

**UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR**



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES Y EDUCACIÓN**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**SEDE QUITO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO**

**TEMA: EL NEURO DISEÑO COMO HERRAMIENTA DE VISIBILIZACIÓN DE LA  
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL CARTEL AUTOMOVILÍSTICO EN  
YAHUARCOCHA A TRAVÉS DE UN PRODUCTO EDITORIAL.**

**AUTOR:**

**ERIK DAFFY BEDÓN VERA**

**TUTOR:**

**ING. FELIPE HOMERO TORRES**

**QUITO - 2023**

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Ing. Felipe Homero Torres Yépez, en calidad de Asesor del Trabajo de Titulación designado por la Dirección de la Escuela de Diseño Gráfico, certifico que el señor ERIK DAFFY BEDÓN VERA, ha cumplido el trabajo de investigación, con el tema: “El neuro diseño como herramienta de visibilizarían de la evolución histórica del cartel automovilístico en Yahuarcocha a través de un producto editorial.”, quien ha cumplido con todos los requisitos legales exigidos por los que se aprueba la misma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la evaluación por parte del jurado respectivo.

Atentamente.

Ing. Felipe Homero Torres Yépez

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Erik Daffy Bedón Verá, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador “UMET”, Diseño, declaro en forma libre y voluntaria que el presente trabajo de investigación que versa sobre: el neuro diseño como herramienta de visibilizarían de la evolución histórica del cartel automovilístico en Yahuarcocha a través de un producto editorial.

Y las expresiones vertidas en la misma, son autoría el compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

**Erik Daffy Bedón Verá**

**C.I. 1726463092**

**AUTOR**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Erik Daffy Bedón Verá, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, el neuro diseño como herramienta de visibilizarían de la evolución histórica del cartel automovilístico en Yahuarcocha a través de un producto editorial, modalidad Proyecto de Investigación de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Erik Daffy Bedón Verá

CI: 1726463092

## DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a todas las personas que me han apoyado en todo este recorrido de altos y bajos hasta el día de hoy, enseñándome a no rendirme y dándome la motivación necesaria para seguir adelante con mis estudios. Mis agradecimientos a aquellas personas que me dieron su conocimiento y a desarrollarme tanto como estudiante, y en conclusión a las personas que están presentes en mi vida.

Erik Bedón.

## AGRADECIMIENTO

Quiero dar gracias a Dios por haberme bendecido en cada paso de mi vida.

A mi mamá quien en todos estos años ha sido mi guía y mis ganas de salir adelante, gracias por ser mi mayor ejemplo a seguir, gracias a ella soy la persona que soy ahora. Gracias a mis hermanos que son lo más hermoso que Dios me dio.

Agradezco a la Universidad Metropolitana del Ecuador por todas las enseñanzas de todos estos años. Gracias a todo el personal Docente y en especial a mi tutor el Ing. Felipe Torres por su ayuda y dedicación para realizar el presente trabajo de titulación.

Erik Bedón

## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....	ii
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN .....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	1
Situación Problemática.....	1
Problema.....	2
Objeto de estudio .....	2
Campo de acción .....	2
Objetivo general .....	2
Objetivos específicos o tareas de investigación.....	2
Objetivos específicos .....	2
Idea a defender .....	3
Población y muestra.....	3
Metodología .....	4
Aporte práctico .....	5
Estructura Capitular.....	5
Líneas temáticas .....	6
CAPÍTULO I .....	7
1. MARCO TEÓRICO.....	7
1.1. Laguna Yahuarcocha .....	7
1.2. Reseña histórica del automovilismo en el Ecuador .....	7
1.3. Todos por Yahuarcocha .....	10
1.4. Modalidades deportivas practicadas en Yahuarcocha .....	10
1.5. Eventos deportivos fuera de Yahuarcocha que marcaron al automovilismo en el Ecuador y fuera del Ecuador .....	12
1.6. Diseño gráfico en el Ecuador.....	17
1.7. Importancia del diseño gráfico en el mundo deportivo .....	19

1.8.	Diseño publicitario y su enfoque de eventos automovilísticos .....	19
1.9.	Medios visuales antiguos.....	20
1.10.	Periódico.....	20
1.11.	Medios visuales contemporáneos .....	21
1.12.	Cartelismo .....	21
1.13.	Redes sociales .....	22
1.14.	Product Placement .....	23
1.15.	Product placement eventos nacionales e internacionales de Yahuarcocha 23	
1.16.	Diseño editorial.....	24
1.17.	Diseño editorial casos de análisis de revistas similares en Latinoamérica 24	
1.17.1.	Revista Automovil.....	24
1.17.2.	Revista Parabrisas .....	25
1.17.3.	Revista Autoextra .....	26
1.17.4.	Revista Fullpower .....	27
1.18.	Diseño editorial casos revistas nacionales .....	27
1.18.1.	Revista AutoIn La revista ecuatoriana del automóvil .....	27
1.18.2.	Revista Acelerando .....	28
1.18.3.	Revista Carburando.....	29
1.19.	Introducción al neurodiseño con el diseño editorial .....	30
1.20.	Principios del neuro diseño aplicados al diseño editorial.....	31
1.21.	Aplicación del neurodiseño en el diseño editorial automotriz .....	33
1.22.	Colores emocionalmente atractivos para diferentes temáticas automotrices .....	33
1.23.	Tipología de revistas del sector automotriz .....	34
1.24.	Tipografías legibles y atractivas según el tipo de revista.....	35
1.25.	Jerarquía visual clara y guía del lector .....	35
2.	CAPITULO II.....	37
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.....	37
2.1.	Introducción .....	37
2.2.	Constructo .....	37
2.3.	Entrevista.....	46
2.3.1.	Cinco líderes de clubes deportivos .....	46

2.4.	Encuesta.....	48
2.5.	Resumen Ejecutivo.....	63
3.	CAPITULO III.....	64
	RESULTADOS.....	64
3.1.	Presentación de la propuesta.....	64
3.2.	Archivo historico.....	64
3.3.	Identificador y su construcción.....	64
3.4.	Gama cromática.....	66
	Tipografía.....	67
3.5.	Logotipo e isotipo.....	67
3.6.	Estructura del producto editorial aplicado del metodo del neuro diseño	
	68	
3.6.1.	La retícula.....	68
3.7.	Tipografía y legibilidad.....	69
3.7.1.	Tipografía para títulos.....	69
3.7.2.	Tipografía para textos interno de subtítulos.....	69
3.7.3.	Tipografía para Sección y numeración.....	69
3.8.	El color.....	70
3.9.	Diseño de portada.....	70
3.10.	Diagramación.....	71
3.11.	Plan editorial.....	72
3.12.	Diseño de la experiencia de lectura.....	72
3.13.	Presupuesto.....	73
	CONCLUSIONES.....	76
	RECOMENDACIONES.....	77
	BIBLIOGRAFÍA.....	78
	ANEXOS.....	82

## INDICE FOTOGRAFIAS

Fotografía 1. Socios fundadores Cati .....	9
Fotografía 2. Publicación “Símbolo del automovilismo” .....	10
Fotografía 3. Tercera fecha nacional.....	10
Fotografía 4. Piques Yahuarcocha. ....	11
Fotografía 5. Esteban Polit durante una competencia. ....	12
Fotografía 6. 12 horas de Marlboro. ....	13
Fotografía 7. 12 horas de Marlboro. ....	13
Fotografía 8. 12 horas de Marlboro. ....	14
Fotografía 9. Ferrari 512 de Tony Adamowicz. ....	15
Fotografía 10. Titular “Tuercas ganaron corazón”. ....	16
Fotografía 11. Guillermo Ortega.....	20
Fotografía 12. Guillermo Ortega promocionando Marlboro. ....	20
Fotografía 13. El arte de competir bajo la lluvia. ....	23
Fotografía 14. Revista Automovil. ....	25
Fotografía 15. Revista Parabrisas.....	26
Fotografía 16. Revista Autoextra.....	26
Fotografía 17. Revista Fullpower. ....	27
Fotografía 18. Revista AutoIN. ....	28
Fotografía 19. Revista Acelerando.....	29
Fotografía 20. Revista Carburando.....	30
Fotografía 21. Retícula jerárquica. ....	68

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Encuesta pregunta número 1.....	48
Gráfico 2. Encuesta pregunta número 2.....	49
Gráfico 3. Encuesta 3 pregunta número 3.....	50
Gráfico 4. Encuesta pregunta número 4.....	51
Gráfico 5. Encuesta pregunta número 5.....	52
Gráfico 6. Encuesta pregunta número 6.....	53
Gráfico 7. Encuesta pregunta número 7.....	54
Gráfico 8. Encuesta pregunta número 8.....	55

Gráfico 9. Encuesta pregunta número 9.....	56
Gráfico 10. Encuesta pregunta número 10.....	57
Gráfico 11. Encuesta pregunta número 11.....	58
Gráfico 12. Encuesta pregunta número 12.....	59
Gráfico 13. Encuesta pregunta número 13.....	60
Gráfico 14. Encuesta pregunta número 14.....	61
Gráfico 15. Encuesta pregunta número 15.....	62
Gráfico 16. Encuesta pregunta número 16.....	62
Gráfico 17. Tabla de presupuesto. ....	73
Gráfico 18. Servicios profesionales y Producto editorial. ....	74
Gráfico 19. Herramientas de trabajo. ....	74
Gráfico 20. Herramienta de diseño. ....	75

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Identificador. ....	65
Ilustración 2. Identificador b/n y a color. ....	66
Ilustración 3. Paleta de color. ....	66
Ilustración 4. Tipografía Communist family sans. ....	67
Ilustración 5. Logotipo e Isotipo.....	67
Ilustración 6. Portada Pasión al Volante.....	71
Ilustración 7. Machote. ....	72

## RESUMEN

La investigación funciona como una fuente de estructura para la construcción de un producto editorial de la evolución histórica del cartel automovilístico en Yahuarcocha que hable sobre una propuesta de visibilización con el método del neuro diseño para ayudar en material informativo cronológica para la comunidad, con este proyecto se buscó memorar la histórica del automovilismo.

De esta manera, el presente proyecto es un instrumento informativo dinámico del automovilismo ecuatoriano, se pretendió mostrar los carteles que han tenido mayor importancia en las competencias nacionales e internacionales que se han realizado, de esta forma se volvió un producto editorial transcendental para la cultura automotriz.

**Palabras clave:** Producto, editorial, neuro diseño, desarrollo, automovilismo, cartelismo

## ABSTRACT

The research served as a source of structure for the creation of an editorial product on the historical evolution of automobile posters in Yahuarcocha. It aims to propose visibility using the neuro design method to aid in providing chronological informational material for the community. With this project, the goal was to commemorate the history of automotive racing.

In this way, the current project becomes a dynamic informative instrument of Ecuadorian automotive history. The intention was to showcase the posters that have held greater significance in both national and international competitions that have taken place. As a result, it has become a significant editorial product for automotive culture.

**Keywords:** Product, editorial, neuro design, development, automotive, posters

## INTRODUCCIÓN

Yahuarcocha belleza natural de su paisaje y atractivo de las competencias automovilísticas, yace desde la historia por los Caranquis, guerras sangrientas y triunfos, lugar de lomas, miradores naturales, un entorno de cultivos y terrenos indígenas enmarcados en su historia. Este icónico lugar al sur occidente enmarca un nombre que visto por los indios Caranquis es conocido como Yahuarcocha, “Un lago de sangre”. Yahuarcocha es un vestigio del Ecuador donde se libraron batallas, el lugar actualmente una laguna, se ha convertido en unos de los principales centros turísticos de la provincia de Imbabura y el escenario de competencias automovilísticas internacionales.

La presente investigación tiene como objetivo, determinar cómo el diseño gráfico es partícipe de la evolución gráfica en los eventos automovilísticos de Yahuarcocha para realizar un archivo gráfico de la infinidad de formas visuales para atraer, promocionar o divulgar dichos eventos de Yahuarcocha en su Autódromo Internacional José Tobar.

El lugar participa de eventos automovilísticos, sus competencias internacionales se dan cada septiembre de cada año, las 12 horas de Marlboro, carreras de diferentes categorías, y entrenamientos de pilotos nacionales y extranjeros. Lo idóneo de la laguna de Yahuarcocha en la parroquia de La Dolorosa de Priorato, su autódromo es utilizado para la realización de eventos nacionales e internacionales desde su construcción en la época y bajo la administración de un grupo de dirigentes se concibió construir una pista alrededor del lago. En todo su trayecto el diseño gráfico fue la forma visual para promocionar y atraer a fanáticos y clubes deportivos de todo el Ecuador. Es por ello, que es necesario identificar cronológicamente la evolución del diseño gráfico en la publicidad sobre el mundo del deporte automovilístico, para determinar los elementos comunicativos gráficos y digitales.

### **Situación Problemática**

La situación actual que se presenta se debe a:

- De acuerdo con los datos encontrados se ha determinado que existe información cronológica, pero dispersa acerca de eventos automovilísticos internacionales en Yahuarcocha.
- Debido a la poca información existente en los sitios web sobre los indicios del diseño gráfico en la cultura automotriz del Ecuador.
- La ausencia organizativa de un archivo gráfico del autódromo de Yahuarcocha que ayude a la memoria histórica del mismo, en uso del cartelismo el cual ha sido realizado para fomentar los eventos automovilísticos.
- No se ha podido observar material de difusión que engloba la cultura automovilística de Yahuarcocha con los eventos deportivos, ya que este mismo representa a un grupo muy determinado de fanáticos, de los cuales deberán ser uso determinante de su propagación en la cultura automotriz.

### **Problema**

¿Puede el neuro diseño ayudar en la organización visual de una memoria histórica en el autódromo de Yahuarcocha?

### **Objeto de estudio**

El neuro diseño como herramienta de visibilización de la evolución gráfica de los eventos automovilísticos en Yahuarcocha.

### **Campo de acción**

Análisis gráfico del neuro diseño en eventos automovilísticos en el autódromo de Yahuarcocha.

### **Objetivo general**

Proponer un archivo gráfico histórico, mediante el método del neuro diseño y el análisis histórico lógico, para que ayude a la memoria histórica de los eventos automovilísticos de Yahuarcocha.

### **Objetivos específicos o tareas de investigación**

#### **Objetivos específicos**

- Recolectar información básica sobre el neuro diseño como herramienta de visibilización de la evolución gráfica en medios editoriales de eventos deportivos

del autódromo José Tobar en el sector de Yahuarcocha, mediante el uso de entrevistas, documentación y el diseño editorial, para que sea de uso argumentativo en el archivo gráfico histórico.

- Investigar la información obtenida sobre la evolución del diseño gráfico en eventos de Yahuarcocha, con el uso de metodologías de carácter exploratorio, análisis documental, análisis histórico lógico y el método del neuro diseño, para que nos sirva como elementos de aplicativos en el desarrollo de la investigación.

- Proponer un archivo gráfico histórico, mediante el diseño editorial y el método de neuro diseño, para que ayude al archivo transcendental del autódromo de Yahuarcocha.

### **Idea a defender**

¿Puede un archivo gráfico histórico con uso del neuro diseño y el diseño editorial ayudar en la organización visual para rescatar la memoria de los eventos automovilísticos realizados en Yahuarcocha?

### **Población y muestra**

La población de estudio se define como el conjunto completo de clubes deportivos que participan y asisten a los eventos automovilísticos que tienen lugar en el Autódromo José Tobar, ubicado en el sector de Yahuarcocha. Este conjunto incluye a todos los clubes que están involucrados de alguna manera en las actividades automovilísticas en ese autódromo, ya sea organizando, participando o asistiendo a eventos. Cada uno de estos clubes es un elemento individual dentro de la población y representa una entidad relevante en el contexto de la investigación. La población de estudio actúa como la base desde la cual se puede seleccionar una muestra intencional para llevar a cabo un análisis más detallado y representativo de las dinámicas, comportamientos y características de los clubes deportivos involucrados en los eventos automovilísticos en Yahuarcocha.

La muestra será intencional, es un método de muestreo no probabilístico, este ocurre cuando los elementos seleccionados para la muestra son elegidos por el criterio del investigador.

## **Muestra intencional**

En este estudio, se empleó una muestra intencional para seleccionar a los integrantes y líderes de 5 clubes deportivos, los participantes fueron elegidos de manera deliberada según criterios predefinidos que eran relevantes para el objetivo de la investigación. Esta selección permitió garantizar una representación equilibrada de diferentes grupos de interés y maximizar la calidad y diversidad de la información recopilada.

## **Metodología**

En el presente trabajo de investigación se aplicarán los métodos teóricos y empíricos.

En base a los tipos de métodos, se utilizará el análisis documental, que es aquel que sirve para recopilar información de fuentes primarias de libros histórico/bibliográficos y artículos confiables, como bases de datos y páginas académicas, más el análisis histórico lógico el cual Este enfoque busca estudiar la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos históricos mientras investiga las leyes generales que rigen su funcionamiento y desarrollo.

El análisis histórico-lógico implica la utilización de fuentes históricas para comprender eventos y procesos específicos en su contexto histórico, al mismo tiempo que busca identificar patrones, regularidades y relaciones lógicas entre los hechos. Esta combinación de enfoques permite una comprensión más profunda y completa del pasado, al considerar tanto la singularidad de los acontecimientos como las conexiones más amplias que los engloban.

Se aplicará la investigación exploratoria que se llevará a cabo cuando un tema necesite ser entendido en profundidad, el objetivo de este método es explorar el problema y su entorno, además nos permitirá establecer una base sólida para elegir el diseño de investigación adecuado y encontrar las variables que realmente son importantes para el análisis.

La situación actual que se presenta se debe a:

- De acuerdo con los datos encontrados se ha determinado que existe información cronológica, pero dispersa acerca de eventos automovilísticos internacionales en Yahuarcocha.

- Debido a la poca información existente en los sitios web sobre los indicios del diseño gráfico en la cultura automotriz del Ecuador, se da la falta de elementos investigativos que ayuden a levantar información cronológica del mismo.
- La ausencia organizativa de un archivo gráfico del autódromo de Yahuarcocha que ayude a la memoria histórica del mismo, en uso del cartelismo el cual ha sido realizado para fomentar los eventos automovilísticos.
- No se ha podido observar material de difusión que engloba la cultura automovilística de Yahuarcocha con los eventos deportivos, ya que este mismo representa a un grupo muy determinado de fanáticos, de los cuales deberán ser uso determinante de su propagación en la cultura automotriz.

### **Aporte práctico**

A través de la presente investigación se recabará información dispersa acerca de los eventos automovilísticos realizados en Yahuarcocha para que tengan un orden cronológico en la información que está dirigido a los fanáticos del deporte y el desarrollo a futuras investigaciones sobre los indicios del diseño gráfico en la cultura automotriz en sitios web.

