ideas conceptuales, el proceso de diseño avanzó hacia la exploración formal del material gráfico. Para ello se emplearon herramientas propuestas por Ellen Lupton (2012) en el mismo texto citado. Las técnicas utilizadas incluyeron kit de piezas, Reconstrucción y pensamiento físico, las cuales permitieron delimitar una solución visual acorde con los requerimientos y las necesidades del concepto.

Además, se utilizó un moodboard que reúne el estilo: tipografías, colores y tipo de fotografía. Da un panorama general del estilo que se aplicará en cada propuesta de diseño y nos guía para lograr ese equilibrio entre lo viejo y lo nuevo.

Figura 15. Exploración estilo gráfico concepto.



Con el moodboard definido, pasamos a la exploración: bocetos rápidos, pruebas de tipografía y color, encuadres de fotografía y orden de la información. Buscamos ver cómo se siente el equilibrio en piezas concretas. La idea es probar, comparar y ajustar, manteniendo lo que funciona y dejando de lado lo que no, hasta hallar una línea clara para el sistema.

Para la exploración del primer concepto se aplicó la herramienta kit de piezas de Lupton (2012), con el objetivo de establecer una metodología que acompañe la identidad del hojalatero mediante un sistema de formas. Se incorporaron herramientas básicas del oficio al librobiográfico digital, de modo que cada herramienta se asocie a un capítulo de la vida del artesano; por ejemplo, la introducción se llamará “Trazo de origen” y se vincula al punzón, porque este marca la lámina y define la guía.

En ese apartado se extraen características del punzón como elementos gráficos para componer la sección, es decir, líneas de puntos propias de la herramienta. Del mismo modo se desarrollarán los demás capítulos con las cuatro herramientas definidas: punzón, tijeras, pulidora y soplete de fuego. Este estilo aporta variedad visual y favorece una lectura activa, conectada con el contexto actual.

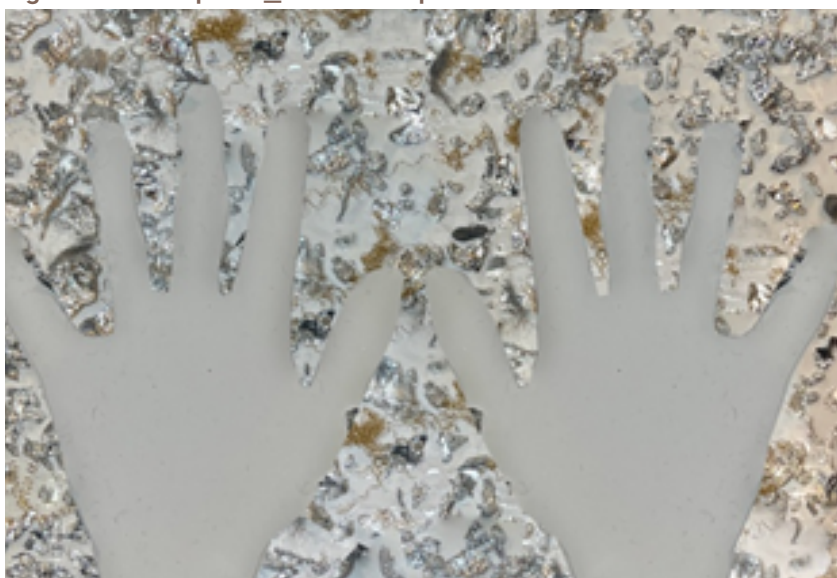
Figura 16 Mockup Librobiográfico



Tras esa imagen, que fue la primera aproximación, solo se aplicaron los elementos del Kit de piezas; sin embargo, el estilo no estaba aún profundizado. Por ello, en el siguiente mockup se profundizó más, aplicando cada elemento con un toque distinto dentro del paradigma.

Para el segundo concepto se empleó la herramienta de reconstrucción para enlazar con la idea Embajador del oficio en 60 s. De acuerdo con Christopher Clark (2012), “el lenguaje visual tiene su propia lógica; las cosas tienen el aspecto que tienen debido a los procesos intelectuales de reflexión que llevan inscritos en sí” (p. 120). Se experimentó con una fotografía que reúne una colección de objetos y artefactos, partiendo del concepto y del mensaje de impacto que debe comunicarse. Para asociar el concepto con la landing page se recurrió a una metáfora: el puente de la hojalatería hacia el contexto actual. Por ello, al inicio se propone una imagen de alto impacto sobre el oficio y, al final de la página, otra fotografía que concreta la conexión con la actualidad. El estilo vive en ambas: en la imagen inicial aparecen manos construidas con residuos, cuya forma surge por sustracción (negativo) y evidencia la realidad difícil; en la imagen final, una composición muestra que con esos residuos se construyó el producto. En la primera exploración se usó para simular hojalata sobre un fondo blanco. Se buscó mostrar que, en un taller de hojalatería, la herramienta principal son las manos; por eso, las manos se “construyen” con el propio material, adaptando el estilo planteado. Es una aproximación inicial.

Figura 17 Concepto 2_Primer exploración

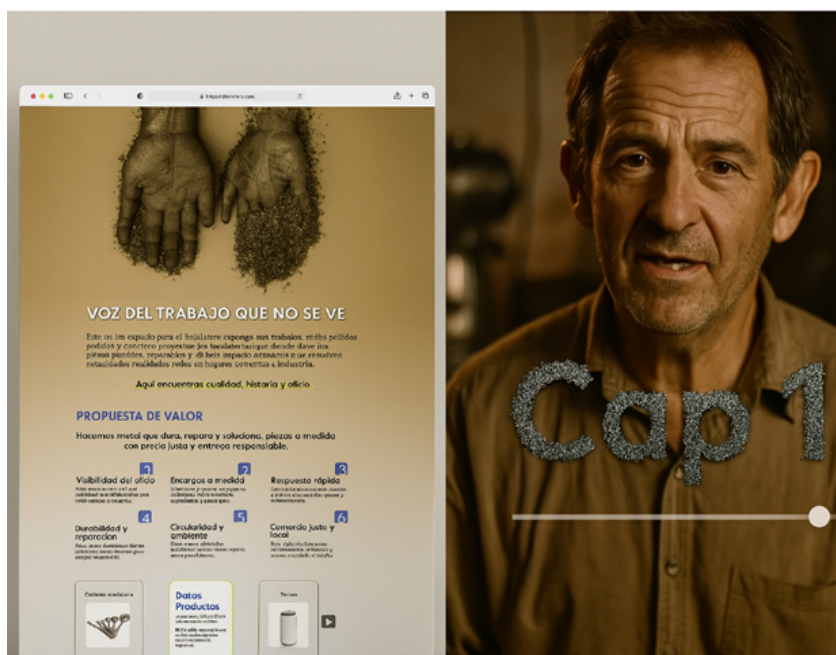


El resultado son fotografías vinculadas a una metáfora para la landing: el puente entre la realidad que enfrenta la hojalatería y un entorno donde conecte y prospere. Este estilo también se aplica a la serie de microvideos, mediante inicio y cierre: intro impactante en stop motion que nombra “capítulo 1”, y cierre con un CTA que invita a visitar la landing page.

Figura 18 Landing page + video de Tiktok.



Figura 19 Mockup Landing page + video de Tiktok.



Para el tercer concepto, la herramienta apropiada fue el pensamiento físico, conectada con Exhibición interactiva transmedia sobre la labor del hojalatero. Esta estrategia permite crear formas al experimentar con las propiedades físicas de los materiales. Esta misma estrategia insiste en experimentar con las propiedades físicas de los materiales.

En la galería fotográfica se integran materiales propios del oficio para que actúen como soporte de la imagen. Por ejemplo, la primera fotografía, dedicada a los primeros objetos, se imprime en papel texturizado, con el objetivo de que el relieve disperse la luz y “aplane” ligeramente el contraste, de modo que la imagen se perciba más realista e impactante al mejorar la nitidez.

También se incluye un código QR que enlaza con los microvideos; en el primer video, el hojalatero se presenta y muestra sus primeras herramientas. Los videos deben conservar la nitidez y ese impacto de la realidad. Esto refuerza una galería transmedia e interactiva que conecta con el contexto actual sin perder el estilo propuesto.

2.3 Evaluación del concepto y estilo gráfico

Una vez definidos los conceptos y estilos gráficos de las tres propuestas, se realizó una evaluación con los docentes lectores Alejandro Rodríguez y Lourdes Montaña, así como con el propio artesano del taller de hojalatería. El propósito de esta revisión fue determinar la viabilidad de las propuestas dentro del proyecto, identificar cuál se ajustaba mejor al objetivo general y establecer los ajustes necesarios para el desarrollo del sistema gráfico final.

Las evaluaciones de los tres expertos: Alejandro Rodríguez, Lourdes Montaña y Ángel Silva, aportan a una guía pertinente, desde una mirada más amplia y crítica para el desarrollo del proyecto, en la búsqueda de estilo y en la resolución de problemas. A partir de sus observaciones se realizaron varios ajustes en la propuesta:

Alejandro Rodríguez valoró especialmente la segunda propuesta y consideró que este formato es el más pertinente para visibilizar el oficio, siempre que los videos alcancen un nivel alto de calidad visual y narrativa. Subrayó la importancia de enfatizar la materialidad del taller, mostrar los procesos en detalle, los sonidos, las herramientas y el paso a paso del trabajo del hojalatero, de manera que cada video permita comprender quién es el artesano, qué hace, cómo lo hace y por qué su oficio sigue siendo relevante en la actualidad. Su observación principal apunta a que la serie de videos no solo informe, sino que construya una narrativa coherente que dignifique la labor del hojalatero.

