

El prestigio del rotulador en el barrio popular, Cotopaxi Ecuador

Vilma Lucía Naranjo Huera (*)

Actas de Diseño (2024, abril),
Vol. 45, pp. 302-304. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: abril 2023
Versión final: abril 2024

Resumen: En el estudio se expone los cambios que tuvieron que enfrentar los rotuladores cuando aparecen nuevas tecnologías digitales de construcción gráfica en la cultura popular. Una aproximación al oficio del rotulador manual y su reconocimiento en los sectores de comercio popular de Latacunga y Pujilí en el Ecuador. En este análisis se recogen las trayectorias, los fundamentos y los valores que los rotuladores transmiten en sus obras mediante motivos y estéticas. Por consiguiente, se encuentran diferencias entre rotuladores que orientan sus obras hacia públicos amplios y otros que terminan identificándose con un sector de la población que valora su trabajo.

Palabras clave: gráfica – sectores populares – oficio manual –camiones.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 304]

Desarrollo

Se observa y explica la manera en la que varios rotuladores fueron acercándose o alejándose de la estética popular de acuerdo con su trayectoria. Asimismo, se analiza la vigencia de la rotulación manual en un sector de la cultura popular. Sector compuesto por los actores que demandan de la rotulación, es decir los clientes de los entrevistados. Esto nos lleva a hacer una diferenciación con los transeúntes o el público al que generalmente se orientan las gráficas que identifican a un comercio.

En las ciudades de Latacunga y Pujilí el oficio de la rotulación manual se ha desarrollado a través de diferentes modalidades y trayectorias. Varios rotuladores se han iniciado en este oficio mediante el desarrollo de un interés por las habilidades manuales, la pintura y el dibujo. Aunque muchos de ellos son autodidactas, otros, en menor medida, han tenido formaciones profesionales diversas y en sus búsquedas y recorridos han derivado en el trabajo de la rotulación.

Algunos rotuladores aprendieron este oficio con artesanos de sus ciudades de origen (Latacunga y Pujilí) y artesanos de ciudades cercanas como Ambato. Varios de los rotuladores entrevistados para esta investigación comentaron que, fueron descubriendo el dibujo de letras siguiendo y desarrollando “una habilidad innata” que reconocieron desde temprana edad. Aunque como lo menciona Fernando Martínez Juez (2002) sus contribuciones para una antropología del Diseño se sugieren que existen “tres formas de construcción y transmisión del conocimiento, formal, el informal y el técnico” (p. 107) El conocimiento formal opera entre otras por medio de las correcciones por parte del mentor. El conocimiento informal se aprende mediante la imitación y observación de sus modelos a veces inconscientemente. El conocimiento técnico se transmite de manera explícita lógica y coherente con la aplicación. De todas maneras, mencionaron que se les daba muy bien realizar dibujos y caligrafías, para algunos de ellos, era un pasatiempo que poco a poco se fue convirtiendo en su medio de vida.

Existen referentes en el ámbito de la rotulación de Latacunga y Pujilí. Varios rotuladores manuales están presentes en la historia de la gráfica de estas dos ciudades. También de manera recurrente los entrevistados nombran a uno de los rotuladores digitales que ha logrado sobresalir en el sector de la rotulación reemplazando sus prácticas de rotulación manual por otras prácticas comerciales vinculadas a la oferta de publicidad exterior. Lo que da cuenta de las personas que fueron parte del conocimiento transmitido en torno de la rotulación que circula por estas dos ciudades. Otro caso de interés es el trabajo de un rotulador que se resistió a abandonar sus prácticas de rotulación manual y sigue manteniendo algunos clientes por su trayectoria y las relaciones de amistad que ha ido formando con su el prestigio derivado su trabajo y responsabilidad. A ellos y a su labor se hace referencia a continuación. Hablamos de el prestigio en el barrio, este reconocimiento que hacen ellos mismo y sus colegas rotuladores sobre las bases empíricas racionales (valor, sabiduría, inventos) o la impresión irracional y carismática que es difícil de comprobar en su base real, teniendo en cuenta que estos modos de prestigio son interdependientes y producen una mayor o menor influencia y que “el más importante es aquel que produce resultados más rápidos” (Boucek Joseph, 1957, p. 97).

