



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

## **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

### **CARRERA DE DISEÑO**

**DISEÑO DE PRODUCTOS GRÁFICOS IMPRESOS SOBRE LA ETNIA LOS SARAGUROS LA TIERRA DEL MAÍZ, UBICADOS AL NORTE DE LA PROVINCIA DE LOJA.**

**AUTOR:**

**ÁNGEL DARÍO YAGUANA GALLEGOS**

**TUTOR:**

**ING. MG. DARÍO ARBOLEDA**

**QUITO - ECUADOR**

**MARZO 2014**

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## CARRERA DE DISEÑO

### CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo Dpl. Ing. Mg. Darío Arbolea, certifico que el señor Ángel Darío Yaguana Gallegos con cedula de identidad No. 1104674922 realizo el presente Proyecto de Grado con titulo "**Diseño de productos gráficos impresos sobre la etnia Los Saraguros La Tierra del Maíz, ubicados al norte de la provincia de Loja**", y que es autor intelectual del mismo, que es original, autentica y personal.

---

Ing. Mg. Darío Arbolea

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## CARRERA DE DISEÑO

### CERTIFICADO DE AUTORIA

El documento de Proyecto de Grado con título **“Diseño de productos gráficos impresos sobre la etnia Los Saraguros La Tierra del Maíz, ubicados al norte de la provincia de Loja”** ha sido desarrollado por Ángel Darío Yaguana Gallegos con cedula de identidad No. 1104674922 persona que posee los derechos de autoría y responsabilidad, restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.

---

Ángel Darío Yaguana Gallegos

## **DEDICATORIA.**

Primero a Dios, mis padres queridos Polivio y Nanci, y a mis hermanas, ellos han sido ese motor de esfuerzo el cual me ha servido de inspiración y motivación para esta constante lucha de superación, junto a ellos he logrado mi meta y las que están por venir. A mis familiares, amigos, profesores y compañeros que han sido un pilar en mi vida estudiantil. A todos por confiar en mi, Gracias!

**Ángel Darío Yaguana Gallegos**

## **AGRADECIMIENTOS.**

Un trabajo sacrificado que se desarrollo a lo largo de todos estos años en la Facultad de Diseño Gráfico de la Universidad Israel, mis mas sinceros agradecimientos a los profesores que aportaron con sus conocimientos y en el proceso de desarrollo de este proyecto. Por brindar todo su apoyo e información necesaria para la implementación del presente proyecto de fin de carrera, al Ing. Mg. Darío Arboleda quien con su experiencia y conocimiento me guio hasta el final. Al Sr. Luis Muñoz que en conjunto con el Municipio de Saraguro me abrieron las puertas, me recibieron, tuvieron una buena acogida y toda la buena disposición de ayudar con la recolección de información para este trabajo.

## ÍNDICE.

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD.....	II
CERTIFICADO DE AUTORIA .....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTOS.....	V
INDICE.....	VI
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XX
RESUMEN.....	XXI
ABSTRACT.....	XXII
INTRODUCCIÓN.....	XXIII
<b>1. Tema de investigación.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Planteamiento del problema.....</b>	<b>1</b>
<b>2.1. Antecedentes.....</b>	<b>1</b>
<b>2.2. Diagnóstico o planteamiento de la problemática general.....</b>	<b>2</b>
<b>2.2.1. Causa – efectos.....</b>	<b>2</b>
<b>2.3. Formulación de la Problemática Específica .....</b>	<b>2</b>
<b>2.3.1. Problema principal.....</b>	<b>3</b>

2.3.2.	Problemas secundarios.....	3
2.4.	Objetivos.....	4
2.4.1.	Objetivo general.....	4
2.4.2.	Objetivos específicos.....	4
2.5.	Justificación.....	5
2.6.	Marco de referencia.....	7
2.6.1.	Diseño y comunicación.....	7
2.6.2.	Editorial.....	8
2.6.3.	Fotografía .....	9
2.7.	Marco conceptual.....	9
2.8.	Metodología.....	10
2.8.1.	La encuesta.....	11
2.8.2.	Instrumentos.....	12
2.8.3.	Entrevistas.....	14

## **CAPITULO I**

	<b>Marco teórico.....</b>	<b>17</b>
3.	Capitulo I.....	18
3.1.	Diseño gráfico.....	18
3.1.1.	Antecedentes del diseño gráfico.....	18
3.1.2.	¿Qué es diseño gráfico?.....	19

<b>3.1.3.</b>	El Diseño Gráfico y su responsabilidad social.....	21
<b>3.1.4.</b>	El diseño gráfico como una herramienta de bien social y estrategia cultural.....	22
<b>3.1.5.</b>	Color, cromática, psicología del color.....	23
<b>3.2.</b>	Editorial.....	31
<b>3.2.1.</b>	Antecedentes del diseño editorial.....	31
<b>3.2.2.</b>	¿Qué es diseño editorial?.....	32
<b>3.2.3.</b>	Conceptos básicos del producto editorial.....	34
<b>3.2.4.</b>	Diseño editorial como factor de comunicación .....	39
<b>3.2.5.</b>	Texto, párrafo, columna.....	40
<b>3.2.6.</b>	Tipografía.....	48
<b>3.2.7.</b>	Legibilidad tipográfica.....	49
<b>3.2.8.</b>	Familias tipográficas.....	50
<b>3.2.9.</b>	Diagramación.....	56
<b>3.2.10.</b>	Composición.....	57
<b>3.2.11.</b>	Retícula.....	58
<b>3.2.12.</b>	La regla aurea.....	62
<b>3.2.13.</b>	Sección de oro de un libro.....	63
<b>3.2.14.</b>	La sucesión de Fibonacci.....	64
<b>3.2.15.</b>	Formato.....	64
<b>3.2.16.</b>	Impresión.....	66

<b>3.3.</b>	Fotografía.....	67
<b>3.3.1.</b>	Antecedentes de la fotografía.....	67
<b>3.3.2.</b>	Ángulos de perspectiva de la fotografía.....	71
<b>3.3.3.</b>	Planos fotográficos.....	74
<b>3.3.4.</b>	Encuadres.....	77
<b>3.3.5.</b>	Cultura visual.....	78
<b>3.3.6.</b>	Retrato.....	80
<b>3.3.6.1.</b>	Tipos de retrato.....	81
<b>3.3.7.</b>	Composición.....	82
<b>3.3.8.</b>	Luces.....	83
<b>3.3.8.1.</b>	Caja de luz.....	83
<b>3.3.8.2.</b>	Paraguas.....	83
<b>3.3.8.3.</b>	Beauty Dish.....	84
<b>3.4.</b>	Los Saraguros.....	85
<b>3.4.1.</b>	Historia.....	85
<b>3.4.2.</b>	Origen del nombre Saraguro.....	86
<b>3.4.3.</b>	Costumbres y tradiciones.....	86
<b>3.4.4.</b>	Música y rituales.....	89
<b>3.4.4.1.</b>	Música.....	89
<b>3.4.4.2.</b>	Revitalización de los rituales en Saraguro.....	90
<b>3.4.4.3.</b>	Kulla raymi.....	90

3.4.4.4.	Kapak raymi.....	91
3.4.4.5.	Pawkar raymi.....	92
3.4.4.6.	Inti raymi.....	93
3.4.5.	Vestimenta.....	94
3.4.5.1.	Varones.....	94
3.4.5.2.	Mujeres.....	94
3.4.6.	Lugares turísticos.....	95

## **CAPITULO II**

	<b>Análisis de Investigación y Resultados.....</b>	<b>98</b>
4.	Capitulo II.....	99
4.1.	Determinación del universo.....	99
4.2.	Censo investigativo.....	99
4.3.	Aplicación del censo.....	99
4.4.	Análisis de los resultados de la investigación.....	100
4.5.	Conclusión del censo investigativo.....	107
4.6.	Entrevistas de los expertos.....	107
4.7.	Conclusión de las entrevistas.....	114

**CAPITULO III**

	<b>Fundamentación del Producto.....</b>	<b>116</b>
<b>5.</b>	Capitulo III.....	117
<b>5.1.</b>	Fundamentación del producto.....	117
<b>5.1.1.</b>	Método creativo de diseño.....	117
<b>5.1.2.</b>	Definición del problema.....	117
<b>5.1.3.</b>	Elementos del problema.....	117
<b>5.1.4.</b>	Recopilación de datos.....	118
<b>5.1.5.</b>	Análisis de datos.....	118
<b>5.1.6.</b>	Creatividad.....	118
<b>5.1.7.</b>	Materiales – tecnología.....	126
<b>5.1.8.</b>	Experimentación .....	127
<b>5.1.9.</b>	Modelos.....	128
<b>5.1.10.</b>	Verificación.....	133
<b>5.1.11.</b>	Dibujos constructivos.....	134
<b>6.</b>	<b>Conclusiones.....</b>	<b>139</b>
<b>7.</b>	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>140</b>
<b>8.</b>	<b>Bibliografía.....</b>	<b>142</b>

8.1.	Libros y pdf.....	142
8.2.	Páginas web.....	144
9.	<b>Glosario</b> .....	146
10.	<b>Anexos</b> .....	149

**ÍNDICE DE IMÁGENES.**

<b>Imagen 1</b>	Kels. Cristo Entronizado. ilustración].....	18
<b>Imagen 2</b>	Tono, Luminosidad, Saturación. [Vector].....	24
<b>Imagen 3</b>	Circulo Cromático. [Vector].....	25
<b>Imagen 4</b>	Grupo RGB. [Vector].....	25
<b>Imagen 5</b>	Grupo CMYK. [Vector].....	26
<b>Imagen 6</b>	Escala De Grises. [Vector].....	26
<b>Imagen 7</b>	Psicología Color Negro. [Fotografía] .....	27
<b>Imagen 8</b>	Psicología Color Blanco. [Fotografía] .....	28
<b>Imagen 9</b>	Psicología Color Rojo. [Fotografía] .....	28
<b>Imagen 10</b>	Psicología Color Amarillo.....	29
<b>Imagen 11</b>	Psicología Color Verde. [Fotografía] .....	30
<b>Imagen 12</b>	Psicología Color Azul. [Fotografía] .....	30
<b>Imagen 13</b>	La biblia de Gutenberg. [Fotografía] .....	32
<b>Imagen 14</b>	Diseño editorial. [Vector] .....	33
<b>Imagen 15</b>	La Revista. [Imagen] .....	34
<b>Imagen 16</b>	El Libro. [Fotografía] .....	35
<b>Imagen 17</b>	Los Carteles. [Imagen] .....	35

<b>Imagen 18</b>	Las Postales. [Fotografía] .....	36
<b>Imagen 19</b>	Catálogo. [Fotografía] .....	36
<b>Imagen 20</b>	Los Folletos. [Fotografía] .....	37
<b>Imagen 21</b>	Los Manuales. [Fotografía] .....	37
<b>Imagen 22</b>	Los instructivos. [Fotografía] .....	38
<b>Imagen 23</b>	Elementos De La Comunicación. [Vector] .....	39
<b>Imagen 24</b>	Tracking y kerning diferencia. [Vector] .....	40
<b>Imagen 25</b>	Clases de Tracking. [Vector] .....	41
<b>Imagen 26</b>	Alineación Izquierda. [Vector] .....	41
<b>Imagen 27</b>	Alineación Derecha. [Vector] .....	41
<b>Imagen 28</b>	Texto Centrado. [Vector] .....	42
<b>Imagen 29</b>	Texto Justificado. [Vector] .....	42
<b>Imagen 30</b>	Sangrías. [Vector] .....	43
<b>Imagen 31</b>	Líneas Viudas & huérfanas. [Vector] .....	44
<b>Imagen 32</b>	Interlineado. [Vector] .....	45
<b>Imagen 33</b>	Titulares. [Vector] .....	46
<b>Imagen 34</b>	Columnas. [Vector] .....	47
<b>Imagen 35</b>	Estructura de líneas tipográficas. [Vector] .....	49
<b>Imagen 36</b>	Legibilidad del cuerpo de texto. [Vector] .....	49

<b>Imagen 37</b>	“Anatomía Tipográfica”. [Vector] .....	50
<b>Imagen 38</b>	Clasificación Tipográfica De Thibaudeau. [Vector].....	51
<b>Imagen 39</b>	Clasificación tipográfica Humanas”. [Vector].....	52
<b>Imagen 40</b>	Clasificación tipográfica Geraldas”. [Vector].....	52
<b>Imagen 41</b>	Clasificación Reales o de Transición”[Vector].....	53
<b>Imagen 42</b>	Clasificación tipográfica Didónas”. [Vector].....	53
<b>Imagen 43</b>	Clasificación tipográfica Mecanas”. [Vector].....	53
<b>Imagen 44</b>	Clasificación tipográfica Lineales”. [Vector].....	54
<b>Imagen 45</b>	Clasificación tipográfica Incisas”. [Vector].....	54
<b>Imagen 46</b>	Clasificación tipográfica de Escriptas”. [Vector].....	55
<b>Imagen 47</b>	Clasificación tipográfica Manuales”. [Vector].....	55
<b>Imagen 48</b>	Conjunto de letra gótica. [Ilustración].....	55
<b>Imagen 49</b>	“Idioma”. [Ilustración].....	56
<b>Imagen 50</b>	Retícula Compositiva. [Vector].....	59
<b>Imagen 51</b>	Márgenes y espacio de mancha. [Vector].....	60
<b>Imagen 52</b>	Columnas. [Vector].....	60
<b>Imagen 53</b>	Calles. [Vector].....	61
<b>Imagen 54</b>	Rejillas. [Vector].....	61
<b>Imagen 55</b>	Módulos. [Vector].....	61

<b>Imagen 56</b>	Líneas de Flujo [Vector]. .....	62
<b>Imagen 57</b>	Sección Aurea / Rectángulo Áureo. [Vector].....	62
<b>Imagen 58</b>	Sección de Oro de un Libro. [Vector].....	63
<b>Imagen 59</b>	Composición Áurea de un Libro. [Vector].....	64
<b>Imagen 60</b>	La Sucesión de Fibonacci. [Vector].....	64
<b>Imagen 61</b>	Sistema de Impresión Offset. [Vector].....	67
<b>Imagen 62</b>	Cámara Oscura [imagen]. .....	68
<b>Imagen 63</b>	Camara Oscura de Johann Zahn. [imagen].....	68
<b>Imagen 64</b>	Bodegón [fotografía].....	69
<b>Imagen 65</b>	Ventana [fotografía].....	69
<b>Imagen 66</b>	Cámara fabricada por Niépce. [imagen].....	70
<b>Imagen 67</b>	Daguerrotipo Las Tullerás y el Sena [imagen].....	70
<b>Imagen 68</b>	Perspectiva focal [fotografía].....	71
<b>Imagen 69</b>	Ángulos fotográficos. [Vector].....	71
<b>Imagen 70</b>	Ángulos fotográficos Normal. [Vector].....	72
<b>Imagen 71</b>	Ángulos fotográficos Picado. [Vector].....	72
<b>Imagen 72</b>	Ángulos fotográficos Cenital. [Vector].....	73
<b>Imagen 73</b>	Ángulos fotográficos Contrapicado. [Vector].....	73
<b>Imagen 74</b>	Ángulos fotográficos Nadir. [Vector].....	74

<b>Imagen 75</b>	Plano General. [fotografía].....	74
<b>Imagen 76</b>	Plano Americano. [fotografía].....	75
<b>Imagen 77</b>	Plano Medio. [fotografía].....	75
<b>Imagen 78</b>	Plano Medio Corto. [fotografía] .....	76
<b>Imagen 79</b>	Primer Plano. [fotografía] .....	76
<b>Imagen 80</b>	Primer Primerísimo Plano. [fotografía].....	76
<b>Imagen 81</b>	Plano Detalle. [fotografía].....	77
<b>Imagen 82</b>	Encuadres. [fotografía].....	77
<b>Imagen 83</b>	Encuadres. [fotografía].....	78
<b>Imagen 84</b>	Encuadre Horizontal. [fotografía].....	78
<b>Imagen 85</b>	Encuadre Horizontal. [fotografía].....	80
<b>Imagen 86</b>	Ley de los tres tercios. [fotografía] .....	82
<b>Imagen 87</b>	Ley de los tres tercios. [fotografía] .....	83
<b>Imagen 88</b>	Paraguas_CajadeLuz [fotografía].....	84
<b>Imagen 89</b>	Beauty Dish [fotografía].....	84
<b>Imagen 90</b>	Situación con Beauty Dish [fotografía]. .....	85
<b>Imagen 91</b>	Navidad [fotografía].....	87
<b>Imagen 92</b>	Corpus Cristi [fotografía].....	88
<b>Imagen 93</b>	San Pedro de Saraguro 2009 [fotografía].....	88

<b>Imagen 94</b>	Semana Santa. [fotografía]. .....	89
<b>Imagen 95</b>	Revitalización de los rituales en Saraguro. [vector].....	90
<b>Imagen 96</b>	Septiembre Kulla Raymi. [ilustración].....	91
<b>Imagen 97</b>	Diciembre Kapak Raymi. [ilustración].....	91
<b>Imagen 98</b>	Marzo Pawkar Raymi [ilustración].....	92
<b>Imagen 99</b>	Pachamama Santa Tierra [Pintura].....	92
<b>Imagen 100</b>	Junio Inti Raymi [Ilustración].....	93
<b>Imagen 101</b>	Vestimenta Varones Saraguro. [Fotografía].....	94
<b>Imagen 102</b>	Vestimenta Mujeres Saraguro. [Fotografía].....	95
<b>Imagen 103</b>	Los Saraguros Titulo. [Ilustración].....	119
<b>Imagen 104</b>	Slogan. [vector].....	120
<b>Imagen 105</b>	Completa Slogan. [vector].....	121
<b>Imagen 106</b>	Figura Capitular. [vector].....	122
<b>Imagen 107</b>	Separador de Contenidos. [vector].....	123
<b>Imagen 108</b>	Figura Numeración de Página. [vector].....	123
<b>Imagen 109</b>	Proceso Armado. [Fotografías].....	127
<b>Imagen 110</b>	Porta libros. [fotografía].....	127
<b>Imagen 111</b>	Porta libros completo. [fotografía].....	128
<b>Imagen 112</b>	Prueba de Color. [Fotografía].....	128

<b>Imagen 113</b>	Prueba de Impresión. [Fotografías].....	129
<b>Imagen 114</b>	Libro Abierto. [Fotografía].....	129
<b>Imagen 115</b>	Encuadernado. [Fotografía].....	130
<b>Imagen 116</b>	Presentación Texto. [Figura].....	130
<b>Imagen 117</b>	Presentación Horizontal. [Figura].....	131
<b>Imagen 118</b>	Justificación Vertical. [Figura].....	131
<b>Imagen 119</b>	Justificación Vertical. [Figura].....	132
<b>Imagen 120</b>	Justificación Panorámica. [Figura].....	132
<b>Imagen 121</b>	Justificación Una Cara. [Figura] .....	133
<b>Imagen 122</b>	Justificación Imagen Grande. [Figura].....	133
<b>Imagen 123</b>	Primer Bocetaje. [Ilustración].....	135
<b>Imagen 124</b>	Bocetos Logotipo. [Vector].....	136
<b>Imagen 125</b>	Bocetos Libro. [Imagen].....	136
<b>Imagen 126</b>	Bocetos Hojas. [Imagen].....	137
<b>Imagen 127</b>	Bocetos Figura Capitular. [Imagen] .....	137
<b>Imagen 128</b>	Bocetos Separador. [Imagen].....	138
<b>Imagen 129</b>	Bocetos Numeración de Página. [Imagen].....	138
<b>Imagen 130</b>	Esquema Orden de los Titulares. [Imagen].....	139

## ÍNDICE DE TABLAS.

<b>Tabla 1</b>	Taller de Diseño Editorial Palermo.....	38
<b>Tabla 2</b>	Imagen Digital / Tamaños de Papel.....	65
<b>Tabla 3</b>	Elementos Culturales que Identifican a los Saraguros ...	95
<b>Tabla 4</b>	Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la UIsrael 1.....	100
<b>Tabla 5</b>	Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la UIsrael 2.....	101
<b>Tabla 6</b>	Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la UIsrael 3.....	102
<b>Tabla 7</b>	Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la UIsrael 4.....	103
<b>Tabla 8</b>	Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la UIsrael 5.....	104
<b>Tabla 9</b>	Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la UIsrael 6.....	105
<b>Tabla10</b>	Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la UIsrael 7.....	106
<b>Tabla 11</b>	Creación del Isotipo. ....	121
<b>Tabla 12</b>	Costos de producción individual.....	140
<b>Tabla 13</b>	Nombre: Costos de producción masiva.....	141

## **RESUMEN.**

Una de las principales maneras de comunicar y llegar con un mensaje, desde hace mucho tiempo atrás es a través de medios impresos. Por eso me he visto en la obligación de proponer una investigación detallada y amplia sobre un tema que en el los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Israel es de desconocimiento general, y esto por nombrar un grupo reducido de personas ya que en el Ecuador el desconocimiento de la cultura de Los Saraguros es realmente preocupante. Los hemos excluido de la sociedad y los rechazamos por cosas superficiales sin darnos cuenta que nuestras raíces se conservan aún en estos lugares, nuestra identidad y nuestros ancestros, nuestras tradiciones culturales que con el paso de tiempo hemos olvidado.

Presentar un libro fotográfico que muestra la cultura de este pueblo acerca de temas específicos como: Historia; Tradición y cultura; música y rituales; lugares turísticos; y vestimenta. Va a dar apertura a que las personas se interesen por conocer estos lugares ya olvidados por el hombre de la ciudad. No permitamos que las próximas generaciones sigan desconociendo y hagámoslos partícipes de la historia de nuestro querido Ecuador.

## **ABSTRACT.**

One of the main ways to communicate and come with a message from a long time ago is through print media. So I have been obliged to propose a detailed and extensive research on a topic that the students of Graphic Design at the Universidad de Israel is general lack, and this appoint a small group of people as in Ecuador ignorance of the culture of Los Saraguros is really disturbing. We have excluded from society and reject by superficial things without realizing that our roots are still preserved in these places, our identity and our ancestors, our cultural traditions that over time have forgotten.

Introduce a photo book that shows the culture of this people about specific topics such as history, tradition and culture, music and rituals, tourist attractions, and clothing. It will open to give people interested in learning about these places forgotten by city man. Let us not allow future generations continue ignoring and Let us make participate in the history of our beloved Ecuador.

## INTRODUCCIÓN.

Debido a las profundas transformaciones sociales, políticas y tecno-científicas que se han dado en las últimas décadas, emergen muchas preocupaciones sobre lo que hacen los hombres en sus comunidades en el presente y lo que harán a futuro, sin perder su propia identidad.

Una de las formas de mantener la cultura y revivir las tradiciones de los pueblos, de mostrar las vivencias diarias de hombres y mujeres valiosos que escriben día a día su historia, es precisamente a través de la fotografía, pues al observar las imágenes se puede comprender mejor los secretos, mitos y verdades de los grupos sociales.

En cumplimiento al requerimiento de la Universidad Tecnológica Israel para mi titulación en Ingeniería en Diseño Gráfico Empresarial, pongo a consideración de las Autoridades, docentes y estudiantes de nuestra universidad; de intelectuales, lectores y público en general, mi trabajo de investigación titulado: **Diseño de Productos Gráficos Impresos Sobre La Etnia Los Saraguros, La Tierra del Maíz, ubicados al norte de la provincia de Loja.**

Es el único grupo étnico de los muchos más encontrados en la provincia de Loja, que ha sobrevivido a la colonización española. Su vestimenta se caracteriza en los varones por los ponchos negros y sombreros blancos con manchas negras (en la actualidad, antes usaban los sombreros con falda ancha hechos de lana de oveja); y en las mujeres por los anacos y chales del mismo color, esto en estímulo al hombre y a la mujer saraguros que honran el patrimonio cultural de esta encantadora provincia.

