

## **INTRODUCCION**

Este trabajo persigue el propósito de hacer conocer a los estudiantes de Diseño Gráfico, de los procesos para la instalación de un rótulo o una valla, puesto que muchas de las veces solamente sabemos diseñar un rótulo pero no lo sabemos instalar y siempre que un cliente nos solicita elaborar un trabajo de esta magnitud, nos quedamos estancados debido al desconocimiento de esta actividad.

Con el presente trabajo pretendemos además, incentivar en el personal docente y administrativo de esta institución, la idea de incrementar estos conocimientos en el pensum de estudios de los estudiantes de Diseño Gráfico, para así preparar entes profesionales, capaces de desenvolverse sin ningún problema en su vida laboral.

De esta manera presentamos este trabajo de investigación, a través del cual exponemos de una manera clara y ordenada, el estudio del problema en el capítulo 1, el marco teórico o fuente de información acerca del problema en el capítulo 2, la metodología de investigación que se utilizará para el desarrollo del trabajo en el capítulo 3, después de haber realizado encuestas analizamos y tabulamos los datos para determinar la verdad de la necesidad del estudio de este problema, en el capítulo 4; una vez que realizamos el análisis y tabulación de estos datos, planteamos conclusiones y recomendaciones acerca del problema, en el capítulo 5; Finalmente planteamos una propuesta alternativa de solución del problema, a través de la cual tratamos de capacitar a los estudiantes de diseño Gráfico acerca de sus necesidades de conocimientos, esto en el capítulo 6. Así estaremos dando por culminado en su totalidad el estudio del problema y su posible solución.

# **CAPITULO I**

## **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION**

### **1.1 Antecedentes**

Desde sus inicios la actividad publicitaria o sus progenitores como fueron el pregón y la propaganda, estuvieron rodeados de objetivos ambiciosos y muy variados, tales como los económicos, religiosos y políticos. La publicidad empezó a desarrollarse bajo el influjo del capitalismo, con el cual contribuyó por ser una especie de acelerador en las decisiones del consumidor.

Después de la revolución industrial a mediados del siglo XVIII, viene el desarrollo de la publicidad en mayor cantidad, debido al aumento de producción de servicios y productos, mismos que necesitaban ser promocionados u ofertados a través de la publicidad.

Es entonces que la necesidad de comunicar y vender los servicios o productos que una empresa ofrece, ha convertido a la publicidad en un ente de comunicación entre el proveedor y el consumidor. De tal manera que día a día y año tras año se han ido mejorando diferentes estrategias y mecanismos para hacer publicidad.

La publicidad se empezó a manejar por diferentes campos como son: escrita, gráfica, radial, televisivas (audiovisuales) y por consiguiente esta iba aumentando en cantidad y escala en cuanto a los tamaños y proporciones del material publicitario, los rótulos y vallas poco a poco iban tomando mayor preferencia por ser de gran tamaño y fácilmente visibles, sin embargo existían dificultades en cuanto a su ubicación, ensamblaje, utilización de materiales, herramientas y espacios, tomando en cuenta que para realizar el ensamblaje de un rótulo se debe elaborar una estructura metálica sobre la cual se ensambla, monta y desmonta la superficie en la cual está impreso el contenido publicitario.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

Desde mucho tiempo atrás ha existido una gran competencia en lo que a trabajos publicitarios y diseño e instalación de rótulos y vallas se refiere, obviamente acaparando la mayor cantidad de trabajo las grandes empresas de Diseño Gráfico. Lo cual obliga al estudiante de diseño Gráfico a capacitarse de acuerdo a las diferentes opciones para formarse profesionalmente.

Sin embargo en las instituciones en que se forman los Diseñadores Gráficos, la mayoría de veces se hace énfasis en la parte teórica con respecto a la instalación de rótulos y vallas, dejando en pequeña escala la parte práctica.

Pero debemos comprender que un Diseñador Gráfico debe estar capacitado completamente para dirigir el proceso de instalación de rótulos y vallas, tomando en cuenta el proceso desde el diseño hasta la colocación o ubicación.

La falta de giras de observación a las grandes empresas productoras de vallas a gran escala puede incidir en este problema. También podemos recalcar que una de las causas sería el desinterés individual de los mismos estudiantes por investigar acerca del tema.

Otra de las razones para que el estudiante desconozca de este proceso, podría ser la falta de conocimiento práctico acerca de la instalación de rótulos y vallas lo cual hace que el futuro profesional tenga deficiencias.

Todo lo anteriormente mencionado ha hecho que los estudiantes de Diseño Gráfico no se encuentren totalmente informados y capacitados con respecto a este tema, produciendo así un bajo desenvolvimiento en sus actividades pre profesionales y profesionales y en muchos de

los casos la pérdida de oportunidades de trabajo y obviamente su propio desprestigio como microempresarios.

De tal manera podemos entonces deducir que la falta de conocimientos prácticos acerca de la instalación de rótulos y vallas ha causado malestar en los estudiantes con respecto a este tema.

### **1.3 Formulación del Problema**

La falta de capacitación acerca de la instalación de rótulos y vallas en los estudiantes de Diseño Gráfico.

### **1.4 Delimitación**

El estudio de la problemática lo realizaremos con los estudiantes del 8vo semestre Diseño Gráfico del año 2008 – 2009, de la Universidad Técnica del Norte.

### **1.5 Subproblemas**

- 1.5.1** ¿En qué nivel de conocimiento están los estudiantes de Diseño Gráfico de la UTN, acerca de la instalación de rótulos y vallas?
  
- 1.5.2** ¿Es necesario para los estudiantes de Diseño Gráfico obtener conocimientos prácticos acerca de la instalación de rótulos y vallas?
  
- 1.5.3** ¿Qué conocimientos básicos necesitan los estudiantes de Diseño Gráfico para realizar la instalación de un rótulo o valla?
  
- 1.5.4** ¿Cómo podríamos contribuir para que el estudiante de Diseño Gráfico tenga conocimientos prácticos acerca de la instalación de rótulos y vallas?

## **1.6Objetivos**

### **1.6.1 General**

Elaborar una propuesta de capacitación para la instalación de rótulos y vallas, partiendo de la investigación, para implementar el currículo en la formación del Diseñador Gráfico.

### **1.6.2 Específicos**

- 1.6.2.1 Realizar un diagnóstico a los estudiantes de Diseño Gráfico, utilizando la investigación, para conocer su nivel de conocimiento acerca de la instalación de rótulos y vallas.
- 1.6.2.2 Hacer un análisis y estudio de las problemáticas causadas debido al desconocimiento acerca del tema, para empezar a establecer posibles estrategias de solución del problema.
- 1.6.2.3 Recolectar toda la información posible acerca del tema, valiéndonos de la investigación, para así poder contar con un soporte técnico informativo.
- 1.6.2.4 Plantear una metodología de capacitación en la instalación de rótulos y vallas, para satisfacer las necesidades de conocimiento de los Diseñadores Gráficos.

## **1.7 Justificación**

En la actualidad la revolución de la tecnología y el incremento de entes competitivos en lo que al Diseño Gráfico y la Publicidad se refieren, ha hecho que la mayoría de estudiantes egresados o graduados en la Especialidad de Diseño Gráfico no opten por conformar una pequeña microempresa, debido a los gastos económicos y los bajos niveles de conocimientos prácticos.

Es por lo cual existe la necesidad de crear propuestas de capacitación para la instalación de rótulos y vallas, como parte del currículo del Diseñador Gráfico, para de esta manera incrementar los conocimientos prácticos en los estudiantes de Diseño Gráfico, acerca del uso correcto de los materiales, herramientas y procesos básicos, tamaños y lugares estratégicos, montajes y desmontajes, mantenimiento y todo lo demás referente a este tipo de publicidad.

De esta manera capacitaremos e incentivaremos al diseñador Gráfico para enfrentar y solucionar las necesidades del cliente, pues muchas de las veces optamos por no aceptar dichos trabajos o pedidos debido al desconocimiento del proceso de su elaboración.

El trabajo responsable y organizado, hará factible este proyecto, obviamente tomando en cuenta todas las limitaciones humanas, materiales y financieras.

## **CAPIOTULO II**

### **2. MARCO TEORICO**

#### **2.1 Fundamentación Teórica**

Para el Diccionario de la Lengua Española. (1979) dice:

**“El dibujo es una presentación sobre una superficie o formato de la figura de una cosa, copiada o inventada, valiéndose de un lápiz, pluma, carboncillo o cualquier cosa capaz de dejar marca, mismo que tendrá dimensión y color de acuerdo al tipo de dibujo que sea.” (pág. 557)**

Para Nelson Reinoso en su libro “Diseño Publicitario” dice:

**“Diseño publicitario es el resultado del encuentro entre la actividad profesional publicista y la vocación académica, didáctica y de difusión de aspectos relevantes de nuestra civilización técnica como una enorme responsabilidad humanista.**

**En esta actividad la función “persuasiva” predomina sobre la función informativa y la función didáctica, debido a que se busca el impacto de la imagen sobre la sensación, la pregnancia formal y el efecto de fascinación sobre la racionalidad.**

**Los recursos gráficos, equivalentes a los recursos retóricos de los discursos verbal y textual, establecen una mecánica sutil que lleva al espectador al terreno de la seducción visual y psicológica.**

**La publicidad como forma más evidente de la comunicación persuasiva, requiere de una estrategia de presentación y una elaboración minuciosa en el plano psicológico como técnico.” (pág.1)**

Para Costa, Joan; Enciclopedia del Diseño Imagen Global dice:

**“Tradicionalmente se consideran diseños a los apuntes, esbozos y bocetos, los dibujos, y también los objetos caracterizados por un cierto componente estético. Pero un dibujo no es un diseño, sino un dibujo y una silla no es un diseño, sino una silla.**

**Lo que introduce la idea moderna de design, es el hecho de que ya se trate de un dibujo o un objeto, estos nacen de un proceso, un plan, mental, un programa o proyecto que incluye una performance, una estrategia del mismo hacer. El design es el proceso desde que se inicia la concepción del trabajo hasta su formulación final, pasando por las hipótesis tentativas del diseñador – mentales y energéticas- que sucesivamente marcan los pasos internos y el desarrollo del proceso. O sea que diseño es lo que podemos concebir como una ingeniería interna de la elaboración y la puesta en forma del mensaje o del producto.” (pág. 14)**

Para Herrera Mónica. (1990) dice:

**“Para el área creativa de una agencia de publicidad, la información se torna materia prima indispensable para producir una campaña que debe ser facilitada por el área de cuentas, esta información es referente al mercado del producto o servicio, de la competencia y de los requerimientos del cliente.” (pág. 33)**

Para Costa Joan, Enciclopedia del Diseño Imagen Global dice:

**“Existen cinco etapas del proceso creativo:**

**.Reunión de material a través de la información externa y del background personal (experiencia).**

**.Elaboración intelectual.**

**.Incubación de una idea.**



**.Nacimiento de la idea.**

**.Desarrollo o forma final de la idea.**

**Es importante señalar que estos métodos son más complejos y nuevos, derivados de trabajos de taller en el campo de la psicología social.” (pág.15)**

Para Herrera Mónica. (1990) dice:

**“Los mecanismos de persuasión o técnicas psicológicas nos permiten la memorabilidad, la recordación y el estímulo para actuar. Dentro de estos mecanismos tenemos los automáticos que son aquellos que actúan sobre la memoria utilizando la repetición y los mecanismos racionales que se basan en la argumentación lógica y racional. Y también, los de sugestión, que intentan influir sobre el subcódigo del individuo en el ámbito volitivo.” (pág. 135)**

Para Reinoso Nelson. Tesis de Grado Identidad Corporativa. (1993) dice:

**“La creación de formas útiles para el hombre, requiere de un proceso creativo. A tal proceso lo llamamos diseño y puede abordar diferentes escalas y complejidades.**

**Cuando se trata de dar respuesta a problemas de escala urbana, hablamos de diseño urbano, el que interviene cuando el problema es de habitualidad espacial; es decir, el arquitectónico; si la respuesta atiende problemas de objetos, se hace presente el diseño industrial y cuando el objeto es la comunicación visual, hablamos de diseño gráfico.” (pág. 1)**

Para Otero Rodolfo, (1976) en su Manual sobre Publicidad y Comunicaciones, dice:

**“El diseño publicitario se manifiesta en la práctica a través de un proceso que surge con el rough (boceto preliminar o pre boceto), boceto (es el pre boceto más detallado), layout ( boceto corregido y mejor realizado – pieza final), hasta alcanzar la formalización del arte final; este proceso conlleva la concepción creativa del mensaje, el escogitamiento de los elementos gráficos, la distribución y emplazamiento de esos elementos y la depuración previo testeo para la conformación de la pieza gráfica. (pág. 93)**

Para ANDIGRAF en su libro Procesos en la Industria Gráfica, (1994) dice:

**“El diseño publicitario, por lo demás, debe tener un alto grado de perfección, para que ofrezca claridad sobre el producto final esperado y tenga poder de convencimiento sobre quienes tomarán la decisión de llevar adelante el proyecto. Debe destacarse que la producción y difusión de una pieza publicitaria por lo regular implica inversiones considerables y quien toma la decisión de realizarlas requiere saber exactamente como será el producto final. En este sentido, un buen diseño es aquel que por sí mismo no deja espacio alguno para dudas o malentendidos.**

**Igualmente, el diseño publicitario debe atender a variables de funcionalidad para el desarrollo de los procesos gráficos posteriores.” (pág. 16)**

Para Nelson Reinoso en su libro “Diseño Publicitario” dice:

**“Los tipos de letras responden a diversa características, que a su vez pueden implicar ventajas o desventajas para efectos de la impresión.**

**\*El tamaño o cuerpo. Las letras se miden según su altura en puntos, unidades equivalentes a 1/72 de pulgada.**

**\*El Trazo. Es la característica que refiere al aspecto peculiar de cada tipo de caracteres. Vale decir que las letras de perfil más fino y con serifas, implican limitaciones para su reproducción en colores tramados, lo cual significa que se recomienda su impresión en una sola de las tintas proceso o de lo contrario se plantea la necesidad de realizar una impresión adicional con una tinta de color especial. Al elegir un tipo de letra para los textos o títulos de un anuncio, se debe buscar aquel que sea representativo de lo que queremos comunicar en el anuncio. La elección del tipo obedece por lo general a criterios estéticos. Sin embargo siempre conviene tener en cuenta el factor legibilidad, por cuanto algunos tipos a pesar de su atractivo visual, producen fatiga o confusión al lector.” (pág. 60, 61, 62)**

Para Nelson Reinoso en su libro “Diseño Publicitario” dice:

**“Sea cual sea el procedimiento para el levantamiento de los textos, una serie de datos mínimos deben ser comunicados al operario para que el original resultante se ajuste al trabajo específico.**

**Para solicitar la composición de textos para un proyecto gráfico determinado, resulta indispensable el ordenamiento de los mismos, especificando con claridad para cada uno: fuente, estilo y tamaño de letra, interlineado y longitud y conformación de las – columnas – justificad, alineado a la derecha, alineado a la izquierda, centrado, periférico o de contorno (inscribiendo un marco o figura)-, este tipo de especificaciones técnicas debe contener el flap.” (pág. 63, 64)**

Para Fabris Germani (1973), en su obra Fundamentos del proyecto Gráfico, dice:

**“En el campo gráfico, a la palabra composición suele atribuírsele habitualmente un significado meramente técnico – manual. Se ha reservado este término para designar el trabajo de quien compone,**

es decir, reúne el material necesario para construir el molde o matriz de imprimir.