Por su parte, Lourdes Montaña coincidió en que la segunda propuesta es la que mejor se ajusta al proyecto, pero insistió en la necesidad de fortalecer su dimensión estratégica y adicionar un material analogo o combinar con otra propuesta, ya que la pagina web no tiene mucha relación con el objetivo. Propuso investigar con mayor profundidad sobre marketing digital, en especial sobre el funcionamiento de plataformas como TikTok, para que los videos logren persuadir, informar e incentivar el interés del público. Señaló que cada pieza audiovisual debe incluir un cierre claro, que conduzca a la reflexión o a una acción concreta por parte de los usuarios. Además, sugirió que el estilo gráfico se acerque más a la estética propia de la hojalatería, a través de una selección cuidadosa de colores y tipografías que remitan al metal, al taller y a la calidez del trabajo manual, evitando soluciones genéricas o alejadas del contexto del artesano.

Finalmente, las recomendaciones del hojalatero resultaron claves para ajustar la propuesta a su identidad real. Él expresó que no desea un diseño recargado ni excesivamente llamativo, sino un estilo simple, sobrio y fiel a su taller. Prefiere una gráfica limpia, sin saturación de elementos, que pueda ser distintiva sin caer en la extravagancia. Para él, lo más importante es que el diseño refleje la dignidad del valor de su oficio, manteniendo una estética cercana, auténtica y a la vez lo suficientemente atractiva

2.6. Evaluación de la propuesta

Validación por el comitente experto

Los resultados de la validación por el comitente experto evidencia una lectura crítica y complementaria de la propuesta, permitiendo identificar tanto los aportes positivos del proyecto como los aspectos susceptibles de reflexión y ajuste desde el diseño.

En términos generales, ambos evaluadores coinciden en que el proyecto aborda una problemática pertinente relacionada con la visibilización del oficio de la hojalatería en Quito, reconociendo el potencial del diseño como herramienta para generar exposición, alcance y comprensión de un oficio tradicional con valor cultural y patrimonial. Asimismo, se valora el desarrollo de piezas que acompañan la propuesta, destacando su carácter explicativo y su intención de acercar el oficio a distintos públicos.

No obstante, desde una mirada crítica, se señala que la problemática abordada responde a dimensiones sociales, culturales y productivas más profundas, que no pueden ser resueltas únicamente desde el diseño. En este sentido, se plantea la necesidad de delimitar con mayor precisión el campo de acción del proyecto, comprendiendo el diseño como un medio de apoyo a la visibilización del oficio y no como una solución total de distintos factores que afectan a los oficios artesanales en la actualidad.

Desde el enfoque comunicacional, el evaluador Alejandro Rodríguez considera que a la propuesta le falta una narrativa más emocional y que el tono de los videos podría acercarse más a los lenguajes actuales de redes como TikTok o Instagram.

Sin embargo, el proyecto no tiene como objetivo vender productos ni generar conversiones comerciales, sino contar la historia del oficio desde una perspectiva cultural e identitaria. En este sentido, tanto la narración de los videos como las decisiones formales de la línea gráfica, se establecen a partir del concepto general del proyecto y se construyen en diálogo con el testimonio del propio hojalatero, quien participó en la manera en que se cuenta su historia.

La narración no busca utilizar códigos publicitarios, sino mantenerse como un relato testimonial y coherente con la realidad del oficio y con la forma en que el artesano se reconoce a sí mismo. Además, teniendo en cuenta que se orienta a un público objetivo de aproximadamente 25 a 50 años en adelante, lo que también explica la elección de un tono más sobrio y reflexivo.

En relación con la marca y la identidad visual, se presentan observaciones críticas respecto a la estabilidad y definición del sistema gráfico. Ante ello, resulta pertinente realizar una aclaración conceptual desde la teoría de la marca corporativa desarrollada por Norberto Chaves. Según este enfoque, la función principal de la marca no es publicitaria ni persuasiva, sino identificadora, la marca gráfica actúa como un signo que individualiza, firma y otorga reconocimiento a una entidad.

Exigirle a la marca que “venda” o explique el posicionamiento, constituye un error conceptual frecuente, ya que estas funciones corresponden a otros niveles de la comunicación.

Desde esta perspectiva y teniendo en consideración el para qué funcionará la marca, el proyecto no propone la creación de una nueva identidad para el hojalatero, dado que no se identifica una necesidad funcional real que lo justifique. El artesano cuenta con un identificador propio, que cumple de manera adecuada la función Identificadora y que posee estabilidad, reconocimiento local y coherencia simbólica con el oficio. El propio hojalatero reconoce este elemento como su marca, por lo que intervenirlo desde una lógica de rediseño habría implicado imponer una identidad ajena y descontextualizada.

Finalmente, las observaciones realizadas por ambos comitentes permiten comprender el proyecto desde distintas miradas, una más cercana a la estrategia comercial y otra orientada a la función cultural e identitaria del diseño. Lejos de invalidar la propuesta, estas evaluaciones enriquecen el análisis crítico del proyecto. En este sentido, el proyecto reafirma su enfoque en la visibilización, preservación simbólica y reconocimiento del oficio de la hojalatería, utilizando el diseño como herramienta de mediación cultural más que como un recurso publicitario o comercial.

2.4 Desarrollo del prototipo

El desarrollo del prototipo implicó reestructurar la propuesta a partir de observaciones y sugerencias del comitente, con el fin de consolidar una comunicación visual centrada en visibilizar el oficio de la hojalatería y dignificar su valor cultural, social y productivo en el presente. En lo que sigue, se describe el concepto gráfico final y su traducción en piezas audiovisuales, editoriales y de apoyo funcional.

Definición del concepto gráfico

El concepto rector, “embajador y crítico social que conecta una labor valiosa en el presente”, orienta el estilo y las decisiones gráficas. Este concepto representa el oficio desde una doble dimensión: como embajador que conserva y transmite un saber que aún resiste y (b) como crítico social, en tanto su permanencia abre un debate sobre el lugar del trabajo artesanal en un contexto contemporáneo acelerado y altamente actualizado.

La dimensión de “embajador” posiciona al protagonista (el hojalatero) como portador de conocimiento, memoria y técnica. Por ello, la narrativa visual prioriza el proceso, los materiales, las manos en acción y los objetos terminados, de modo que la fotografía funcione como prueba, relato y puente emocional, haciendo visible la dedicación, el tiempo y el valor humano detrás del metal.

La dimensión de “crítico social” introduce una reflexión sobre la relevancia de la hojalatería y el riesgo de debilitamiento y eventual desaparición si no se reconoce y apoya socialmente. Para interpelar al espectador sin recurrir a un tono alarmista, se recurre a preguntas y contrastes visuales que invitan a pensar en el consumo con propósito, la conservación cultural y el valor del trabajo artesanal como parte activa del presente.

En conjunto, el concepto define un eje narrativo único que se mantiene transversalmente en todas las piezas (miniserie, minilibro, publicaciones y tarjeta/carta), de manera que se perciban como un solo sistema comunicacional: el video atrae y conecta; el minilibro profundiza y deja memoria; los posts sostienen presencia; y la tarjeta/carta habilita aplicación práctica en el entorno real del taller.

Estrategia de proyecto audiovisual para la visibilidad del oficio

La estrategia se orienta a incrementar la visibilidad del oficio mediante contenidos diseñados para circulación digital. Según el informe Building Next Generation Social Teams de Sprout Social, el 98% de los profesionales de redes sociales coinciden en que el contenido debe mantenerse al día con tendencias y cultura online. Con base en ello, se asume que las redes sociales habilitan contacto directo con audiencias y una difusión medible, lo cual permite sostener la presencia del tema en el tiempo.

Se seleccionan TikTok e Instagram por tres razones principales. Primero, por accesibilidad y continuidad de publicación, con métricas de alcance e interacción disponibles en sus herramientas de analítica (p. ej., Insights en Instagram y Analytics en TikTok). Segundo, por afinidad con el público objetivo (aprox. 20 a 50 años), acorde con patrones reportados sobre consumo de redes sociales. Tercero, por capacidad de amplificación: boyd propone entender las redes sociales como “públicos en red”, cuyas propiedades (persistencia, replicabilidad, escalabilidad y buscabilidad) aumentan la probabilidad de circulación más allá del público inmediato. En TikTok, la lógica de recomendación del feed “For You” refuerza esta amplificación al distribuir contenido según señales de interacción, favoreciendo el alcance a audiencias no seguidoras.

La estrategia de medios define las piezas del prototipo y su articulación para asegurar consistencia. El sistema se organiza alrededor de una miniserie de cinco videos como recurso principal, complementada por un minilibro digital que reúne los cinco temas (con apoyo de infografías, línea de tiempo y contenido fotográfico), publicaciones en Instagram como refuerzo de contexto y una tarjeta/carta de presentación como herramienta funcional para el vínculo con clientes.

