



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
(UTN)**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
(FECYT)**

**CARRERA:** *Diseño Gráfico*

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, EN LA  
MODALIDAD:** *Proyecto*

**TEMA:**

**“Estudio de los íconos representativos de la cultura Caranqui, para el  
diseño de una fuente tipográfica con identidad étnica, durante el año  
2021”**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciatura en Diseño  
Gráfico.**

**Línea de investigación: Proyecto de Investigación.**

**Autor (a): Muñoz Hernández Katherine Belén.**

**Director (a): MSc. Ortiz Dávila Andrés David.**

**Ibarra - Junio – 2022**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003225339		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Muñoz Hernández Katherine Belén		
DIRECCIÓN:	Uruguay y Av. Fray Vacas Galindo		
EMAIL:	kbmuniozh@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	06 5002778	TELÉFONO MÓVIL:	0984106241

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de los íconos representativos de la cultura Caranqui, para el diseño de una fuente tipográfica con identidad étnica, durante el año 2021.
AUTOR (ES):	Katherine Muñoz
FECHA: DD/MM/AAAA	22 de junio de 2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Diseño Gráfico
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Andrés David Ortiz Dávila

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 22 días del mes de junio de 2022

EL AUTOR:



(Firma).....

Nombre: Katherine Belén Muñoz Hernández



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
DISEÑO GRÁFICO**

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

**FECYT**

Msc. Raimundo López,  
SR. DECANO:

De mis consideraciones:

En mi calidad de Director del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE LOS ÍCONOS REPRESENTATIVOS DE LA CULTURA CARANQUI, PARA EL DISEÑO DE UNA FUENTE TIPOGRÁFICA CON IDENTIDAD ÉTNICA, DURANTE EL AÑO 2021" de autoría de la srta.: Muñoz Hernández Katherine Belén estudiante de Diseño Gráfico; luego del proceso de revisión me permito consignar la nota de 9/10 (nueve y sobre diez).

El trabajo puede disponerse a sustentación pública y recomendar a través de su autoridad la aprobación para proseguir con los trámites legales.

*Ciencia y Técnica al Servicio del Pueblo*



Msc. David Ortiz Dávila  
Director de Trabajo de grado

(593) 990341260  
[adortiz@utn.edu.ec](mailto:adortiz@utn.edu.ec)  
[www.utn.edu.ec](http://www.utn.edu.ec)

**Anexo:** Reporte de Urkund

Ibarra, 11 de abril del 2021

## **DEDICATORIA**

A mis padres, por ser las personas que han estado conmigo en todo momento impulsándome y comprendiéndome en la adversidad, han hecho de mí una persona que aprende a forjar las bases para enfrentarme a la vida.

A mis hermanas, por brindarme momentos de bienestar y acompañarme en la dificultad; sin su buena energía mi vida no tendría el mismo sentido.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por confiar en mí, por el apoyo y la fuerza para que logre alcanzar mis objetivos de vida.

A la Universidad Técnica del Norte, por abrirme sus puertas y formarme para ser profesional, a las autoridades administrativas por reintegrarme al proceso de finalización de mi carrera.

A mis docentes por compartir sus conocimientos y por la paciencia, en especial a mi tutor de trabajo de titulación MSc. David Ortiz.

Gracias.

## RESUMEN

La tipografía es una forma de expresar el arte en la escritura para los medios digitales e impresos que, a partir de la selección y técnica del manejo de tipos, se involucra diseños con características comunes. El objetivo de la investigación es tomar de referencia el estudio de los íconos más representativos de la cultura Caranqui su historia, vestigios y diseños en piedras y crear modelos a raíz de estos elementos implícitos. Con la ayuda de herramientas manuales y digitales se elabora una tipografía con rasgos culturales que fomentaría la identidad étnica en productos publicitarios o de mercado. La presente es una investigación documental, de campo, descriptiva y propositiva; se aplica la muestra por medio del muestreo aleatorio simple, de la cual se realiza una encuesta a 120 estudiantes que cursan los últimos niveles de las carreras de Diseño y Publicidad y de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte para determinar la familia, tipo, estilo, preferencias y características del diseño tipográfico andino ecuatoriano. Por medio de las entrevistas a expertos en pre historia de la zona Norte de Ecuador, y los métodos de investigación aplicados, se realiza una búsqueda de los objetos para diseñar los trece íconos más relevantes. Se utiliza a dos íconos, los petroglifos y se elabora las dos fuentes tipográficas “Petro” y “Tola”. De esta manera se concluye que los petroglifos, la tola hemisférica y la tola cuadrangular con rampa son las características principales para la creación de las fuentes.

**Palabras clave:** Iconos, diseño, fuente, tipografía, cultura Caranqui, etnia.

## **ABSTRACT**

Typography is a way of expressing art in writing for digital and printed media that, based on the selection and technique of managing types, involves designs with common characteristics. The objective of the research is to take as a reference the study of the most representative icons of the Caranqui culture, its history, vestiges and stone designs, and create models based on these implicit elements. With the help of manual and digital tools, a typography with cultural traits is created to promote ethnic identity in advertising or market products. This is a documentary, field, descriptive and purposeful investigation; The sample is applied by means of simple random sampling, from which a survey is carried out on the 120 students who are studying the last levels of the Design and Advertising and Graphic Design careers of the Universidad Técnica del Norte to determine the family, type, style, preferences and characteristics of Ecuadorian Andean typographic design. Also through interviews with experts in prehistory of the North of Ecuador, José Echeverría Almeida and Nelly Ruiz, and the applied research methods, a search for objects within the territory of the Caranqui culture is carried out, among which are the tolas, the terraces of Pimampiro and the petroglyphs stand out, the museums of the city of Ibarra are also visited to take photographs of the stone objects and vessels and the thirteen most relevant icons are selected and designed. Two petroglyph icons are used; With the first, 6 compositional modules are created and the first typographic font "Petro" is created; with the second icon, the second typography "Tola" is made experimentally, its name due to the similar shape of a tola and in this way it is concluded that the petroglyphs and the quadrangular tola with ramp and hemispherical are the main characteristics for the creation of a source.

**KEYWORDS:** Icons, design, font, typography, Caranqui culture, ethnicity.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
INTRODUCCIÓN.....	XIII
JUSTIFICACIÓN.....	XIII
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	XIV
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	XV
DELIMITACIÓN.....	XV
OBJETIVOS.....	XV
Objetivo General.....	XV
Objetivos Específicos.....	XV
CAPÍTULO I.....	16
1. MARCO TEÓRICO.....	16
1.1. Estado del Arte.....	16
1.1.1. El estado y nacionalidad Caranqui o Carangue.....	16
1.1.2. Los Caranquis.....	16
1.1.3. Cultura Caranqui.....	17
1.2. Fundamentación Teórica.....	21
1.2.1. Fundamentación filosófica.....	21
1.2.2. Fundamentación psicológica.....	22
1.2.3. Fundamentación social.....	24
1.2.4. Fundamentación científica.....	24
1.2.5. Análisis de la estructura tipográfica.....	29
1.2.6. Posicionamiento Teórico personal.....	34
CAPÍTULO II.....	35
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.1. Tipo de Investigación.....	35
2.1.1. Investigación documental.....	35
2.1.2. Investigación de campo.....	35
2.1.3. Investigación descriptiva.....	35
2.1.4. Investigación propositiva.....	35
2.2. Método.....	36

2.2.1. Método Hipotético – Deductivo.....	36
2.2.2. Método Analítico.....	36
2.2.3. Método Estadístico.....	36
2.2.4. Método Cualitativo.....	37
2.3. Técnicas .....	37
2.3.1. Preguntas de investigación y/o hipótesis .....	38
2.4. Población .....	38
2.4.1. Muestra.....	39
2.5. Matriz diagnóstica.....	40
CAPÍTULO III .....	41
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	41
3.1. Análisis e interpretación de resultados. ....	41
3.1.1. Análisis e interpretación de la encuesta. ....	41
3.1.2. Análisis e interpretación de las entrevistas. ....	47
CAPÍTULO IV .....	55
4. PROPUESTA .....	55
4.1. Tema .....	55
4.2. Introducción .....	55
4.3. Desarrollo de la propuesta. ....	55
4.3.1. Búsqueda de objetos Caranquis.....	55
4.3.2. Identificación de los íconos representativos de Caranqui. ....	56
4.3.3. Ilustraciones y diseño de íconos.....	59
4.3.4. Módulo Compositivo y experimentación.....	60
4.3.5. Diseño de una fuente tipográfica.....	63
4.3.6. Aplicaciones:.....	73
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	79
Bibliografía.....	81
ANEXOS .....	83

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Tolas hemisféricas de Caranqui.</i> .....	18
Figura 2 <i>Tola cuadrangular de hacienda Zuleta.</i> .....	18
Figura 3 <i>Los tres niveles del cosmos</i> .....	29
Figura 4 <i>Distribución de la altura y rasgos tipográficos.</i> .....	32

Figura 5 Líneas de referencia.....	33
Figura 6 Trazos terminales.....	34
Figura 7 Tipo de fuente por familia.....	41
Figura 8 Fuente por tipo.....	42
Figura 9 Tipo de fuente según el estilo.....	42
Figura 10 Tipo de letra de preferencia.....	43
Figura 11 Tipo de letra que prefiere seleccionar.....	44
Figura 12 Características de una familia tipográfica.....	44
Figura 13 Probable problemática de diseño ecuatoriano.....	45
Figura 14 Uso de tipografía aplicada a diseño.....	46
Figura 15 Disposición de uso de tipografía andina.....	47
Figura 16 Diseño de letras según la proporción del Ícono 4, petroglifo 1.....	65
Figura 17 Estructura de letras.....	66
Figura 18 Diseño final de tipografía “Petro”.....	67
Figura 19 Diseño final de tipografía “Tola”.....	68
Figura 20 Plantillas para letra mayúscula y minúscula.....	69
Figura 21 Letra “B” en vectores convertida en un objeto.....	69
Figura 22 Vocal “é”, convertida en objeto.....	70
Figura 23 Tipografía “Tola” en interfaz Font forge.....	70
Figura 24 Interletrado tipografía “Petro”.....	71
Figura 25 Ventana de métricas de tipografía “Petro”.....	71
Figura 26 Atributos de fuente y generar fuente.....	71
Figura 27 Archivo instalable Petro.otf.....	72
Figura 28 Archivo instalable Tola.otf.....	72
Figura 29 Aplicación de tipografía “Petro” en indumentaria.....	73
Figura 30 Ampliación de figura 28.....	73
Figura 31 Aplicación de tipografía “Tola” en el ícono tola hemisférica para estampado.....	74
Figura 32 Señalética para interiores usando tipografía “Petro”.....	74
Figura 33 Aplicación de tipografía “Petro” en papel tapiz.....	74
Figura 34 Aplicación de tipografía “Petro” en señalética para interiores.....	75
Figura 35 Simulación de un espacio en un museo, aplicando la señalética y el papel tapiz.....	75
Figura 36 Aplicación de ilustración y tipografía “Petro” en camiseta.....	79
Figura 37 Afiche íconos “Caranquis” con tipografía “Petro” y “Tola”.....	80
Figura 38 Hojas volantes informativas con las tipografías “Petro” y “Tola”.....	81

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sensibilidad tipográfica.....	22
Tabla 2 Leyes Compositivas.....	25
Tabla 3 Tipografía con serif.....	31
Tabla 4 Tipografía sin serif.....	31
Tabla 5 Recopilación de información mediante encuesta.....	37
Tabla 6 Recopilación de información mediante entrevista.....	38
Tabla 7 Población de estudiantes de las carreras de diseño gráfico y publicidad.....	39

Tabla 8 <i>Recursos</i> .....	39
Tabla 9 <i>Matriz diagnóstica</i> .....	40
Tabla 10 <i>Íconos en territorio de la cultura Caranqui</i> .....	56
Tabla 11 <i>Objetos de piedra de la cultura Caranqui en museos</i> .....	57
Tabla 12 <i>Vasijas de la cultura Caranqui en museos</i> .....	58
Tabla 13 <i>Diseño de ícono “Petroglifo1” y “Compotera con pedestal”</i> .....	59
Tabla 14 <i>Diseño de íconos de “Vasija compleja”, “Terrazas agrícolas” y “Vasija zapato”</i> .....	60
Tabla 15 <i>Módulo compositivo 1</i> .....	61
Tabla 16 <i>Módulo Compositivo 2,3 y 4</i> .....	62
Tabla 17 <i>Módulo Compositivo 5</i> .....	62
Tabla 18 <i>Módulo Compositivo 6</i> .....	63
Tabla 19 <i>Diseño de la letra “O”, del signo de peso o de dólar “\$” y la arroba “@”</i> .....	64

# INTRODUCCIÓN

## JUSTIFICACIÓN

La investigación se la realizó para un estudio más profundo de los íconos más representativos de la nación “Caranquis” asentados en la parroquia de Caranqui, rica en cultura y tradiciones; y que gracias a sus especiales características y antecedentes de una población indígena que trascendió en la conquista Inca, se la tomó como base para la realización de una tipografía.

La historia de toda cultura es la base que fundamenta la identidad de dicha sociedad, está conformada por valores, orgullo, tradiciones, símbolos y creencias que fortalecen el sentimiento de pertenencia, y que hacen parte de la diversidad, al interior de las sociedades.

Con el propósito de vincular los rasgos culturales se diseña una tipografía, que permita fundamentar la ideología cultural de Caranqui, y establecer un principio de identidad en la ciudad de Ibarra, es decir, se respaldó mediante el diseño tipográfico la fortaleza y riqueza cultural que heredó ésta nación a los pobladores de esta ciudad.

La investigación, permite además tener una respuesta del público objetivo en función de motivar los intereses de la sociedad hacia la cultura e historia de Caranqui, identificándose mediante las características tipográficas y su implicación autóctona.

La expresión real de este fomento cultural sería a través del diseño de productos publicitarios tales como, indumentaria, señalética, afiches, que se expresen mediante la tipografía diseñada al aval cultural requerido en estos productos.

Para empezar, se describe en primer lugar el problema de la investigación propuesta, y comprende los antecedentes, el planteamiento del problema, la formulación del problema, la delimitación que incluye las unidades de observación la delimitación espacial y temporal, la primera parte describe el lugar donde se realizó la investigación y el tiempo. El objetivo general y los específicos donde se puntualizan las actividades que permiten el desarrollo de la investigación y finalmente la justificación que determina y explica los elementos en que se apoyó la factibilidad del proyecto.

El Capítulo I, fundamenta la investigación con el marco teórico, el estudio de la cultura Caranqui, describiendo la historia, los principales elementos representativos de su cultura para más adelante definirlos como íconos, por otro lado, se precisan las definiciones de cada elemento presentado para la elaboración de una tipografía como base de conocimiento para el trabajo de titulación.

El Capítulo II, analiza los tipos de investigación, la metodología que comprende los métodos, técnicas e instrumentos que permitieron recolectar información y a la vez cumplir los objetivos propuestos en la investigación, la población y muestra

El Capítulo III, permite analizar e interpretar los resultados obtenidos a través de los métodos utilizados, en este caso una encuesta realizada a 120 estudiantes de los últimos niveles de la carrera de diseño gráfico y publicidad, obtenidos como muestra para su análisis, al igual que las entrevistas realizadas a expertos en el tema de cultura andina como en la cultura Caranqui para la obtención de los 13 íconos más representativos de la misma.

El Capítulo IV, se llevó a cabo la propuesta para la realización de un diseño tipográfico con identidad cultural a través del estudio de los íconos representativos de la cultura Caranqui, se escogieron 2 íconos de los petroglifos; con el primero se lo utilizó para realizar los 6 módulos compositivos y a partir de estos se diseñó la primera tipografía “Petro”; con el segundo ícono, se realizó de manera experimental la segunda tipografía “Tola”.

El Capítulo V, muestra las conclusiones con concordancia a los objetivos planteados anteriormente en el capítulo uno, obteniendo como objetivo principal la elaboración de una fuente tipográfica con identidad cultural (cultura Caranqui) y sus respectivas recomendaciones para la realización del trabajo de titulación.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El sector de Caranqui, guarda una amplia riqueza histórica y cultural, donde se involucran acontecimientos que tienen un efecto internacional importante, los hallazgos arqueológicos muestran una cultura muy avanzada, pues son bastantes los vestigios que esta cultura dejó. La legendaria existencia de los Caranquis quedó impregnada en el diseño de los sitios y objetos que se han descubierto, sin embargo, esta historia es desconocida para muchas personas, por lo que no permiten la emisión de criterios que describan a la cultura Caranqui.

El olvido de esta cultura, sus valores, orgullos, tradiciones, símbolos y creencias que representan una parte de los ibarreños, ha permitido una fragilidad cultural, debilitando la concepción de identidad y la necesidad del ser humano de pertenecer a un grupo, el cual tenga sus características propias y heredadas, y una riqueza histórica guardada en sus costumbres.

A pesar de que los libros de historia mantienen en sus páginas los elementos que describen la cultura Caranqui, la falta de interés por conocer los rasgos que identificaron a nuestros antepasados, su origen y sus vivencias, ha permitido que la cultura e historia se pierdan, su desconocimiento ha destruido los pilares que forjan las tradiciones y la fortaleza del arraigo cultural caraqueño.

La ausencia de estudios tipográficos, que trasciendan en sus rasgos la identidad cultural de los pueblos y etnias ecuatorianas, ha generado una pérdida de la cultura, puesto que el arraigo cultural no solo se encuentra en fortalecer las tradiciones existentes, sino brindarle la importancia a los elementos que caracterizan a los pueblos y su identidad, recordándolos, utilizándolos y admitiendo la riqueza histórica en el presente.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Se requiere de un estudio de los íconos de la cultura Caranqui para diseñar una fuente tipográfica que permitiría fomentar la identidad étnica del sector, durante el año 2021?

## **DELIMITACIÓN**

### **Unidades de observación**

Íconos representativos (artesanías, tolas, vasijas, paisajes etc.)

### **Delimitación espacial**

Imbabura, cantones Ibarra y Pimampiro.

Pichincha, cantón Pedro Moncayo.

Las encuestas fueron aplicadas a los estudiantes de las carreras de Diseño Gráfico y Publicidad de la Universidad Técnica del Norte.

### **Delimitación temporal**

Temporalmente los íconos fueron investigados en los años aproximados 1965 a 2021, mientras que la encuesta se aplicó en el semestre lectivo de pandemia abril 2021 septiembre 2021. Aunque inicialmente se tenía previsto culminar la tesis en el año 2021, se extendió hasta el 2022 debido a modificaciones y correcciones de la misma.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de los íconos más representativos de la cultura Caranqui, para diseñar una fuente tipográfica, que permita fomentar la identidad étnica.

### **Objetivos Específicos**

- Investigar la cultura Caranqui, su historia, vestigios y diseños antropomórficos, heredados a esta comunidad, y conocer sus características icónicas del diseño implícito en estos elementos.
- Diseñar una tipografía con rasgos de la cultura Caranqui, utilizando herramientas manuales y digitales para evaluar su funcionalidad.
- Generar una fuente tipográfica para el posible uso en productos publicitarios o de mercado que fomenten la identidad étnica

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO

#### 1.1. Estado del Arte

##### 1.1.1. El estado y nacionalidad Caranqui o Carangue

El estudio de las etnias Carangue, Cayambe y Pasto ha sido posible debido a algunas fuentes encontradas en el siglo XVI Y XVII las cuales se tiene: visitas, crónicas, informaciones de servicios españoles y de caciques, revisitas, expedientes de encomiendas y juicios sobre cacicazgos y tierras (Espinoza, 2014, pág. 21).

Según Espinoza, (2014) afirma que hay autores que desde el siglo XIX han denominado a tales etnias como Cara, Caras, Carangue, Carangues o Caranqui. A pesar de que no hay evidencias presentadas de parte de los indígenas o los españoles durante los siglos XVI y XVII, en donde “Cara” el nombre unificado se haya establecido para estos grupos étnicos. Sin embargo, la palabra “Cara” empieza a surgir a partir del año 1789 con el padre Juan de Velasco en su obra, creando este término para la serranía. Es por ello que varios escritores actuales lo utilizan. Ahora bien, de acuerdo a la falta de congruencia de las afirmaciones del padre con documentos etnohistóricos de los siglos XVI y XVII que se contradicen, muchos conocedores de la etnohistoria andina no están de acuerdo que la denominación Caras propuesto por Juan de Velasco sea para los habitantes desde Puruhá a Pasto.

##### 1.1.2. Los Caranquis

Después de la ocupación humana hacia el año 570 d.C. en la zona de Cayambe, Malchinguí y Urcuquí se reconoce la presencia de un pueblo sobre cuyos orígenes se desconocen casi por completo. Según Athens (2003) expresa que los primeros indicios de su presencia en estos lugares fueron hacia el año 700 a la par que comienza con la costumbre de construir montículos artificiales, conocidos comúnmente también como tolas.

La evidencia se dio por la tola más conocida de Socapamba, (760 d. C.), al igual que por el sitio de Cochasquí (900 d. C.), también se encontró un enterramiento con fecha hacia el año 800 d.C. en un lugar nombrado Huataviro cerca de San Antonio de Ibarra, siendo de gran relevancia y significativo. Este hallazgo tiene una peculiaridad debido a que se encuentra en una tola en el que se construyó una cavidad de cuatro metros de profundidad, sirviendo esta para colocar a un hombre principal acompañado de otras personas más.

Este hombre se encontraba encima de una estera y cubierto probablemente en una manta de fibra textil. También se encontró a manera de ofrenda objetos metálicos de oro y cobre que consistía en máscaras, pectoral brazaletes y anillos. Pero su particularidad se ha relacionado a la forma de las

tumbas, sobre todo al hecho de habérselo realizado en un montículo artificial. (Morales Mejía, 2011)

Si se analiza retrospectivamente, se puede cuestionar de que podría tratarse del desarrollo de grupos de personas asentadas que conformaron aquellos lugares ya anteriormente mencionados, al igual que en otros sitios aún no detectados, ubicándose y manteniéndose en Imbabura y al norte de Pichincha, que a su vez se separaron de otros que se alejaban de los “límites” del Chota y Mira, quienes conformaron a los que se originaron como los Pastos. Este escenario visto de una manera hipotética refleja que pudo existir un mismo tronco común y luego de una bifurcación que al transcurrir centenas de años (tiempo en el que las personas cambiaron a nuevas costumbres y creando historias diferentes), provocando que los grupos humanos se vayan separando, conformando así dos pueblos diferentes. Siendo contradictorio a la realidad histórica ya que al tener testimonios de las primeras autoridades españolas quienes habían controlado esta zona durante la conquista castellana, se sabe que los Caranquis tenían y hablaban un idioma diferente que el de los Pastos. El padre Antonio Borja en 1541, en la relación que hace de la doctrina de Pimampiro, menciona que los indios del lugar hablan una lengua exquisita que es la misma de Otavalo, Caranqui y Cayambe (Borja, 1965, págs. 248-253)

### **1.1.3. Cultura Caranqui**

Al hablar de la cultura Caranqui o de los Caranquis podemos encontrar que todas sus costumbres, tradiciones, ideas, ideologías, conocimientos, creencias, etc. Se encuentran reunidas en su cultura con características importantes plasmadas en materiales y lugares que se vuelven íconos representativos de la nación Caranqui.

“Los Caranquis, uno de los Señoríos Étnicos del norte del Ecuador tuvieron la sabiduría de controlar los diversos pisos ecológicos, conocidos como microverticalidad, por medio de una infraestructura agrícola de canales, camellones y terrazas” (Morales, 2014, pág. 5), es decir, una distribución y ubicación característica de esta cultura, así también, de la distribución y ubicación de sitios de montículos artificiales conocidos en Imbabura y el norte de Pichincha, relacionándose íntimamente con los pisos ecológicos y su sistema de producción.