**Pero también en las Artes Gráficas el término composición debe conquistar un sentido mucho más amplio y real; para ello, el vocablo deberá designar, además, la tarea de disponer en un espacio delimitado por un formato varios signos, según una idea directriz, para obtener un resultado estético que provoque el efecto deseado y una lectura fácil y agradable.” (pág. 65)**

Para Nelson Reinoso en su libro “Diseño Publicitario” dice:

**“Composición significa organizar, diseñar, es decir:**

**DISPONER EN EL ESPACIO – FORMATO DISTINTOS SIGNOS.**

**Los elementos gráficos son objetivos, poseen una tensión propia, una energía intrínseca, un lenguaje particular.**

**SEGÚN UNA IDEA DIRECTRIZ.**

**Uso de la inteligencia, la razón, la fantasía creadora PARA OBTENER UNA FORMA ESTETICAMENTE AGRADABLE Y FACILMENTE LEGIBLE.**

**Son estas las fuerzas que poseen una objetividad real, aunque sea relativa, con respecto a la personalidad del artista que realiza, o del individuo que contempla la obra.” (pág. 67)**

Para Pedro Peña en su libro Publicidad, El Arte de Convencer, dice:

**“Se denomina publicidad exterior, a todo tipo de manifiesto colocado fuera de un ambiente, y sea en las calles o veredas, sobre los jardines, paredes o techos. También se le conoce como Out Door.**

**Entre los más utilizados se encuentran:**

- **Paneles**
- **Afiches callejeros**
- **Pantallas municipales**

- Refugios
- Carteles luminosos
- Medianeras: son las paredes de los edificios.
- Rutas y autopistas: se contratan de un año en adelante.
- Paletas

Para la página web, [www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com), dice:

**“Según Cicerón, lo importante no es lo que se dice, sino como se dice, filósofo de la antigua Roma, quien pronunció estas palabras. Marshall MacLuhan filósofo y sociólogo de la moderna Norteamérica, desarrolló en todas sus consecuencias, la idea de Cicerón. Marshall afirma que una noticia en el periódico, un incendio, un discurso, una competición deportiva, cambia enteramente cuando se emite por radio o se transmite por televisión. Volviendo al inicio de las letras, es un medio para influir en lo que se dice y a través de cómo se dice. Condición para influir en el "que" a través del "como" es igual a legibilidad.**

**Legibilidad es término empleado en el diseño tipográfico para definir una cualidad deseable de una familia tipográfica. Algo legible es la facilidad o complejidad de la lectura de una letra.”**

Para la página web, [www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com), dice:

**“Por el tamaño se entiende que es un poster o cartel, aquel diseño impreso que sobrepase el tamaño DIN A3.**

**El diseño de un cartel publicitario o un poster es uno de los retos más atractivos que un diseñador puede encontrar. Un cartel o un poster están hechos para captar la atención a las personas mientras, éstas, se encuentran en movimiento y para que sean visibles desde grandes distancias e impactantes por su gran dimensión.**

**Gráficamente un cartel debe presentar un correcto equilibrio de todos los elementos que contiene. Las imágenes, gráficos, fotos y textos deben representar una línea de comunicación que permita al ojo humano (y al cerebro) dirigirse de un punto de información a otro. Esto crea movimiento y dinamismo. Los puntos de información no son colocados por casualidad; son creados por el diseñador para influir en el lector.”**

Para la página web, [www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com), dice:

**“En un cartel, los textos y los tipos de letras son elementos importantes que deben ser realizados usando distintos colores, y a ser posible colores muy llamativos y diferentes tamaños. Esto ayudará a los clientes a leer el cartel con facilidad.**

**También debemos seleccionar un tipo de letra ancha, negrita y con un tamaño de letra grande (mínimo 16 puntos) para los encabezamientos.**

**Si el cartel tiene distintos encabezamientos, utilizaremos dos o más tamaños de letra.**

**El color del texto debe encontrarse contrastado con el color de fondo: si el fondo es oscuro, utilizar letra clara y viceversa. Cuanto menor sea el contenido, mejor, y si tiene que aparecer mucha información, intentaremos que los datos sean gráficos.”**

Para la página web, [www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com), dice:

**“Se entiende por publicidad exterior, aquella que se realiza al exterior de los edificios y en los diferentes medios de difusión móviles existentes.**

**La publicidad exterior intenta llegar a las personas, cuando estas se encuentran fuera de sus hogares. Es una publicidad de grandes tamaños, y han ser vistas a grandes distancias y alturas.**

**Podemos relacionar las siguientes formas de publicidad exterior:**

**- Vallas publicitarias: Son las que encontramos en zonas abiertas, grandes centros comerciales, carreteras. Se encuentran colocadas en soportes especiales, y su medida alcanza los 4 y 8 metros de longitud.**

**- En eventos especiales: Parecidas a las vallas publicitarias, pero con la diferencia, de que estas se realizan, cuando concurre algún evento específico y puntual. Por ejemplo, la celebración de la disputa de un partido de fútbol, o bien un concentración de motos, coches tourer, carreras etc.**

**- En la vía pública: Se colocan en las superficies, ubicadas, en las estaciones de metro, estaciones de tren, o bien en las paradas de los autobuses. Esta clase de publicidad, mantiene un tamaño más reducido, ya que se visualizan desde una distancia más cercana.**

**- En vehículos de transporte terrestre y aéreo: La de vehículos se plasma, en los medios de transporte público, en el propio vagón de metro, autobuses, taxis, etc. El medio de publicidad aérea, es aquella publicidad que se realiza a través de las avionetas, que transportan colgando de su cola, carteles de tela y otros materiales ligeros con mensajes publicitarios.**

**La publicidad exterior, es muy utilizada y para que estos mensajes publicitarios consigan un óptimo resultado, se deben tener en cuenta una serie de pautas importantes, al componerla.**

- Deben ser de gran tamaño y un cierto atractivo para ser vistas a grandes distancias.
- Han de contener textos muy cortos, claros y directos, para que se puedan visualizar y leerse con rapidez, al primer golpe de vista.
- La marca o empresa que publicita debe ser grande y claro.
- Los colores que se utilicen serán puros y llamativos.”

Para la página web, [www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com), dice:

**“La impresión digital ha crecido de una forma asombrosa en los últimos años, por la creciente demanda sobre trabajos de grandes dimensiones, por la calidad y la eficacia en el servicio.**

**Las impresoras de inyección de tinta, las impresoras láser y los plotters son considerados elementos habituales para los diseñadores.**

**Estas máquinas tienen la capacidad de incluir nuevas tintas: gris, plateado, dorado etc. Para dar unos nuevos e innovadores matices a las imágenes y mejorar las gradaciones.**

**La superficie de impresión es el papel. El tamaño oscila desde el DIN A-4 hasta el B0+ (más de un metro), y un grosor de hasta 15 cm.”**

Para la página web, [es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org), dice:

**“Se define como valla publicitaria al soporte plano sobre el que se fijan carteles publicitarios. Las vallas se han convertido en parte habitual del paisaje urbano e interurbano presentando anuncios o mensajes publicitarios. La cantidad, ubicación y colocación de las vallas (retranqueos, separación, agrupación de vallas, etc.) en cada localidad está determinada por el propio Ayuntamiento. En ocasiones, también existen normativas estatales sobre su**



**colocación en determinados entornos. Por ejemplo, en España está prohibida la instalación de las vallas en las carreteras al entender que pueden distraer la atención de los conductores y provocar accidentes.**

**Por sus especiales características, las vallas no se colocan en las fachadas de viviendas sino lugares deshabitados tales como:**

- **colegios.**
- **estadios deportivos, polideportivos, piscinas, etc.**
- **centros penitenciarios.**
- **edificios en construcción o rehabilitación.**
- **descampados, solares vacíos.**

**También se colocan en avenidas anchas, plazas, parques o jardines.**

**La valla tradicional consiste en una superficie plana sobre la que se colocan diferentes láminas cuya combinación conforma una imagen. También se llaman vallas a los soportes publicitarios que se colocan en los laterales de los terrenos de juego en estadios o polideportivos. Algunas variedades de vallas son:**

- **Valla mono poste. Utilizada en lugares amplios o en ausencia de muro, se trata de una valla soportada por un solo pie de gran altura. Es propia de zonas poco pobladas o vías interurbanas.**
- **Valla biposte. Utilizada en lugares muy amplios, en ausencia de muro, se trata de una valla soportada por dos pies de gran altura. Como dos mono postes colocados de forma continua. Suele mantener una valla de grandes dimensiones desarrollado en tres dimensiones y con iluminación.**
- **Valla de tres caras. La imagen publicitaria se forma por la combinación de una serie de paneles de sección triangular**

impresos por las tres caras. Un sistema automático hace que giren todos a la vez cambiando así el mensaje a la vista del público. De este modo, se consigue que en un mismo soporte se puedan combinar tres anuncios diferentes. El movimiento constituye un aliciente añadido al atraer la mirada con mayor intensidad que un elemento estático.

- **Valla iluminada.** Sería la valla tradicional a la que se ha introducido iluminación interior. De este modo, el mensaje se puede visualizar también en ambientes poco iluminados o de noche generando un mayor número de impactos publicitarios. Frente a la iluminación exterior por medio de focos, esta modalidad adquiere gran vistosidad al crear un efecto de reverberación.
- **Valla baja.** En encuentros deportivos y otros certámenes, se aprovechan los pies de los graderíos para instalar vallas publicitarias. En su versión más avanzada, encontramos vallas que despliegan diferentes anuncios programados por ordenador.
- **Valla de ocho paños.** la cual es de naturaleza urbana y se compone de ocho impresiones pegadas para crear la gran imagen.”

Para la página web, [es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org), dice:

**“Existen algunos soportes publicitarios que, sin ser propiamente vallas constituyen una evolución de las mismas y cumplen funciones similares. Se pueden destacar las siguientes:**

- **Expositor retro iluminado.** Se trata de un expositor que contiene iluminación interior. Los carteles se exponen por una

o dos caras. Generalmente, lo utilizan los publicistas para colocar mensajes publicitarios o institucionales y en ocasiones para insertar información útil para el viandante como plano de la zona, teléfonos de interés, etc. Algunos combinan otras utilidades como depósito de pilas desechables o dispensador de planos de la ciudad. También es utilizado en formato de pared para anunciar productos, servicios o acontecimientos culturales.

- **Expositor dinámico.** Se trata de una variación del anterior. El expositor dinámico es una valla a pie de calle iluminada interiormente que contiene un rollo con diferentes mensajes. Esta tecnología de cartelera rotativa puede desplegar gran número de carteles diferentes en un solo expositor. Además, el sistema es programable permitiendo diferentes tiempos de exposición para cada uno de ellos. Se presentan en diferentes tamaños, en modalidades tanto de peana como de pared.
- **Vallas olorosas.** Es el último invento del marketing exterior: incorporar aromas a las vallas publicitarias. Así se ha hecho en una estación de cercanías de París para promocionar la región de Languedoc-Rousillon aunque también se ha utilizado en otros productos como perfumes o detergentes. Cada valla cuenta con un dispositivo interno que emite la fragancia, vaporizándola en algunos modelos, sólo si una célula fotoeléctrica detecta que hay público presente. Se supone que esta técnica aumenta la memorización de marca produciendo notables incrementos de ventas.”

Para la página web, [es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org), dice:

“La lona publicitaria es un soporte que se coloca al aire libre conteniendo imágenes, eslogan y otros mensajes publicitarios. Consiste en una tela serigrafiada de grandes dimensiones a la que se han practicado unos orificios laterales. A través de estos, se pasa una cuerda que se ata a determinados soportes exteriores quedando así expuesta en la vía pública.

Sus ubicaciones más habituales son:

- ***fachadas de edificios*** a las que se unen bien clavadas (si tienen carácter permanente) bien atadas a rejas, puertas, ventanas, etc. Son muy habituales en edificios públicos, tales como museos, teatros, centros cívicos, etc. sirviendo para dar a conocer determinados actos o agendas culturales. Sin embargo, también se encuentran en edificios privados como instrumento difusor de imagen o reclamo publicitario.
- ***andamios***, durante el tiempo que dura la obra. En este caso, son muy demandadas las localizaciones en edificios céntricos y visibles que pueden conseguir un alto número de impactos publicitarios. Actualmente, las lonas de andamio alcanzan enormes dimensiones sin perder resolución haciéndose bien presentes en los cascos históricos de las ciudades.

Otras ubicaciones son:

- ***soportes móviles*** como en camiones o semi-remolques publicitarios.
- ***laterales de grúas*** para promocionar generalmente el nombre de la empresa constructora.

Las ventajas de las lonas respecto del tradicional cartel de papel o cartón son las siguientes:

- no necesitan ser encoladas por lo que son más fáciles de instalar y retirar y pueden cambiar fácilmente de ubicación
- por su material de fabricación resisten mejor las variaciones climatológicas y fenómenos atmosféricos

- tienen mejor presencia que un cartel confiriendo a sus mensajes una connotación de calidad y prestigio
- Los vecinos del inmueble reciben un canon mensual durante el tiempo que dura la reforma de la fachada. Puede suponer incluso un superávit para las cuentas de la comunidad de propietarios.”

Para la página web, [www.alicante.ayto.es](http://www.alicante.ayto.es), dice:

**“El tipo de vallas publicitarias que alcanzan una envergadura de casi 6 metros de alto deben estar bien aseguradas al suelo mediante riostras o con vigas tipo torreta. El impacto de una valla tan alta tiene como misión llamar la atención desde muy lejos, como pancarta de bienvenida a una promoción inmobiliaria o porque el desnivel del suelo hace que sea invisible desde unos metros de distancia.**

**En este caso el desnivel del suelo era importante, y a medida que el cliente se acercaba a la valla ésta iba apareciendo por el horizonte, creando un efecto óptico único. Para instalar vallas publicitarias que puedan captar la atención de la gente es importante combinar creatividad, originalidad y experiencia para conseguir resultados espectaculares.**

**Instalar una valla publicitaria no sólo es hormigonar donde el cliente dice, es sugerir la mejor posibilidad en el mejor ángulo de visión. Nosotros asesoramos al cliente en todo momento del lugar idóneo para su instalación.”**

Para la página web, [www.alicante.ayto.es](http://www.alicante.ayto.es), dice:

***“Características de las carteleras.***

**1. Los diseños y construcciones de las carteleras publicitarias y de sus diversos elementos deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad, salubridad, calidad y ornato público.**

**2. Las carteleras deberán instalarse rígidamente ancladas, mediante soporte justificado por proyecto redactado por un técnico competente.**

**3. En cada cartelera deberán constar, perfectamente visibles, la fecha del expediente de autorización y el nombre o anagrama de la empresa responsable de la cartelera.**

**4. Las dimensiones normalizadas de la superficie publicitaria de los carteles serán de como máximo 8'00 m. de ancho por 3'00 m. de alto. No se permitirá la agrupación en vertical de carteleras.**

**5. En las zonas en que expresamente se admita en esta Ordenanza, se permitirá la instalación de mono soportes, que consisten en un cartel de 5 x 12 metros sujetado por un soporte de 10 m. de altura como máximo, contada desde la rasante natural del terreno.**

**6. La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, lugar de ubicación y tipo de zona donde se sitúe.” Ordenanza Reguladora de Instalación de Vallas Publicitarias-1998 (pag. 3)**

## **2.2 Posicionamiento Teórico personal**

Después de haber analizado los temas que en la fundamentación teórica existen, creo que es imprescindible el estudio y análisis a profundidad de todo lo que abarca acerca de la instalación de rótulos y vallas, pues de esta manera estaremos haciendo mayor énfasis en lo que al desarrollo de este proyecto se refiere e identificando claramente las más concretas razones por las cuales es importante el estudio de este tema.