Ubicaciones del proyecto

TikTok se define como plataforma principal para publicar la miniserie debido a su dinámica de descubrimiento basada en el feed “For You”, que recomienda y distribuye videos de forma personalizada según señales de interacción e intereses, facilitando que el contenido llegue a usuarios que no siguen previamente la cuenta. En coherencia con ello, Joha Uribe señala que TikTok destaca por su potencial de visibilidad rápida y una lógica orientada a captar atención en poco tiempo, pertinente para una campaña cuyo objetivo es la visibilización.

Instagram se incorpora como plataforma complementaria para sostener presencia y coherencia visual, dado que integra formatos que permiten reforzar el mensaje desde distintos niveles (Reels, Stories y publicaciones) y consolidar una estética centrada en fotografía. YouTube no se prioriza como red prin-

cial porque, si bien es sólida para alojar video, su alcance puede depender de múltiples fuentes de descubrimiento (búsqueda, exploración, sugerencias y tráfico externo), mientras TikTok facilita un descubrimiento más inmediato de videos cortos al distribuirlos a usuarios que no necesariamente siguen la cuenta.

La propuesta se concibe como un proyecto audiovisual compuesto por una miniserie de cinco videos con valor documental, más que como una campaña de publicación semanal sostenida. El objetivo es que los contenidos permanezcan disponibles en internet como recurso de consulta y difusión, de modo que puedan compartirse y contribuir a fortalecer la visibilidad del oficio a mediano y largo plazo.

Miniserie audiovisual

Como pieza principal del prototipo, se desarrolla una miniserie de cinco videos orientada a documentar y visibilizar la hojalatería en Quito, desde un enfoque narrativo-visual de carácter documental. Federico Fernández y José Martínez (s.f.) plantean que, si la visión cinematográfica se limitara a copiar la visión real, no se haría necesario el lenguaje cinematográfico ni habría surgido un arte de masas con la trascendencia actual (p. 22). En consecuencia, la miniserie integra imagen, sonido real del taller y testimonio del protagonista para generar una comprensión cercana del oficio.

A nivel narrativo, se busca provocar tres efectos principales en la audiencia: reconocimiento (al evidenciar la vigencia del oficio y su valor en la ciudad), empatía (al presentar la dimensión humana del protagonista y su relación con el trabajo) y reflexión (al proponer una mirada crítica sobre la invisibilización y el riesgo de pérdida cultural).

Los episodios comparten una estructura común (hook inicial, desarrollo y cierre) para reforzar unidad y recordación. En términos de continuidad y montaje, se retoma el principio de planificación del guion técnico para registrar tomas que puedan ensamblarse manteniendo continuidad (Federico Díez y José Martínez, s.f., p. 174).

Episodios:

- Video 1 (≈ 2 min) — “Los primeros”: presenta al protagonista y sitúa el oficio como parte viva de la ciudad. Hook: “Yo crecí con este sonido...”. Cierre: refuerza la importancia de reconocerlo y ubica al espectador en el universo del proyecto.
- Video 2 (≤ 1 min) — “Manos que resisten”: aborda la resistencia cotidiana del trabajo manual en el Centro Histórico. Hook: “La gente ya no viene como antes...”. Cierre: consolida la idea de permanencia sin dramatización.

- Video 3 (≤ 1 min) — “El sonido del metal”: enfatiza identidad desde el ritmo sonoro del taller.
Hook: “Hola, soy Ángel y este es el sonido de mi oficio”. Cierre: cada sonido como obra en construcción.
- Video 4 (≤ 1 min) — “Historias que no se doblan”: recoge memoria y anécdotas del oficio. Hook: “Cada pieza tiene una historia...”. Cierre: conecta oficio y dignidad.
- Video 5 (≤ 1 min) — “¿Y si desaparece?”: invita a pensar qué se pierde si desaparece el oficio.
Hook: “Si desaparece un hojalatero... perdemos mucho más de lo que imaginamos”. Cierre: llamado a reconocer, valorar y compartir como forma de apoyo.

En las siguientes imágenes se muestra la aplicación del hook, el inicio unificado y el cierre con créditos utilizados en todos los videos.

Figura21_hojalatero_v1_hook_audio_original_taller



Figura22_hojalatero_v1_hook_audio_original_testimonio



Figura23_ introducción de videos

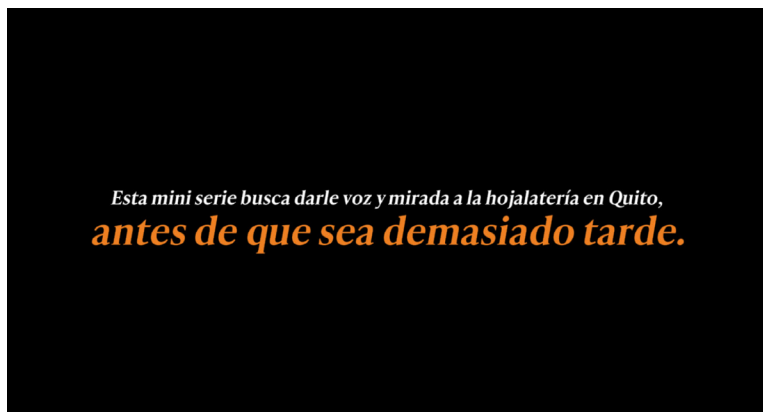


Figura24_ créditos _ cierre de video



Criterios de lenguaje audiovisual, sonido y edición

En el uso del lenguaje de cámara se priorizan planos que acerquen al espectador al proceso y a la sensibilidad del oficio: plano detalle (texturas, herramientas, cortes, uniones y acabados), primer plano y primerísimo primer plano (manos, expresión, concentración y emoción) y plano medio (acción y postura del protagonista en relación con el entorno). En palabras de Néstor Almendros, una buena composición organiza los elementos del encuadre para que el todo sea inteligible y útil a la narración; por ello, la puesta en escena busca claridad visual, separación figura-fondo y jerarquía de atención.

En el componente sonoro se utiliza audio real del taller (golpes, fricción, herramientas y ambiente) para reforzar autenticidad. Además, se integra música desde la cotidianidad del protagonista. Fernández

Díez y Martínez Abadía (2002) señalan que la música funciona como un elemento expresivo que ayuda a construir el clima de la escena y refuerza su carga emocional, sin que el espectador sea consciente del artificio mientras vive el relato.

Se incorpora locución como apoyo narrativo a cargo de Ramiro Díez, locutor ecuatoriano con trayectoria en medios y producción cultural. Su voz, de tono cálido y reflexivo, refuerza identidad local y acompaña la representación del oficio con credibilidad.

La edición mantiene coherencia con la línea gráfica del proyecto (tipografías, colores y elementos de apoyo). El primer episodio presenta mayor duración (hasta 2 minutos) y los siguientes se ajustan a un ritmo más breve (hasta 1 minuto). Se trabaja en formato horizontal 16:9 para incluir el entorno del taller y facilitar adaptación a portafolio, presentaciones y proyecciones (Fernández Díez y Martínez Abadía, 2002). Visualmente se privilegia una estética cálida y natural, con luz disponible y postproducción contenida; el énfasis recae en encuadres, luminosidad y títulos informativos puntuales.

Figura 25 *imagenes_criterios_de_edición*



Línea gráfica del proyecto

La línea gráfica se define como el sistema visual transversal que garantiza coherencia entre todas las piezas del prototipo (miniserie, minilibro, posts de Instagram y tarjeta/carta). Su función es unificar el tono del relato y traducir el concepto “embajador y crítico social” a decisiones visuales concretas: color, tipografía, composición, estilo fotográfico y recursos gráficos recurrentes. La dimensión “embajador” se asocia con discreción, claridad y sobriedad; la dimensión “crítico social” se expresa mediante contraste e interpelación, principalmente a través de un color acento y “sellos” o marcas visuales que señalan relevancia.

Paleta cromática

La paleta cromática se deriva del propio espacio del oficio (metal, taller y ciudad). Se priorizan tonos sobrios, cálidos y terrosos que remiten a materiales reales (superficies envejecidas, herramientas, polvo, madera y sombras interiores), reforzando el carácter documental.

Figura 26 _ Paleta cromática

Cromática



- Naranja (#ef8025): color de énfasis para resaltar datos clave, ideas centrales y llamados visuales, coherente con la dimensión crítica del concepto.
- Café oscuro (#2b2219) y gris oscuro (#30302d): aportan solidez, seriedad y contraste; se usan en fondos controlados y jerarquías visuales.
- Tono madera/metal cálido (#a58668): conecta con la materialidad del oficio y refuerza cercanía y tradición.
- Beige claro (#e5d9ca): base neutra que aporta limpieza y permite protagonismo fotográfico; se utiliza en títulos o datos sobre fondos oscuros.
- Verde/gris (#54564f): equilibra la paleta con sensación urbana y estable.

En conjunto, la paleta permite que la fotografía sea el elemento principal, mientras el acento naranja guía la atención del espectador.