Se tomará en cuenta la memoria histórica de los eventos para evidenciar y visibilizar en un producto editorial la evolución del cartelismo el cual ha sido de uso informativo que conecta con la comunidad y resaltando la importancia en el deporte.

Como resultado final, el proyecto buscara ayudar, desde el punto del diseño, a aportar con un producto editorial que sirva como medio de información para contribuir a la memoria transcendental de Yahuarcocha.

### **Estructura Capítular**

El presente proyecto de investigación se divide en tres capítulos distribuidos de la siguiente manera:

Capítulo I: Contiene el marco teórico constituido por temas y subtemas, está orientado a determinar los elementos del automovilismo en Yahuarcocha, el neuro diseño y el diseño editorial.

Capitulo II: Corresponde a la metodología, tipo, nivel y diseño de la investigación, instrumentos de investigación, procesamiento, análisis de datos y consideraciones éticas.

Capítulo III: Propuesta, como el neuro diseño como herramienta de visibilización de la evolución histórica del cartelismo en el automovilismo en Yahuarcocha a través de un producto editorial.

### **Líneas temáticas**

#### Laguna de Yahuarcocha

- Reseña histórica del automovilismo en el Ecuador
- Todos por Yahuarcocha
- Modalidades deportivas practicadas en Yahuarcocha
- Eventos deportivos fuera de Yahuarcocha que marcaron al automovilismo en el Ecuador y fuera del Ecuador

#### Diseño gráfico en el Ecuador

- Importancia del diseño gráfico en el mundo deportivo
- Diseño publicitario y su enfoque de eventos automovilísticos
- Medios visuales antiguos / Medios visuales contemporáneos
- Product Placement / Product placement eventos nacionales e internacionales de Yahuarcocha

#### Diseño editorial

- Diseño editorial casos de análisis de revistas similares en Latinoamérica
- Diseño editorial casos revistas nacionales

#### Introducción del neuro diseño con el diseño editorial

- Principios del neuro diseño aplicados al diseño editorial
- Aplicación del neuro diseño en el diseño editorial automotriz
- Colores emocionalmente atractivos para diferentes temáticas automotrices

#### Tipología de revistas del sector automotriz

- Tipografías legibles y atractivas según el tipo de revista
- Jerarquía visual clara y guía del lector

## **CAPÍTULO I**

### **1. MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. Laguna Yahuarcocha**

La laguna de Yahuarcocha, ubicada en la provincia de Imbabura, a cuatro kilómetros de la ciudad de Ibarra. Yahuarcocha es un vestigio vivo de los tiempos postglaciares con una antigüedad de 12.000 años. Tiene un espejo de agua de 257 hectáreas. Su nombre Yahuarcocha significa Lago de Sangre, que se deriva de las raíces Kichwas: Yaguar=sangre y cocha=lago. (Casa de las Culturas, 2021)

Yahuarcocha fue el escenario de un enfrentamiento sangriento entre los Caranquis y los Incas en 1486, en una terrible y devastadora batalla que culminó con el triunfo del Inca Huayna-Cápac. Esta batalla culminó con una victoria que una vez declarada mandó a arrojar los cadáveres de guerreros a la laguna, tiñendo de rojo sus aguas. La laguna apareció entonces a la vista de los indígenas como un mar de sangre.

Yahuarcocha es históricamente importante porque contiene evidencia arqueológica muy amplia e inexplorada, actualmente la laguna se ha convertido en uno de los principales centros turísticos de la provincia de Imbabura, este lugar está rodeado de miradores naturales, un entorno de cultivos y terrenos indígenas, además circunvala la conicidad y espectacular laguna el Autódromo Internacional José Tobar, un lugar que estar bordeado por árboles de eucalipto en el extremo, lugar donde en la actualidad se realizan competiciones automovilísticas.

#### **1.2. Reseña histórica del automovilismo en el Ecuador**

El automovilismo de competencia en el Ecuador comienza a practicarse a partir de 1930 en ciudades como Quito, Guayaquil, Ambato, Riobamba y Cuenca como destacados pioneros que realizaban pruebas de pericia y calidad mecánica con el objeto de llegar a ciertas ciudades vecinas en lucha permanente por carreteras de malas condiciones. (Astudillo, 2012)

Paso a paso en el automovilismo de competencia, para Hernández, la verdadera afición por el automovilismo en Imbabura y en el resto del país, nació en 1948 cuando se realizó esa inolvidable carrera Buenos aires - Caracas o más bien como la denominó la revista argentina El Gran Fico: "El gran premio de América del Sur". Los intrépidos volantes de aquella ya legendaria prueba, dejaron la necesaria estela de

emoción que fijó la pauta de un viejo y anhelado sueño, la creación de la Asociación Nacional Ecuatoriana de Turismo y Automovilismo, ANETA". (Hernandez, 2011)

Años después comienzan a fundarse clubes de automovilismo y turismo en las principales ciudades con directivos que hacían que los pilotos impulsen las competencias oficiales en rutas cortas y fuera de sus jurisdicciones. Esto desembocó en la realización de la Primera Vuelta a la República con la organización de ANETA, la cual abrió el sendero para el desarrollo definitivo del automovilismo en todo el país.

En 1950 aparecen nuevos valores, verdaderos motivadores de las diversas etapas de la Vuelta de la República los cuales demostraron a las nuevas generaciones el esfuerzo y la perseverancia; generaciones nuevas que se abren paso en el mundo tuerca a nivel nacional e internacional.

A partir de las tres últimas décadas del siglo XX se da un despertar del automovilismo de competencia en el país, con la renovación de nuevas máquinas y marcas más poderosas que estimulan a los pilotos y aficionados. Aparecen nuevas modalidades de carreras, como lo son como el Karting que trataba de pequeños vehículos conocidos actualmente como Go-Kart.

A lo largo del desarrollo del automovilismo fueron apareciendo nuevas modalidades para cada fanático del deporte. Desde el punto de la historia todo yace con las competencias de Rallyes que se realizan en el Autódromo, a continuación, con el tema, nos basaremos en tema de la creación del Autódromo Internacional José Tobar de Yahuarcocha.

El autódromo internacional José Tobar de Yahuarcocha es una pista automovilística de Ecuador, ubicado en las riberas de la laguna de Yahuarcocha en la parroquia La Dolorosa de Priorato, a cuatro kilómetros de la ciudad de Ibarra; Su pista mide 4.097 metros cuadrados y cuenta con 16 curvas. Es una pista reconocida a nivel nacional e internacional por los amantes del deporte automovilístico. Ya que es considerado el mejor autódromo del Ecuador. Dicho por la Federación Internacional del Automóvil (FIA) al estar esta pista afiliada.

La iniciativa de la pista se debe al Club de automovilismo y Turismo de Imbabura (CATI), los cuales, al estar conformados por los socios fundadores y miembros del club, empezaron a trabajar desde la mañana un 16 de mayo de 1963. El inicio del sueño de tener un escenario adecuado especialmente para Carreras de

alta velocidad, en ese entonces no existía zona de pits y no había tribunas para los asistentes, lo cual hizo que la ciudadanía acudiera masivamente a Yahuarcocha. El autódromo José Tobar, cuna del deporte, llegó a aportar a la afición el vértigo y la velocidad.

Fotografía 1. Socios fundadores Cati



Fuente: la presente fotografía de los socios fundadores del CATI. (Hacienda Chorlavi, 2022)

El CATI, un club para la historia, el reconocimiento oficial de la competencia por parte de ANETA y la presencia de sus delegados, las concurrencias de corredores de Quito y de otras provincias, permitió actualizar y consolidar un proyecto que había surgido anteriormente, pero que no se había concretado, la creación del Club de Automovilismo de Imbabura.

Para impulsar la creación del club, Las entusiastas gestiones realizadas por el señor José Tobar lograron que con la concurrencia del presidente ANETA, del automóvil club de pichincha, del mayor Washington Martínez, jefe Provincial de Transito Pichincha, y de numerosos elementos del volante deportivo y profesional de Ibarra, se constituye el “Automóvil club de Imbabura filial de ANETA”. (Salas Morales, 2011)

Fotografía 2. Publicación “Símbolo del automovilismo”.



Fuente: la presente fotografía del Símbolo del automovilismo en “El Diario la Verdad”. (Hacienda Chorlavi, 2022)

### 1.3. Todos por Yahuarcocha

En la exposición de José Tobar en la comisión general del concejo, tuvo una respuesta casi inmediata, el consejo resolvió entregar al automóvil club de Imbabura y por el tiempo de 20 años, la administración de la autopista. En la misma fecha que el Diario local publicó esa noticia, apareció un aviso publicitario, el cual consistía en comprar boletos y ayudar a la construcción de la autopista de Yahuarcocha.

### 1.4. Modalidades deportivas practicadas en Yahuarcocha

#### • Circuitos

Fotografía 3. Tercera fecha nacional.



Fuente: la presente fotografía trata de la tercera fecha del nacional de circuitos en Yahuarcocha. (Club de automovilismo y turismo de Imbabura, 2018)

El circuito principalmente se encuentra en el autódromo José Tobar de Yahuarcocha, el cual tiene aproximadamente tres kilómetros y el cual es escenario de las competencias de circuitos. Existe un campeonato nacional con 8 fechas a lo largo del año, cada competencia cuenta con dos etapas de 15 vueltas cada una.

Casi siempre los circuitos se desarrollan como carreras de larga duración que contemplan las 60 vueltas, como en su caso cuando se realizaron las 12 horas de Marlboro.

- **Piques**

Fotografía 4. Piques Yahuarcocha.



Fuente: Fotografía de los piques. (Foto Illescas, 2022)

Los piques son originarios de los Estados Unidos, se trata de una competencia donde participan dos autos a la vez sobre una superficie de asfalto en línea recta, el objetivo de esta carrera es obtener la mayor velocidad en el recorrido aproximado a 250 metros o también conocido como Un cuarto de milla.

Los participantes equipan sus vehículos con preparaciones de motor para que ganen potencia en pocos segundos. El escenario principal de estas competiciones es Yahuarcocha junto a la organización del CATI. Aunque en su tiempo se realizaban de forma ilegal en distintos lugares de la ciudad o de ser posible fuera de ellas.

- **Kartismo**

Fotografía 5. Esteban Polit durante una competencia.



Fuente: Fotografía de Esteban Polit durante una competencia. (Larrea, 2021)

El karting es una modalidad que se considera como la cuna del automovilismo, ya que este es la iniciación de los pilotos que después llegan a otras categorías.

La afición por el karting se difundió en Guayas y se construyó una pista en Salinas. Luego se levantaron las de Cuenca y Loja, que permitieron la difusión de este deporte. El primer kartodromo que se construyó en el país fue el de Latacunga. Un italiano lo diseñó, pero luego se cerró por décadas.

### **1.5. Eventos deportivos fuera de Yahuarcocha que marcaron al automovilismo en el Ecuador y fuera del Ecuador**

A continuación, observaremos la competencia de ruta y circuito fuera del Ecuador en los años de 1950 a 1990.

El 26 de septiembre de 1971 se llevó a cabo la que es hasta el día de hoy es considerada como la competencia automovilística más importante e icónica del Ecuador: Las 12 horas de Marlboro. Un año después de su inauguración, el Autódromo internacional de Yahuarcocha acogió una carrera de resistencia del calibre de las 24 horas de Le Mans o de los eventos deportivos más importantes del mundo.

Fotografía 6.12 horas de Marlboro.



Fuente: Fotografía del 26 de septiembre de 1971, en el Autódromo de Yahuarcocha se organizó las 12 horas de Marlboro. Competieron más de 50 autos. (Mogro, 2021)

En aquel día, en el circuito de Ibarra, llegaron figuras del país como Guillermo Ortega, Fausto Merello, Fernando Madera, Pascal Michelet, entre otros, para competir contra pilotos de Sudamérica, Centroamérica, Estados Unidos y Australia.

También estuvieron presentes autos de marcas famosas como Ferrari, Porsche, BMW, Ford, Alfa Romeo e incluso autos que compitieron en las 24 horas de Le Mans y las 500 Millas de Daytona.

La carrera se disputó en el circuito en ese entonces, aquel lugar tenía 10 km de extensión y que bordeaba a la laguna de Yahuarcocha.

Fotografía 7.12 horas de Marlboro.



Fuente: Fotografía el circuito tenía 10km de extensión y bordeaba la laguna de Yahuarcocha. (Mogro, 2021)

En un programa exclusivo de ACELERANDO, Fernando Madera, ex piloto y actual presidente del CATI, manifestó que la carrera fue organizada, programada y mentalizada por Guillermo Ortega, Klever Chiriboga, Rolando Peña y Abraham Reascos, integrantes de la escudería Anaconda quienes trabajaron un año para que el evento se llevase a cabo.

Lo importante para Ibarra fue la gran afluencia de gente que se dio cita, no solo el día de la competencia, sino con 15 días de anticipación, Ibarra estaba saturada. Tal fue tal la promoción y el entusiasmo por esta carrera que realmente atrajo a mucha afición. (Revista Acelerando, 2021)

Fotografía 8.12 horas de Marlboro.



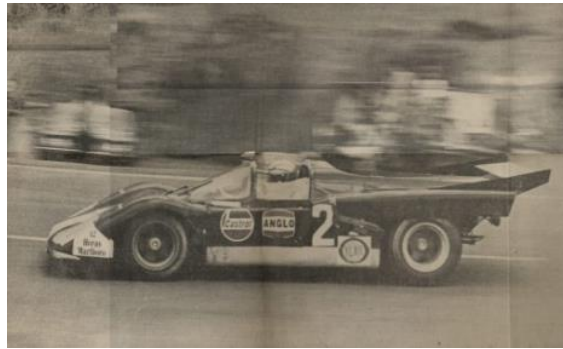
Fuente: Fotografía de Promoción de la competencia, a través de los principales diarios del país. (Mogro, 2021)

Mogro experto en automovilismo dijo al respecto que:

Fue la carrera de autos más importante que ha habido en el Ecuador, tanto por la calidad de pilotos, como la de autos, y el auge que había del automovilismo en esa época. El Ecuador estaba entre los mejores países del mundo en automovilismo. (Revista Acelerando, 2021)

En aquella carrera, el ganador de las 12 horas de Marlboro fue Tony Adamowicz en un Ferrari 512-S. El americano fue el protagonista con un ritmo inigualable que impuso el récord de vuelta.

Fotografía 9. Ferrari 512 de Tony Adamowicz.



Fuente: La presente fotografía trata del Ferrari 512 de Tony Adamowicz, ganador de las 12 horas de Marlboro. (Mogro, 2021)

En el mundo automovilístico de 1973 fue el año donde la bandera ecuatoriana fue izada por primera vez en pistas europeas, el equipo conformado por Ortega y Merello respetables empresarios guayaquileños llegaron a la pista de LE´mans en París donde corrieron en un circuito de 13.5km de perímetro, donde en esas competiciones la resistencia es la principal meta. El resultado de esta participación fue un quinto lugar en la categoría y sextos en la clasificación general sobre un Ferrari 250 ML que Merello alquilo en Miami-USA e importó al país este mismo auto tras la compra por para de Merello, fue subastado en el año 2010 por la suma de 14.8 millones de dólares en una subasta en NY tras su gloriosa historia. (Club de automovilismo y turismo de Imbabura, 2011)

Esta pareja participó en los eventos más influyentes dentro del automovilismo mundial como:

- 6 horas bolivarianas 1967
- 24 horas de Daytona 1968
- 12 horas de Sebring 1968
- Daytona 1969
- 24 horas Le mans 1973
- 24 horas Le mans 1974
- 24 horas Le mans 1975

Fotografía 10. Titular “Tuercas ganaron corazón”.



Fuente: la presente fotografía trata de una publicación sobre los ganadores. (Hacienda Chorlavi, 2022)

Otro representante del automovilismo ecuatoriano es Fernando Madera Jr., quien siguiendo los pasos de su padre Fernando Madera. Es un exponente del automovilismo en el Ecuador quien ha venido cosechando victorias desde sus 13 años de edad, hoy es una de las promesas de este deporte ya que con sus 16 años de edad en abril del año 2014 debuta en pistas europeas representado a la escuela y equipo automovilístico más importante de Latinoamérica TRC de Costa Rica. (Revista Acelerando, 2019)

Competencias de carácter internacional dentro del Ecuador, en los comienzos del Ecuador como sede de eventos internacionales se da con “Las seis horas Bolivarianas” en el año de 1968, este evento se dio lugar en el centro de la ciudad de Quito entre la Av. Amazonas, República, 10 de Agosto y Mariana de Jesús ya que en aquel tiempo no existía el tráfico que tiene hoy en día, esta carrera fue el terreno donde germinó la semilla del circuito en ciudad, así en 1970 Pascal Michelet y Fausto Merello ganan la prueba de los 300 km de Yahuarcocha a bordo de un fantástico Ferrari 275 LM luego que el imbabureño Fernando Madera ganase la carrera de inauguración de este conocido autódromo. (Revista Acelerando, 2021)

Retomando las importancias del automovilismo en el autódromo José Tobar en Yahuarcocha. En mayo de 1977 sería la fecha en la que Yahuarcocha acoge en una de sus últimas veces a pilotos extranjeros de Colombia, Panamá, Costa Rica en la cual se consagró el Imbabureño Fernando Madera en su Porsche SRS quien compartió el podio con Andrés Chiriboga y Quikos el costarricense.

En 1987 una nueva modalidad que hasta el día de hoy se conserva es la fórmula monoplaza como la tan afamada Fórmula Scorpio la cual tenía el objetivo de ser un semillero de nuevos talentos que puedan competir dentro del país como fuera. (Daza Michelena, 2011)

## **1.6. Diseño gráfico en el Ecuador**

El diseño en el Ecuador, se considera que, debido a la corta tradición del diseño gráfico como actividad profesional en el país, no se han generado estudios y debates sobre su relevancia y rol en el contexto nacional, como parte de un devenir histórico, social y cultural. Como bien se sabe la visibilidad que ha tenido del diseño gráfico, son en símbolos de culturas ancestrales, a los icónicos religiosos y manuscritos de la imprenta y de las artes gráficas.

En este sentido, la mayoría de publicaciones sobre el diseño en el Ecuador son más bien catalogados. Por ello el diseño gráfico ecuatoriano tiene grandes bases sólidas, artísticas para proyectar y pasar su proceso, en cuanto al ámbito que lo rodea, tiene un enorme peso en la elaboración de revistas y periódicos. Introduciéndonos en la historia, en la década de 1990 en el país se realizó la implementación del dólar en la economía nacional, hubo aumento en la inversión del sector productivo, comercial e industrial, en esas circunstancias se da la creación de institutos, escuelas y facultades de diseño en Quito las empresas vinculadas al área de diseño incorporar sus procesos tecnológicos, se amplía el número de agencias de publicidad, editoriales, imprentas y servicios preimpresión. Es así cómo se incorporan más profesionales al mercado y existe un aumento en el Diseño Gráfico.