Podemos entonces comprender la necesidad de investigar el proceso de la instalación de rótulos y vallas, tomando en cuenta que un diseño surge de una necesidad y se concibe de una idea creativa, llevando a efecto un minucioso proceso de tratamiento de esta, hasta lograr

convertirla en un objeto gráfico o diseño gráfico (elemento visual), mismo que perseguirá satisfacer la necesidad de comunicar un mensaje, en este caso de hacer publicidad de un producto o servicio. De esta manera estaremos satisfaciendo la necesidad del proveedor que es la de incidir en el consumidor a la adquisición del producto o servicio, como también la necesidad del consumidor, que es la de estar más cerca del producto o servicio y o su marca (información).

Esta será la mejor manera de empezar a comprender el verdadero rol de la publicidad y las formas con que nosotros como Diseñadores Gráficos podemos solucionar las necesidades del cliente, para lo cual es menester contar con la total capacitación acerca de la instalación o ubicación de rótulos y vallas.

Obviamente debemos recalcar que la información recolectada y procesada será la base para poder encontrar posibles soluciones al problema de estudio, tomando en cuenta que las propuestas de capacitación en la instalación de rótulos y vallas será parte de la solución del problema.

## **2.3 Glosario de Términos**

**Alta.-** Término con el que se denomina ala letra mayúscula.

**Arte final.-** Montaje o armada final de los originales de línea, componentes de un diseño para reproducción impresa, incluya guías de corte, de plegado y de registro.

**Bicolor.-** Impresión de una pieza grafica a dos tintas.

**Composición.-** Distribución, balance y relación general de espacios, luces, colores y líneas que conforman una imagen – levantamiento de textos para impresión.

**Carteles.-** los anuncios fijos o móviles, pintados o impresos, por cualquier procedimiento y sobre cualquier materia que asegure su permanencia, bien sea, luminosos, iluminados u opacos.

**Cartelera.-** el conjunto de cartel y su soporte.

**Cuerpo.-** En composición de textos, tamaño de los caracteres también puede referir a la viscosidad de la tinta o a la consistencia de los sustratos.

**Cursivo.-** Se llama así a los tipos de letras inclinadas.

**Degradé.-** Fondo desvanecido de oscuro a claro, o viceversa.

**Director Creativo.-** La persona responsable y encargada de la totalidad de la creación publicitaria de una agencia o de un grupo creativo dentro de la misma.

**Duotono.-** Reproducción a dos tintas, con dos medios tonos de una fotografía blanca y negra.

**Edición.-** Selección de los textos e imágenes que constituirán una publicación, selección de un área específica o detalle de una imagen para su reproducción.

**Estructura.-** Armadura generalmente de acero u hormigón armado, y que, fija al suelo, sirve de sujeción.

**Filtro.-** Disco de cristal o gelatina que modifica la calidad de luz ( en términos de contenido de color) que recibe la cámara fotográfica al momento de obturarse. En el proceso de separación de color para policromías convencionales, se emplean los filtros azul, verde, rojo y naranja.

**Fuente.-** Surtido completo de caracteres del mismo estilo y tamaño.

**Guías de color.-** Muestras de color adheridas al arte final para referenciar los tonos específicos que debe reproducir fielmente la impresora.

**Impresión.-** Acción y efecto de imprimir. Marca o señal que una cosa deja en otra apretándola; como la que deja la huella de los animales, el sello que se estampa en un papel o cualquier otro tipo de superficie. Calidad o forma de letra con que está impresa una obra.



**Inserto.-** Producto gráfico que se incluye en una publicación, sin haber sido impreso en línea con ella.

**Invertido.-** Efecto de un texto o una imagen en blanco sobre fondo negro o de color.

**Interlínea.-** Espacio entre renglones de tipografía que favorece la legibilidad del texto.

**Justificar.-** Componer los textos de tal manera que todos los renglones tengan dimensiones uniformes, conformando columnas solidas.

**Layout.-** Boceto corregido y mejor realizado que el Rough.  
Hecho generalmente a mano da una idea bastante definida de las ilustraciones y tipografías sugeridas.

**Logotipo.-** Es la transcripción escrita del nombre de una empresa o una marca por medio de una grafía particularmente caracterizada y exclusiva. En grafismo una palabra diseñada; una palabra “logotipada” es la que está formada por letras unidas entre sí, y que forman una unidad sónica constituyéndose en un todo gestáltico.

**Lona.-** Tela fuerte de algodón sintético, que es impermeable y sirve como soporte para imprimir un trabajo.

**Materia prima.-** Es la materia que necesita una industria de Diseño Gráfico, para emplear en sus labores, aunque a veces, esta proviene de otras operaciones industriales.

**Original.-** Todo tipo de material empleado para la preparación de una reproducción impresa.

**Pica.-** Unidad de medida tipográfica, usada en la composición de textos, equivale a doce puntos (4.2 mm).

**Placas.-** Formatos de película fotográfica empleados especialmente para fotografía publicitaria.

**Plancha.-** Porta imagen de los procesos de impresión litográfica y flexo gráfico, determina las aéreas del sustrato que deben recibir la tinta y a ellas las trasmite para reproducir la imagen del original.

**Retro iluminado.-** Que recibe luz de la parte de atrás o posterior.

**Rótulo.-** Letrero o inscripción con que se indica o da a conocer el contenido, objeto o destino de una cosa, o la dirección a la que se envía. Cartel publico para dar noticia o aviso de una cosa.

**Serigrafía.-** Procedimiento de impresión basado en el principio de estarcido; utiliza pantallas de ceda, nylon o tela metálica cuyas mallas solo dejan pasar el color en la zonas en que no se ha aplicado una sustancia impermeable.

**Soportes publicitarios.-** soportes estructurales de implantación estática, susceptibles de albergar o transmitir mensajes integrados en la modalidad visual de la publicidad exterior, por medio de carteles. También pueden denominarse vallas publicitarias o paneles publicitarios.

**Torreta.-** Torre acorazada.

**Valla.-** Cartelera situada a los lados o en las cercanías de los caminos o carreteras.

**Volitivo.-** Impulso de voluntad.

## **2.4 Sub problemas, Interrogantes de la investigación**

**2.4.1** ¿En qué nivel de conocimiento están los estudiantes de Diseño Gráfico de la UTN, acerca de la instalación de rótulos y vallas?

**2.4.2** ¿Es necesario para los estudiantes de Diseño Gráfico obtener conocimientos prácticos acerca de la instalación de rótulos y vallas?

**2.4.3** ¿Qué conocimientos básicos necesitan los estudiantes de Diseño Gráfico para realizar la instalación de un rótulo o valla?

**2.4.4** ¿Cómo podríamos contribuir para que el estudiante de Diseño Gráfico tenga conocimientos prácticos acerca de la instalación de rótulos y vallas?

### 2.5 Matriz Categorial

CONCEPTO	CATEGORIAS	DIMENSION	INDICADOR
Medios Publicitarios	Medios Impresos	Periódicos	Contiene información textual, acompañada de ilustraciones.
		Bípticos y Trípticos	Informan acerca de un tema o evento específico de manera textual.
		Volantes	Es publicidad rodante que se entrega en la calle, posee información rápida.
		Afiches	Propagandas visuales que poseen imágenes y texto.
		Banners y Gigantografías	Contienen la misma información de los afiches pero a mayor escala con relación al tamaño.

		Rótulos	Letrero o cartel publico para dar a conocer una noticia o aviso de un producto o servicio.
		Vallas	Cartelera situada a los lados o en las cercanías de los caminos o carreteras.
		Valla mono poste	Utilizada en lugares amplios o en ausencia de muro, se trata de una valla soportada por un solo pie de gran altura. Es propia de zonas poco pobladas o vías interurbanas.
		Valla biposte	Utilizada en lugares muy amplios, en ausencia de muro, se trata de una valla soportada por dos pies de gran altura. Como dos mono postes colocados de forma continua. Suele mantener una valla de grandes dimensiones desarrollado en

		Valla de tres caras	<p>tres dimensiones y con iluminación.</p> <p>La imagen publicitaria se forma por la combinación de una serie de paneles de sección triangular impresos por las tres caras. Un sistema automático hace que giren todos a la vez cambiando así el mensaje a la vista del público. De este modo, se consigue que en un mismo soporte se puedan combinar tres anuncios diferentes.</p>
		Valla iluminada	<p>Sería la valla tradicional a la que se ha introducido iluminación interior. De este modo, el mensaje se puede visualizar también en ambientes poco iluminados o de noche generando un mayor número de impactos publicitarios. Frente a la iluminación exterior por medio de focos, esta</p>

			<p>modalidad adquiere gran vistosidad al crear un efecto de reverberación.</p>
		Valla baja	<p>En encuentros deportivos y otros certámenes, se aprovechan los pies de los graderíos para instalar vallas publicitarias. En su versión más avanzada, encontramos vallas que despliegan diferentes anuncios programados por ordenador.</p>
		Valla de ocho paños	<p>La cual es de naturaleza urbana y se compone de ocho impresiones pegadas para crear la gran imagen.</p>
		Expositor retro iluminado	<p>Se trata de un expositor que contiene iluminación interior. Los carteles se exponen por una o dos caras.</p>
		Expositor dinámico	<p>Se trata de una variación del anterior. El</p>

		Lona publicitaria	<p>expositor dinámico es una valla a pie de calle iluminada interiormente que contiene un rollo con diferentes mensajes. Esta tecnología de cartelera rotativa puede desplegar gran número de carteles diferentes en un solo expositor.</p> <p>Es un soporte que se coloca al aire libre conteniendo imágenes, eslogan y otros mensajes publicitarios. Consiste en una tela serigrafiada de grandes dimensiones a la que se han practicado unos orificios laterales. A través de estos, se pasa una cuerda que se ata a determinados soportes exteriores quedando así expuesta en la vía pública.</p>

## **CAPITULO III**

### **3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

#### **3.1 Tipo de Investigación**

De acuerdo a los objetivos de estudio y el enfoque investigativo, el proyecto es FACTIBLE porque constituye el desarrollo de una propuesta encaminada a brindar solución a problemas reales sustentados con una base teórica y práctica.

**MODALIDAD DE INVESTIGACION:** La realización del trabajo utiliza la modalidad de investigación bibliográfica y de campo, que permite la factibilidad de elaborar una propuesta para lograr inferir en la capacitación de los estudiantes de diseño Gráfico, acerca de la instalación de rótulos y vallas.

**BIBLIOGRAFICA.-** Se procedió a revisar los contenidos de los diferentes textos y se seleccionó los temas más prioritarios que nos ayudaron a construir el marco teórico.

**CAMPO.-** Porque se realizó en el lugar de los hechos, dialogando con los estudiantes de Diseño gráfico de este establecimiento educativo, lo cual nos permitió obtener una información real.



## **3.2 Métodos de Investigación**

### **Inductivo – Deductivo**

Nos permitió casos o hechos singulares para llegar a principios generales de todas las áreas mediante los datos de las encuestas que se realizó a estudiantes, mismos que ayudaron a obtener las respectivas conclusiones, así como la interpretación del diagnóstico en función de las generalizaciones.

### **Analítico**

Sirvió para analizar la problemática, establecer las conclusiones y plantear las recomendaciones y posibles soluciones del problema de estudio.

### **Empírico**

Dentro de este método se utilizó la aplicación de encuestas que permitieron una aproximación a la realidad mediante las respuestas de los estudiantes de Diseño Gráfico.

### **Estadístico**

Nos ayudó a la tabulación de los datos para obtener una información verídica.

### **3.3 Técnicas e instrumentos**

#### TIPOS DE TECNICAS

**BIBLIOGRAFICAS:** Se realizó una investigación bibliográfica acerca de la instalación de rótulos y vallas, para conocer a fondo las técnicas, procesos, materiales y herramientas que se necesitan para la ejecución de esta actividad, valiéndonos de Libros, revistas, periódicos, internet.

**ENCUESTA:** Para la recolección de la información se realizo encuestas a estudiantes de Diseño Gráfico, de tal manera que podamos tener muy claro las necesidades y puntos de vista de los mismos, acerca del problema.

### **3.4 Población**

La población a la que se realizará las encuestas serán los estudiantes del 8vo semestre de Diseño Gráfico del año 2008 - 2009, mismas que serán las contribuyentes para el desarrollo del proyecto como también beneficiarias del mismo, respectivamente, de tal manera que esta alcanzará un número aproximado de 40.

### **3.5 Muestra**

Por ser el universo poblacional un número manejable, se trabajó con el total de individuos involucrados en la investigación.

### 3.6 Esquema de la Propuesta

Portada

Contraportada

Presentación:

Misión

Visión

Objetivos.

Desarrollo:

Tipos de rótulos y vallas (conceptos y definiciones):

Rótulos Luminosos

Rótulos comerciales

Rótulos de lona o panaflex

Rótulos de Neón o Rótulos de Leds

Rótulos Metálicos

Rótulos Corpóreos

Vallas Publicitarias

Valla mono poste

Valla de tres caras

Valla iluminada

Herramientas básicas para la elaboración de un soporte publicitario:

Flexómetro

Escuadra

Prensa de banco  
Sierra metálica  
Soldadora de arco eléctrico  
Taladro – taladradora  
Esmeriladora angular  
Compresor de aire  
La remachadora  
Modulares

Materiales básicos para el ensamblaje e instalación de un rótulo o valla:

Tubos  
Perfiles  
Electrodos  
Told  
Anticorrosivos  
Dispositivos de sujeción

Procesos para el ensamblaje e instalación de acuerdo al tipo y tamaño del rótulo o valla.

Impactos:

Pedagógico

Social

Difusión

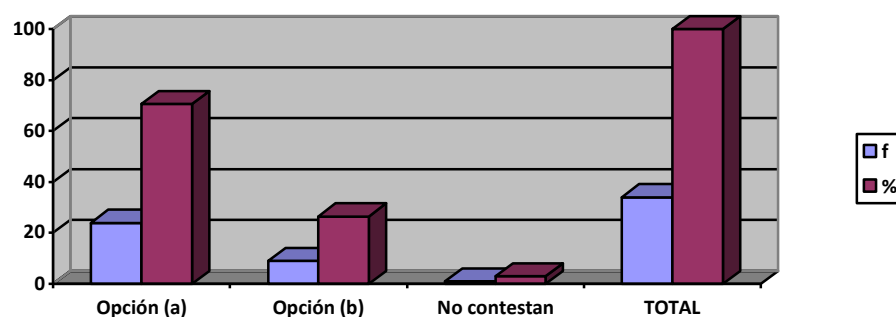
## CAPITULO IV

### 4. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

#### 4.1 Encuestas a estudiantes

1. ¿Señale el concepto o definición correcta de lo que es un rótulo?