#### **1.1.3.1. Montículos artificiales (Tolas).**

Si se habla de los montículos artificiales se puede decir que es uno de los rasgos más sobresalientes de su cultura. Siendo estos monumentos de tierra y conocidos localmente con el nombre de TOLAS. Entre las principales se distingue:

- a) **Tolas hemisféricas:** En su mayoría son pequeñas, entre cinco y seis metros de diámetro y de uno a dos metros de altura desde el nivel del suelo. Se deduce que son predominantes funerarias (Athens & Osborn, 1974). También se encontraron tolas hemisféricas de mayor tamaño, llegando a tener treinta metros de diámetro y de cuatro a cinco metros de altura, a estas tolas se

les pudo considerar la base de viviendas y contener enterramientos en sus costados. A continuación, se observa en la figura 1. las Tolas de Caranqui de forma hemisférica.

### Figura 1

*Tolas hemisféricas de Caranqui.*



*Nota.* Adaptado de *Tolas de Caranqui*, (fotografía 1) 2017, por Hacienda Zuleta, <https://www.facebook.com/HaciendaZuleta/photos/pcb.10154516010406621/10154515992461621/>.

- b) **Tolas cuadrangulares, rectangulares o en forma de pirámide truncada:** Este tipo de tolas cuentan con una rampa de paso (figura 2). Las de mayor tamaño o altas, se utilizaban como templos o adoratorios, mientras que las de menor tamaño o más bajas, se las han usaba como centros políticos (Rodríguez Conza, 2013).

### Figura 2

*Tola cuadrangular de hacienda Zuleta.*



*Nota:* Adaptado de *Tolas de Caranqui* (fotografía 3), 2017, por Hacienda Zuleta, <https://www.facebook.com/HaciendaZuleta/photos/pcb.10154516010406621/10154515992461621/>.

- c) **Construcción de las tolas:** En la sierra norte del Ecuador encontramos montículos artificiales que no necesariamente son construcciones arquitectónicas sofisticadas; a pesar de que existe un conjunto de pirámides cuadrangulares en Cochasquí que cuenta con graderío como una

manera técnica de construcción de pirámide, no se las puede definir de esa manera. Se podría considerar que lo más usado para levantar las tolas fue realizar una construcción de “celdas”, conformadas con bloques de cangahua (roca de origen volcánico), bloques de piedra caliza, y en algunos casos se utilizó piedras rellenas con tierra. (Echeverría, 2014, pág. 59)

Para los materiales de relleno son capas compactas terrosas o barrosas que contienen tierra pómez, bloques sueltos de cangahua sin tallar conjuntamente de materiales arenosos y guijarrosos. Este tipo de construcciones requería de una gran inversión de mano de obra. (Athens & Osborn, 1974).

Si bien la cantidad de estas construcciones a manera de monumentos demuestran la existencia de una jerarquía social, en la cual existía un gobierno autoritario capaz de movilizar y obligar al trabajo a un sinnúmero de obreros para levantar gran cantidad de tolas en la zona norte de Ecuador, además que también se puede notar un gran potencial económico capaz de alimentar a toda la gente involucrada, así también a la inversión humana, tiempo y material para movilizar tierra y trasladar bloques de cangahua y piedras. Con estos detalles se llega a considerar que los Caranquis conformaban una enorme población y una gran parte constituían a los obreros que se dedicaban a la elite cacical, demostrando que muchos también tenían solidaridad y pertenencia étnica, ya que se consideraba el montículo como un signo étnico o un signo emblemático del ayllu o parcialidad. (Echeverría, 2014)

Continuando con los montículos o túmulos funerarios, son construcciones de forma circular relativamente pequeñas, que sirvieron como monumentos hechos al honor de personas de alto rango, quienes al fallecer serían enterradas en dichas tolas. Para su construcción se la realizaba de tal forma: primero se excavaba el pozo en la superficie original del terreno; se procedía a efectuar el entierro en sí, y luego a llenarse la cavidad inferior con capas delgadas de barro y arena. Posteriormente al cerrar el pozo, se colocaba una capa de polvo blanco de piedra pómez, sin que se hallen indicios de una tapa o cubierta de madera encima del pozo; finalmente se levantaba el montículo terraplenado con materiales como los siguientes: tierra mezclada con pómez, cangahua y diferentes clases de arena de diferente calidad que serían compactadas por una capa de barro extendida por encima de todo el montículo. (Rodríguez Conza, 2013)

Como se había señalado anteriormente en lo que consta a las tolas hemisféricas, estas eran realizadas de mayor tamaño que a los túmulos, y eran utilizadas para situar casas sobre ellas. Estudios realizados en una de las tolas ubicadas en Urcuquí, donde se hallaron 17 sepulturas, se observó que ya no se realizaban en pozos excavados desde la superficie natural del terreno a las cuales sobreponer el montículo, sino que han sido colocados en el montículo mismo, es decir “que una vez construido el montículo se depositaron las sepulturas en el mismo de una manera dispersa y a diferente profundidad”. (Rodríguez Conza, 2013)

**d) Ceremonias y rituales:** En las tolas se evidenció que fueron lugares para los ritos y las ceremonias, debido a los entierros, funerales importantes, también porque se ha encontrado sobre estas la siembra de maíz, y la razón sería que este cereal ha venido siendo considerado

como un “regalo de los dioses” gracias a sus múltiples cualidades y usos. En las ceremonias de los pueblos Caranquis, Cayambis y Quitus, el maíz juega un punto de gran importancia como es en la medicina popular, las ceremonias con los puntos altos del año agrícola, la cosecha, siendo el maíz el causante del desarrollo de ceremonias y festejos que han permanecido presentes hasta la actualidad. (Echeverría, 2014)

Gracias a fuentes de documentales, así como también a la etnológica de estos tiempos se evidencian algunos aspectos religiosos y mágicos de estos antiguos habitantes; algunas de sus prácticas y creencias aún se siguen conservando a nivel indígena y campesino. Tal es el caso con respecto a los cerros, a las cascadas, manantiales y al árbol lechero, ya que estos vienen siendo en el mundo andino de origen físico y mítico de los antepasados fundadores de cada etnia. Existen mitos y tradiciones que cuentan que los cerros se casan, se aman y se odian, al igual que los humanos. En la sierra norte del Ecuador en las tradiciones, la mitología y actualmente, los dos cerros que dominan la provincia son: el Imbabura, que es masculino, y el Cotacachi que es femenino; siendo entre ellos marido y mujer: taita Imbabura y mama Cotacachi.

**El Agua.** Para el mundo andino, el agua es fundamental. A los cerros y otros lugares eran venerados como fuentes de agua, en lugares dedicados al culto se realizaban libaciones a la madre tierra y a los antepasados. También para los indígenas andinos, las lagunas, los ojos de agua, puquios o pogyos, las pachas (cascadas) asociados con los cerros, son lugares llenos de poderes o virtudes telúricas o cósmicas. (Giese 1991). En la provincia de Imbabura, lugar tan privilegiado por su naturaleza y sus recursos acuíferos, han sobrevivido algunas prácticas ancestrales de un sincretismo Caranqui e Inca; citando un ejemplo a unos tres días antes de las fiestas de San Juan, los indios Punyaro solían bañarse en la cascada con el fin de empaparse de energía positiva y hacerse fuertes e invencibles en las peleas. Hoy en día, este baño ritual se lo sigue haciendo en la cascada de Peguche.

#### **1.1.3.2. Camellones, terrazas y canales de riego.**

- a) **Camellones:** Se debe a una técnica agrícola la cual se la hace en terrenos húmedos y pesados. Se los nombró así debido a su semejanza a la silueta espaldar de un camello, al tener alternado hundimientos y abultamientos de forma paralela. Otra denominación que se les da es de ingahuachos (surcos del Inca). Tienen distintas dimensiones, pero el desnivel de la parte superior e inferior está entre 40 y 80 cm, el ancho entre 3 y 7,5 m y el largo va de 10 a 45 m.
- b) **Terrazas:** Corresponde a gradas cortadas en la ceniza volcánica y gracias a su función anti erosiva han sido idóneos para el cultivo. La manera de estar ordenados hace que sea de fácil irrigación a la vez que aumenta la filtración del agua lluvia. Se han localizado a las terrazas de mayor tamaño ubicadas cerca a Cayambe y Pimampiro.
- c) **Canales de riego:** Estos se encuentran en zonas donde el cultivo es imposible sin el aporte de agua artificial de agua. A los canales antiguos se los reconoce por su material de construcción más tradicional; están acompañados de monumentos prehispánicos, como las tolas; a lo largo

de los canales y en el área se presentan cerámica de la época y por último presentan alguna documentación histórica. Se los encuentra más en Pimampiro, Atuntaqui, Urcuquí, Guayllabamba, y El Quinche.

### **1.1.3.3. Artesanías.**

El trabajo artesanal de los Caranquis consistía en:

- Conocedores del telar horizontal, el algodón, la lana, la cabuya y la cerámica;
- Se caracterizaban por pulir la piedra, grabar en concha y hueso
- Fundir metales;
- Hacer espejos y plumeros;
- Tenían gran dominio en la cestería usaban bejucos y totoras;
- Eran conocedores de esculpir signos convencionales, ostentaban una gran gama de tintes con los que tenían sus tejidos con colores firmes;
- Cultivaban la tierra con artefactos rudimentarios de piedra y madera;
- Construían puentes colgantes con sogas y lianas como los que ahora se ven en la cuenca del Intag.
- Levantaban viviendas de piedra y tierra.

Otras demostraciones materiales de la cultura Caranqui quedaron expresadas en la cerámica, en los metales y en el trabajo de la piedra. La alfarería que se puede apreciar están los recipientes para el uso cotidiano o doméstico, muy comunes y otros, posiblemente de uso funerario y ceremonial. Entre los primeros, se observaron platos casi planos, con una banda de pintura roja en el borde interno, las vasijas trípodes, las vasijas zapato, compoteras de pedestal alto y anular, las vasijas asimétricas, las botijuelas y una variedad de recipientes cerrados de cuerpo globular, utilizados seguramente en la preparación de alimentos. (Almeida Reyes, 2008)

Los acabados de superficie más comunes en la alfarería de la zona, son ordinarios, es decir una cerámica con alisado muy rústico, el baño rojo, el pulido a guijarro, el rojo pulido y la pintura negativa; la decoración plástica es muy escasa, no obstante que existe figurinas antropomorfas y zoomorfas. En cuanto a los hallazgos de metal se deben destacar los valiosos objetos de oro, generalmente objetos de adorno corporal. En lítica se trabajó hachas, boleadoras, piedras de honda y esculturas. (Almeida Reyes, 2008)

## **1.2. Fundamentación Teórica.**

### **1.2.1. Fundamentación filosófica.**

Según (Viñals, 2009) “La filosofía busca explicar la realidad en la que estamos, para ello se vale de una gran variedad de herramientas que se sitúa en diferentes perspectivas para hacerlo, pretende responder a las preguntas básicas de la naturaleza, el universo, el ser, el saber y el valor” (p. 12). La razón de ser de la filosofía es explicar de forma al menos comprensible, los elementos que rodean al ser, denominado a sí al ser humano, por cuanto la palabra ser es muy extensa, y la filosofía alude a que no se ha demostrado la existencia de este ser como tal, desde el punto de vista filosófico.

Sin embargo, este razonamiento que mantiene con el diseño gráfico, el estudio tipográfico y afines, pues la tipografía desde la antigüedad representa con sus símbolos la interpretación del pensamiento del ser, de este mítico concepto que la filosofía lo transforma en el observador del mundo, la tipografía representa de forma material los pensamientos del hombre, sus ideas y convierte estos pensamientos en doctrinas que llenan la historia de más historia del hombre.

(Viñals, 2009) afirma que “esta rama de la interpretación de las cosas se la define como hermenéutica, además de la semiótica que es el significado que tiene los objetos en su entorno y más allá de eso; y como el hombre interacciona con éstos para conocer el mundo y a su vez generar más conocimiento” (p 42). Por lo tanto, el estudio tipográfico requiere de un fundamento filosófico que permita describir y generar una coyuntura entre el pensamiento del diseñador y la interpretación del usuario u observador de la tipografía, es decir, que la tipografía represente mediante la semiótica la interpretación que la hermenéutica conciba desde el punto de vista del observador.

### **1.2.2. Fundamentación psicológica.**

Las emociones que transmiten los colores y la importancia de la elección de los mismos, su significado, está ligada a la tipografía y el tipo de fuente que el diseñador elija.

“Los conocimientos grafopsicológicos suponen una ventaja para los publicistas, expertos en marketing y psicólogos empresariales.” (Puente, F.2010, pág. 56). La sensibilidad tipográfica es un área de la psicología que permite identificar el tipo de rasgos que tenga la fuente para el segmento del mercado o consumidor objetivo, brindándole un sentido a la forma tipográfica.

**Tabla 1**  
*Sensibilidad tipográfica*

<b>Fuente</b>	<b>Descripción</b>
---------------	--------------------



Imaginar la voz de la profesora de primaria. La que enseñó la lectura. Seguramente con una voz simpática y entusiasta.

Esforzándose al hablar y que su voz sea lo más clara posible, frecuentando enseñar palabras sencillas con sonidos muy simples, en el que sus niños no puedan confundirse al dibujar las letras (mi mamá me ama).

---



Imaginar con qué voz escribiría el administrador de un edificio. Siendo una persona mayor, de unos 70 años, muy conservador y anticuado. Él utiliza completamente su vocabulario, aunque hable con la gente del aseo, con su nieto de 6 años, o con un empresario amigo. Es correcto, intachable, puntual y muy refinado. Sólo escucha música sinfónica y usa ropa de tela.

---



Imaginar la voz de un joven de 30 años algo inmaduro, muy simpático. Alguien que mantiene a sus amistades cerca con sus anécdotas con una gracia única.

---



Imaginar la voz de un hippie puede ser algo distinta. Es cantadita, calmada y hablada con mucha sicodelia. Se expresa con frases prefabricadas y defiende ideales que posiblemente ni él mismo entienda. Él vive libre, anda a pie pelado, usa el pelo larguísimo y ropa artesanal con tela de saco de harina.

---



El joven transgresor y vanguardista está obsesionado con romper las reglas. Consume tecnología como loco, ha reprogramado varias veces su computador, y le encanta experimentar con voces extrañas. Es expresivo, y está más al tanto del futuro que del pasado.

---



La voz de una niña adolescente es algo más ingenua. Entusiasta, tímida y con una coquetería propia de la edad. Es segura de sí misma, dentro de todas sus simples complicaciones, y quiere pretender tener la elegancia y la distinción de las mujeres más grandes que ella. Posiblemente su hermana artista.

---



Su hermana mayor, ya es un poco más madura, ubicada y tiene claro lo que quiere. Es una artista plástica que inaugura justamente hoy su galería. Es elegante, sabe caminar con tacos de aguja y en un evento fashion, es sofisticada y la más distinguida.

---



La voz de un periodista de terreno en un noticiario es muy clara. El lee sus noticias lo más formal que puede, sin embargo, su tono deja ver la frescura propia del tipo que está ganando experiencia, reportando donde los hechos lo manden. Es joven, pero ya no tanto. Es centrado, estudioso, y muy bien comportado.



El tono de voz de un deportista, es más grueso y simple. Sin embargo, es robusto, fuerte y seguro de sí mismo. Él ha entrenado para no mostrar sus debilidades en competición, y esto se traspasa a su voz.

---

*Nota:* Adaptado de *Psicología de la tipografía 2013*. Por José Candiles, <https://theartesanos.wordpress.com/>

### **1.2.3. Fundamentación social**

Para (Spiekermann, 2016) “La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración a lo largo de la historia de instrumentos más poderosos y veloces en el proceso comunicativo”. El ser humano ha conseguido desarrollarse en sus formas de comunicación empezando con metodologías primarias, como la escritura jeroglífica, el alfabeto y el papel, hasta la llegada de la imprenta, y la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todas estas herramientas han sido de gran adelanto en la manera de comunicación del humano y han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido la herramienta cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

La humanidad a través de su imparable necesidad de desarrollarse ha mejorado estas herramientas, siendo la tipografía una de ellas, a la vez de gran importancia debido a la particularidad de perfección que las comunicaciones establecen, dando un ejemplo: si un periódico, el de más impacto de la ciudad, efectúa una inversión por obtener la mejor maquinaria para conseguir la mejor impresión, y esta maquinaria fue acabada con la mejor tecnología disponible, y a su vez dicha tecnología fue un trabajo de perfección absoluto, entonces la cadena de perfección no podría romperse si el periódico no estima exactamente los detalles del diseño, y en donde el elemento más fundamental sería la tipografía.

Es así que la implicación social de la tipografía trasciende más allá de solo permitir una lectura legible, sino que es parte de una cadena donde el consumidor es atacado por todos los flancos, por lo tanto, la tipografía debe ser no solo bien escogida, sino concebida con fundamento y diseño apropiado, porque la sociedad actual así lo exige.

### **1.2.4. Fundamentación científica**

### 1.2.4.1. Leyes Compositivas.

Para reunir de manera más simple en la tabla 2 podemos observar las leyes compositivas, con su descripción y un ejemplar:

**Tabla 2**  
*Leyes Compositivas.*

Ley	Descripción	Ejemplo
<b>Fondo y forma</b>	Cuando de dos campos, dos colores homogéneos, uno de los dos se cierra, es mayor la posibilidad de que el campo cerrado sea percibido como figura. Si el contorno divide a la figura en una parte superior y una inferior, la parte inferior aparece más prontamente como figura.	
<b>Adyacencia</b>	Son las líneas contiguas y cercanas próximas entre sí para formar una Gestalt, la cercanía de los distintos elementos nos hace tender a agruparlos, aquí la tensión espacial es un término muy importante teniendo: Figuras que se tocan en el vértice con lado: vértice con vértice; figuras que se superponen: parcialmente y totalmente; y Figuras que se interconectan: encadenamiento, entrelazamiento y superposición.	
<b>Ley direccional</b>	Los puntos se combinan de acuerdo a la proximidad. Se tocan lado con lado.	
<b>Ley de similitud</b>	Elementos similares tienden a unirse para formar grupos, cuando los elementos son parecidos o iguales también.	
<b>Ley de movimiento o común</b>	Es una manifestación, aplicable a los objetos con movimiento real o aparente, en el ejemplo la línea tiene un movimiento aparente hacia la derecha y hacia arriba.	
<b>Ley de simetría</b>	La percepción es casi simultánea, en el ejemplo el factor de simetría (derecha) es más fuerte que el de similitud (izquierda).	
<b>Ley de cierre</b>	Visualmente tiende a cerrar las formas formando un conjunto.	

*Nota:* Adaptado de *Análisis comparativo entre el diseño iconográfico andino precolombino y actual del Ecuador con el Perú y Bolivia.* Por Jorge Cabezas. 2009.

#### **1.2.4.2. Iconografía.**

Etimológicamente procede del griego “íconos” (imagen y “graphein” (escribir), la iconografía podría definirse como la disciplina cuyo objeto de estudio es la descripción de las imágenes, o como han señalado algunos autores, la escritura en imágenes. “Iconografía es la ciencia que estudia el origen y formación de las imágenes, su relación con lo alegórico y lo simbólico, así como su identificación por medio de los atributos que casi siempre les acompañan”. (González de Zárate , 1991, pág. 15)

Por lo tanto, la iconografía reconoce a las imágenes en cuanto a sus formas y a su vez en sus aspectos semánticos, y se fundamenta en el conocimiento y en análisis de los prototipos formales, basándose en las fuentes escritas que aluden a ellos, como en el propósito de develar, al menos parcialmente, los mensajes que en ellos encierran. Además, la iconografía es también el estudio de la evolución de los íconos, lo que Frits Saxi llamó la “vida de las imágenes”, y el análisis de su desarrollo, de sus transformaciones a lo largo de los siglos y de sus continuidades.

La iconografía no consiste únicamente en ilustrar o poner en relación un texto con una determinada imagen, sino que es una ciencia mucho más compleja, cuyo estudio requiere de una metodología específica y apropiada. En el trascurso de la historia, las imágenes han desplegado un gran poder de sugestión en todas las culturas; basta con hacer una reflexión sobre las imágenes publicitarias en la actualidad para comprender lo significativo que puede llegar a resultar ese poder.

Esta ciencia se origina en el siglo XIX y se fue desarrollando a lo largo del siglo XX. El gran estudio de la iconografía y su desarrollo se dio especialmente en el Instituto Warburg de Londres. En donde Erwin Panofsky fue quien sentó las bases de un método iconográfico, formulando los objetivos teóricos: “Toda forma expresa valores simbólicos particulares, vio en la interpretación iconológica el medio para alcanzar el “significado intrínseco o contenido” del tema de la obra, que revela la actitud de fondo de un pueblo, de un periodo, de una clase.” (González de Zárate , 1991).

#### **1.2.4.3. Simbología.**

Se puede encontrar información tanto de las personas como del entorno, sin necesidad de ser exclusivamente lenguaje verbal o escrito.

Se lo puede realizar mediante la lectura de signos -naturales o artificiales- y también con el reconocimiento del significado de símbolos. El signo o señal es un indicador que conduce hasta una información determinada. (Vidales Gonzales , 2009) Así, al ver el cielo gris con truenos, eso es un signo o una señal de que va a llover. Si al llegar a una casa y al ver en la pared del comedor una reproducción de la “Última Cena”, de Leonardo, esto es un signo de que los habitantes de esa casa probablemente son católicos.

#### 1.2.4.4. El signo.

El signo, es un objeto y acción que representa y sustituye a otro objeto, fenómeno o señal. Del uso del signo surge la semiótica, como doctrina que estudia las reglas que gobiernan la producción, transmisión e interpretación de estos símbolos. (Vidales Gonzales , 2009). Se puede describir la comunicación entre los humanos, como una forma e intercambio de transferir mensajes, la única forma de hacerlo es por medio del uso de signos, tales como: el que se emite a través del habla, letras, números, fotografías, etc. Los signos, son el medio a través del cual se hace posible la transmisión de los pensamientos, significados e ideas. Se extrae de ellos lo que hace posible, una situación significativa, la comunicación entre dos o más personas.

- **Los signos icónicos:** Actúan de acuerdo con el principio de semejanza y en él pueden encontrarse toda clase de imágenes, dibujos, pinturas, fotografías o esculturas. Se definen como signos que tienen cierta semejanza con el objeto a que se refieren. Así, el retrato de una persona o un diagrama son signos icónicos por reproducir la forma de las relaciones reales a que se refieren. El signo icónico reproduce algunas condiciones de la recepción del objeto, seleccionadas por un código visual y anotado a través de convenciones gráficas. Los signos icónicos, ofrecen al receptor real con toda la naturalidad de cada uno de ellos representándose a sí mismos.

#### 1.2.4.5. Simbolismo.

*Símbolos primordiales:*

- a) Centro y círculo:** El paso de la circunferencia a su centro equivale al paso de lo exterior a lo interior, de la forma a la contemplación, de la multiplicidad a la unidad, del espacio a lo no espacial, del tiempo a lo intemporal.
- b) El centro:** Es el principio, lo real y absoluto, por tanto, el centro de los centros es Dios (él es centro y circunferencia). El centro también es el sitio de coexistencia de fuerzas opuestas, por ende, el sitio de energía más concentrada. Todo centro del mundo, acostumbra destacarse por una montaña, un árbol, o un pilar. En la arquitectura, puede ser una reliquia, muchas ciudades, templos o palacios están considerados como centros del mundo. El ser humano tiende al centro incluso inconscientemente.
- c) El círculo:** Es un punto o centro extendido y participa de su perfección. Es con frecuencia, emblema solar, también tiene correspondencia con el número 10 (retorno a la unidad, tras la multiplicidad), por lo que simboliza en muchas ocasiones el cielo, la perfección o también la eternidad. Simboliza, sobre todo, el tiempo: sin principio ni fin, como una sucesión continua e invariable de instantes, idénticos unos a otros.

Según Platón: “hay una implicación psicológica profunda en este significado del círculo como perfección. Por ello el cuadrado, como número plural mínimo, representa el estado pluralista del hombre que no ha alcanzado la unidad interior (perfección), mientras el círculo

correspondería a dicha perfección final”. Se emplea el círculo como el cuadrado para expresar la idea de cambio de nivel, pues el cuadrado simboliza la tierra, lo material y lo humano.