Este trabajo constituye una contribución al enriquecimiento cultural de la sociedad, pues se trata de una cultura autóctona muy rica y sabia en conocimientos, aquí se conserva la riqueza incásica, al conocer a su gente, se

percibe un aire de misterio y de respeto, es un pueblo culturalmente muy bien definido que difiere radicalmente de otros grupos indígenas de la serranía ecuatoriana.

Saraguro constituye uno de los centros indígenas más interesantes de América. Allí se conserva aún toda la autenticidad de las comunidades incásicas. La mayoría de los historiadores coinciden en afirmar que los Saraguros son mitimaes traídos de la meseta Perú–Boliviana.

Cuando llegaron los Españoles, denominaron al lugar el pueblo del Apóstol “San Pedro de Saraguro” que estaba anexada al corregimiento de Loja. En 1878, tres años después del fallecimiento de García Moreno, durante la dictadura del General Ignacio de Veintimilla, La Convención Nacional de Ambato elevó a Saraguro a la categoría de cantón.

El nombre de Saraguro se deriva de las palabras quichuas, aunque no está totalmente definido cuáles serían, hay varias hipótesis como: Sara=maíz y Gurú=olla, que se interpretaría como la Olla del Maíz; Sara=maíz y Kuru=gusano, que significa Gusano de Maíz o también puede ser SARA “KURI” que significa Maíz de Oro.

En fin una visión del ser humano que ha conservado su identidad y cultura en la clandestinidad, debido a la persecución que antes tuvieron. Se aspira que esta obra se amplíe en una nueva edición y constituya en un medio que ayude a que los Saraguros sean mejor conocidos por los ecuatorianos y extranjeros

**1. Tema de investigación.**

Diseño de productos gráficos impresos sobre la etnia Los Saraguros “La Tierra del Maíz”, ubicados al norte de la provincia de Loja.

**2. Planteamiento del problema.****2.1. Antecedentes.**

El proyecto que se va a presentar va a ayudar a conocer más la cultura ecuatoriana, adentrarse en esta etnia que pertenece a Ecuador, pero que por desconocimiento de la misma, ha caído en el olvido de los ciudadanos, como lo dice el ex – presidente Sixto Durán Vallen en sus “Planificaciones Culturales y Estrategias del Gobierno”.

La existencia de culturas diversas que viven una junto a otras en condiciones de desigualdad, nos dan cuenta de una historia diferente: por un lado, la de la cultura oficial, y por otro, las de las culturas subordinadas. La primera reconocida, preservada y registrada; las otras, son aquellas con las que no se contó, ni se las rescató; las que se borraron en el tiempo, y sólo se han preservado en la memoria colectiva de las comunidades étnicas y populares. Esto fue escrito por el ex – presidente en su año de gobierno (1992-1996). De aquí nace la iniciativa e incentivo de presentar la etnia Los Saraguros como cultura lojana-ecuatoriana; así mismo servirá de referencia de las culturas ancestrales del Ecuador para el mundo por ser una generación indígena muy similar a las del Reino de Quito.

El conocimiento de esta etnia permitirá profundizar e identificar a los Saraguros de la provincia de Loja, mediante fotografías, ilustraciones y textos que refuercen la temática de investigación de manera completa en todos sus aspectos ancestrales; puesto que con la riqueza histórica, el potencial de sus costumbres y tradiciones, la participación activa que los mueve en las áreas de la educación, política y participación ciudadana; manifestaciones de riqueza cultural que serán expuestas al conocimiento del territorio nacional y mundial.

## **2.2. Diagnóstico o planteamiento de la problemática general.**

### **2.2.1. Causa – Efectos.**

La pérdida de la cultura ecuatoriana en los ciudadanos ha provocado un desentendimiento y en otras ocasiones rechazo hacia algunas etnias entre ellas Los Saraguros, sin tomar conciencia y ser capaces de entender que ellos son parte de la cultura en el territorio nacional.

Hacer el reconocimiento de la etnia de Los Saraguros, tendrá una trayectoria, el fortalecimiento y el reconocimiento de nuestro país en el ámbito Latinoamericano y mundial que el Ecuador mantiene una inmensa gama de expresiones culturales, con características de ser un país pluriétnico y pluricultural; sin embargo, prevalece en toda esta inmensa latitud, el desconocimiento de la existencia de la etnia de Los Saraguros al igual que de su cultura; situación, que se comparte la responsabilidad de entidades del Estado y organismos no gubernamentales, entre ellos Patrimonio Cultural que muy poco se evidencian investigaciones e informaciones que permitan a los centros de Educación Superior desarrollar estudios históricos-científicos.

### **2.3. Formulación de la Problemática Específica.**

La falta de políticas públicas en ciencia y tecnología, orientadas a la solución de problemas nacionales, ha conducido a varios países de Iberoamérica como Ecuador a un estado de extrema dependencia en los aspectos económico, industrial, político, científico y tecnológico.

En este contexto, las demandas por una investigación local son casi inexistentes, por lo que el incipiente desarrollo de las capacidades científicas se produce de manera autónoma; de esta manera la ciencia incumple con su cometido social, por no contribuir al desarrollo adecuado de los pueblos.

Con el fin de analizar el problema de los productos gráficos impresos en la etnia Los Saraguros y de plantear alternativas de solución, se requiere una relación más cercana y permanente entre la ciudadanía, la comunidad científica y autoridades encargadas de establecer políticas públicas con la organización indígena a la que pertenecen.

### **2.3.1. Problema principal:**

¿Cómo comunicar públicamente, en el diseño de un producto gráfico impreso sobre la etnia Los Saraguros, de manera que estos conocimientos logren ser apropiados por públicos amplios y cumplan con el objetivo de generar una visión más crítica sobre su desarrollo a La Tierra del Maíz, ubicado al norte de la provincia de Loja?

### **2.3.2. Problemas secundarios:**

- ¿Cómo fundamentar la existencia de la etnia Los Saraguros que se encuentra en la región sur del Ecuador, como patrimonio cultural más representativo en la provincia de Loja?
- ¿Cuáles son los efectos obtenidos del diagnóstico para discernir el conocimiento de la etnia Los Saraguros en el tiempo y resaltar los aspectos más representativos de la cultura desarrollada en el sector sur del territorio nacional?

Debido a esta escasa información que existe acerca de las etnias Los Saraguros, nace la necesidad de implementar y desarrollar la difusión de los aspectos más sobresalientes que se obtengan de la investigación propuesta, de manera relevante, en los siguientes aspectos:

- a) Historia;
- b) Costumbres y tradiciones;
- c) Música y rituales;
- d) Vestimenta;
- e) Lugares turísticos.

La búsqueda de soluciones que permitan superar el problema en proceso de investigación; así como ofrecer nuevas alternativas de trabajo, anima a recordar que la ciencia y la tecnología tienen un cometido social y, para que se cumpla, en cuanto se refiere al diseño de productos gráficos impresos sobre la etnia Los Saraguros, es fundamental el aporte del Diseño Gráfico Empresarial; porque, la ciencia que no se comunica no existe para el público general, a pesar de que la gestión de nuestra sociedad depende cada vez más de los avances científicos y tecnológicos que se puede lograr y alcanzar en las etnias de los Saraguros.

La falta de una teoría completa o definitiva sobre las etnias de Los Saraguros, en el sentido estricto del término y desde el ámbito de la comunicación, de la antropología, y de los productos gráficos, se puede desarrollar experiencia dentro y fuera del país a partir de iniciativas forjadas por la Universidad, sobre la comunidad de los Saraguros.

Resulta prioritario identificar el uso de colores en su vestimenta o atuendos que visten para las distintas ocasiones, los personajes distintivos y representativos de la etnia, los cuentos y leyendas que son narrados por sus ancianos y todo lo desconocido de su cultura y llevarlos a conocimiento general de la sociedad, a través de un rico material impreso con ilustraciones fotográficas y texto que complementen con la información que se logre obtener en el proceso y desarrollo de la investigación.

## **2.4. Objetivos**

### **2.4.1. Objetivo General**

Diseñar un producto editorial impreso con información histórica, costumbres y tradiciones; música y rituales; vestimenta; y lugares turísticos de la etnia Los Saraguros “La Tierra del Maíz” del cantón Saraguro, de la provincia de Loja.

### **2.4.2. Objetivos específicos**

- Recopilar información necesaria sobre la etnia Los Saraguros para la realización del trabajo investigativo.
- Aplicar los aspectos teórico, metodológicos y de diseño, para la organización y realización del producto editorial impreso.
- Dar a conocer mediante productos gráficos impresos, las características más sobresalientes de la etnia Los Saraguros "La Tierra del Maíz", del cantón Saraguro, de la provincia de Loja.

## **2.5. Justificación**

El tema de investigación propuesto para esta Tesis en Ingeniería en Diseño Gráfico Empresarial fue seleccionado a partir de criterios provenientes de estudios de diseño gráfico empresarial con criterio en Ciencia y Tecnología en la producción de gráficos impresos.

El problema de dependencia económica, industrial, política, científica y tecnológica, antes referido, ha generado graves consecuencias para la población de la etnia Los Saraguros, muchos de ellos intentan mejorar su calidad de vida en otros países, que también decidieron emigrar de su país, desde 1998, a raíz de la crisis política y económica que ha amenazado la estabilidad del Ecuador.

La búsqueda de soluciones que permitan superar esta crisis y ofrecer nuevas alternativas de trabajo, anima a recordar que la ciencia y la tecnología tienen un cometido social y, para que se cumpla, es fundamental el aporte de la CPCT (centros de psicoanálisis de consulta y tratamiento); porque, la ciencia que no se comunica no existe para el público general, a pesar de que la gestión de nuestra sociedad depende cada vez más de los avances científicos y tecnológicos. No en vano la Declaración de los Derechos Humanos señala, en su Artículo 27: “Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten”.

La etnia de Los Saraguros tiene una riqueza formal extraordinaria, pero no está aprovechada como se quisiera en el ámbito, social, cultural e histórico, su entorno es el ejemplo de ello, para la provincia de Loja y para el Ecuador, se presenta con inmensos rasgos indígenas, de blancos y campesinos, pero inmensamente productora de costumbres ancestrales.

Lo que pretende el presente proyecto es potenciar los elementos que constituyen culturalmente a la etnia de Los Saraguros y tomar como caso de estudio al diseño de productos gráficos impresos sobre la etnia en sus aspectos históricos; costumbres y tradiciones; música y rituales; vestimenta y lugares turísticos del sector.

Básicamente es el autor que tendrá una fuerte incidencia conceptual y en definición del marco teórico, desde el diseño y la comunicación, como principal fundamentación, al estar capacitado, orientado y con el buen deseo del desarrollo investigativo sobre el tema propuesto; además, contar con el apoyo de las instituciones locales que han demostrado interés y colaboración por la investigación.

La teoría que se incluirá en la presente investigación, se encuentra específicamente determinada en la bibliografía investigada por autores del ámbito internacional y nacional, elementos indispensables en la consulta de diferentes teorías, trabajos desarrollados, muchos de ellos con innovaciones que están acompañados de la ciencia y la tecnología; además de la rica historia de la convivencia de la etnia de Los Saraguros.

Todo aquello hace convencer que la teoría está en relación a lo estudiado y aprendido en los diferentes ciclos de profesionalización que fueron impartidos por los maestros en sus diferentes ramas de la especialización, entonces, poseo el conocimiento suficiente para desarrollar la presente investigación.

Para validar, es necesario establecer un proceso constante de la investigación con la finalidad de llegar a la obtención del producto final, con lo cual se evidenciará el trabajo realizado; además se prevé estar en capacidad de solucionar las diferentes limitaciones que se puedan presentar en el desarrollo de la tesis; sin embargo, existe la verdadera disponibilidad de concretar, desarrollar y elaborar eficientemente la propuesta, por estar capacitado y contar con los conocimientos científicos adquiridos.

Teniendo en cuenta el carácter cualitativo de la investigación, se hace necesario realizar un trabajo de campo que permita conocer la vivencia particular del individuo desde sus experiencias, conceptos y criterios tanto emocionales como sociales, mediante una metodología no experimental descubrir los significados, interpretaciones y preferencias frente a los componentes de diseño y cómo estas características interactúan en dichas vivencias emocionales, sociales y culturales.

Por consiguiente, se desarrolló un trabajo de campo basado en herramientas metodológicas como la entrevista a algunos miembros de la etnia de Los

Saraguros, a ciertas autoridades del cantón, dirigentes de la comunidad indígena, maestros, comerciantes, y ciudadanos de la calle o con quienes se encontró en el recorrido por el medio rural donde se encuentra asentada la etnia.

El impacto más relevante, es la forma de vida que llevan los hogares, tanto en el proceso de organización y convivencia, principalmente de las mujeres indígenas, temática en la que se estudió los procesos de cambio y continuidad que se registran en la comunidad como resultado de procesos migratorios que también son objeto, y de los cargos de representación en sus comunidades y organizaciones, así como su vínculo con organizaciones políticas, organizaciones no gubernamentales (ONG's) y las instituciones gubernamentales.

## **2.6. Marco de referencia**

### **2.6.1. Diseño y comunicación**

El diseño gráfico consiste esencialmente en crear un elemento de comunicación visual para un cliente que tiene muy claras sus necesidades y el público al que va destinado el producto. En este sentido, el diseñador gráfico debe anteponer por delante de sus necesidades y voluntades la del cliente, aunque esto implique, a veces, tener que tomar decisiones que no se adecuan a sus prioridades. El diseño debe ser completamente objetivo, debe definir claramente sus metas, sus objetivos y sus resultados, que deben ser medibles.

El diseño gráfico es sinónimo de comunicación visual, combina el lenguaje hablado y escrito con las imágenes para crear mensajes estéticamente atractivos que conecte con el público intelectual y emocionalmente y le transmitan algún tipo de información.

“El diseño gráfico y comunicación es una forma de mejorar la sociedad a través de una comunicación efectiva que hace que resulte fácil entender y utilizar las cosas complicadas. El diseño puede persuadir e influir la opinión pública, como en el caso de la publicidad política o de la propaganda; también puede instruir a la gente, enseñándole como desplazarse o cómo montar las piezas de algo; por último el diseño da nombre y acceso a una gran cantidad de temas, desde la imagen de una empresa junto con sus productos y servicios hasta cuál es el país más poblado del mundo. Sirviéndose de un diseño inteligente e

intelectualmente sugerente, el diseñador consigue comunicar ideas complejas de una forma sencilla y atractiva”( MORENO, 2010, p. 49).

### **2.6.2. Editorial**

El editorial es una columna de opinión, en el que se expone el punto de vista del medio de comunicación (periódico) y no de quien lo escribe, es decir, el periodista; al igual, que la columna de opinión, debe ser objetiva, informativa, argumentativa y muy clara. Aquí los periodistas, deben ser especialistas en el tema a tratar, deben estar muy bien informados y lo más importante, adquirir una fuente de información confiable, ya que no se puede escribir sobre algo de lo que no se está seguro.

Las características de un editorial cuenta con los siguientes aspectos:

- No lleva firma;
- No se dirige en primera persona, siempre se expresa con el pronombre "nosotros";
- La opinión respecto algún tema, siempre se verá reflejado desde el punto de vista del periódico;
- Siempre el editorial, buscará producir en sus escritos, el pensamiento crítico y argumentativos de los lectores;
- El editorial tiene una posición estable frente a los hechos;
- Busca generar contradicciones y opiniones diferentes con respecto al tema planteado.

En el editorial se debe tomar en cuenta a la hora de escribir según el criterio de *Gargurevich*, lo siguiente:

- Fijación del objetivo, para qué se escribe;
- Naturaleza de la publicación, dónde se escribe;
- Tipos de lectores a quienes se busca llegar, para quién se escribe.  
(*GARGUREVICH*, 2010, p 123)

### **2.6.3. Fotografía**

La fotografía como medio de expresión artística en las etnias culturales puede contribuir eficazmente a desarrollar la sensibilidad estética, avivar la imaginación creativa y estimular una apreciación reflexiva de los aspectos visuales que rodean a la comunidad.

El presente documento contiene algunas nociones básicas de composición fotográfica, acompañadas de una serie de buenas prácticas para lograr en los estudiantes el desarrollo de la técnica fotográfica y de la imaginación. Además se acompaña la fotografía digital, tiene como objetivo plantear aspectos de la fotografía que no necesariamente son técnicos, pero si fundamentales, antes de salir a la caza de buenas instantáneas.

### **2.7. Marco Conceptual:**

**Cromática:** Los valores del tono se obtienen mezclando los colores puros con el blanco o el negro, por lo que pueden perder fuerza cromática o luminosidad.

**Tonalidad:** permite distinguir los colores entre sí

**Matiz:** es el estado puro de un color, sin el blanco o negro agregados.

**Acromática:** Será siempre una escala de grises, una modulación continua del blanco al negro.

**Saturación:** cuando al blanco se le añade un cierto color hasta conseguir una saturación determinada.

**Polícroma:** a aquellas gamas de variaciones de dos o más colores, el mejor ejemplo de este tipo de escala sería el arco iris.

**Apertura:** término que hace referencia a la apertura del diafragma.

**Diafragma:** es una parte del objetivo que funciona como el iris del ojo humano, abriéndose o cerrándose para regular el paso de la luz

**Enfoque:** Acción por la cual se centra la nitidez sobre el plano que contiene el motivo a fotografiar

**Obturador:** Dispositivo mecánico o electrónico que regula y determina la cantidad de luz captada por el sensor para generar la imagen fotográfica.

**Maquetación:** Es un tema que tiene relación con los principios del diseño: composición, color y conceptos tipográficos mezclados de manera armónica.

Retícula: en un principio debemos entender la retícula como un sistema organizador, de tipo ortogonal que parcela la información en fragmentos manejables.

Entradillas: Es un párrafo introductorio que resume la noticia. Uno lee el titular y luego, inmediatamente, la entrada

Intertítulo: Pequeños títulos que permiten segmentar el texto corrido para localizar puntos claves en la lectura

Medianiles (horizontales y verticales): Es el espacio que hay entre columnas y filas al formar una retícula. Este nos permite mejor identificación y menos solapamiento entre los elementos.

## **2.8. Metodología**

Para cumplir de forma satisfactoria con los objetivos planteados en esta investigación, el enfoque metodológico se basó en los siguientes elementos: método de análisis cualitativo, para llegar a conocer las situaciones, los argumentos y las experiencias predominantes, siendo de tipo descriptivo, a través de la exploración y exhibición de actividades, y conceptos de personas-actores y grupos de expertos, dado que se buscó descubrir datos, relatos y procesos que ayuden al entendimiento de la práctica ejecutada por los profesionales en diseño gráfico en el desarrollo de diseño de productos gráficos impresos sobre la etnia Los Saraguros; además, campañas visuales sociales en un contexto empresarial, en el marco del Diseño y Publicación del Conocimiento Visual.

Una investigación de tipo descriptivo permitirá buscar y especificar las características del objeto de estudio; este argumento se aplicará a través de entrevistas a especialistas, expertos y diseñadores gráficos; individuos caracterizados y señalados previamente por haber estado involucrados en la situación, así como documentos, imágenes y material de las campañas sociales de la etnia investigada.

Como segunda herramienta metodológica se recurrirá al estudio de caso descriptivo; que servirá fundamentalmente para la descripción de fenómenos

sociales o educativos en una circunstancia temporal y especial determinada, se orienta a la descripción de fenómenos sociales, puesto que éste se dirige hacia las variables de los sujetos o de la situación.

Es por esta razón que en la presente investigación se analizaron campañas visuales de fin social, las mismas que se llevarán a cabo en el cantón Saraguro de la provincia de Loja.

### **2.8.1. La Encuesta**

Las encuestas nos permiten obtener la información de una determinada población, el proyecto se enfocó en los estudiantes de entre 18 a 25 años de edad de la especialidad de Diseño Gráfico Empresarial, modalidad presencial, periodo 2012 – 2013, del edificio matriz de la Universidad Israel ubicado en las calles Fco. Pizarro E4-142 y Av. Orellana, en la ciudad de Quito-Ecuador. Con la finalidad de recoger información real respecto del desconocimiento de la etnia los Saraguros en la provincia de Loja y de la elaboración de formatos para medios impresos, de una población de 67 (sesenta y siete) estudiantes en todos los niveles de la carrera de Diseño Gráfico escogidos al azar.

La razón por la cual se escogió esta población es para saber si tienen conocimiento de un tema importante dentro del diseño gráfico como es “cultura visual” este es un tema relevante dentro del estudio de nuestra carrera tal y como lo dice el autor MIRZOEFF Nicolás, en su libro *Una Introducción a la Cultura Visual* (2003); La cultura visual se interesa por los acontecimientos visuales, en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual.

Ésta es una táctica para estudiar la genealogía, la definición y las funciones de la vida cotidiana posmoderna desde la perspectiva del consumidor, más que la del productor.

Por otra parte los estudiantes de niveles primarios van a tener un primer acercamiento con temas que van a ser tratados en niveles más avanzados de su carrera y los de niveles superiores van a poder conocer más a fondo para empaparse de conocimientos de cultura visual, en conclusión, la directriz que se

ha trazado a los estudiantes es para que se interesen por estudiar los temas que el diseño gráfico nos presenta en su amplia gama de conocimientos.

### 2.8.2. Instrumentos

Las preguntas que se van a emplear en la encuesta son las siguientes: (modelo de las encuestas aplicadas)

UNIVERSIDAD ISRAEL

FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO

Carrera: Diseño Gráfico Empresarial

Sector estudiantes: Encuesta para estudiantes de la facultad de diseño

Con la finalidad de realizar un trabajo de investigación y dar un pequeño aporte a la universidad, le solicito se digne en contestar.

Nivel: \_\_\_\_\_ Semestre

1. ¿Conoce usted a la etnia los Saraguros "La tierra del Maíz"?

Si  No

2. ¿Sabe en dónde se encuentra ubicada la etnia los Saraguros?

Si  ¿Dónde? \_\_\_\_\_ No

3. ¿Te interesaría recibir información de esta etnia ecuatoriana?

Si  No

4. ¿Qué temas le gustaría conocer de esta etnia?

Historia

Costumbres y tradiciones

Música y danzas

Vestimenta y atuendos

Lugares turísticos

5. ¿Por cuál medio impreso te gustaría recibir esta información?

<input type="checkbox"/> Revista	
<input type="checkbox"/> Folleto	
<input type="checkbox"/> Libro	
<input type="checkbox"/> Cartel	
<input type="checkbox"/> Periódico	
<input type="checkbox"/> Boletín	

6. ¿Te gustaría que el impreso en su mayoría sea?

Texto

Imágenes

7. ¿Qué tipo de imágenes?

Dibujos

Fotografías

Ilustraciones

8. ¿Cuál formato te parece el apropiado?

A4 (21cm X 29,7cm)

A5 (14,8cm X 21cm)

Personalizado (25 cm X 21 cm)

Otro: \_\_\_\_\_

### 2.8.3. Entrevistas

Las entrevistas se realizan a expertos en temas que son relevantes dentro de la investigación, con el motivo de tener un primer acercamiento dentro de la investigación y saber cual es el campo de trabajo, así los más experimentados nos darán una amplia visión sobre el camino que vamos a recorrer e investigar.