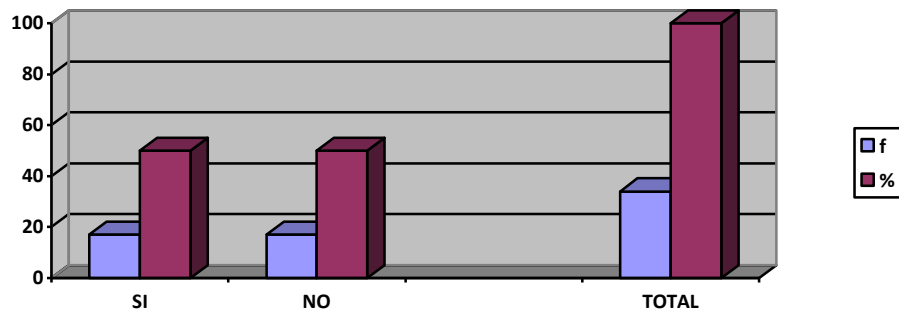
RESPUESTA	f	%
a) Letrero o inscripción con que se indica o da a conocer el contenido, objeto o destino de una cosa, o la dirección a la que se envía. Cartel publico para dar noticia o aviso de una cosa.	24	70,6
b) Impresión basada en el principio de estarcido; utiliza pantallas de ceda, nylon o tela metálica cuyas mallas solo dejan pasar el color en la zonas en que no se ha aplicado una sustancia impermeable.	9	26,5
No contestan	1	2,9
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>



En cuanto al concepto o definición de lo que es un rótulo, el 70,6% optan por el literal (a), el 26,5% optan por el literal (b) y el 2,9% no contestan, por lo tanto tomando en cuenta de que el literal (a) es el concepto o definición correcta consideramos que en el grupo encuestado existe una mínima duda acerca de la definición de rótulo.

2. ¿Ha realizado alguna vez un rótulo o una valla?

RESPUESTA	f	%
SI	17	50
NO	17	50
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

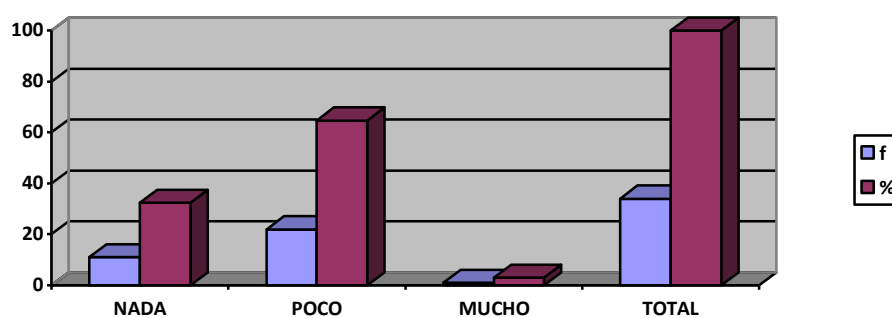


En cuanto a si realizaron alguna vez un rótulo o valla, el 50% de los encuestados responde que SI y el otro 50% de éstos responde que NO, llegando a la conclusión de que existe parcialidad con respecto al conocimiento y desconocimiento de esta actividad.



3. ¿Cuánto conoce acerca de la instalación de rótulos y vallas?

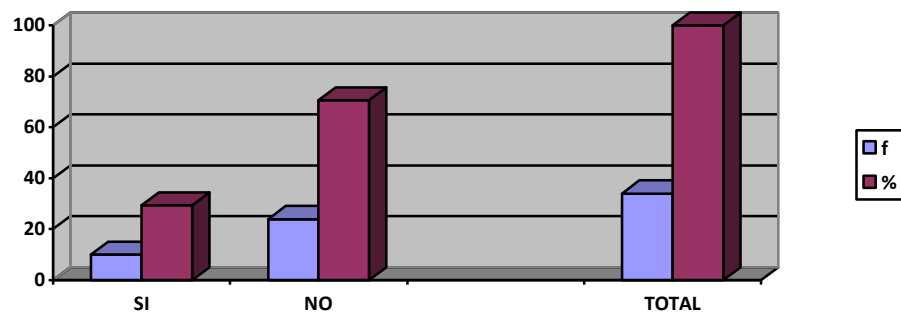
RESPUESTA	f	%
NADA	11	32,4
POCO	22	64,7
MUCHO	1	2,9
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>



Con respecto al conocimiento acerca de la instalación de un rótulo o valla, el 32,4% de los encuestados no conoce nada, el 64,7% conoce poco y el 2,9% conoce mucho, conociendo así de que la mayoría de estos estudiantes necesitan capacitarse acerca del proceso de la instalación de un rótulo o una valla.

4. ¿Ha realizado alguna vez la estructura o soporte para la instalación de un rótulo o una valla?

RESPUESTA	f	%
SI	10	29,4
NO	24	70,6
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

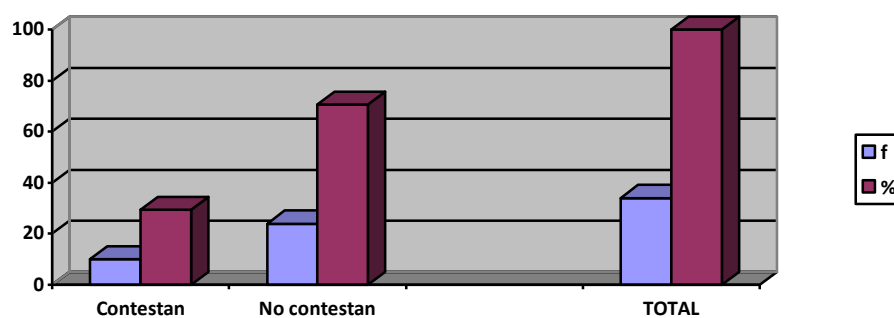


En cuanto a si realizaron alguna vez la estructura o soporte para la instalación de un rótulo o una valla, el 29,4% de los encuestados responde que SI y el 70,6% de éstos responde que NO, llegando a la conclusión de que existe desconocimiento con respecto al proceso para elaborar la estructura o soporte para la instalación de un rótulo o una valla.

5. Si respondió SI en la pregunta anterior, señale las herramientas que utilizó para este trabajo.

<b>RESPUESTA</b>	<b>f/f</b>	<b>%f/f</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Sierra metálica	5	50	<b>10</b>	<b>29,4</b>
Martillo	7	70		
Poleas	1	10		
Escaleras	8	80		
Tensores	5	50		
Esmeriladora	4	40		
Carretilla	0	0		
Taladro	9	90		
Nivel	5	50		
Soldadora	6	60		
Escuadra	3	30		
Pala	0	0		
Compresor de Aire	8	80		
Rachas	4	40		
Destornilladores	6	60		

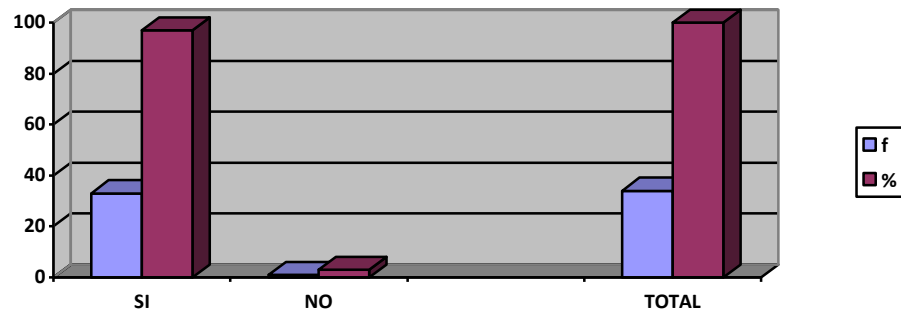
Modulares	7	70		
Elevador mecánico	1	10		
Remachadora	8	80		
No contestan			<b>24</b>	<b>70,6</b>
<b>TOTAL</b>			<b>34</b>	<b>100</b>



Con respecto al uso de las herramientas para la instalación de un rótulo o de una valla, el 70,6% de los encuestados no contestan y el 29,4% de estos si responden a la pregunta y señalan algunas de las herramientas que ellos han utilizado, sin embargo el análisis y tabulación de los datos en esta pregunta, nos indican que ninguna de las herramientas de la lista han sido utilizadas por el 100%; del 29,4% de los encuestados que dicen haber instalado un rótulo o una valla, consecuentemente existe la falta de conocimientos con respecto al uso de herramientas básicas para la instalación de un rótulo o una valla.

6. ¿Piensa que se debería incorporar horas clase para prácticas o talleres de aplicación acerca de instalación de rótulos y vallas?

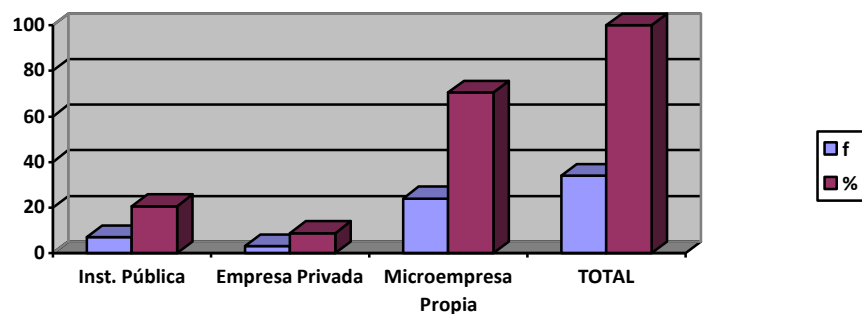
RESPUESTA	f	%
SI	33	97,1
NO	1	2,9
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>



Con respecto a si se debería incorporar horas clase para prácticas o talleres de aplicación acerca de instalación de rótulos y vallas, el 97,1% de los encuestados dicen que SI y el 2,9 responden que NO, reivindicando totalmente la necesidad urgente de este incremento en el pensum de estudios del Diseñador Gráfico.

7. ¿En dónde desearía Ud. realizar sus labores profesionales?

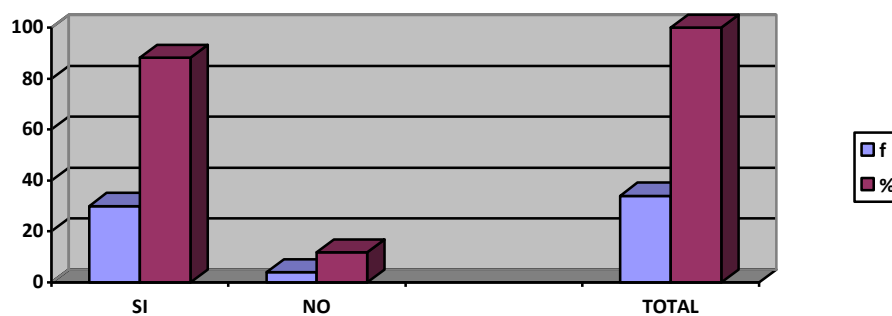
RESPUESTA	f	%
Institución Pública	7	20,6
Empresa Privada	3	8,8
Microempresa Propia	24	70,6
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>



En cuanto a dónde desearían realizar sus labores profesionales, el 20,6% de los encuestados prefieren realizarlas en una Institución Pública, el 8,8% en una Empresa Privada y el 70,6% en su microempresa Propia, en consecuencia el deseo de los Diseñadores Gráficos de realizar sus labores profesionales en su Propia Microempresa podrá afianzarse en la suficiente capacitación acerca de la instalación de rótulos y vallas como necesidad básica de un Diseñador Gráfico en el momento de empezar a ofrecer sus servicios, tanto pre profesionales como profesionales.

8. ¿Ha necesitado Ud. alguna vez la ayuda de profesionales del Diseño Gráfico para realizar un trabajo (rótulo o valla)?

RESPUESTA	f	%
SI	30	88,2
NO	4	11,8
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>



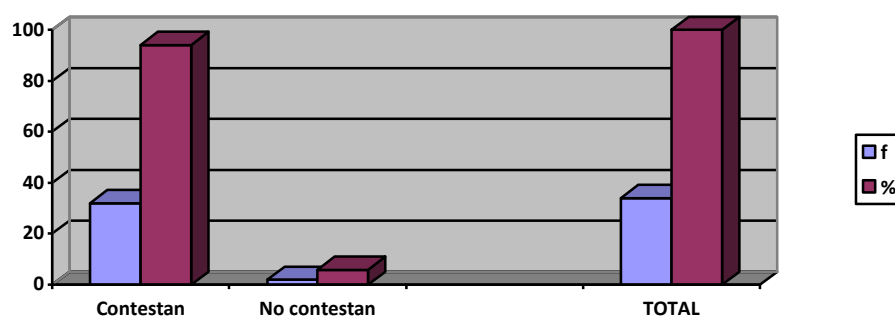
Según los encuestados de que si han necesitado alguna vez la ayuda de profesionales del Diseño Gráfico para realizar un rótulo o valla, el 88,2% responden que SI y el 11,8% responden que NO, lo cual indica que la mayoría de ellos poseen dudas y desconocen del proceso para realizar un rótulo, tomando en cuenta el proceso desde su diseño hasta su ensamblaje e instalación.

9. Señale los materiales que piensa Ud. que se podrían utilizar para la instalación de un rótulo o una valla.

<b>RESPUESTA</b>	<b>f/f</b>	<b>%f/f</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Perfiles	15	46,9	<b>32</b>	<b>94,1</b>
Alambre	20	62,5		
Lijas	9	28,1		
Tubos	27	84,3		
Postes	13	40,6		
Ángulos	25	78,1		
Electrodos	10	31,3		
Discos de desbaste	5	15,6		
Anticorrosivos	10	31,3		
Told	19	59,3		
Lona	31	96,9		
Masquin	10	31,3		
Papel Contac	13	40,6		
Cintra	7	21,9		
Remaches	23	71,9		



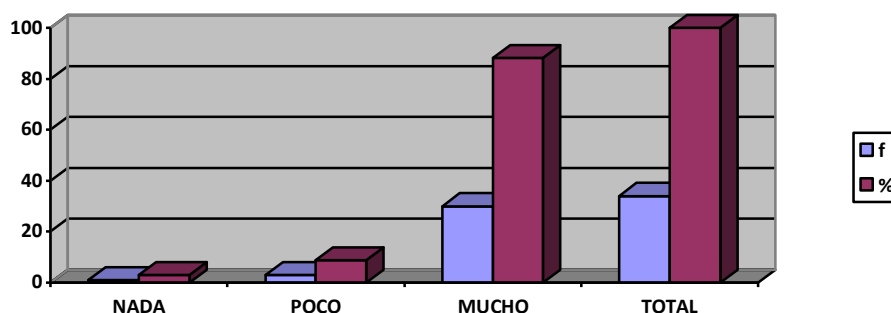
No contestan	<b>2</b>	<b>5,9</b>
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>



Con respecto al uso de los materiales para la instalación de un rótulo o de una valla, el 5,9% de los encuestados no contestan y el 94,1% de estos si responden a la pregunta y señalan algunos de los materiales que creen son los más necesarios, sin embargo el análisis y tabulación de los datos en esta pregunta, nos indican que ninguno de los materiales de la lista son creídos prioritarios por el 100%; del 94,1% de los encuestados que si responden, tomando en cuenta de que todos los materiales que se encuentran en la lista son totalmente necesarios para esta labor, a pesar de existir aún más materiales que día a día van innovando la tecnología de la instalación de rótulos y vallas, consecuentemente existe la falta de conocimientos con respecto al uso de los materiales para la instalación de un rótulo o una valla.

10. ¿Cuán necesario cree Ud. que sería la elaboración de una guía práctica de instalación de rótulos y vallas?