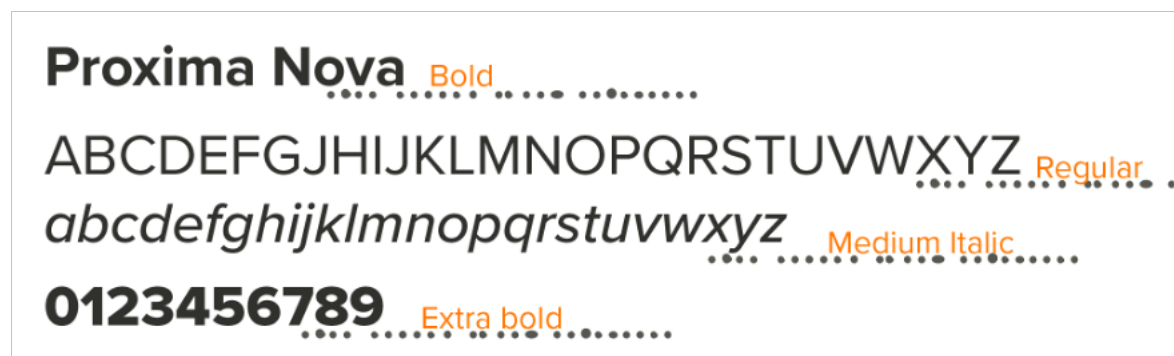
Tipografía

Se define una combinación tipográfica con roles diferenciados: Ivy Presto (serif) para títulos y datos relevantes, aportando un tono editorial asociado a tradición y jerarquía; y Proxima Nova (sans serif) para texto general, por su legibilidad y neutralidad en soportes digitales. Esta combinación facilita jerarquías limpias (título-subtítulo-cuerpo-datos) y consistencia entre formatos.

Figura 27 _Tipografia_IvyPrestoDisplay



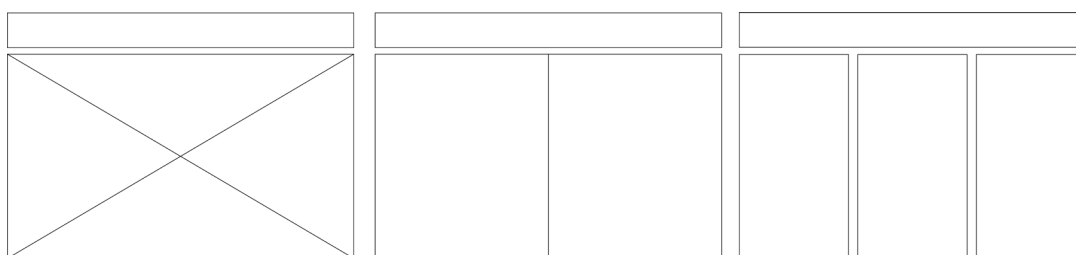
Figura 28 _Tipografia_ProximaNova



Composición y retícula

La composición se basa en una retícula simple y flexible. Shifta (2023) sostiene que la retícula no solo organiza, sino que también aporta consistencia. En el minilibro se mantiene una zona estable para título y subtítulo, y el resto del contenido se organiza con una retícula adaptable según la necesidad de cada formato. En video, aunque la retícula varía por naturaleza del encuadre, se conserva el criterio de orden: textos en posiciones constantes, apertura y cierre unificados y jerarquía visual que respeta el protagonismo de la imagen (Figura 7).

Figura 29 _Reticulas



Estilo fotográfico

El estilo fotográfico se define como documental y realista, evitando alteraciones intensas de color para preservar autenticidad. La ESCUELA UNIVERSITARIA DE ARTES MADRID (s.f.) señala que la fotografía documental es una forma poderosa de contar historias visuales. En coherencia con ello, se busca un tono cálido y natural, con luz disponible y encuadres que privilegian detalle y textura, manos y herramientas como lenguaje del oficio, y planos cercanos que transmiten proceso y conexión emocional (Figuras 30 a 33)

Figura 30. Proceso artesanal en acción



Figura 31. Retrato del artesano en su entorno de trabajo



Figura 32. Interacción directa con la materia prima



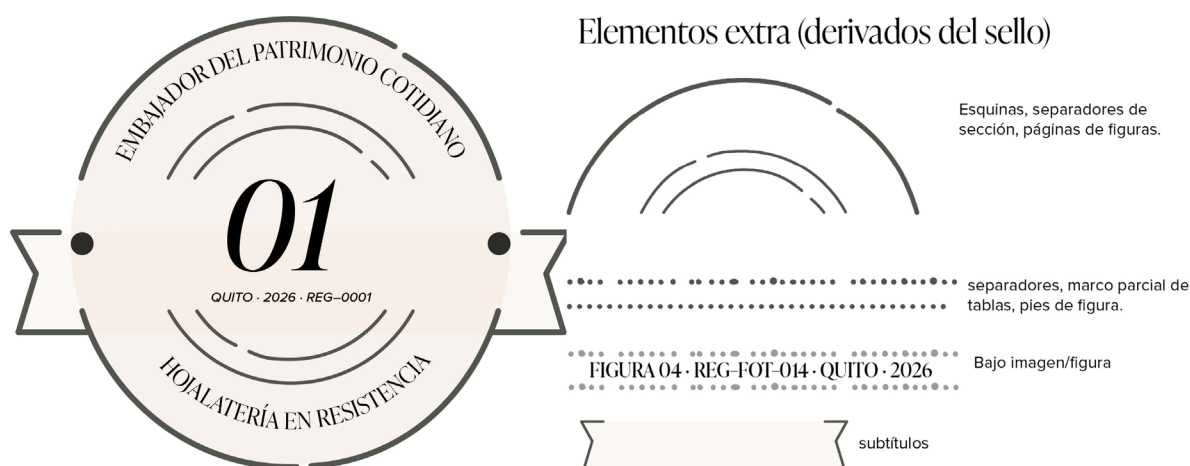
Figura 33. Objeto final y herramientas del oficio



Elementos gráficos recurrentes

Los elementos gráficos derivan de la idea de un sello asociado a la figura del “embajador”: una marca que valida, registra y otorga importancia. De este recurso se desprenden arcos, líneas punteadas, bandas, marcos parciales y piezas modulares que funcionan como separadores, pies de figura, subtítulos y señalética editorial. Estos componentes jerarquizan información (fechas, datos, numeración y énfasis) y refuerzan la idea de registro y pertenencia, como si cada fragmento del oficio quedara “sellado” y reconocido dentro del proyecto.

Figura 34 _elementos_recurrentes



Diseño y estructura del minilibro digital

Como complemento editorial de la miniserie, se desarrolla un minilibro digital que reúne y amplía los cinco temas abordados en los videos. Esta pieza traslada el relato audiovisual a una lectura organizada, manteniendo la fotografía como recurso central y articulando datos, contexto e interpretación mediante infografías, línea de tiempo e información destacada.

El objetivo del minilibro es concentrar el contenido en un solo soporte para facilitar consulta y difusión. No sustituye el video: profundiza, ordena y deja memoria mediante una narrativa visual explicativa. Al ser digital, se diseña para descarga y circulación sencilla (enlace o código QR), incorporando fotografías nuevas, detalles del taller y rasgos del oficio que amplían la comprensión del lector.

Se plantea en formato A3 horizontal con 28 páginas para favorecer composiciones amplias donde la fotografía conserve protagonismo y detalle, y para permitir combinar imagen y texto sin saturación. La estructura se organiza en cinco capítulos, alineados con los cinco episodios de la miniserie, garantizando consistencia y continuidad narrativa.

Para fortalecer síntesis y claridad, se integran recursos editoriales con funciones específicas: (a) fotografía como evidencia del oficio (manos, herramientas, texturas y piezas terminadas), (b) infografías para explicar de manera ordenada aspectos como dificultades del oficio o factores contextuales y (c) línea de tiempo para narrar origen y continuidad del oficio, conectando pasado y presente.

El minilibro mantiene jerarquía editorial constante basada en retícula definida (título y subtítulo con ubicación estable) y alterna doubles páginas con fotografía protagonista, páginas con información sintetizada e infografías, y composiciones mixtas (imagen + texto breve + destacados). Se prioriza legibilidad en pantalla (contraste, limpieza tipográfica y organización por secciones) y un peso de archivo ligero que no limite el acceso.

Diseño de los posts de Instagram

Como canal complementario, se diseñan publicaciones para Instagram con el fin de ampliar la comprensión del oficio desde un formato más pausado. A diferencia del video, centrado en ritmo audiovisual, los posts permiten detenerse en la fotografía, observar detalles y leer mensajes breves que refuerzan el sentido del proyecto sin saturación.

Se opta por formato carrusel para equilibrar dos necesidades: priorizar la fotografía como primera lámina e incorporar texto breve como segunda lámina, a modo de síntesis editorial. Con ello, el usuario conecta primero por impacto visual y luego accede a una explicación corta que orienta la interpretación.

Se plantean cuatro carruseles temáticos: (1) Identidad (rostro/manos), (2) Proceso (cómo se hace), (3) Valor (cultura y sostenibilidad; reparación como consumo consciente) y (4) Riesgo (invisibilidad del oficio y posible pérdida cultural sin dramatización). La estructura se mantiene consistente (lámina 1: fotografía; lámina 2: texto breve; cierre: llamado a la acción para compartir, guardar o comentar), promoviendo circulación orgánica y recordación.

Los posts respetan la línea gráfica (paleta, tipografías y elementos) y preservan un tratamiento fotográfico realista y cálido. Los copys se redactan con tono cercano y propositivo, evitando mensajes alarmistas; se emplean preguntas o contrastes simples para motivar interacción. En conjunto, estas publicaciones funcionan como apoyo editorial de la miniserie y facilitan que el público llegue al proyecto desde distintos puntos de entrada (imagen, texto breve o video).