“En el Ecuador se evidencia un esfuerzo por consolidar un diseño gráfico con características propias, enmarcado en las corrientes contemporáneas del diseño internacional” (Domenech, 2011)

Entre otras evidencias del diseño gráfico en el Ecuador, está el caso de Peter Mussfeldt quien en los años 1962 vino a Ecuador, Guayaquil donde se asentó por 20 años en una agencia de publicidad, marcando esta época dentro de la cultura por su labor cultural creativa en pro del Ecuador.

Para los diseñadores del Ecuador que viven en el siglo XX ha sido una evolución contar con la presencia de Mussfeldt, que en su fructífera etapa de diseñador marcó un hito en el diseño iconográfico. Aunque de origen alemán.

Naturalmente el diseño evolucionó por la nueva herramienta la computación, como internet, no solo eso, la intercomunicación del diseñador con el mundo, su increíble información instantáneo, enriqueció al diseñador y a sus propuestas, pero también se globaliza el diseño.

En la actualidad que nos rodea, el diseño nuestro tiene altas y bajas de acuerdo a la situación económica, pero siempre existen diseñadores que pueden medirse a nivel internacional. Por otra parte, también existe una fuga de talentos los que no se encuentren contentos de la actual situación. Una economía estable genera talento en todas áreas, especialmente en las áreas creativas.

En la década de 1970 de manera general, esta década tiene su carácter por la producción petrolera, la ampliación y diversificación de exportaciones, la industrialización, el incremento de los canales de comunicación, así como de los medios de transporte, el desarrollo de la burguesía industrial, comercial y financiera. En el desarrollo del Diseño Gráfico, surge la gráfica publicitaria, actividad realizada por arquitectos, dibujantes, ilustradores y artistas plásticos, sobre todo en editoriales y agencias de publicidad, se desarrolla el diseño editorial, con revistas, periódicos, libros, publicaciones sociales-culturales.

Después de las crecientes circunstancias generales, se presencia en 1980 el desarrollo de empresas financieras e industriales, un creciente comercio interno, la caída de exportaciones de petróleo. Aparece el Periódico impreso a todo color mediante un proceso computarizado. El diseño gráfico se trabaja de forma manual apoyándose en la ilustración, la fotografía, y en el uso de altos contrastes.

En 1990 se da la creciente de ecuatorianos emigrando a Estados Unidos y Europa debido a las plazas laborales del país. En cuanto al área del diseño se da la creciente del diseño publicitario con folletos, avisos, afiches sociales, culturales y publicitarios; También entra en auge el diseño de identidad el cual se concibe en la imagen global y corporativa para instituciones.

Debido a la creciente del país, entrando a la década de los 2000 (hasta 200) el país sigue viviendo la transición de la dolarización. La popularización del internet afecta a todas las áreas del diseño gráfico, que amplía su campo a las nuevas tecnologías y los nuevos medios de comunicación. Es una época de nuevas

perspectivas para el diseño gráfico en el Ecuador que, como el resto del mundo, transita de la era industrial a la era digital.

### **1.7. Importancia del diseño gráfico en el mundo deportivo**

Su importancia y su desarrollo empieza por la iconografía que es una de las especialidades del Diseño Gráfico dentro del marketing deportivo, por su proceso de construcción, aunque de un tiempo a esta parte se ha popularizado el uso de iconos en distintos ámbitos, su diseño y adecuación es toda una ciencia. Un icono es la representación gráfica de un signo o símbolo que permite optimizar la asimilación.

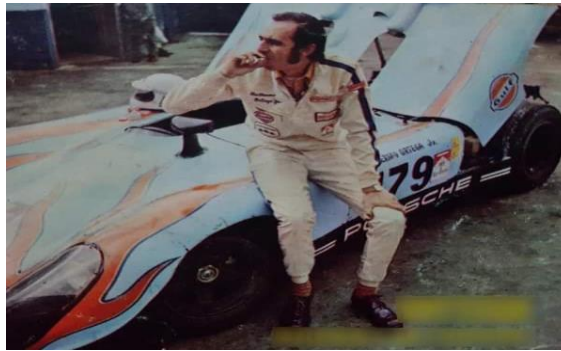
Así mismo, entendemos la importancia del diseño en el mundo deportivo para dar importancia a la publicidad en las áreas deportivas, donde se crean afiches y anuncios de las distintas disciplinas con el objetivo de generar más interés en las personas.

La importancia de estos diseños realzan el contenido, se pretende que su diseño llamativo presenta provocar que muchos esperan con entusiasmo más de estos afiches publicitarios que con el pasar del tiempo han ido evolucionando pero todo con la construcción de la iconografía, ya que esta nos sirve como una gran medida para transmitir ideas de forma rápida y clara, generando así una mejor comunicación con los usuarios, la publicidad en eventos deportivos es muy importante porque estos aparte de generar comunicación con los usuarios, muchos de estos afiches pueden generar motivación y un apego hacia los deportes.

### **1.8. Diseño publicitario y su enfoque de eventos automovilísticos**

La publicidad en la época de oro, como bien se ha detallado la historia del automovilismo, su enfoque inicial en los eventos automovilísticos, se especifica a raíz que en los años 50 casi no había publicidad en el automovilismo al igual que en los 60. Las carreras se hacían por pura afición y fanatismo. No había las reglas mandantes de los dueños de los derechos de tv como en la actualidad. Sin embargo, a fines de los 60 los vehículos que participaban empezaban a lucir los colores de las marcas aportantes. Este cambio también sucedió en nuestro país. Donde la publicidad empezó a aportar económicamente para el desarrollo de las carreras y para la preparación de autos. Así pues, los autos ya empezaban a lucir los diversos colores de sus auspiciantes como el Porsche 908/2 de Guillermo Ortega, pintado con los colores de Gulf y haciendo publicidad de Marlboro.

Fotografía 11. Guillermo Ortega.



Fuente: la presente fotografía de Guillermo Ortega, alado de su Porsche 908/2. (Foto Illendes, 2020)

Uno de los eventos más conocidos de Yahuarcocha son las 12 horas de Marlboro que gracias a ese entonces bajo la administración de Fernando Donoso, la publicidad tuvo gran magnitud previo a las 12 horas de Marlboro y en parte esa fue la causa de la presencia de más de 100.000 personas.

Fotografía 12. Guillermo Ortega promocionando Marlboro.



Fuente: la presente fotografía de una cajetilla de Marlboro para promocionar los cigarros con el ganador Guillermo Ortega. (Foto Illendes, 2020)

### 1.9. Medios visuales antiguos

### 1.10. Periódico

El periódico en el Ecuador empieza desde que se trae la primera imprenta por el sacerdote Jesuita José María Maugeri aproximadamente por el año 1755, Esta fue la única imprenta que existió la audiencia de Quito durante más de veinticinco años, la cual imprimió las primeras publicaciones de "Primicias de la Cultura de Quito"

La primera publicación levantada en la “Imprenta Guayaquil” salió a la luz el 21 de mayo de 1821, y consistió en una hoja titulada “El Prospecto”.

### **1.11. Medios visuales contemporáneos**

#### **1.12. Cartelismo**

Aunque la litografía fue inventada en 1798 por Aloys Senefelder, esta técnica era al principio demasiado lenta y costosa para la producción de carteles. La mayoría de los carteles eran producidos en bloques de madera (xilografía) o grabados del metal con poco color o diseño.

A partir de los años setenta, como consecuencia del boom petrolero, en el Ecuador un país fundamentalmente agrario, empieza paulatinamente el desarrollo industrial, comercial, urbano, lo que motiva el establecimiento de agencias de publicidad en las principales ciudades donde se preparan planes de comunicación y promoción para la venta de productos y servicios de los distintos clientes. Esta fue la época en la que únicamente artistas, ilustradores y hábiles dibujantes podían diseñar carteles aquí, como en otras partes del mundo, los carteles se realizaban a mano, con lápices, pinceles, aerógrafos, témperas, tintas y muchos fueron impresos en serigrafías. A continuación, veremos una introducción del Cartelismo en el Ecuador y en el automovilismo nacional e internacional.

El cartelismo como medio impreso en el Ecuador, se ha utilizado por diversas técnicas de diseño gráfico para crear carteles atractivos y llamativos. Esto incluye el uso de colores vibrantes, tipografías impactantes y diseños visuales creativos. Los carteles impresos se distribuyen en lugares estratégicos para captar la atención del público objetivo.

Los carteles impresos son utilizados para informar al público sobre la actividad, en el automovilismo trata de informar sobre las carreras y generar expectativa de los aficionados. Estos carteles suelen incluir imágenes de autos de carreras, información del evento, patrocinadores y detalles sobre como asistir o participar en la competencia.

También ha tenido su alcance en el automovilismo ecuatoriano, ya que es una forma de publicidad y promoción utilizada en el país para eventos y competencias relacionadas con los eventos. La Federación Ecuatoriana de Automovilismo y

Kartismo (FEDAK) desempeña un papel importante en la organización y promoción de estas actividades en Ecuador.

El cartelismo en el automovilismo tiene una larga historia que se remonta a los primeros días del deporte del automovilismo, a través de los años se han creado numerosos carteles relacionados para promover carreras, eventos y marcas de automóviles.

Algunos de estos carteles históricos han llegado a ser muy reconocidos y apreciados en el mundo del automovilismo. Estos carteles capturan la emoción y la velocidad de las carreras de automóviles, y a menudo presentan imágenes llamativas de automóviles de carreras, pilotos destacados y logos de marcas automotrices.

Algunos carteles históricos conocidos incluyen:

1. Carteles de carreras clásicas como La Targa Florio, Le Mans, el Gran Premio de Mónaco y el Gran Premio de Italia. Estos carteles históricos reflejan la emoción y la tradición del automovilismo y a menudo se consideran piezas de arte en sí mismas.

2. Carteles de marcas de automóviles icónicas como Porsche, Ferrari, Mercedes-Benz y Aston Martin. Estos carteles promocionan los logros y la imagen de las marcas automotrices en el mundo de las carreras de automóviles.

3. Carteles de pilotos legendarios como Juan Manuel Fangio, Ayrton Senna y Michael Schumacher. Estos carteles celebran a los pilotos que han dejado una huella imborrable en la historia del automovilismo.

### **1.13. Redes sociales**

La forma visual que permite ser publicada en las redes es por la publicidad, es la inversión que se realiza para mostrar anuncios pagados en los diferentes formatos, espacios y modos de cada red social, con la finalidad de llegar a más personas, además es una herramienta que sirve para focalizar, segmentar y de forma estratégica cumplir con los objetivos como atracción, alcance, interacción y conversión.

### 1.14. Product Placement

Existen muchos métodos en dar a conocer la publicidad, entonces, qué es product placement, se trata de publicidad por emplazamiento, es una técnica publicitaria que introduce productos de marcas concretas en las escenas de películas, series, programas e incluso en las vallas que vemos en las competiciones automovilísticas en el deporte como la f1 que muestra publicidad de forma televisiva que se muestra al transmitirse por la tv. Es decir que no se trata de un anuncio común, sino de uno que forma parte de la secuencia activa o pasivamente en los medios.

Fotografía 13. El arte de competir bajo la lluvia.



Fuente: Domingo 27 de octubre, en una película (El arte de competir bajo la lluvia, 2019) se detectó la colocación de productos: Fórmula 1 y Rolex. (Sergey, 2019)

No solo las marcas se muestran como anuncios de publicidad en programas televisivos o en películas, también las marcas de autos reinan en el product placement, un ejemplo muy notorio es los vehículos que salen en las películas de Fast and Furious, en el top ten de las marcas con mejor product placement del 2021 fueron Ford y Chevrolet.

### 1.15. Product placement eventos nacionales e internacionales de Yahuarcocha

Patrocinadores de Eventos de Yahuarcocha	Marcas
12 horas de Marlboro, Las seis horas de Ecuador	Valvoline
Panam GP series, Campeonato Provincial de Automovilismo Cat del Carchi	FEDAK

Carreras experimentales	GAC motor
12 horas de Marlboro, Vuelta a la República	Castrol
Las seis horas de Ecuador	Maxxis
Copa promocional Cati 2023	Eni
Copa promocional Cati 2020-21-22-23	Ravenol
12 horas de Marlboro, Las Seis horas de Ecuador, Panam GP series, Formula Scorpio y Vuelta a la República (Fuentes: Autódromo José Tobar Yahuarcocha)	CATI

### 1.16. Diseño editorial

El diseño editorial se encarga de la composición de productos editoriales tales como ser un libro, revista, periódicos e incluso los catálogos o flyers publicitarios, se trata de un esquema a través del que distribuir el contenido de un libro de forma que sea fácil para el lector. Debemos tener en cuenta que el diseño editorial no solo debe conectar la parte racional del lector. (Pellegrini, 2022)

En el apartado editorial encontramos varios elementos principales del diseño los cuales son el Formato, Retícula, Tipografía, El color y sus elementos de apoyo, también todo se basa en una estructura para acoplar bien estos elementos.

### 1.17. Diseño editorial casos de análisis de revistas similares en Latinoamérica

#### 1.17.1. Revista Automovil

La edición de la revista automovil chile, es una revista bajo el respaldo de Motorpress-televisa, ofrece a los amantes de las automóviles novedades del mundo automotor, pruebas de manejo, reportajes especiales, análisis de mercado y una gran variedad de acontecimientos del automovilismo chileno. (Automovil, 2022)

Fotografía 14. Revista Automovil.



Fuente: Fotografía Revista Automovil Panamericano Edición Chilena N102. (2018)

### 1.17.2. Revista Parabrisas

La revista parabrisas es una publicación argentina dedicada al mundo del automóvil. A lo largo de su historia, ha contado con diferentes equipos de redacción y colaboradores. Algunas de las personas destacadas de parabrisas son, Eduardo Smok un reconocido periodista argentino especializado en el automovilismo, su editor y periodista Roberto Nicasio el cual es reconocido por sus análisis técnicos de vehículos. (Parabrisas, 2006)

Fotografía 15. Revista Parabrisas.



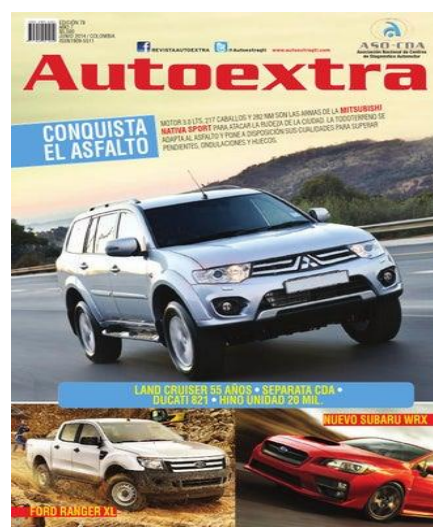
Fuente: Revista Parabrisas 498 – abril 2020. (Revista Parabrisas , 2020)

### 1.17.3. Revista Autoextra

Autoextra es una revista colombiana perteneciente a la ciudad de Bogotá, se trata de un medio de comunicación y noticias, su medio de distribución nacional es Comunican SA. La cual funciona desde 2014 teniendo un total de 132 ediciones. (Autoextra, 2023)

Su revista digital trata de medios informativos de la industria automotriz, tanto en vehículos como historia y acontecimientos de corredores colombianos.

Fotografía 16. Revista Autoextra.



Fuente: Revista Autoextra edición 73. (Revista Autoextra, 2013)

### 1.17.4. Revista Fullpower

La revista Fullpower de Brasil se especializa en automóviles deportivos, modificaciones de autos tuning. A lo largo de su historia, ha contado con diferentes colaboradores y expertos en el campo automovilístico. Algunas de las personas destacadas es Eduardo Bernasconi quien es el fundador y director, es reconocido por el mundo tuning y las modificaciones de vehículos, su contenido mensual contiene información histórica y embajadores del deporte internacional. (Bernasconi, 2017)

Fotografía 17. Revista Fullpower.



Fuente: Edición 128 noviembre. (Revista Fullpower, 2012)

### 1.18. Diseño editorial casos revistas nacionales

#### 1.18.1. Revista AutoIn La revista ecuatoriana del automóvil

AutoIn es una revista dinámica y completamente actualizada dedicada a cubrir con comprobada idoneidad, veracidad, e imparcialidad en el desarrollo de la industria automotriz nacional e internacional. Con el propósito de ofrecer artículos exclusivos e inéditos, sus representantes visitan frecuentemente importantes y distantes centros tecnológicos, fábricas, museos y salones del automóvil; prueban modelos nuevos en ruta, autódromos de los cinco continentes y entrevistan a los principales ejecutivos del sector. (Revista AutoIn, 2002)

En su producto editorial, se encuentran novedades, crónicas y notas, además tienen su espacio con un preciado contenido y diseño impactante, cada dos meses

llega una edición nueva, su ideología es mantener la filosofía en las publicaciones automovilísticas.

Bajo la dirección de Osvaldo Jorge Hernández Quintana, AutoIn será una publicación que matiza sus páginas con artículos exclusivos relacionados a la industria tuerca, economía, ingeniería, historia, diseño, deporte y moda.

Su primera edición empezó en diciembre de 2002, su periodicidad es bimestral y su cobertura es nacional, la impresión de esta revista es en Imprenta Don Bosco.

Su contenido editorial está basado en acontecer, actualidad, análisis, conceptos, deporte, Suv, tracción total, pruebas y reportajes, más lo antes mencionado.

Fotografía 18. Revista AutoIN.



Fuente: AutoIn Edición 107. (Revista AutoIn, 2002)

### 1.18.2. Revista Acelerando

Acelerando es una revista muy conocida en los medios comunicacionales en el Ecuador, una de las revistas de mayor impacto nacional e internacional, se trata de una empresa ecuatoriana editora de las revistas Acelerando (Mundo del automóvil y el deporte, motor desde el 2002) y Transporte & Acelerando (Sector de transporte Comercial y profesional). (Revista Acelerando , 2023)

Las revistas son dirigidas por un grupo de personas emprendedoras, profesionales en el periodismo y especialistas en la industria automotriz, Acelerando

cuenta que su énfasis es en artículos, reportajes, crónicas, entrevistas, análisis, testimonios de primer nivel, dan un enfoque profundo a sus fotografías e ilustraciones que plasman en sus revistas.

Además, se manejan en el área del periodismo digital, el cual se complementa con herramientas eficaces para estar presentes en las redes sociales con su periodismo escrito y televisivo. En respecto a sus páginas de noticias sobre el desarrollo de mercado automovilístico ecuatoriano, en lo deportivo, la marca acelerando es la primera revista ecuatoriana que le da todo el impulso al deporte motor local en todas sus manifestaciones, sean las modalidades automovilísticas de circuitos, rallyes, karting, la famosa vuelta a la república, la historia del automovilismo nacional. Cabe mencionar que la Revista Acelerando tiene al menos 98 ediciones.

Fotografía 19. Revista Acelerando.