RESPUESTA	f	%
NADA	1	2,9
POCO	3	8,8
MUCHO	30	88,3
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>



En cuanto a cuan necesario es la elaboración de una guía práctica de instalación de rótulos y vallas, el 2,9% de los encuestados dicen que nada, el 8,85% dicen que poco y el 88,3% dicen que mucho, por lo tanto podemos verificar de las necesidades de los futuros profesionales del Diseño Gráfico con respecto al desenvolvimiento en su profesión y en el ámbito laboral.

## **CAPITULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 Conclusiones**

**5.1.1** La aplicación de una encuesta a manera de diagnóstico a los estudiantes de Diseño Gráfico nos ayudó a concluir que estos tienen la necesidad de capacitación acerca de la instalación de rótulos y vallas.

**5.1.2** El análisis y estudio de los resultados de las encuestas nos proyectan al planteamiento de posibles estrategias para la solución del problema, de acuerdo a sus necesidades, una de las cuales sería la elaboración de una guía práctica.

**5.1.3** Mediante la investigación pudimos recolectar la información necesaria, para poder contar con un soporte técnico informativo, el cual nos sirve como base fundamental durante este proceso de estudio.

**5.1.4** La elaboración de una guía práctica sobre la instalación de rótulos y vallas, es indispensable porque nos ayudará a satisfacer las necesidades de los estudiantes de Diseño Gráfico, influyendo en su capacitación y buen desenvolvimiento laboral.

#### **5.2 Recomendaciones**

**5.2.1** Buscar todo tipo de información acerca de las herramientas, materiales y procesos de la instalación de rótulos y vallas.

**5.2.2** Utilizar la información recolectada en la realización de la guía práctica de diseño e instalación de rótulos y vallas, como propuesta de capacitación para los estudiantes de Diseño Gráfico.

**5.2.3** Recomendamos que los docentes pertinentes utilicen este instrumento pedagógico como implemento de capacitación para los estudiantes acerca de la instalación de rótulos y vallas, tomando en cuenta que es una de las necesidades prioritarias en el currículo del Diseñador Gráfico.

**5.2.4** Socializar el trabajo con estudiantes de Mecánica Automotriz, puesto que ellos poseen mayores conocimientos acerca de la elaboración de estructuras metálicas y soldadura, de esta manera estaremos involucrando a una parte más de nuestra institución y promoviendo así la vinculación colectiva.

## **CAPITULO VI**

### **6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1 Título de la Propuesta**

**GUÍA PRÁCTICA PARA LA INSTALACIÓN DE RÓTULOS Y VALLAS**

#### **6.2 Justificación e Importancia**

Después de haber aplicado las encuestas a los estudiantes de Diseño Gráfico llegamos a conocer sus necesidades con respecto a la falta de capacitación acerca de la instalación de rótulos y vallas.

A través del análisis y estudio de los resultados de las encuestas hemos planteado una posible estrategia para la solución del problema.

Confiamos que la elaboración de una guía práctica sobre la instalación de rótulos y vallas, nos ayudará a satisfacer las necesidades de los estudiantes de Diseño Gráfico, influyendo en su capacitación y buen desenvolvimiento laboral.

Consideramos que esta propuesta alternativa es muy esencial para capacitar a los estudiantes de Diseño Gráfico en lo que a instalación de rótulos y vallas se refiere, debido a que sus contenidos aportan esencialmente con los conocimientos básicos y prácticos de esta actividad.

Esta guía aportará de manera eficaz con la capacitación y guía durante el proceso del ensamblaje e instalación de rótulos y vallas, pues sus contenidos van desde el uso de herramientas y materiales básicos para la elaboración de estructuras metálicas para rótulos y vallas hasta el proceso de ensamblaje e instalación de los mismos, lo cual beneficia directamente a los estudiantes de Diseño Gráfico a quienes está dirigida esta propuesta, debido a que así ellos podrán desenvolverse de mejor manera cuando se les presente la oportunidad de prestar servicios de rotulación a sus clientes, aportando de esta manera en el incremento de sus conocimientos, fomentando así la creación de pequeños talleres de rotulación o microempresas propias,

empezando de esta manera con sus primeros pasos en el ámbito laboral.

Creemos en la factibilidad total de esta propuesta, obviamente trabajando de manera responsable y tomando las debidas limitaciones, tanto legales, humanas, materiales y presupuestarias.

## **6.3 Fundamentación**

### **6.3.1 Fundamentación Filosófica**

El mundo de hoy es un escenario sumamente dinámico y cambiante, estamos asistiendo a profundas y rápidas transformaciones en todos los cambios de la vida diaria, el surgimiento de altos estándares de tecnología y la formación incontenible de entes competentes en el Diseño Gráfico hace que busquemos alternativas básicas de producción de trabajo que nos ayuden en nuestras actividades laborales, de ahí que dentro de esta connotación nos preguntamos ¿qué tipo de hombre se debe formar?

### **6.3.2 Fundamentos Sociales**

\* La publicidad es el camino fundamental para guiar al hombre en la decisión en el momento de comprar, adquirir bienes materiales o servicios; actividad diaria que nos lleva al desenvolvimiento y desarrollo social.

\*A través de la publicidad a gran escala, como son los rótulos y vallas los vendedores y los clientes están en un constante proceso de relación y socialización, mismo que incorpora a dichos individuos en el sistema socio-económico en el que viven.

### **6.3.3 Fundamentación Tecnológica**

El desarrollo de nuevas tendencias en lo que a la instalación de rótulos y vallas se refiere, ha incrementado la competitividad en el trabajo del diseñador gráfico, lo cual obliga a este a capacitarse en las

tecnologías utilizables con respecto a esta actividad, para de esta manera lograr un buen desenvolvimiento en sus actividades laborales.

## **6.4 Objetivos**

### **6.4.1 General**

Capacitar a los estudiantes de diseño Gráfico acerca de la instalación de rótulos y vallas, a través de los contenidos de la Guía Práctica para la instalación de Rótulos Y Vallas, para solucionar el problema del desconocimiento de los estudiantes acerca del tema.

### **6.4.2 Específicos**

**6.4.2.1** Utilizar un orden lógico de distribución de temas y contenidos, haciendo un completo análisis de la información, para lograr la comprensión del lector.

**6.4.2.2** Coordinar con el personal docente y administrativo de la institución para promover la impartición de estos conocimientos, socializando la guía práctica con los mismos.

**6.4.2.3** Realizar una pequeña campaña publicitaria para la promoción de este material práctico.

## **6.5 Ubicación sectorial y física**

Este trabajo fue realizado en la Universidad Técnica del Norte, ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ciudad Ibarra, Ciudadela Universitaria, barrio El Olivo.

Actualmente cuenta con todos los servicios básicos, un espacio físico muy amplio en el cual se encuentran perfectamente distribuidas las facultades y escuelas que conforman esta institución, una gran

planta de personal docente, administrativo y de servicio que educan y trabajan por cada una de las diferentes especialidades.

Además cada facultad cuenta con un auditorio individual, laboratorios, espacios verdes y de sano esparcimiento, canchas múltiples, parqueaderos, etc. Lo cual permite una funcionalidad práctica y activa para desarrollar una labor educativa.

### Mapa de ubicación sectorial



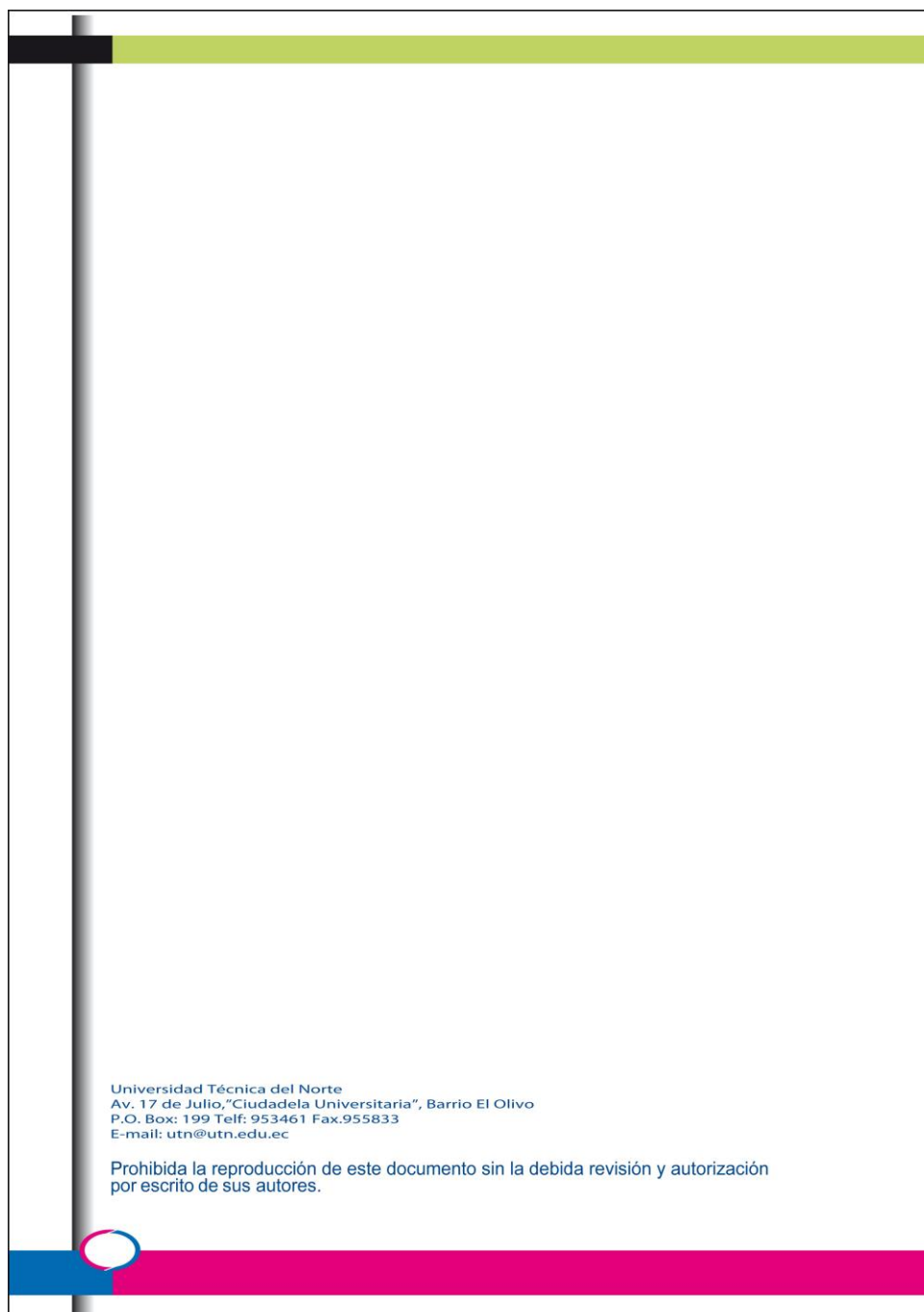


## 6.6 Desarrollo de la Propuesta

### 6.6.1 Portada



## 6.6.2 Contraportada



### **6.6.3 Presentación**

La presente Guía Práctica está dirigida a los estudiantes de Diseño Gráfico, pues tiene la finalidad de capacitar acerca de la instalación de rótulos y vallas, que en la actualidad están de moda y son los más solicitados por los clientes para promocionar sus productos o servicios, puesto que estos medios publicitarios son de gran escala o tamaño, lo cual atrae de manera más directa la atención de los consumidores y público en general.

Además esta GUIA PRACTICA aspira a promover la impartición de sus contenidos, en las aulas de nuestra institución, a través de nuestros docentes, para conocer las aplicaciones prácticas en la labor del Diseñador Gráfico, después del proceso creativo.

Expresamos una cordial bienvenida y agradecimiento a quienes empiezan a adentrarse en este espacio investigativo, a través del cual estamos seguros se va a satisfacer sus anhelos de capacitación y superación profesional.

#### **6.6.4 Misión**

Esta GUIA PRACTICA, es una herramienta de capacitación práctica que aspira en constituirse en un referente tecnológico - educativo para los estudiantes de Diseño Gráfico. Su misión esencial será contribuir a solucionar las necesidades de los estudiantes de conocer y capacitarse en lo que a instalación de rótulos y vallas se refiere, conocimientos que son necesarios en el momento de salir y enfrentar el campo laboral y consecuentemente de esta manera afrontar y solucionar las necesidades de los clientes. Para ello los contenidos de este documento estarán orientados hacia las demandas y exigencias de los sectores productivos y de servicios de la región norte del país. Los beneficiarios verán en este documento un alto centro de guía práctica a la cual puede acudir para encontrar respuesta a los problemas del conocimiento o falta de capacitación con respecto a este tema.

#### **6.6.5 Visión**

La Guía Práctica para la instalación de rótulos y vallas, como documento de referencia para realizar esta actividad, persigue ser un instrumento de capacitación de calidad en el ámbito científico, tecnológico y educativo, debidamente preparado para contribuir al desarrollo socioeconómico y desenvolvimiento laboral de los futuros profesionales del Diseño Gráfico.

### **6.6.6 Objetivos**

**6.6.6.1** Contribuir a la capacitación práctica de los estudiantes de Diseño Gráfico.

**6.6.6.2** Fortalecer el nivel de conocimiento de los estudiantes de Diseño Gráfico con respecto al tema.

**6.6.6.3** Impulsar el mejoramiento de la calidad laboral de los egresados y futuros profesionales del Diseño Gráfico.

## 6.6.7 Desarrollo

### 6.6.7.1 Tipos de rótulo y vallas (conceptos y definiciones)

#### 6.6.7.1.1 Rótulos Luminosos

También denominados cajas de luz debido a su estructura cúbica o tridimensional, es un modelo de rótulo muy utilizado tanto por su precio económico como por el impacto visual que tiene ya que está construido con sistema eléctrico y su luminosidad es muy importante. Se construye con perfilaría de hierro o aluminio y se rotula sobre placa de metacrilato blanco o transparente con vinilo de corte.



#### 6.6.7.1.2 Rótulos comerciales

Los llamamos así porque después de los luminosos son los más utilizados, normalmente están diseñados y contruidos con el marco de hierro o aluminio sobre una estructura y la placa de metacrilato que es el frente que se suele utilizar, es la que va rotulada.



### 6.6.7.1.3 Rótulos de lona o panaflex

Son modelos de carteles contruidos de la misma manera de las cajas de luz o rótulos luminosos pero en este sistema la diferencia es que primero el frente no es de metacrilato sino de lona o de panaflex, segundo se pude construir de medidas de tamaños importantes sin uniones de piezas y tercero, la luz se distribuye mucho mejor con lo cuál hace menos sombras. Este sistema es muy utilizado en estaciones de servicio, gasolineras, para forrar fachadas y rehabilitación de fachadas. Este tipo de lona, normalmente se la rotula con impresión solvente.





#### **6.6.7.1.4 Rótulos de Neón o Rótulos de Leds**

Para este tipo de rótulo se utiliza una estructura plana o curva según la necesidad y el sistema eléctrico se lo hace mediante estos dos sistemas (leds o neón) que son sistemas de iluminación de alta calidad, se suele utilizar cuando la forma del rótulo no es recta y el tubo fluorescente no cubre todas las partes a iluminar.