Tratamiento de marca existente y criterios de seguridad visual

En el prototipo se define no crear una marca nueva ni realizar un rediseño completo, sino trabajar a partir de la identidad existente del hojalatero. El taller cuenta con una placa visible con el nombre “Hojalatería Ángel” y una marca tradicional “M” en metal; en consecuencia, construir una marca nueva podría desplazar un signo ya reconocido y resultaría poco pertinente, dado que el objetivo es visibilizar el oficio más que desarrollar una presencia comercial sostenida en redes.

El tratamiento consiste en digitalizar y pulir la marca existente con ajustes mínimos de limpieza visual para mejorar legibilidad y correcta aplicación en formatos digitales, manteniendo su forma original. La marca se aplica como sello o marca de agua en fotografías y piezas gráficas cuando se requiera reforzar autoría, atribución y protección básica, asociando el material publicado directamente con el oficio.

Tarjeta o carta de presentación

Además de los productos digitales, se plantea una tarjeta/carta de presentación física para el contexto real del taller. Su finalidad es ofrecer un recurso directo y práctico para entregar información esencial a clientes actuales y potenciales, actualizar la forma de presentación, fortalecer recordación y favorecer recomendación o retorno de nuevos clientes, incluido público visitante del Centro Histórico.

La tarjeta se desarrolla bajo un enfoque pop-up, de modo que la apertura se convierta en una experiencia breve pero memorable. El recurso central es una mano como símbolo de la herramienta principal del oficio: manos que sostienen, modelan y reparan. Incluye información básica (nombre del hojalatero, oficio, contacto, servicios principales, ubicación y redes), acompañada de una composición fotográfica coherente con la identidad del taller.

Diseño y coherencia con la línea gráfica

El diseño mantiene coherencia con la línea gráfica general: retícula simple, jerarquía clara, paleta cromática, tipografías y elementos gráficos. La marca pulida puede incorporarse como sello o marca de agua. Se prioriza una versión impresa, dado que el valor principal reside en el mecanismo pop-up y en la posibilidad de entrega física.

Figuras referenciales del prototipo

A continuación se listan los identificadores de las figuras referenciales mencionadas en esta sección (según el archivo original), a fin de conservar trazabilidad de la evidencia visual del prototipo:

2.5 Detalles técnicos y de producción

Para asegurar que el proyecto funcione de manera adecuada en sus canales de difusión, se consideraron dos dimensiones complementarias: la estrategia de circulación del contenido y los costos reales de producción asociados al desarrollo de las piezas del prototipo.

Este proyecto no se plantea como una campaña pagada con pauta publicitaria. Su distribución se proyecta principalmente de forma orgánica, priorizando la permanencia del contenido en internet y su capacidad de ser compartido por audiencias interesadas en cultura, oficios y patrimonio local. Para potenciar el alcance sin inversión en anuncios, se prevé:

Difusión en comunidades y grupos (por ejemplo, espacios en Facebook vinculados a cultura quiteña, oficios tradicionales, turismo local y patrimonio).

Compartidos estratégicos a través de personas y espacios con presencia cultural (medios, radio o TV, divulgadores y voces reconocidas por su enfoque patrimonial), con el fin de amplificar el contenido hacia públicos nuevos.

Priorización de piezas audiovisuales y editoriales que puedan guardarse, reenviarse y mantenerse disponibles como material de consulta y referencia.

De este modo, el proyecto se sostiene más como un recurso digital de visibilización que como una campaña de publicación constante administrada por el hojalatero.

Detalles técnicos y de producción

Para asegurar que el proyecto funcione de manera adecuada en sus canales de difusión, se consideraron dos dimensiones complementarias: la estrategia de circulación del contenido y los costos reales de producción asociados al desarrollo de las piezas del prototipo.

Este proyecto no se plantea como una campaña pagada con pauta publicitaria. Su distribución se proyecta principalmente de forma orgánica, priorizando la permanencia del contenido en internet y su capacidad de ser compartido por audiencias interesadas en cultura, oficios y patrimonio local. Para potenciar el alcance sin inversión en anuncios, se prevé:

Difusión en comunidades y grupos (por ejemplo, espacios en Facebook vinculados a cultura quiteña, oficios tradicionales, turismo local y patrimonio).

Compartidos estratégicos a través de personas y espacios con presencia cultural (medios, radio o TV, divulgadores y voces reconocidas por su enfoque patrimonial), con el fin de amplificar el contenido hacia públicos nuevos.

Priorización de piezas audiovisuales y editoriales que puedan guardarse, reenviarse y mantenerse disponibles como material de consulta y referencia.

De este modo, el proyecto se sostiene más como un recurso digital de visibilización que como una campaña de publicación constante administrada por el hojalatero.

Detalles técnicos y de producción

Minilibro digital/impreso (formato editorial)

Características:

- Formato final: 15,24 × 22,86 cm (6 × 9 in).
- Páginas: 26 páginas totales.
- Orientación: vertical.

Contenido:

- Fotografía documental + texto breve + recursos editoriales (línea de tiempo, infografías, destacados y pies de foto).
- Versión principal: digital descargable (vía QR/link), optimizada para lectura en pantalla y distribución orgánica.

Proceso de producción (si se imprime):

- Impresión: impresión digital (láser o Indigo) a color.
- Material recomendado: couché mate 150–170 g para interiores; portada en couché 250–300 g (opcional laminado mate).
- Acabado/armado: doblado y encuadernación (grapado al lomo para tirajes cortos o encolado/perfect binding para tirajes mayores).
- Consideración técnica: al no ser “tiro y retiro”, se especifica impresión por una sola cara cuando el

diseño y el presupuesto lo requieren.

Tarjeta o carta de presentación (soporte físico)

- Tarjeta de presentación

Figura 35_Tarjeta_de_presentación



- Tarjeta de presentación para Taller Hojalatería Ángel (formato 8,5 × 5,5 cm)

Características:

- Medidas: 8,5 × 5,5 cm (3,5 × 2 in).
- Contenido: nombre del taller/oficio, contacto, ubicación, servicios y elemento visual de identidad (uso de marca/pulido como sello o marca de agua).
- Función: material físico de apoyo para entregar a clientes (residentes, visitantes y turistas), facilitando recordación y contacto.

Proceso de producción:

- Impresión: full color (tiro y retiro), según requerimientos de legibilidad y presencia de marca.
- Material recomendado: couché 300–350 g (rigidez adecuada para uso frecuente).
- Acabados opcionales: laminado mate (mayor resistencia a manipulación) y esquinas rectas o redon-

deadas según coherencia estética.

- Corte: guillotina o corte digital, según imprenta.

Optimización de material:

Se selecciona un formato estándar de tarjeta (3,5 × 2 in) por su compatibilidad con billeteras y porta-tarjetas, lo que incrementa la probabilidad de conservación. El gramaje alto mejora durabilidad y percepción de valor, mientras que la aplicación de la marca refuerza autoría y coherencia visual con el resto del proyecto.

Costos:

Presupuesto de diseño (honorarios profesionales)

El costo de diseño se calculó en función de un esquema por horas, organizado en tres componentes: gestión, desarrollo creativo y trabajo operativo. En total, el proyecto contempla 56 horas de trabajo distribuidas en 20 días laborables, con una rentabilidad deseada del 20% según el modelo de cálculo presentado en las tablas.

Figura 36 presupuesto por horas de trabajo

Costos de diseño		
Gestión	Valor base para el cálculo	\$1,941.49
Total horas laborables al mes		40
Valor hora		\$8
Horas estimadas de trabajo de gestión		40
Valor bruto por trabajo de gestión		\$320.00
Creativo	Valor base para el cálculo	\$1,941.49
Total horas laborables al mes		90
Valor hora		\$18.40
Horas estimadas de trabajo de creativo		32
Valor bruto por trabajo de creativo		\$588.90
Operativo	Valor base para el cálculo	\$1,941.49
Total horas laborables al mes		72
Valor hora		\$15.34
Horas estimadas de trabajo de operativo		16
		\$245.37
Mano de obra directa		\$1,242.00
VALOR BRUTO POR DISEÑO		\$1,154.27
Materiales		\$340.03
Transporte		\$154.49
Imprevistos 100%		\$89.93
TOTAL DEL PRESUPUESTO		\$3,278.68

DISEÑO

Figura 37_ Costos de producción del minilibro

Minilibro				
Cantidad	Descripción	Precio unidad	Total	Costo unitario
2600	Impresión indigo color (interiores) (26 págs × 100)	\$0,66	\$1.716,00	\$17,16
200	Impresión couché (portada) (2 caras × 100)	\$1,00	\$200,00	\$2,00
1	Guillotina / corte (por tiraje)	\$10,00	\$10,00	\$0,10
100	Encuadernado (por unidad)	\$10,00	\$1.000,00	\$10,00
Total		100 minilibros: \$2.926,00 1 minilibros: \$29,26		

Figura 38_ Costos de producción del minilibro

Tarjeta de presentación				
Cantidad	Descripción	Precio unidad	Total	Costo unitario
1000	Impresión full color (tiro y retiro) en couché 300–350 g	\$0,07	\$70,00	\$0,07
1	Corte/guillotina (por tiraje)	\$10,00	\$10,00	\$0,01
Total		\$80,00 \$0,08		

Los valores presentados se organizan en dos componentes: el costo de desarrollo del proyecto (diseño, producción audiovisual y recursos necesarios para la construcción de las piezas) y el costo de reproducción, calculado como escenario de referencia para tirajes específicos. En el caso del minilibro, aunque su formato principal es digital, se incluye un cálculo de impresión para un tiraje de 100 unidades, con el fin de estimar un posible costo de venta o distribución física. De igual forma, se detalla el costo de producción de 1000 tarjetas de presentación, contempladas como material de apoyo para el hojalatero en su contacto con clientes.