Fuente: Portada edición 93 de ACELERANDO. (Revista Acelerando, 2022)

### 1.18.3. Revista Carburando

Cada edición de CARBURANDO se traduce en un mundo emocionante donde el sutil sentido de las palabras y la fuerza de las imágenes se mezclan con el rugido de los motores. Ya sea en la industria o en el deporte automovilístico, la historia de esta revista ha estado ligada a la vida de las personas y de los autos que han surgido durante estas cuatro décadas de existencia. (Uquillas, 2011)

Las ediciones de Carburando eran mensuales, pero en 1990 pasó de ser una revista mensual a ser quincenal, esto se explica por el crecimiento del sector automotriz y por la expansión de las actividades deportivas relacionadas a los autos.

Carburando Ecuador además es una publicación especializada en el deporte motor en Ecuador. La publicación ofrece información técnica y deportiva sobre el automovilismo ecuatoriano e internacional y es considerada la revista de mayor trayectoria y permanencia en el país en su especialidad, Además adoptó una nueva filosofía y pasó a formar parte de lo que ahora es el grupo El Comercio, con el cual es donde se distribuye su venta quincenal. (Revista Carburando, 2015)

Fotografía 20. Revista Carburando.



Fuente: (El Comercio (Ecuador) - Carburando, 2022)

### 1.19. Introducción al neurodiseño con el diseño editorial

El neurodiseño es un enfoque del diseño gráfico que busca aprovechar los conocimientos de las neurociencias para crear diseños que impacten de manera positiva en el cerebro del espectador. Utilizando principios y técnicas basadas en la neurociencia cognitiva, el neurodiseño busca estimular respuestas emocionales y captar la atención del observador.

El diseño editorial se centra en la creación de publicaciones impresas o digitales, como revistas, libros, periódicos y folletos. Su objetivo es organizar y

presentar visualmente el contenido de manera atractiva y legible utilizando elementos como tipografía, diseño de página, imágenes y colores.

Ambas disciplinas se pueden complementar. En el caso del diseño editorial, el neurodiseño puede ser aplicado para crear diseños que provoquen respuestas emocionales positivas en los lectores, haciéndolos más propensos a disfrutar y recordar la publicación. Por ejemplo, el uso de colores y tipografías adecuadas puede influir en la forma en que los lectores perciben y se sienten al interactuar con una revista o libro.

### **1.20. Principios del neuro diseño aplicados al diseño editorial**

Primero expliquemos de qué trata el neurodiseño o también conocido como diseño basado en principios de neurociencia, se refiere a la aplicación de los conocimientos y principios de la neurociencia al diseño de productos, servicios, entornos y experiencias. Es decir que su objetivo inicial es aprovechar la comprensión del cerebro humano y así está procesa la información para crear diseños más efectivos y atractivos.

Ahora al entender esta teoría, se determina que el diseño en general se aplica a las ramas como el caso de diseño editorial, con el cual podemos desempeñar un papel importante al crear diseños que capturen y mantengan la atención del lector, facilita la comprensión de la información y promueven una experiencia de lectura más agradable.

A continuación, se presentan los tipos de neuro diseño que están ligados al diseño editorial.

1. Tipografía y legibilidad: en este punto la selección de la tipografía y el diseño del texto puede influir en su mayoría en la facilidad de lectura y comprensión, con el neurodiseño aplicamos el identificar las tipografías y los tamaños de letra que son más fáciles de procesar para el cerebro, lo que nos ayuda a que se reduzca la fatiga ocular.

2. Jerarquía visual: se trata de la estructura visual de un diseño editorial, esto es crucial para guiar al lector a través del contenido de manera efectiva. El neurodiseño nos proporciona en este campo los insights sobre cómo el cerebro humano percibe y procesa la información visualmente, con esto permite crear una

jerarquía más clara y significativa. Esto evoca utilizar elementos visuales como lo son el contraste, el color, tamaño y la ubicación para destacar la información importante.

3. Diseño de portadas: en cuanto a la jerarquía visual, nos ayuda en el diseño de portadas ya que como bien sabemos la portada es la carta de presentación de los contenidos importantes que queremos destacar para el lector, por eso el neurodiseño puede ayudar a comprender características visuales como colores, imágenes o patrones, despiertan emociones positivas y atraen la atención.

4. Uso de imágenes y gráficos: El cerebro humano como bien hemos dicho procesa la información visual de manera rápida y eficiente mientras que esta no le cause fatiga. Por ello el uso estratégico de imágenes y gráficos relevantes en el diseño editorial puede ayudar a mejorar la comprensión y retención de información por parte del lector, por lo que con el neurodiseño podemos colocar visualmente las imágenes y gráficos para optimizar su impacto.

5. Diseño de la experiencia de lectura: ahora como bien hemos aprendido de qué nos sirve el neuro diseño, este nos puede influir en la experiencia general de lectura, por ejemplo, en la elección del diseño de página, el espaciado, los márgenes y la estructura de contenido que puede afectar la forma en la que el lector retiene información.

El autor Jorge Luis Muñoz Explica que existen pocos textos sobre el neurodiseño y el cual propone que en diseño gráfico debe predominar el mensaje-motivación. La indispensable solución estética debe subordinarse a él. Este concepto, ya bastante extendido entre los diseñadores, debe enriquecerse, toda vez que todo diseño va dirigido a públicos particulares. Como se sabe, cada sector social, grupo o región, conserva ciertas particularidades que conviene manejar para hacer más eficiente este mensaje-motivación del diseño. (Muñoz, 2019)

En resumen, con lo planteado por Jorge Luis Muñoz, el neurodiseño puede estar ligado al diseño en general al proporcionar conocimientos y principios basados en la neurociencia que nos ayuda a crear diseños más efectivos, atractivos y agradables para el lector. Al comprender cómo el cerebro procesa la información visual y escrita, es posible optimizar el diseño editorial para captar la tensión, facilitar la comprensión y mejorar la experiencia de lectura en general.

### **1.21. Aplicación del neurodiseño en el diseño editorial automotriz**

La aplicación del neurodiseño en el diseño editorial automotriz puede marcar una gran diferencia en cómo los consumidores perciben y se conectan con las marcas y los productos automotrices. A continuación, se presentan algunas formas en las que el neurodiseño puede influir en el diseño editorial de este sector:

- **Publicidad y material promocional:** En las campañas publicitarias y el material promocional, el neurodiseño puede ser utilizado para captar la atención del espectador y dejar una impresión duradera. La elección de imágenes, esquemas de color y diseño gráfico puede influir en la percepción de calidad, seguridad y modernidad de los vehículos.
- **Experiencia digital:** En el diseño editorial para sitios web y aplicaciones automotrices, el neurodiseño puede ser utilizado para mejorar la usabilidad y navegabilidad. Comprender cómo el cerebro humano procesa la información en línea puede conducir a interfaces más amigables y atractivas, mejorando así la experiencia del usuario.

### **1.22. Colores emocionalmente atractivos para diferentes temáticas automotrices**

La psicología del color automotriz se refiere al estudio de cómo los diferentes colores utilizados en los automóviles pueden influir en las percepciones y emociones de las personas. Los colores tienen la capacidad de evocar diferentes sentimientos y transmitir distintas personalidades y estilos.

- **Negro:** El negro se asocia con elegancia, poder y sofisticación. Los vehículos de color negro suelen transmitir una imagen de lujo y prestigio.
- **Gris:** El gris se relaciona con la neutralidad, el equilibrio y la sobriedad. Los automóviles de color gris suelen transmitir una sensación de seriedad y elegancia discreta.
- **Plata:** El color plateado se asocia con la tecnología, la modernidad y la sofisticación. Los automóviles plateados suelen tener un aspecto futurista y transmiten una imagen de innovación.

- Rojo: El rojo evoca pasión, energía y poder. Los vehículos de color rojo a menudo tienen un aspecto deportivo y dinámico, y pueden transmitir una sensación de velocidad y audacia.
- Azul: El azul se asocia con la calma, la confianza y la serenidad. Los autos de color azul suelen transmitir una sensación de confiabilidad y confort.

En última instancia, la elección del color del automóvil puede variar según el gusto personal, la cultura y el contexto. La psicología del color implica en sus decisiones de diseño para conectar emocionalmente con los consumidores y transmitir la imagen deseada para el vehículo.

### **1.23. Tipología de revistas del sector automotriz**

En las revistas que acabamos de observar, existe un método muy aplicado el cual se trata de la tipología, la cual tiene varios puntos que detallaremos a continuación, pero la tipología en revistas automovilísticas se suelen usar estilos de diseño de texto en sus publicaciones para transmitir información de manera efectiva y atractiva.

1. Titulares llamativos: se trata que en las revistas automovilísticas siempre observaremos títulos grandes, audaces y atractivos, se utilizan fotografías impactantes para captar la atención del lector y comunicar de manera clara y concisa el tema principal del artículo o noticia.

2. Texto descriptivo: para la mayoría de los artículos de fondo, las revistas suelen utilizar tipografías claras y legibles que faciliten la lectura y permitan una buena legibilidad tanto en formato impreso como digital.

3. Citas destacadas: las citas destacadas se utilizan para resaltar información importante o relevante de entrevistas o pruebas de automóviles. Estas citas suelen estar en negrita o cursiva y pueden tener un tamaño de fuente más grande para destacar visualmente.

4. Leyendas y descripciones de imágenes: Por lo general las revistas siempre suelen incluir numerosas imágenes, fotografías y gráficos para ilustrar vehículos y las características. Utilizan un estilo de letra diferente para distinguirlas del texto principal.

5. Elementos gráficos: Además de las tipografías debemos tomar en cuenta que las revistas automovilísticas también utilizan elementos gráficos como líneas, flechas, símbolos para resaltar y acompañar la información. Estos elementos gráficos ayudan a dirigir la atención del lector hacia aspectos específicos de la página como detalles del diseño.

Es importante que entendamos que en el diseño editorial siempre existirán diferentes métodos y estilos de diseño que le den su propia personalidad a la revista. Debemos tener en cuenta que la elección de la tipografía podrá variar según su enfoque editorial. Como enfoques más modernos y utilizar tipografías Sans-serif y diseños más vanguardistas, mientras que otras pueden optar por una apariencia más clásica y elegante con fuentes serif tradicionales.

#### **1.24. Tipografías legibles y atractivas según el tipo de revista**

1. Serif: Las tipografías serif son aquellas que tienen remates en los extremos de las letras. Son ideales para revistas con temáticas clásicas, elegantes o formales. Algunas opciones populares incluyen Times New Roman, Georgia y Baskerville.

2. Sans-serif: Las tipografías sans-serif no tienen remates en los extremos de las letras, lo que les da un aspecto más moderno y limpio. Son adecuadas para revistas contemporáneas, de estilo minimalista o vanguardista. Algunas opciones populares son Helvetica, Arial y Century Gothic.

3. Script: Las tipografías script imitan la escritura a mano y agregan un toque de elegancia y sofisticación. Son adecuadas para revistas de moda, estilo de vida o artes. Algunas opciones populares son Great Vibes, Pacifico y Alex Brush.

4. Display: Las tipografías display son llamativas y tienen diseños únicos. Son ideales para títulos y titulares en revistas de diseño, arte o creatividad. Algunas opciones populares incluyen Impact, Bebas Neue y Lobster.

#### **1.25. Jerarquía visual clara y guía del lector**

La jerarquía visual se refiere a la organización de los elementos visuales en función de su importancia. Al aplicar una jerarquía visual clara, se destacan los elementos más relevantes, como títulos, subtítulos o imágenes principales, utilizando diferencias en tamaño, color, contraste o ubicación. Esto permite que el lector identifique

rápidamente las partes más importantes del contenido y navegue a través de él de manera más eficiente. (Ramirez, 2013)

La guía del lector, por otro lado, implica la disposición de los elementos visuales de manera que se cree un flujo natural de lectura. Esto se logra mediante el uso de elementos como líneas de dirección, espacios en blanco y diseño en general. La guía del lector ayuda a dirigir la atención del lector de manera secuencial, facilitando la comprensión de la información y la navegación a través del contenido.

Una jerarquía visual clara y una guía para el lector son elementos fundamentales en el diseño de cualquier material visual, incluyendo revistas. Estos conceptos permiten organizar y presentar la información de manera efectiva, guiando al lector a través del contenido de manera coherente y facilitando la comprensión de la información más importante.

## 2. CAPITULO II

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

#### 2.1. Introducción

En el marco de la presente investigación, se llevó a cabo un estudio con el propósito de determinar los puntos fundamentales que destacan la importancia del archivo histórico. Para lograr este objetivo, se desarrolló un constructo que sirvió de base para formular las preguntas utilizadas en las entrevistas y encuestas realizadas. Este proceso permitió recopilar datos valiosos y relevantes que resultaron fundamentales para el desarrollo y funcionamiento del archivo histórico en cuestión.

A partir de la interpretación de los resultados obtenidos, se logró alcanzar una comprensión más profunda acerca de la importancia de preservar la memoria histórica, así como la identificación de aspectos clave que deben ser considerados para garantizar la efectividad del archivo histórico. En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo principal contribuir al conocimiento y a la valoración del patrimonio histórico y cultural de una comunidad, ofreciendo una perspectiva enriquecedora y fundamentada en la investigación realizada.

#### 2.2. Constructo

Constructo para determinar que preguntas de entrevista y encuesta son útiles para la recolección de datos.

<b>Objetivos específicos</b>	<b>Necesidades de Información</b>	<b>Variables (medición)</b>	<b>Preguntas.</b>
Recolectar información básica sobre la evolución gráfica en eventos deportivos del autódromo José Tobar en el sector de Yahuarcocha, mediante el uso de entrevistas, documentación y observación directa	Datos del lugar a investigar Yahuarcocha	Veracidad	1. ¿Qué información tiene usted sobre el automovilismo en Yahuarcocha...? ent  2. En el año 1971 se realizó la primera competencia en Yahuarcocha, ¿usted recuerda el cartel promocional?  enc

<p>del objeto de estudio, para que sea de uso argumentativo en la investigación.</p>			<p>Si_ No_</p>
	<p>Modalidades de competencias en Yahuarcocha</p>	<p>Cantidad</p>	<p>3. ¿Conoce usted el CATI Club de automovilismo y turismo Imbabura? enc Si_ No_</p> <p>4. ¿De las siguientes marcas de autos cuál recuerda usted que ha participado en carreras oficiales, ya que es importante definir un orden en la publicación de la revista? enc A) Ferrari B) Porsche C) Bmw D) Ford E) Chevrolet F) Peugeot G) Fiat</p> <p>5. ¿Qué modalidades de competencias en Yahuarcocha le gustaría ver dentro de la revista? enc A) Motocross B) Kartismo C) Piques D) Cabezales</p>

			<p>E) Fórmula</p> <p>6 ¿Cuántos carteles recuerda usted de las competencias que se han realizado en el autódromo de Yahuarcocha?</p> <p>enc.</p> <p>A) 2</p> <p>B) 4</p> <p>C) 6</p> <p>D) 15</p> <p>E) 23</p> <p>7. De qué forma cree usted que afectó la pandemia a la realización de competencias automovilísticas del autódromo de Yahuarcocha?</p> <p>ent</p>
	<p>Competencias internacionales del Ecuador</p>		<p>8/9. ¿Qué competencias de carácter internacional conoce en el Ecuador? Enc con/ent sin selección múltiple</p> <p>A) 12 horas de Marlboro</p> <p>B) 24 horas de LE Mans.</p> <p>C) Las 6 horas bolivarianas.</p> <p>D) 500 millas de Daytona.</p>

			<p>10. ¿Qué representantes del automovilismo ecuatoriano conoce? enc</p> <p>A) Guillermo Ortega  B) Niki Lauda  C) Fernando Madera  D) Checo Pérez  E) Pascal Michelet  F) Sebastián Guayasamín.</p>
<p>Investigar la información obtenida sobre la evolución del diseño gráfico en eventos de Yahuarcocha, con el uso de metodologías de carácter exploratorio y análisis documental, para que nos sirva como elementos de decisión en la investigación.</p>	Datos del Diseño gráfico en el Ecuador		<p>1. ¿Históricamente ha realizado los afiches para los eventos automovilísticos de Yahuarcocha?</p> <p>Ent.</p> <p>2. ¿Conoce que hay una recopilación de afiches que se realizaron para promocionar los eventos deportivos en Yahuarcocha?</p> <p>Ent.</p> <p>3. ¿Conoce qué imprentas de Imbabura fueron partícipes en la realización de afiches promocionales de eventos automovilísticos de Yahuarcocha?</p> <p>Ent.</p>

			<p>4. ¿Conoce usted si existió ayuda del exterior en diseñar los afiches para los eventos que se realizaron en el auge de las competencias de carácter internacional en el autódromo de Yahuarcocha?</p> <p>Ent</p> <p>5/ 6. ¿Conoce algún diseñador gráfico que haya trabajado en la realización de carteles o publicidad para el automovilismo dentro de las competencias en Yahuarcocha?</p> <p>Enc y Ent</p> <p>Si_ No_</p>
	<p>Formas visuales del diseño en el mundo deportivo</p>		<p>7. En estas alternativas, ¿ha visto usted elementos del diseño gráfico para promocionar eventos deportivos?</p> <p>Enc</p> <p>A) Folletos</p> <p>B) Gigantografías</p> <p>C) Periódicos</p> <p>D) Redes sociales</p> <p>E) Carteles</p>

		<p>8. ¿Ha visto publicidad en las redes sociales como Facebook e Instagram sobre eventos que se realizan en el autódromo de Yahuarcocha? Enc.</p> <p>Si_ No_</p>	
			<p>9. ¿Qué tipo de evolución usted cree que ha tenido el diseño gráfico en las competencias automovilísticas?</p> <p>Ent</p>
	Marketing deportivo y patrocinios de eventos	cantidad	<p>10. ¿Qué marcas reconoce usted que hayan aparecido en los coches que participaron en eventos de Yahuarcocha?</p> <p>Enc.</p> <p>A) Marlboro.</p> <p>B) Castrol</p> <p>C) Rexona</p> <p>D) V220</p> <p>E) Gatorade</p> <p>F) Maxxis</p> <p>G) Valvoline</p>

			<p>11/12. ¿Cree usted que los vehículos de competencia deberían vestir (Brandear) los colores de los patrocinios?</p> <p>Ent y enc.</p> <p>Si_ No_</p>
			<p>13. ¿Conoce clubes automovilísticos que tengan patrocinio con marcas nacionales e internacionales?</p> <p>Ent</p> <p>14. Cree que las marcas de autos que conducen también hacen publicidad de la misma al ustedes participar en eventos automovilísticos de Yahuarcocha?</p> <p>Ent</p>
<p>Proponer un archivo gráfico histórico, mediante las necesidades y fundamentos del diseño gráfico, para que ayude al archivo transcendental del</p>	<p>Archivo Gráfico Histórico</p>	<p>Interés</p>	<p>1. ¿Conoce un archivo gráfico que tenga información sobre los eventos automovilísticos realizados en Yahuarcocha?</p> <p>Enc</p> <p>Si_ No_</p>

<p>autódromo de Yahuarcocha.</p>		<p>2. ¿De qué forma le gustaría observar la información de la historia, eventos y patrocinios de Yahuarcocha para la difusión de esta memoria histórica?</p> <p>Enc</p> <p>A) Blog</p> <p>B) WEB</p> <p>C) Folleto.</p> <p>D) Revista digital.</p> <p>3. ¿Qué contenido le gustaría que hubiera en el archivo gráfico?</p> <p>Ent.</p> <p>4. ¿Qué contenido cree que es relevante para la realización del archivo gráfico histórico del autódromo de Yahuarcocha?</p> <p>Enc</p> <p>A) Historia.</p> <p>B) Afiches.</p> <p>C) Patrocinios.</p> <p>D) Marcas de vehículos</p> <p>E) Pilotos</p> <p>F) Redacciones automovilísticas</p> <p>G) Eventos automovilísticos</p>
----------------------------------	--	--

		<p>5. ¿Si usted encuentra un afiche o un cartel, estaría dispuesto a enviarlo para formar parte de este archivo?</p> <p>Enc</p> <p>Si_ No_</p> <p>6. Le gustaría que su club deportivo participe en la historia para el archivo?</p> <p>Enc.</p> <p>Si_ No_</p> <p>7. Estaría dispuesto a ser patrocinador de este archivo histórico?</p> <p>Enc</p> <p>Si_ No_</p> <p>8. ¿Qué cree que se rescata con la recopilación de la gráfica automovilística?</p> <p>Ent</p> <p>9. Cree que el archivo gráfico es aporte al rescate histórico trascendental del automovilismo en el autódromo de Yahuarcocha?</p> <p>Ent.</p> <p>10. ¿Cree usted que la muestra de información en el archivo histórico, ayudará a más personas a contribuir a futuro a nuevas implementaciones</p>
--	--	--

			que se realicen sobre los eventos automovilísticos del autódromo de Yahuarcocha? Ent

## 2.3. Entrevista

### 2.3.1. Cinco líderes de clubes deportivos

#### Preguntas

1. ¿Qué información tiene usted sobre el automovilismo en Yahuarcocha?