#### **6.6.7.1.5 Rótulos Metálicos**

Este tipo de rótulos se utiliza para forrar fachadas, tipo rótulo comercial, o para darle otro efecto distinto al rótulo promocional. Normalmente se utilizan bandejas plegadas de acero inoxidable o chapa galvanizada lacada y también puede servir de soporte para después instalar encima unas letras corpóreas o rótulo luminoso. Con el rótulo metálico se puede hacer cualquier forma curvada, tipo barraca, monolito, mono poste, banderola con forma, etc. ya que la estructura suele hacerse de hierro para darle la forma y después la forramos de aluminio y metacrilato.



#### 6.6.7.1.6 Rótulos Corpóreos

Se suelen utilizar para tiendas de ropa, joyerías, centros comerciales o incluso para franquicias .Suelen ser rótulos metálicos o aceros lacados, aluminios. La rotulación la hacemos calando o recortando la propia plancha metálica, colocamos detrás la placa de metacrilato y el resultado final es un letrero luminoso que solo se ilumina lo que nosotros hemos cortado por corte por láser.



#### **6.6.7.1.7 Vallas Publicitarias**

Es uno de los soportes de publicidad exterior más efectivos, con más prestigio y que más demanda tiene entre el público en general. Es un soporte plano que puede tener diferentes medidas sobre el que se fijan carteles publicitarios previamente diseñados con la imagen de marca o con el mensaje que queremos transmitir de nuestro cliente. Las vallas publicitarias son hoy en día un elemento más del paisaje urbano e interurbano. Son elementos imprescindibles para una campaña de publicidad.

Por ello, la presentación de anuncios y mensajes publicitarios en este tipo de publicidad exterior es de gran eficacia. Según el mensaje que queramos transmitir, y según la normativa establecida para cada población o ciudad, las vallas se colocan en diferentes lugares deshabitados como solares, edificios en construcción, centros comerciales, polideportivos, avenidas anchas, plazas, parques o jardines.

Tiene también estructura de hierro, sobre la que se coloca el rótulo. Se colocan estratégicamente en fábricas grandes, en grandes superficies, en centros comerciales situados en los accesos a ciudades en vías de circulación.



#### 6.6.7.1.8 Valla mono poste

Que son las utilizadas en los lugares más amplios y donde no hay muros que soporten la valla. Se pueden hacer de dos, tres y cuatro caras con iluminación exterior e interior. Tiene una estructura de hierro y sobre esta, se coloca el rótulo luminoso de panaflex rotulado en impresión digital.



#### **6.6.7.1.9 Valla de tres caras**

La originalidad hace de estas vallas una de las preferidas por las grandes empresas. Estas vallas están formadas por la combinación de una serie de paneles de sección triangular impresos por las tres caras. A través de un sistema automático, las diferentes caras van girando y cambiando el mensaje. Son muy utilizadas para aprovechar el mismo soporte y combinar anuncios diferentes. En el siguiente ejemplo mostramos la forma triangular del panel que diferencia e identifica este tipo de vallas, consecuentemente esta se sostendrá de uno, dos o tres postes según lo requiera las necesidades.



#### 6.6.7.1.10 Valla iluminada

A las vallas de publicidad tradicionales se les puede añadir también iluminación interior. En una forma muy recomendada para visualizar mejor el mensaje en ambientes poco iluminados o de noche generando un mayor número de impactos publicitarios. Puede ser iluminada también exteriormente con la aplicación de focos reflectores.



### **6.6.7.2 Herramientas básicas para la elaboración de un soporte o estructura publicitaria.**

A continuación ponemos a consideración las herramientas más esenciales para realizar la estructura e instalación de un rótulo o una valla, según el orden de su uso.

#### **6.6.7.2.1 El flexómetro**

Esta herramienta de de pequeño tamaño pero de gran precisión, nos sirve para medir de manera longitudinal, toda tipo de material que vayamos a utilizar, como también los espacios en los cuales vamos a instalar nuestros trabajos.

En otras palabras es la primera herramienta que se utiliza en nuestra labor y por que no decirlo en nuestra vida cotidiana.



### **6.6.7.2.2 La escuadra**

Es un tipo de regla que nos ayuda a trazar la línea por donde vayamos a realizar el corte, pudiendo ser este trazo y corte a 90 grados o a 45 grados de inclinación, según sea la necesidad. De igual manera esta herramienta se utiliza al momento de encuadrar las juntas o materiales metálicos a ser soldados para la elaboración del soporte publicitario.



### **6.6.7.2.3 Prensa de banco**

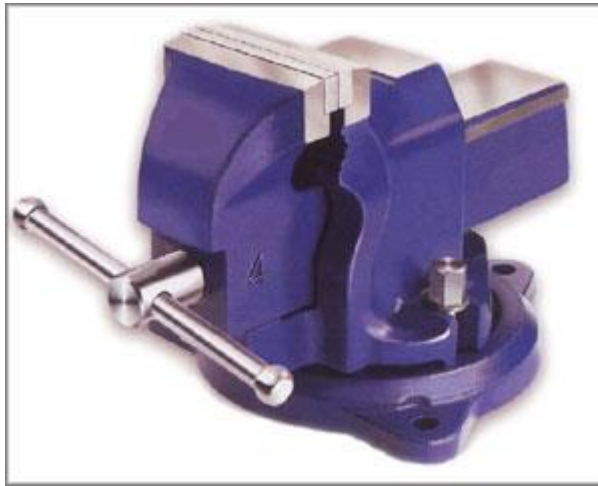
Es una herramienta que sirve para sujetar firmemente piezas o componentes a los cuales se les quiere aplicar alguna operación mecánica. Es un conjunto metálico muy sólido y resistente que tiene dos mordaza, una de ellas es fija y la otra se abre y se cierra cuando se gira con una palanca un tornillo de rosca cuadrada.

Es una herramienta que se atornilla a una mesa de trabajo y es muy común en los talleres de mecánica.



Cuando las piezas a sujetar son delicadas o frágiles se deben proteger las mordazas con fundas de material más blando llamadas galteras y que pueden ser de plomo, corcho, cuero, nailon, etc.

La presión de apriete tiene que estar de acuerdo con las características de fragilidad que tenga.



#### **6.6.7.2.4 Sierra metálica**

Las sierras o arcos para metales tienen un dentado mucho más fino para permitir el corte de los mismos. El corte puede hacerse en el movimiento de ida o en el de vuelta, dependiendo de la colocación de la hoja de sierra. También existe una empuñadura para tener acceso a lugares difíciles. En resumen, la sierra de metal es una herramienta muy útil para cualquier bricolador ya que también corta plásticos y en determinados casos puede utilizarse para cortar madera.



#### **6.6.7.2.5 Soldadora de arco eléctrico**

Esta máquina o herramienta utiliza corriente eléctrica para su funcionamiento, sea esta de 110 voltios o 220 voltios, según las características de la máquina.

Esta sirve para unir o soldar juntas o materiales metálicos, mediante un cordón de metal fundido, producido a través de un electrodo del cual se alimenta esta herramienta.

La soldadura por arco eléctrico es utilizada comúnmente debido a la facilidad de transportación y a la economía de dicho proceso.



#### 6.6.7.2.6 Taladro – taladradora

La taladradora es la máquina herramienta donde se mecanizan la mayoría de los agujeros que se hacen a las piezas en los talleres mecánicos, esta se destacan por la sencillez de su manejo. Tienen dos movimientos: El de rotación de la broca que le imprime el motor eléctrico de la máquina a través de una transmisión por poleas y engranajes, y el de avance de penetración de la broca, que puede realizarse de forma manual sensitiva o de forma automática, si incorpora transmisión para hacerlo.

De todos los procesos de mecanizado, el taladrado es considerado como uno de los procesos más importantes debido a su amplio uso y facilidad de realización, puesto que es una de las operaciones de mecanizado más sencillas de realizar y que se hace necesario en la mayoría de componentes que se fabrican. Además una de las ventajas de esta herramienta es que se puede perforar madera, plástico, metal y concreto, según la broca que se utilice.



#### **6.6.7.2.7 Esmeriladora angular**

Esta herramienta se alimenta de corriente eléctrica de 110 voltios, es fácil de manejar y sirve para cortar y desbastar superficies metálicas.

Es recomendable utilizarla para pulir las aéreas en donde se soldaron los materiales metálicos de una estructura o soporte publicitario.

Trabaja con un disco de roca negruzca formada por el corindón granoso, al que ordinariamente acompañan la mica y el hierro oxidado. Es tan dura, que raya todos los cuerpos, excepto el diamante, por lo que se emplea en polvos para labrar las piedras preciosas, acoplar cristales, deslustrar el vidrio y pulimentar los metales.

Las características de esta máquina le permiten girar y adaptarse a la inclinación necesaria, debido a tamaño y fácil manipulación.



#### **6.6.7.2.8 Compresor de aire**

Esta máquina funciona con corriente eléctrica de 110 voltios, dota de un motor el cual succiona aire y a través de cañerías lo almacena en un tanque metálico de forma cilíndrica, el cual desfogga el aire por las llaves de salida de aire, disparando la pintura colocada en la pistola. La presión con la que dispara el líquido (pintura) puede ser regulada de acuerdo a las necesidades de trabajo, esto permite aplicar pintura en todo tipo de superficies de una manera exacta y con un terminado de calidad.

Su tamaño y características van de acuerdo a las necesidades o tipo de trabajo, siendo el de 2HP el más recomendado para la labor publicitaria.

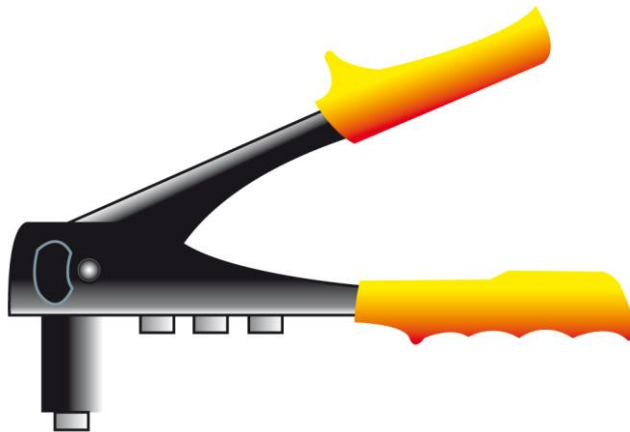


#### **6.6.7.2.9 La remachadora**

Esta herramienta es manual y sirve como su nombre lo indica, para remachar.

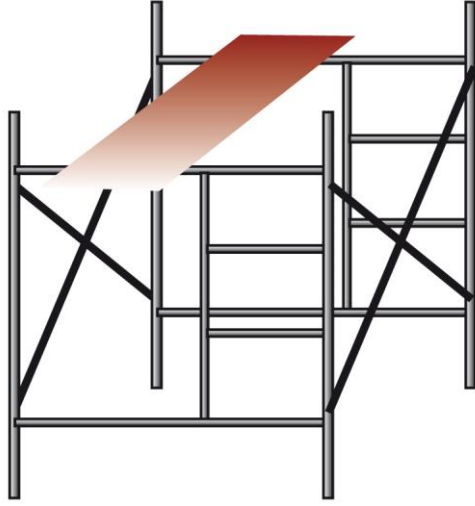
Utiliza dispositivos de sujeción llamados remaches los cuales después de ser colocados en esta, son presionados con una gran fuerza de tal manera que amordaza la superficie que se desea fijar en el soporte publicitario sobre una perforación realizada anteriormente con el taladro.

Esta se encuentra en los centros de venta en una amplia gama de modelos y tamaños de acuerdo a las necesidades de trabajo.



#### **6.6.7.2.10 Modulares**

Estos son un importante elemento para toda instalación de rótulos, debido a que es un tipo de estructura metálica a manera de escaleras armables, los cuales sirven para trabajar de manera segura en espacios peligrosos y alturas considerables, con una resistencia de hasta 300 Kg.



### **6.6.7.3 Materiales necesarios para el ensamblaje e instalación de un rótulo o una valla**

A continuación ponemos a consideración unos de los materiales más prioritarios para esta actividad, tomando en cuenta que las estructuras son metálicas, debido a que estas son las más utilizadas en nuestro medio.

#### **TUBOS METÁLICOS**

Este tipo de material metálico se encuentra en una longitud de 6m y de ancho y espesor de diferente medida de acuerdo a la necesidad o magnitud de la estructura.

Estos nos sirven para estructurar el soporte publicitario y en muchas de las veces para sostener o sujetar la estructura, como es el caso de los tubos poste. Además se puede clasificar por su forma de la siguiente manera:

**TUBOS CUADRADOS.**- Para el trabajo estructural.





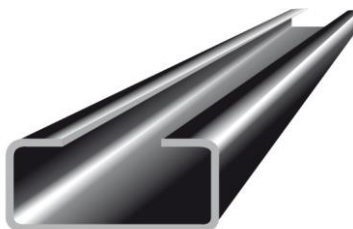
TUBOS RECTANGULARES.- Para el trabajo estructural de los soportes publicitarios.



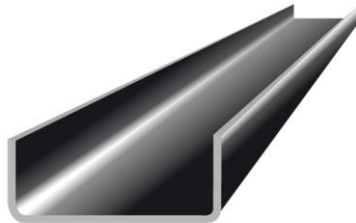
TUBOS CIRCULARES.- Generalmente este tipo de tubo es utilizado para la sujeción, a manera de postes, según el tamaño del soporte publicitario.



CORREA.- En forma de C, esta se utiliza para elaborar la estructura metálica de soporte o sujeción del soporte publicitario, de igual manera, juntando dos de estas correas podemos formar un tubo cuadrado de gran espesor.

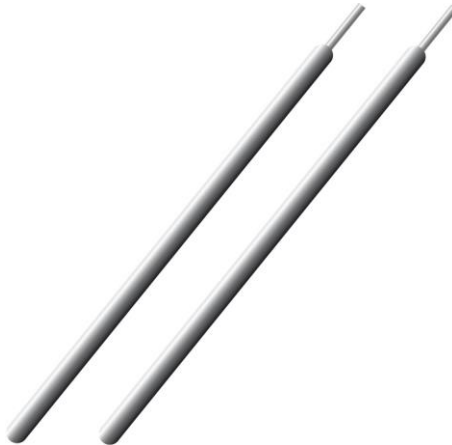


CANAL.- Se utiliza de igual forma que la correa, sin embargo tiene una pequeña modificación en los filos, lo cual lo diferencia de la correa.



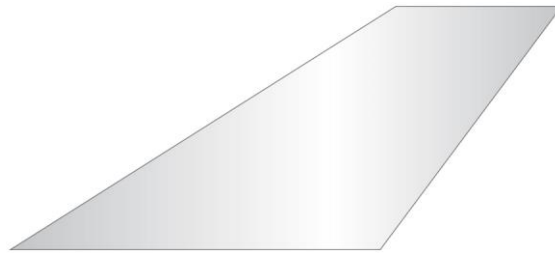
ELECTRODOS.- Son el complemento o dispositivo que utiliza la soldadora de arco eléctrico para fundir y unir las juntas a soldar para la elaboración del soporte publicitario.

Este tiene diferentes numeraciones de acuerdo a sus características, pero el más utilizado para esta actividad es el electrodo de numeración 6011.



LAMINA DE TOLD.- Es una plancha metálica que se encuentra de un tamaño superficial estándar y de diferente medida de espesor, de

igual manera puede ser de acero inoxidable, galvanizado, de aluminio y oxidable. Sirve para elaborar paneles o rótulos metálicos.



**ANTICORROSIVOS.-** Son pinturas sintéticas o acrílicas que protegen a la estructura metálica de la corrosión y efectos ambientales, estos se disuelven con disolventes especiales según su calidad.