La rotulación manual de camiones

La rotulación de camiones se ha desarrollado en Latacunga y Pujilí. La dimensión de las obras gráficas ha dado lugar a un estilo de rotulación que podría considerarse como una escuela. En este sentido, el legado se reconoce y está presente en el trabajo de una parte de los rotuladores de estas ciudades.

El rotulador entrevistado a quien nos referiremos como el señor Luis Estupiñan, considera que su prestigio se basó en que siempre pintó los cajones de camiones a mano.

Para este rotulador, parte del secreto de la gráfica está en el fondeado, y en la calidad de la pintura que da durabilidad al rótulo. Así, hizo énfasis en que nunca utilizó soplete, y en que pintaba con brocha desde la fase de fondeado de las cajas de los camiones (Rotulador de camiones, 16 de noviembre de 2020). En este caso, la pintura a mano del camión puede ser considerada como un valor profesional. Además, mencionó con mucho entusiasmo, que pintó para varias cooperativas de transporte. En ocasiones esta rotulación era en serie, aunque en sus álbumes fotográficos, en los que guarda registros de sus trabajos, también aparecen algunas carrocerías personalizadas. Por ello, en la entrevista realizada se le pidió a este rotulador que comentara algunas fotografías. Al respecto, mencionó que pintaba lo que sus clientes le pedían: imágenes religiosas, frases, nombres de hijos/hijas, etc.

El Rotulador conserva dos álbumes fotográficos de sus obras y un cuaderno de apuntes de sus trabajos. En las fotografías se puede observar muchas imágenes de camiones de diferentes cooperativas de transporte, de Cotopaxi y de otras provincias del Ecuador. Todas las imágenes son de otras épocas en las que su trabajo era reconocido y antes de que entrara gente nueva en el negocio. A los que actualmente no les interesa si es que el camión se pinta enteramente a mano. A los dueños de los camiones tampoco parece importarles demasiado si se pintan con soplete y plantillas, lo que importa es la productividad y el acabado. Así mismo en el estudio de Galo Mosquera (2017) se recopilan varios rotuladores del Ecuador que continúan con la pintura del transporte pesado con diferentes técnicas. Entre ellos se destaca otro pintor laticungueño más joven que decidió aplicar técnicas de impresión digital, vinil adhesivo y plotter de corte como una forma de adaptarse a las nuevas condiciones del mercado.

El rotulador comercial

Al preguntarles sobre su inicio en el oficio de la rotulación los entrevistados comentan que llegaron a la secundaria y empezaron a conseguir trabajos entre sus compañeros y gente que les recomendaba. Así, varios rotuladores comenzaron a aprovechar sus habilidades en la caligrafía y en el dibujo para ganar dinero a la vez de hacer lo que les gustaba ya desde muy jóvenes. En otros casos, al principio y en el desarrollo de su carrera, pintaron camiones, pancartas y murales políticos. Y algunos, motivados por su éxito en la rotulación, continuaron con su preparación a través de cursos, e inclusive, mediante estudios universitarios. Sobre las características del oficio, varios entrevistados contaron que las letras se elaboraban con moldes, o eran dibujadas a mano. Esto dependía de la habilidad y la experiencia del rotulador. El rotulador, a su criterio, elegía las tipografías que mejor le quedaban al tipo de negocio que señalaba. En este sentido, se reconocía también que el dibujo de las letras debía ejecutarse de acuerdo con el carácter y la necesidad del establecimiento.

Para otros rotuladores más jóvenes, y cuando aún no existía Internet, era muy común al inicio de la formación en el oficio aprender de otros rotuladores. Observar modelos de tipografía en rotulaciones de vehículos y revistas, o en cualquier imagen u objeto de donde se podía tomar