#### Entrevista Al Diseñador Gráfico:

Nombre: **Pablo Andrés Duque** – Diseñador Gráfico en NOUS agencia creativa y profesor en el Instituto Tecnológico Sudamericano en Loja.

1. ¿Cómo considera que incide la percepción en las personas a la hora de observar una pieza gráfica? ¿Por qué?
2. Cree usted que la elaboración de material editorial contribuye a emitir un mensaje para llevar a la socialización de ciertas problemáticas ¿Por qué?
3. ¿El hecho de elaborar un medio impreso para llegar a comunicar un mensaje, ayuda al bien social? ¿De que forma?
4. ¿Al momento de realizar sus diseños ¿Cómo conceptualiza la idea para transmitir el mensaje de forma correcta?
5. ¿Qué tan importante es el Diseño Gráfico para transmitir un mensaje a la sociedad?
6. ¿Un libro fotográfico es suficiente para mostrar lo que hacen los Saraguros?
7. ¿Qué le parece la idea de crear un libro fotográfico en el cual muestre en imágenes la etnia los Saraguros?

#### Entrevista Al Experto En Fotografía:

Nombre: **Maritza Altamirano** – Fotógrafa independiente de actos sociales y Presidenta del club de fotógrafos en la ciudad de Loja.

1. ¿Qué encuadres se usa con frecuencia para fotografías personas, paisajes y retratos?
2. ¿Cómo conseguir la mayor atención del público?
3. ¿Qué formatos son adecuados para mostrar fotografías en un libro?
4. ¿Qué criterios determina usted para escoger las fotografías perfectas?
5. ¿Qué puntos de vista debo tomar en cuenta antes de tomar una foto?
6. ¿Es necesario tener un estudio profesional para obtener las mejores fotografías; Si no lo tengo que me recomienda?

7. ¿Qué características debe tener una fotografía en cuanto a composición?
8. ¿Qué técnicas se puede usar para la creación de un libro fotográfico?
9. ¿En qué soporte impreso se valora mejor la fotografía?
10. ¿Qué le parece la idea de crear un libro fotográfico en el cual

#### **Entrevista Al Experto En Hotelería Y Turismo:**

Nombre: **Soraya Luzuriaga** (Administradora) del Hotel Grand Victoria en la ciudad de Loja.

1. ¿El desconocimiento de la cultura ecuatoriana en los jóvenes es un tema preocupante? ¿Porqué?
2. ¿De qué manera podemos incentivar a los jóvenes a que se interesen por aprender de las etnias ecuatorianas?
3. ¿Es suficiente con informar mediante medios impresos de este tema?
4. ¿Conocer sobre las etnias ecuatorianas podrían generar turismo dentro de estos lugares?
5. ¿Están preparadas estas etnia para recibir y genera turismo?
6. ¿Por qué existe ese rechazo hacia las culturas indígenas?
7. ¿Qué le parece la idea de crear un libro fotográfico en el cual muestre en imágenes la etnia los Saraguros?

#### **Entrevista Al Editorialista:**

Nombre: **Dr. César Correa Jaramillo**, Editorialista, Periodista, Abogado Y Profesor De La Unidad Educativa Bernardo Valdivieso De La Ciudad De Loja.

1. ¿Qué aspectos debe tener en cuenta para crear un libro?
2. ¿Cuál es la función del editor en la creación de un material impreso?
3. ¿La cultura ecuatoriana dentro de los medios impresos que acogida tienen?
4. ¿Qué le parece la idea de crear un libro fotográfico en el cual muestre en imágenes la etnia los Saraguros?

**ENTREVISTA AL ANTROPÓLOGO:**

Nombre: **Lic. Mario Jaramillo Andrade**, Antropólogo, Profesor De La Unidad Educativa Bernardo Valdivieso Y Ex Presidente De La Casa De La Cultura, Núcleo De Loja.

1. Como antropólogo, ¿Usted que cree que se debe mostrar de la etnia los Saraguros o cuales son los temas mas relevantes que puedo comunicar?
2. ¿Cuál es el papel ó que puede hacer un antropólogo en una sociedad que desconoce su identidad indígena ecuatoriana?
3. ¿ Qué le parece la idea de crear un libro fotográfico en el cual muestre en imágenes la etnia los Saraguros?

# **CAPITULO I**

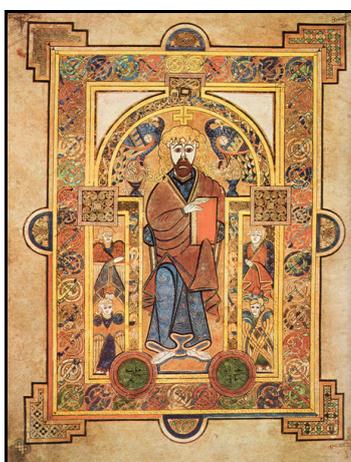
Marco Teórico

### 3. Capítulo I

#### 3.1. Diseño Gráfico.

##### 3.1.1. Antecedentes del Diseño Gráfico.

Podemos decir que el diseño como tal apareció en el siglo XIX, aún así, si nos remontamos a la época de las cavernas y nos enfocamos en las pinturas rupestre que realizaron en las rocas con pintura vegetal y animal de tal manera que esta apreciación es considerada como una forma de comunicación bastante precaria de la realidad de su vida. Existe un manuscrito perteneciente a los monjes Irlandeses del siglo IX una biblia ilustrada considerada como un ejemplo temprano de diseño gráfico, llamada “El Libro de Kells”



**Imagen 1.** Monjes Irlandeses (Siglo XI DC). *Kells Cristo Entronizado*. [ilustración]. Recuperado de: <http://www.andalan.es/?p=5010>

Los primeros pasos del diseño gráfico vendrían a manifestarse con la invención y descubrimiento de la imprenta que se dio gracias al inventor *Johannes Gutenberg* y con ello el Movimiento de Artes y oficios en la escuela de la *Bauhaus*<sup>1</sup>, acto seguido vino la separación entre las artes aplicadas y las bellas artes. Pero es en el siglo XX donde el diseño se desarrolla y donde la tipografía pasa a ser una idea artística.

Las primeras *Vanguardias*<sup>2</sup> o movimientos artísticos como el Dada, Suprematismo, Constructivismo, De Stijl, Futurismo se dieron por la fuerte influencia política que regía en ese tiempo (segunda década) a medida de

<sup>1</sup> **Bauhaus:** escuela de artesanía, diseño, arte y arquitectura fundada en 1919 por *Walter Gropius* en Weimar (Alemania) y cerrada por las autoridades nazi en el año 1933.

<sup>2</sup> **Vanguardia:** Conjunto de personas o ideas que están más avanzadas en relación con las tendencias de su tiempo, desde el punto de vista artístico, científico, ideológico, etc.

rechazo y le dieron un nuevo giro al diseño gráfico influidos por la escuela de la Bauhaus, éstas eran un rechazo a las artes estéticas o decorativas como las conocían como el *Art Nouveau* que daría origen al *Art Deco*.

Luego vinieron las dos escuelas de diseño más influyentes La *Bauhaus* y la *Hochschule für Gestaltung*<sup>3</sup> (HfG) de ULM constituyeron el desarrollo de la profesión del diseño, así como *Tschichold*, *Herbert Bayer*, *László Moholy-Nagy*, y *El Lissitzky* se los considera los padres del diseño por su aporte a esta rama de estudio al poner la publicidad dentro del programa de enseñanza académica y en las técnicas de producción que se usaron posteriormente.

Actualmente con la tecnología y el uso del *software* y *hardware* es cuando se ha podido manifestar de forma completa en la cual toma un giro práctico y efectivo.

### 3.1.2. ¿Qué es el Diseño Gráfico?

Es un medio que sirve para transmitir un mensaje de forma efectiva pero para lograrlo se debe tener un conocimiento previo y con la utilización de recursos gráficos, la teoría y la creatividad para que ese mensaje puede llegar a las masas y así poder interpretar el mensaje correcto.

Si nos fijamos todo a nuestro alrededor esta metido el diseño gráfico, esta en nuestra vida cotidiana y en todo lo que hacemos cuando escribimos, cuando ponemos nuestra firma en documentos, cuando pintamos, cuando fotografiamos, cuando cocinamos le ponemos nuestra decoración estamos dejando parte de nosotros en cada una de las actividades diarias y es por eso que nos reconocen y nos diferenciamos.

La idea del diseño gráfico es poder transmitir un mensaje directo y claro al público para satisfacer las necesidades del consumidor. A continuación citamos algunos criterios de diseñadores y su definición con respecto al tema.

---

<sup>3</sup> **Hochschule für Gestaltung:** Escuela Superior de Proyección, fue una escuela universitaria de diseño radicada en Ulm (Alemania) Fundada en 1953 por Ing. Aicher-Scholl, Otl Aicher y Max Bill.

Según *Wucius Wong*:

Diseño es la mejor expresión visual de la esencia de <<algo>>, ya sea esto un mensaje o un producto [...] Su creación no debe ser solo estética si no también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.<sup>4</sup> (WONG: 1995, p.41)

Según *Robert Gillam Scott*:

Diseñar es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño [...] Ciertas acciones son no solo intencionales, sino que terminan por crear algo nuevo, es decir, son creadoras. Tenemos ya, pues, una definición formal: diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad.<sup>5</sup> (GILLAM: 1970, p.01)

Emili Hernández lo define:

El diseño, como un proceso o labor a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.<sup>6</sup> (HERNÁNDEZ: 2010, p.06)

Joan Costa, en la Enciclopedia del Diseño, tomo la Letra de *Gérard Blanchard* lo define como “Diseño es todo el conjunto de actos de reflexión y formalización general que intervienen en el proceso creativo de una obra original.”<sup>7</sup>

Podemos resumir que en estos conceptos los autores tratan al diseño como un medio para poder comunicar y destacan su funcionalidad, pero eso no lo es todo, el *lenguaje visual*<sup>8</sup> es el cimiento de la creación. Existen reglas, técnicas, teorías que nos ayudan a la organización que necesitamos para obtener el resultado final así lo dice Jorge Frascara en su libro: *Diseño Gráfico para la Gente*, “diseño de comunicación visual se ocupa de la construcción de mensajes visuales con el propósito de afectar

---

<sup>4</sup> Wong, Wucius. *Fundamentos del Diseño*. Mexico, Ediciones G. Gili S.A. de C.V. 1995

<sup>5</sup> Gillam Scott, Robert. *Fundamentos Del Diseño*. Argentina, Editorial Victor Leru S.A. 1970

<sup>6</sup> Hernández Díaz, Emili. *Fotonostra – Diseño Gráfico*. (PDF). Mérida - España. 2010

<sup>7</sup> Costa, Joan. *Enciclopedia Del Diseño Tomo La Letra De Gérard Blanchard*. Segunda Edición. Editorial Sirven Grafic, España. 1990.

<sup>8</sup> **Lenguaje visual:** es capaz de difundir el conocimiento con mas eficacia que casi cualquier otro vehículo de comunicación. Mediante este lenguaje el hombre puede expresar y transmitir sus experiencias en forma objetiva.

el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.”<sup>9</sup>

### 3.1.3. El Diseño Gráfico y su Responsabilidad Social.

Las ideas que se plantean en razón a una ayuda social no son significativas si no se las lleva a cabo, si éstas no pasan a la realidad y se quedan en simples ideales no vamos a aportar en nada al bien de la sociedad por eso es necesaria la educación y tomar el reto de formarnos como profesionales y cumplir nuestro deber dentro de la sociedad.

En esta sociedad donde se ha perdido la identidad cultural y esta cada vez más globalizada, es donde despierta este interés de resolver esta problemática a través del diseño gráfico ya que se puede comunicar un mensaje y llegar a la sociedad para resolver problemas así como lo dice Candelaria Moreno de las Casas en esta recopilación de artículos de diseño de la Universidad de Palermo (Argentina)

[...] Por lo tanto es una herramienta muy útil y fundamental en la educación de una sociedad. La manera de transmitir mensajes puede ayudar a resolver de mejor forma diferentes tipos de problemas tales como salud, valores, solidaridad, identidad, como muchos otros.<sup>10</sup> (MORENO DE LAS CASAS: 2006, p.81)

Hay empresas en la actualidad que requieren un amplio conocimiento del diseñador y no solo poder manejar una computadora si no abordar temas que vayan mas allá de sus labores propias como diseñador por ejemplo incentivar el trabajo en equipo, como ser un buen líder, que sepa negociar, que posea un amplio vocabulario a fin de que éste pueda ser útil en su lugar de trabajo y más eficiente para su empresa. Independientemente del área que nos especialicemos es necesario tener este tipo de habilidades y hacerlas un hábito con el pasar del tiempo.

La responsabilidad como diseñador está en dar respuesta a la sociedad y su cultura, saber que tenemos una arma de control que debe ser manejada desde

<sup>9</sup> Frascara, Jorge. *Diseño Gráfico para la Gente*. Argentina. Ediciones Infinito, 2000

<sup>10</sup> Bravo, Mario. (Universidad de Palermo). *Actas de Diseño*. Buenos Aires – Argentina. Imprenta Kurz. 2006

un punto de visto más humano hacia la sociedad, creando conciencia en los mensajes que se envía cumpliendo las expectativas del cliente. “¿Por qué el Diseño Gráfico es un agente de control social? Porque promueve la formalización de acciones informales de control social.”<sup>11</sup>

#### **3.1.4. El Diseño Gráfico como una Herramienta de Bien Social y Estrategia Cultural.**

Dentro la sociedad donde nos desenvolvemos hay necesidades que han sido arrastradas por el lapso de nuestra existencia y que se han mantenido con nosotros, ahora, sin dejar de lado la ayuda que brindan autoridades políticas, organizaciones u otros entes no nos damos cuenta que el público es quien no esta capacitado, es más ha aprendido a vivir con esos problemas sociales.

El reto del diseñador gráfico consiste en usar sus herramientas y hacer su labor, cumplir con su parte de comunicar a la sociedad, labor que cabe recalcar no es fácil, aún así, hay que hacerle frente. En Latinoamérica el problema de pérdida de identidad es preocupante, no nos damos cuenta de lo que tenemos a nuestro alrededor y buscamos satisfacer esa necesidad buscando en otro lugar fuera de aquí.

Abordamos temas como violencia, pérdida de identidad, protección del medio ambiente, mendicidad, abuso familiar, seguridad social, desnutrición, desigualdad de género, racismo, etc. El diseño grafico es usado como una herramienta fundamental para la educación de la sociedad promoviendo proyectos y abriendo los ojos a la sociedad que sabe qué pasa pero que ignoran.

Cuando se habla de estrategia cultural y se refiere a países latinoamericanos, no se reconoce un factor cultural como necesario en la sociedad, por ello se debe hacer valer y hacer comprender el diseño así como se ha hecho reconocer a la palabra “ecología” como un componente fundamental de cultura, por eso es necesario tener un discurso el cual le permita quedarse dentro de la esfera cultural de la sociedades.

---

<sup>11</sup> Carpintero, Carlos. “*El Diseño Gráfico como Agente de Control Social*”. Internet: [www.foroalfa.org](http://www.foroalfa.org). Acceso: 5 Abril 2013

El diseño es entonces una estrategia cultural, que comunica identidad y se manifiesta como un valor constitutivo de los productos, servicios y organizaciones. En efecto, el diseño es un valor constitutivo y no un valor agregado, como generalmente se le presenta, porque forma parte del ser de los productos y servicios desde el momento de su creación.<sup>12</sup>

### 3.1.5. Color, Cromática, Psicología del color.

#### A). Color:

El filósofo *Aristóteles* (384 – 322 AC.) aseguraba que los colores se formaban por la mezcla de 4 colores y la incidencia de la luz y sombra sobre ellos.

Después *Leonardo Da Vinci* (1452 - 1519) dijo que el blanco es principal en la escala de colores ya que permite percibir a los demás, obtenía todos los colores con la mezcla de otros.

Finalmente el científico *Issac Newton* (1642 - 1519) dijo “La luz es color” propuso una teoría hasta ahora usada y fue él que por medio de un prisma de cristal descompuso la luz, durante mucho tiempo trabajo el color mirando a través del prisma como se proyectaban siete colores.

El aporte de *Johan Goethe* (1749 - 1832) fue la reacción que tienen los humanos frente a los colores, pudo comprender la psicología del color mediante un triángulo con los tres colores primarios (amarillo, azul y rojo) y relacionó cada uno de ellos con las emociones.

Existen una infinidad de colores a disposición de un diseñador gráfico y sus tonalidad son infinitas por lo que el diseñador debe dominar la clasificación de los colores así como de la armonía y analogía y por supuesto los nombres de ellos para describirlos Emili Hernández en su libro “Diseño Gráfico” define al color de la siguiente manera.

El color es un atributo que percibimos de los objetos cuando hay luz. La luz es constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 kilómetros por segundo. Esto significa que nuestros ojos reaccionan a la incidencia de la energía y no a la materia en sí.<sup>13</sup> (HERNÁNDEZ: 2010, p.21)

<sup>12</sup> Rodríguez Musso, Alejandro. “Diseño Como Estrategia Cultural ” Internet: [www.foroalfa.org](http://www.foroalfa.org). Acceso: 5 Abril 2013

<sup>13</sup> Hernández Díaz, Emili. *Fotonostra – Diseño Gráfico*. (PDF). Mérida - España. 2010

Victo Moreno de la Universidad de Londres dice que cada uno de los siete colores que se descomponen de la luz blanca del sol son: rojo, naranja, amarillo, verde, turquesa y violeta lo cual define al color así:

Color es la impresión producida al incidir en la retina de los rayos luminosos difundidos o reflejados por los cuerpos. Algunos colores toman nombre de los objetos o sustancias que los representa naturalmente. <sup>14</sup> (MORENO: 2008, 09)

Se debe tener en cuenta tres aspectos importantes para describir al color: tono, color que se expresa comúnmente como azul, verde y rojo. Luminosidad, va en una degradación de claro a oscuro de tal manea que en la computadora un color pálido representa un 10% y el color vivo un 100%. Saturación, el tono varia según su intensidad y va desde intensidad total a baja, o desde tono intenso a gris.

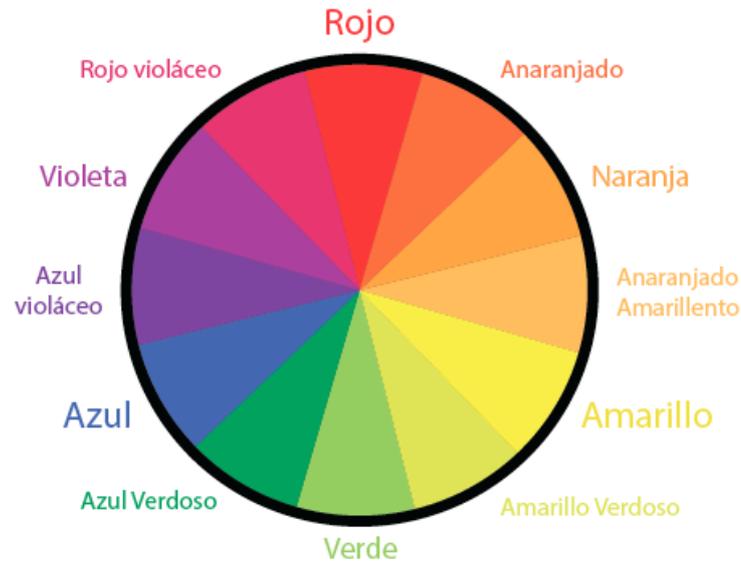


Imagen 2. (2013). *Tono, Luminosidad, Saturación*. [Vector]. Fuente: El Autor

### B). Circulo Cromático:

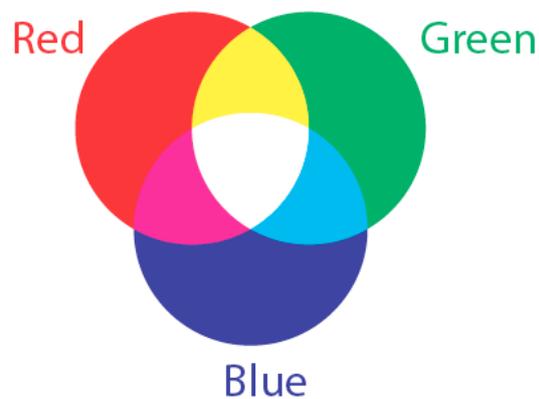
Los colores que componen al circulo cromático son primarios (rojo, amarillo y azul); los secundarios se hacen mezclando los primarios (naranja, verde y violeta); Los terciarios son la mezcla del un primario con el secundario más cercano (anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso, azul violáceo y rojo violáceo)

<sup>14</sup> Moreno Mora, Víctor Manuel. "Psicología Del Color Y La Forma" México. 2008



**Imagen 3.** (2013). *Circulo Cromático*. [Vector]. Fuente: El Autor

Color Luz.- Síntesis Aditiva: son producidas en ordenador, en la TV o en el cine, tiene como colores primarios al rojo, verde y amarillo denominados (RGB) la fusión de estos tres dan como resultado una luz blanca por eso su nombre de aditiva y de ahí su origen a los colores de aspecto visible.



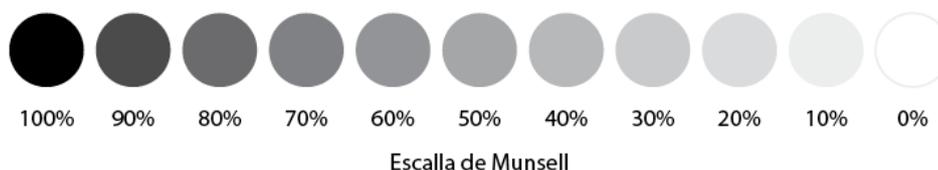
**Imagen 4.** (2013). *Grupo RGB*. [Vector]. Fuente: El Autor

Color Pigmento.- Síntesis Sustractiva: éstos son producidos en la imprenta a base de pigmento sobre una superficie, tiene como colores primarios al cian, magenta y amarillo (CMYK) la mezcla de estos colores da como resultado el negro, pero no es lo bastante oscuro por lo cual es necesario agregar el negro en el espacio de color.



**Imagen 5.** (2013). *Grupo CMYK*. [Vector]. Fuente: El Autor

Escalas Cromáticas y Acromáticas.- Acromática: colore sin color (negro, gris y blanco) los que denominamos escala de grises por su degradación de claridad y oscuridad respectivamente siendo 0% el valor de luminosidad más fuerte y 100% la ausencia total de luz. “Cromática: Los valores del tono se obtienen mezclando los colores puros con el blanco o el negro, por lo que pueden perder fuerza cromática o luminosidad.”<sup>15</sup> (HERNÁNDEZ: 2010, p.39)



**Imagen 6.** (2013). *Escala De Grises*. [Vector]. Fuente: El Autor

### **C). Psicología del Color:**

Aunque la manera de percibir los colores no sea el mismo en todas las personas, las investigaciones realizadas por la autora Eva Heller en su libro “Psicología del Color” la cual aplicó en una encuesta a 2000 personas entre hombres y mujeres de entre 14 a 97 años, de diferentes áreas de conocimiento pudo constatar que las personas relacionan colores con sentimientos y cualidades a menudo muchas de ellas se repetían. De esta manera podemos determinar que reaccionamos a los colores y por lo general produce el mismo efecto en la mayoría de los individuos.