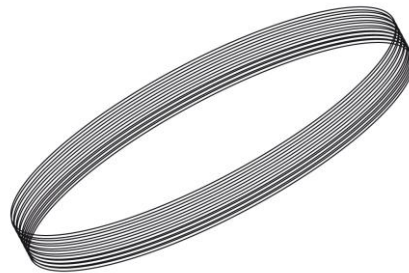


**DISPOSITIVOS DE SUJECION.-** Existen algunos tipos de dispositivos de sujeción, estos sirven como su nombre lo indica, para sujetar, tensionar o amordazar las superficies que contienen el diseño

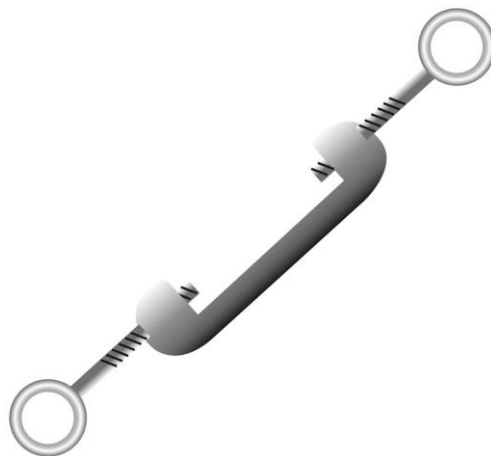
o la impresión del mensaje publicitario con la estructura o soporte metálico publicitario.

A continuación citamos los más utilizados y comunes en nuestro medio.

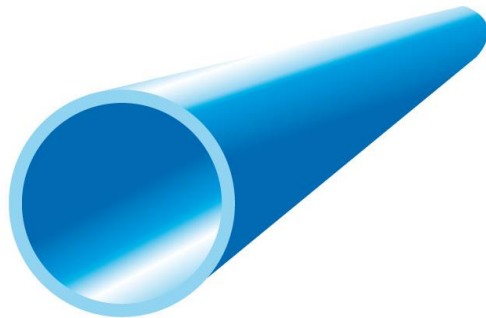
**ALAMBRE.-** Sirve para amarrar y tensionar las superficies del contenido publicitario blandas, contra su respectivo soporte.



**TENSOR.-** Trabaja de la mano con el alambre y sirve para el mismo objetivo. Este dispositivo nos ayuda a tensionar los materiales con una mayor precisión, debido a que funciona con dos roscas de avance lento.



TUBO PLASTICO (PVC).- Este elemento trabaja de igual manera de la mano del alambre y el tensor, mismo que se coloca en las partes laterales de la superficie de impresión, a través de un bolsillo y ayuda a la tensión perfecta de esta sobre el soporte metálico.

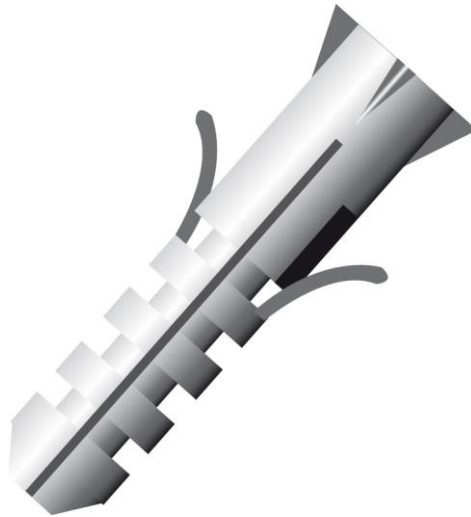


REMACHE.- Es el dispositivo que utiliza la remachadora, para amordazar la superficie de impresión (lona, told, panaflex, cintra, etc.), al soporte metálico, a través de la presión aplicada por la remachadora.



TACO FISHER.- Es un dispositivo de forma cilíndrica y cóncava que se introduce en un agujero perforado a la medida con el taladro, mismo que permite después introducir un tornillo, el cual abrirá una rosca a presión, amordazando así el taco a la superficie sobre la cual

se lo aplica. Generalmente este dispositivo se lo coloca en el concreto (pared).



TIRAFONDOS.- Es un tornillo que como se dijo anteriormente se lo introduce girando y a presión dentro del taco fisher.



PERNO.- Trabaja de igual manera que el tirafondo, a través de una rosca de avance lento, a diferencia de que este posee una tuerca que

entra y sale, ajusta o afloja, según la dirección de giro, lo cual le da mayor sujeción y estabilidad.



Cabe recalcar que los diferentes tipos de dispositivos expuestos anteriormente se encuentran en diferentes tamaños y calidades, según las necesidades de aplicación.

#### **6.6.7.4 Procesos para el ensamblaje e instalación de rótulos y vallas**

A continuación se explica el proceso de ensamblaje e instalación de rótulos y vallas, de las más utilizadas o comunes en nuestro medio.

##### **6.6.7.4.1 Rótulo metálico mono poste de (2,45m 1,20m)**

###### **MATERIALES.**

2 Tubos cuadrados de 1" x 2mm x 6m

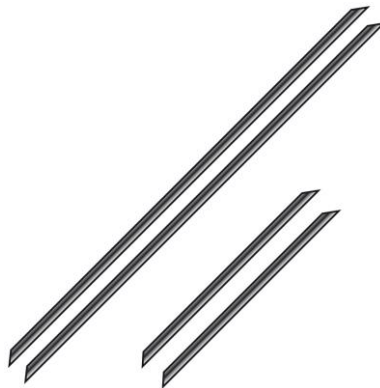
1 Plancha de told de 1,2mm x 2,40m x 1,20m

1 Tubo circular de 3"

2 Pernos de 4" x 10mm

###### **PROCESO:**

1) Cortar los tubos cuadrados en medidas de 2,40m (2) y de 1,20m (2), con un ángulo de 45 grados.





2) Soldar los pedazos de tubo cuadrado cortado, formando un marco rectangular.



3) Sobre el marco rectangular obtenido, soldamos la plancha de told, obteniendo una estructura compacta.



4) Sobre esta colocamos o adherimos el vinilo de corte o vinilo impreso con el mensaje publicitario.



5) Realizamos 1 perforación en el tubo superior e inferior de la estructura y de igual forma y a la misma medida en el tubo circular, para proceder a empernar el soporte al poste de sujeción.



6) Finalmente lo fijamos al suelo, realizando una excavación de 50cm de profundidad en el piso, para implantar el pie del poste del rótulo, sellándolo con concreto.



#### 6.6.7.4.2 Rótulo comercial en lona de (4m x 1m)

##### MATERIALES:

2 Tubos cuadrados de 2" x 2mm x6m

20cm de platina de 1,5" x1mm

30 Remaches de 1"

4 Tacos Fisher número 10

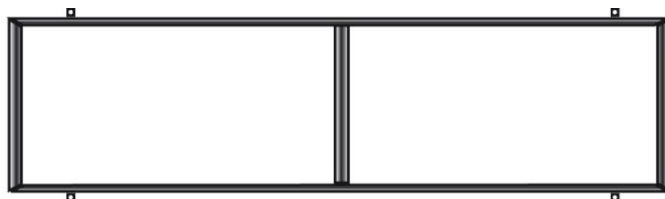
4 Tirafondos de 1,5" x 10mm

##### PROCESO:

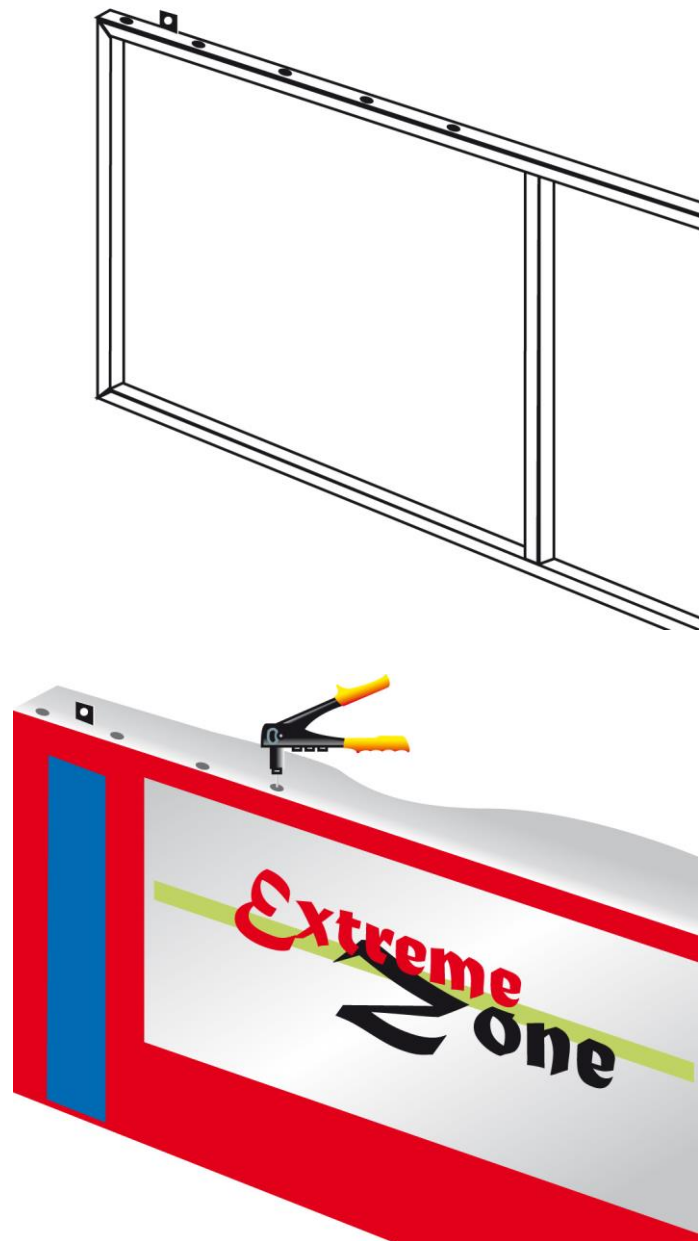
1) Repetimos los pasos 1 y 2 del proceso anterior, a diferencia de que ahora aumentamos un tubo vertical más en el centro del marco, debido a su tamaño.



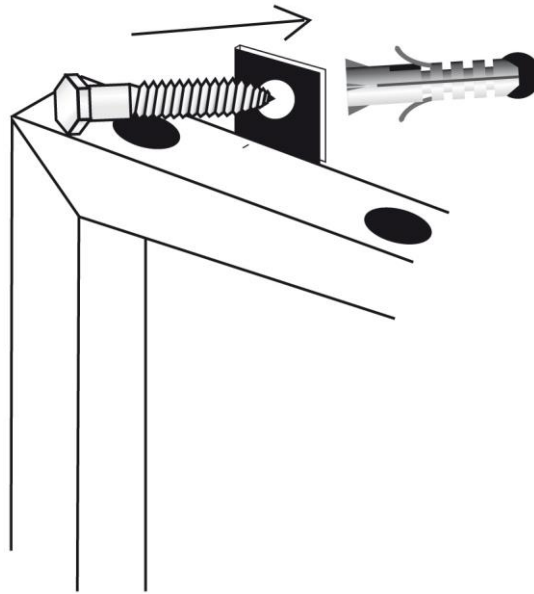
2) cortamos 4 pedazos de 5cm de platina de 1,5" x 1mm, los perforamos en el centro y soldamos dos a cada lado, superior e inferior de la estructura.



3) Hacemos 30 perforaciones del tamaño del remache, alrededor de la estructura, centramos y alineamos la lona impresa al marco metálico y uno a uno procedemos a colocar los remaches, amordazando la lona a la estructura y tratando de tensionar perfectamente la lona.



4) Señalamos los puntos exactos de perforación de las platinas de la estructura en la pared o superficie en donde se lo va a colocar, la perforamos a la medida de lo tacos Fisher número 10 y atornillamos.



#### 6.6.7.4.3 Rótulo comercial luminoso de (2m x 1m)

##### MATERIALES:

3 Tubos cuadrados de 1,5" x 2mm x 6m

20cm de platina de 1,5" x 1mm

30 Remaches de 1"

4 Tacos Fisher número 10

4 Tirafondos de 1,5" x 10mm

2 Lámparas luminarias

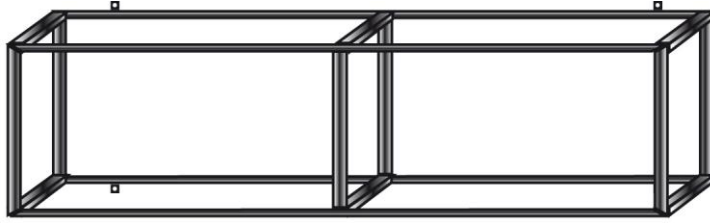
1 Lámina de acrílico

##### PROCESO:

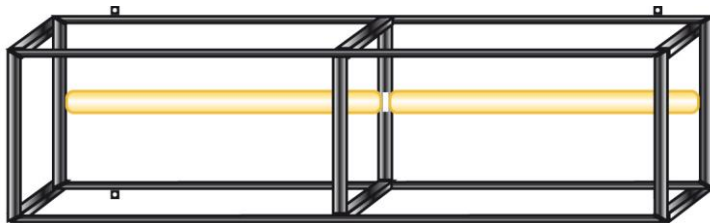
1) Repetimos los pasos 1 y 2 del proceso anterior, a diferencia de que ahora hacemos otra estructura más de las mismas, las cuales nos ayudarán a dar forma cúbica al rótulo, para poder adaptar las lámparas dentro de este.



2) Cortamos 6 pedazos de 20cm del mismo tubo cuadrado con cortes de 90 grados o rectos y los soldamos uniendo los dos marcos que ya elaboramos de la siguiente manera:



3) Con la estructura lista, podemos adaptar las lámparas en su interior.



4) Para el ensamblaje de la lona realizamos el mismo proceso del paso 3 del rótulo anterior, con la diferencia de que ahora colocamos una lámina de acrílico en la parte posterior y laterales del rótulo, para la reflexión de la luz.



5) Para su instalación de igual manera, señalamos los puntos exactos de perforación de las platinas de la estructura en la pared o superficie en donde se lo va a colocar, la perforamos a la medida de lo tacos Fisher número 10 y atornillamos. Para este paso nos valemos o utilizamos los modulares para mayor seguridad y comodidad.

NOTA: Los rótulos pueden ensamblarse con remaches y tacos Fisher, siempre y cuando vayan implantados o instalados sobre la pared, en tamaños de hasta 20 metros cuadrados de superficie.