Yahuarcocha es una muy buena pista internacional donde se realizan competencias automovilísticas nacionales e internacionales las cuales tienen visibilidad por redes sociales y eventos de circuitos de carreras que apoyan el deporte tuerca.

2. ¿De qué forma cree usted que afectó la pandemia a la realización de competencias automovilísticas del autódromo Yahuarcocha?

En todo sentido, no se realizaron competencias, afectó en el tema económico y hay pilotos de otras ciudades y países que no podían viajar, por lo cual muchos deportistas dejaron el deporte, además la pandemia afectó ya que no todos los pilotos pueden participar ya que los costos se elevaron.

3. ¿Qué competencias de carácter internacional conocen en el Ecuador?

Las 6 Horas de Ecuador, competencia de duración hoy en día las 8 horas y este año se pretende realizar las 12 horas de Marlboro, El campeonato Colombo Ecuatoriano, También existen competencias del GP Motovelocidad, Rally.

4. ¿Históricamente ha realizado los afiches para los eventos automovilísticos de Yahuarcocha?

No, pero he visto afiches por los eventos que realizan.

5. ¿Conoce que hay una recopilación de afiches que se realizaron para promocionar los eventos deportivos en Yahuarcocha?

No conozco, pero actualmente es por redes sociales.

6. ¿Conoce qué imprentas de Imbabura fueron partícipes en la realización de afiches promocionales de eventos automovilísticos de Yahuarcocha?

No conozco imprentas que fueran partícipes del automovilismo en Imbabura.

7. ¿Conoce usted si existió ayuda del exterior en diseñar los afiches para los eventos que se realizaron en el auge de las competencias de carácter internacional en el autódromo de Yahuarcocha?

Si, pero hoy en día ya se realizan digitalmente y se promocionan por redes sociales, no he visto impresos.

8. ¿Conoce algún diseñador gráfico que haya trabajado en la realización de carteles o publicidad para el automovilismo dentro de las competencias en Yahuarcocha?

No, pero conozco sobre un diseñador llamado Juano Arteaga, mas no tengo información de él, también tengo entendido que las empresas pagan por ese tipo de trabajos o si existen algunos amantes del automovilismo que lo realizan.

9. ¿Qué tipo de evolución usted cree que ha tenido el diseño gráfico en las competencias automovilísticas?

La evolución a las fotografías de las competencias, con las cuales realizan los afiches, también en el diseño de los autos de carreras, los logos de los equipos y las pegatinas.

10. ¿Cree usted que los vehículos de competencia deberían vestir (Brandear) los colores de los patrocinios?

Si, sería perfecto, siempre y cuando las empresas los patrocinen, en sí es fundamental para poder involucrarse en el deporte que pide mucho capital para competir.

11. ¿Conoce clubes automovilísticos que tengan patrocinio con marcas nacionales e internacionales?

Solo el TAC tiene auspiciantes a nivel nacional, pero no es muy visto en el país patrocinios legítimos con marcas en competencias, solo he visto patrocinio para los eventos, no para los equipos.

12. ¿Qué contenido le gustaría que hubiera en el archivo gráfico?

Por cada válida tendría que haber un archivo histórico y los resultados de la fecha, debería ser técnico y profesional, horarios, las marcas que lo patrocinan.

13. ¿Qué cree que se rescata con la recopilación de la gráfica automovilística?

Se tendría un rescate de la historia del automovilismo nacional tanto de los autos y pilotos, su cultura, recuerdos y competencias del Ecuador.

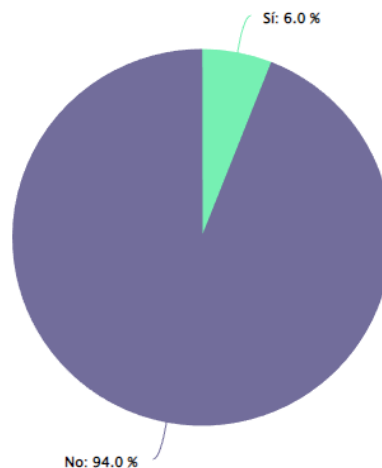
## 2.4. Encuesta

### Preguntas

1. En el año 1971 se realizó la primera competencia en Yahuarcocha, ¿Usted recuerda el cartel promocional?

Si (\_\_\_)      No (\_\_\_)

Gráfico 1. Encuesta pregunta número 1.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

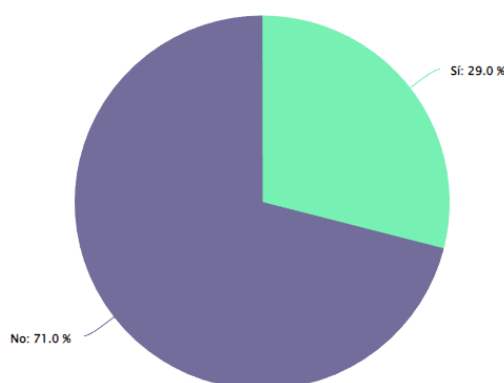
Al analizar las respuestas proporcionadas, se evidencian porcentajes que reflejan la distribución de opiniones entre los encuestados (94% y 6%). Estos porcentajes representan la proporción de individuos que ofrecieron una respuesta específica ante la consulta planteada. Al examinar el gráfico correspondiente, se destaca un patrón notable: la abrumadora mayoría de los participantes indicaron no

poseer conocimiento acerca del evento en cuestión, que tuvo lugar en 1971 en el circuito automovilístico de Yahuarcocha. No obstante, se vislumbra la presencia de un grupo reducido pero distinguido que sí está familiarizado con dicho acontecimiento.

2. ¿Conoce usted el CATI (Club de automovilismo y turismo de Imbabura)?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

Gráfico 2. Encuesta pregunta número 2.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

Apreciamos que las respuestas presentan distintos porcentajes (71% y 29%). Mediante el gráfico adjunto, se refleja con claridad que el 71% de los individuos encuestados no tienen conocimiento acerca del CATI. Sin embargo, es relevante destacar que un grupo considerable, representando el 29%, sí está familiarizado con esta entidad. A partir de esta información, se puede inferir que existe una división en la comunidad encuestada: por un lado, aquellos que tienen interés en el mundo del deporte automovilístico y, por otro lado, la mayoría que desconoce la presencia del CATI en el contexto del automovilismo ecuatoriano.

3. ¿De las siguientes marcas de autos cuál recuerda usted que ha participado en carreras oficiales, ya que es importante definir un orden en la publicación de la revista?

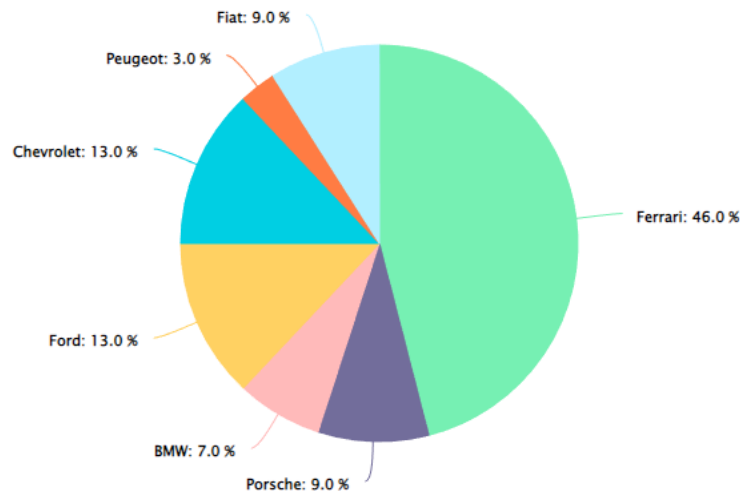
- A) Ferrari (\_\_\_)
- B) Porsche (\_\_\_)
- C) BMW (\_\_\_)
- D) Ford (\_\_\_)

E) Chevrolet (\_\_\_)

F) Peugeot (\_\_\_)

G) Fiat (\_\_\_)

Gráfico 3. Encuesta 3 pregunta número 3.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

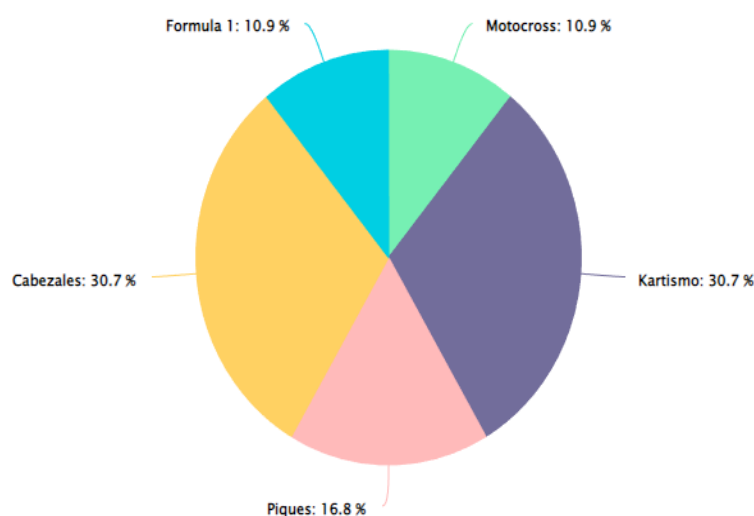
En el gráfico presentado, se despliegan varias respuestas, siendo una de ellas preeminente con un porcentaje de 46% (Ferrari). Sin embargo, es importante considerar que esta respuesta podría fungir como un filtro. En virtud de estos datos, se puede inferir que la elección mayoritaria de Ferrari podría no estar necesariamente basada en un conocimiento profundo sobre su participación en eventos en Yahuarcocha, sino más bien en su reconocimiento como una marca ampliamente conocida.

Los otros porcentajes se distribuyen como sigue: Chevrolet y Ford obtienen un 13%, mientras que Fiat y Porsche alcanzan un 9%. Por último, BMW se sitúa en un 7%. Este reparto de preferencias refleja la diversidad de opiniones entre los encuestados. No obstante, el hecho de que Ferrari lidere las respuestas podría ser más atribuible a su renombre en lugar de un entendimiento sustancial sobre su participación en eventos específicos en Yahuarcocha.

4. ¿Qué modalidades de competencias en Yahuarcocha le gustaría ver dentro de la revista?

- A) Motocross (\_\_\_)
- B) Kartismo (\_\_\_)
- C) Piques (\_\_\_)
- D) Cabezales (\_\_\_)
- E) Fórmula 1 (\_\_\_)

Gráfico 4. Encuesta pregunta número 4.



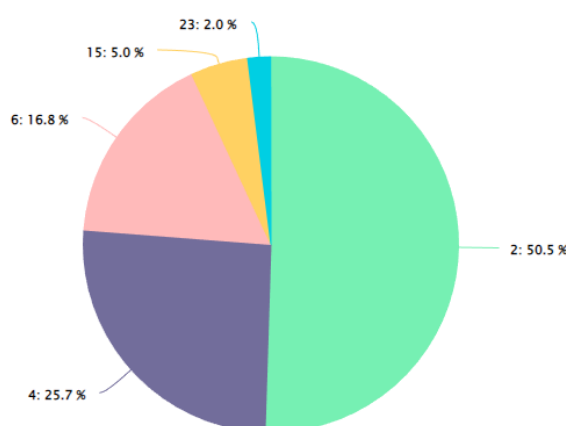
Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

En los resultados de la encuesta sobre las modalidades de competencias en Yahuarcocha que a los lectores les gustaría ver dentro de la revista, se destaca un claro interés por el kartismo y los cabezales, ambos obteniendo un impresionante 30.7% de apoyo. Estas modalidades parecen capturar la atención de los entusiastas de las carreras, sugiriendo una pasión compartida por la velocidad y la emoción que ofrecen. Asimismo, los piques también muestran un sólido respaldo, obteniendo el 16.8%. Por otro lado, la Fórmula 1 y el motocross una de las competencias más icónicas a nivel mundial, también ha logrado un respetable 10.9% de preferencia. Estos resultados revelan una diversidad de gustos en el ámbito de las carreras, abriendo la puerta a futuras ediciones de la revista que cubran estos emocionantes eventos en Yahuarcocha.

5. ¿Cuántos carteles recuerda usted de las competencias que se han realizado en el autódromo de Yahuarcocha?

- A) 2 (\_\_\_)
- B) 4 (\_\_\_)
- C) 6 (\_\_\_)
- D) 15 (\_\_\_)
- E) 23 (\_\_\_)

Gráfico 5. Encuesta pregunta número 5.



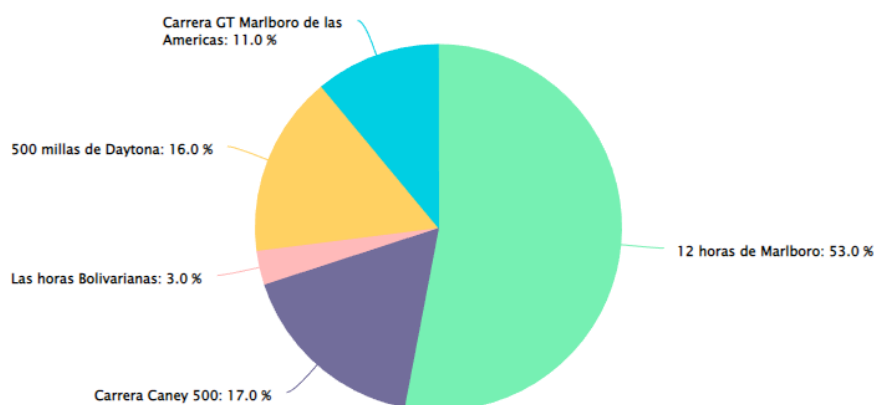
Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

En relación a la encuesta acerca del número de carteles de competencias que los participantes recuerdan de los eventos realizados en el autódromo de Yahuarcocha, destaca que un 50.5% de los encuestados mencionó recordar 2 carteles. Esto podría indicar que una parte significativa de los asistentes tiene una memoria vívida de al menos un par de competencias anteriores en este icónico circuito. Asimismo, un 25.7% de los participantes afirmó recordar 4 carteles, lo que sugiere que una parte considerable del público tiene una percepción más amplia de los eventos pasados. En menor proporción, un 16.8% recordó 6 carteles, lo que podría indicar una audiencia más comprometida y detallista. Por otro lado, un pequeño porcentaje mencionó cantidades más altas, como 15 (5%) y 23 (2%), lo cual podría reflejar la presencia de un grupo minoritario de asistentes extremadamente dedicados y atentos a las competencias en el autódromo de Yahuarcocha. Estos resultados evidencian la diversidad en las memorias de los participantes y su conexión con el pasado deportivo de este renombrado circuito.

6. ¿Qué competencias de carácter internacional conoce en el Ecuador?

- A) 12 horas de Marlboro (\_\_\_)
- B) Carrera Caney 500 (\_\_\_)
- C) Las 6 horas Bolivarianas (\_\_\_)
- D) 500 millas de Daytona (\_\_\_)
- E) Carrera GT Marlboro de las Américas (\_\_\_)

Gráfico 6. Encuesta pregunta número 6.



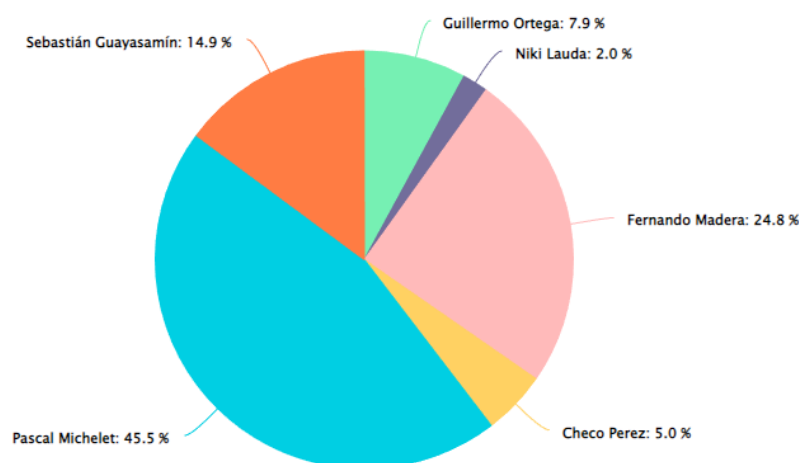
Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

El gráfico refleja una división significativa en las respuestas de los encuestados con respecto a su conocimiento sobre los eventos de carácter internacional que se llevan a cabo en Ecuador. Dentro del total de los encuestados, un notable 67% participó en la encuesta, y de este porcentaje, un 11% afirmó estar al tanto de estos eventos internacionales, indicando un conocimiento activo y específico. Además, un 3% adicional también manifestó estar informado sobre estos acontecimientos, añadiendo a la cifra total de quienes están familiarizados con ellos. Por otro lado, un 53% de los participantes reconoció su conocimiento, lo que podría sugerir un entendimiento más general o parcial sobre estos eventos. Sin embargo, un 33% del total de los encuestados admitió desconocer por completo dichos eventos internacionales en Ecuador. Estos resultados reflejan una variedad de niveles de conocimiento entre la muestra, destacando la importancia de aumentar la visibilidad y difusión de estos eventos para llegar a un público más amplio y diverso.