<sup>15</sup> Hernández Díaz, Emili. *Fotonostra – Diseño Gráfico*. (PDF). Mérida - España. 2010

En este campo, analizó por ejemplo los efectos de la post-visión, y su consecuencia en el concepto de colores complementarios, deduciendo que la complementariedad es una sensación que como tal, no se origina en cuestiones físicas relativas a la incidencia lumínica sobre un objeto, sino por el funcionamiento de nuestro sistema visual.<sup>16</sup>

En la Psicología del Color las relaciones también están basadas en símbolos y en figuras o formas geométricas así como también la representación *heráldica*<sup>17</sup>.

De tal manera que cada cual tiene su gusto o desagrado por un color pero absolutamente todos tenemos una reacción física ante la sensación fría de un cuarto pintado de azul o por el contrario calor en una habitación pintada de amarillo. “Conocemos más sentimientos que colores. Por eso, cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente.”<sup>18</sup> (HELLER: 2004, p.17)

#### D). Colores y Personalidades:

##### El Negro:

No necesariamente este es un color aunque muchas personas no lo saben ya que lo pueden ver pero lo que realmente ven es ausencia de luz. El impresionismo (1870) una corriente artística pictórica no reconoció al negro como color a pesar de que su único lema era el color.



**Imagen 7.** Fernández Guerrero, Gerardo M. (2013). *Psicología Color Negro*. [Fotografía]. Recuperado de: "Percepción y Diseño" (PDF)

<sup>16</sup> El Tabano. "Psicología Del Color". Internet: <http://Psicologia-del-color>. Acceso: 11 abril 2013

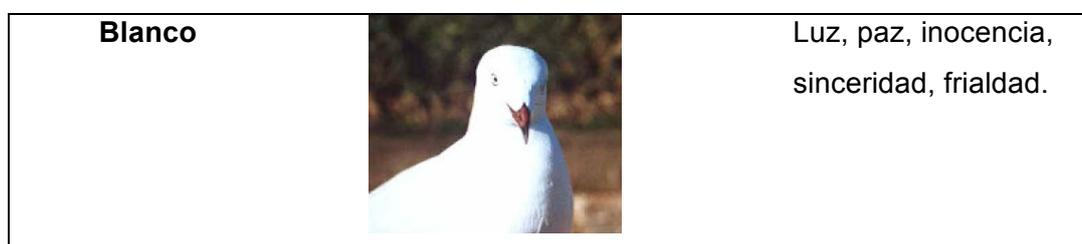
<sup>17</sup> **Heráldica:** arte de explicar y describir los escudos de armas de cada linaje, ciudad o persona.

<sup>18</sup> Heller, Eva. *Psicología Del Color*. Editorial Gustavo Gili, España. 2004

### El Blanco:

Como color de luz no es específicamente un color es suma de todos los colores de la luz pero en un sentido físico no puede obtenerse el blanco por eso es considerado como un color primario a parte del (amarillo, azul y rojo) ya que este no se puede obtener de la mezcla de ningún color. A pesar de connotar perfección, pureza, nadie tiene como preferido al color blanco es más en los hombres es el menos apreciado, según Eva Heller en su libro “Psicología del Color”.

Este al ser mezclado con otros les reduce el croma y por ende les cambia sus potencias psíquicas (positiva y afirmativa)



**Imagen 8.** Fernández Guerrero, Gerardo M. (2013). *Psicología Color Blanco*. [Fotografía]. Recuperado de: “Percepción y Diseño” (PDF)

### El rojo:

Este fue el primer color que el hombre le puso nombre en muchas lenguas coloreadas significa rojo. Está en la mente de las personas y cuando les preguntas esporádicamente un color la mayoría responde rojo de inmediato aunque éste no sea su favorito, les gusta a hombres como a mujeres. Es el primer color que aprenden los niños porque asocian éste con los dulces, sin embargo a la hora de pintar no es el que más sobresale simplemente lo ponen rojo donde es rojo. Como es un color que llama la atención se debe tener precaución a la hora de usarlo ni tan extenso ni tan intenso.



**Imagen 9.** Fernández Guerrero, Gerardo M. (2013). *Psicología Color Rojo*. [Fotografía]. Recuperado de: “Percepción y Diseño” (PDF)

### El Amarillo:

Es uno de los colores primarios y el más claro de los colores vivos, aún así no es un color muy apreciado por los individuos, este color es muy inestable como ningún otro ya que hace falta una leve coloración de azul para hacerse verde, de rojo para hacerse naranja y un poco de negro para ensuciar el color y ahogarlo. Cuando lo pones junto a un color claro se pierde pero en color oscuro es muy apreciado.

Es contradictorio, el amarillo es el color del optimismo, pero también del enojo, de la iluminación y entendimiento como de los despreciables y mentirosos. Hay un amarillo distinto el: *amarillo de Asia*.<sup>19</sup>



**Imagen 10.** Fernández Guerrero, Gerardo M. (2013). *Psicología Color Amarillo*. [Fotografía]. Recuperado de: "Percepción y Diseño" (PDF)

### El Verde:

El color del equilibrio al estar constituido de dos colores de la emoción (primarios) el amarillo y el azul. Asociado con las personas inteligentes y sociales.

Es conciencia media ambiental es el color de la naturaleza, un estilo de vida y al mismo tiempo un rechazo a la sociedad considerada tecnológica.

El color más variable puede contener variados colores a la vez sin dejar de ser verde por ejemplo con blanco, con negro, con marrón, con rojo. Al ser combinado con el azul su efecto es positivo pero al ser combinado con negro o violeta su efecto es negativo.

<sup>19</sup> **Amarillo de Asia:** Este término se les aplicó en el siglo XIX, cuando se necesitaba señalar a una sola raza como la dominante, con un color que además sugiere pureza y, por tanto, apuntar que todas las demás eran de color.



**Imagen 11.** Fernández Guerrero, Gerardo M. (2013). *Psicología Color Verde*. [Fotografía]. Recuperado de: "Percepción y Diseño" (PDF)

### El Azul:

Es el color favorito de las personas tanto en hombres como en mujeres, éste es el color que menos disgusta a la gente, es usado en vestimenta, en automóviles hasta en las casas, solo hay una cosa que, no goza de aceptación, no comemos ni bebemos nada azul. No hay ninguna connotación negativa con el azul, tal vez es por eso su aceptación.

Mezclado con el blanco es pureza, fe, y mezclado con el negro es desesperación y en grandes extensiones cansa la visión.



**Imagen 12.** Fernández Guerrero, Gerardo M. (2013). *Psicología Color Azul*. [Fotografía]. Recuperado de: "Percepción y Diseño" (PDF)

Color Denotativo.

"Cuando está siendo utilizado como representación de la figura, es decir, incorporado a las imágenes realistas de la fotografía o la ilustración."<sup>20</sup> Se subdivide en tres categorías: 1. **Color Icónico**, damos un color como identificador para asociarlo más rápido (la cereza es roja, el cielo es azul). 2. **Color Saturado**, un color manipulado de su estado natural exagerando para captar la atención. 3. **Color Fantasioso**, imágenes que se altera su color natural pintadas a mano pero siempre respetado la figura nativa sin alterar su forma.

<sup>20</sup> Hernández Díaz, Emili. *Fotonostra – Diseño Gráfico*. (PDF). Mérida - España. 2010

Color Connotativo.

“Es la acción de factores no descriptivos, sino precisamente psicológicos, simbólicos o estéticos, que suscitan un cierto clima y corresponden a amplias subjetividades.”<sup>21</sup> Es decir que las partes de las cuales está compuesto el color no afecta a la percepción ni cambia la sensación que producen en los individuos.

### **3.2. Editorial.**

#### **3.2.1. Antecedentes del Diseño Editorial.**

Como antecedente del diseño editorial cabe mencionar los primeros pasos de la impresión donde con piedras cargadas sobre la arcilla formaban dibujos en la superficie y se coloreaba con pigmentos vegetales o animales.

Una característica sobresaliente de los Egipcios, Griegos y Romanos es la aplicación y escritura de libros ilustrados y hechos a mano con pluma y pincel, éstos escritos los confeccionaban los esclavos ilustrados o escribas en los monasterios y se reproducían alrededor de 5000 ejemplares coloreados.

Luego los chinos desarrollaron el arte de imprimir en el siglo II (D.C.) dos puntos importantes desarrollaron en china, la invención del papel (105 D.C.) y la religión budista. Aún así, el material conocido como papiro y el pergamino no eran apropiados para la impresión, ya que el papiro era muy suave y delicado y el pergamino era extraído de la piel de animales y resultaba muy caro.

Más tarde en Europa (Siglo XV) la primera fundición de tipos móviles de metal eran mejor porque sus tintas estaban disueltas en agua con aceite, por esta razón la burguesía empezó a adquirir materiales escritos.

Finalmente *Johannes Gutenberg*, inventa la imprenta en masa por eso es considerado el padre de la imprenta, con su primer escrito “La Biblia de *Gutenberg*” sobresale entre todos los que existían, de esta manera la aceptación del público fue mucho más extensa y de inmediato. Se imprimieron más de 6000 obras de tal manera que poco a poco empezaron a aparecer más imprentas en

---

<sup>21</sup> Rafols, Paco. *Nociones Básicas Del Diseño: Teoría Del Color*. Castellón – España. 2010

Italia, por ejemplo la imprenta Venecia se fundó en 1469 y en tan solo 31 años ya existían 471 imprentas, su aceptación con el público fue un éxito.



**Imagen 13.** (1450-1500) Johan Gutenberg. *La biblia de Gutenberg*. [Fotografía]. <http://www.auladereli.es/la-biblia-de-gutenberg-online.html>

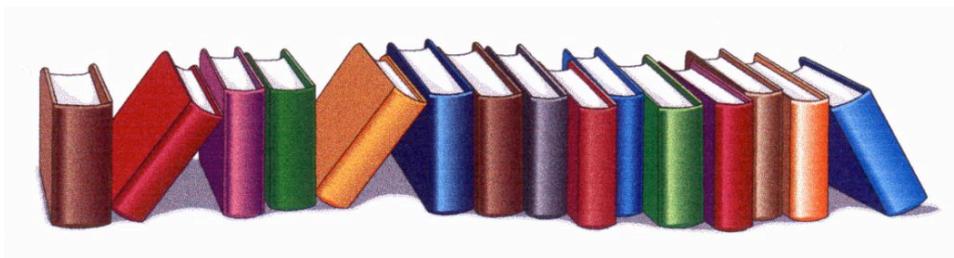
Las prensas de imprimir del siglo XX fueron impulsadas por un sistema de vapor; la prensa de rodillo usaba un rodillo que giraba para prensar el papel; la rotativa y la plancha van por en cima del rodillo; la prensa de doble impresión que imprime sobre ambos lados del papel. “En 1863 el inventor norteamericano *William A. Bullock* patentó la primera prensa de periódicos alimentada por bobina, capaz de imprimir los periódicos en rollos en vez de hojas sueltas.”<sup>22</sup>

La perfecciona años más tarde *Richard March Hoe* con la prensa de papel continuo reproduciendo alrededor de 18 000 periódicos por hora.

### 3.2.2. ¿Qué es el Diseño Editorial?

El diseño editorial se ocupa especialmente en el desarrollo del producto editorial impreso, estamos hablando de todos los materiales impresos entre ellos podemos mencionar, la revista, el libro, los folletos, los carteles, trípticos, postales, folletos, catálogos, manuales, instructivos, entre otros. Y se encarga de crear una armonía en la composición usando técnicas y justificaciones correctas para que el lector pueda comprender y asimilar el mensaje transmitido de manera correcta en el material impreso usado.

<sup>22</sup> Padilla Juárez, Alejandra. “*Historia Del Diseño Editorial*”. Internet: [www.calipso.com](http://www.calipso.com). Acceso: 16 Abril 2013



**Imagen 14.** (2013) Rodríguez, Antonio F. *Diseño editorial*. [Vector]. Recuperado de: <http://laantiguabiblos.blogspot.com/2012/10/sorteo-de-libros-2013.html>

Alejandra Padilla dice que el diseño editorial es:

Es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción.<sup>23</sup>

Carina Batista diseñadora editorial comenta:

Es el diseño que trabaja con publicaciones, revistas impresas que salen al mercado más de una vez y que por lo general tienen una apariencia distintiva y generan una sensación inconfundible.<sup>24</sup>

*Shelline Rosas* sobre el diseño editorial:

Creo que un diseñador que domina el buen uso del diseño editorial, hablando de retículas, fuentes, órdenes, jerarquías, formatos etc. puede aplicarlo a cualquier otro tipo de diseño y le funcionaría ya que crea una estructura de diseño no sólo armónico si no también funcional.<sup>25</sup>

Hay que tener siempre en cuenta qué formato es el apropiado y sobre todo qué soporte vamos a utilizar para difundir la información que tenemos, por eso es fundamental tener conocimientos previos antes de publicarlos.

<sup>23</sup> Ghinaglia, Daniel. *Taller De Diseño Editorial - Entre Corondeles y Tipos*. Editorial Palermo, Argentina. 2012

<sup>24</sup> Batista Goncalves, Carina. "Conozca El Diseño Editorial Y Sus Objetivos". Internet: [www.h2e.es](http://www.h2e.es). Acceso: 16 Abril 2013

<sup>25</sup> Rosas, Shelline. *Diseño Editorial*. (PDF). Editorial Acapulco, México. 2012

Con la llegada de las nuevas tecnologías y de la invención de las *Tablet's*<sup>26</sup> y otros dispositivos electrónicos, se dice que la imprenta estaría siendo reemplazada, por su fácil distribución, porque ayuda a la ecología del planeta al ahorrar papel, por su fácil manipulación, en fin las facilidades son aún más, es un hecho que su recepción es más rápida.

Pero de ninguna manera y por ningún motivo esto va a reemplazar a la imprenta porque el público siempre va a necesitar tener un material físico o tangible y éste va a estar siempre ahí cuando lo necesiten, en una *Tablet* estamos limitados y a expensas de otros factores como electricidad, internet, seguridad.

### 3.2.3. Conceptos Básicos del Producto Editorial.

En la antigüedad las reproducciones en masa eran más complicadas de llevar a cabo, sus limitaciones eran enormes, en la actualidad con el sistema de impresión las personas tienen un mayor acceso a ellos y su producción es más rápida y menos complicada, por esta razón la imprenta aumentó enormemente al igual que su público.

#### La Revista:

Las hay de diferentes formatos pero en su mayoría son A4 porque es un formato usado comúnmente, su aparición al público es frecuente, a veces semanal, o mensual, éstas ofrecen al lector temas de interés general o de un tema específico.



Imagen 15. (2012). Cortesía de Dinero Inteligente. *La Revista*. [Imagen]. Recuperado de: <http://www.cnnexpansion.com/media/2012/04/23/revista-mayo-dinero-inteligente.jpg>

<sup>26</sup> **Tablet** (Tableta): una computadora portátil de mayor tamaño que un teléfono inteligente, integrado en una pantalla táctil con la que se interactúa primariamente con los dedos sin necesidad de teclado físico ni ratón.

### El Libro:

Es más extenso que una revista y un folleto, debe exceder las 65 páginas para ser considerado libro y esta cubierto por una portada y contraportada. Hay distintos tipos de libros: arte, recreativos, artísticos, novelas, referencia, viaje, biografía, fotografía, poesía, etc.



**Imagen 16.** (2013). *El Libro*. [Fotografía]. Recuperado de: [http://img1.mlstatic.com/acdc-illustrated-history-acdc-acdc-libro-fotografico\\_MLA-O-141293949\\_643.jpg](http://img1.mlstatic.com/acdc-illustrated-history-acdc-acdc-libro-fotografico_MLA-O-141293949_643.jpg)

### Los Carteles:

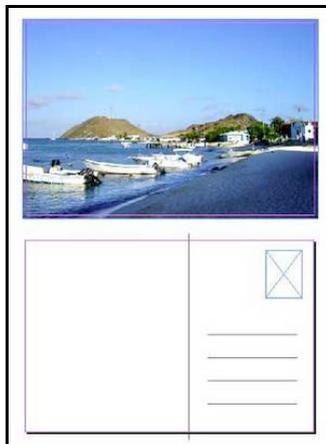
Están compuestos de varios elementos como texto, imágenes y cualquier recurso gráfico preferido, su superficie generalmente es de cartón o papel. Sirve para difundir un mensaje, información o promocionar un artículo, evento o cualquier causa.



**Imagen 17.** (2010). Miquelena, Elizabeth. *Los Carteles*. [Imagen]. Recuperado de: <http://comunicaciongraficaemv.blogspot.com/p/comunicacion-grafica-aplicada-en-los.html>

**Las Postales:**

Generalmente son rectangulares y llevan una imagen representativa del lugar proveniente son de cartón o cartulina, en la parte posterior tiene espacio para escribir su razón no necesariamente debe ir en sobre cerrado.



**Imagen 18.** (2010). Vario Impresión Digital. *Las Postales*. [Fotografía]. Recuperado de: [http://vario.com.ve/site/fileadmin/templates/main/images/RTEmagicC\\_id-postal\\_01.jpg](http://vario.com.ve/site/fileadmin/templates/main/images/RTEmagicC_id-postal_01.jpg)

**Los Catálogos:**

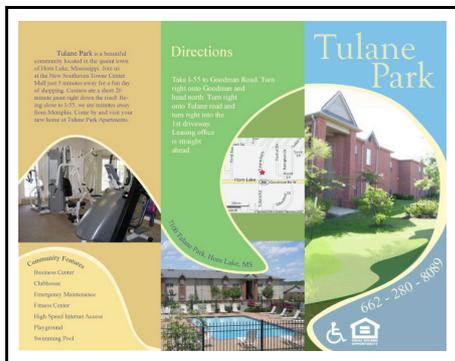
Es una presentación impresa de los productos y servicios promocionales de una empresa a sus clientes, en el cual consta la disponibilidad de colores, formas y tamaños que pueda tener el producto, su publicación también es periódicamente (mensual, anual) es muy usado en tiendas de ropa y en cosméticos, ellos se manejan por temporadas.



**Imagen 19.** (2005). fgtexil. *Catálogo*. [Fotografía]. Recuperado de: <http://www.fgtexil.com/catalogo.php>

### Los Folletos:

Es un impreso de pocas hojas en el cual la información es muy escasa o reducida, aquí solo van a encontrar lo necesario nada detallado, éste puede ser un díptico o un tríptico.



**Imagen 20.** (2011). *Los Folletos*. [Fotografía]. Recuperado de:

[http://static.respuestario.com/images/12/473/2658/344905/5/deje-volar\\_1353475905338.jpg](http://static.respuestario.com/images/12/473/2658/344905/5/deje-volar_1353475905338.jpg)

### Los Manuales:

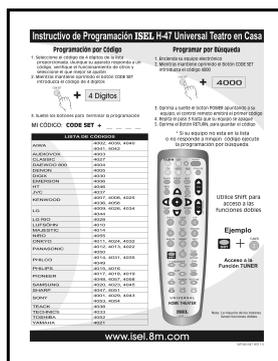
Son las normas que tiene la empresa para su buen funcionamiento y esta detallada en este material impreso donde consta toda la identidad y sus reglas a seguir, así como la correcta utilización del logotipo en otros lugares o publicaciones.



**Imagen 21.** (2009). *Los Manuales*. [Fotografía]. Recuperado de: <http://www.creaclick.es/images/manual.jpg>

### Los Instructivos:

Son comúnmente llamados manuales de producto en los cuales se detalla el funcionamiento exacto de éstos, sus funciones y procedimientos. Para lograr que éste tenga un buen uso y una vida duradera. Ayuda al comprador con algo simple o complejo.



**Imagen 22.** (2010). Ortiz, Perla. *Los instructivos*. [Fotografía]. Recuperado de: [http://comunicacion-conalep.blogspot.com/2010/11/instructivo\\_21.html](http://comunicacion-conalep.blogspot.com/2010/11/instructivo_21.html)

Comparaciones principales entre medios editoriales, vamos a poner como ejemplo solo tres de los más usados y comercializados por el público que son el libro, la revista y el periódico.

<b>Diseño Editorial</b>		
<b>Libro</b>	<b>Periódico</b>	<b>Revista</b>
Contenido abundante y detallado de información, no precedera que va a acompañada generalmente de imágenes. Puede ser leído más de una vez.	Contenido resumido o concreto de información que deja de ser importante con rapidez ya que hace referencia a información inmediata. No es leído más de dos veces.	Contenido resumido o concreto de información que deja de ser importante con rapidez ya que hace referencia a información inmediata. No es leído más de dos veces.
Baja frecuencia de reproducción, generalmente por ediciones.	Alta frecuencia de reproducción, desde diaria a semanal.	Alta frecuencia de reproducción, desde semanal, mensual, semestral y anual.
Soportes de diferentes materiales dependiendo del material publicado.	Soporte económico generalmente de material reciclado debido a su gran tiraje de ejemplares.	Soporte variable que va desde papel bond a papeles finos dependiendo del tipo de publicación.
Impresión a full color, blanco y negro o la combinación de ambas.	Combina la impresión en color blanco y negro siendo su mayor parte blanco y negro para economizar costos.	Impresión a full color, blanco y negro o la combinación de ambos. Depende principalmente del efecto que se quiere producir en el lector y el tipo de publicación que sea.

**Tabla 1.** Elaborada por el autor. Fuente: Taller de Diseño Editorial Palermo

### 3.2.4. Diseño Editorial como Factor de Comunicación.

El diseño editorial nace de la necesidad del ser humano de comunicarse y comunicar a los demás, éste puede cumplir diferentes funciones como dotar de personalidad y expresión, esto para atraer más lectores.

La comunicación es parte de nuestras vida, es un proceso natural que surge de la necesidad de compartir conocimientos o emitir un mensaje, para esto son necesarios tres elementos claves. El emisor, es el que emite la comunicación; El mensaje, lo que se quiere comunicar; El canal, instrumento que hace posible la comunicación y el Receptor, al que va dirigido el mensaje.

Todos estos elementos deben participar activamente para establecer una comunicación pero algo primordial que debemos saber es que, no existe comunicación si no existe *feedback* o retroalimentación. De igual forma se debe tener el mismo código que no necesariamente es el lenguaje.



Imagen 23. (2013). *Elementos De La Comunicación*. [Vector]. Fuente: El Autor

En los medios de comunicación masiva se aplica todos estos elementos, este proceso sirve a los medios para generar una necesidad en el público y va dirigido directamente a su grupo objetivo y éste a su vez satisface su necesidad de comprar, cumpliéndose así la retroalimentación.

Dentro del diseño editorial un factor de comunicación que sobresale es la prensa (existen otros dos como la radio y la televisión) este es el más antiguo (XVI) es producido en grandes cantidades e impreso en papel, esta basado en el lenguaje escrito y se distribuye al público en general, con el pasar del tiempo esto ha ido evolucionando y la tecnología nos ha permitido incorporar nuevos elementos como computadoras, filmadoras, cámaras, entre otros.

### 3.2.5. Texto, Párrafo y columna.

#### Texto:

Un buen uso del texto en una composición es parte fundamental de un buen diseño, hay que cuidar detalles como la fuente, el tamaño, la ubicación, la justificación, todo este conjunto de elementos hacen que la información sea leíble para el lector y asimile más rápido. Cuando leemos no agrupamos las letras si no las palabras, por lo tanto es indispensable el uso de una tipografía que sea fácil de leer, más aún si estamos en un texto continuo, la gran información que éste genera requiere ser entendida así que debe ser lo más legible posible.

Legibilidad es la rapidez con la que el lector percibe la información que se le muestra, al momento de leer. Los grupos de letras y palabras van a generar que sea fácil o difícil visualizarla dependiendo del espaciado que se otorgue, por lo tanto no todo texto es fácil de leer, siempre habrá que modificar para que la lectura sea continua. A continuación vamos a detallar cada elemento.