El plano circular parece haber estado en la antigüedad asociado a diversos cultos: fuego, muertos, héroes, divinidades agrarias.

En la tradición islámica la forma circular es considerada como la más perfecta. Entre los sufíes se representaba a Dios con un círculo, tal vez por influencia neoplatónica.

- d) El Cuadrado:** es la expresión geométrica de la «cuaternidad» (combinación y ordenación regular de cuatro elementos). Simboliza lo anti-dinámico, lo quieto, la estabilización de la perfección.

Con frecuencia, está inscrito en un círculo; la superposición del cubo-esfera, muestra las relaciones entre cielo y tierra. Los cuatro elementos, las cuatro estaciones, las cuatro edades de la vida, sobre todo, los cuatro puntos cardinales suministran orden y fijeza al mundo.

En la antigua Roma, se consideraba el cuadrado y el círculo como absolutamente bellos en sí, de ahí su importancia en las plantas del renacimiento.

- e) La Vertical:** Queda asimilada al impulso y al movimiento vertical, que corresponde por el significado analógico de lo espacial y lo moral, al impulso de espiritualización que se trata al describir el simbolismo del nivel.

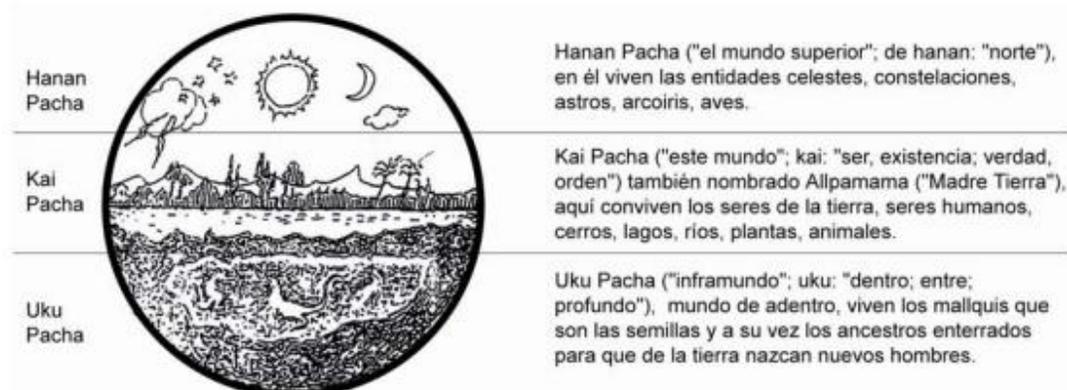
El pensamiento simbólico da tanta importancia al grado que una figura dada ocupa en cuanto a su altura sobre el nivel medio, que llega a identificar el significado de tales formas o seres en atención al sólo hecho de su situación en la vertical.

- f) La Horizontal:** Por oposición a la vertical, simboliza la serenidad, la quietud, lo estable, el cobijo, la no búsqueda. ( Grupo Atenea, 1987)

#### 1.2.4.6. Semiótica del diseño Andino

Según Peirce, hace referencia a signos que se encuentran en las culturas originarias como: El signo Icónico “posee similitud formal o de contenido con el objeto representado, por ejemplo, el signo escalonado que hace referencia a las terrazas de cultivo que presentan esta forma” y el Signo Índice “signo que refiere al objeto que denota en virtud del hecho de estar afectado por este”. (Peirce, 1986) por ejemplo, la posición de la sombra sobre el reloj solar, esta sombra les permitía conocer los movimientos y las posiciones de los astros en conjunción con la tierra” (Zúñiga Tinizaray, 2006)

**Figura 3**  
*Los tres niveles del cosmos*



*Nota:* Adaptado de *Visión cósmica de los Andes*. (Pag. 72) por Tatzo, Alberto y Rodríguez Germán. (1998) Quito. Abya- Yala.

### 1.2.5. Análisis de la estructura tipográfica

Actualmente el mundo de las tipografías resulta ser inmenso, y sobre todo contando con el avance de herramientas de informática y computación el número va aumentando de manera constante y a un ritmo acelerado. Es por lo mencionado anteriormente que, hoy en día, implica ser prácticamente imposible reconocer es su totalidad los nombres de las fuentes tipográficas, por lo que al clasificarlas se pueda diferenciarlas.

Para su clasificación se la puede interpretar desde varios puntos de vista. Se tiene, por ejemplo, por la función o el empleo que se le dé a la tipografía, de esta clasificación se reconocen dos grupos que son: tanto los de las tipografías que se usan para textos de largo alcance, es decir tipografías de lectura fácil, y en cuanto a su morfología, no deben ser llamativas. Como también estarían las tipografías de rótulo. Estas son tipografías que sí deben llamar la atención por, sobre todo, y por supuesto deben poder leerse, aunque no son recomendables para textos largos. (Selva, 2011)

Otro tipo de clasificación son las tipografías para textos, que pueden ser tanto para textos impresos, como para textos en pantalla. Si hablamos de la apariencia y detalles en la morfología externa de la letra, vendría a ser otra forma de clasificar a las tipografías, siendo esta muy útil para la práctica de la disciplina del diseño y la comunicación visual. (Selva, 2011)

El análisis tipográfico permite determinar los elementos que se requiere para que el observador capte la idea, o el mensaje, los rasgos tipográficos denotan la psicología del consumidor. Tanto los serif como la altura o el grosor de las líneas de la tipografía denotan algo que se desea transmitir.

Este análisis busca definir el estilo o apariencia de un grupo de caracteres, entre número y signos, regidos por unas características comunes, y ubicarlos dentro de una familia tipográfica, respecto a su grosor, anchura y rasgos.

#### **1.2.5.1. Maquetación**

“Composición de una página, compaginación de diferentes elementos. Son términos diferentes, que se utilizan para hacer referencia a una misma cosa; la forma de ocupar el espacio del plano medible, la página”. (FotoNostra, 2017)

El maquetar un diseño, se refiere a darle un formato a los documentos más bien dicho a todo el conjunto de elementos que lo componen, como a las imágenes, a los textos, etc. Para maquetar se debe primero definir el documento y esto se logra definiendo el área sobre la cual se efectuará el trabajo (el papel). El tamaño y la orientación son dos de las características más significativas a tomar en cuenta sobre el papel, puede ser horizontal o vertical y el tamaño puede cambiar entre distintas medidas.

#### **1.2.5.2. La retícula compositiva**

Es la guía que todo documento necesita para la maquetación en papel y cuenta con una estructura estudiada y de tamaños fijos. La finalidad de la retícula compositiva es conseguir, un orden y estética. Ésta, se subdivide en superficies bidimensionales o tridimensionales, en campos más pequeños en forma de una reja.

A la retícula compositiva, se la define como una plantilla, de gran utilidad, al momento de componer un documento que cuente con muchas páginas y que tenga un orden, sea claro y legible. Una retícula impone orden, uniformidad y coherencia. Una página con retícula transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico. (FotoNostra, 2017)

#### **1.2.5.3. Anatomía tipográfica.**

Las partes de la letra, como su nomenclatura permiten realizar el análisis formal de los elementos que determinan la apariencia de la misma, y por lo tanto posibilita y establece su ubicación en la clasificación de grupos y estilos.

Existen en la actualidad familias tipográficas seriales o súper familias que superan todas las barreras de los grupos clasificatorios, como por ejemplo la tipografía Rotis, diseñada por Olt Aicher, que presenta un programa tipográfico de cuatro alternativas de estilo: Sans Serif, Semi Sans, Semi Serif y Serif.

a) **Anatomía de la letra:** Según (Baines & Haslam, 2005, pág. 86) “Es el estudio de los rasgos y trazados de una tipografía, y aunque no existe un estudio general predefinido para este fin, si

existe una clasificación de las familias tipográficas que inicialmente se los distingue en dos, con serif y sin serif o de palo seco”.

El serif o serifa, son los remates o terminales de la tipografía, adornos ubicados generalmente en los extremos de las líneas de los caracteres tipográficos. Según el autor: Baines (2005) la tipografía se puede clasificar de la siguiente manera:

**Tabla 3**  
*Tipografía con serif.*

<b>TIPOGRAFÍAS CON SERIF</b>		
<b>Clasificación</b>	<b>Características</b>	<b>Familias</b>
Romanas antiguas	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Serif: es de terminación aguda y base ancha.</li> <li>➤ Trazos: variables, ascendentes finos y descendentes gruesos.</li> <li>➤ Dirección del eje de engrosamiento: es oblicua.</li> <li>➤ La unión: entre el cuerpo de la letra y el serif es curva</li> </ul>	
Romanas de transición	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Serif: es de terminación mucho más aguda que las antiguas.</li> <li>➤ Trazos: son variables, al igual que las antiguas, pero las diferencias entre finos y gruesos son más marcadas sin llegar al contraste que marcan las modernas.</li> <li>➤ Dirección del eje de engrosamiento: está más cerca de ser horizontal que oblicuo.</li> </ul>	
Romanas modernas	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Serif: es lineal. El serif se relaciona angularmente con el bastón de la letra.</li> <li>➤ Trazos: son marcadamente variables, mucho más que en el caso de las romanas antiguas.</li> <li>➤ La dirección del eje de engrosamiento es horizontal.</li> </ul>	
Egipcias	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Serif es tan grueso como los bastones (este es el rasgo que puede tomarse como distintivo).</li> <li>➤ Puede ser cuadrado (Lubalin Graph, Robotik) o bien redondo (Cooper Black).</li> <li>➤ Las relaciones entre serif y bastón pueden ser angulares (Memphis) o bien curvas (Clarendon).</li> <li>➤ La dirección del eje de engrosamiento es habitualmente horizontal.</li> </ul>	

*Nota:* Adaptado de *Tipografía. Función, forma y diseño*. Por François Thibaudeau, 1924. Editorial Gustavo Gili, S.L.

**Tabla 4**  
*Tipografía sin serif.*

<b>TIPOGRAFÍAS SIN SERIF</b>		
<b>Clasificación</b>	<b>Características</b>	<b>Familias</b>

- 
- Palo Seco
- No tienen serif.
  - Los trazos son uniformes en general o con variaciones de compensación óptica solamente.
  - La dirección del eje de engrosamiento es generalmente horizontal, aunque en la tipografía Peignot es variable.
  - Las mayúsculas se vuelven a las formas fenicias y griegas, las minúsculas están conformadas a base de líneas rectas y círculos unidos y reflejan la época en la que nacen, la industrialización y el funcionalismo
  - Las letras de palo seco también han sido llamadas Góticas (caracteres sugieren casi tanto peso e intensidad).

A

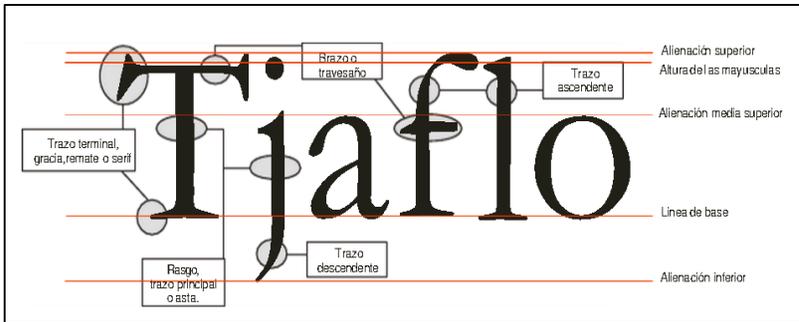
---

*Nota:* Adaptado de *Tipografía. Función, forma y diseño*. Por Adobe Systems. 1991. Editorial Gustavo Gili, S.L

**b) Trazos o rasgos:** Según, (Spiekerman & Ginger, 2012). “Los trazos tipográficos son los que definen su forma, define las letras entre sí, los trazos llamados terminales o remates, se los llamaba también extremos de los rasgos, tienen una función decorativa o sirve para definir el estilo” (p.12). Es decir, el trazo o rasgo tipográfico es el que define la característica de la fuente, y la ubica en un estilo determinado. Los autores, también afirman que “la altura tipográfica, se divide en tres sectores, alto, medio y bajo. Las mayúsculas ocupan regularmente el sector medio y alto, igual los números, aunque existen excepciones en algunas familias, que varían su línea de apoyo, las minúsculas tiene su forma básica en el sector medio y prolongan sus rasgos descendentes, en el sector bajo y sus ascendentes en el sector alto” (p.12). La distribución proporcionada por el autor varía dependiendo del tipo de fuente, sin embargo, es lo más común dentro del estudio tipográfico. En la Figura 4 se puede apreciar la distribución de la altura y los rasgos tipográficos.

#### **Figura 4**

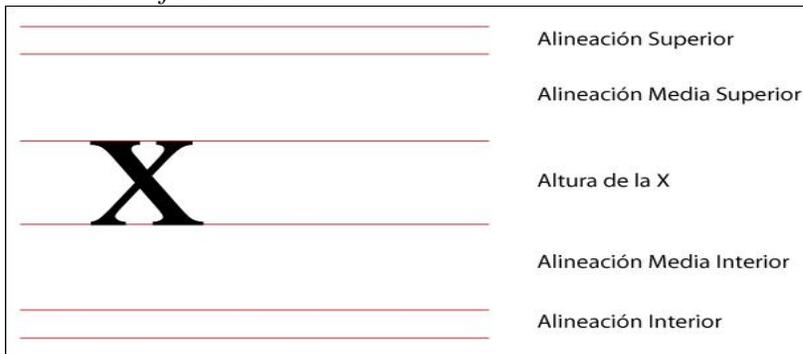
*Distribución de la altura y rasgos tipográficos.*



Nota: Adaptado de *La tipografía en una mano 2da Edición*. (Fotografía 9), por Spiekermann Eric y Ginger E (2002), México. Editorial Adobe Press.

c) **Líneas de referencia:** En los tipos, la posición de la fuente responde al trazo de líneas de referencia, las cuales pueden ser definidas como líneas limítrofes que enmarcarán al texto y cada una de sus letras. De acuerdo con (Ruari, 2003) “La línea principal es la llamada línea de base, y sirve de apoyo a las letras en su trazado. Sirve de base y asiento, siendo la referencia principal de la que nos servimos para ubicar las letras formando palabras dentro de un texto. Es, además, la línea compartida a partir de la cual trazamos las restantes de referencia en el trazado de una letra. La altura de la x, las alineaciones superior e inferior y las medias inferiores y superiores. La altura de la x supone el espacio que ocupan las minúsculas que carecen de trazos ascendentes o descendentes” (p.102). Como se puede observar en la figura 5.

**Figura 5**  
*Líneas de referencia.*



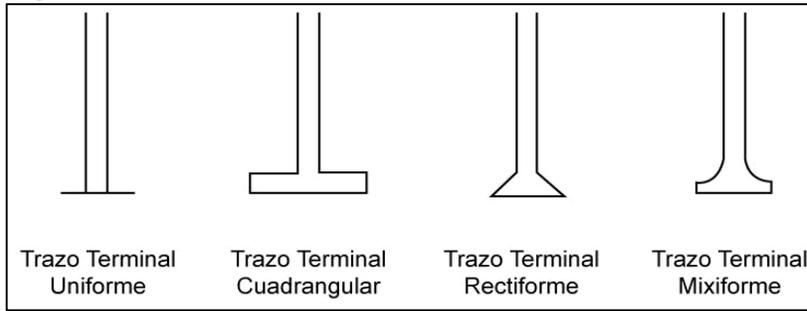
Nota. Adaptado de *La tipografía en una mano 2da Edición*. (Fotografía 10), por Spiekermann Eric y Ginger E (2002), México. Editorial Adobe Press.

También como se muestra en la Figura 4, todas las líneas que están por encima de la x son ascendentes y debajo de la x son descendentes. Las de alineación superior corresponden como referencia tanto para las mayúsculas como los rasgos de las astas de las letras que las tienen. De igual forma a la parte inferior.

d) **Trazos principales.** Se designa trazo principal a la estructura dominante de la letra. Es el que tiene mayor peso, mayor grosor y dimensión en la composición. También se lo conoce como

asta para el trabajo principal. Los trazos que están en la parte inferior, se denomina astas descendentes y en el superior, astas ascendentes. Los trazos con los que terminan ciertas letras se denominan terminales o rasgos. Estos determinan la familia tipográfica a la que pertenecen. Los trazos terminales se clasifican en mixtiforme, filiforme, rectiforme, y cuadrangular. Según en el diagrama de la Figura 6 se observan sus características:

**Figura 6** *Trazos terminales*



*Nota:* Adaptado de *Manual de tipografía*. (Fotografía 12), por Ruari Mc. Lean. (2003), España. Editorial Blume Herman.

### 1.2.6. Posicionamiento Teórico personal

La teoría con la cual se identifica la investigación es la psicológica, debido a que está ligada al fomento de la persuasión del consumidor, es necesario entender la psicología del consumidor para realizar un diseño eficaz y persuasivo, además por cuanto el fomento de la identidad cultural se requiere de una publicidad que se identifique con el consumidor y este se vea reflejado con ella. El análisis de la estructura tipográfica también requiere de recursos psicológicos para analizar los rasgos culturales de la cultura Caranqui y su historia y plasmarlos adecuadamente en los productos publicitarios.

## CAPÍTULO II

### 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. Tipo de Investigación

##### 2.1.1. Investigación documental

Para este trabajo se utilizó la investigación documental ya que permite investigar toda clase de libros, textos, revistas de carácter científico, artículos de prensa, folletos, documentos, enciclopedias, trípticos, internet, hojas volantes y cualquier material escrito, referente al tema de investigación, y sirvió de ayuda para la estructuración del marco teórico permitiendo conocer, analizar, comparar y deducir los diferentes enfoques, criterios, conceptualizaciones, análisis, que proporciona este tipo de información acerca del problema. (Espinel , 2014)

##### 2.1.2. Investigación de campo

A la vez se estableció necesario el uso de la investigación de campo, ya que se realiza con la presencia del investigador en el lugar donde ocurre el hecho o fenómeno, es decir trasladarse al lugar de la investigación en este caso en el sector de la parroquia Caranqui en Ibarra para la recolección de datos acerca de los íconos representativos de la cultura Caranqui. A la vez, con este tipo de investigación permitió manejar los datos exploratorios, descriptivos y experimentales con más seguridad creando una situación de control. Además, se pudo cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos desde el lugar donde se presenta el fenómeno, recoge material directo de la información y la procesa mediante un trabajo metódico. (Espinel , 2014)

##### 2.1.3. Investigación descriptiva

Este tipo de investigación sirvió para fundamentar el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo. Se observó y registró el fenómeno sin introducir modificaciones, también sirvió para recoger los datos sobre la base teórica planteada, resumiendo la información de manera cuidadosa para luego exponer los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyen a la investigación. (Espinel , 2014). Es decir que esta investigación se la realizó debido a que la información es escasa, por tanto, se recurrió a expertos en el tema de esta cultura, este estudio permitió delimitar las piezas de estudio íconos representativos de la parroquia Caranqui, así como la necesidad de crear una tipografía representativa de Caranqui.

##### 2.1.4. Investigación propositiva

Permite diseñar productos publicitarios que fomenten la identidad cultural de Caranqui en la ciudad de Ibarra, utilizando la tipografía diseñada.

## **2.2. Método**

Entre los métodos teóricos que se emplean se pueden citar a los siguientes:

### **2.2.1. Método Hipotético – Deductivo.**

Este método se lo utiliza para buscar alternativas de solución del problema, que se aplica durante el logro de objetivos trazados en la investigación, empezando con el estudio de temas generales, mediante la comparación y la generalización a partir de la información, en la elaboración del marco teórico y el análisis de resultados del diagnóstico, posibilitando descubrir, analizar y sistematizar los resultados obtenidos, se utiliza para la interpretación de resultados, conclusiones y recomendaciones enfocadas al problema. Se partió también de generalidades (esquemas internacionales) para encontrar particularidades o especificaciones locales. (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018)

Este tipo de método es aquel que sintetiza tanto las principales características del inductivo como del deductivo, siendo utilizado para esta investigación, ya que primero se realiza la observación en este caso se investiga los íconos culturales representativos de los Caranquis, según el criterio de expertos y de estudios ya realizados y plasmados en bibliografías y también para esta investigación se necesitó de realizar encuestas a estudiantes de diseño capaces de brindar datos informativos con valores en porcentaje de preferencia y determinar cualidades en la tipografía después de realizar el análisis de cada uno de los encuestados.

### **2.2.2. Método Analítico**

Plantea el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo. Permite, observa y registra, en este trabajo se describe cómo es la cultura Caranqui y qué fue lo que los representaba como cultura sin introducir modificaciones, también se recogió datos en el caso ya de la elaboración de la tipografía sobre la base teórica ya existente, y así se resumió la información de las encuestas y entrevistas de manera cuidadosa y se expone los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyen a la investigación del análisis de la estructura tipográfica en la cultura Caranqui. (Espinell, 2014)

### **2.2.3. Método Estadístico**

Se utiliza para la tabulación de los datos obtenidos a través de la encuesta que permite obtener porcentajes de opinión mediante diagramas estadísticos para elaborar conclusiones y recomendaciones.

### 2.2.4. Método Cualitativo

“La investigación desde la ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto. Seleccionas el enfoque cualitativo cuando tu propósito es examinar la forma en que ciertos individuos perciben y experimentan fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados”. (Lindlof y Taylor, Punch, 2014, Lichtman, 2013, Morse, 2012, & Encyclopedia of Educational Psychology, 2008, 2018)

Se emplea este método para obtener respuestas a las preguntas realizadas a expertos en cultura precolombina por medio de entrevistas, de esta manera se realiza un análisis general para comprender lo que piensan y conseguir información de este estudio.

### 2.3. Técnicas

Las técnicas e instrumentos que permiten la recolección de la información, organización y análisis de resultados fueron:

- **Bibliográfica:** Se necesitó de las fuentes bibliográficas para obtener información y material antes de realizar la investigación por lo tanto es la base de este trabajo.
- **Encuesta:** La encuesta como técnica de recolección primaria está dirigida a los estudiantes que cursan los cuatro últimos niveles de las carreras de diseño gráfico y publicidad con el fin de obtener análisis de la estructura tipográfica con datos tangibles, ser llenado libremente y recabar información de primera mano y como instrumento el cuestionario que incluye preguntas estructuradas técnicamente. (Anexo 1)

**Tabla 5**

*Recopilación de información mediante encuesta.*

Encuestados	Perfil	Temas abordados
- Estudiantes	- Niveles superiores de la carrera de diseño gráfico y publicidad	- Análisis de la estructura tipográfica: Fuente: familia, tipo, estilo. - Elección de tipo de letra, características andinas. - Uso de la tipografía andina. - Conocimiento de la cultura Caranqui.

*Nota:* Elaboración propia, 2021.

- **Entrevista:** La entrevista que permite la recolección de información acerca de la cultura Caranqui y Andina, a la vez su historia e íconos representativos, de forma apegada a la realidad y amplia. (Anexo 2)

**Tabla 6**  
*Recopilación de información mediante entrevista*

<b>Entrevistados</b>	<b>Perfil laboral o profesional</b>	<b>Temas abordados</b>
- José Echeverría Almeida	- Arqueólogo – Antropólogo	- Cultura Caranqui: identidad, simbolismo y patriotismo. - Modelados: diseño, arte y espiritualidad. - Íconos representativos de la cultura Caranqui: rasgos, trazos, estilo, señales, etc. - Estrategias de conocimiento andino.
- Nelly Ruiz	- Docente	- Culturas Andinas: identidad, simbolismo y patriotismo. - Modelados: diseño, arte y espiritualidad. - Íconos representativos de las culturas Andinas: rasgos, trazos, estilo, señales. - Estrategias de conocimiento andino.

*Nota:* Elaboración propia, 2021.

### **2.3.1. Preguntas de investigación y/o hipótesis**

¿La investigación de la cultura Caranqui, su historia, vestigios, diseños antropomórficos, permitirán conocer las características icónicas del diseño?