7. ¿Qué representantes del automovilismo ecuatoriano conoce?

- A) Guillermo Ortega (\_\_\_)
- B) Niki Lauda (\_\_\_)
- C) Fernando Madera (\_\_\_)
- D) Checo Pérez (\_\_\_)
- E) Pascal Michelet (\_\_\_)
- F) Sebastián Guayasamín (\_\_\_)

Gráfico 7. Encuesta pregunta número 7.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

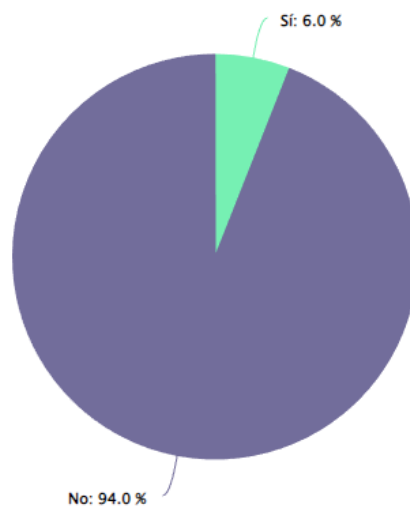
En cuanto a la pregunta sobre los representantes del automovilismo ecuatoriano que los participantes conocen, los resultados revelan una variedad de nombres que han dejado huella en este campo. Destaca la alta cifra de reconocimiento de Pascal Michelet, con un impresionante 45.5% de conocimiento por parte de los encuestados, lo que sugiere que su figura es ampliamente reconocida en la comunidad automovilística local. De manera significativa, Fernando Madera también obtuvo un destacado 24.8% de reconocimiento, indicando su prominencia en el panorama del automovilismo nacional. Por otro lado, Sebastián Guayasamín se destacó con un 14.9% de conocimiento, consolidando su posición como un nombre reconocido en el ámbito. Aunque en menor medida, también se mencionó a Guillermo Ortega, con un 7.9% respectivamente. Por último, la inclusión de Niki Lauda con un

2% y Checo Pérez con un 5% podría deberse a una confusión, ya que Lauda y Checo Pérez son conocidos como pilotos de Fórmula 1, pero no está asociado directamente con el automovilismo ecuatoriano. En conjunto, estos resultados destacan la diversidad de figuras que han dejado su huella en el automovilismo de Ecuador.

8. ¿Conoce algún diseñador gráfico que haya trabajado en la realización de carteles o publicidad para el automovilismo dentro de las competencias en Yahuarcocha?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

Gráfico 8. Encuesta pregunta número 8.



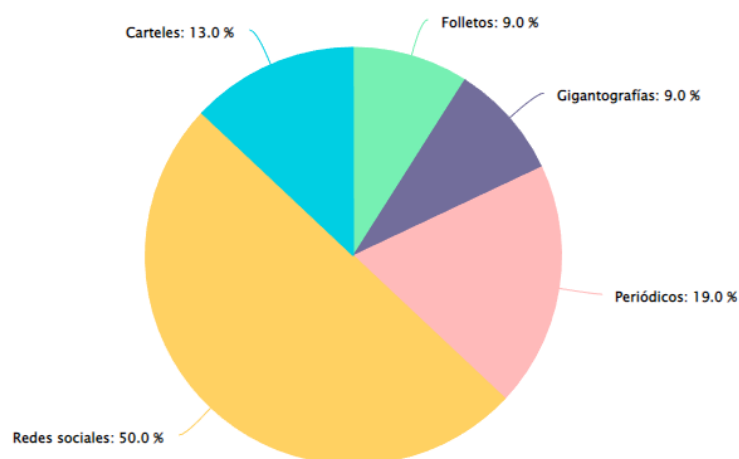
Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

En respuesta a la pregunta sobre si los participantes conocen algún diseñador gráfico que haya trabajado en la creación de carteles o publicidad para las competencias en Yahuarcocha, los resultados muestran que la gran mayoría, un 94%, indicó que no conoce a ningún diseñador gráfico involucrado en este ámbito. Sin embargo, un pequeño porcentaje del 6% afirmó conocer a algún diseñador que ha contribuido en la creación de material promocional para estas competencias. Esto sugiere que, aunque la mayoría no está familiarizada con los diseñadores específicos detrás de la publicidad automovilística en Yahuarcocha, existe un grupo minoritario que ha identificado a personas involucradas en este importante aspecto visual de las competencias.

9. En estas alternativas, ¿Ha visto usted elementos del diseño gráfico para promocionar eventos deportivos?

- A) Folletos (\_\_\_)
- B) Gigantografías (\_\_\_)
- C) Periódicos (\_\_\_)
- D) Redes sociales (\_\_\_)
- E) Carteles (\_\_\_)

Gráfico 9. Encuesta pregunta número 9.



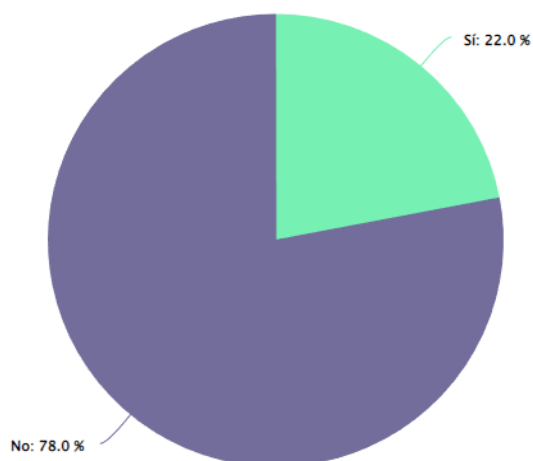
Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

El gráfico presenta un conjunto diverso de respuestas relacionadas con la cantidad de personas que han tenido la oportunidad de observar elementos de diseño utilizados para la promoción de eventos deportivos. Los datos indican que un 19% de los encuestados ha visto estos elementos de diseño en periódicos, mientras que un 13% los ha notado en carteles. Además, un 9% mencionó haber visto estos elementos en Gigantografías. Estos porcentajes revelan que existe una variedad de medios a través de los cuales las personas han tenido la experiencia de visualizar el diseño promocional de eventos deportivos. Esto sugiere que, de acuerdo con la interpretación de las respuestas, existe una difusión real y efectiva de estos elementos en múltiples canales, con los periódicos, carteles y Gigantografías siendo identificados como medios claves de exposición para la promoción de dichos eventos.

10. ¿Ha visto publicidad en las redes sociales como Facebook e Instagram sobre eventos que se realizan en el autódromo de Yahuarcocha?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

Gráfico 10. Encuesta pregunta número 10.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

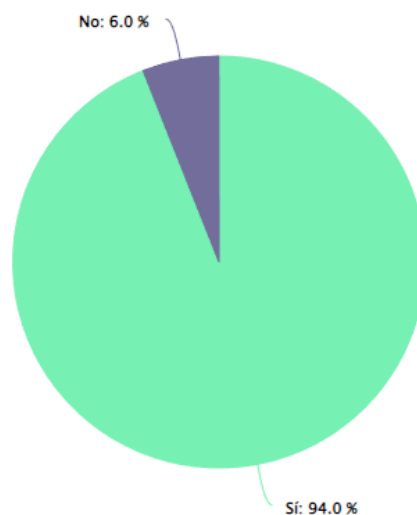
Al comparar los dos gráficos, surge una aparente contradicción en los resultados obtenidos que puede interpretarse como contraproducente. En el gráfico previo, se señaló que las redes sociales tienen un mayor alcance, con un 50% de las personas indicando que han visto elementos de diseño en esa plataforma. Sin embargo, en el gráfico actual, se observa que un significativo 78% respondió con un rotundo "No" en relación a si han visto elementos de diseño para promocionar eventos deportivos en diversos medios, lo que incluye aspectos como marcas y anuncios de mecánicas.

Esta aparente discrepancia podría sugerir que las personas podrían estar confundiendo o mezclando la publicidad de marcas y anuncios con la promoción de eventos específicos, como los que se realizan en el autódromo de Yahuarcocha. Esta interpretación indicaría una posible falta de claridad en la diferenciación entre los tipos de mensajes publicitarios que perciben en las redes sociales y otros medios.

11. ¿Cree usted que los vehículos de competencia deberían vestir (Brandear) los colores de los patrocinios?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

Gráfico 11. Encuesta pregunta número 11.



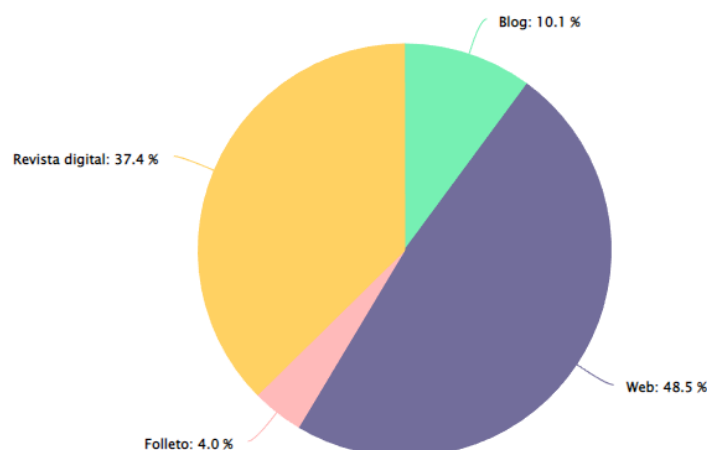
Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

La abrumadora mayoría de los encuestados, con un contundente 94%, está a favor de que los vehículos de competencia vistieran los colores de sus patrocinios. Este resultado indica un fuerte respaldo por parte de la comunidad a la práctica de "brandear" los vehículos de competencia con los colores y logotipos de los patrocinadores. Esta preferencia podría estar arraigada en la comprensión de que los patrocinios desempeñan un papel crucial en el financiamiento y desarrollo de los eventos deportivos, y que la exhibición de los colores de los patrocinadores en los vehículos de competencia no solo beneficia a los patrocinadores, sino que también contribuye al aspecto visual y estético de las competencias. El pequeño porcentaje del 6% que se opone a esta idea sugiere que existe una minoría que podría tener preocupaciones sobre la posible comercialización excesiva o la alteración de la identidad visual de los vehículos.

12. ¿De qué forma le gustaría observar la información de la historia, eventos y patrocinios de Yahuarcocha para la difusión de esta memoria histórica?

- A) Blog (\_\_\_)
- B) Web (\_\_\_)
- C) Folleto (\_\_\_)
- D) Revista digital (\_\_\_)

Gráfico 12. Encuesta pregunta número 12.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

Los resultados revelan un claro interés por parte de los encuestados en la utilización de una revista digital para la difusión de la historia, eventos y patrocinios relacionados con Yahuarcocha. Con un significativo 37.4% de apoyo, la revista digital emerge como una opción atractiva y moderna para presentar esta memoria histórica. Este formato permite una combinación de elementos visuales, textuales y multimedia, ofreciendo una experiencia enriquecedora para los lectores. La elección de la revista digital puede interpretarse como un reconocimiento de la versatilidad y alcance que ofrece el medio digital en la actualidad.

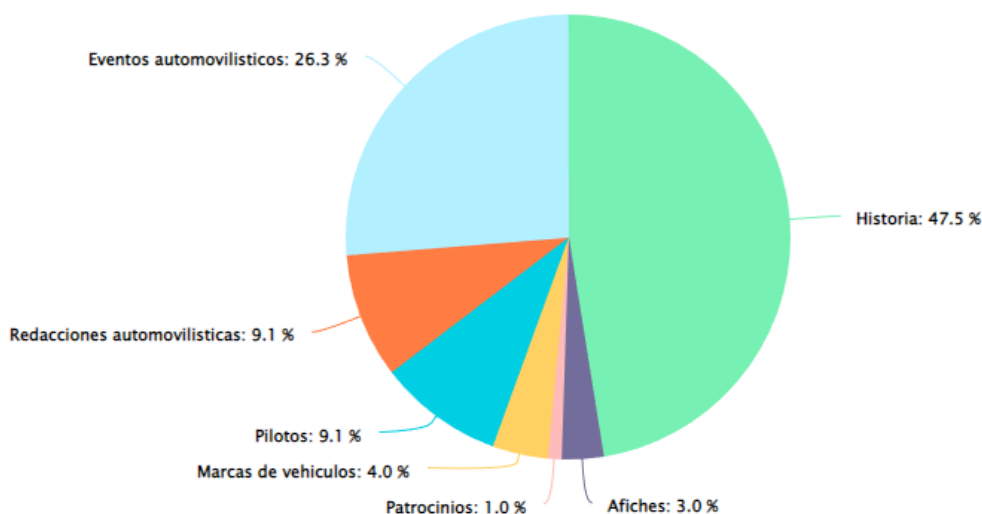
Por otra parte, los resultados muestran que un 48.5% de los encuestados prefiere observar la información a través de una página web. Esta opción resalta la importancia de la accesibilidad en línea y la capacidad de proporcionar información de manera organizada y fácilmente navegable. El 10.1% de los encuestados expresó interés en un blog. Aunque es la opción con el menor porcentaje de apoyo, esta preferencia puede indicar que algunas personas valoran un enfoque más personal o

narrativo para presentar la información histórica y de eventos. En cuanto al folleto, un 4% de los encuestados lo eligió como opción. Aunque es la elección menos popular, un folleto podría ser una herramienta tangible y práctica para distribuir información breve y concisa sobre Yahuarcocha en eventos, ferias u otros contextos similares.

13. ¿Qué contenido cree que es relevante para la realización del archivo gráfico histórico del autódromo de Yahuarcocha?

- A) Historia (\_\_\_)
- B) Afiches (\_\_\_)
- C) Patrocinios (\_\_\_)
- D) Marcas de vehículos (\_\_\_)
- E) Pilotos (\_\_\_)
- F) Redacciones automovilísticas (\_\_\_)
- G) Eventos automovilísticos (\_\_\_)

Gráfico 13. Encuesta pregunta número 13.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

La opinión de los encuestados destaca que el contenido relevante para la realización del archivo gráfico histórico del autódromo de Yahuarcocha abarca varias áreas importantes. En primer lugar, un sólido 47.5% de los participantes considera la historia como una pieza central en este archivo, lo que sugiere un fuerte interés en preservar la evolución y desarrollo a lo largo del tiempo. Además, el contenido relacionado con los eventos automovilísticos es altamente valorado, con un

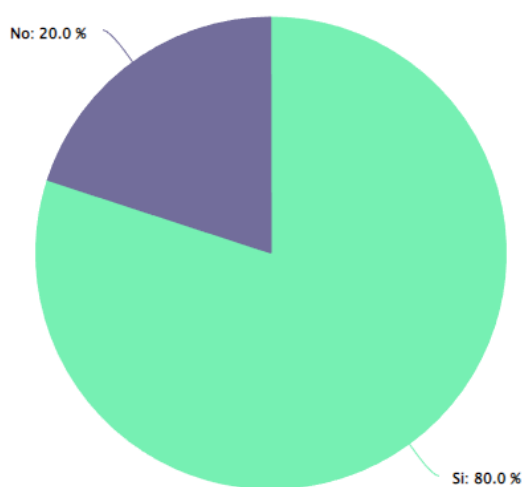
significativo 26.3% de apoyo. Esto demuestra la importancia de inmortalizar las experiencias emocionantes y los momentos icónicos que han tenido lugar en el autódromo.

El reconocimiento a los pilotos y las redacciones automovilísticas también es notable, con un 9.1% de apoyo para cada uno. Esto indica un interés en destacar las figuras humanas detrás del deporte y en incluir análisis y coberturas periodísticas que contextualicen los eventos. Los afiches y marcas de vehículos obtuvieron respaldos menores, con un 3% y un 4% respectivamente. Por último, la mención más baja la recibió la categoría de patrocinios, con solo un 1% de apoyo. En conjunto, estos resultados resaltan y serán de uso aplicado para la propuesta.

14. Si usted encuentra un afiche o un cartel, ¿Estaría dispuesto a enviarlo para formar parte de este archivo?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

Gráfico 14. Encuesta pregunta número 14.



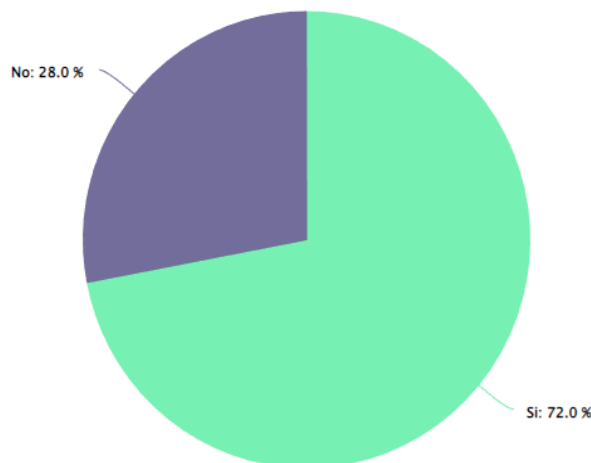
Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

En este gráfico podemos entender que un grupo selecto mayor si está dispuesto a apoyarnos en enviarnos un afiche o un cartel y con ello formar parte de este archivo.

15. ¿Le gustaría que su Club deportivo participe en la historia para el Archivo?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

Gráfico 15. Encuesta pregunta número 15.



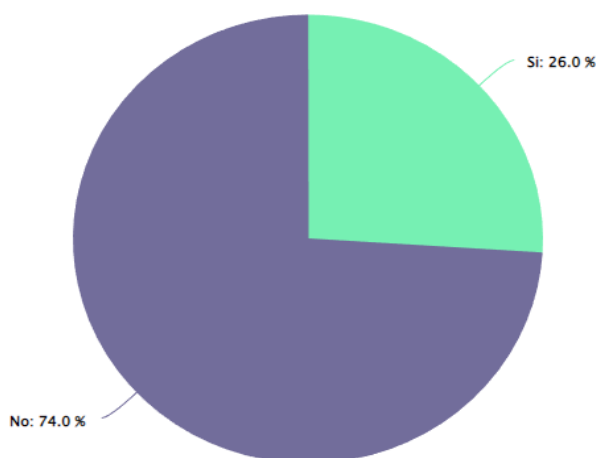
Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

En este gráfico observamos que un 72% de los encuestados quieren formar parte de la historia para el archivo y un 26% no desea formar parte, en cuestión de estas respuestas, es por ello que no es obligatorio aceptar, ya que nos ayudarán estos datos en la investigación.