En conjunto, estas tablas no solo cuantifican la inversión requerida, sino que también sustentan el proyecto como un producto gráfico reproducible y escalable, con opciones de implementación tanto digital como impresa según las necesidades futuras del taller.

Validación del experto (hojalatero)

Figura 40 Validación del experto



En la validación del experto, Ángel Montes valoró muy positivamente la forma en que el proyecto representa su oficio y su realidad. En una escala de uno a cinco, calificó con cinco la fidelidad de la propuesta y el respeto hacia su historia e imagen, señalando que en el minilibro y en los videos se muestran claramente sus trabajos y las piezas que ha realizado. Asimismo, consideró que el material es muy útil para que más personas valoren el oficio y que el público puede conectar emocionalmente con

su historia, aunque reconoce que siempre habrá personas a las que el tema no les interese.

Ángel indicó que en su opinión, “se muestra todo” lo necesario para que se entienda el oficio, y que utilizaría este material en distintos contextos, como eventos y atención a clientes. En cuanto a su disposición a compartir o recomendar el proyecto, evaluó este aspecto con cuatro sobre cinco, principalmente por detalle técnico, comentó que le gustaría mejorar el audio de los videos, ya que en algunos momentos percibe que su voz se escucha extraña. En general, la evaluación del hojalatero confirma que se siente representado por la propuesta y que reconoce en ella una herramienta válida para visibilizar y poner en valor su trabajo.

Validación del público objetivo

La validación del proyecto se realizó con un grupo diverso de participantes incluyendo una locutora e influyente cultural, un historiador, un fotógrafo urbano, un gestor de museo y miembros de una comunidad digital sobre historia y cultura, con el fin de obtener una visión amplia de opiniones.

Los resultados evidencian una valoración claramente favorable del proyecto por parte del público objetivo, el 100 % de las personas encuestadas manifestó un nivel alto de interés inicial por el tema y declaró comprender con claridad el mensaje central, lo que confirma la pertinencia del enfoque y la efectividad comunicacional de la propuesta. Asimismo, la totalidad de los participantes destacó positivamente la combinación entre historia y recursos visuales, minilibro, videos y fotografías del taller, señalando que estos elementos facilitan la comprensión del oficio y generan cercanía, incluso en personas sin conocimiento previo sobre la hojalatería

De igual forma, la evaluación mostró que el proyecto logra movilizar al público, el 100 % indicó que la propuesta le hizo reflexionar sobre la posible desaparición del oficio y que conectó emocionalmente con la historia del artesano, además de expresar disposición a compartir o recomendar el material.

Las observaciones de mejora se concentraron en ajustes puntuales, como reducir la extensión de algunos textos, simplificar ciertos párrafos técnicos y reforzar el llamado a la acción final. Estas sugerencias no cuestionan el concepto general del proyecto, sino que aportan a optimizar su claridad y accesibilidad. En conjunto, la validación del público objetivo confirma que el proyecto cumple su propósito de visibilizar y poner en valor el oficio de la hojalatería.



**Conclusiones y
recomendaciones**

Conclusiones y recomendaciones

Tras el análisis de los resultados obtenidos en las validaciones realizadas con comitentes expertos, el artesano protagonista y el público objetivo, se derivan las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- Se concluye que el proyecto cumple de manera efectiva su objetivo general de visibilizar y poner en valor el oficio de la hojalatería en Quito, utilizando el diseño gráfico como una herramienta de mediación cultural. Las validaciones evidencian que la propuesta logra captar el interés del público, comunicar con claridad el mensaje central y generar reflexión sobre la posible desaparición de este oficio tradicional.
- La articulación entre recursos visuales, piezas editoriales y audiovisuales se consolida como uno de los principales aportes del proyecto. Tanto el público objetivo como el experto validaron que el uso de fotografías del taller, el relato del propio hojalatero y la estructura del minilibro facilitan la comprensión del oficio y fortalecen la conexión emocional con su historia.
- Se confirma que el enfoque del proyecto, centrado en la construcción de un relato cultural e identitario, resulta pertinente frente a la problemática abordada. La decisión de no plantear una estrategia comercial ni un rediseño de marca responde a un criterio conceptual sólido, alineado con la teoría de la marca corporativa y con la realidad del artesano, quien ya cuenta con un identificador propio reconocido y funcional.
- Se concluye que el proyecto demuestra el potencial del diseño gráfico como herramienta de preservación simbólica, capaz de generar memoria, reflexión y valoración social, aun reconociendo que las problemáticas estructurales que afectan a los oficios artesanales exceden el alcance del diseño como disciplina.

Recomendaciones

- Se recomienda, en una futura iteración del proyecto, optimizar la extensión y el ritmo de algunos textos del minilibro, priorizando una redacción más sintética y accesible, sin perder el contenido informativo esencial. Esto permitiría mejorar la experiencia de lectura y ampliar el alcance a públicos no especializados.
- Se sugiere reforzar el llamado a la acción final, orientándolo hacia formas concretas de valoración cultural del oficio, como la visita al taller, la difusión del material o el reconocimiento del trabajo artesanal como parte del patrimonio urbano.
- A partir de las observaciones del hojalatero, se recomienda mejorar aspectos técnicos del material audiovisual, especialmente el tratamiento del audio, con el fin de asegurar una reproducción clara de la voz del artesano.
- Se recomienda que futuras investigaciones o proyectos de diseño profundicen en la documentación y visibilización de otros oficios tradicionales, utilizando metodologías similares que prioricen el diálogo con los actores involucrados y el respeto por su identidad.

Bibliografía

Abad, A. (2006). La Hojalatería, arte, oficio y realidad. <https://www.studocu.com/esmx/document/preparatoria-1-gabino-barreda-unam/ciencias-sociales/hojalata-historia-de-lahojalateria-en-quito-ecuador/99948484>

Spengler Industries. (s.f.). Historia de la hojalatería. <https://spenglerindustries.com/contactspengler-industries/>

Puche, J. (s.f.). OFICIOS EN EL RECUERDO. “LOS HOJALATEROS”.

<https://museoarqueologicodeyecla.org/wp-content/uploads/2016/06/Oficios-en-el-recuerdo-Loshojalateros.pdf#:~:text=El%20hojalatero%20era%20un%20artesano%20con%20una,algo%20de%20o rfebres%20cuando%20realizaban%20trabajos%20delicados.>

La Chulla Historica. (6 de julio de 2022). #PersonajesQuiteños | El oficio de Hojalatero era uno de los más solicitados en Quito hasta finales del siglo XX. [Publicación de estado]. Facebook.

https://www.facebook.com/photo.php?fbid=8697613463597946&id=640631212629585&locale=ms_MY&set=a.826941263998578

La Hora. (26 de enero de 2017). El diablo de hojalata participa en el Pase del Niño.

https://www.lahora.com.ec/secciones/el-diablo-de-hojalata-participa-en-el-pase-del-nio/?utm_source=chatgpt.com

Pachacama, N. (2019). Recuperación de la memoria histórica de los oficios tradicionales del Centro histórico de Quito. Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Licenciado en Ciencias de la Educación. Mención Ciencias Sociales. Carrera de Ciencias Sociales. Quito: UCE. 115 p. <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/516d3639-5c29-4b4d-939a-95e4ad4177bc>

EL COMERCIO. (2021). Dos artesanas mantienen la tradición de la hojalatería en Ambato.

<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/artesanas-mantienen-tradicion-hojalateriaambato.html>

Go Raymi. (s.f.). El Taller de hojalatería Silva. <https://pichinchaesturismo.com/enec/pichincha/quito/gestores-artesanales/taller-hojalateria-silva-as44bni94>

Fiveable. (31 de julio de 2024). cultural resistance – Intro to Ethnic Studies.

<https://library.fiveable.me/key-terms/introduction-to-ethnic-studies/cultural-resistance>

Indeed. (14 de marzo de 2025). Qué hace un hojalatero: habilidades y salario.

<https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/que-hacehojalatero#:~:text=D%C3%B3nde%20trabaja%20un%20hojalatero,Negocios%20propios%20como%20contratista%20independiente>

Fundación Casa de México en España. (s.f.). EXPOSICIÓN. https://www.casademexico.es/exposicion/tienda-hecho-a-mano-mexico-2024-venta-y-exhibicionde-arte-popular-mexicano/?utm_source=chatgpt.com

MUSEO DE ARTE POPULAR. (s.f.). Talleres para artesanos 1er semestre 2024.

https://www.map.cdmx.gob.mx/convocatorias/cursos/62?utm_source=chatgpt.com

Descripción del caso y diagnóstico

Montes, A. (2025). Entrevista personal. Entrevistado por Valeska Gordillo. Quito, 10 de mayo de

2025. Tobar, C. (2025). Entrevista personal. Entrevistada por Valeska Gordillo. Quito, 5 de mayo de

2025. Kingman, M. (2025). Entrevista personal. Entrevistado por Valeska Gordillo. Quito, 2 de mayo de 2025.

Tipologías

YUWIK Artesanías. (s.f.). YUWIK Artesanías. <https://yuwik-artesantias.com/>

Werkraum Bregenzerwald. (s.f.). Werkraum Bregenzerwald. <https://www.werkraum.at/>

Castilla-La Mancha. (2025). Exposición “El arte de las manos. Fotografía de Artesanía y Artesanos”.