**Kerning:** es el espacio que se da entre dos letras individuales, se usa cuando estos están muy separados o muy juntos para una lectura el tamaño del *kerning* debe ser proporcional al valor de la letra o sea si en el texto el valor de la letra es 12 puntos, el mismo valor tendrá el *kerning*.

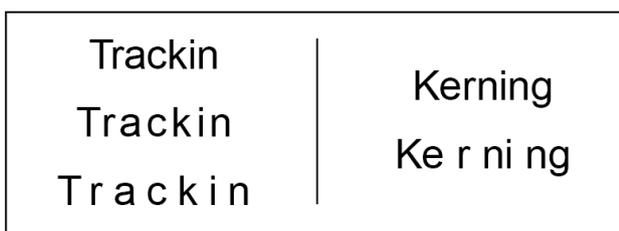


Imagen 24. (2013). *Tracking y kerning diferencia*. [Vector]. Fuente: El Autor

**Tracking:** sirve para ajustar el espacio entre un grupo seleccionado de caracteres, esto hace que los cuerpos pequeños se abran y los más pequeños se cierren, cuando el texto es muy grande se debe apretar el *tracking* para hacer más pequeño el texto.

Tracking Normal	Tracking Abierto	Tracking Apretado
<p>Cabo. Um exerspi cimiliquodi odi conserferate sollestrum everferovid maios ad et elicae assi qui quiatur alibusda sim quia natur mosti utectibea quis derrum labore pligent.</p> <p>Henihicipis esequas doluptatum harum connim vellor si antemolores ullatus mod essita parum nobita quae landignam quam intibus</p>	<p>Cabo. Um exerspi cimiliquodi odi conserferate sollestrum everferovid maios ad et elicae assi qui quiatur alibusda sim quia natur mosti utectibea quis derrum labore pligent.</p> <p>Henihicipis esequas doluptatum harum connim vellor si antemolores ullatus mod essita parum nobita quae landignam quam intibus</p>	<p>Cabo. Um exerspi cimiliquodi odi conserferate sollestrum everferovid maios ad et elicae assi qui quiatur alibusda sim quia natur mosti utectibea quis derrum labore pligent.</p> <p>Henihicipis esequas doluptatum harum connim vellor si antemolores ullatus mod essita parum nobita quae landignam quam intibus</p>

**Imagen 25.** (2013). *Clases de Tracking*. [Vector]. Fuente: El Autor

Composición de textos:

Alineación izquierda: todo el cuerpo de texto nace desde un mismo punto y termina donde acaba la última palabra de esta composición, es la más asimétrica y los espacios que hay entre palabras son equidistantes, lo cual permite que se vea un solo cuerpo de texto.

Cora veraped earit, omnis est, cores-  
ti bustia sus dollorr umendic tes im  
aut dolupti busdae omnis quuntem  
eate prae imiliquidio. Ebitatia dessi  
officip ienditassit ad earchitius exerit,  
te sitatume conet ad ma voluptaest,  
optibus, cores re ni quo voles eatius  
qui comnisque perciur

**Imagen 26.** (2013). *Alineación Izquierda*. [Vector]. Fuente: El Autor

Alineación derecha: se alinean al lado contrario de donde se empieza la línea de texto y comúnmente se lo usa para los pies de páginas en imágenes donde queremos que la cita no se mezcle con el texto.

Cora veraped earit, omnis est, cores-  
ti bustia sus dollorr umendic tes im  
aut dolupti busdae omnis quuntem  
eate prae imiliquidio. Ebitatia dessi  
officip ienditassit ad earchitius exerit,  
te sitatume conet ad ma voluptaest,  
optibus, cores re ni quo voles eatius  
qui comnisque perciur

**Imagen 27.** (2013). *Alineación Derecha*. [Vector]. Fuente: El Autor

Texto Centrado: se la usa por lo general en encabezados y para darle simetría al texto dando un valor uniforme a los extremos de la línea de texto. Los párrafos de este texto no se ven bien porque salen del cuerpo de texto como puntas y no tiene uniformidad.

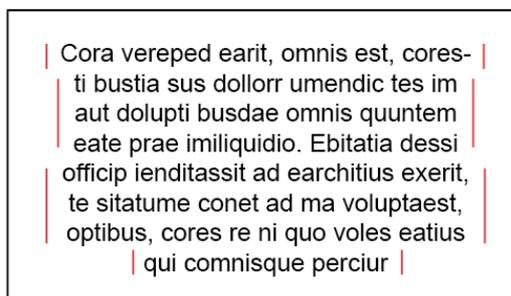


Imagen 28. (2013). *Texto Centrado*. [Vector]. Fuente: El Autor

Texto Justificado: La que debemos usar siempre por su simetría y composición, la característica especial de esta justificación es que crea espacios entre palabras para que todo su texto quede uniforme en los extremos. Si se llegaron a producir “ríos” en el texto se debe arreglar con el *tracking* y  *Kerning*.

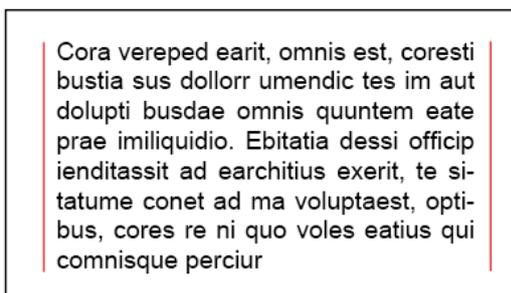


Imagen 29. (2013). *Texto Justificado*. [Vector]. Fuente: El Autor

### **Párrafo:**

Es el cuerpo de texto que esta conformado por varias oraciones las cuales tiene sentido, dirección y una idea central. En el cual existen uno o varios temas implicados. Así lo define Raúl Vallejo, escritor Ecuatoriano:

El párrafo es un conjunto de oraciones que sostienen una idea de apoyo sobre un asunto [...] la extensión del párrafo no es fija y depende del estilo del autor, sin embargo, un rango aceptable es el que va entre cinco y doce líneas.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> Vallejo, Raúl. *Manual De Escritura Académica Guía Para Maestros Y Estudiantes*. Corporación Editora Nacional, Ecuador. 2006

María Teresa Serafini, lo define así:

Los párrafos están separados entre sí por puntos y aparte, que evidencian la transición del uno al otro. Con frecuencia el párrafo coincide con el apartado, pero en el caso de unidades de información largas y complejas, un párrafo puede estar integrado por dos o tres apartados, e incluso más.<sup>28</sup>

Es necesario gozar de una buena ortografía y tener presente los signos de puntuación a la hora de escribir un párrafo, para que éste sea del agrado del lector. No es recomendable hacer muy extenso el texto ya que cansa la vista del lector y podría aburrir a la mitad del texto.

Para indicar los saltos de párrafo existen algunos métodos usados, uno de ellos es el signo calderón (§) donde se vea este signo en el texto se entiende el salto de párrafo, este signo es un residuo de los manuscritos medievales aunque hoy en día no se utiliza mucho porque resulta difícil leer el siguiente párrafo. También se lo puede hacer con la sangría, ésta debe ser del mismo tamaño que tiene el cuerpo de texto (sangría estándar).

Sangría francesa: esta sangría incorpora elementos tipográficos como puntos, flechas y otros ornamentos que resaltan del texto, pueden estar dentro o fuera del cuerpo de texto.

Sangría Francesa	Sangría Estandar	Punto Calderon
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Udenitaeris cone volēs dit, cumqui optur sunt iab illoreprae exerspi storum quat optas modit, quamusa nditat ea nonem ex elicaboria acerchi caborita</li> <li>• Alic testi aut quis eseces eaquiae. Nem res nim dus quod entis nonsequi sitate delenis sectate perrum lautem facidus solum nus, et veligen daerrovit</li> <li>• Exerunditas ut expersperum re etur, et harum quia ipsamenis et ditat magnita ipsu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Um fuga, sumquiatist nonet ommo torum eveliquas que peribea quid que inctaer orenias aspeliquid qui audae volupta tinvellores et.</li> <li>— Nequis dit et quid ent, omnimagnam di aut isimusape voloria doluptassit ut evelibu samusciatur sunt, vel et omniatem audamus, tem fuga quid que inctaer orenias.</li> <li>— Videbisi deliquias eaquundit qui cone si bearuptur, nist, commolu pissit harit fugia volorita a num utest eribus</li> </ul>	<p>Um fuga, sumquiatist nonet ommo torum eveliquas que peribea quid que inctaer orenias aspeliquid qui audae volupta fuga (§) Nequis dit et quid ent, omnimagnam di aut isimusape voloria doluptassit ut evelibu samusciatur sunt, vel et omniatem audamus, tem fuga quid que inctaer orenias corpus (§) Videbisi deliquias eaquundit qui cone si bearuptur, nist, commolu pissit harit fugia volorita a num utest eribus, cuptate mpeles aut elianda nia di omnimus doluptatius arumet ut aut.</p>

Imagen 30. (2013). *Sangrías*. [Vector]. Fuente: El Autor

Uno de los principales y garrafales errores cometidos por los diseñadores dentro de la composición editorial son no cuidar las líneas viudas, que es una línea corta que queda al final de la columna de texto; y la líneas huérfanas, que es una línea corta de texto que queda sola al principio del texto. Pero existe una solución para corregir estos errores y consiste en justificar los saltos de línea y

<sup>28</sup> Serafini, María Teresa. *Cómo se Escribe*. Editorial Paidós, Barcelona. 1994

también usando el *Tracking* o a su vez el *kerning* para de esta manera el estilo visual del párrafo sea el adecuado.

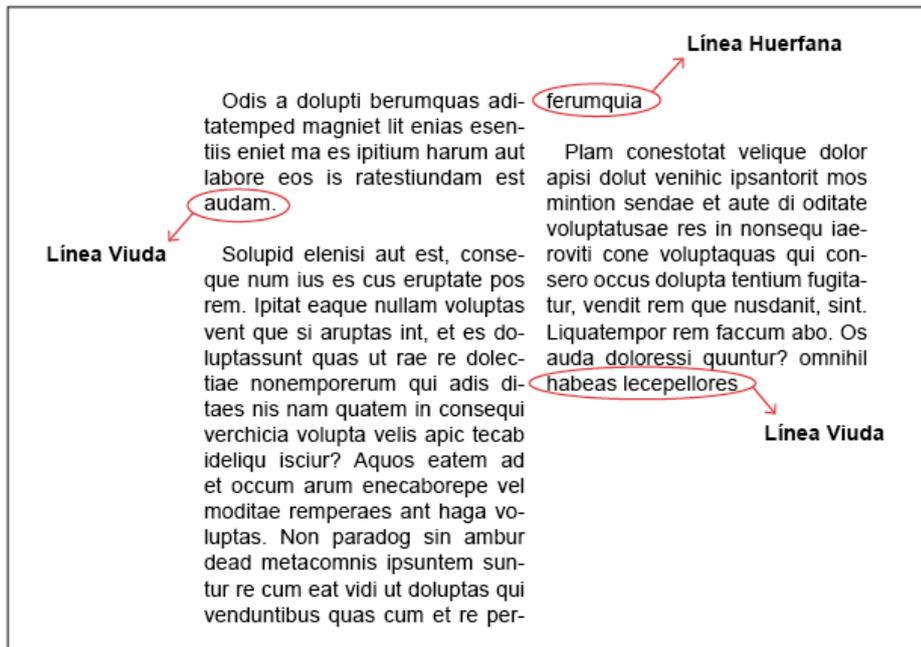


Imagen 31. (2013). *Lineas Viudas & huérfanas*. [Vector]. Fuente: El Autor

### Interlineado:

Es el espacio que se puede modificar entre las líneas de texto, como vemos en el ejemplo (Véase imagen 32) el interlineado afecta a todas las líneas de texto seleccionado por igual. Esto hace que el lector goce de una buena lectura y tenga continuidad, aunque no es recomendable que las líneas de texto estén muy pegadas ya que esto ocasionaría que el lector se pierda en su lectura por no seguir con la siguiente línea de texto, por eso es recomendable usar interlineado 1,5 líneas, en el texto.

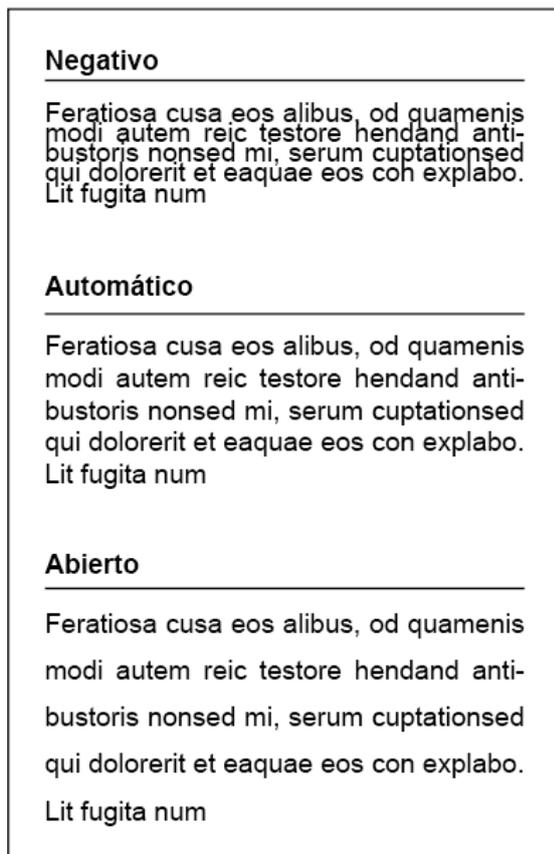


Imagen 32. (2013). *Interlineado*. [Vector]. Fuente: El Autor

En el texto se debe jerarquizar los temas a tratar dentro del mismo, por eso es necesario el uso de los llamados “titulares” estos sugieren un grado de importancia o a la vez separación de los capítulos. Todos los titulares deben conservar una misma línea grafica, pueden cambiar de capítulo a capítulo, por ejemplo si en el primer capítulo tenemos un Titular A con 16 puntos, en negrita y en caja alta, deberá conservarse así hasta en el último capítulo, esto en razón de que el lector pueda tener una referencia definida del grado de jerarquía que se esta tratando.

### **Titulares A**

Son los titulares principales del texto, los de mayor jerarquía, indican la separación de dos temas, aquí el lector va a tener un marcado descanso de lectura.

### Titulares B

Es una subdivisión de los titulares A, se los usa generalmente para reforzar la idea general del título con un tema que tiene relación y que ayudará al lector a entender mejor lo leído, tiene mucha relación con el tema principal. Estos no deben ser tan llamativos, si no mas bien un poco más pegados al texto y con continuidad.

### Titulares C

No siempre se usa estos titulares, dentro de la jerarquía de los titulares están dentro de una rango menor, por lo tanto éstos no deben interrumpir la lectura y continuidad del texto, es decir, se los puede marcar con una letra cursiva para que se entienda que no son parte del texto central y diferenciar de los titulares.

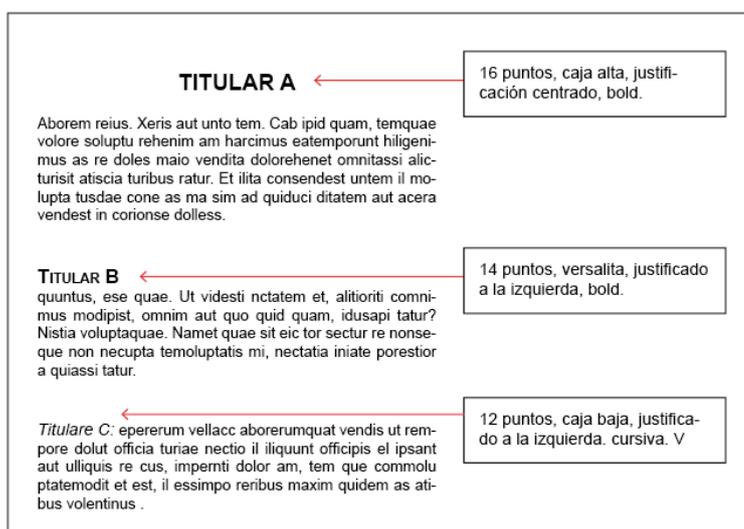


Imagen 33. (2013). *Titulares*. [Vector]. Fuente: El Autor

Pero éstas no son las únicas maneras de jerarquizar en el texto, existe una infinidad de formas, pero los titulares son los más utilizados ya que va a depender del diseñador establecer los parámetros adecuados para formar sus titulares según el material que esta trabajando, podrá manejar grosor, estilos, colores, etc.

### Columna:

Una columna dentro del ámbito periodístico es un espacio físico en un papel o espacio de cobertura, donde las opiniones del autor no necesariamente reflejan los pensamientos del dueño del periódico, la misma deben tener un título, una idea central y una conclusión.

Hablando dentro el diseño editorial, existen algunos formatos para aplicar las columnas dentro del material impreso, esto para ayudar a la lectura y también como estilo gráfico. El diseñador tiene la libertad de componer según sean sus conveniencias, pero no siempre es así, hay veces en las que se debe regir a algunos formatos y adaptarse a ellos.

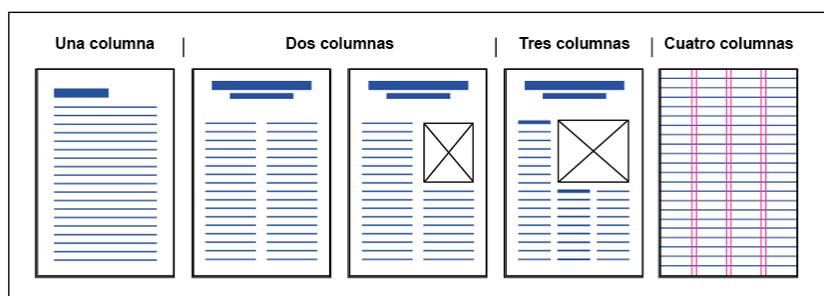
Los márgenes o espacios en blanco que cubren al cuerpo de texto deben ser bastante significativos y , esto va depender del trabajo y formato que estemos realizando (véase imagen 34).

Formatos de una columna, en su mayoría son libros los que usan una sola columna en razón de que el lector no tiene mayores distracciones ya que radica en su imaginación la potencia de la lectura. Una sola mancha de texto.

Formatos de dos columnas, en columnas dobles es mucho más dinámico el texto y aquí se puede incluir imágenes al texto para darle color al impreso y hacerlo más llamativo.

Formatos de tres columnas, aquí se puede jugar con las imágenes y el texto mucho mas dinámico que las anteriores usado en su mayoría en columnas de periódicos.

Formato de cuatro columnas, dentro de esta composición las imágenes y el texto amplio suelen ser manejados fácilmente, usado en revistas y periódicos, pero hay que cuidar el número de columnas ya que de esto va depender el valor del cuerpo de texto.



**Imagen 34.** (2013). *Columnas*. [Vector]. Fuente: El Autor

### 3.2.6. Tipografía.

La tipografía es una rama del diseño gráfico en la cual los símbolos considerados letras tiene participación esencial dentro del mismo y dentro de la cual se estudia forma, tamaño, estilo, familias y anatomía de la letras así como de las diferentes escrituras que hasta ahora conocemos.

Es así que cuentan con un sistema de medición que nos ayuda a organizar mejor nuestras composiciones, de esta manera la comunicación visual será comprensible para el público. Tiene una significación histórica tan grande, que la humanidad ha ido evolucionando de la mano con la tipografía. El desarrollo intelectual de las personas nos han permitido asociar las diferentes épocas de la historia con las formas y ornamentos de las tipografías, tan así que en la actualidad el minimalismo en la tipografía representa al futurismo y las tipografías con ornamentos y gruesas nos llevan a la edad media donde las ilustraciones tiene su origen.

Pero no siempre fue así, antes la comunicación oral era la única que se practicaba, con el trascurso de los años y con la búsqueda de nuevas formas de comunicación apareció la escritura, hecho que cambiaría la historia de la humanidad, con la cual hasta el día de hoy nos ha servido para comunicarnos, de la misma manera la invención del libro fue un soporte sustentable para la comunicación escrita.

La Licenciada Dalia Alvares Juárez, de la Universidad de Londres denomina “Tipografía a la disciplina que dentro del Diseño Gráfico estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales.”<sup>29</sup> La tipografía entendida como disciplina educativa viene a producir y a profundizar en el estudio de los alcances que tiene el diseño gráfico como tal.

Paco Rafols entiende a la tipografía así, “Se denomina tipografía al estudio y clasificación de las diferentes familias o tipos de letras, así como el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes.”<sup>30</sup>

Siguiendo una estructura y líneas que usaremos como guías para determinar las alturas de las letras:

---

<sup>29</sup> Álvarez Juárez, Dalia. *Introducción a la Tipografía*. (pdf) México. 2010

<sup>30</sup> Rafols, Paco. *Fundamentos De Diseño Tipografía*. Editorial Benicarló, España. 2010



Imagen 35. (2013). *Estructura de líneas tipográficas*. [Vector]. Fuente: El Autor

Altura equis como vemos en la imagen 25 es la altura de las letras cuando están en caja baja o minúsculas, cuando no existen ascendentes ni descendentes son delimitadas por la línea media y la línea base. La altura de las mayúsculas estará limitada por la línea ascendente y la descendente así como de las prolongaciones de las letras de caja baja. En algunas tipografías las prolongaciones de la caja baja será más grande que la altura de las mayúsculas.

### 3.2.7. Legibilidad de la Tipografía.

El diseñador antes de intentar componer debe saber que la legibilidad del texto va a ayudar a que el trabajo final guste o no, para esto se debe dominar ciertas reglas y escoger una tipografía legible que destaque su expresividad en la lectura, de esta manera el diseñador podrá trabajar libremente.



Imagen 36. (2013). *Legibilidad del cuerpo de texto*. [Vector]. Fuente: El Autor

En primer lugar la tipografía escogida debe ser con caracteres abiertos y que estén en igual proporción (Arial, Helvética) no es recomendable usar caracteres con irregularidades porque son menos legibles en la lectura (comic sans) hace que las cajas de texto se vean desordenadas. Una vez escogida la tipografía debemos darle espacio o aire para eso trabajamos con el interlineado, ahora se

podrá darle tamaño a la tipografía y crear armonía entre estos tres para facilitar la lectura.

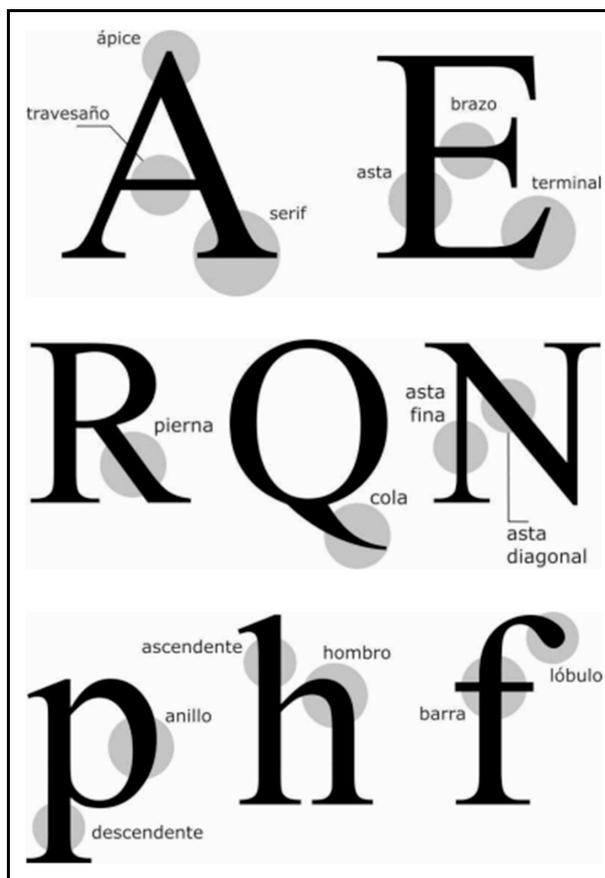
### 3.2.8. Familias Tipográficas.