16. ¿Estaría dispuesto a ser patrocinador de este archivo histórico?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

Gráfico 16. Encuesta pregunta número 16.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

En este gráfico podemos ver que es contradictorio con el anterior gráfico que nos dice que un 72% de los encuestados si desea participar, pero en estos datos dice que el 74% no quiere ser patrocinador, es decir que quieren formar parte del archivo, pero no dar un patrocinio monetario, es por eso que toca buscar las personas que sí están interesadas en involucrarse.

## **2.5. Resumen Ejecutivo**

Tras el desarrollo de la investigación, enfocada en la recolección de datos a través de encuestas y entrevistas, se han obtenido conclusiones relevantes que se centran en el objetivo general del proyecto. La indagación revela una limitada disponibilidad de información sobre el automovilismo de Yahuarcocha en medios editoriales, lo que resalta la necesidad de una estructuración y divulgación adecuadas. La falta de una plataforma consolidada ha resultado en un entendimiento fragmentado y limitado del tema. La recopilación de datos de encuestas y entrevistas subraya la demanda latente de un archivo gráfico histórico, que abarque la historia, reseñas automovilísticas y el análisis del cartelismo mediante el método del neurodiseño y el análisis histórico lógico.

Aunque algunos líderes de equipos expresaron interés en participar en este archivo gráfico histórico, su nivel de involucramiento para brindar apoyo es limitado. Estos resultados se basan en entrevistas realizadas a líderes de equipos y encuestas aplicadas a 79 participantes frecuentes en los eventos automovilísticos.

En conclusión, la investigación destaca la necesidad imperante de un archivo gráfico histórico que consolide y difunda la identidad y evolución del cartelismo automovilístico de Yahuarcocha, en línea con su legado y la apertura al acceso de información para enriquecer el conocimiento sobre este deporte.

## **3. CAPITULO III**

### **RESULTADOS**

#### **3.1. Presentación de la propuesta**

Después de haber realizado la investigación teórica en el capítulo 1 y obtener resultados cuantitativos y cualitativos del capítulo 2, se presenta la propuesta de solución a la situación problemática encontrada, por lo cual se propone la elaboración una revista digital sobre la historia del automovilismo y la evolución del cartelismo en eventos deportivos realizados en Yahuarcocha aplicando el método del neurodiseño con el fin de darle un rescate de cultura a los aficionados del deporte y para empezar el Capítulo 3 se desarrollara el desglose de la propuesta.

#### **3.2. Archivo historico**

El archivo histórico sobre la evolución histórica del cartel automovilístico en Yahuarcocha se desarrollara mediante las investigación sobre el cartelismo para informar la visibilización de la misma con el método del neurodiseño hacia la comunidad, este producto editorial se ha llevado a cabo con el fin de memorar la información cronológica histórica de los carteles que sirvieron como medio para atraer a la comunidad del Ecuador en los eventos automovilísticos que se realizan en Yahuarcocha ubicada en la provincia de Imbabura.

El diseño del producto editorial usando el método del neurodiseño como herramienta de visibilización y el diseño editorial con la tipología aplicada en revistas del sector automotriz.

#### **3.3. Identificador y su construcción**

Para el identificador que es un Logotipo e Isotipo, se tomó en cuenta plasmar con una tipografía que impacte el nombre para la página web y revista digital, en su isotipo se tomó referencia el Ferrari 512-S de Tony Adamowicz que está representado ya que este fue el ganador de la primera carrera nacional internacional realizada en el autódromo de Yahuarcocha.

El nombre "Pasión al Volante" combina dos elementos clave que reflejan la esencia y la emoción del automovilismo.

"Pasión" destaca la intensa y apasionada conexión emocional que los aficionados al automovilismo experimentan al conducir, seguir carreras o estar inmersos en este emocionante deporte. Representa el entusiasmo, el amor y la dedicación que se siente al tener el volante en las manos y disfrutar de la velocidad, la potencia y la emoción de los vehículos.

"Al Volante" se refiere directamente al acto de estar al mando del volante de un automóvil. Es un término que simboliza el control, la habilidad y la destreza necesarios para manejar un vehículo de manera segura y efectiva. Estar "al volante" implica tener el poder y la responsabilidad de dirigir y controlar la dirección y el rendimiento del automóvil.

Uniendo ambos términos en "Pasión al Volante" se crea un nombre que evoca la pasión y la emoción que los amantes del automovilismo experimentan cuando están al mando de un vehículo. Además, refuerza la importancia del volante como elemento central de control y conexión entre el conductor y el automóvil. Como nombre para la revista relacionada con el automovilismo, "Pasión al Volante" transmite la idea de una experiencia apasionada, emocionante y llena de adrenalina en el mundo de la conducción y las carreras de automóviles.

Ilustración 1. Identificador.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

El identificador tiene dos aplicaciones para usarse en superficie blanca y a color.

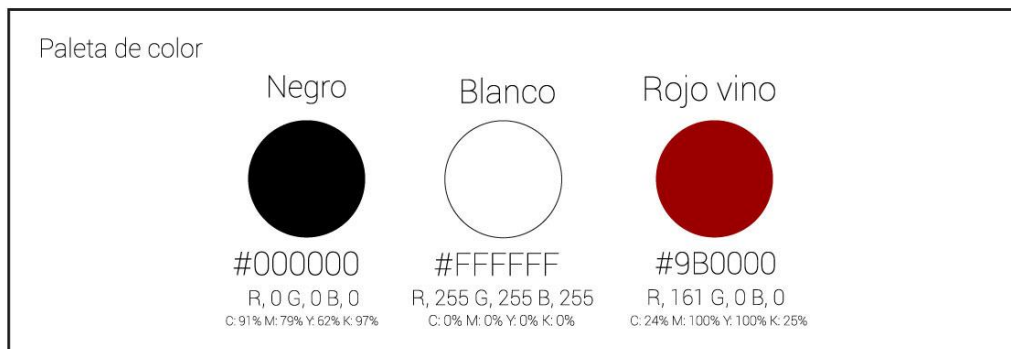
Ilustración 2. Identificador b/n y a color.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

### 3.4. Gama cromática

Ilustración 3. Paleta de color.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

Se ha optado por utilizar tres colores distintivos en el logotipo, cada uno con una finalidad específica. En primer lugar, el color negro se ha elegido como el tono principal debido a su cualidad innata de transmitir elegancia y sofisticación. Este matiz no solo infunde un sentido de refinamiento, sino que también refleja la exclusividad y el prestigio intrínsecos a la industria automotriz.

En su segunda aplicación, el color blanco cumple un papel esencial al contribuir al contraste y la legibilidad del logotipo. Siendo un color neutro y luminoso, el blanco logra generar un marcado contraste cuando se combina con el negro o el tono rojo vino. Esta estrategia cuidadosamente planificada asegura que el logotipo sea perfectamente legible y resaltado, tanto en medios impresos como en plataformas digitales.

La interacción entre estos tres colores —negro, blanco y rojo vino— genera una sinergia visual que combina la elegancia del negro, la claridad del blanco y el atractivo distintivo del rojo vino. Esta selección cromática no solo comunica los valores fundamentales de la industria automotriz, sino que también garantiza que el logotipo sea memorable, impactante y fácilmente reconocible para el público.

### Tipografía

La tipografía usada para el identificador es Communist de la familia Sans. Fue escogida ya que tiene un estilo distintivo y único que puede ayudar a diferenciarse de otros logotipos de revistas. Su diseño moderno y vanguardista puede transmitir una imagen de innovación y originalidad.

También es una tipografía legible ya que sus formas geométricas simples y claras, la tipografía Communist puede complementar y resaltar contenido visual de la revista, como imágenes de vehículos, gráficos y diseños.

Ilustración 4. Tipografía Communist family sans.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

### 3.5. Logotipo e isotipo

Ilustración 5. Logotipo e Isotipo.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

### 3.6. Estructura del producto editorial aplicado del metodo del neuro diseño

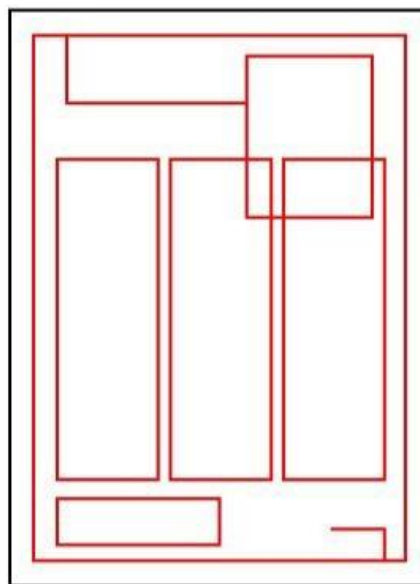
#### 3.6.1. La retícula

La retícula que se usará para el desarrollo del producto editorial será La retícula jerárquica introduce un enfoque completamente distinto en comparación con los modelos anteriores. Su fundamento radica en la proporción armoniosa de los elementos, sometiéndolos a leyes que priorizan el orden, la objetividad, la concentración y la claridad en su presentación. Su creación parte de un análisis profundo de la interacción óptica generada por los diversos elementos que componen la estructura visual.

Este tipo de retícula se caracteriza por dar primacía a la jerarquía de la información y la disposición consciente de los elementos, respetando las proporciones visuales y buscando una armonía estética, esta retícula contara con una medida de 29,7 x 21 cm ya que el espacio es adecuado para una composición equilibrada sobre la información en la revista digital.

Fotografía 21. Retícula jerárquica.

Gráfico. Retícula.



Jerárquica

Fuente: ¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve? (Romero, 2019)

### **3.7. Tipografía y legibilidad**

#### **3.7.1. Tipografía para títulos**

**Nombre:** Communist

**Subfamilia de fuentes:** Sans

**Autor:** Jeroen Klaver

**Morfología:** Geometría simple y clara

**Tamaño:**

La tipografía Communist es una tipografía ideal para emplear en productos editoriales o escritos, ya que es una tipografía legible y fácil de leer por el hecho de que cuenta con un espaciado más estrecho y letras más delgadas que capturan la estética compacta, por ser una tipografía de palo seco cuenta con una apariencia neutral.

#### **3.7.2. Tipografía para textos interno de subtítulos**

**Nombre:** Roboto

**Subfamilia de fuentes:** Sans-serif

**Autor:** Christian Robertson

**Morfología:** moderna, limpia, clara

**Tamaño:**

La tipografía Roboto es una familia de fuentes del tipo Sans-serif, es un tipo de letra sin adornos, pequeñas terminaciones o remates, es una tipografía recomendada para medios editoriales y en web, es una tipografía legible que evita sobrecargar la vista y facilitar la lectura.

#### **3.7.3. Tipografía para Sección y numeración**

**Nombre:** Agency FB

**Autor:** David Berlow y Morris Fuller Benton

**Morfología:** Trazos simples y líneas rectas

**Tamaño:**

La tipografía Agency Fb es una fuente Sans-serif audaz y geométrica que se destaca por su diseño moderno y llamativo, es adecuado para títulos y numeración en productos editoriales, su apariencia es sólida y contemporánea.

### **3.8. El color**

Los colores empleados en la construcción de la revista digital son tonos cálidos y neutros.

En la gama de colores cálidos predomina el amarillo sepia en cajas de texto y el rojo en títulos con mezcla del color negro, en colores neutros el gris y el negro predominan para acentuar las cajas de texto laterales que proporcionan información extra y el negro se utiliza en textos sobre superficies de color.

Los colores empleados para la estructura de la revista digital fueron obtenidos de la tipología aplicada en productos editoriales del sector automotriz, sumado del método del neuro diseño para escoger colores que cumplan su función de estar ligados al automovilismo.

En perspectiva se busca representar cada aspecto del automovilismo, se ha considerado aplicar la tipología del color con el neuro diseño, para atenuar la memoria histórica de los eventos automovilísticos de Yahuarcocha. Estos colores poseen un fuerte contexto en la industria automovilística, donde estos colores se asocian con la elegancia, la pasión para resaltar detalles emocionales y deportivos.

### **3.9. Diseño de portada**

En el diseño de portada del producto editorial, se utilizó la tipología de tres partes que es muy utilizado en productos editoriales automotrices, se refiere a una organización visual donde la portada está dividida en tres secciones, esta disposición es una forma efectiva de comunicar múltiples aspectos importantes del contenido de la revista de manera clara y llamativa.

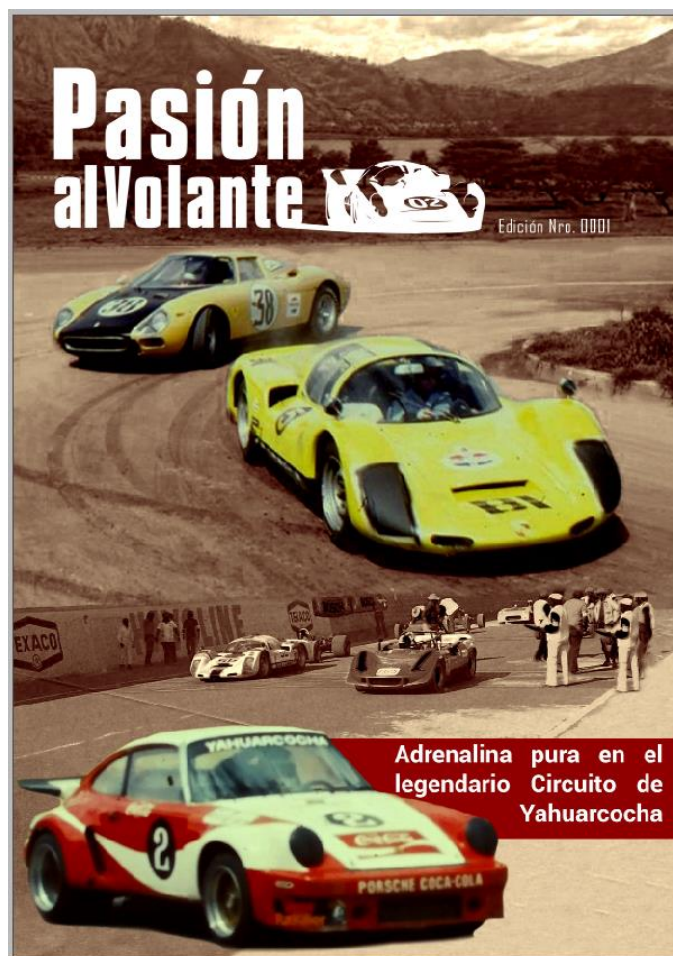
La sección principal (parte superior) en su parte superior, es la sección más prominente, donde se utilizó una fotografía de dos vehículos importantes en el automovilismo ecuatoriano ubicados en la pista de Yahuarcocha.

Siguiendo de la sección de destacados (Parte media) donde aparece una fotografía del autódromo José Tobar en la parte de inicio de una de las competencias importantes conocida como las "12 horas de Marlboro".

Por último, en sección de detalles (parte inferior), se le conoce como sección de detalles donde se reserva para detalles adicionales, como contenido de soporte, menciones de colaboradores o citas destacadas que proporcionen un resumen adicional de lo que los lectores pueden esperar encontrar en la revista.

En el diseño de portada, se escogió un color de fondo de un sepia rojizo para mostrar lo añejo del automovilismo en su historia, los vehículos mantienen colores vibrantes que son llamativos, y la aplicación del identificador en su aplicativo en blanco el cual es legible en fondos con textura y de color.

Ilustración 6. Portada Pasión al Volante.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

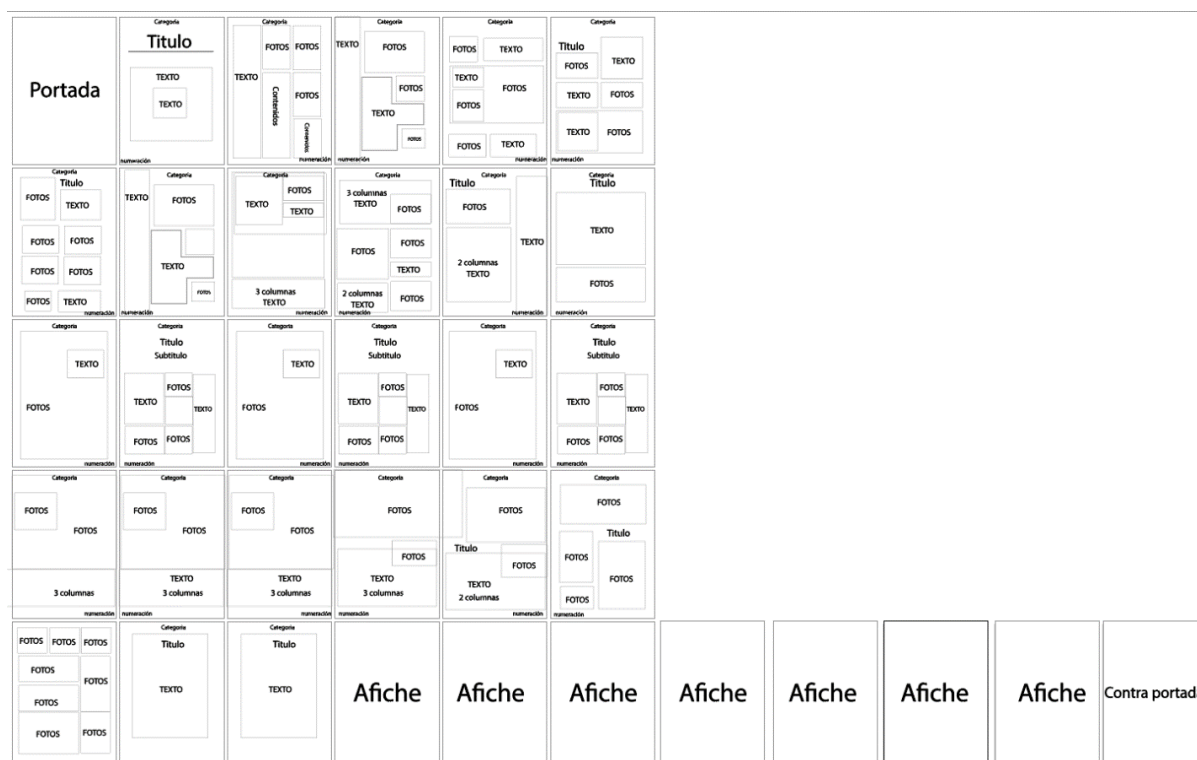
### 3.10. Diagramación

Para la composición de las páginas que conforman la revista digital se diagramó una estructura de jerarquía, la cual consiste en la inclusión de imágenes y textos con un diseño creativo que ordene la información cronológica y tenga una página de contenidos con los temas y temas con imágenes que suman mayor

importancia en el archivo histórico, se incluyó viñetas destacadas que dan información minuciosa sobre temas que tienen concordancia, esto es crucial para guiar al lector a través del contenido de manera efectiva, aplicando el método del neuro diseño, el lector percibirá y procesará la información visualmente, con esto permite crear una jerarquía más clara y significativa.