una referencia tipográfica. También era muy importante que cada rotulador desarrolle la técnica del dibujo de las letras, con pinceles y otras herramientas. Como parte de otro estilo, el calado de la tipografía en plantillas es un recurso técnico que se emplea para pintar rotulaciones, y para hacer rótulos más grandes o trabajos repetitivos. A pesar de los cambios tecnológicos, uno de los entrevistados es de las pocas personas que se mantiene en el oficio de la rotulación manual. Quien además recuerda con añoranza sus épocas de estudiante universitario y hace referencia a uno de los libros que leyó: *Lo feo no se vende* comentó que lo que él buscaba al hacer sus rótulos era elaborar algo bello, algo estético, algo digno. Reconoció que su formación como publicista hizo que tuviera una perspectiva comercial al hacer los rótulos. El entrevistado piensa que el rótulo debe motivar a la compra y transmitir un mensaje, para así mover al consumidor. Siempre habla en pasado como añorando otras épocas en que su trabajo como artesano de la rotulación manual tenía mucha demanda. Sin embargo, asegura que también ha tenido que realizar rotulación con técnicas digitales, por pedido de sus clientes y por las exigencias del mercado. El entrevistado además siempre hace referencia a los rotuladores más jóvenes para darles consejos sobre el trabajo y esfuerzo que se requiere para ser un buen rotulador. También reconoce las habilidades en el manejo de las nuevas que tienen los diseñadores gráficos con los que él tiene contacto. Y así mismo critica el facilismo y poca preparación de algunos nuevos rotuladores del sector. Que a su criterio no hacen el trabajo con esmero solo importa la cantidad de rótulos y no la calidad que, por ejemplo, su trabajo tenía en cuanto a materiales y habilidades en el dibujo de letras y la forma de los rótulos. Al parecer el mercado del entrevistado al que respondía su trabajo se diluyó, y solo le quedan unos cuantos clientes que le siguen buscando esporádicamente. Pero siempre habla de clientes antiguos, casi no habla de clientes nuevos, son clientes con los que tiene amistad y además son quienes conocen su trayectoria, en otro contexto que seguramente se basaba en otros valores artesanales más vinculados a los oficios.

Vigencia del pintor popular

Otro de los entrevistados más vinculado a los sectores populares y rurales, entendiéndolo que su cultura a decir de Néstor García Canclini (1989) “se configuran por un proceso de apropiación desigual de los bienes económicos y culturales de una nación (...) por parte de sus sectores subalternos, y por la comprensión, reproducción y transformación, real y simbólica, de las condiciones generales y propias de trabajo y vida” (p. 62). El rotulador comenta que en sus primeros años descubrió la pintura por su padre que también pintaba pero que nunca le enseñó. Reconoce que es un autodidacta, su trabajo es diversificado: pinta cuadros, murales, retratos y también hace rótulos o lo que le pidan. No tiene ninguna dificultad en vender su trabajo, conoce del mercado popular y vende sus obras a precios bajos comparados con el valor de un producto de primera necesidad. Tiene

habilidad para exponer su trabajo en la calle o recorrer varios pueblos cercanos, inclusive aprovecha cualquier oportunidad para viajar con su trabajo. Comenta varias anécdotas de cómo vende sus obras. Revela algunas de sus iniciativas para ofertar su trabajo de hacer carátulas en los cuadernos. En temporadas de inicio de clases de la escuela primaria y secundaria se instala con una mesa fuera de la papelería más concurrida de la ciudad. Tienen muchos clientes en esos días en los que la gente se vuelca a las librerías a comprar útiles escolares. En otra ciudad inclusive comenta que ha realizado convenios con el propio almacén. El que le paga una de las carátulas como promoción del almacén. Cuando no es temporada de compra de útiles escolares, se para enfrente de las escuelas y ofrece hacer carátulas y retratos en los cuadernos, y para acercarse a sus futuros clientes primero los entretiene con magia o preguntas capciosas, hace reír a la audiencia que se aglomera alrededor de él. Su vida está en las calles y en los viajes que continuamente emprende y cuando está en su casa hace rótulos con plantillas o algún pedido de retratos. Emplea material reciclado como CDS o retazos de tela usada para pintar pequeños paisajes que los entrega como souvenir o los vende por una moneda. Al parecer conoce muy bien el mercado popular, se desenvuelve en los barrios y pueblos rurales donde su trabajo es reconocido y además es valorado como persona. Su identidad y reconocimiento se basa en su trabajo. Sobrevive de lo que la gente le paga, pero también de lo que la gente le reconoce, busca aprecio para él y sus obras. La cromática que utiliza está marcada por los colores puros y sombras negras. Flores rojas, águilas, paisajes de montañas y de mar con palmeras. Los rótulos sobre latón o madera pintada a soplete y las letras realizadas con plantillas, es uno más de los trabajos que realiza al cliente siempre lo que pida, respeta los gustos de sus clientes combinando con su uso particular del color y algunos motivos que siempre deja intencionalmente como su firma. Las diferentes trayectorias expuestas en este estudio denotan la diversificación de clientes de los entrevistados y como las habilidades manuales de la rotulación manual han ido perdiendo vigencia en algunos sectores y en otros no, dependiendo de las redes sociales que se han ido tejiendo en las épocas de bonanza o inclusive con la demostración de las habilidades del rotulador. Se reconoce que el trabajo y oficio manual de los entrevistados pocas veces se valora, hay que conocer y ver de cerca el trabajo del rotulador manual para valorarlo. Pero los recursos limitados y el tiempo juegan en contra para algunos oficios que demandan de paciencia y gusto por mancharse de pintura. Las herramientas digitales traen muestras de colores, recursos gráficos como tipografías, brochas y pinceles y ya no es necesario crear elementos visuales basta con descargar una imagen del internet. Muchos usuarios de internet lo hacen y además hay bancos de imágenes gratuitos. Recursos libres y de paga, impresiones malas a bajo costo dado por los materiales de mala calidad y el diseño exprés. Inunda la vía pública imágenes digitales que poco o nada representan la cultura local. Y justamente la demostración de las habilidades del manejo de nuevas herramientas de edición digital y extracción de recursos gratuitos del internet lo que da cierto prestigio a los nue-