Antes de profundizar en este tema es necesario tener claro algunos conceptos básicos como que significa familias y fuentes tipográficas:

Familias Tipográficas: como su nombre mismo lo indica son miembros de una misma familia pero que tienen rasgos propios y algunas variaciones. Son un conjunto de letras que tienen un mismo diseño que las caracteriza.

Fuentes Tipográficas: es como se ve, es la apariencia de la tipografía de la cual podemos cambiar su grosor, estilo y tamaño.

Anatomía Tipográfica: analizaremos a breves rasgos para estar familiarizados con los nombres y elementos que trataremos más adelante.



**Imagen 37.** (2008). Pepe, Eduardo Gabriel. *Anatomía Tipográfica*. [Vector]. Recuperado del Libro: "Tipografía Expresiva" (p. 03)

La clasificación de las tipografías, según *Francis Thibaudeau* (tipógrafo francés) va de la mano con la evolución de las letras, él las clasificó por una particularidad que tienen en común entre el *serif* y las asta, de tal manera que se dividieron así: Romana Antigua, Romana de transición, Romana Moderna, Egipcia, San Serif e Incisas.

### Clasificación Tipográfica De Thibaudeau

Con Serifas		
Mh	Mh	Mh
Romana Antigua <i>Garamond</i>	Romana Moderna <i>Bodoni</i>	Egipcia <i>Rockwell</i>
Sin Serifas		
<b>Mano Gill</b>		
De Palo Seco, Antigua, Grotasca <i>Helvetica, Gill Sans</i>		
Otras Tipografías		
<i>Ald</i>	<b>FIESTA!</b>	
Manuscrita <i>Callie Hand</i>	De Fantasía, Decorativas <i>FrankfurterHigD</i>	

**Imagen 38.** (2013). *Clasificación Tipográfica De Thibaudeau*. [Vector]. Fuente: El Autor

La clasificación de las tipografías según, *Maximilien Vox* (tipógrafo francés) la realizó en el año de 1954 y más adelante con la colaboración de la Asociación Tipográfica Internacional (*ATypI*) ayudó a traducirla al inglés y alemán para su uso universal, y la clasificó en tres grandes grupos:

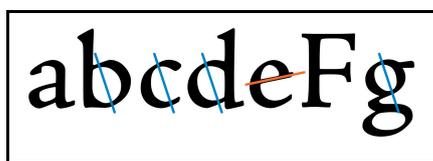
Humanas, Gerdas y Reales que constituyen la trilogía de los caracteres clásicos o históricos. Didonas, Mecanas y Lineales que forman la trilogía de las modernas. Las Incisas, Escritas y Manuales que son las de inspiración caligráfica.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Autor Desconocido. "Descripción Y Clasificación Tipográfica". Recuperado de: [www.catedratecno1.com.ar](http://www.catedratecno1.com.ar). Acceso: 29 Abril 2013

Además de estos tres grupos la *L'ATypI* ayudó a clasificar dos nuevas categorías siendo las Góticas, con rasgos medievales. Y las No Latinas, todas las tipografías que no tienen caracteres latinos.

### 1. Las Humanas:

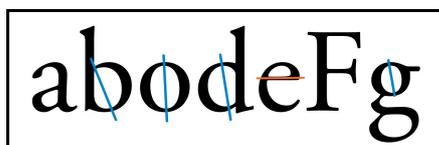
Nacieron en Venecia a finales del siglo XV sus características son: el palo es fino pero también puede ser grueso, la letra “e” esta inclinada esto se evidencia en otros de sus caracteres (a) las mayúsculas o caja alta son del mismo porte que las ascendentes, los trazos terminales son gruesos e inclinados, el espaciado es amplio y la mancha de su cuerpo de texto es intenso.



**Imagen 39.** (2010). Blog Maquinas y Fieras. “*Clasificación tipográfica de Maximilien Vox Humanas*”. [Vector]. Recuperado de: [www.maquinasyfieras.blogspot.com](http://www.maquinasyfieras.blogspot.com)

### 2. Las Gerdalas:

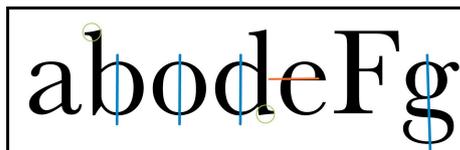
Llamadas en honor al grabador francés *Claude Garamond* sus características son: el contraste entre minúsculas y mayúsculas es equilibrado, la letra “e” esta perpendicular al horizonte lo que hace esta tipografía uniforme, ascendente oblicua, trazos terminales cuadrados, la altura de las mayúsculas es superior a las ascendentes y la mancha de texto es de apariencia media, no tan oscura.



**Imagen 40.** (2010). Blog Maquinas y Fieras. “*Clasificación tipográfica de Maximilien Vox Gerdalas*”. [Vector]. Recuperado de: [www.maquinasyfieras.blogspot.com](http://www.maquinasyfieras.blogspot.com)

### 3. Las Reales o de Transición:

Nacidas del clasicismo del siglo XVII sus características son: sus ejes verticales, sus terminaciones son angulosos y en otros cuadrados, la “e” es totalmente horizontal, los trazos de las de caja baja son oblicuos.



**Imagen 41.** (2010). Blog Maquinas y Fieras. “*Clasificación tipográfica de Maximilien Vox Reales o de Transición*”. [Vector]. Recuperado de: [www.maquinasyfieras.blogspot.com](http://www.maquinasyfieras.blogspot.com)

#### 4. Las Didonas:

En Italia Bodoni y en Francia Didot aparecieron en el siglo XIX sus características son: contraste muy notorio entre palos gruesos y finos, sus ejes son verticales, trazos terminales horizontales en otros filiforme, el texto deja un espaciado estrecho.



**Imagen 42.** (2010). Blog Maquinas y Fieras. “*Clasificación tipográfica de Maximilien Vox Didónas*”. [Vector]. Recuperado de: [www.maquinasyfieras.blogspot.com](http://www.maquinasyfieras.blogspot.com)

#### 5. Las Mecanas:

Nacen en Inglaterra en 1817 usados para trabajos de publicidad de esa época sus características: no existe diferencia entre el grosor de sus trazos, sus terminaciones son del mismo grosor que sus astas, la “g” no es muy marcado su ascendente, su espaciado es ancho.



**Imagen 43.** (2010). Blog Maquinas y Fieras. “*Clasificación tipográfica de Maximilien Vox Mecanas*”. [Vector]. Recuperado de: [www.maquinasyfieras.blogspot.com](http://www.maquinasyfieras.blogspot.com)

## 6. Las Lineales:

Del grupo de las San Serif o palo seco en esta clasificación de Vox subdivide esta clasificación en las Grotescas, Geométricas y Humanísticas. Las características entre estas tres no varía mucho por eso no surgió la necesidad de crear una agrupar estas entre sus características las geométricas son creadas a partir de figuras geométricas, las humanísticas sus proporciones son iguales en todas y las grotescas, una ligera cuadratura en las curvas.



**Imagen 44.** (2010). Blog Maquinas y Fieras. "Clasificación tipográfica de Maximilien Vox Lineales". [Vector]. Recuperado de: [www.maquinasyfieras.blogspot.com](http://www.maquinasyfieras.blogspot.com)

## 7. Las Incisas:

Esta tipografía es una mezcla entre las romanas tradicional y las san serif, sus terminaciones son como un triángulo en las de caja alta y baja, estrecho palo en la mitad de los trazos perfectas para denotar un clásico con tendencia moderna.



**Imagen 45.** (2010). Blog Maquinas y Fieras. "Clasificación tipográfica de Maximilien Vox Incisas". [Vector]. Recuperado de: [www.maquinasyfieras.blogspot.com](http://www.maquinasyfieras.blogspot.com)

## 8. Las Escritas o Caligráficas:

Inspiradas en la escritura caligráfica las minúsculas se entrelazan unas con otras y las de caja alta son notablemente más grandes el cuerpo de texto de estas es normal no es muy oscuro y tiene continuidad.



**Imagen 46.** (2010). Blog Maquinas y Fieras. “*Clasificación tipográfica de Maximilien Vox Escritas*”. [Vector]. Recuperado de: [www.maquinasyfieras.blogspot.com](http://www.maquinasyfieras.blogspot.com)

#### 9. Las Manuales:

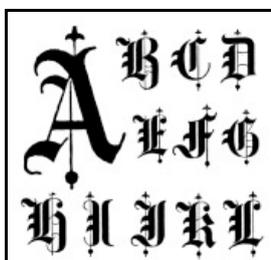
Inspiradas en la forma de escribir tradicionalmente o manual y su apariencia va a variar dependiendo del utensilio con el que se este escribiendo (lápiz, marcador, pluma) no es muy estilizada da la impresión que fueron hechas rápidamente sin cuidado.



**Imagen 47.** (2010). Blog Maquinas y Fieras. “*Clasificación tipográfica de Maximilien Vox Manuales*”. [Vector]. Recuperado de: [www.maquinasyfieras.blogspot.com](http://www.maquinasyfieras.blogspot.com)

#### 10. Las Góticas:

En este grupo están las escrituras medievales, las góticas y las civiles, las mayúsculas siempre están adornadas. La gótica es más agresiva, la civil son más flexibles como hechas a pluma, la gótica es más lenta con más detalles y la civil es más dinámica, las dos son de la edad media.



**Imagen 48.** (2010). Nathan Stitt. “Vector mayúsculas conjunto de letra gótica”. [Ilustración]. Recuperado de: [www.es.123rf.com](http://www.es.123rf.com)

## 11. Las No Latinas:

En este grupo minúsculo están todas los caracteres que no están basados en las escrituras latinas. Siempre tiene los mismo rasgos.



**Imagen 49.** (2009). "Idioma". [Ilustración]. Recuperado de: <http://camboya.wordpress.com/idioma/>

### 3.2.9. Diagramación.

Diagramación es organizar armoniosamente los elementos de una composición gráfica dentro de un espacio determinado, de este orden específico va depender la legibilidad y su pregnancia en el lector o público, así que dentro del diseño editorial debemos tener presente algunos elementos como el formato, tipografía, retícula, color, etc.

Organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores).<sup>32</sup>

Por ejemplo si se va a trabajar en una revista la cual su tema general son los deportes, el impreso deber seguir con esta temática para lo cual buscaremos componentes que reafirmen el tema y que creen este ambiente al lector, los aspectos en este campo son la retícula que la utilizaremos para la estructura del cuadro de texto, el estilo tipográfico que haga referencia al tema y los elementos extras que serían imágenes, texturas entre otros.

El título deberá resaltar y llamar la atención del lector y su cuerpo de texto deberá ser lo más resumido posible para que la mancha de texto no canse en la vista rápida y el lector pueda quedarse a leer la información.

<sup>32</sup> Tobar, Magda. "Fundamentos de diagramación – Diseño Grafico y Diagramación". Internet. [www.wikilearning.com](http://www.wikilearning.com)  
Acceso: 02 de Mayo 2013

Con respecto a la composición de las páginas, éstas deben marcar un inicio y fin del tema evidente, con respecto a la estructura, la portada, debe vender y expresar el nivel intelectual de su contenido. Estos elementos van a permitir que nuestra publicación impresa tenga la fuerza necesaria para competir con las demás y tenga éxito en las ventas.

Paco Rafols en su libro *Netdisseny* (España) escribe un artículo llamado Fundamentos de diseño – composición, este hace referencia al tema definiendo así a la diagramación:

adecuar distintos elementos gráficos dentro de un espacio visual, que previamente habremos seleccionado, combinándolos de tal forma que todos ellos sean capaces de poder aportar un significado para transmitir un mensaje claro a los receptores del mensaje.<sup>33</sup>

A estos diseños podemos agregar dos maneras artísticas de cómo organizar, la primera es disponer de varios elementos para expresar decorativamente una sensación y otra es con la utilización de los elementos se crea un todo satisfactorio en el cual respete equilibrio, armonía y estar bien ubicadas.

### **3.2.10. Composición.**

La composición viene a ser la adecuación de los distintos elementos gráficos que estamos usando en el espacio visual, para que combinados sean capaces de comunicar a su grupo objetivo, transmitiendo un mensaje claro. Así lo define Marissa R. como un “Término usado en el diseño, la pintura, la fotografía y la escultura se aplica para hacer uso equilibrado de los distintos elementos gráficos dentro de un espacio de trabajo”<sup>34</sup>

Reglas Básicas de la Composición:

1. La vista debe tener una guía para ello es necesario poner al sujeto u objeto principal en uno de los cuatro puntos de atracción (Ley de los tres tercios), el

---

<sup>33</sup> Rafols, Paco. *Fundamentos del Diseño Composición*. España, Netdisseny Diseño Industrial. 2010

<sup>34</sup> R, Marissa. Composición en Diseño Editorial. Internet: [www.groppeimprenta.com](http://www.groppeimprenta.com). Acceso: 02 de Mayo 2013

segundo elemento representativo en otro punto fuerte el cual equilibre las cosas y de dinamismo al trabajo final, el centro no debe usarse a menos que la connotación sea de calma y reposo.

2. Los espacios deben estar bien usados, debe existir aire en la composición y evitar que masas compactas usen todo el lienzo para que el objeto principal sea más llamativo.

3. Las cosas que de por si llaman la atención ya sea por su color o por su extensión, debes dejarlas en segundo plano en lo que en verdad debemos fijarnos es en las cosas simples para que estén a la altura de las otras.

4. Una vez más aplicando la ley de los tres tercios debemos procurar que si hay una línea horizontal marcada ésta debe ocupar el tercio superior o inferior como sea el caso.

5. Las líneas dentro de una composición nos dan la lectura que deseamos pero hay que tener en cuenta que hay que equilibrar estas líneas para que no parezca todo botado hacia un solo lado, por eso si usamos una línea oblicua se deberá compensar con otra contraria para darle equilibrio como lo dice la ley de contraste.

6. Se denomina una buena composición a la cual los elementos que se colocó den una línea de lectura o seguimiento, esto vendría a ser la columna y los elementos sus partes.

7. Al usar íconos en nuestras composición, éstos no deben ser contradictorios a las expresiones que estamos tratando, no puede haber contradicciones entre el texto y sus partes.

### **3.2.11. Reticula.**

Hay que tener en cuenta que antes de componer debemos definir el documento y la superficie donde se va a desarrollar. El papel, lo primero que debemos definir es la orientación del mismo que puede ser horizontal o vertical, luego definimos el tamaño los cuales existen varios formatos a elegir y por último para la realización del producto es necesario tener las herramientas necesarias como un *software* que son muy útiles y nos ayudarán a facilitar el trabajo, entre ellos están: *InDesing*, *Quark Xpress* entre otros.

Algunos autores como Gonzáles M. dicen que retícula “No es más que un instrumento para medir y organizar los espacios y los elementos de la composición de forma coherente y equilibrada.”<sup>35</sup> A continuación citaremos más definiciones de otros editores.

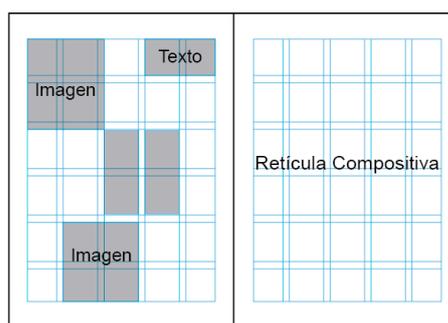
Los autores del libro “Retículas” *Ambroise* y *Harris* la definen así:

Es el marco básico con el que se crea un diseño. Proporciona una estructura de referencia que orienta la situación de los elementos que forman la anatomía de un diseño, como texto, imágenes e ilustraciones.<sup>36</sup> (*HARRIS & AMBROISE: 2008, p.27*)

*Müller-Brockmann* dicen en su libro “Sistema de Retículas” que:

“Determinan las dimensiones constantes de las cotas y del espacio. El número de divisiones reticulares es prácticamente ilimitado [...] facilita al creador la organización significativa de una superficie o espacio”<sup>37</sup> (*MÜLLER-BROCKMANN: 1982, p.11*)

¿En qué consiste la retícula compositiva? En los elementos de la estructuración de la página con la finalidad de dar orden y estética también se la puede considerar como la plantilla, es recomendable usarla cuando consideramos hacer un proyecto de varias páginas para que éste tenga una misma línea y división gráfica.



**Imagen 50.** (2013). *Reticula Compositiva*. [Vector]. Fuente: El Autor

<sup>35</sup> Gonzales, M. “Diseñar y Diagramar una Revista”. Internet: [www.uca.edu.sv](http://www.uca.edu.sv). Acceso: 02 de Mayo 2013

<sup>36</sup> Ambroise, Gavin. & Harris, Paul. *Retículas*. España, Parramón Ediciones S.A. 2008

<sup>37</sup> Müller-Brockmann, Josef. *Sistema de Retículas*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili. 1982

La retícula conforma estos elementos: márgenes y espacio de mancha, columnas, calles, *baseline grid* o rejilla, módulos y líneas de flujo.

1. Márgenes o Espaciado: aquí se encuentra el margen exterior o de corte, en los libros es más angosto que el margen interior, en la publicidad los dos son del mismo tamaño; Margen interior o lomo en los libros es más amplio por el margen de error del empastado; Margen superior o cabeza y margen inferior.



Imagen 51. (2013). *Márgenes y espacio de mancha*. [Vector]. Fuente: El Autor

2. Columnas: las columnas se determinan según las preferencia del editor y son de forma vertical porque es agradable a la percepción de la vista si ellas están equidistantes.

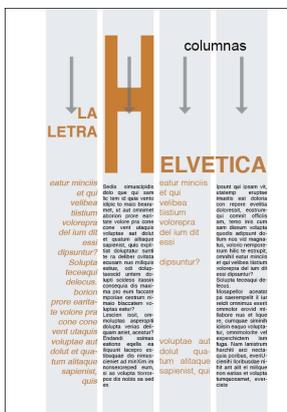


Imagen 52. (2013). *Columnas*. [Vector]. Fuente: El Autor

3. Calles: este espacio debe ser lo suficientemente notable para que las columnas de texto no se mezclen, estos espacios generan aire en el texto.

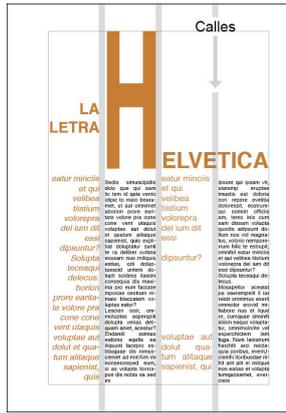


Imagen 53. (2013). Calles. [Vector]. Fuente: El Autor

4. Rejilla: son las líneas guías de las letras y los elementos se ubican horizontalmente ayudan para que los elementos tengan equilibrio.

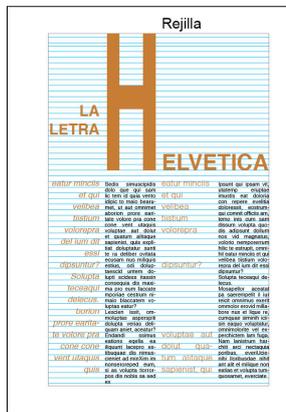


Imagen 54. (2013). Rejillas. [Vector]. Fuente: El Autor

5. Módulos: son los espacios de trabajo que se crean por los intervalos regulares los cuales son creados por las filas y columnas.

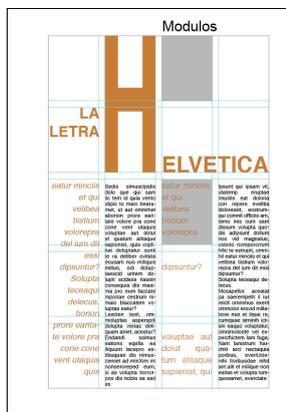


Imagen 55. (2013). Módulos. [Vector]. Fuente: El Autor

6. Líneas de Flujo: Son líneas horizontales que guían al ojo a través del documento para crear un espacio entre los titulares y el texto y también las imágenes.

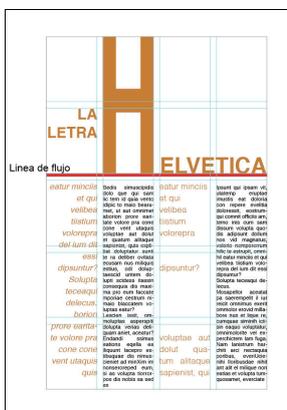


Imagen 56. (2013). Líneas de Flujo [Vector]. Fuente: El Autor

La retícula impone en el área de trabajo uniformidad para trabajar ordenadamente y acotar el tiempo de trabajo, trabajar con ellas va a solucionar problemas visuales y se va volver un trabajo mecánico porque se tiene predeterminado dónde van los elementos de la composición.

**3.2.12. La Regla Aurea.**

En el diseño editorial siempre existe la complicación de la distribución del espacio en una forma acertada, pero la verdad es que no existe una regla que normalice este proceso, pero si existe una fórmula que nos permite dividir al espacio de trabajo en tres partes iguales creando un efecto estético agradable y proporcional a la vista del público la cual es muy eficaz y utilizada, la llamada Regla Aurea o Sección Áurea.

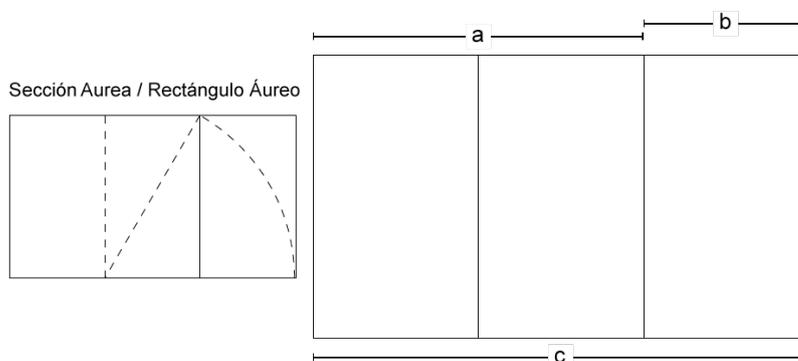


Imagen 57. (2013). Sección Aurea / Rectángulo Áureo. [Vector]. Fuente: El Autor

Creada en Roma por *Marco Vitruvio Polión* (arquitecto) del siglo I A.C. con sus cálculos matemáticos ideó un sistema de división rectangular los cuales se dividieran en tres partes tanto vertical como horizontal, explicado de otra forma por Paco Rafols así “bisecando un cuadro y usando la diagonal de una de sus mitades como radio para ampliar las dimensiones del cuadrado hasta convertirlo en "rectángulo áureo”<sup>38</sup>

En la (imagen 57) podemos observar las proporciones equitativas siendo  $a:b = c$ . Si ponemos los elementos gráficos dentro de este sistema proporcional el resultado que vamos a obtener será un equilibrio en el resto del diseño.

### 3.2.13. Sección de Oro de un Libro.

Cuando unimos las dos páginas de un libro podemos armar una estructura que nos permitirá medir la sección de oro para crear los márgenes, este margen es el espacio en blanco o aire que necesita nuestro libro.