¿El diseño de una tipografía con rasgos de la Cultura Caranqui, permitirá enriquecer la identidad étnica ibarreña?

¿La generación de productos publicitarios utilizando la tipografía diseñada permitirá fomentar la identidad étnica?

### **2.4. Población**

Para el desarrollo de la investigación se aplicó a 120 estudiantes que cursan los cinco últimos niveles de las carreras de Diseño gráfico y Diseño y publicidad de la Universidad Técnica del Norte.

**Tabla 7***Población de estudiantes de las carreras de diseño gráfico y Diseño y publicidad.*

Hombres	73
Mujeres	47
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>

*Nota:* Elaboración propia, 2021.**Tabla 8***Recursos*

<b>Humanos</b>	<b>Institucionales</b>	<b>Materiales</b>
- Estudiantes cursantes de los 5 últimos niveles de la carrera de Diseño gráfico y Diseño y publicidad.	- Municipio de Ibarra - Universidad Técnica del Norte	- Libros - Revistas - Cuadernos - Lápiz - Copias - Computadora - Celular - Internet - Impresora - Materiales de entorno - Software de Diseño de tipografía.
- Expertos Historiadores.		

*Nota:* Elaboración propia, 2021.

### 2.4.1. Muestra

Se aplicó el muestreo aleatorio simple contando el número de estudiantes de los cinco últimos niveles de las carreras de Diseño gráfico y Diseño y Publicidad, dando un total de 305 siendo el número de población universo. Se realizó el cálculo de la muestra usando la fórmula y se obtuvo el valor de 120 estudiantes para realizar la encuesta de manera virtual por medio de Microsoft Forms; se realizó de esta manera debido a que la encuesta se aplicó en el semestre lectivo de pandemia abril 2021, septiembre 2021 y no hubo la presencia de estudiantes retornando a clases presenciales en la Universidad Técnica del Norte.

Fórmula para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{N \delta^2 Z^2}{(N - 1)E^2 + \delta^2 Z^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra: 120

$\delta^2$  = Varianza de la población: 0.25

N = Población / Universo: 305

(N -1) = Corrección geométrica, para muestras grandes > 30

E= Margen de error estadísticamente aceptable: 0.01 – 0.09 (1% y 9%).

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1.96.

$$n = \frac{(305)(0.25)(1.96^2)}{(305 - 1)(0.07^2) + 0.25(1.96^2)}$$

$$n = 119.56$$

$$n = 120$$

## 2.5. Matriz diagnóstica

**Tabla 9**

*Matriz diagnóstica.*

Concepto	Categorías	Dimensión	Indicadores
Elementos que destacan de una cultura, permitiendo observar las características antropológicas, sociales y étnicas.	Íconos culturales	Diseños antropomórficos	Diseños en piedras antropomorfas
		Muestras pictóricas	Tolas
		Caranqui	Pinturas
		Vestigios	Vasijas Lugares representativos
Tipo o letra se le denomina al símbolo que representa una familia de letras denominada fuente tipográfica, cuyas características son comunes y pertenecen a un mismo tipo.	Fuente tipográfica	Rasgos tipográficos	Superior Inferior Intermedias
		Familias	Romanas antiguas Romanas de transición Romanas modernas Egipcias
		Terminaciones	Palo seco Con o sin serif.

*Nota:* Elaboración propia, 2021.

## CAPÍTULO III

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. Análisis e interpretación de resultados.

Se realizó el análisis correspondiente para las entrevistas realizadas a expertos en el tema de investigación acerca de la cultura Caranqui al igual que su importancia, así también, se realizó la interpretación de los valores determinados en la encuesta realizada a los 120 estudiantes cursantes de los últimos niveles de las carreras de diseño gráfico y publicidad.

##### 3.1.1. Análisis e interpretación de la encuesta.

#### 1. Para la creación de productos publicitarios, ¿Cuál es el tipo de fuente que utiliza con mayor convencimiento según la FAMILIA? (Señale una opción)

**Figura 7**

*Tipo de fuente por familia.*



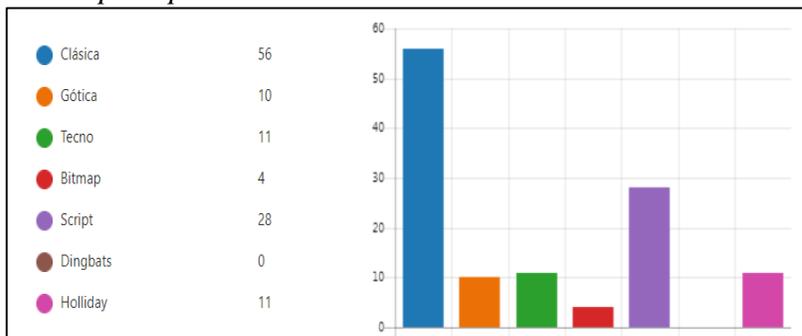
*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Encuesta Microsoft Forms 2021.

**Análisis:** Se puede observar que más de la mitad de los estudiantes de diseño gráfico y publicidad que cursan o han cursado los últimos niveles, han optado por escoger un tipo de fuente tipográfica por familia Sans Serif o sin serifas con 77 votos, es decir, el 64% de la muestra, esto según (Vega, 2018) que dice “En un principio, las letras sin remates parecen más fáciles de construir que las letras con serifas. Sin embargo, se nota que los remates ofrecen un margen visual para el error, a diferencia de una que no los tenga, pues esto permitirá que se evidencien enseguida los errores más sutiles. Lógicamente, lograr una sencillez elegante exige un mayor esfuerzo”

Por lo contrario, quienes prefieren usar tipografía de la familia serif son 43 estudiantes, es decir, el 36% de la muestra encuestada, ellos optan por utilizar adornos al momento de hacer uso en la creación de productos publicitarios. Ya que las terminaciones o remates, también generan un atractivo visual o decorativo sobre todo cuando se lo usa en la escritura para enaltecer una palabra.

#### 2. Para la creación de productos publicitarios, ¿Cuál es el tipo de fuente que utiliza con mayor convencimiento según TIPO? (Señale una opción)

**Figura 8**  
Fuente por tipo.

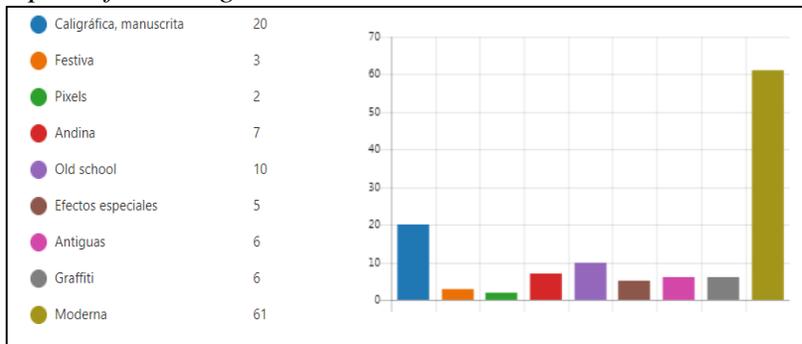


Nota: Elaboración propia. Fuente: Encuesta Microsoft Forms 2021

**Análisis:** El resultado al realizar esta pregunta del tipo de fuente que prefiere utilizar en la parte creativa de productos, 56 de los estudiantes publicistas y diseñadores mencionan usar tipografía clásica y como su nombre, es una de las mejores opciones por lo que ha perdurado guardar las principales formas, en contraste a las menos favorecidas como la de tipo Bitman que se caracteriza por darle uso en videojuegos “más de las veces eran de trazado bastante sencillo, pero siempre se sacaba bastante partido de las posibilidades que nos daba emplear texturas y detalles dentro de las tipos” (Ferro, 2018) y la Dingbats siendo mucho más compleja que la anterior ya que usa para cada letra imágenes de símbolos y signos que sólo quien las crea sabe que significa o a que letra pertenece, es muy incomprensible a la lectura.

**3. Para la creación de productos publicitarios, ¿Cuál es el tipo de fuente que utiliza con mayor convencimiento según ESTILO? (Señale una opción)**

**Figura 9**  
Tipo de fuente según el estilo



Nota: Elaboración propia. Fuente: Encuesta Microsoft Forms 2021

**Análisis:** Para esta interrogante fueron un total de 61 estudiantes de diseño gráfico y publicidad que optaron por un estilo de fuente moderna para crear productos publicitarios. “La forma sigue a la función en el diseño modernista e indudablemente el principio aplica para las fuentes tipográficas modernas. Basadas en líneas y formas geométricas, las fuentes modernas son limpias, claras y fáciles de leer; además con un efecto creativo o un poco de detalle transmiten una vibra contemporánea y fresca” (Canva, 2019)

El estilo de fuente moderno, es una tipografía muy aceptada en el ámbito social, según los esquemas del reconocimiento, se asocia con autorrealización, confianza, respeto y éxito, y se destaca en comparación de las que tienen estilo festiva ya que es informal; old school tiene trastes de los años 90; efectos especiales y graffiti guardan cierta similitud entre ellas por ser muy ruidosas, por lo tanto, son las menos favorecidas para ser usadas en creaciones y diseños. La tipografía de estilo Andina se encuentra en tercera posición siendo tipografías estéticamente acordes a una cultura y el estilo Antiguas que si bien se puede hacer juego para explicar que ambas guardan ciertos elementos en común de acuerdo a la temática cultural con la que fueron diseñadas. “Las letras antiguas tienen un encanto especial y suelen traer consigo instantáneamente asociaciones que pueden ser útiles en la comunicación y el marketing” (Iris, 2018)

#### 4. ¿Cuál es el tipo de letra que usted prefiere seleccionar? (Señale una opción)

**Figura 10**

*Tipo de letra de preferencia.*



*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Encuesta Microsoft Forms 2021

**Análisis:** En este caso se puede apreciar que las respuestas elegidas se encuentran muy a la par con porcentajes cercanos, sin embargo, el que cuenta con la mayor cantidad de votos es el tipo de letra clásica con un 32% de la muestra es decir 38 de los estudiantes prefieren las del tipo clásica, esto puede deberse a que se sabe que para solicitar una tipografía personalizada es de acuerdo al presupuesto del cliente, como también la agilidad que conlleva escoger fuentes ya creadas para optimizar tiempo por parte del publicista.

Así también encontramos que otra parte de la muestra elige la opción internacional y muy cercano a este a las tipografías diseñadas por el autor con un 28% y 23% respectivamente, opciones que facilita entender que se busca lograr una identidad personal para el segundo caso, algo que caracteriza a un creador de fuentes para ser reconocido, como también en el área de marketing de un producto o servicio, la empresa quiere expresar una originalidad, algo propio y único en su marca. Se contrasta con el porcentaje de tipografías ecuatorianas pero este tipo va de la mano con las creadas por el autor. Mientras que se puede observar que también existe gran acogida de las tipografías internacionales, que puede deberse al hecho de que estas las utilizan en marcas reconocidas y por lo tanto asemejan el uso de estas al marketing.

#### 5. ¿Cuál es el tipo de letra que usted prefiere seleccionar? (Señale una opción)

**Figura 11**

*Tipo de letra que prefiere seleccionar.*



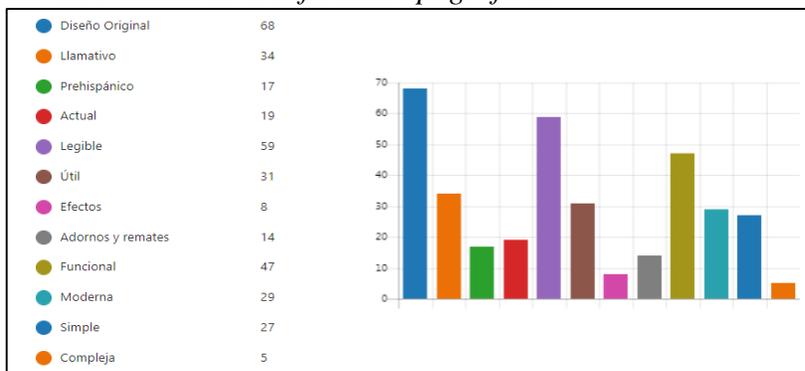
*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Encuesta Microsoft Forms 2021

**Análisis:** El tipo de letra gratuita es lo que prefieren seleccionar con 86 elecciones es decir un 72% de la muestra, sin duda alguna por la facilidad o alcance de encontrar en Internet. Siendo así una estrategia para darse a conocer una tipografía que es diseñada por el autor y de la misma manera por donación. Elegir una fuente que tenga un diseño agradable y combine es lo más importante, pero esta tarea es un poco complicada rebuscar en tantas páginas web y atinar con un estilo deseado, también puede darse la coincidencia de encontrar una fuente como se lo espera, pero es tipografía de pago, entrando en una segunda opción y con el 23% o 27 de los encuestados que optan por esta vía.

**6. ¿Qué características esperarías de una familia tipográfica basada en diseño andino ecuatoriano? Seleccione 3 opciones:**

**Figura 12**

*Características de una familia tipográfica.*



*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Encuesta Microsoft Forms 2021

**Análisis:** Las tres opciones más elegidas por la muestra de estudiantes fueron: diseño original, con 68 de los participantes, seguido por la característica de ser legible con 59 participantes y por último, la característica para una familia tipográfica para un diseño andino ecuatoriano es que sea funcional con 47 de los participantes que se inclinaron con este tipo de característica para una familia tipográfica.

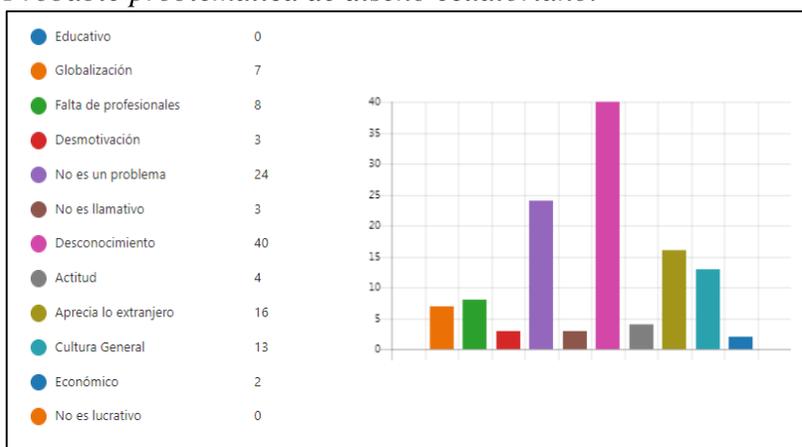
Las tres opciones demuestran que a los encuestados les interesa que una familia tipográfica tenga un diseño original que se diferencie del resto haciendo notar la experiencia y la personalidad propia en esta. Se puede analizar también que la legibilidad es una característica de gran importancia para los estudiantes de diseño gráfico y publicidad ya que facilita la lectura y por lo tanto es aquella que

hace referencia a la percepción visual del texto, es decir, al tipo de letra y cómo influye para que el público pueda leerla correctamente. Y como otra importante característica está que sea funcional como lo dijo Thomas James Cobden-Sanderson “La función de la tipografía, así como de la caligrafía, consiste en comunicar a la imaginación, sin perder nada por el camino, la imagen que intenta transmitir el autor.”.

- 7. ¿Cuál podría ser el problema para que no se utilice en el diseño ecuatoriano elementos con características de identidad local, regional o nacional?  
 Seleccione 1 opción.**

**Figura 13**

*Probable problemática de diseño ecuatoriano.*



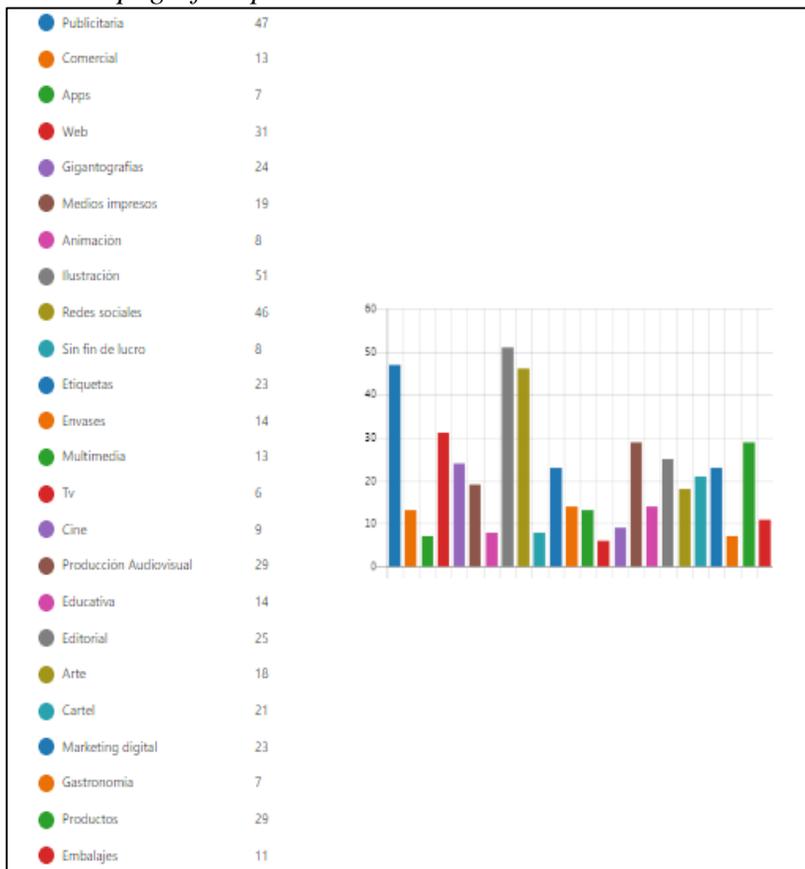
*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Encuesta Microsoft Forms 2021

**Análisis:** Para esta interrogante 40 de los participantes están de acuerdo a que un problema para que no se use un diseño ecuatoriano con características de identidad es el desconocimiento, esto se debe en sí mismo al poco conocimiento de la cultura de nuestros antepasados, al poco interés del estudio de los mismos o simplemente la poca información que se tiene y que no se encuentra al alcance de muchos. Pero así mismo existen un segmento de encuestados que opinan que no existe un problema en sí, para que no se use un diseño ecuatoriano con identidad local, regional o nacional.

- 8. ¿Sobre el uso de la tipografía en qué tipo de diseños aplica frecuentemente?  
 Seleccione 3 opciones:**

**Figura 14**

*Uso de tipografía aplicada a diseño*



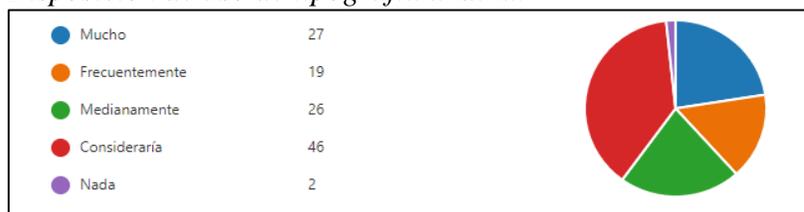
*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Encuesta Microsoft Forms 2021

**Análisis:** Se observa que las tres opciones más seleccionadas para el uso de tipografía son en ilustración, publicidad y para redes sociales. Gracias a la ilustración se puede realizar imágenes artísticas que pueden utilizar instrumentos tecnológicos, principalmente el ordenador. De este modo se puede crear una infinidad de imágenes y a partir de ellas la creación de tipografías ya que una ilustración siempre tiene una función, siempre hace algo: contar una historia, vender un producto, describir un entorno, enseñar el funcionamiento de algo, etc. A nivel publicitario la tipografía tiene una misión que no se puede obviar: atraer la atención del público al que va dirigido el mensaje, por lo tanto es de gran importancia en este aspecto. Y ahora no se puede dejar atrás que las redes sociales han implementado las opciones de crear publicidad a través de ellas de este modo llegar de una manera más sencilla a mucha audiencia que es usuaria de las mismas por lo que al usar una familia tipográfica, para los estudiantes es otra de las opciones más elegidas por su gran relevancia.

**9. ¿Estaría dispuesto a utilizar tipografías en componentes de identidad andina?  
Seleccione 1 opción**

**Figura 15**

*Disposición de uso de tipografía andina.*



*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Encuesta Microsoft Forms 2021

**Análisis:** Para considerar utilizar tipografías que tengan componentes de identidad andina las respuestas se inclinan a que la mayoría consideraría, esto puede deberse a que para el diseño siempre se debe considerar el propósito o el fin para lo que se emplea la tipografía ya que de esta depende mucho el mensaje que se requiera dar o al público al que pretende ser dirigido.

### **3.1.2. Análisis e interpretación de las entrevistas.**

## **ENTREVISTA 1**

### **Datos del Entrevistado**

**Nombres y Apellidos:** José Echeverría Almeida

**Perfil laboral o profesional:** Arqueólogo – Antropólogo.

#### **1. Sobre la cultura Caranqui, ¿Cuán importante es estudiar o regresar la mirada a este tipo de culturas? En término de identidad, simbolismo, patriotismo.**

Necesitamos saber quiénes son nuestros padres, nuestros abuelos, bisabuelos, igualmente a nivel de sociedad necesitamos tener referentes de nuestros antepasados, porque no somos fruto del acaso o de un día para otro, si no que tenemos antecedentes de miles y miles de años. Entonces es muy importante investigar quienes han sido nuestros taitas para en base de ello ir construyendo nuestra identidad en base de otros elementos que han surgido en todo este proceso que llevamos en cuanto a vida ecuatoriana. Siempre las culturas prehispánicas y las actuales viven de signos, símbolos y es una tarea también de los científicos sociales ir identificando estos símbolos en las culturas aborígenes o culturas prehispánicas; conocemos que la identidad de los Caranquis se refleja en objetos visibles, en este caso como usted conoce un rasgo monumental de identidad de los Caranquis, son los montículos artificiales o tolas, que de acuerdo a la fotografía aérea de los años 70 existieron por lo menos unos 5000 montículos desde el valle de Guallabamba de la parte oriental desde Pifo hasta el área del Chota Mira, con los límites de las cordilleras tanto al oriente como el occidente. Estas 5000 tolas creo que en la actualidad son muy pocos los montículos que quedan, algunos sitios son realmente impresionantes como el que seguramente usted conoce el de Zuleta, en el sector de San Pedro donde gracias a los hacendados especialmente Galo Plaza Lazo y el actual Fernando Polanco, se conserva más de 140 montículos, sólo en este sector. Otro rasgo de identidad pueden ser los camellones o plataformas elevadas que sirvieron para modificar los terrenos planos

que estaban en planicie y estaban sujetos a inundaciones especialmente en los períodos de intensas lluvias, hay todavía algunos de estos vestigios en Cayambe, otros que están enterrados bajo dos o tres metros de tierra y también con materiales volcánicos, hay que tener en cuenta como estamos sufriendo en la actualidad por ejemplo con el Sangay, muchos volcanes hicieron erupción y estos materiales concretamente la ceniza se dispersó a grandes distancias, tenemos el caso acá de Imbabura, por ejemplo la influencia del Quilotoa, más o menos entre el 800 y 1000 después de Cristo. Otro rasgo también puede ser las terrazas agrícolas que cuyos vestigios todavía se pueden observar en muchos lugares de la sierra norte por ejemplo acá en Otavalo hacia el cerro Imbabura y en Quinchuquí alto y Nagato, también en la zona de Pimampiro, hay un sector que le llaman el Cebadal son todavía visibles estas terrazas. Entonces todavía tenemos que seguir, lógicamente algo está por continuar la investigación en cuanto a autoría son los famosos Petroglifos, seguramente usted conoce los de Shanshipamba que son los que más se han conservado y en donde encontramos algunos signos y símbolos que pueden representar creencias o parte de su cosmovisión. En relación al patriotismo cada individuo aceptaba el puesto que le correspondía en la sociedad, es decir todos obedecían al Cacique y lo que él mandaba eso se hacía; había una sumisión bastante grande con una gran identidad dentro de su propio cacical, entonces si había peligros externos, todo el cacicazgo se unía para defenderse, luego a nivel ya muy grande conocemos la confederación de los grupos étnicos que aglutinaba lo que hoy conocemos como Caranquis que son los Cayambis, los Otavalo y también apoyaron el grupo del norte los Pastos y del Oriente los Cosanga, de tal manera para oponerse al ejército imperial Inca; entonces hay un “Patriotismo” en cuanto significa defender el propio territorio, defender su libertad.