Colectivo Fotoclickciudadreal. <https://bpeciadreal.castillalamancha.es/actividades-y-eventos/exposicion-el-arte-de-lasmanos-fotografia-de-artesania-y-artesanos-colectivo>

Edukatelab. (s.f.). ¡Construyamos una Palita de Chapa Galvanizada! - Proyecto de Hojalatería. <https://edtk.co/p/108321>

Johnson, M. (2012). Problem Solved: A primer for design and communication. Phaidon Press.

Go Raymi. (s.f.). El taller de hojalatería Silva. (Fotografía).

<https://pichinchaesturismo.com/en-ec/pichincha/quito/gestores-artesanales/taller-hojalateria-silva-as44bni94>

Publicado originalmente por Princeton Architectural Press. (s/f). Intulclón, acclón, creaclón GraPHic De-SIGn tHInkInG (Traducción de Álvaro Marcos Ilustración de la cubierta: Alberto Hernández Diseño de la cubierta: Toni Cabré / Editorial Gustavo Gili, SL, Ed.). Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2012.

ANEXOS

Anexo 1:

Cuestionario para evaluador_Alejandro Rodríguez

PREGUNTAS	RESPUESTAS
► 1. En qué medida considera que el proyecto contribuye a visibilizar y preservar el oficio de la hojalatería en Quito?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☐ ☐
► 2. ¿Qué tan coherente y articulada le parece la relación entre la línea gráfica, el minilibro y los contenidos digitales (posts y videos)?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☐ ☐ ☐ No hay articulación correctamente fundamentada desde aspectos esenciales de diseño, desde legibilidad hasta una identidad más evidente en la propuesta
► 3. ¿Cómo evalúa la línea gráfica en estos aspectos? a) Consistencia visual (estilo uniforme) b) Legibilidad (facilidad de lectura) c) Adecuación al tema y al público	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☐ ☐ ☒ ☒ ☒ ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ ☐ ☐
► 4. ¿Qué tan suficiente y clara es la información presentada para comprender el oficio?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☐ ☐ No es suficiente respecto a la narrativa que se debería construir entorno para la comunicación, por lo tanto no es muy claro que se comunica y porque se debería 'realmente' invertir en piezas de metal, si hay alternativas de diseño, que usan materiales como arcilla, vidrio, madera, metales (joyería), plástico, y es una manera de entender los cambios importantes en las matrices productivas actuales.

Anexo 2:

Cuestionario para evaluador_Alejandro Rodríguez

PREGUNTAS	RESPUESTAS
5. Según su comprensión, ► ¿Cuál es el problema principal que aborda el proyecto y cuál es su objetivo?	No es claro, la problemática radica en temas más profundos, que el diseño no puede solucionar, sin embargo, como un caso muy específico, como apoyo de difusión y mayor visibilidad, no se está usando un lenguaje contemporáneo, que sea atractivo al público objetivo, es decir que quiera consumir artesanía/arte a precios justos. Creo que es importante ver el problema como algo más profundo y dimensionar el campo de acción del proyecto. Objetivo: sería visibilizar que es la hojalatería como artesanía y su valor socio / cultural... sin embargo no cuenta una historia, no hay una narrativa, no hay un alma en la propuesta que genere un vínculo emocional. Por ejemplo, el tono de los videos parecería de noticiero, de telenovela mexicana, o crónica roja. Quién puede vender y/o quién puede comprar, viendo un video así en TikTok?... te has preguntado eso?
► 6. ¿Qué fue lo más fuerte del proyecto y qué fue lo más débil?	Fuerte. Está claro que el diseño es una herramienta que debe facilitar la exposición, alcance, visibilidad y lo que se debería alcanzar. Más débil. La manera en que están resueltas las diferentes piezas gráficas, no hay unidad sobre todo en la manera de contar, el tono de voz y al público que quieres llegar.
7. De ser necesario, qué cambios específicos recomienda para mejorar el proyecto? ► Si puede, indique: • Qué pieza (línea gráfica / minilibro / posts / videos)	• De todas las piezas pensar profundamente cómo contar, de manera más contemporánea, adaptada a las redes sociales como medios, al poder que esos medios tienen, y llegar de la manera más "creativa" y "eficiente" al público deseado. Podemos apoyarnos con métricas. ¿Cómo se puede convertir Ángel en un verdadero "embajador"? La marca debe trabajarse como una marca personal, él firma su trabajo, es un artesano, y se debería trabajar sobre la imagen que proyecta ese artesano como persona y como "profesional", que ejerce ese oficio y tiene una visión de resiliencia hacia el "contexto contemporáneo acelerado y altamente actualizado." • Qué cambiaría (contenido, forma, tono, duración, estructura, etc.) El tono, y por ende, la forma, estructura y duración. No hay una narrativa de fondo que genere o marque ese puente emocional. • Por qué (impacto esperado) Porque es importante entender que el mundo cambia constantemente y de un modo acelerado y depende mucho de cómo, las personas, desde agricultores, artesanos, hasta profesionales, se adaptan a esos cambios como iniciativa propia, lo que aleja al diseño como la respuesta idónea como "solución" a una "problemática no muy clara". • Por ejemplo, el artesano debe darse tiempo y buscar capacitarse y mejorar en sus técnicas y conocimientos para sobrevivir a todos los cambios, y no justificar que el problema es que las personas ahora usan más plástico y valoran menos a los hojalateros, no sé si me explico, el enfoque debe ser más claro y sobre todo, adaptarse más a la comunicación actual en redes. TikTok / Instagram, son herramientas potentes y hay que aprovechar al máximo ese poder real de conversión en ventas y de vitrina de exposición del trabajo del "hojalatero"

Anexo 3:

Cuestionario para evaluador_María de Lourdes

PREGUNTAS	RESPUESTAS
► En qué medida considera que el proyecto contribuye a visibilizar y preservar el oficio de la hojalatería en Quito?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☒ ☐
► ¿Qué tan coherente y articulada le parece la relación entre la línea gráfica, el minilibro y los contenidos digitales (posts y videos)?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☒ ☒
► ¿Cómo evalúa la línea gráfica en estos aspectos? a) Consistencia visual (estilo uniforme) b) Legibilidad (facilidad de lectura) c) Adecuación al tema y al público	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒
► ¿Qué tan suficiente y clara es la información presentada para comprender el oficio?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☐ ☐

Anexo 4:

Cuestionario para evaluador_María de Lourdes

PREGUNTAS	RESPUESTAS
5. Según su comprensión, ► ¿Cuál es el problema principal que aborda el proyecto y cuál es su objetivo?	El problema radica en lo poco visibilizado que está el oficio de la holatería en Quito. El objetivo es precisamente visibilizar este oficio para que en cadena otros oficios olvidados vuelvan a tener protagonismo como patrimonio material e inmaterial.
► 6. ¿Qué fue lo más fuerte del proyecto y qué fue lo más débil?	FUERTE: la piezas que acompañana al proyecto porque son explicativas. DÉBIL: Diseño del identificador gráfico. Falta estrategia en la propuesta de diseño
7. De ser necesario, qué cambios específicos recomienda para mejorar el proyecto? ► Si puede, indique: • Qué pieza (línea gráfica / minilibro / posts / videos)	En líneas generales el tratamiento cromático y la selección y uso de la Tipografía. Porque el color habla solo y en este caso solo se ve como un uso complementario al esquema general. Lo mismo la Tipografía, no hay una coherencia muy fuerte entre lo que se dice y su selección y manejo. Las imágenes son impactantes lo mismo la diagramación.

Anexo 5:

Cuestionario para evaluador _Angel Montes

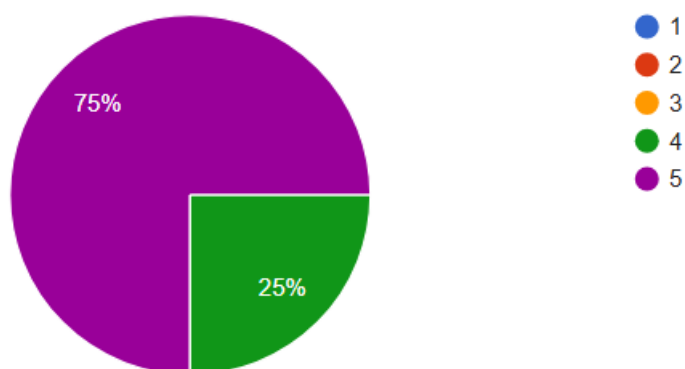
PREGUNTAS	RESPUESTAS
▶ 1. ¿Qué tan fielmente siente que el proyecto muestra su oficio y su realidad?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☒ ☐
▶ 2. ¿Qué parte no refleja bien la realidad del oficio o qué corregiría (procesos, términos, historia)?	Todo está bien
▶ 3. ¿Qué tan respetuoso considera el trato de su historia e imagen?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☒ ☐
▶ 4. ¿Qué fue lo que más le gustó del minilibro y/o los videos? ¿Por qué?	Cómo se muestran todo lo que he realizado de mi trabajo y los procesos
▶ 5. ¿Qué tanto cree que el público conectará emocionalmente con su historia?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☒ ☐
▶ 6. ¿Qué aspecto de su vida u oficio debería mostrarse para que el público lo entienda?	Me parece que todo se mostró, está bien
▶ 7. ¿Qué tan útil cree que este material será para que más personas valoren el oficio?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☒ ☒
▶ 8. ¿En qué situaciones usaría este material? (clientes, ferias, redes sociales,	En eventos, para los clientes, etc
▶ 9. ¿Qué tan dispuesto estaría a compartirlo o recomendarlo?	1 2 3 4 5 ☒ ☒ ☒ ☐ ☐
▶ 10. ¿Qué tendría que mejorar el proyecto para que usted se sienta completamente representado? (escuela/colegio, turismo, etc.)	Todo estuvo bien, solo me parece que el audio o mi voz se podría mejorar en la edición del video

Anexo 6:

Evaluación del prototipo con el público objetivo

(Escala 1–5) ¿Qué tan interesante le pareció el tema desde el Inicio?