#### **6.6.7.4 Valla publicitaria en lona de (5m x 3m)**

##### **MATERIALES:**

6 Tubos cuadrados de 3" x 3mm x 6m

4 Canales metálicos de 100mm x 3mm x 6m

6 Tubos cuadrados de 1" x 2mm x 6m

6 Pernos de 8" x 12mm

3 tubos (PVC) de 12mm x 6m

6 Tensores

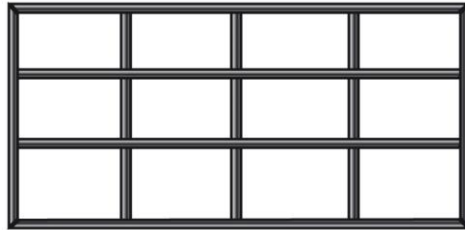
25m de alambre sólido de 3mm

##### **PROCESO:**

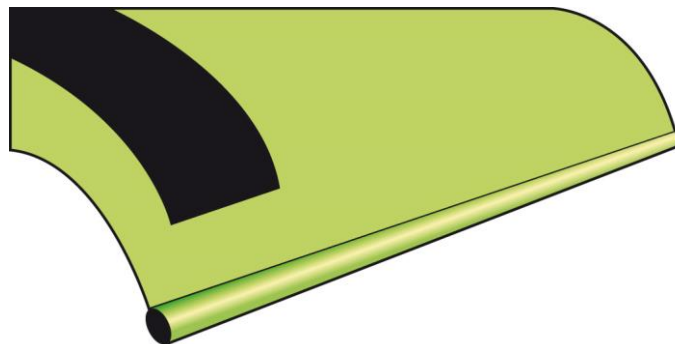
1) Elaboramos un marco rectangular de medidas, 5m x 3m, con tubo cuadrado de 3" x 3mm x 6m, y en su interior soldamos dos tubos horizontalmente, de manera centrada y alineada; entre los espacios



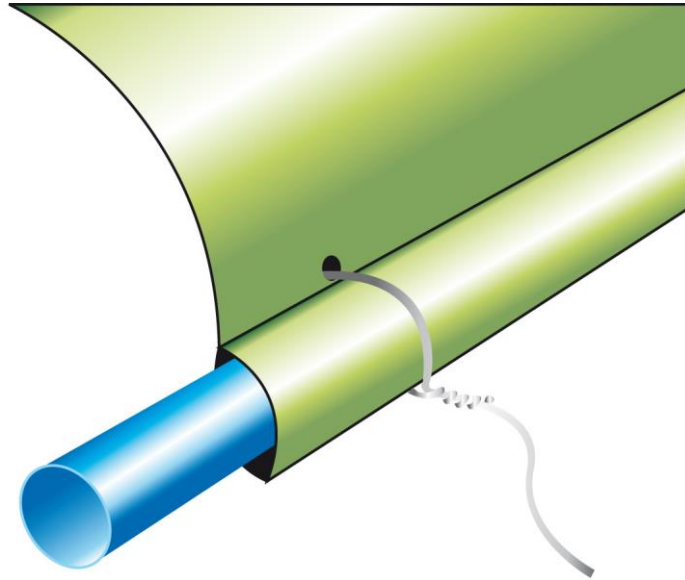
horizontales iremos soldando pedazos del mismo tubo, en forma vertical de tal manera que iremos formando cuadrículas dentro de la estructura, de esta manera.



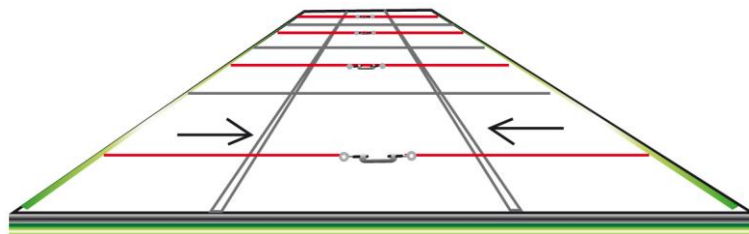
2) Una vez elaborado el soporte o marco metálico, en los extremos laterales de la lona ya impresa hacemos dobleces hacia adentro y pegando solo el filo, de tal manera que formemos una ranura circular, a la cual llamaremos bolsillo.



3) A través de los bolsillos introducimos el tubo circular (PVC) de 12mm a la medida, para contra estos amarrar las puntas de pedazos de alambre solido de 3mm.



4) Encuadramos la lona en la estructura o marco y mediante los tensores y alambres, procedemos a templar la lona por la parte posterior.



5) Debido al tamaño y peso de la estructura metálica, debemos armar estructuras metálicas en forma de torre, para su sujeción y fijación al piso, utilizando dos canales, en los cuales soldaremos pedazos de tubo cuadrado de 1" x 2mm x 6m, de manera horizontal y vertical, por dentro de los canales y por los dos lados, formando así una estructura de soporte para el marco.

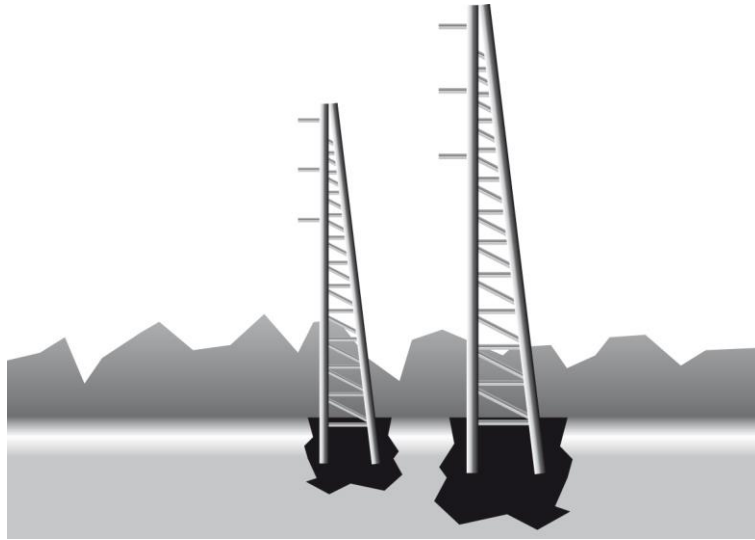


6) En la parte superior de la estructura de sujeción del marco soldamos 3 pedazos de tubo cuadrado de 3" x 3mm x 6m de 40cm de largo debidamente perforados, que serán las bases para el montaje y desmontaje de la placa publicitaria.



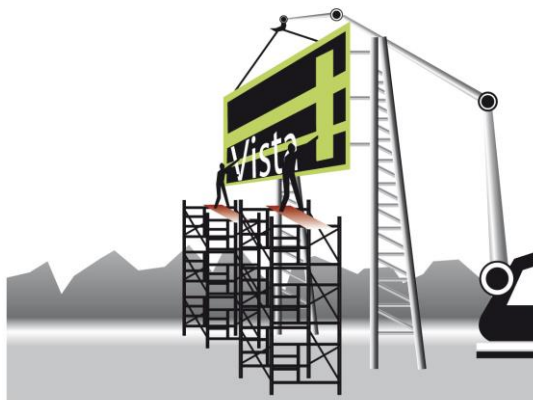
7) Fijamos las torretas o soportes del rótulo al piso, a través de una excavación de 80cm y sellando con hormigón, estas se ubicarán a la

distancia requerida una de otra de tal manera que podamos ensamblar el gran rótulo a sus soportes.



8) Para ensamblar el gran rótulo a los postes, utilizamos modulares para mayor seguridad, subimos el rótulo con un brazo mecánico, hasta hacer coincidir las perforaciones de los postes y del soporte publicitario, para proceder a empernar.

Este mecanismo nos permite montar y desmontar el soporte publicitario de mejor manera.



**NOTA.-** Los materiales que se utilicen para la elaboración de una estructura o soporte publicitario varían en características y tamaños paralelamente a los tamaños y características de los rótulos y vallas.

## **6.7 Impactos**

### **6.7.1 Impacto social**

La presente guía, ponemos a consideración de los estudiantes porque se trata de un auxiliar de trabajo, como un valioso aporte para su labor profesional.

Toda sociedad pretende con urgencia cambios y aportes fundamentales, y la mejor manera de alcanzarlos, es estableciendo relaciones entre la teoría y la práctica en el momento de adquirir conocimientos. De tal manera que aportamos ante la sociedad con un instrumento de capacitación e implementación de conocimientos.

Esta GUIA PRACTICA sugiere el uso de herramientas, materiales y mecanismos básicos, que permiten desarrollar las labores de rotulación, de tal forma que los futuros diseñadores gráficos se integren de una forma más fácil al campo laboral, como entes activos de la sociedad y su desarrollo integral.

### **6.7.2 Impacto Tecnológico**

El presente trabajo ayuda a desarrollar las capacidades del Diseñador Gráfico, en cuanto al uso de materiales, herramienta y tecnologías que son de gran importancia y bastante necesarios de conocer, para así poder estar lo más actualizados posibles con respecto a las diarias innovaciones.

### **6.8 Difusión**

Nuestro anhelo es que la propuesta planteada, sea analizada y puesta en práctica por los docentes y estudiantes de nuestra institución, a manera de incentivo para la implantación de horas clase en el pensum de estudios de los Diseñadores Gráficos, con respecto a este tema.

Para poder cumplir con nuestro objetivo, es necesario conocer y aplicar los conocimientos prácticos que contiene este documento, lo cual genera en nosotros más seguridad al momento de sugerírsenos un trabajo por nuestros clientes.

De esta manera estaremos estimulando en los futuros profesionales del Diseño Gráfico, una pequeña iniciativa de trabajar y formar pequeños talleres personales, a manera de microempresa, lo cual influirá de manera directa en el desarrollo socioeconómico del mismo.

## 6.9 Bibliografía

- 1) ANTONIMO José, 1992  
**“La Composición en el Dibujo y la Pintura”**  
Ed. CEAC, 2ª edición,  
Barcelona – España
- 2) ARNHEIM R;  
**“Arte y Percepción Visual”**  
Versión Española
- 3) AYALA P,  
**“Composición y Diseño Publicitario”**  
5ª Edición, Editorial Víctor  
Buenos Aires - Argentina
- 4) CAMPOS ASENJO J,  
**“Dibujo Técnico”**  
Edición Campos, 1982
- 5) COSTA Joan,1987  
**“Imagen Global”**  
1ra edición, Ediciones CEAC, S. A. Barcelona - España
- 6) DOMINGUEZ USETA, E,  
**“Dibujo Técnico”**  
Editorial BRUÑO, Madrid
- 7) EMRENZWEIG, A,  
**“Psicoanálisis de la Percepción Artística”**  
Colección Comunicación Visual
- 8) ESPINOSA José; GALARZA Patricio; MERIZALDE Carlos,  
**“Estructura de la forma Plástica”**  
Instituto Andino de Artes populares, “Andrés Bello”
- 9) HENN John, 1992  
**“Introducción a la pintura y el Dibujo”**

Ediciones Susaeta, S. A.,  
Madrid – España

- 10) NATURART, S. A., 1994  
**“Biblioteca del Diseño Gráfico”**  
Editorial BLUME (tomos 1 y 2)  
Barcelona
- 11) PÁGINA WEB, [www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com)
- 12) PÁGINA WEB, [es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org)
- 13) PÁGINA WEB, [www.alicante-ayto.com](http://www.alicante-ayto.com)
- 14) **Ordenanza Reguladora de Instalación de Vallas Publicitarias-1998.**



# ANEXOS

## **ANEXO 1. Formulario del Diagnóstico**

### **UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**

#### **Formulario de Diagnóstico para estudiantes de Diseño Gráfico**

##### **1. ¿Señale el concepto correcto de lo que es un rótulo?**

a) Letrero o inscripción con que se indica o da a conocer el contenido, objeto o destino de una cosa, o la dirección a la que se envía. Cartel publico para dar noticia o aviso de una cosa.\_\_\_\_\_

b) Impresión basada en el principio de estarcido; utiliza pantallas de ceda, nylon o tela metálica cuyas mallas solo dejan pasar el color en la zonas en que no se ha aplicado una sustancia impermeable.\_\_\_\_\_

##### **2. ¿Ha realizado alguna vez un rótulo o una valla?**

SI\_\_ NO\_\_

##### **3. ¿Cuánto conoce acerca de la instalación de rótulos y vallas?**

NADA\_\_ POCO\_\_ MUCHO\_\_

##### **4. ¿Ha realizado alguna vez la estructura o soporte para instalar un rótulo o una valla?**

SI\_\_ NO\_\_

##### **5. ¿Si respondió SI en la pregunta anterior señale las herramientas que utilizó para este trabajo?**

Sierra metálica \_\_\_\_ Carretilla \_\_\_\_ Compresor de aire \_\_\_\_

Martillo \_\_\_\_ Taladro \_\_\_\_ Rachas \_\_\_\_

Poleas \_\_\_\_ Nivel \_\_\_\_ Destornilladores \_\_\_\_

Escaleras \_\_\_\_ Soldadora \_\_\_\_ Modulares \_\_\_\_

Tensores \_\_\_\_ Escuadra \_\_\_\_ Elevador mecánico\_\_\_\_

Esmeriladora \_\_\_\_ Pala \_\_\_\_ Remachadora \_\_\_\_

**6. ¿Piensa que se debería incorporar horas clase para prácticas o talleres de aplicación acerca de instalación de rótulos y vallas?**

SI\_\_\_ NO\_\_\_

Porqué\_\_\_\_\_

---

**7. ¿En dónde desearía Ud. realizar sus labores profesionales?**

Institución pública \_\_\_\_\_

Empresa privada \_\_\_\_\_

Microempresa propia \_\_\_\_\_

**8. ¿Ha necesitado Ud. alguna vez la ayuda de profesionales del Diseño Gráfico para realizar un trabajo (rótulo o valla)?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

Por qué \_\_\_\_\_

---

**9. ¿Señale los materiales que piensa Ud. que se podrían utilizar para la instalación de un rótulo o una valla?**

Perfiles \_\_\_ Ángulos \_\_\_\_\_ Lona \_\_\_\_\_

Alambre\_\_\_ Electroodos \_\_\_\_\_ Masquin \_\_\_\_\_

Lijas \_\_\_\_\_ Discos de desbaste \_\_\_\_\_ Contac \_\_\_\_\_

Tubos \_\_\_\_\_ Anticorrosivos \_\_\_\_\_ Cintra \_\_\_\_\_

Postes \_\_\_\_\_ Told \_\_\_\_\_ Remaches \_\_\_\_\_

**10. ¿Cuan necesario cree Ud. que sería la elaboración de una guía práctica de diseño e instalación de rótulos y vallas?**

NADA\_\_\_ POCO\_\_\_ MUCHO\_\_\_

## ANEXO 2. Matriz de Coherencia interna

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>
<p>La falta de capacitación acerca de la instalación de rótulos y vallas en los estudiantes de Diseño Gráfico.</p>	<p>Elaborar propuestas de capacitación para la instalación de rótulos y vallas, partiendo de la investigación, para implementar el currículo en la formación del Diseñador Gráfico.</p>
<b>SUBPROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>
<p>¿En qué nivel de conocimiento están los estudiantes de Diseño Gráfico de la UTN, acerca de la instalación de rótulos y vallas?</p> <p>¿Es necesario para los estudiantes de Diseño Gráfico obtener conocimientos prácticos acerca de la instalación de rótulos y vallas?</p> <p>¿Qué conocimientos básicos necesitan los estudiantes de Diseño Gráfico para realizar la instalación de un rótulo o valla?</p>	<p>Realizar un diagnóstico a los estudiantes de Diseño Gráfico, utilizando la investigación, para conocer su nivel de conocimiento acerca de la instalación de rótulos y vallas.</p> <p>Hacer un análisis y estudio de las problemáticas causadas debido al desconocimiento acerca del tema, para empezar a establecer posibles estrategias de solución del problema.</p> <p>Recolectar toda la información posible acerca del tema, valiéndonos de la investigación, para así poder contar con un soporte técnico informativo.</p>

<p>¿Cómo podríamos contribuir para que el estudiante de Diseño Gráfico tenga conocimientos prácticos acerca de la instalación de rótulos y vallas?</p>	<p>Plantear una metodología de capacitación en la instalación de rótulos y vallas, para satisfacer las necesidades de conocimiento de los Diseñadores Gráficos.</p>
--	---