## **2. Estos motivos sobre los modelados en los artefactos correspondientes a la cultura Caranqui, ¿se podría hablar de diseño, arte o espiritualidad?**

En la época aborígen todo era una sola, no hay esta división entre lo material y lo espiritual, es decir el concepto Andino es diferente al concepto nuestro Occidental que parcelamos todo entonces podemos ver que en la cerámica una intención básicamente de utilidad doméstico hay muy poco desde nuestro punto de vista estético de encontrar objetos bellamente elaborados o con muchas decoraciones, hay una parte del corpus cerámico que podríamos considerarlo más estético o de función especial, tal vez solo de uso de la élite cacical o para rituales, pueden ser las compoteras, es decir los cuencos con pedestal ya sea corto, mediano o alto. Las ánforas que tienen en el exterior decoraciones en base de un color rojo, un rojo oscuro pero son líneas o rasgos geométricos bastante simples o no hay una complejidad como se observan en otras culturas como nuestros vecinos que vivieron en el Carchi y en Nariño, hay objetos en cuanto a su forma que pueden ser muy interesantes y que al parecer tienen influencia de las culturas del Carchi, especialmente los objetos que han sido decorados mediante la técnica del Ikat, digamos de la pintura negativa y que se proyecta en tejidos con la técnica Ikat, es decir en la urdiembre se amarran los hilos con algún material impermeable para luego teñirlos con algún colorante, entonces esta parte que estuvo protegida se mantiene con el color natural es decir el blanco, entonces hay una serie de formas especialmente geométricas que a veces le llaman en forma de letra V y también en forma de llamas, estos tejidos han sido de uso ceremonial o ritual acá en Otavalo y Cotacachi he observado por ejemplo el poncho con motivo

ajedrezado es decir un cuadro blanco y un cuadro azul o negro como el tablero de ajedrez, estos utilizan solamente en las ceremonias del matrimonio, entonces es muy probable que en épocas antiguas tanto la cerámica decorada con pintura negativa como los tejidos con la técnica Ikat, fueron usados en ocasiones muy especiales, es decir que la cerámica en sí no es muy estética, parece que los Caranquis se preocuparon más en otras actividades que en producir una alfarería muy estética o bellamente elaborada.

### **3. ¿Qué considera que se deba tomar en cuenta para el estudio de los íconos representativos de la cultura Caranqui?**

Bueno hay que seleccionar los que son como identificadores de territorio que como le dije pueden ser las tolas, los camellones o campos elevados, las terrazas, y en cerámica también hay lo que se ha denominado la estrella de ocho puntas que es influencia de otras culturas y que se da mucho en Carchi y en Nariño, hay también la Chacana o la cruz Andina representada incluso en geo glifos, es decir que han sido representados por ejemplo en una pendiente, en una ladera, mediante surcos profundos, también hay la Chacana estilizada y representada en una compotera. Es un tema que todavía sigue en investigación no está todo hecho, hay mucho por investigar.

### **4. En los motivos de la cultura Caranqui, ¿cuáles son los rasgos de mayor identidad, es decir si los trazos, estilo, materiales tienen elementos, señales o alguna particularidad?**

Bueno son bastante sencillos, como le mencioné se ha utilizado la forma mismo en cuanto a la alfarería que pueden ser como rasgos de identidad especialmente del período tardío es decir del 1250- 1500 es el ánfora tal vez con pintura roja, motivos geométricos, la famosa olla trípode, la compotera y bueno por la humedad no se han conservado los textiles, pero suponemos que las persistencias actuales de los tejidos con técnica Ikat, pudieron haber sido también prehispánicos, se han encontrado muy pocas evidencias materiales, la humedad destruye todo lo orgánico, pero observamos que los Caranquis, también tenían una facilidad de abstraer y de sintetizar, hay muchas cosas que pueden estar representando sus creencias esto especialmente en los signos que vemos en los petroglifos que como es de piedra eso se ha conservado con mayor facilidad.

#### **(Los petroglifos, ¿cómo se podrían encontrar?)**

Si usted está en Ibarra averigüe de un señor Oswaldo Orbe, él en su época joven fue un buscador de tesoros y se ha traído el mejor petroglifo de Shanshipamba le tiene en la casa, le tiene en el garaje de la casa. Todavía hay un petroglifo a la ladera del camino en Shanshipamba, creo que tres más a poca distancia del camino en unos potreros, también hay otro en el Carmelo, en el camino de Pimampiro, a Sigsipamba, está en una pendiente muy visible desde el camino.

#### **(¿Cómo son los petroglifos y qué significaban?)**

Son rocas naturales, pero que han sido grabadas con incisiones, generalmente lo más común es una espiral y puede haber representaciones circulares, cuadrangulares que ya es otro tema de interpretación de qué pudieron haber significado esos símbolos. Lo que se interpreta hasta el momento es que seguramente están señalando derroteros o rutas, límites entre grupos humanos o

puede ser también que estén señalando algún área sagrada muy propicio para hacer rituales o seguramente también por proyección de lo que se ha observado en la Amazonía, pueden ser también lugares de curación, en la Amazonía utilizan la cima de estos petroglifos para curar a los enfermos, es como los católicos dicen si me voy al Quinche o si me voy a las Lajas, la Virgencita me va a curar entonces el chamán dice si le cura encima de este petroglifo va a tener más efecto energético en todo lo que yo estoy haciendo, parece que si hay estos lugares de mayor energía.

### **(¿Los Caranquis se caracterizaban por ser astrónomos?)**

Sí, La ventaja nuestra es que hay dos cordilleras que permiten “observar la salida y ocultamiento del sol” entonces esto fue propicio para que los Caranquis puedan determinar el movimiento especialmente del sol y de la Luna y por estar también en la mitad del mundo en la línea equinoccial, también podemos observar el mapa sideral el cielo, entonces como los Caranquis fueron eminentemente agricultores querían tener ciertos conocimientos para determinar las épocas de cada ciclo agrícola, cuál es el momento propicio para sembrar o inferir si iba a ver períodos de mucha lluvia o escasa precipitación. Justamente en Rumicucho que es la mitad del mundo en san Antonio de Pichincha hay como 16 círculos empedrados, algunos tienen las líneas de la fila de piedras, este oeste o viceversa Norte y Sur, entonces es muy probable que los Caranquis hayan desarrollado, bastantísimo toda la cuestión Astronómica.

### **5. El diseño en la actualidad puede promover a la cultura, creería usted que ¿se podría utilizar parte de estos elementos Caranquis para adaptar en piezas, productos, nuevas identidades, textiles, nueva artesanía, branding entre otras?**

Hay determinadas piezas arqueológicas o vasijas que podría ser modernizadas y de hecho ya se han hecho estas proyecciones por ejemplo en Quito se han cogido, se han inspirado en objetos arqueológicos, les han aplicado las nuevas tecnologías alfareras, por ejemplo una compotera barnizada con los materiales modernos, la forma es antigua pero el acabado es moderno, también hay aplicación de los diseños en camisetas en variedad de tejidos, en sacos de lana, en Otavalo, bueno en Carchi que es más rica la diversidad en motivos y diseños, los sacos que hacen en Mira están también aplicando diseño precolombino, igual los diseños que se han encontrado en los petroglifos, en los objetos hechos en piedra, ya es cuestión de iniciativa, de inspiración, de cómo captar y graficar por ejemplo una leyenda que conocen también La leyenda de los amores entre el Taita Imbabura José Manuel Imbabura con la María Nieves Cotacachi, entonces estas leyendas también han sido graficadas y plasmadas en tejidos, ya es cuestión de iniciativa del artista actual, cómo captar esa tradición ese conocimiento antiguo para una aplicación moderna que sirva en la actualidad.

### **6. ¿Cuál podría ser la estrategia para que en el país se promueva este tipo de conocimiento andino? O en términos históricos que no haya esa resistencia por apreciar este tipo de conocimiento**

Nos toca romper esta división entre el pasado y presente porque a veces pensamos que el pasado ya no sirve para nada, cuando el presente es una continuación de lo pasado, si no conociéramos el

pasado, tampoco podríamos entender el presente y sin pasado y presente tampoco podemos proyectarnos hacia el futuro, entonces hay que valorar también todo el pasado en forma práctica, con un conocimiento en base de las investigaciones que se van realizando, poner determinados temas en las mallas curriculares y sobre todo también hacerle práctico, es decir por ejemplo llevar al grupo de estudiantes a que vean las tolas, los petroglifos como se usa correctamente la pendiente, cómo se puede utilizar un terreno plano inundable, hacerle bastante práctico y luego también poner determinados lugares dentro de los circuitos turísticos, ahora que tenemos el famoso Geo Parque, habrá que hacer un gran inventario de todos estos rasgos aborígenes y catalogarles o jerarquizar cuáles son los más representativos y sacarles provecho porque a veces vienen los turistas, unos pocos conocen pero a otros les llevan a los mismos lugares, entonces hay que diversificar y sobre todo poner en estado que sean visitados. Tenemos el famoso Incahuasi o sitio ceremonial en Caranqui, el más grande de los baños Incas de todo el Tahuantinsuyo y ahí está botado, se han robado hasta las piedras, entonces cómo vamos a atraer turismo si no nos preocupamos de la conservación de sitios monumentales, las tolas ya están desapareciendo la mayoría, por ejemplo en Caranqui la tola más grande se conserva porque ahí están los tanques del agua potable, las quince tolas más han sido transformadas en ladrillos, y siguen utilizando la tierra de las tolas para hacer adobes, entonces de qué estamos hablando, no hay una preocupación por parte de las autoridades de integrar estos bienes al presente para que sirvan de referentes de nuestra historia, sirvan para el turismo, porque la gente de afuera no viene a ver lo mismo que ya tienen en su país vienen a ver cosas distintas, por ejemplo acá en Natabuela, Atuntaqui incluso acá en Otavalo he visto las paredes hechas a mano, pero a nadie se le ha ocurrido en conservar, hay los tapiales, hay un montón de elemento de arquitectura aborígenes tradicionales pero nadie le para bola, imagínese estudiantes de ingeniería de arquitectura, forzosamente tendrían que venir a ver las formas aborígenes de las viviendas, pero a nadie se le ocurre y cada vez se les destruye, no hay conciencia, igual los petroglifos, los buscadores de tesoros, piensan que hay algo interesante ahí debajo y les ponen dinamita. Socapamba parece que de acuerdo a los estudios de Silvio Luis Aro que fue el Obispo de Ibarra, había por lo menos unos 7 petroglifos, ahora ya no hay nada, y así podemos ir enumerando cómo hemos destruido nuestro patrimonio.

#### **a) Análisis de la entrevista a José Echeverría.**

En la entrevista con José Echeverría se pudo corroborar mucho de la cultura Caranqui con algunos textos estudiados y expresados en el marco teórico, concluyendo que “Los Caranquis” son representados con gran importancia por sus montículos de tierra ahora conocidos como Tolas, ya que se les ha atribuido su aparición y creación de estas en épocas pertenecientes a ellos, identificándose como un ícono muy representativo. Se sabe que para José, esta cultura se caracterizaba por ser un pueblo dedicado a la agricultura en la cual ellos estudiaban a los astros para el conocimiento de las mejores épocas de cosecha o de cultivo, como del clima y la lluvia, creando a la vez camellones y terrazas construidas de una manera muy particular y siendo útiles para sus productos agrícolas, lo que a su vez demuestra otra parte importante de su cultura. A través de esta entrevista se logró constatar también la gran importancia de los petroglifos para la cultura

Caranqui encontrándose en estas rocas figuras simbólicas tanto como para ubicar lugares sagrados como para identificación de energías, siendo tomados en cuenta como otro de los íconos. Así también se llegó a determinar que la alfarería de los Caranquis era muy sencilla, sin embargo tenían diferencias de otras culturas como el colocar franjas de color rojo siendo este un identificador, otra característica era la forma de sus vasijas y en algunas de ellas la colocación de símbolos sencillos pero representativos.

## **ENTREVISTA 2**

### **Datos de la entrevistada**

**Nombres y Apellidos:** Nelly Ruiz

**Perfil laboral o profesional:** Docente

#### **1. ¿Cuán importante es estudiar o regresar la mirada a las culturas precolombinas de la zona norte de Ecuador? En término de identidad, simbolismo, patriotismo.**

Durante varios años, décadas, se podría decir nuestras culturas originarias han venido perdiendo sus valores ancestrales, sus costumbres y con ello desapareciendo lo que en algún momento fueron los asentamientos o grupos primigenios que se desarrollaron en nuestros territorios. Hay muchas culturas precolombinas que se desarrollaron en la parte norte de nuestro país y poco se dice o se habla de ellas, es por eso que es importante darles el lugar que les corresponde, estudiando sus formas de vida, su cosmovisión, su relación con el mundo y su gente para poder mantener nuestra identidad. Los signos gráficos presentes en los artefactos ya sea cerámicos, de vestimenta, herramientas, en fin; nos hablan precisamente de su actuar con el mundo, con su gente, nos hablan de las diferentes disciplinas que manejaban en diario vivir. Un lenguaje riquísimo en conocimientos que nos invita a ser parte de sus conocimientos. Solo quién forma parte de estas investigaciones puede dar fe de lo grandioso que tiene cada cultura y su relación con los pueblos aledaños. Hablamos de patriotismo cuando nos apropiamos del conocimiento de estas culturas, lo involucramos en nuestro diario vivir, lo difundimos y lo ponemos en alto, por otra parte, aprendemos a ver las cosas buenas que tenemos y que nos identifican con nuestras culturas sin dejarnos influenciar de culturas extranjeras

#### **2. Estos motivos sobre los modelados en los artefactos correspondientes a las culturas de la zona norte de Ecuador, ¿se podría hablar de diseño, arte o espiritualidad?**

Podríamos hablar de todo ello, en las diferentes perspectivas que nos dan estos artefactos. Forma parte del diseño cuando investigamos los elementos básicos con los cuales construyeron artefactos, si estudiamos, la forma, el material, el color, las estructuras de la disposición de las formas el lenguaje, la semiótica. Todo esto nos habla de diseño. Observar los detalles, lo que transmite tan participarme cada figura, cada signo, el objeto en general sin duda es arte.

No podemos dejar de lado la cosmovisión y cosmogonía con la cual miraban el mundo nuestros pueblos ancestrales, cada artefacto nos enseña su forma de vida y su comunión con su entorno, La visión de los tres mundos en los cuales se desenvolvían, el significado tan grande que estos tenían para ellos. El mundo de arriba, el de los dioses, el mundo terrenal donde el hombre se desenvuelve en comunión con su entorno y el mundo de abajo, el inframundo, de donde nacen nuevos hombres.

**3. ¿Qué considera que se deba tomar en cuenta para el estudio de los íconos representativos de las culturas de la zona norte de Ecuador?**

Creo que no hace falta ser arqueólogo o investigador para investigar nuestro pueblo ancestral, lo que si se podría decir es que, si es muy importante, querer darles voz a sus conocimientos a través de nuestras investigaciones. Identificar sus mayores logros, rescatar de su lenguaje, aquello que podemos utilizar para dar vida quizá su ideología, su forma de vida; a través de nuevos diseños. Y al hablar de lenguaje podemos referirnos a todos los artefactos que fueran encontrados y que nos halan de su mundo, ya se la cerámica, los elementos que lo componen, la orfebrería, herramientas, en fin.

**4. ¿Cuáles son los rasgos de mayor identidad, es decir si los trazos, estilo, materiales tienen elementos, señales o alguna particularidad?**

Cada cultura tiene sus particularidades que los identifican como tal. Si hablamos de Valdivia, seguro ya identificamos las VENUS, al hablar de la cultura Manteña, las sillas en U, si hablamos de los Pasto su sol que lo identifica; en cada cultura encontraremos riqueza que nos lleva a querer conocer más de su historia. Particularmente en la mayoría de culturas precolombinas se destaca por sus hallazgos la cerámica y la orfebrería ya que de estos artefactos podemos desprender sus signos gráficos, el estilo que utilizan, el tipo de arcilla, la cromática que es muy especial en cada cultura. En mi caso he realizado una investigación sobre las mallas compositivas, y estructuras de ordenamiento que utilizaban para disposición de los espacios en la cerámica de una cultura, estos elementos se encuentran implícitos, pero forman parte de su construcción de su lenguaje.

**5. El diseño en la actualidad puede promover a la cultura, creería usted que ¿Se podría utilizar parte de estos elementos para adaptar en piezas, productos, nuevas identidades, textiles, nueva artesanía, branding entre otras?**

Claro que sí, como lo había dicho antes, hemos estado tan enajenados, permitiendo que culturas extranjeras hablaran de los elementos del diseño que los hemos incorporado como conocimientos propios. Hoy podemos decir que tener las bases del diseño andino, muchas investigaciones realizadas nos hablan de la semiótica del diseño andino donde podemos comprender como interactúan los diferentes elementos en las construcciones de sus diseños. Tomar este conocimiento, adaptarlo a nuestras necesidades, incorporarle en los diferentes formatos y soportes, manejar identidad corporativa de la localidad, packaging, módulos estructurales que se pueden emplear en diversos proyectos artesanales. Lo importante es comenzar a darle vida a estos nuevos diseños, darles voz a nuestras culturas.

**6. ¿Cuál podría ser la estrategia para que en el país promueva este tipo de conocimiento andino? O en términos históricos que no haya esa resistencia por apreciar este tipo de conocimiento**

A nivel nacional se ha emprendido varios proyectos para dar a conocer los aportes en todas sus áreas, de nuestras culturas milenarias. Sin embargo, esos proyectos han sido trabajados desde grupos estudiantiles de colegios, de universidades, donde no han sido tomados muy en cuenta o no se les ha dado el valor y la importancia que corresponde. Al ser docente, además de diseñadora, me parece importante poder trabajar con niños, incorporar en las aulas estos conocimientos a través de talleres, cursos donde ellos vayan identificando desde temprana edad los aportes de nuestras culturas, que se identifique con las mismas y que en un futuro defiendan estos conocimientos como propios. No está por demás también, incorporar en el pensum académico, de carreras de Diseño y similares, la Historia del Arte, pero del arte precolombino, del diseño andino. Todo conocimiento parte desde las aulas.

**b) Análisis de la entrevista a Nelly Ruiz.**

En la entrevista con Nelly se puede destacar que encuentra a la cultura andina muy importante para el estudio en las nuevas generaciones el aporte de estas culturas en la actualidad y para conocimiento de nuestros antepasados, y de cómo la cultura que los caracteriza es muy valiosa entenderla y conocerla, destacando también que existen maneras de identificarlos como son sus costumbres y creencias llevadas o plasmadas a materiales como las cerámicas, orfebrería, textiles, agricultura, etc. Ya que muchas de las culturas acentuadas en el norte del Ecuador presentaban en sus materiales muchos signos característicos o representativos que reflejan su lenguaje y creencias acerca de su cosmovisión.

**c) Interpretación de las entrevistas.**

En general al analizar tanto la entrevista con José Echeverría y Nelly Ruiz, al igual que el estudio realizado con bibliografía de la cultura Caranqui se pudo determinar que los íconos más representativos de esta cultura vienen dándose tanto por su manera de celebrar o velar la muerte de sus líderes en las tolas, siendo estas las más representativas tanto las tolas cuadrangulares por su peculiaridad al ser construidas y a las tolas hemisféricas. También se encuentra importante a los petroglifos siendo algo muy característico de esta cultura, ya que tienen signos que identifican algo especial debido al lugar donde fueron encontrados creyéndose que se encontraron en puntos cargados de energía, por lo que se lo tomó como otro de los íconos, así también se destaca que las culturas en sí tienen una forma distinta de realizar sus cerámicas siendo estas de reconocimiento ya que fueron elaboradas de una manera muy simple a comparación de otras culturas de la época, se sabe que la naturaleza, los astros sol, luna, otros elementos como el agua, la tierra, sus montañas fueron de gran relevancia para ellos por lo que plasmaban con figuras representativas en sus vasijas.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. PROPUESTA**

#### **4.1. Tema**

“Diseño de una fuente tipográfica con identidad étnica, basado en los íconos representativos de la Cultura Caranqui”

#### **4.2. Introducción**

Este capítulo recopila los íconos que representan a la Cultura Caranqui, los vestigios en fotografía con sus respectivas ilustraciones, en el que se puede ver las características de cada figura. Con el uso de módulos compositivos, herramientas manuales y digitales, se obtuvo una recopilación de patrones que fueron de utilidad para el desarrollo de una fuente tipográfica que tenga las características de tipo de letra, estilo y propósito de mayor acogida en las encuestas realizadas a los diseñadores que cursan los últimos niveles de diseño gráfico y publicidad, determinando por preferencia un estilo sans serif, moderna y de uso gratuito, con características de diseño original, legible y funcional, a la cual se le daría uso en diferentes aplicaciones tales como en ilustración en indumentaria, señalética, publicidad, entre otros.

#### **4.3. Desarrollo de la propuesta.**

##### **4.3.1. Búsqueda de objetos Caranquis.**

Se buscó información documental y bibliográfica de los lugares arqueológicos en base a la cultura Caranqui (detallada en el capítulo I); y con referencia a la información recopilada del análisis de las entrevistas (en el capítulo III) realizadas al Arqueólogo y Antropólogo José Echeverría y a la experta en cultura de la zona norte de Ecuador Nelly Ruiz, se seleccionó fotografías de los íconos representativos dentro del territorio de la cultura Caranqui, tales como:

- Las tolas hemisféricas.
- Las tolas cuadrangulares y rectangulares con rampa.
- Las terrazas agrícolas de Pimampiro.
- Los petroglifos.

Se visitó los lugares de exposición prehistórica de la ciudad de Ibarra, para tomar fotografías en el museo Atahualpa y en el museo del Banco Central del Ecuador Ibarra, de los vestigios como piedras antropomorfas, silbatos con figuras humanas y animales, estatuillas, piedras de moler, compoteras,

vasijas de uso doméstico y ceremonial, telajes, orejuelas, collares, entre otros; como se puede observar en anexos 3 y 4.

#### 4.3.2. Identificación de los íconos representativos de Caranqui.

Los 13 íconos más representativos identificados de acuerdo al análisis de la información documental en el capítulo I y entrevistas en el capítulo III acerca de la cultura Caranqui, se describen en las tablas 10, 11 y 12.

**Tabla 10**

*Íconos en territorio de la cultura Caranqui*

Nombre de ícono	Fotografía	Descripción
1. Tola hemisférica.	 <p>Tomado de: Tolas hemisférica en Antonio Ante (fotografía1), <a href="https://ec.viajandox.com/uploads/mi_n_Tolas%20de%20Atuntaqui%20_1.jpg">https://ec.viajandox.com/uploads/mi_n_Tolas%20de%20Atuntaqui%20_1.jpg</a></p>	Montículos artificiales. Las pequeñas fueron construcciones funerarias de personas de alto rango, y las grandes sirvieron de base para viviendas.
2. Tola cuadrangular con rampa.	 <p>Tomado de: Tolas cuadrangulares con rampa (figura 14), (Quito, 2015)</p>	Dispersadas por el territorio de la zona norte de Ecuador; enfatizaron dar a conocer las diferentes jerarquías de organización humana. Y puntos de rituales ceremoniales.
3. Terrazas agrícolas de Pimampiro.	 <p>Tomado de: Terrazas agrícolas, (Raymi.com, s.f.)</p>	Modificaciones en pendientes diseñadas para el cultivo. Representan las actividades agrícolas de los Caranquis, como supieron optimizar los recursos naturales y el cuidado del suelo.
4. Petroglifo 1	 <p>Tomado de: Petroglifo 1 (Pimampiro, 2021)</p>	Fueron un modo de comunicación de grabados sobre las rocas posiblemente para expresar de manera simbólica los puntos energéticos o señales de referencia del territorio Caranqui.