Este punto áureo es exactamente donde el ojo caerá o mirará por primera vez que es en la parte superior derecha de la hoja.

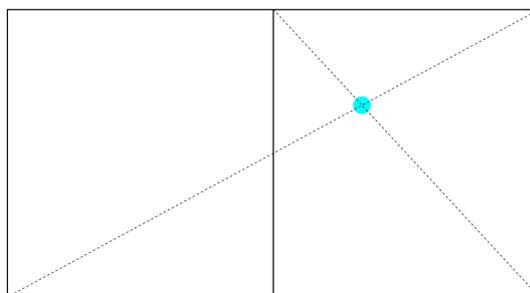


Imagen 58. (2013). *Sección de Oro de un Libro*. [Vector]. Fuente: El Autor

### Composición Áurea de un libro.

Una vez que hemos determinado el primer punto áureo de las dos caras de las páginas se puede sacar dos puntos que sirven como referencia para los márgenes y los titulares. Para obtener estos puntos siguientes es necesario trazar una horizontal y una vertical del punto 1, unimos (c,d) y el punto que corta

<sup>38</sup> Rafols, Paco. *Fundamentos del Diseño Composición*. España, Netdisseny Diseño Industrial. 2010

es 2, para sacar el 3 repetimos el procedimiento pero ahora con el punto 2. (véase imagen 49)

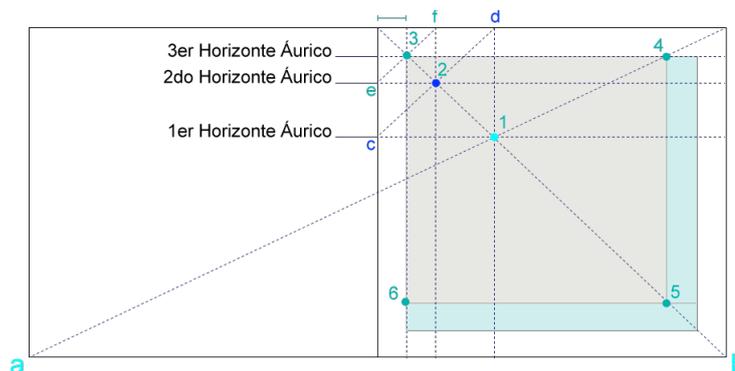


Imagen 59. (2013). *Composición Áurea de un Libro*. [Vector]. Fuente: El Autor

### 3.2.14. La Sucesión de *Fibonacci*

Debe su nombre a Leonardo de Pisa, más conocido como Fibonacci era un matemático que se dio a conocer por este descubrimiento que trata de una sucesión trivial de números donde el tercer número es la suma de sus dos anteriores. (1-1-2-3-5-8-13-21-34-55-89-144-...) con esta sucesión se puede obtener rectángulos o cuadrados de igual proporción pero en diferentes escalas.

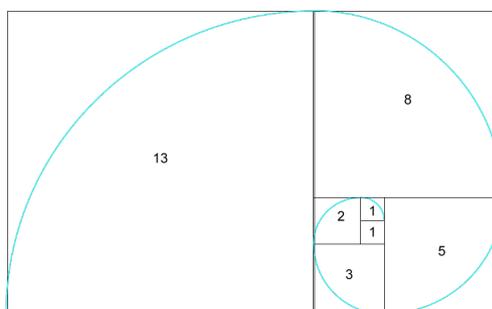


Imagen 60. (2013). *La Sucesión de Fibonacci*. [Vector]. Fuente: El Autor

### 3.2.15. Formato.

Impresión de pequeño formato: dentro de este grupo encontramos todos los impresos que son directamente transportables para compartirlo o transportarlo con facilidad. Se las puede usar en la mayoría de soportes, con respecto a su costo podemos ahorrar en este formato y se lo puede producir en grandes cantidades, estamos hablando de tarjetas de presentación, *flyers*, dípticos, trípticos, entre otros.

Impresión de gran formato: la ventaja de imprimir en este formato es el tamaño y el impacto que este produce en el público ya que llaman la atención por sus colores e imágenes, se considera que es más efectivo que el anterior. Estamos hablando de posters, carteles, vallas, afiches, banners, vitrales, entre otros.

Tamaño de Papel:

Existe a disposición una infinidad de formatos así como de tamaños así que hay puntos valiosos a tener en cuenta antes de escoger el adecuado, por ejemplo: costo, desperdicio de papel, grosor, textura, etc.

La series de papel llamados ISO (*International Organization for Standardization*) en 1975, formaron tres series A, B y C. Actualmente usamos las series ISO o DIN en tamaño métricos.

La serie DIN A o ISO A:

<b>Nombre</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Comentario</b>
4A0	2.378 × 1.682 mm.	Cuatro metros cuadrados.
2A0	1.682 × 1.189 mm.	Dos metros cuadrados.
A0	1.189 × 841 mm.	Un metro cuadrado. Se suele usar para dibujos técnicos, planos o póster.
A1	841 × 594 mm.	Medio metro cuadrado. Se suele usar para dibujos de todo tipo (incluidos técnicos), planos, póster, diagramas o similares.
A2	594 × 420 mm.	Un cuarto de metro cuadrado. Se suele usar para dibujos, póster, diagramas o similares.
A3	420 × 297 mm.	Un octavo de metro cuadrado. Se usa para dibujos, pequeños póster, diagramas, tablas explicativas, organigramas.
A4	297 × 210 mm.	Un Dieciseisavo de metro cuadrado. Similar al folio

		tradicional (algo más corto) ha llegado a sustituirlo como el tamaño de papel de uso más corriente en la vida diaria.
A5	210 × 148 mm.	1/32 de metro cuadrado. Es el tamaño similar a la cuartilla tradicional. También se usa para libros.
A6	148 × 105 mm.	1/64 de metro cuadrado. Se usa para tarjetas postales o libros de bolsillo.
A7	105 × 74 mm.	1/128 de metro cuadrado.
A8	74 × 52 mm.	1/256 de metro cuadrado. Similar a una tarjeta de visita o de crédito pero algo más corto.
A9	52 × 37mm.	1/512 de metro cuadrado.
A10	37 × 26 mm.	1/1024 de metro cuadrado.

**Tabla 2.** Elaborada por el autor. Fuente: Imagen Digital / Tamaños de Papel (2002)

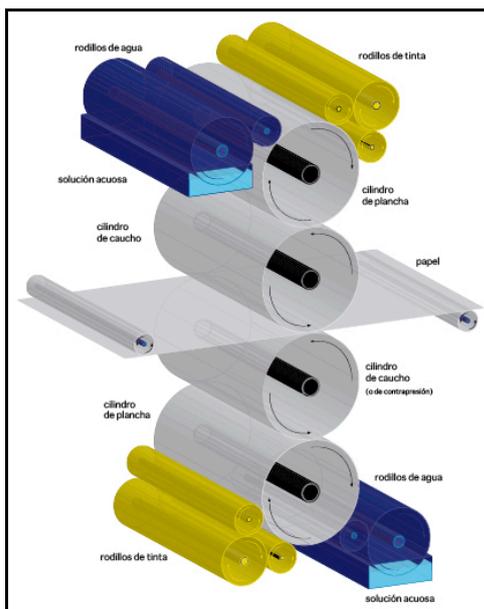
Esta norma nació en Alemania 1922 toman el nombre de DIN (Deutsches Institut für Normung) traducido al español como Instituto de Normalización Alemana que posteriormente pasó a la normalización ISO.

### 3.2.16. Impresión.

¿Qué es la impresión *offset*?

Este método de impresión da una característica especial a este método de impresión ya que su calidad es mas profesional que la digital, el método es “aplicar una tinta sobre una plancha metálica, compuesta de una aleación de aluminio, esta lo hace mediante presión a una mantilla de caucho para pasarla mediante presión al papel.”<sup>39</sup> (véase imagen 61)

<sup>39</sup> Autor Desconocido. “Como Imprimir Papelería Profesional” Internet: [www.factoriadearte.com](http://www.factoriadearte.com). Acceso: 5 de Mayo 2013



**Imagen 61.** (2010). *Sistema de Impresión Offset*. [Vector]. Recuperado de: <http://mimoriarty.files.wordpress.com/2010/07/impresion-offset.jpg>

Este método de impresión es diferente al digital ya que este requiere de un proceso mucho mas tedioso pero no complicado, imprime las tintas de forma individual una por una el resultado es mucho mas estético y profesional que una digital.

### 3.3. Fotografía.

#### 3.3.1. Antecedentes de la Fotografía.

Para adentrarnos al siguiente tema, es necesario tener claro los términos mas relevantes de este subcapítulo así que empezaremos por conocer el significado de algunas palabras como: fotografía, es captar un momento específico en un plano determinado para provocar un sentimiento y que los elementos de su composición nos comuniquen algo; otra palabra clave como: cámara, es usada para producir imágenes o fotografías del objetivo que se esta enfocando. Así pues revisemos un poco de la historia de la fotografía desde sus principios hasta como se forjó finalmente.

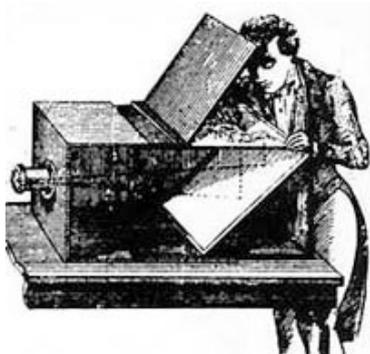
La cámara oscura, era una habitación la cual tenía una única fuente de luz, un diminuto orificio en una de las paredes. La luz que penetraba por el orificio

proyectaba una imagen del exterior en la pared opuesta. La imagen que se formaba estaba invertida y era borrosa.<sup>40</sup> (Véase imagen 62)



**Imagen 62.** (1521). *Cámara Oscura* [imagen]. Recuperado de [www.fotografiadiseño.es/Historia de la fotografía y sus antecedentes](http://www.fotografiadiseño.es/Historia de la fotografía y sus antecedentes).

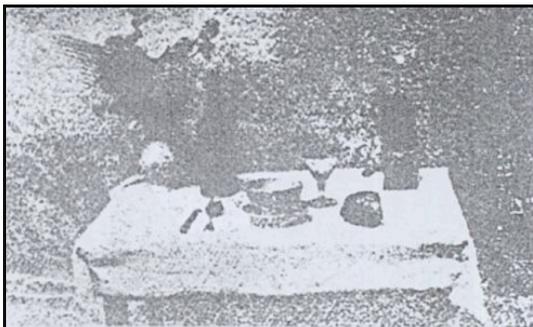
Así fue como *Aristóteles* comprobó su teoría sobre la luz, luego en el siglo XV de la mano de *Leonardo Da Vinci*, fue que se aplicó el dibujo dentro de la fotografía. El científico *Georgius Fabricus* aporta con la experimentación de sobreponerle sales de plata a sus publicaciones y luego en 1558 *Gerolamo* aporta en el desarrollo de la cámaras con la ubicación de un lente en la apertura de la cámara. En el siglo XVII pasó de ser una habitación oscura a transformarse es un artefacto de madera portátil. (Véase imagen 63)



**Imagen 63.** (1521). *Camara Oscura de Johann Zahn*. [imagen]. Recuperado de [www.fotografiadiseño.es/Historia de la fotografía y sus antecedentes](http://www.fotografiadiseño.es/Historia de la fotografía y sus antecedentes).

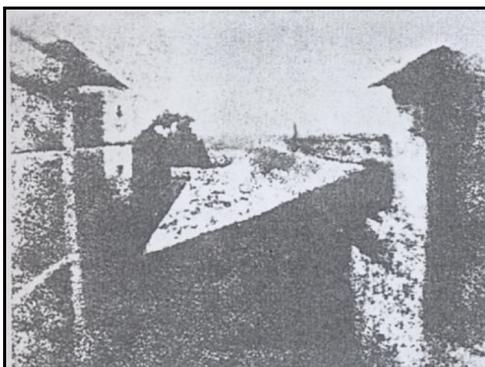
A principios del siglo XIX es donde nace la fotografía como tal con el científico francés, *Nicéphore Niepce* que fue quien tuvo las primera imágenes fotográficas, aquí vemos un ejemplo de la que se creyó por mucho tiempo la fotografía más antigua.

<sup>40</sup> "Historia de la fotografía y sus antecedentes". Internet. [www.fotografiadiseño.es](http://www.fotografiadiseño.es). Acceso: 26 de Febrero 2013



**Imagen 64.** Niépce. (1826). *Bodegón* [fotografía]. Recuperado de [www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio\\_pers/ctorres/document/docsfotografia/ha\\_fotografia.pdf](http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/ctorres/document/docsfotografia/ha_fotografia.pdf)

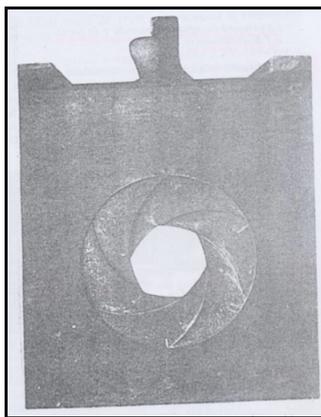
Hasta que apareció una fotografía mas antigua (Véase imagen 65) del mismo autor se recupero una fotografía “[...] que con la utilización de una cámara oscura y un soporte sensibilizado mediante una emulsión química de sales y plata.”<sup>41</sup> La cual pudieron determinar que era del año de 1822, considerada la mas antigua.



**Imagen 65.** Niépce. (1822). *Ventana* [fotografía]. Recuperado de [www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio\\_pers/ctorres/document/docsfotografia/ha\\_fotografia.pdf](http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/ctorres/document/docsfotografia/ha_fotografia.pdf)

Esta es la cámara que fabricó y usó *Nicéphore Niepce* para obtener estas dos primeras fotografías (véase imagen 66) estaba dotada con un diafragma iris y necesitaba ocho horas de exposición a la luz del día para sacar estas imágenes.

<sup>41</sup> “Historia de la fotografía y sus antecedentes”. Internet. [www.fotografiadiseño.es](http://www.fotografiadiseño.es). Acceso: 26 de Febrero 2013

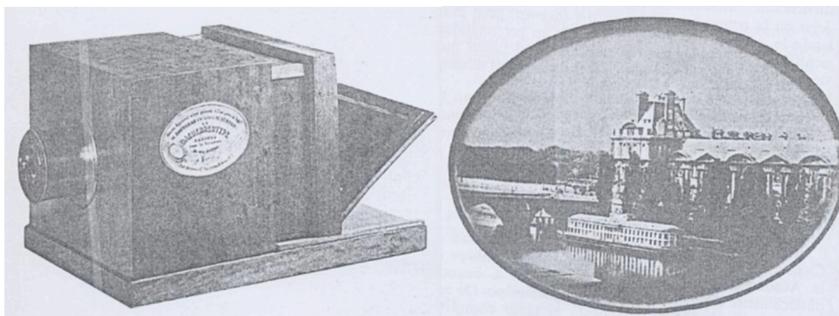


**Imagen 66.** (1822). *Cámara fabricada por Niépce.* [imagen]. Recuperado de [www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio\\_pers/ctorres/document/docsfotografia/ha\\_fotografia.pdf](http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/ctorres/document/docsfotografia/ha_fotografia.pdf)

En 1839 *Louis Daguerre* puso a la vista su técnica que consistía en base de plata denominado Daguerrotipo el cual era mejor que la de *Niepce* y reducía los tiempos de exposición. De aquí se desencadena la fotografía instantánea de Polaroid, La idea de *William Fox Talbot* que...

Se basaba en un papel cubierto con cloruro de plata que es mucho más cercano al de la fotografía de hoy en día, ya que producía una imagen en negativo que tenía que ser posteriormente positivada tantas veces como se deseara.<sup>42</sup>

Entonces el Daguerrotipo (Véase imagen 67) al ser más útil y menos complejo tuvo una mayor atención en la clase media burguesa de la Revolución Industrial que con su alta demanda de foto retratos que eran más baratos que los pintados tuvieron un crecimiento imparable.



**Imagen 67.** Giroux. (1839). *Daguerrotipo Original - Las Tullerás y el Sena.* [imagen]. Recuperado de [www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio\\_pers/ctorres/document/docsfotografia/ha\\_fotografia.pdf](http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/ctorres/document/docsfotografia/ha_fotografia.pdf)

<sup>42</sup> "Historia de la fotografía y sus antecedentes". Internet. [www.fotografiadiseño.es](http://www.fotografiadiseño.es). Acceso: 26 de Febrero 2013

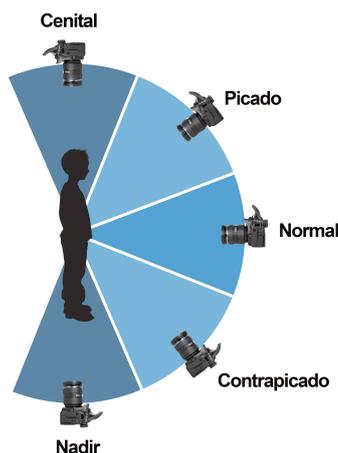
### 3.3.2. Ángulos de Perspectiva de la Fotografía.

Primero definamos lo que es perspectiva fotográfica, considero que es un efecto visual que depende de la longitud focal que utilizamos en el cual el fondo de la imagen dará un efecto de estar más cerca o más alejado del sujeto, dependiendo de la distancia focal que hemos utilizado para la fotografía, aquí un ejemplo donde se evidencia lo antes mencionado. (Véase imagen 68)



**Imagen 68.** (2008). Perspectiva focal [fotografía] Recuperado de Curso de Fotografía Digital [www.thewebfoto.com](http://www.thewebfoto.com)

Con respecto a los ángulos de la fotografía, lo importante de esto es poder mirar de una forma distinta a lo habitual y que la composición de la misma impresione al público. Dentro de los ángulos fotográficos tenemos: normal, picado, cenital, contrapicado y nadir, a continuación vamos a detallar cada uno de ellos y mostrar el efecto y el resultado final que se puede obtener de cada uno de ellos.



**Imagen 69.** (2013). *Ángulos fotográficos.* [Vector]. Fuente: El autor.

**A).** Ángulo Normal: este es el ángulo más común o el que más utilizamos así como lo describe Alicea “la cámara al mismo nivel que el sujeto a fotografiar de manera que la línea imaginaria entre la cámara y el sujeto es paralela al

suelo.”<sup>43</sup> El efecto que produce tomar desde este punto de vista es similar al que vemos con los ojos estas fotografías nos dan un sentido de equilibrio ya que mantiene una perpendicularidad con relación al horizonte.

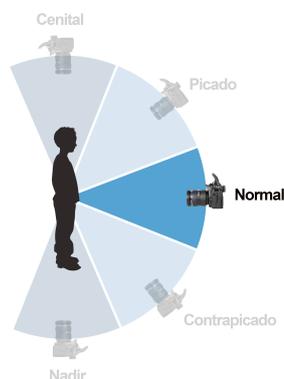


Imagen 70. (2013). *Ángulos fotográficos Normal*. [Vector]. Fuente: El autor. [A]

**B).** Ángulo Picado: este tipo de fotos se logra poniendo la cámara a nivel de la cabeza o de los ojos del sujeto, generalmente se lo usa para dar un efecto de inferioridad al sujeto que se esta fotografiando, es perfecta para hacerle a niños, flores, animales y objetos pequeños. “crea en el observador un sentido de desequilibrio y propone un nivel de superioridad entre éste y el sujeto observado<sup>44</sup> se obtendrá grandes resultados.

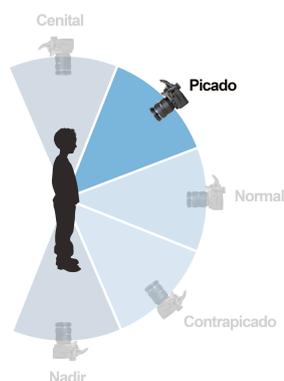


Imagen 71. (2013). *Ángulos fotográficos picado*. [Vector]. Fuente: El autor. [B]

**C).** Ángulo Cenital: o conocido también como ángulo picado extremo, la cámara se coloca de manera que queda por en cima de la cabeza del sujeto a fotografiar. Si queremos fotografiar un edificio se debería colocarla mirando

<sup>43</sup> Salvador Alicea “Los 5 Ángulos de Perspectiva de la Fotografía”. Internet. [www.aprendefotografiadigital.com](http://www.aprendefotografiadigital.com). Acceso: 28 de Febrero 2013

<sup>44</sup> Salvador Alicea “Los 5 Ángulos de Perspectiva de la Fotografía”. Internet. [www.aprendefotografiadigital.com](http://www.aprendefotografiadigital.com). Acceso: 28 de Febrero 2013

hacia abajo en un borde superior. Podemos ver estas tomas en los partidos de soccer cuando utilizan una *spidercam*<sup>45</sup>

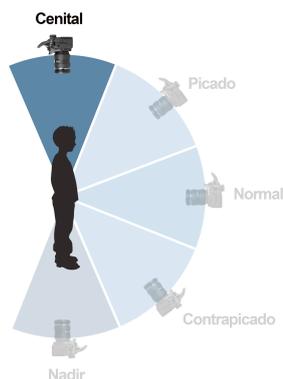


Imagen 72. (2013). *Ángulos fotográficos Cenital*. [Vector]. Fuente: El autor. [C]

**D).** Ángulo Contrapicado: este tipo de fotografías se logra poniendo la cámara un poco más abajo del ángulo normal (por debajo de los ojos del sujeto) Alicea dice “crea en el observador un sentido de desequilibrio y propone un nivel de inferioridad entre éste y el sujeto observado”<sup>46</sup> En otras palabras da al sujeto fotografiado un sentido de superioridad, generalmente se la utiliza para engrandecer el objeto o sujeto con el fin de mostrarlo más grande, por ejemplo se evidencia en gobernantes, reyes y monumentos.

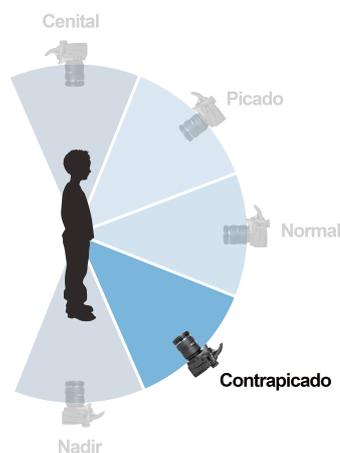


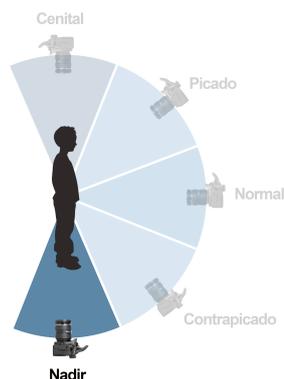
Imagen 73. (2013). *Ángulos fotográficos Contrapicado*. [Vector]. Fuente: El autor. [D]

**E).** Ángulo Nadir: también conocido como ángulo contrapicado extremo y logramos poniendo la cámara por debajo del sujeto u objeto, es decir, por

<sup>45</sup> **Spidercam:** sistema de alambres utilizado para cámaras de cine y televisión que permite un movimiento fluido por el aire. Se suele utilizar en la cobertura televisiva de eventos deportivos.

<sup>46</sup> Salvador Alicea “Los 5 Ángulos de Perspectiva de la Fotografía”. Internet. [www.aprendefotografiadigital.com](http://www.aprendefotografiadigital.com). Acceso: 28 de Febrero 2013

debajo de los pies o en un edificio pegado al borde y mirando hacia arriba. Es muy utilizado en arquitectura para los edificios grandes.