vos rotuladores digitales. Algunos clientes de rótulos y carteles, que solicitan específicamente imágenes de los productos de procedencia local e imágenes del propio comerciante y/o su familia, son los clientes que ponen en juego las habilidades para la creación de recursos gráficos como identidades visuales que luego serán expuestas en los barrios de comercio popular a modo de cartel.

Referencias Bibliográficas

- Boucek Joseph, S. (1957). La sociología del prestigio. *Revista de estudios políticos*, ISSN 0048-7694, N° 94, 81-98.
- García Canclini, N. (1989). *Las culturas populares en el capitalismo*. México : Nueva Imagen.
- Martín Juez, F. (2002). *Contribuciones para una antropología del diseño*. Barcelona: Gedisa.
- Mosquera, G. (2017). *Postgrafitti: cartografía del rotulismo popular en el transporte pesado del Ecuador*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Abstract: The study exposes the changes that markers had to face when new digital technologies of graphic construction appear in popular culture. An approach to the craft of the manual marker and its recognition in the popular trade sectors of Latacunga and Pujilí in Ecuador. In this analysis, the trajectories, foundations and values that the markers transmit in their works through motifs and aesthetics are collected. Consequently, differences are found between markers who orient their works towards a broad public and others who end up identifying themselves with a sector of the population that values their work.

Keywords: graphics - popular sectors - manual craft - trucks.

Resumo: O estudo expõe as mudanças que os marcadores tiveram de enfrentar quando novas tecnologias digitais de construção gráfica surgiram na cultura popular. Uma abordagem do ofício do marcador manual e seu reconhecimento nos setores de comércio popular de Latacunga e Pujilí, no Equador. Nessa análise, são coletadas as trajetórias, os fundamentos e os valores que os sinalizadores transmitem em seu trabalho por meio de motivos e estéticas. Consequentemente, são encontradas diferenças entre os sinalizadores que orientam seu trabalho para um público amplo e outros que acabam se identificando com um setor da população que valoriza seu trabalho.

Palavras-chave: gráficos - setores populares - artesanato - caminhões.

(*) **Vilma Lucía Naranjo Huera:** Diseñadora Gráfica. Magister en Dirección de Comunicación Corporativa e Institucional, Ecuador. Desde el 2002 trabajó como diseñadora gráfica en; el área editorial, identidad corporativa, dirección de arte y creatividad publicitaria, para empresas, editoriales y agencias de publicidad a nivel nacional hasta el 2008. Desde el 2008 es docente titular, de la Universidad Técnica de Cotopaxi en la carrera de Diseño Gráfico. Investiga algunas relaciones entre el diseño y la cultura. Ha realizado ponencias y publicado diferentes artículos que tienen que ver con; la dirección de comunicación interna, el Diseño Gráfico y las colecciones de cerámica precolombina Panzaleo de Ecuador. Actualmente Doctoranda del programa de Diseño de la Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Realiza su tesis doctoral sobre las gráficas de comercios en barrios populares de la provincia de Cotopaxi Ecuador.