### 3.11. Plan editorial

Ilustración 7. Machote.



Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

### 3.12. Diseño de la experiencia de lectura

El neuro diseño para la visibilización en la experiencia de lectura de lo que el lector percibe al procesar la información obtenida, con la herramienta de este método ayuda a influir en la experiencia general de lectura, ya que se ha aplicado la unión del neuro diseño con el diseño editorial y la tipología del sector automotriz en revistas, por ello la elección del diseño de página, el espaciado, las zonas de oxigenación en las fotografías, los márgenes y la estructura de contenido que pueda afectar la forma en la que los lectores puedan retener información, de esta forma la comunidad del deporte tuerca pueda informarse de forma más clara y concisa.

### 3.13. Presupuesto

#### Presupuesto del proyecto

Gráfico 17. Tabla de presupuesto.

Servicios profesionales			
	Nro. Meses	Costo por mes	Subtotal
Investigador	6	\$500	\$3,000,00
Diseñador grafico	4	\$850	\$3,400,00
			\$6,400,00

Producto Editorial				
	Nr. Meses	Costo por mes	Costo por pagina	Subtotal
Diseñador editorial	4	\$850		\$3,400,00
Paginas (36)			\$6/pagina	\$216,00
				\$3,616,00

Herramientas de trabajo			
	Nro unidades	Costo por hora	Subtotal
Computadora de escritorio	1	\$1,200,00	\$1,200,00
	Nro de meses		
Internet	10	\$40,00	\$400,00
Luz	10	\$30,00	\$300,00
			\$1,900,00

Herramientas de diseño			
	Nro meses	Costo por mes	Subtotal
Adobe indesign	4	\$24,19	\$96,76
			\$96,76

<b>Valor Total del proyecto</b>	<b>\$12.012,76</b>
---------------------------------	--------------------

Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

Para realizar el proyecto de creación de la revista digital de un total de 36 páginas contando Portada y contraportada, para el autódromo José Tobar Yahuarcocha, que se trabajó por 10 meses aproximadamente. Se invirtió la cantidad

de doce mil doce con setenta y seis centavos (\$12,012,76), como se presenta en la siguiente tabla de presupuesto.

Se realizaron gastos de servicios profesionales tanto de un investigador, como de un diseñador gráfico, un diseñador editorial el cual también dedicó 4 meses para realizar la revista digital.

Gráfico 18. Servicios profesionales y Producto editorial.

Servicios profesionales			
	Nro. Meses	Costo por mes	Subtotal
Investigador	6	\$500	\$3,000,00
Diseñador grafico	4	\$850	\$3,400,00
			\$6,400,00

Producto Editorial				
	Nr. Meses	Costo por mes	Costo por pagina	Subtotal
Diseñador editorial	4	\$850		\$3,400,00
Paginas (36)			\$6/pagina	\$216,00
				\$3,616,00

Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

Se utilizaron diferentes herramientas de trabajo como una computadora de escritorio que soporte varias herramientas de diseño que permitieron desempeñar correctamente el trabajo.

Gráfico 19. Herramientas de trabajo.

Herramientas de trabajo			
	Nro unidades	Costo por hora	Subtotal
Computadora de escritorio	1	\$1,200,00	\$1,200,00
	Nro de meses		
Internet	10	\$40,00	\$400,00
Luz	10	\$30,00	\$300,00
			\$1,900,00

Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

En cuanto a las herramientas de diseño se utilizó adobe InDesign, se canceló el valor mensual por los 4 meses que duró la fase del diseño del proyecto.

Gráfico 20. Herramienta de diseño.

Herramientas de diseño			
	Nro meses	Costo por mes	Subtotal
Adobe indesign	4	\$24,19	\$96,76
			\$96,76
Valor Total del proyecto			\$12.012,76

Elaborado por: Erik Daffy Bedón Verá

## CONCLUSIONES

1. En conclusión, el entendimiento del neuro diseño como herramienta de visibilización y su aplicación en los medios editoriales de eventos deportivos en el autódromo de Yahuarcocha añade un valor incalculable al archivo gráfico histórico. Al incorporar elementos de diseño que toman en cuenta la percepción emocional y cognitiva de la audiencia, se enriquece la experiencia de quienes se sumergen en la historia y evolución de este emblemático espacio deportivo.
2. Se concluye que, la combinación de estas metodologías ha generado un enfoque holístico que no solo ha desentrañado la historia del diseño gráfico en eventos de Yahuarcocha, sino que también ha brindado herramientas valiosas para la investigación en desarrollo. La comprensión de cómo el diseño gráfico puede influir en la experiencia del espectador y en la interpretación de la historia es fundamental para el éxito de la investigación en curso. Las metodologías aplicadas ofrecen una base sólida para profundizar en el análisis y la interpretación de la evolución del diseño gráfico en el contexto deportivo de Yahuarcocha.
3. En conclusión, la propuesta de un archivo gráfico histórico del autódromo de Yahuarcocha, a través de la síntesis del diseño editorial y el neuro diseño, no solo contribuirá a la preservación de la historia y los eventos en este lugar, sino que también se esfuerza por establecer una conexión emocional con el público. Esta propuesta no solo representa una herramienta visualmente impresionante, sino también una ventana hacia la memoria y el legado del autódromo, asegurando su trascendencia a través del tiempo.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que este estudio realizado se siga investigando de forma permanente y lograr nuevos hallazgos significativos y relevantes para el diseño gráfico, con el fin de conocer más de los eventos automovilísticos del Ecuador.
2. Se recomienda realizar más productos editoriales que permitan expresar más investigaciones de este tipo para apoyar las diferentes aplicaciones a la cultura automotriz.
3. Se recomienda emplear herramientas web para la creación de prototipos visuales que emplean métodos como el neurodiseño con el fin de mejorar constantemente la experiencia de usuario y mejorar la interfaz de usuario.

## BIBLIOGRAFÍA

- Astudillo, J. (27 de junio de 2012). *Lauro Historia del Deporte Ecuatoriano*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://juanastudilloaviles.blogspot.com>
- Autoextra. (2023). *Autroextra*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2022, de <https://autoextragti.com>
- Automovil. (2022). *Automovil*. Recuperado el 3 de noviembre de 2022, de Automovil: <https://automovil.cl>
- Bernasconi, E. (2017). *Revista full power*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2022, de <https://www.revistafullpower.com.br>
- Casa de las Culturas. (22 de junio de 2021). *Obra de la semana: Imbaya, La Laguna de Yahuarcocha*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://casadelacultura.gob.ec/postnoticias/obra-de-la-semana-imbaya-la-laguna-de-yahuarcocha/>
- Club de automovilismo y turismo de Imbabura. (5 de Noviembre de 2011). *Historia de Yahuarcocha* . Recuperado el 3 de Diciembre de 2022, de <https://www.cati.com.ec>
- Club de automovilismo y turismo de Imbabura. (8 de junio de 2018). *Tercera fecha del nacional de circuitos en Yahuarcocha*. Recuperado el 2 de Diciembre de 2022, de <https://automagazine.ec/tercera-fecha-del-nacional-de-circuitos-en-yahuarcocha/>
- Daza Michelena, P. (11 de noviembre de 2011). *El automovilismo en el Ecuador*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2022, de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/deportes/carburando/automovilismo-ecuador.html>
- Domenech, D. (2011). *Antecedentes históricos del diseño gráfico*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2022, de [http://issuu.com/domenikadomenech/docs/revista\\_completa/s/11476810](http://issuu.com/domenikadomenech/docs/revista_completa/s/11476810)
- El Comercio (Ecuador) - Carburando. (20 de Agosto de 2022). *Portada* . Recuperado el 14 de Diciembre de 2022, de <https://www.pressreader.com/ecuador/carburando>
- Foto Illendes. (6 de Julio de 2020). *Autos históricos de carreras Ecuador*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2022, de Facebook:

<https://www.facebook.com/groups/396180553867004/posts/1797888803696165/>

Foto Illescas. (6 de abril de 2022). *Piques*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2022, de

<https://www.facebook.com/373500542826897/photos/a.423411507835800/2185013921675541/?type=3>

Hacienda Chorlavi. (19 de Enero de 2022). *Fotografía propia de la Hacienda*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2022, de <https://www.haciendachorlavi.com>

Hernandez, O. (2011). *Paso a paso en el automovilismo de competencia*. En *Crónica de los 50 años del club de Automovilismo y Turismo de Imbabura*. Club de automovilismo y turismo de Imbabura,. Ibarra: Cati.

Larrea, F. (1 de mayo de 2021). *Esteban Pólit, el kartista que entrena con el excorredor de F3 Giulliano Raucci*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2022, de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/jugada/esteban-polit-kartista-ecuatoriano-entrena-giulliano-raucci/>

Mogro, A. (26 de Septiembre de 2021). *12 horas de marlboro: 50 años de la competencia automovilística mas importante del Ecuador*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2022, de Revista Acelerando: <https://acelerando.com.ec/12-horas-marlboro-50-anos-de-la-competencia-automovilistica-mas-importante-del-ecuador/#:~:text=Deporte%20Motor-,12%20Horas%20Marlboro%3A%2050%20años%20de%20la,automovilística%20más%20importante%20del%20Ecuador&text=El%2026%20de%20>

Muñoz, J. L. (4 de Abril de 2019). *Neurodiseño Gráfico*. Recuperado el 17 de Abril de 2023, de <https://foroalfa.org/articulos/neurodiseno-grafico>

Parabrisas. (2006). *Parabrisas*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2022, de Parabrisas: <https://parabrisas.perfil.com>

Pellegrini, J. C. (13 de Enero de 2022). *Qué es el diseño editorial? Conceptos clave*. Recuperado el 11 de diciembre de 2022, de <https://www.podiprint.com/impresion-bajo-demanda/disenio-editorial-conceptos-clave/>

Ramirez. (4 de Noviembre de 2013). *Cu4tro*. Obtenido de <https://www.cu4tromarketing.com>

Revista Acelerando . (2023). Recuperado el 14 de Enero de 2023, de <https://acelerando.com.ec>

Revista Acelerando. (14 de marzo de 2019). *Fernando Madera jr otro ecuatoriano que sueña con la F1*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2022, de <https://acelerando.com.ec/fernando-madera-jr-otro-ecuatoriano-que-suenacon-la-f1/>

Revista Acelerando. (26 de septiembre de 2021). *12 horas de marlboro: 50 años de la competencia automovilística mas importante del Ecuador*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://acelerando.com.ec/12-horas-marlboro-50-anos-de-la-competencia-automovilistica-mas-importante-del-ecuador/#:~:text=Deporte%20Motor%2C12%20Horas%20Marlboro%3A%2050%20a%C3%B1os%20de%20la,automovil%C3%ADstica%20m%C3%A1s%20importante%20del%20Ecuador&tex>

Revista Acelerando. (10 de Marzo de 2022). *Portada de la Revista Acelerando Edición 93*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2022, de Facebook: <https://m.facebook.com/AcelerandoEcu/photos/a.169754469750920/5041408839252101/>

Revista Autoextra. (29 de Noviembre de 2013). *Portada* . Recuperado el 12 de Diciembre de 2022, de Edición 73: [https://issuu.com/autoextra/docs/autoextra\\_73](https://issuu.com/autoextra/docs/autoextra_73)

Revista AutoIn. (2002). *AutoIn La revista ecuatoriana del automóvil*. Recuperado el 12 de Enero de 2023, de <https://www.revistaautoin.com>

Revista AutoIn. (2002). *Portada*. Recuperado el 14 de Enero de 2023, de Ediciones digitales: <https://www.revistaautoin.com/ediciones-digitales/>

Revista Automóvil Panamericano. (24 de Abril de 2018). *Portada*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2022, de Edición Chilena N°102: [https://issuu.com/matiasgorfinkiel/docs/ap\\_102\\_digital](https://issuu.com/matiasgorfinkiel/docs/ap_102_digital)

Revista Carburando. (2015). *Edición 2015*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2022, de <https://www.carburando.ec>

Revista Fullpower. (4 de Diciembre de 2012). *Portada* . Recuperado el 3 de Noviembre de 2022, de Edición 128 Noviembre: <https://www.revistafullpower.com.br/edicao-128-novembro/>

- Revista Parabrisas . (9 de Abril de 2020). *Portada* . Recuperado el 4 de noviembre de 2022, de Edición 498: <https://parabrisas.perfil.com/noticias/tapas/revista-parabrisas-498-abril-2020.phtml>
- Romero, E. (18 de Noviembre de 2019). *¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve?* Recuperado el 23 de Diciembre de 2022, de <https://www.inesem.es/revistadigital/disen-y-artes-graficas/que-es-la-reticula-en-diseno-grafico/>
- Salas Morales, J. (2011). *Crónica de los 50 años del club de automovilismo y turismo de Imbabura*. Ibarra: Don Bosco.
- Sergey. (27 de Octubre de 2019). *Formula 1 and Rolex in The Art of Racing in the Rain (2019)*. Recuperado el 3 de noviembre de 2022, de <https://productplacementblog.com/movies/formula-1-and-rolex-in-the-art-of-racing-in-the-rain-2019/>
- Uquillas, D. (10 de Noviembre de 2011). *Carburando: Una revista ligada con la historia del mundo Motor*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2022, de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/deportes/carburando/revista-ligada-historia-del.html>

## ANEXOS

### Formato Entrevista Anexo 1

1. ¿Qué información tiene usted sobre el automovilismo en Yahuarcocha?
2. ¿De qué forma cree usted que afectó la pandemia a la realización de competencias automovilísticas del autódromo Yahuarcocha?
3. ¿Qué competencias de carácter internacional conocen en el Ecuador?
4. ¿Históricamente ha realizado los afiches para los eventos automovilísticos de Yahuarcocha?
5. ¿Conoce que hay una recopilación de afiches que se realizaron para promocionar los eventos deportivos en Yahuarcocha?
6. ¿Conoce qué imprentas de Imbabura fueron partícipes en la realización de afiches promocionales de eventos automovilísticos de Yahuarcocha?
7. ¿Conoce usted si existió ayuda del exterior en diseñar los afiches para los eventos que se realizaron en el auge de las competencias de carácter internacional en el autódromo de Yahuarcocha?
8. ¿Conoce algún diseñador gráfico que haya trabajado con el automovilismo?
9. ¿Qué tipo de evolución usted cree que ha tenido el diseño gráfico en las competencias automovilísticas?
10. ¿Cree usted que los vehículos de competencia deberían vestir (Brandear) los colores de los patrocinios?
11. ¿Conoce clubes automovilísticos que tengan patrocinio con marcas nacionales e internacionales?
12. ¿Qué contenido le gustaría que hubiera en el archivo gráfico?
13. ¿Qué cree que se rescata con la recopilación de la gráfica automovilística?

### Formato Encuestas Anexo 2

1. En el año 1971 se realizó la primera competencia en Yahuarcocha, ¿Usted recuerda el cartel promocional?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

2. ¿Conoce usted el CATI (Club de automovilismo y turismo de Imbabura)?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

3. ¿De las siguientes marcas de autos cuál recuerda usted que ha participado en carreras oficiales, ya que es importante definir un orden en la publicación de la revista?

A) Ferrari (\_\_\_)

B) Porsche (\_\_\_)

C) BMW (\_\_\_)

D) Ford (\_\_\_)

E) Chevrolet (\_\_\_)

F) Peugeot (\_\_\_)

G) Fiat (\_\_\_)

4. ¿Qué modalidades de competencias en Yahuarcocha le gustaría ver dentro de la revista?

A) Motocross (\_\_\_)

B) Kartismo (\_\_\_)

C) Piques (\_\_\_)

D) Cabezales (\_\_\_)

E) Fórmula 1 (\_\_\_)

5. ¿Cuántos carteles recuerda usted de las competencias que se han realizado en el autódromo de Yahuarcocha?

A) 2 (\_\_\_)

B) 4 (\_\_\_)

C) 6 (\_\_\_)

D) 15 (\_\_\_)

E) 23 (\_\_\_)

6. ¿Qué competencias de carácter internacional conoce en el Ecuador?

- A) 12 horas de Marlboro (\_\_\_)
- B) Carrera Caney 500 (\_\_\_)
- C) Las 6 horas Bolivarianas (\_\_\_)
- D) 500 millas de Daytona (\_\_\_)
- E) Carrera GT Marlboro de las Américas (\_\_\_)

7. ¿Qué representantes del automovilismo ecuatoriano conoce?

- A) Guillermo Ortega (\_\_\_)
- B) Niki Lauda (\_\_\_)
- C) Fernando Madera (\_\_\_)
- D) Checo Pérez (\_\_\_)
- E) Pascal Michelet (\_\_\_)
- F) Sebastián Guayasamín (\_\_\_)

8. ¿Conoce algún diseñador gráfico que haya trabajado en la realización de carteles o publicidad para el automovilismo dentro de las competencias en Yahuarcocha?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

9. En estas alternativas, ¿Ha visto usted elementos del diseño gráfico para promocionar eventos deportivos?

- A) Folletos (\_\_\_)
- B) Gigantografías (\_\_\_)
- C) Periódicos (\_\_\_)
- D) Redes sociales (\_\_\_)
- E) Carteles (\_\_\_)

10. ¿Ha visto publicidad en las redes sociales como Facebook e Instagram sobre eventos que se realizan en el autódromo de Yahuarcocha?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

11. ¿Cree usted que los vehículos de competencia deberían vestir (Brandear) los colores de los patrocinios?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

12. ¿De qué forma le gustaría observar la información de la historia, eventos y patrocinios de Yahuarcocha para la difusión de esta memoria histórica?

A) Blog (\_\_\_)

B) Web (\_\_\_)

C) Folleto (\_\_\_)

D) Revista digital (\_\_\_)

13. ¿Qué contenido cree que es relevante para la realización del archivo gráfico histórico del autódromo de Yahuarcocha?

A) Historia (\_\_\_)

B) Afiches (\_\_\_)

C) Patrocinios (\_\_\_)

D) Marcas de vehículos (\_\_\_)

E) Pilotos (\_\_\_)

F) Redacciones automovilísticas (\_\_\_)

G) Eventos automovilísticos (\_\_\_)

14. Si usted encuentra un afiche o un cartel, ¿Estaría dispuesto a enviarlo para formar parte de este archivo?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

15. ¿Le gustaría que su Club deportivo participe en la historia para el Archivo?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

16. ¿Estaría dispuesto a ser patrocinador de este archivo histórico?

Si (\_\_\_) No (\_\_\_)

Anexo 3 Link Audios de entrevistas, Carpeta anexos archivo digital

Anexo 4 Archivo Excel resultado de encuestas, Carpeta anexos archivo digital