---

5. Petroglifo 2



Tomado de: Petroglifo 2  
(Pimampiro, 2021)

---

*Nota:* Elaboración propia, 2022.

**Tabla 11**

*Objetos de piedra de la cultura Caranqui en museos.*

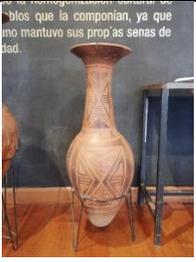
<b>Nombre de ícono</b>	<b>Fotografía</b>	<b>Descripción</b>
6. Piedra antropomorfa.	 <p data-bbox="651 978 1019 1010">En el Museo Atahualpa, en Ibarra.</p>	Piedra tallada con la figura humana.
7. Monolito de piedra.	 <p data-bbox="651 1272 995 1335">Tomado de: Monolito de piedra Caranqui (Morales, 2014).</p>	Piedra semitallada con rostro del hombre.
8. Piedra de moler maíz.	 <p data-bbox="651 1528 1019 1558">En el Museo Atahualpa, en Ibarra.</p>	Se utilizó principalmente para triturar maíz, representa el medio de transformación del alimento más privilegiado por esta cultura.

---

*Nota:* Elaboración propia, 2022.

**Tabla 12**

*Vasijas de la cultura Caranqui en museos.*

<b>Nombre de ícono</b>	<b>Fotografía</b>	<b>Descripción</b>
9. Computera con pedestal.	 <p data-bbox="654 604 1019 632">En el Museo Atahualpa, en Ibarra.</p>	Vasija de uso ceremonial.
10. Cuenco	 <p data-bbox="654 905 1019 926">En el Museo Atahualpa, en Ibarra.</p>	Vasija de uso ceremonial y doméstico.
11. Vasija compleja	 <p data-bbox="654 1199 1019 1220">En el Museo Atahualpa, en Ibarra.</p>	Recipiente grande decorado con figuras geométricas que simbolizaron la adoración a las montañas, a los elementos naturales, a los astros como el dios sol, la luna y las estrellas.
12. Vasija zapato	 <p data-bbox="654 1482 1019 1524">En el Museo Banco Central del Ecuador, en Ibarra.</p>	Recipiente en forma de zapato de uso doméstico.
13. Vasija trípode.	 <p data-bbox="654 1797 1019 1848">En el Museo Banco Central del Ecuador, en Ibarra.</p>	Olla con tres pies, de uso doméstico.

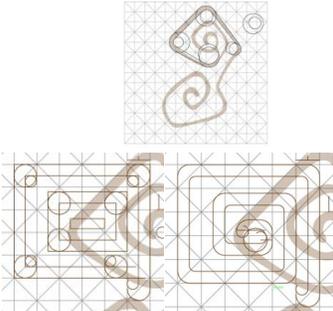
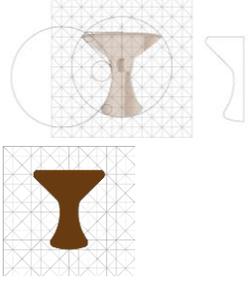
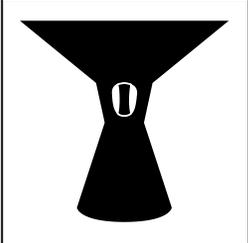
*Nota:* Elaboración propia, 2022.

### 4.3.3. Ilustraciones y diseño de íconos.

A partir de la selección de las imágenes y fotografías obtenidas de los 13 íconos representativos de Caranqui, se procedió a realizar las ilustraciones vectorizadas con las herramientas de Adobe Ilustrador; se utilizó una retícula guía con ángulo de 45 grados. En algunas ilustraciones se encontraron elementos de mayor realce o patrones para la creación de otros íconos. A su vez se aplicó las leyes compositivas de simetría, adyacencia, dirección, equilibrio, similitud, movimiento, fondo y forma; todas ellas descritas en el marco teórico, en el ítem de fundamentación científica. Se puede observar en las tablas 13 y 14, el diseño de algunos íconos, y en aplicaciones en el afiche los diseños finales de “Íconos Caranquis” Figura 37.

**Tabla 13**

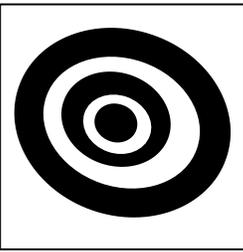
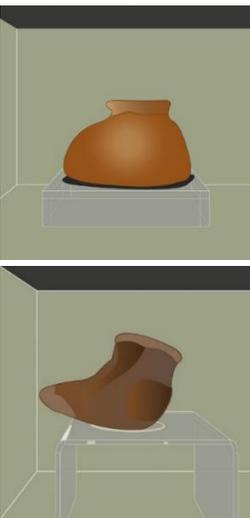
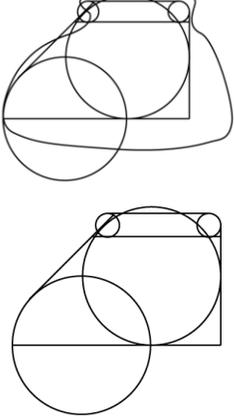
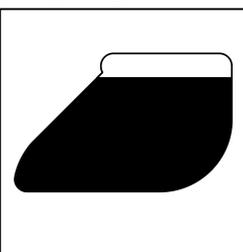
*Diseño de ícono “Petroglifo1” y “Computera con pedestal”*

Ilustración	Extracción de Elementos	Diseño de Ícono
<p>Petroglifo 1:</p> 	 <p>Leyes compositivas de dirección, similitud, movimiento hacia arriba y hacia la derecha.</p>	<p>Petroglifo 1:</p> 
<p>Computera con pedestal:</p> 	 <p>Leyes compositivas de simetría y equilibrio.</p>	<p>Computera con pedestal:</p> 

*Nota:* Elaboración propia, 2022.

**Tabla 14**

Diseño de iconos de “Vasija compleja”, “Terrazas agrícolas” y “Vasija zapato”

Ilustración	Extracción de Elementos	Diseño de Íconos
<p>Vasija compleja:</p> 	 <p>Ley compositiva de equilibrio en ícono terraza agrícola.</p>	<p>Vasija compleja:</p>  <p>Terrazas agrícolas:</p> 
<p>Vasijas zapato:</p> 	 <p>Ley compositiva de adyacencia.</p>	<p>Vasija zapato:</p> 

Nota: Elaboración propia, 2022.

#### 4.3.4. Módulo Compositivo y experimentación.

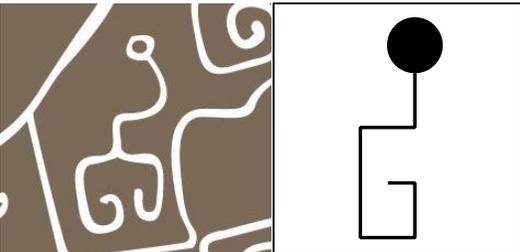
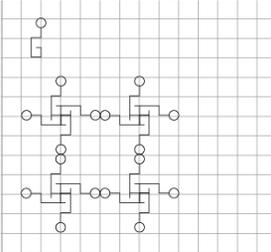
Se sabe que otro elemento distintivo e interesante en lo que respecta al diseño se encuentra el módulo, que se define como la composición que utiliza estructuras semejantes o idénticas entre sí, caracterizándose por ser formas básicas, es decir, sencillas ya que al ser de mayor complejidad deja de considerarse un módulo para convertirse en una forma individual. Según Wong (1995), “la presencia de módulos tiende a unificar el diseño. Los módulos pueden ser descubiertos fácilmente

en todos los diseños si los buscamos. Un diseño puede contener más de un conjunto de módulos.” (p. 52). Ensayando con módulos se puede conseguir patrones o súper módulos ya que al agruparse de manera organizada con las formas simples construyen una forma de mayor tamaño. Y con la infinidad que existe para la creatividad, inclusive al repetirse los patrones pueden usarse en un diseño. Se toma en cuenta también como un patrón a una textura visual. Siendo el caso en el diseño andino, quienes utilizan una amplia variedad de patrones en todas sus expresiones gráficas de su cultura, y como sabemos que al repetirse muchas líneas o imágenes comienzan a construir una textura visual.

El ícono 4, el petroglifo, fue el elemento elegido para esta composición, se le tomó en cuenta por tener una similitud de su diseño tallado en la piedra, a las letras de nuestro alfabeto, también por haber sido una manera de comunicación andina de la nación Caranqui y por las formas geométricas que estos presentaban como el cuadrado y el círculo característico de las tolas cuadrangulares y hemisféricas.

En la tabla 15 se observa el ícono 5 del petroglifo 2 sobre una retícula. Para empezar, se usó a la unidad en su forma original, aplicando la ley de movimiento hacia la derecha y hacia abajo, así se obtuvo el primer módulo.

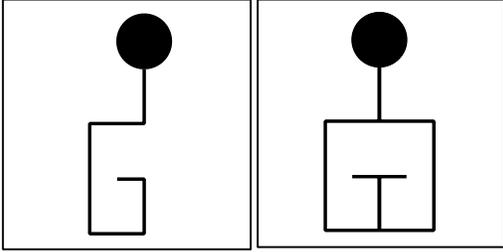
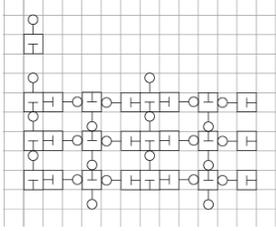
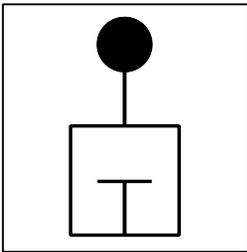
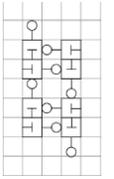
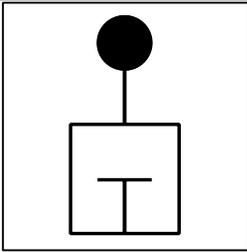
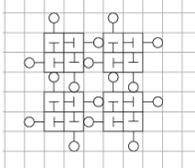
**Tabla 15**  
*Módulo compositivo 1.*

Elemento compositivo	Composición
<p>Ícono 5, petroglifo 2 (unidad):</p> 	<p>Módulo compositivo 1:</p>  <p>Ley compositiva: Movimiento hacia la derecha y hacia abajo.</p>

*Nota:* Elaboración propia, 2022.

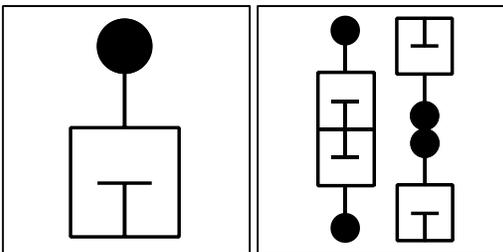
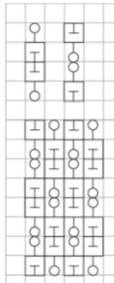
En la tabla 16 se explica el proceso para realizar el módulo 2, se usó la ley de similitud en la unidad; se reflejó verticalmente a 90 grados y se unieron los elementos similares (el círculo); esta forma se direccionó a la derecha en línea recta tocándose uno con otro y con movimiento hacia abajo. Además, se logró obtener más módulos o texturas, usando diferentes direcciones y movimientos como se observa en los módulos 3 y 4. A su vez en las tablas 17 y 18 se muestra la ley de simetría en el elemento duplicado para obtener los módulos 5 y 6.

**Tabla 16**  
Módulo Compositivo 2,3 y 4.

Elemento compositivo	Composiciones o texturas
<p>Unidad duplicada:</p>  <p>Ley compositiva: Similitud</p>	<p>Módulo compositivo 2:</p>  <p>Leyes compositivas: De dirección a la derecha y movimiento hacia abajo.</p>
	<p>Módulo compositivo 3:</p>  <p>Leyes compositivas: Movimiento hacia la izquierda y dirección hacia la derecha y hacia abajo.</p>
	<p>Módulo compositivo 4:</p>  <p>Leyes compositivas: Movimiento hacia la derecha y dirección hacia la derecha y hacia abajo.</p>

Nota: Elaboración propia, 2022.

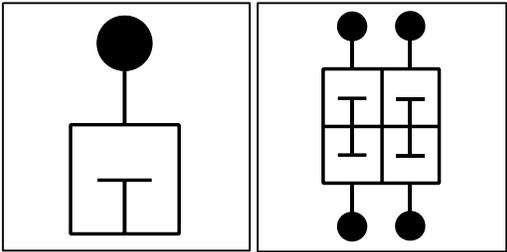
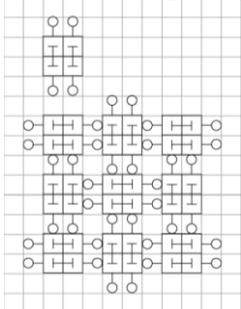
**Tabla 17**  
Módulo Compositivo 5

Elementos compositivos:	Composición o textura
 <p>Ley compositiva: Simetría</p>	<p>Módulo compositivo 5:</p>  <p>Ley compositiva: De dirección.</p>

Nota: Elaboración propia, 2022

**Tabla 18**

*Módulo Compositivo 6.*

Elementos compositivos:	Composicion o textura
 <p data-bbox="240 651 576 682">Ley compositiva: Simetría</p>	<p data-bbox="860 361 1161 392">Módulo compositivo 6:</p>  <p data-bbox="860 709 1445 808">Leyes compositivas: Dirección hacia la derecha, movimiento hacia la derecha y hacia abajo.</p>

*Nota:* Elaboración propia, 2022.

### 4.3.5. Diseño de una fuente tipográfica

#### 4.3.5.1. Boceto y vectorización.

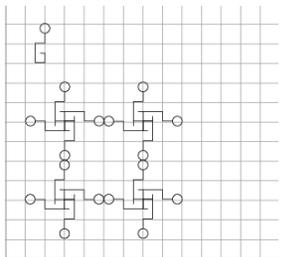
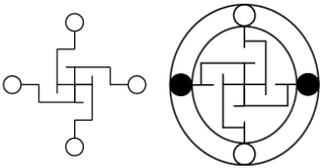
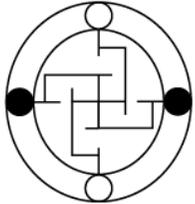
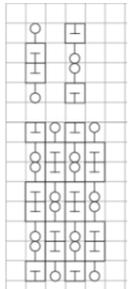
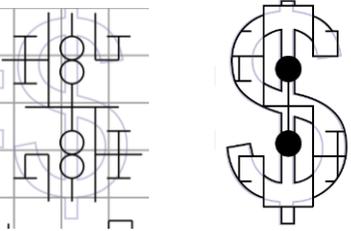
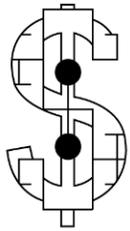
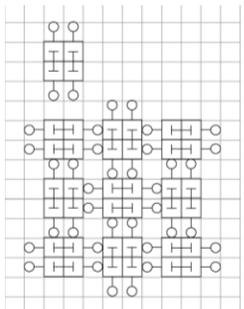
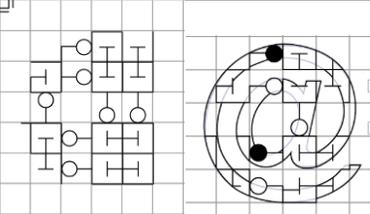
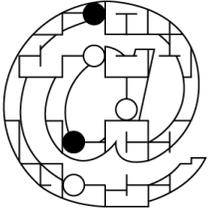
Sobre una tipografía existente de características simples, líneas rectas, sin serifas y clásica, esto de acuerdo a las encuestas realizadas, se realizó una impresión de las letras mayúsculas A, B, M y X de tipografía Arial en 72 puntos como referencia y usando otra hoja de papel cuadriculado, se calcó las cuatro letras para bocetar sobre ellas, los módulos compositivos o texturas anteriormente descritas. Como se puede observar en Anexos en la figura 16.

Con ayuda del programa Adobe Ilustrador, se creó un nuevo documento formato A4 y con una retícula pre diseñada, se ubicó el abecedario completo usando la tipografía Arial en 72 puntos. En letras mayúsculas, minúsculas, números y signos principales. A estas se le puso opacidad en un 30% para poder tener la referencia y en ellas con la capa bloqueada se diseñó la tipografía “Petro”.

Para el diseño de la tipografía “Petro”, se seleccionó el módulo o textura más acorde para sobreponer en cada letra de referencia, se aplicó las leyes de equilibrio, simetría, ritmo, textura y para los remates se tomó en cuenta la forma de la tipografía Arial; En la tabla 19 se observa el diseño la letra “O” mayúscula, del signo de dólar “\$” y la arroba “@”.

**Tabla 19**

Diseño de la letra “O”, del signo de peso o de dólar “\$” y la arroba “@”

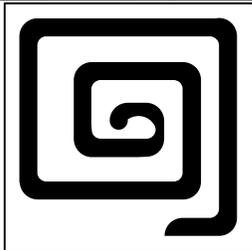
Módulo compositivo	Combinación de la textura en el tipo	Diseño final del tipo
<p>Módulo 1:</p> 		 <p>Diseño letra “O”</p>
<p>Módulo 5:</p> 		 <p>Signo de peso o dólar “\$”</p>
<p>Módulo 6:</p> 		 <p>Diseño de la arroba “@”</p>

Nota: Elaboración propia, 2022.

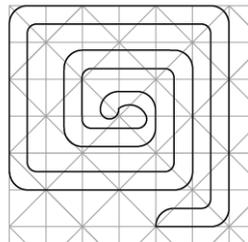
Adicional se creó otra tipografía de rasgos más simples y de manera experimental, tipografía “Tola”, usando proporciones del petroglifo 1, Ícono 4 y de este se inició a dar forma a las partes de los tipos, tales como el tamaño de las alturas, el grosor, la dirección, entre otras características, (figura 16 y 17).

**Figura 16**

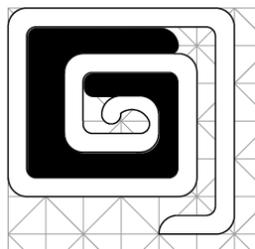
*Diseño de letras según la proporción del Ícono 4, petroglifo 1.*



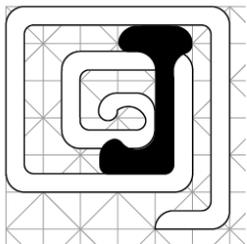
**Petroglifo 1, Ícono 4.**



**Ícono sin relleno y trazo de 0.75 pt**



**Diseño de la letra “G”**, de ella se empezó a construir la mayoría de las letras del alfabeto, ya que se obtuvo elementos de la anatomía de los tipos, como es el caso de las alturas de las mayúsculas, la asta ascendente y descendente de algunas minúsculas.



**Diseño de la letra “J”**

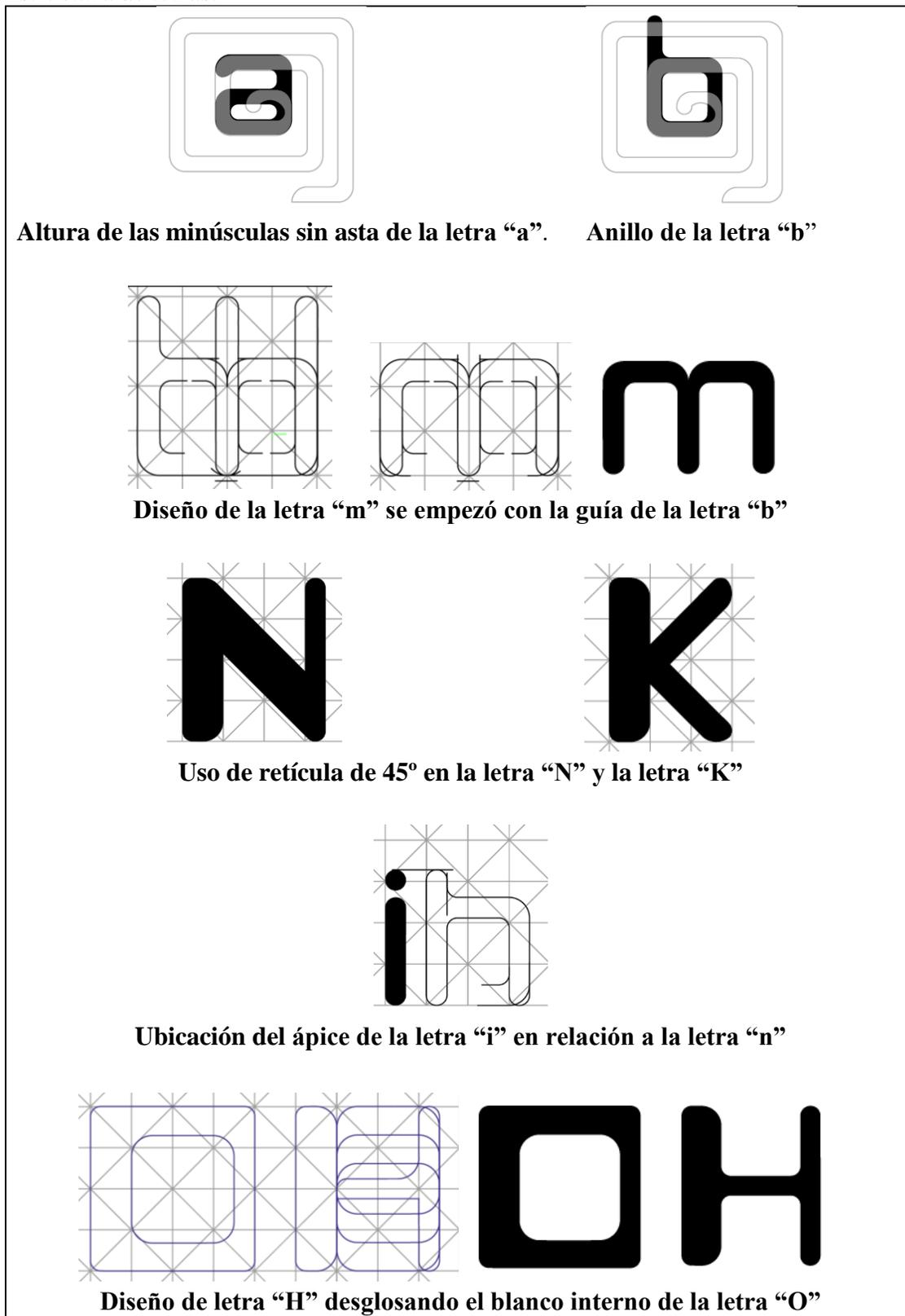


**Diseño de la letra “p”**

*Nota: Elaboración propia, 2022.*

**Figura 17**

*Estructura de letras.*



**Altura de las minúsculas sin asta de la letra “a”.**

**Anillo de la letra “b”**

**Diseño de la letra “m” se empezó con la guía de la letra “b”**

**Uso de retícula de 45° en la letra “N” y la letra “K”**

**Ubicación del ápice de la letra “i” en relación a la letra “n”**

**Diseño de letra “H” desglosando el blanco interno de la letra “O”**

*Nota:* Elaboración propia, 2022.

### 4.3.5.2. Diseño final de tipografías

Figura 18

Diseño final de tipografía "Petro"



Nota: Elaboración propia, 2022.

Figura 19

*Diseño final de tipografía "Tola"*



*Nota:* Elaboración propia, 2022.

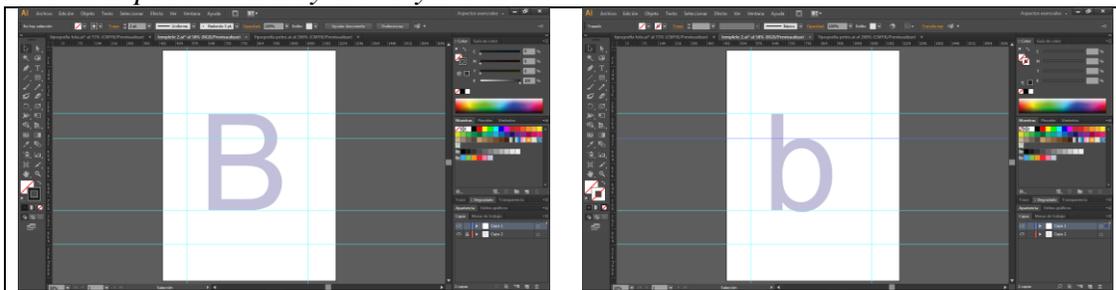
### 4.3.5.3. Fuentes tipográficas funcionales.