8 respuestas



En una frase, ¿qué mensaje cree que el proyecto quiso transmitir?

8 respuestas

El proyecto busca rescatar y visibilizar el oficio de la hojalatería.

El proyecto busca mostrar la importancia del trabajo del hojalatero y la necesidad de no dejar que se pierda su oficio.

El proyecto busca mostrar que el oficio del hojalatero es parte importante de Quito y que está en riesgo de desaparecer.

El proyecto quiere preservar la memoria de un oficio tradicional.

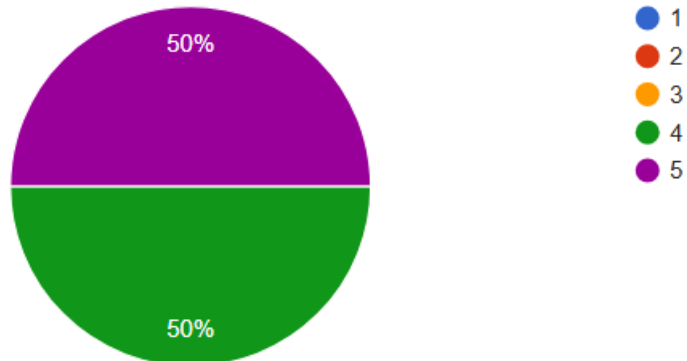
El proyecto quiere mostrar al hojalatero como parte viva de la ciudad, no solo como un recuerdo del pasado.

El proyecto muestra que la hojalatería es un oficio en riesgo de desaparecer y que debemos valorarlo como parte de nuestra historia urbana.

Dar importancia al oficio del hojalatero

(Escala 1–5) ¿Qué tan claro le quedó el mensaje central?

8 respuestas



¿Qué fue lo que más le impactó o le gustó (línea gráfica, minilibro, video, historia, etc.) y por qué?

8 respuestas

Me gustó más el minilibro porque combina información, fotografías y relato de una forma muy clara y agradable.

Me gustó el video, porque escuchar al propio artesano hablar le da mucha fuerza y credibilidad al mensaje.

Lo que más me gustó fue el video y la historia porque se siente cercana y fácil de entender.

Lo que más me gustó fue la combinación de historia y recursos visuales, porque hace que el tema sea interesante incluso para quienes no sabían nada del oficio.

Me impactó más la parte visual (fotografías y composición), porque capturan bien el ambiente del taller y de las calles.

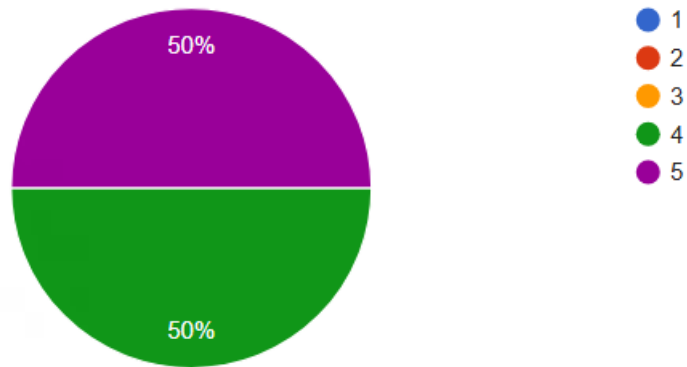
Me impactó la historia del artesano y cómo se cuenta su día a día, porque humaniza el tema.

El diseño de la historia y la conexión de cada punto abordado.

El conjunto de elementos y el hilo conductor de la historia.

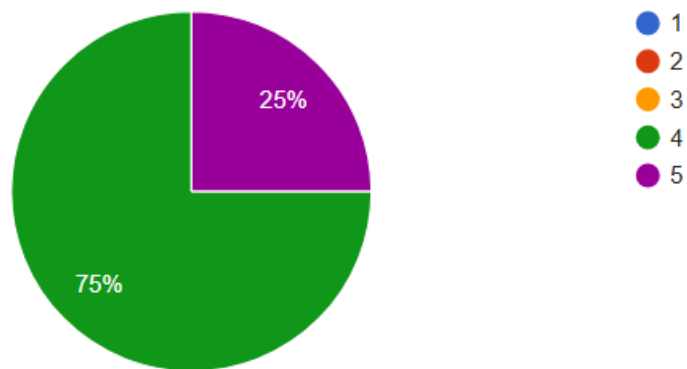
(Escala 1–5) ¿Cuánto le hizo reflexionar sobre la posible desaparición del oficio?

8 respuestas



(Escala 1–5) ¿Qué tanto conectó emocionalmente con la historia del hojalatero?

8 respuestas



¿Qué parte le confundió, le pareció larga o no le enganchó?

8 respuestas

En una sección sentí que se mencionaban muchos datos seguidos; quizás se podría separar en pequeños bloques para facilitar la lectura.

En una parte sentí que la información era un poco repetitiva; tal vez se podría resumir para mantener mejor el ritmo.

sinceramente, todo esta en orden, podría ser algunas partes del minilibro se sienten un poco largas pero del resto, esta bien.

Me hubiera gustado que el llamado a la acción al final fuera un poco más explícito (qué podemos hacer como ciudadanía).

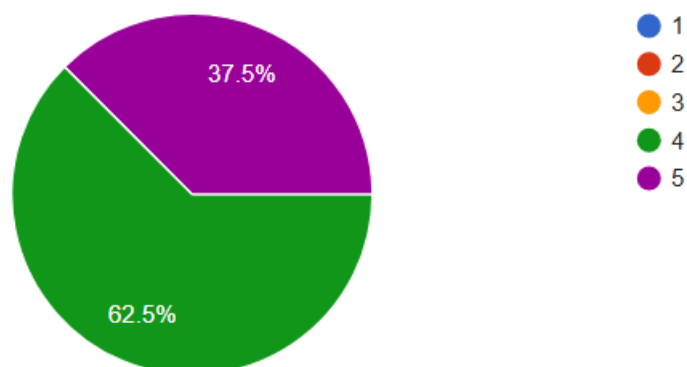
Tal vez habría reducido un poco el texto en algunas páginas para dejar respirar más las imágenes.

Algunos párrafos me parecieron un poco técnicos, se podrían simplificar para llegar mejor a todo público.

Ninguna está sintetizado correctamente la historia y la función de este personaje.

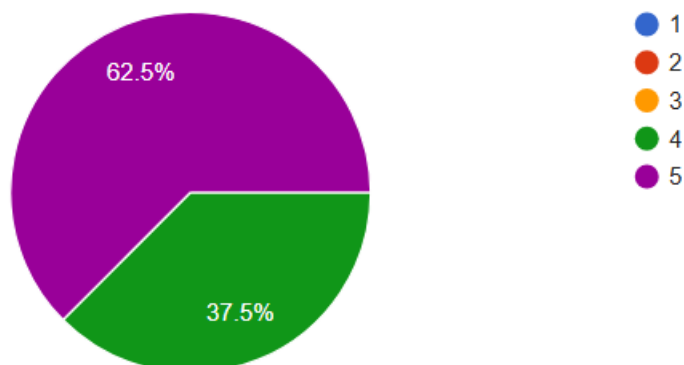
(Escala 1–5) ¿Qué tan probable es que recuerde el mensaje dentro de una semana?

8 respuestas



(Escala 1–5) ¿Qué tan probable es que lo comparta o lo recomiende a alguien?

8 respuestas



Después de ver el proyecto, ¿qué acción estaría dispuesto a realizar? (seguir redes, visitar, comprar, difundir, recomendar, etc.) ¿Por qué?

8 respuestas

Estaría dispuesta a difundir el proyecto en grupos y redes, porque considero importante que más personas conozcan estos oficios tradicionales.

Estaría dispuesto a recomendar el proyecto y a compartirlo en la comunidad, porque ayuda a que más personas valoren este tipo de trabajos.

Seguiría las redes del proyecto y lo compartiría con amigos porque me pareció interesante y diferente.

Difundiría el proyecto, lo recomendaría a amigos y familiares y seguiría las redes, porque creo que es una forma concreta de apoyar la valoración del patrimonio.

Lo compartiría en mis redes y lo recomendaría a otros fotógrafos y gente interesada en la ciudad, porque muestra una cara poco vista del Centro Histórico.

Compartiría el proyecto en la comunidad y recomendaría visitarlo o conocer más sobre el tema, porque ayuda a entender mejor el Centro Histórico.

Difundir este oficio tradicional para no perder la esencia del patrimonio vivo de Quito.