Una fuente tipográfica es el grupo de tipos diseñados, con características en común de tamaño (cuerpo) y diseño(familia). Se utilizó un programa de edición de fuentes tipográficas, Font Forge que es de uso libre y licencia gratuita; con esto se convirtieron a las tipografías diseñadas en funcionales, al haber transformado a todo el grupo en un archivo .otf (formato Open Type) para instalar en los ordenadores.

Para hacer una tipografía funcional, se creó un documento formato RGB de medidas 1080 por 720 px. y se realizó una plantilla en Ilustrador, que consiste en ubicar guías de las alturas de una letra mayúscula, y minúscula con la tipografía que se usó de referencia, la Arial en 600 pts. También se le puso opacidad a la letra en 30 %, como se puede observar en la figura 20.

**Figura 20**

*Plantillas para letra mayúscula y minúscula.*

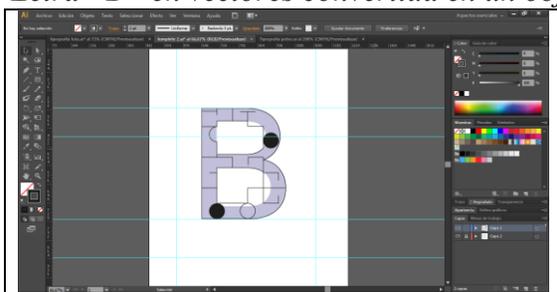


Nota: Elaboración propia, 2022 Fuente: Adobe Ilustrador.

Se colocó letra vector diseñada en la plantilla y sobre la tipografía de referencia se le hizo de tamaño más grande que la forma original de 72 pts. Ahora de 600 pts. También se aumentó el trazo a 2pts, y se convirtió a la letra diseñada en un objeto. Para hacer un objeto se tomó en cuenta que los vectores no estén agrupados, se bloqueó a la letra guía y se seleccionó todo el tipo diseñado, yendo a Efecto, Trazado, Contornear trazado. (Figura 21)

**Figura 21**

*Letra "B" en vectores convertida en un objeto.*

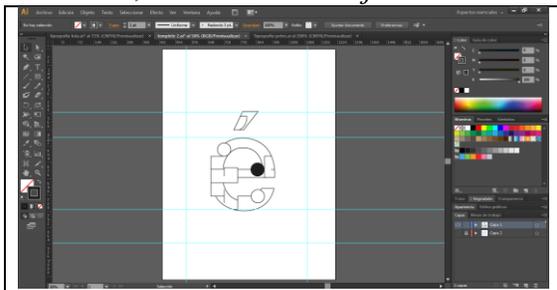


Nota: Elaboración propia, 2022. Fuente: Adobe Ilustrador.

Dentro de una carpeta, se guardó una copia con el nombre de la letra en formato. SVG (Vectores Gráficos Escalables). Este paso se realizó de manera individual para todas las letras, números y signos diseñados. También se crearon otros archivos. SVG de las vocales con tildes en mayúsculas y minúsculas (Figura 22)

**Figura 22**

*Vocal “é”, convertida en objeto.*

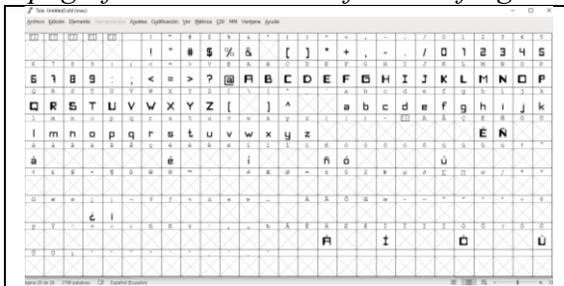


*Nota:* Elaboración propia, 2022. Fuente: Adobe Ilustrador.

En el programa Font Forge, se creó un nuevo documento, desplegándose una interfaz donde se encuentran los casilleros correspondientes al abecedario y los signos para poder importar desde ellos los archivos .SVG (Figura 23).

**Figura 23**

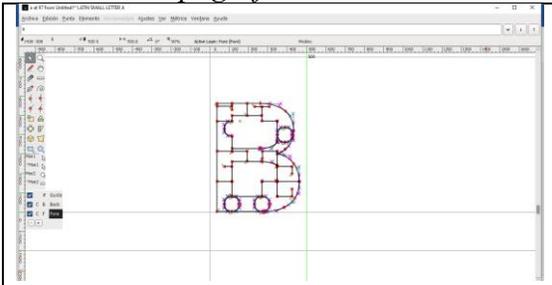
*Tipografía “Tola” en interfaz Font forge.*



*Nota:* Elaboración propia, 2022. Fuente: Font Forge.

Se seleccionó abrir ventana de perfiles haciendo clic derecho en uno de los casilleros, así se modificó cada letra ubicando sobre la línea horizontal que ya viene por defecto en el programa y se modificó el interletrado, moviendo las líneas guía verticales, dejando el espacio considerable entre ellas. (Figura 24).

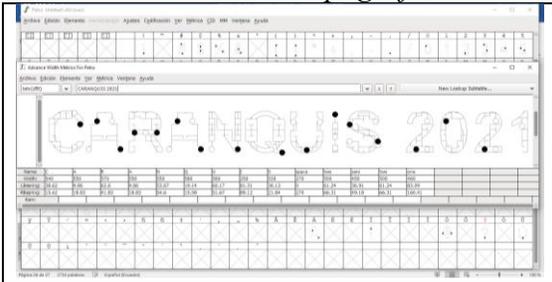
**Figura 24**  
*Interletrado tipografía “Petro”*



*Nota:* Elaboración propia,2022. Fuente: Font Forge.

En la ventana de métricas se revisó el espacio entre cada letra, escribiendo palabras desde el teclado. (Figura 25).

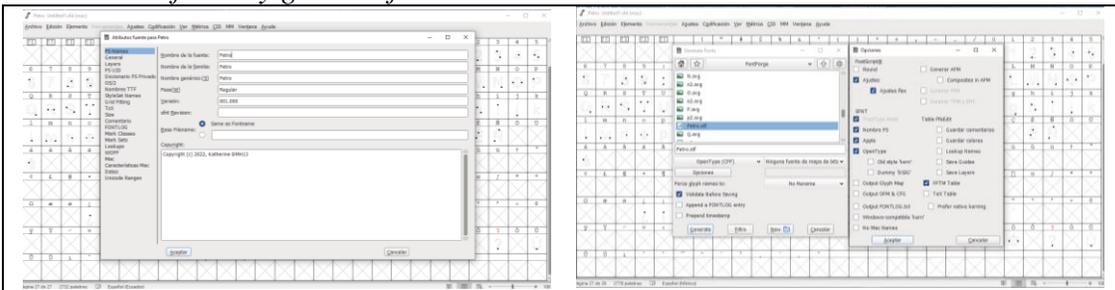
**Figura 25**  
*Ventana de métricas de tipografía “Petro”.*



*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Font Forge.

Antes de generar la fuente se ingresó el nombre de las tipografías, y los datos del autor en Elemento, Atributos fuente. (Figura 26). Para finalizar, desde Archivo, Generar fuente, se seleccionó el archivo Petro.otf, se revisó que este seleccionado OpenType (CFF), en opciones que este seleccionado Apple y Generar. Se revisó en la carpeta que existan los nuevos archivos Petro.otf, para la primera fuente tipográfica y el archivo Tola.otf. para la segunda fuente. (Figura 27 y 28).

**Figura 26**  
*Atributos de fuente y generar fuente*



*Nota:* Elaboración propia, 2022. Fuente: Font Forge



#### 4.3.6. Aplicaciones:

##### Figura 29

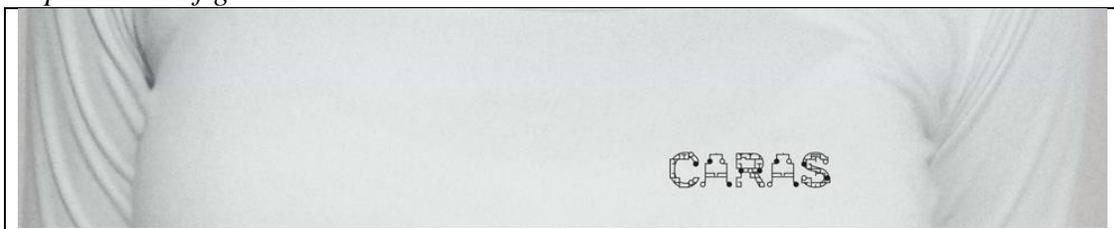
*Aplicación de tipografía "Petro" en indumentaria.*



*Nota:* Elaboración propia, 2022.

##### Figura 30

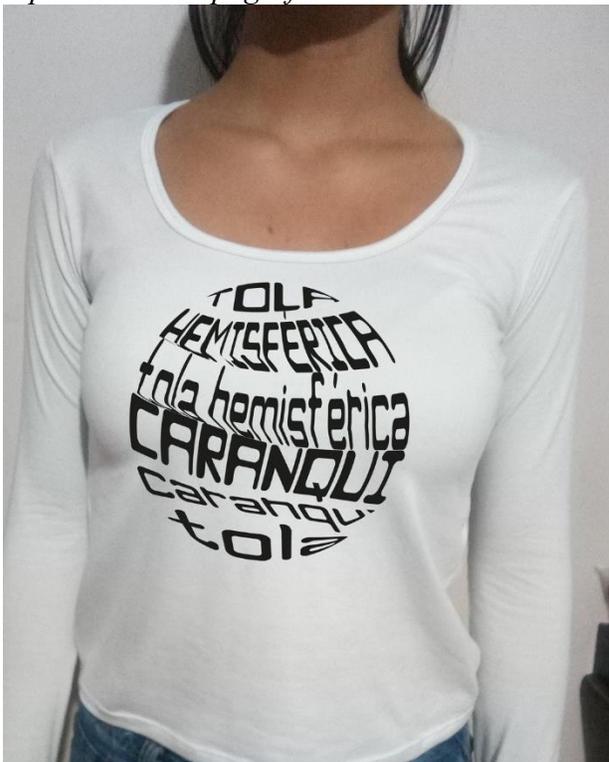
*Ampliación de figura 28.*



*Nota:* Elaboración propia, 2022.

**Figura 31**

*Aplicación de tipografía “Tola” en el ícono tola hemisférica para estampado.*



*Nota: Elaboración propia, 2022.*

**Figura 32**

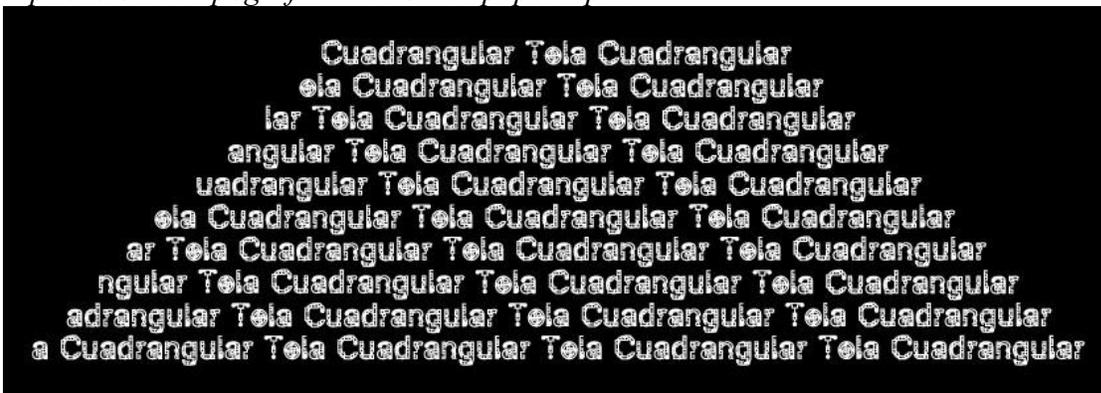
*Señalética para interiores usando tipografía “Petro”*



*Nota: Elaboración propia, 2022.*

**Figura 33**

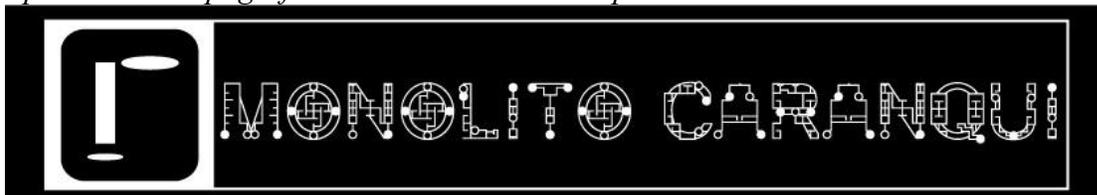
*Aplicación de tipografía “Petro” en papel tapiz.*



*Nota: Elaboración propia, 2022.*

**Figura 34**

*Aplicación de tipografía “Petro” en señalética para interiores.*



*Nota: Elaboración propia, 2022.*

**Figura 35**

*Simulación de un espacio en un museo, aplicando la señalética y el papel tapiz.*



*Nota: Elaboración propia, 2022. Fuente: Blender.*

**Figura 36**

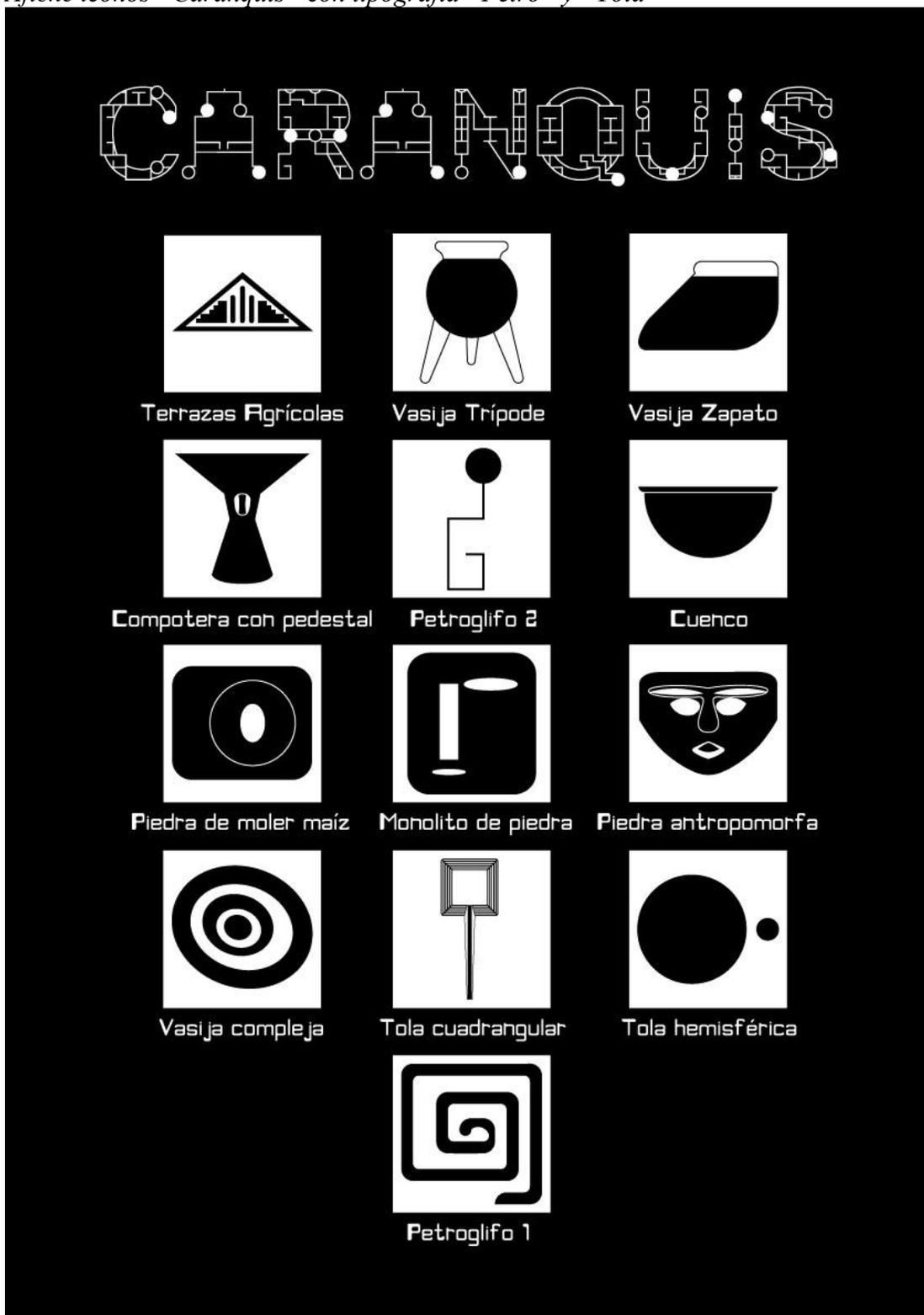
*Aplicación de ilustración y tipografía “Petro” en camiseta.*



*Nota:* Elaboración propia, 2022. Fuente: <https://www.mockupworld.co/>

**Figura 37**

Afiche íconos “Caranquis” con tipografía “Petro” y “Tola”



Nota: Elaboración Propia, 2022.

**Figura 38**

*Hojas volantes informativas con las tipografías “Petro” y “Tola”*

**LOS CARANQUIS**

Según Espinoza, (2014) afirma que hay autores que desde el siglo XIX han denominado a tales etnias como **Cara**, **Caras**, **Carahgue**, **Carangues** o **Caranqui**. A pesar de que no hay evidencias presentadas de parte de los indígenas o los españoles durante los siglos XVI y XVII, en donde “**Cara**” el nombre unificado se haya establecido para estos grupos étnicos. Sin embargo, la palabra “**Cara**” empieza a surgir a partir del año 1789 con el padre Juan de Velasco en su obra, creando este término para la serranía. Es por ello que varios escritores actuales lo utilizan.

**NACIÓN CARANGUE**

La Nación Carahgue conformada por Caranquis y Cayambes señoríos ubicados entre las cuencas de los ríos Chota- Mira y Guayllabamba, un amplio territorio de la zona Norte de Ecuador.

- LOS CARANQUIS
- TOLAS
- TERRAZAS AGRÍCOLAS
- PETROGLIFOS
- OBJETOS DE PIEDRA
- VASIJAS

Nota: Elaboración propia, 2022.

**TOLAS HEMISFÉRICAS**

Montículos artificiales. Las pequeñas fueron construcciones funerarias de personas de alto rango, y las grandes sirvieron de base para viviendas.

La evidencia se dio por la tola más conocida de Socapamba, (160 d. C.), al igual que por el sitio de Cochasquí (900 d. C.), también se encontró un enterramiento con fecha hacia el año 800 d.C. en un lugar nombrado Huataviro cerca de San Antonio de Ibarra, siendo de gran relevancia y significativo.

**TOLAS CUADRANGULARES**

Dispersadas por el territorio de la zona norte de Ecuador, Las tolas cuadrangulares con rampa que se usaron como templos de adoración de los Caranqui las pequeñas para centros políticos.

HEMISFÉRICA  
TOLA

CUADRANGULAR

- LOS CARANQUIS
- TOLAS
- TERRAZAS AGRÍCOLAS
- PETROGLIFOS
- OBJETOS DE PIEDRA
- VASIJAS

Nota: Elaboración propia, 2022.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Se investigó la cultura Caranqui por medio de documentación en libros e internet y se conocieron las diferentes construcciones, entre las más predominantes fueron las tolas hemisféricas pequeñas que fueron montículos funerarios de personas de alto rango, las tolas hemisféricas grandes que sirvieron de bases para las viviendas, las tolas cuadrangulares con rampa que se usaron como templos de adoración y las pequeñas para centros políticos, los pisos ecológicos o terrazas con camellones en las montañas dedicadas para el cultivo y los petroglifos o rocas talladas con figuras a modo de comunicación, señalando posiblemente los puntos energéticos o de referencia. Se denominaron íconos importantes por el alto valor ceremonial y ritual efectuados en dichos objetos.

Se registró información científica sobre las leyes compositivas, la iconografía y simbología que sirvió para elaborar el diseño de los íconos representativos y para elaborar las tipografías se estudió los temas de composición, anatomía de la letra, trazos o rasgos, líneas de referencia y trazos principales.

Se entrevistó a historiadores expertos en culturas de la zona norte de Ecuador para fundamentar la selección de los vestigios que también se eligieron como íconos representativos, mencionando a los diseños en piedras, la computera con pedestal, las vasijas grandes o complejas, los cuencos, las ollas trípode y las vasijas zapato; de uso doméstico y ceremonial de la cultura Caranqui.

Se diseñó la primera tipografía “Petro” usando al ícono del Petroglifo 1 por la forma similar al alfabeto; se elaboraron texturas con modelos compositivos que sirvieron para plasmar en los tipos. La segunda tipografía “Tola” se creó de manera experimental con referencia del ícono del Petroglifo 2; su nombre se debe a que lleva características de la tola cuadrangular.

Para que las tipografías sean funcionales se utilizó el programa Font Forge y de esta manera se pudo obtener los archivos instalables en formato .otf así se evaluó la funcionalidad de las tipografías mediante posibles aplicaciones en indumentaria, en una simulación de un espacio en un museo usando la señalética y el papel tapiz diseñado con la tipografía “Petro”, también se elaboró un afiche para reconocer los íconos representativos de Caranqui y fomentar la identidad étnica.

Se concluye que las culturas ancestrales han dejado un legado para las nuevas generaciones ya que siguen siendo un buen instructivo para el diseño contemporáneo.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda conocer el pasado, para valorar los sitios que han sido construidos por las culturas precolombinas y que no sean destruidos, mediante guías donde se explique la existencia de las tolas y de los petroglifos. También tener en cuenta cómo podría ser utilizado el suelo en la agricultura haciendo una visita a las pendientes o terrazas agrícolas y que sirva de ejemplo de optimización de los recursos naturales.

Se sugiere tener una organización de ideas, conocimientos, tiempo, paciencia y creatividad para desarrollar de una fuente tipográfica que tenga características basadas en una cultura precolombina.

Se recomienda usar los íconos representativos de Caranqui investigados y las fuentes tipográficas diseñadas de este trabajo de titulación para elaborar catálogos informativos o guías turísticas, señaléticas en museos o en circuitos turísticos de Imbabura, realizar folletos ilustrados que hablen de la historia de nuestros antepasados.

Es importante se siga construyendo una cultura gráfica desde las aulas, estudiando la prehistoria local, analizando cada componente para generar diseños con un significado ancestral.

## REFERENCIAS

### Bibliografía

- Grupo Atenea. (1987). *Introducción al estudio del arte*. Valencia: Maestral libros.
- Almeida Reyes, E. (1 de Septiembre de 2008). *Edmolin657's weblog*. Recuperado el 15 de Mayo de 20121, de Edmolin657's weblog: <https://ecuatur.wordpress.com/page/5/>
- Athens, J., & Osborn, A. (1974). *Montículos Prehistóricos en la Sierra del Ecuador. Reporte preliminar*. Otavalo: IOA.
- Baines, P., & Haslam, A. (2005). *Tipografía. Función, forma y diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.L.
- Borja, A. (1965). Reacción en suma de la doctrina y beneficio de Pimapiroy de las cosas notables que en ella hay, de la cual es beneficiado el P:Antonio Borja. . En M. J. Espada, *Relaciones geográficas de Indias, Tomo II* (págs. 248-253). Madrid: editor.
- Brav, T. L., & Echeverría A., J. (2014). Arquitectura Inca-Caranqui. En T. L. Brav, & J. Echeverría A., *Al final del Imperio:El sitio arqueológico Inca-Caranqui en la Sierra Septentrional del Ecuador* (pág. 134). Ibarra.
- Echeverría, J. (2014). *Territorios Caranquis, Cayambis y Quitus*. Ibarra: Mariscal.
- Espinell, E. (2014). *Metodología de la Investigación*. Quito: UCE.
- Espinoza, W. (2014). *Caranquis*. Quito: Universidad Técnica del Norte.
- FotoNostra*. (16 de Enero de 2017). Recuperado el 19 de Mayo de 2021, de FotoNostra: <https://www.fotonostra.com/grafico/reticulacompositiva.htm>
- González de Zárate, J. M. (1991). *Método iconográfico*. Victoria Gasteiz.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. . México: Mc Graw Hill Education.
- Lindlof y Taylor, 2., Punch, 2014, Lichtman, 2013, Morse, 2012, & Encyclopedia of Educational Psychology, 2008. (2018). Esencia de la investigación cualitativa. En R. Hernández Sampieri, & C. P. Mendoza Torres, *Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (pág. 390). Ciudad de México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- Mapio.net. (s.f.). <https://mapio.net/images-p/22860892.jpg>.
- Morales Mejía, J. C. (2011). *Mitologías de Imbabura*. Ibarra: Trama.
- Morales, J. C. (2014). *CARANQUIS*. Quito: UTN.
- Peirce, C. S. (1986). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva visión .

- Pimampiro, G. M. (2021). *Pimampiro Tierra del Sol*. Obtenido de <http://www.destinopimampiro.gob.ec/index.php/petroglifos>
- Quito, M. d. (2015). *Museos de Quito*. Obtenido de [http://museosdequito-nadiapovea.blogspot.com/p/blog-page\\_51.html](http://museosdequito-nadiapovea.blogspot.com/p/blog-page_51.html)
- Raymi.com, G. (s.f.). *Go Raymi*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/san-pedro-de-pimampiro/zonas-arqueologicas/terrazas-agricolas-ax5vh3tu1>
- Rodriguez Conza, A. M. (Julio de 2013). *Repositorio UCE*. Recuperado el 13 de Mayo de 2021, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2133/1/T-UCE-0009-130.pdf>
- Ruari, M. (2003). *Manual de Tipografía*. España: Blume Herman.
- Selva, P. (2011). *Creatividad publicitaria*. Madrid: Medios impresos de FCI.
- Spiekerman, E., & Ginger. (2012). *La tipografía en una mano*. México: Adobe Press.
- Spiekermann, E. (2016). La importancia de los medios de comunicación. *Vet Comunicaciones*, 2.
- Vidales Gonzales , C. E. (2009). La relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación: un diálogo por construir. *Scielo*, 19.
- Viñals, F. (2009). *GRAFOLOGÍA Y PERICIA CALIGRÁFICA EN INTELIGENCIA CIVIL Y MILITAR*. Barcelona: INSTITUT DE CIÈNCIES DEL GRAFISME.
- Zúñiga Tinizaray, V. (2006). *Aproximación a un vocabulario visual básico andino*. Buenos Aires.

## ANEXOS

### ANEXO 1

*Encuesta.*



### Universidad Técnica del Norte Facultad de Educación Ciencia y Tecnología

**Objetivo:** Realizar un estudio de los íconos representativos de la cultura Caranqui, para el diseño de una fuente tipográfica, que permite fomentar la identidad Ibarreña.

### ENCUESTA

La encuesta se dirige a 120 estudiantes de los 5 últimos niveles de las carreras de Diseño gráfico y Diseño y publicidad. Aplicada por medio del método estadístico aleatorio.

1. Para la creación de productos publicitarios, ¿Cuál es el tipo de fuente que utiliza con mayor convencimiento según la FAMILIA? (Señale una opción)

Serif

Sans Serif

2. Para la creación de productos publicitarios, ¿Cuál es el tipo de fuente que utiliza con mayor convencimiento según TIPO? (Señale una opción)

Clásica

Script

Gótica

Dingbats

Tecno

Holliday

Bitmap

3. Para la creación de productos publicitarios, ¿Cuál es el tipo de fuente que utiliza con mayor convencimiento según ESTILO? (Señale una opción)

- |                         |                          |                    |                          |
|-------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| Caligráfica, manuscrita | <input type="checkbox"/> | Efectos especiales | <input type="checkbox"/> |
| Festiva                 | <input type="checkbox"/> | Antiguas           | <input type="checkbox"/> |
| Pixels                  | <input type="checkbox"/> | Graffiti           | <input type="checkbox"/> |
| Andina                  | <input type="checkbox"/> | Moderna            | <input type="checkbox"/> |
| Old school              | <input type="checkbox"/> |                    |                          |

4. ¿Cuál es el tipo de letra que usted prefiere seleccionar? (Señale una opción)

- |                 |                          |
|-----------------|--------------------------|
| Diseño de autor | <input type="checkbox"/> |
| Clásicas        | <input type="checkbox"/> |
| Ecuatorianas    | <input type="checkbox"/> |
| Internacionales | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Cuál es el tipo de letra que usted prefiere seleccionar? (Señale una opción)

- |                                  |                          |
|----------------------------------|--------------------------|
| Gratuitas                        | <input type="checkbox"/> |
| De pago                          | <input type="checkbox"/> |
| Por donación                     | <input type="checkbox"/> |
| Uso libre pero comercial de pago | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Qué características esperaría de una familia tipográfica basada en diseño andino ecuatoriano? Seleccione 3 opciones:

- |                 |                          |                   |                          |
|-----------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| Diseño Original | <input type="checkbox"/> | Efectos           | <input type="checkbox"/> |
| Llamativo       | <input type="checkbox"/> | Adornos y remates | <input type="checkbox"/> |

<b>Prehispánico</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Funcional</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Actual</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Moderna</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Legible</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Simple</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Útil</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Compleja</b>	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cuál podría ser el problema para que no se utilice en el diseño ecuatoriano elementos con características de identidad local, regional o nacional?  
 Seleccione 1 opción.

<b>Educativo</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Desconocimiento</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Globalización</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Actitud</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Falta de profesionales</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Aprecia lo extranjero</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Desmotivación</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Cultura General</b>	<input type="checkbox"/>
<b>No es un problema</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Económico</b>	<input type="checkbox"/>
<b>No es llamativo</b>	<input type="checkbox"/>	<b>No es lucrativo</b>	<input type="checkbox"/>

8. ¿Sobre el uso de la tipografía en qué tipo se diseños aplica frecuentemente?  
 Seleccione 3 opciones:

<b>Publicitaria</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Multimedia</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Comercial</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Tv</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Apps</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Cine</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Web</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Producción audiovisual</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Gigantografías</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Educativa</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Medios impresos</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Editorial</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Animación</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Arte</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Ilustración</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Cartel</b>	<input type="checkbox"/>

**Redes sociales**

**Marketing Digital**

**Sin fin de lucro**

**Gastronomía**

**Etiquetas**

**Productos**

**Envases**

**Embalajes**

**9. ¿Estaría dispuesto a utilizar tipografías en componentes de identidad andina?  
Seleccione 1 opción**

**Mucho**

**Frecuentemente**

**Medianamente**

**Consideraría**

**Nada**

**10. ¿Conoce usted sobre la cultura Caranqui?  
Señale 1 opción:**

**Mucho**

**Medianamente**

**Nada**

## ANEXO 2

### Entrevista



**Universidad Técnica del Norte**  
**Facultad de Educación Ciencia y Tecnología**

**Objetivo:** Determinar la opinión de un experto en la Cultura Caranqui, y recopilar la información acerca de los iconos representativos que identifican a esta nación, sus características pictóricas.

### ENTREVISTA

**Entrevista a:**

- 1. Sobre la cultura Caranqui, ¿Cuán importante es estudiar o regresar la mirada a este tipo de culturas? En término de identidad, simbolismo, patriotismo.**

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

- 2. Estos motivos sobre los modelados en los artefactos correspondientes a la cultura Caranqui, ¿se podría hablar de diseño, arte o espiritualidad?**

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

- 3. ¿Qué considera que se deba tomar en cuenta para el estudio de los íconos representativos de la cultura Caranqui?**

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

- 4. En los motivos de la cultura Caranqui, ¿cuáles son los rasgos de mayor identidad, es decir si los trazos, estilo, materiales tienen elementos, señales o alguna particularidad?**

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

**(Los petroglifos ¿cómo podría encontrarlos?).**

-----  
-----  
-----  
-----

**(¿Cómo son los petroglifos y qué significaban?)**

-----  
-----  
-----  
-----

**(¿Los Caranquis se caracterizaban por ser astrónomos?)**

-----  
-----  
-----  
-----

- 5. El diseño en la actualidad puede promover a la cultura, creería usted que ¿se podría utilizar parte de estos elementos Caranquis para adaptar en piezas, productos, nuevas identidades, textiles, nueva artesanía, branding entre otras?**

-----  
-----  
-----  
-----

- 6. ¿Cuál podría ser la estrategia para que en el país se promueva este tipo de conocimiento andino? O en términos históricos que no haya esa resistencia por apreciar este tipo de conocimiento**

-----  
-----

### **ANEXO 3**

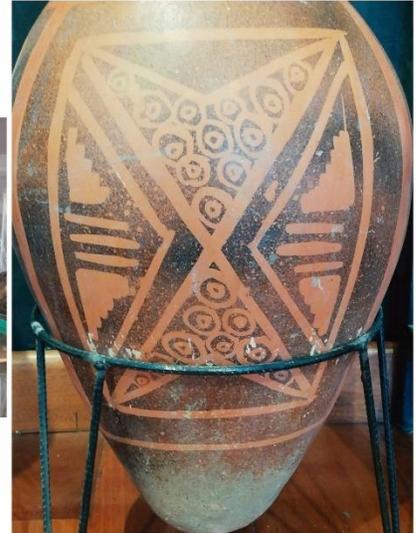
*Hojas de contacto, fotografías en el Museo Atahualpa en Ibarra.*



182019817\_244691144099204\_5932215612921375172\_n.jpg



182234784\_300437098216630\_8470961697809784515\_n.jpg



182314770\_196097639000772\_9172353693206404083\_n.jpg



182428522\_1408942249450209\_8876105604191425234\_n.jpg



182457820\_808951749741923\_6806623571790441948\_n.jpg



182799011\_543930846608238\_619793077244565689\_n (1).jpg



182799011\_543930846608238\_619793077244565689\_n.jpg



182816154\_1668402593357127\_171537454389488286\_n.jpg



182898245\_472108820522818\_7531733545933196642\_n.jpg



182937454\_158370992898595\_1375314006271817421\_n.jpg



182950417\_176350604390972\_6549365422324187309\_n.jpg



183091102\_379900199950128\_986770486803885798\_n.jpg



183168767\_369533831156923\_4091120912042297774\_n.jpg



183225340\_845768919631049\_7984329428209228656\_n.jpg



183281815\_151307260221240\_4548879035251927799\_n.jpg



183295496\_3616199115271198\_2101095814758131936\_n.jpg



183314818\_499636421236087\_8905812466207835586\_n.jpg



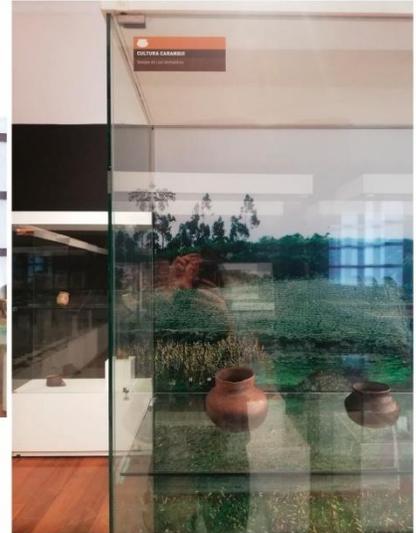
183370845\_1263407550796666\_7532656536714736387\_n.jpg



183377931\_1416087738744029\_1724767188221976230\_n.jpg



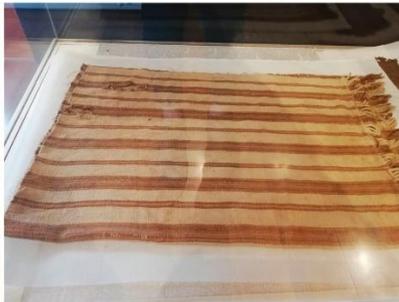
183390469\_234440751815025\_7750279474966423352\_n.jpg



183451449\_915083796018599\_6271614383545851303\_n.jpg



183462274\_2663747140594208\_672943741158882793\_n.jpg



183486730\_284490436667171\_1585811957490908871\_n.jpg



183494771\_202473261555036\_6360604642107529745\_n.jpg



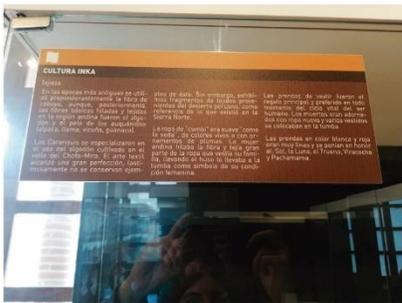
183530381\_384915592718086\_6041534206246104896\_n.jpg



183553513\_1206519229781610\_8226517579543347635\_n.jpg



183558973\_292661425680112\_4266638835303164594\_n.jpg



183558978\_1484580305227082\_6886158392373407412\_n.jpg



183580160\_139592824852571\_2574224062125473225\_n.jpg



183689453\_463586168067107\_7355746666121232412\_n.jpg



183720272\_303958131182150\_8990814087900083841\_n.jpg



183732910\_298450038443186\_2709774644432131569\_n.jpg



183798903\_145561357552490\_6518123645057041639\_n.jpg



183991528\_866595513954140\_1038880283134332002\_n.jpg



184222381\_504150904337356\_1485946230223234814\_n.jpg



184266502\_216597919975305\_5026126723019723416\_n.jpg



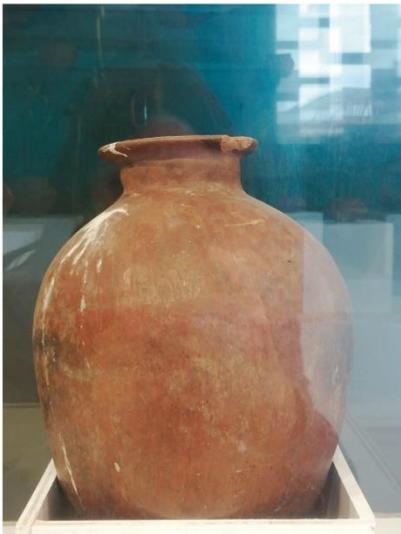
184384587\_892890828157816\_4917602326119996987\_n.jpg



184425755\_825193021721174\_3306338036194316979\_n.jpg



184607990\_2973732989576299\_665112572959290596\_n.jpg



184657106\_545970269724862\_5284207357129715895\_n.jpg



184753729\_487988729072004\_4504680713283830197\_n.jpg



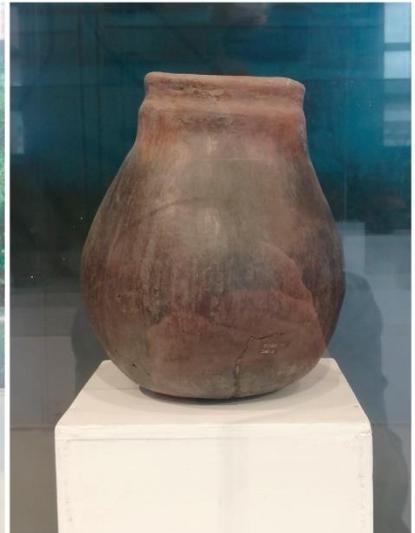
184812076\_780968215893592\_1508976808490022845\_n.jpg



184897470\_291700665937796\_6261794799994681145\_n.jpg



185156057\_1616062848585702\_3098414498131237180\_n.jpg



185157491\_491255715357646\_6917745510413646187\_n.jpg



185188766\_526649641693615\_7484234730936891349\_n.jpg



185237889\_460466608352086\_6313105597676815825\_n.jpg



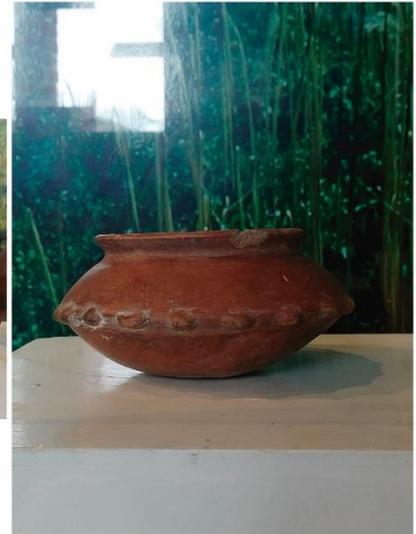
185263784\_487583312565580\_239762800415605505\_n.jpg



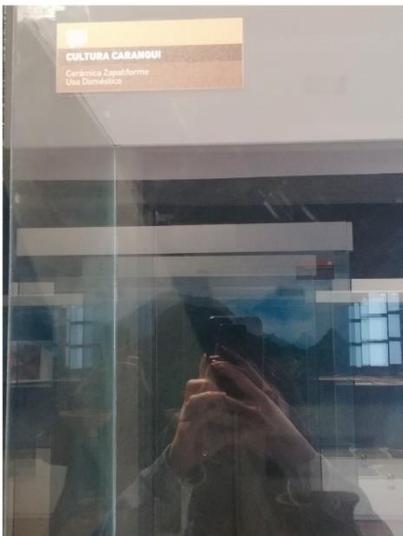
185277417\_150961163592914\_813242061486036825\_n.jpg



185542702\_780349899538776\_1671655567877213619\_n.jpg



185564468\_599247601134667\_7764928760196674890\_n.jpg



185747980\_545288330190417\_1404172407577356341\_n.jpg



186027449\_188494046461186\_6888946152671779922\_n.jpg



186150011\_930421504538509\_3352118086641275915\_n.jpg



186153835\_959045111617747\_4078265064267201054\_n.jpg 186461905\_818718282076497\_1936559933423980129\_n(1).jpg 186461905\_818718282076497\_1936559933423980129\_n.jpg



186464524\_790065914975968\_8115469123450648698\_n.jpg 186466650\_294865865510027\_8978294704487166217\_n.jpg 186470655\_303926797966745\_8769801950888479786\_n.jpg



186503124\_209806757413975\_130612009249889686\_n.jpg 186508517\_175410257821697\_1396871159556005897\_n.jpg

## ANEXO 4

*Hoja de contacto, fotografías en Museo Banco Central del Ecuador en Ibarra.*



IMG\_20210527\_143215 (1).jpg



IMG\_20210527\_143240.jpg



IMG\_20210527\_143449.jpg



IMG\_20210527\_143803 (1).jpg



IMG\_20210527\_143811 (1).jpg



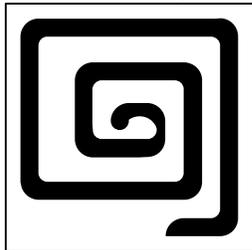
IMG\_20210527\_143835.jpg

## ANEXO 5

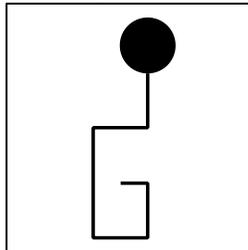
### Boceto de diseño de letras

# ABMX

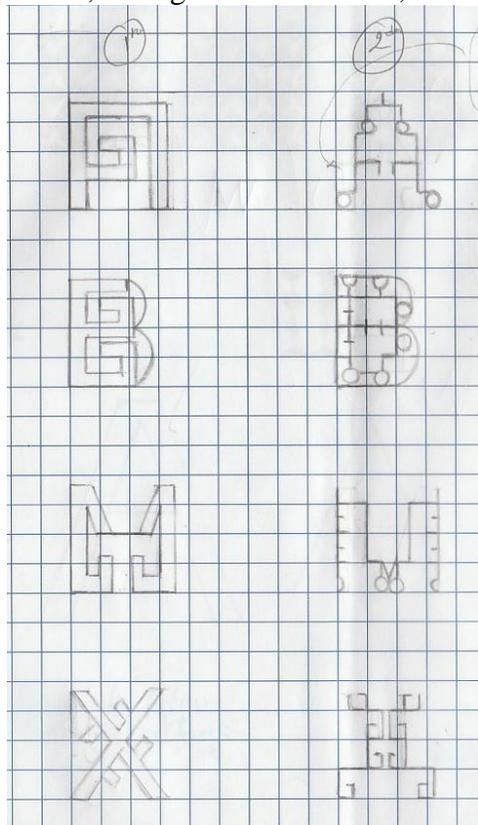
Tipografía Arial 72pts.



Ícono 3, Petroglifo



Ícono 4, Petroglifo



*Nota:* Elaboración propia, 2022.

### Document Information

Analyzed document	Trabajo de titulación Estudio de iconos Caranquis.docx (D133908413)
Submitted	2022-04-19T01:38:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	kbmuniozh@utn.edu.ec
Similarity	6.3%
Analysis address	adortiz.utn@analysis.arkund.com

### Sources included in the report

<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / TESIS-CARANQUI julio.docx</b> Document TESIS-CARANQUI julio.docx (D54682371) Submitted by: maacosta1@utn.edu.ec Receiver: maacosta1.utn@analysis.arkund.com		1
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Tesis.pdf</b> Document Tesis.pdf (D37722996) Submitted by: leninhuer@hotmail.com Receiver: rcguzman.utn@analysis.arkund.com		8
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8266/1/05%20FECYT%203345%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf">http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8266/1/05%20FECYT%203345%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf</a> Fetched: 2022-04-19T01:38:21.7100000		1
<b>SA</b>	<b>ANDREA MINA.pdf</b> Document ANDREA MINA.pdf (D18809526)		5
<b>SA</b>	<b>submission.pdf</b> Document submission.pdf (D54284976)		1
<b>W</b>	URL: <a href="http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2133/1/T-UCE-0009-130.pdf">http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2133/1/T-UCE-0009-130.pdf</a> Fetched: 2021-01-07T02:58:20.5570000		10
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / PROYECTO arqueolog.pdf</b> Document PROYECTO arqueolog.pdf (D54591428) Submitted by: july.rosero01996@gmail.com Receiver: rccevallos.utn@analysis.arkund.com		1
<b>SA</b>	<b>TESIS - CEVALLOS.pdf</b> Document TESIS - CEVALLOS.pdf (D86929570)		1
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13858/PROPUESTA_METODOL%C3%93GICA_PARA_LA_DOCUMENTACI%C3%93N_ACTIVADA_EN_LA_COMUNIDAD_DE_CHIRIHUASI.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y">http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13858/PROPUESTA_METODOL%C3%93GICA_PARA_LA_DOCUMENTACI%C3%93N_ACTIVADA_EN_LA_COMUNIDAD_DE_CHIRIHUASI.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y</a> Fetched: 2021-04-13T02:10:38.8570000		2
<b>SA</b>	<b>TESISTOLASATUNTAQUITEXTO.docx</b> Document TESISTOLASATUNTAQUITEXTO.docx (D11361194)		2

# Original

- |           |  |  |
|-----------|--|--|
| <b>SA</b> | <b>TESIS DIEGO RIVERA.docx</b><br>Document TESIS DIEGO RIVERA.docx (D16107650)   |  4  |
| <b>W</b>  | URL: <a href="http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2966/1/88T00062.pdf">http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2966/1/88T00062.pdf</a><br>Fetched: 2022-04-19T01:38:22.3370000 |  10 |
| <b>SA</b> | <b>1575465010_970__58294-Texto_del_articulo-119102-3-10-20180112.pdf</b><br>Document 1575465010_970__58294-Texto_del_articulo-119102-3-10-20180112.pdf (D60313229)                                 |  1  |



MSC. DAVID ORTIZ D.  
Tutor de trabajo de grado  
[adortiz@utn.edu.ec](mailto:adortiz@utn.edu.ec)  
1716913072