**Imagen 74.** (2013). *Ángulos fotográficos Nadir.* [Vector]. Fuente: El autor. [E]

### 3.3.3. Planos Fotográficos.

Cuando hablamos de planos hay que ser específicos ya que también se utilizan estos mismos términos en el cine, aunque su significado no varía. Un plano es el espacio visual en el cual un pedazo de la realidad se presenta dentro de los límites de un encuadre. Luna dice, “generalmente se habla de planos abiertos o cerrados, para indicar que estamos modificando de algún modo la distancia focal.”<sup>47</sup> A continuación vamos a detallar cada uno de los planos.

**A).** Plano general: en este plano aparece completamente el sujeto de pies a cabeza, más el fondo, abarca todos los componentes de la imagen, es muy amplia.



**Imagen 75.** (2013). *Plano General.* [fotografía] Recuperado de <http://www.minifashionposts.com/2013/02/mis-rebajas-de-enero.html>. [A]

<sup>47</sup> Luna, Lenin. “Tipos de Planos en Fotografía” Internet. [www.altfoto.com](http://www.altfoto.com). Acceso: 28 de Febrero del 2013

**B).** Plano Americano: también se lo conoce como plano tres cuartos, su denominación proviene de las películas de los vaqueros (Americanos) se caracterizaban por enfocar toda la cadera hasta las rodillas ya que ellos usaban pistolas, es el más utilizado para fotografiar un grupo de personas.



**Imagen 76.** (2013). *Plano Americano*. [fotografía] Fuente: El Autor. [B]

**C).** Plano Medio: el encuadre de este es desde la cabeza hasta la cintura regularmente se lo usa para captar momentos en interacción de varias personas, también en retratos para mostrar la belleza del modelo fotografiado.



**Imagen 77.** (2013). *Plano Medio*. [fotografía] Fuente: El Autor. [C]

**D).** Plano Medio Corto: también es conocido como plano pecho, aquí lo que se muestra es el busto de la persona o sea desde la cabeza hasta la mitad del pecho. El efecto que produce es que se enfoca principalmente en la persona obviando el fondo.



**Imagen 78.** (2013). *Plano Medio Corto.* [fotografía] Fuente: El Autor. [D]

**E).** Primer Plano: este plano es muy útil para resaltar los gestos de una persona ya sea un sentimiento o una emoción, el encuadre va desde la cabeza hasta los hombros, es el más utilizado para retrato del rostro. El ejemplo que tenemos es horizontal aunque también se puede usar en forma vertical.



**Imagen 79.** (2013). *Primer Plano.* [fotografía] Fuente: El Autor. [E]

**F).** Primerísimo Primer Plano: en este plano se logra captar el rostro en sí, es mucho más cercano que el anterior (primer plano) y va desde la cabeza hasta la punta del mentón cortando por el medio o por encima de la frente “Hay que cuidar mucho los detalles en este tipo de plano, controlar el enfoque y la profundidad de campo es primordial, de lo contrario se puede estropear la captura.”<sup>48</sup> Hay que tener mucho cuidado con estas tomas porque es muy probable que salga desenfocada y se dañaría la fotografía.



**Imagen 80.** (2013). *Primer Primerísimo Plano.* [fotografía] Fuente: El Autor. [F]

<sup>48</sup> Luna, Lenin. “Tipos de Planos en Fotografía” Internet. [www.altfoto.com](http://www.altfoto.com). Acceso: 28 de Febrero del 2013

**G).** Plano Detalle: se utiliza para mostrar algún elemento en específico, con este plano se puede lograr imágenes muy originales va depender muchísimo de la observación del fotógrafo más que de la foto. No hay que confundir este plano con una “fotografía macro”<sup>49</sup>



**Imagen 81.** (2013). *Plano Detalle.* [fotografía] Fuente: El Autor. [G]

### 3.3.4. Encuadres.

Lo que el ojo humano puede percibir con su vista es espacio sumamente amplio y continuo, cuando giramos se gira la cabeza, pero en la fotografía es algo distinto ya que el espacio de ella es limitado por los bordes del visor, es por esta razón que uno debe saber qué elegir de la composición que se va a fotografiar, a esto se le llama encuadre.



**Imagen 82.** (2013). *Encuadres.* [fotografía] Fuente: El Autor.

Los encuadres pueden ser Horizontales que son muy usados en paisajes porque aquí se gana más espacio en la composición, también pueden ser Verticales y generalmente los usamos para retratos y dar un sentido de superioridad.

<sup>49</sup> **Fotografía macro:** es aquella en la que la imagen tiene el mismo tamaño o hasta 10 veces más que el objeto fotografiado.

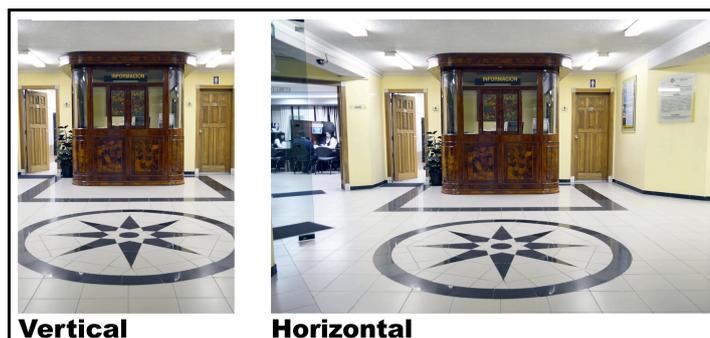


Imagen 83. (2013). *Encuadres*. [fotografía] Fuente: El Autor.

Dependiendo de cómo este el paisaje a fotografiar, se debe elegir el encuadre por ejemplo para una montaña o una cascada nos vendría bien usar el encuadre vertical, pero va haber ocasiones en las cuales queramos fotografiar a un grupo de personas o a una persona y un paisaje ahí nos vendría bien usar el encuadre horizontal. Hay que cuidar detalles en los encuadres horizontales con respecto a la línea del horizonte ya que debe estar perfectamente marcada, ahora si uno mismo busca dar ese efecto de torcido puede funcionar.



Imagen 84. (2013). *Encuadre Horizontal*. [fotografía] Fuente: El Autor.

El encuadre puede obviar partes de la fotografía y centrarse en su objetivo esto se logra haciendo recortes en la fotografía ya tomada. (véase imagen 84)

### 3.3.5. Cultura Visual.

Muchos autores tienen una idea incógnita del tema y consideran que podría ser la historia de las imágenes, es por eso que salta la inquietud de resolver el dilema para encontrarle un sentido analítico a lo que podemos considerar como cultura visual, porque tenemos entendido que de todos los acontecimientos visuales, el público busca sacar la mayor información para deleitar su necesidad de conectarse con los demás mediante la tecnología visual. Se puede considerar

como un tema sociológico al hablar de cultura visual y establecer una relación de la “teoría social de lo visual”. Lo que nos dicen estos autores es.

Según *Josep M. Catalá*:

Se refiere a una fenomenología surgida en el interior de una construcción ideológica tan naturalizada que es capaz de producir formaciones culturales de segundo grado que ignoran la artificialidad de sus fundamentos.<sup>50</sup>

Según *Nicholas Mirzoeff* desde otro punto de vista:

Se basa en el papel determinante que desempeña en la cultura más amplia a la que pertenece, esto realzaría en entredicho, se debate y se transforma como un lugar siempre desafiante de interacción social y definición en términos de clase, género e identidad sexual y racial.<sup>51</sup>

Según *Jairo Bermúdez* en un sentido Aristotélico nos dice:

Además de analizar la imagen como plástica, la analiza como comunicación, determinando tres partes tácitas en toda imagen: un grupo élite dirigente como emisor; un mensaje, que es un objetivo de comunicación visual; y un receptor: individuos comunes.<sup>52</sup>

Según mi punto de vista de forma resumida considero pensar que es el estudio de las imágenes y su principal interés esta en lo que provocan en el consumidor y por su lado el consumidor en buscar esa información.

“Ver no es creer, sino interpretar. Las imágenes visuales tienen éxito o fracasan en la medida que podemos interpretarlas satisfactoriamente” Esta frase pertenece al autor antes mencionado *Mirzoeff, Nicolás* en su libro *Una Introducción a la Cultura Visual* (2003)

---

<sup>50</sup> Cataná, Josep M. *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Barcelona, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona, 2005

<sup>51</sup> Mirzoeff, Nicholas. *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós Ibérica, 2003

<sup>52</sup> Bermúdez Castillo, Jairo Alfredo. *Cultura visual*. Sevilla, España, Universidad Pablo de Olavide. 2010

### 3.3.6. Retrato.

Cuando hablamos de retrato no siempre nos referimos al rostro de una persona (el primer plano de ella) también se considera mostrar otros elementos como sus manos u otro detalle que sobresalga. Hay que tener en cuenta dos detalles importantes el sujeto y el fondo.

Fondo: no debe resaltar más que el sujeto a fotografiar ni arrojar muchos colores porque éste distrae la atención y en lo que queremos enfocarnos es en los detalles del sujeto, en muchas ocasiones para resolver este inconveniente los fotógrafos usan una técnica muy común “desenfocar el fondo” la que se logra abriendo el diafragma y haciendo *zoom* en el sujeto, pero no es la única forma, también se puede crear esto en la edición de la fotografía usando programas como *Photoshop* y el efecto *gaussian blur*.

Sujeto: aquí hay tener muy en cuenta la iluminación ya que es un tema complicado pero no imposible. Nos podemos apoyar con la luz natural del sol o de una ventana, existen lámparas, pantallas, flash, etc. La razón de tener una buena iluminación radica en el efecto que podemos lograr con cada uno de ellos por los relieves del rostro sin embargo nos es recomendable usar una luz frontal al modelo ya que ésta podría afectar su visión.

Una regla importante en los retratos es, evitar recortar al sujeto por partes determinantes es una cuestión de diseño, por ejemplo nunca se debe recortar por el cuello, el estomago, la ingles, las rodillas ni los tobillos. En la imagen se muestra los lugares recomendables para cortar la fotografía, de este tema profundizaremos en Planos Fotográficos.



Imagen 85. (2013). *Encuadre Horizontal*. [fotografía] Fuente: El Autor.

### 3.3.6.1. Tipos de Retratos.

**Retrato de Galería:** es aquella en la cual el modelo busca la manera de sacar el mejor provecho de la fotografía y realzar su fotogenia. Aquí el de las ideas es el cliente el que dice cómo van a quedar las imágenes finales, refleja lo que el modelo haya querido transmitir con eso.

Por lo tanto, el resultado de este tipo de fotos plasmará lo que el modelo haya querido que la imagen transmita. El fotógrafo se convierte en un medio, el experto que posibilita que el cliente consiga sus pretensiones.<sup>53</sup> (BOULLÓN: 2013, p.02 )

**Retrato de Autor:** Es todo lo contrario al anterior (Galería) ya que en este retrato el fotógrafo plasmará su marca personal en cada una de ellas, utiliza el retrato como modo de expresión personal, se puede decir que indirectamente el fotógrafo queda en la fotografía.

Hay ocasiones en las que las se debe seguir las instrucciones de una tercera persona, por ejemplo el fotógrafo de una revista o un periódico. La idea no representa lo expuesto por esa tercera persona sino por lo que considera el fotógrafo como correcto.

**Retrato Preparado:** aquí es un mutuo acuerdo entre las partes para tener la selección, esto considera una planificación con anterioridad por lo que cada uno sabe lo que tiene que hacer para lograr lo exactamente deseado. Aquí ya intervienen otros elementos como iluminación, locación, modelo determinado para lograr un acabo muy cuidadoso.

**Retrato Encontrado:** son todos las fotografías que se realizan de forma espontánea sin la necesidad de una planificación ni de una modelo en específico, tampoco es necesario el uso de herramientas como el trípode o el flash.

---

<sup>53</sup> Boullón Sabin, Alfonso. *C.S. Fotografía Artística - El Retrato Fotográfico.* (PDF). España, 2013

Este tipo de fotografía es mucho más fugaz, y aunque el fotógrafo pueda intentar acondicionar rápidamente el entorno o la actitud del sujeto, lo importante aquí es el valor del hallazgo inesperado.<sup>54</sup> (BOULLÓN: 2013, p.03 )

Son aquellas fotografías que nosotros consideramos como momentos perfectos para capturarlos sin necesidad de planificación previa.

### 3.3.7. Composición.

#### Ley de Los Tres Tercios

Una de las reglas básicas en fotografía y en diseño, consiste en dividir a la imagen en tres partes proporcionales, trazando imaginariamente líneas paralelas tanto horizontales como verticales siendo los puntos más fuertes donde se cruzan las líneas, ahí precisamente se debe colocar lo que deseamos resaltar.

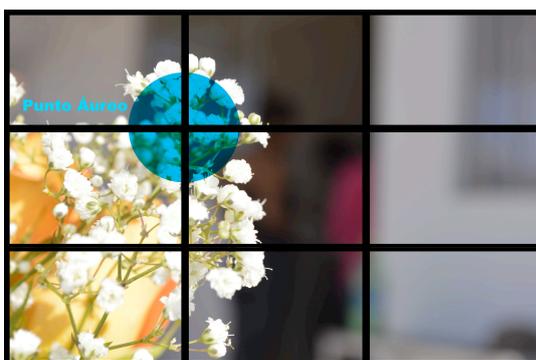


Imagen 86. (2013). Ley de los tres tercios. [fotografía] Fuente: El Autor.

Esta teoría es conocida también como Línea Aurea, divina proporción o número áureo.

La aplicación de la sección áurea en la fotografía viene a decir que si aproximamos los objetos más importantes a la sección áurea de los lados, obtendremos una imagen más llamativa y equilibrada.<sup>55</sup>

No siempre vamos a tomar las fotos descentradas, en algunas queremos conseguir armonía en las mismas y para esto debemos centrar los elementos de la composición, sin embargo no hay que descuidar esta ley, en el siguiente ejemplo vemos como las piedras ocupan el tercio respectivo de la foto.

<sup>54</sup> Boullón Sabin, Alfonso. C.S. *Fotografía Artística - El Retrato Fotográfico*. (PDF). España, 2013

<sup>55</sup> Derechos Reservados del Autor. *Curso de Fotografía Digital*. España, (2008)



**Imagen 87.** (2013). *Ley de los tres tercios.* [fotografía] Fuente: El Autor.

### 3.3.8. Luces.

La luz en fotografía como en video debe ser bastante tenue o suave, esto es más por una costumbre fotográfica que por motivos técnicos, sin embargo hay como solucionar este inconveniente de muchas maneras, por ejemplo podemos usar una caja de luz, un paraguas (para obtener luz directa y luz reflejada) o el *beauty dish*. Cualquiera nos permite obtener resultados agradables pero al mismo tiempo son distintos entre ellos.

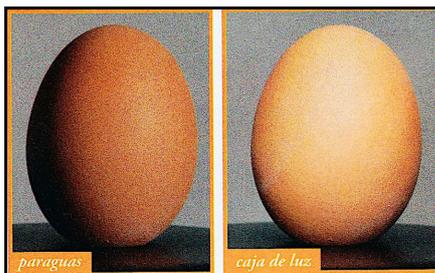
#### 3.3.8.1. Caja de luz

Este iluminador nos recrea una luz parecida a la de una ventana, la cual es muy evidente cuando se le aplica al sujeto porque su direccionalidad se nota más. Esta no se la utiliza solo para recrear la luz sino que da una interpretación marcada, es lo que se utiliza hoy en día. (véase imagen 88)

#### 3.3.8.2. Paraguas.

Este iluminador es más antiguo que el anterior (Caja de luz) pero no por eso se lo ha dejado de utilizar, éste nos permite un control menos exhaustivo ya que su luz envuelve al sujeto. Así lo describe *Pianigiani* “el efecto que se consigue con el paraguas es el de tener luz sobre el sujeto, sin una especial personalidad. [...] proporciona una luz ambiental que se puede direccionar.”<sup>56</sup> (*PIANIGIANI*, 2011: p.82)

<sup>56</sup> Pianigiani, Luca. *Curso de Fotografía Digital en DVD - La Noche (3)*. Italia, Planeta DeAgostini, 2011



**Imagen 88.** Pianigiani. (2011). *Paraguas\_CajadeLuz* [fotografía]. Recuperado de: *Curso de Fotografía Digital en DVD - La Noche (3)*.

### 3.3.8.3. *Beauty Dish*

Este iluminador es capaz de proporcionar una luz con un amplio campo de iluminación (gran angular) el resultado es que obtenemos una fotografía con una iluminación directa pero que al mismo tiempo sombras suaves en el rostro, para lograr estas imágenes es necesario que el modelo no tenga imperfecciones en el rostro ya que tiende a resaltar texturas.

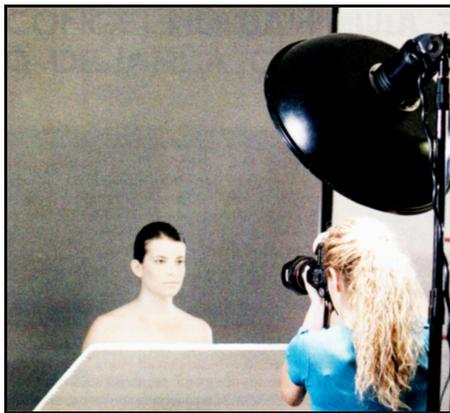


**Imagen 89.** Pianigiani. (2011). *Beauty Dish* [fotografía]. Recuperado de: *Curso de Fotografía Digital en DVD - La Noche (3)*.

La característica de *beauty dish* según *Pianigiani* es:

Una superficie semiesférica reflectante que impide a la luz alcanzar directamente al sujeto. Así, la luz de la lámpara es reflejada por la superficie frontal y desviada a la parábola, que a su vez la refleja al sujeto.<sup>57</sup> (PIANIGIANI, 2011: p.83)

<sup>57</sup> Pianigiani, Luca. *Curso de Fotografía Digital en DVD - La Noche (3)*. Italia, Planeta DeAgostini, 2011



**Imagen 90.** Pianigiani. (2011). *Situación con Beauty Dish* [fotografía]. Recuperado de: *Curso de Fotografía Digital en DVD - La Noche* (3).

### 3.4. Los Saraguros.

#### 3.4.1. Historia.

Para entender a la etnia Los Saraguros es necesario coparnos de toda la información necesaria y de su dialecto ya que aquí su lengua nativa es el *kichwa*<sup>58</sup>, por ello muchas de las palabras que se emplean están en este idioma, aunque también hablan el español.

Esta etnia es muy conocida en su provincia (Loja) ya que ellos son parte de la cultura lojana y por esta razón es necesario comprender, estudiar y dar a conocer la importancia que tienen nuestros pueblos indígenas dentro de la sociedad. Pero para ello hay que revisar desde los inicios de esta etnia empezando desde su historia, pasando por sus costumbres, tradiciones y ritos que consideran sagrados hasta terminar conociendo sus fiestas comunitarias.

Su población compuesta por tres grupos étnicos: miembros del pueblo *Kichwa* Saraguro, población mestiza llegados durante la colonia e inicios de la Republica y [...] campesina llegada de las parroquias rurales.<sup>59</sup> (CHALAN, 2011: p.83)

<sup>58</sup> **kichwa:** Dialecto hablado perteneciente al grupo QII-C de la familia lingüística quechua según la clasificación de Alfredo Torero.

<sup>59</sup> Chalan, Ángel. *Pachakutik, La Vuelta de los Tiempos*. Loja – Ecuador, 2011

### 3.4.2. Origen del Nombre Saraguro

Existen algunas hipótesis de cómo se originó el nombre de esta etnia por lo cual no podemos afirmar cuál es a ciencia cierta, a qué se debe su nombre, sin embargo vamos a conocer tres tipos de origen: migratorio, legendario y etimológico.

**A).** Origen Migratorio: Hay una creencia que dice que los Saraguros son un mestizaje proveniente de los diferentes pueblos que habitaban en los alrededores antes de la llegada de los *Inkas*<sup>60</sup>.

**B).** Origen Legendario: Chalan en su libro nos relata de esta manera cómo fue su origen legendario, “los *Inkas* les gustaba alimentarse mucho de maíz y de sus derivados, especialmente del mote, de las tortillas y otros derivados”<sup>61</sup> de aquí su singular nombre de “La tierra del Maíz” (CHALAN, 2011: p.84)

**C).** Origen Etimológico: Su nombre de la unión de dos vocablos que se entiende como “madero de maíz” lo que se deduce como desarrollo del maíz en tiempos de buena producción. “[...] del *kichwa* se deriva el vocablo SARA = maíz y de la lengua *kullí*<sup>62</sup> se deriva el vocablo GURO = madero.”<sup>63</sup> (CHALAN, 2011: p.85)

### 3.4.3. Costumbres y Tradiciones.

Dentro de las costumbres y tradiciones que conserva y celebra aún este grupo étnico, hay que referirse a las más importantes que son: la Navidad, Corpus Cristi, San Pedro y Semana Santa.

**A).** La Navidad: es una fiesta muy popular en Saraguro donde se disfruta de esta festividad, hay que destacar que aquí la celebran de una manera muy singular, diferente a la conocida tradicionalmente. Es así que para poder realizar esta fiesta es necesario la participación de algunos personajes principales que contribuyen al atractivo turístico para propios y extraños.

<sup>60</sup> **Inka:** rey, monarca, emperador.

<sup>61</sup> Chalan, Ángel. *Pachakutik, La Vuelta de los Tiempos*. Loja – Ecuador, 2011

<sup>62</sup> **Culli:** es una lengua indígena poco documentada anteriormente hablada en la sierra norte del Perú.

<sup>63</sup> Chalan, Ángel. *Pachakutik, La Vuelta de los Tiempos*. Loja – Ecuador, 2011

La preparación empieza el 25 de diciembre cuando el párroco anuncia frente a toda la comunidad, quiénes serán los nuevos *Marcantaitas*<sup>64</sup> para el año siguiente, esto consiste en servir a los guidores, elegir el músico, los juguetes, de buscar la leña, etc.

A continuación como se preparan para esta festividad:

15 de diciembre: arreglo del Belén en la iglesia y en la casa de los *Marcantaitas*;

22 de diciembre: día de la *Wakra Iluzhtina*. 23 de diciembre: el músico llega a la casa del *Marcantaita* con los juguetes y hacen demostración de bailes del músico con sus acompañantes.

El 24 de diciembre: celebración de la vigilia donde el *Marcantaita*, sirven comida especial y celebran la noche buena en la iglesia; 25 de diciembre: Los *marcantaitas* asisten a la misa donde se nombra a los nuevos *marcantaitas*; 26 de diciembre: día donde el *marcantaita* invita a sus colaboradores para agradecer por la colaboración, caso contrario lo hacen el 7 de enero; 27 de diciembre: el *marcantaita* sirve comida y bebida, se debe lavar los trastos usados para este evento de acuerdo a las costumbres culturales. La fiesta de los Tres Reyes inicia el 5 y termina el 7 de enero.



**Imagen 91.** Villavicencio, Juan Carlos (2009). *Navidad* [fotografía]. Recuperado de: [www.lojanos.com/joomlasaraguro/index.php?option=com\\_content&view=article&id=56&Itemid=85](http://www.lojanos.com/joomlasaraguro/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=85)

“La Navidad, coincide con la Fiesta del "*Kapak Raymi*", una de las cuatro grandes fiestas que se realizaba en tiempo del Incario, el 21 de diciembre para honrar al *Inka o kapak*, deidad que representaba el poder que ha sido cambiado por el Niño Jesús”<sup>65</sup>

**B).** Corpus Cristi: se lo celebra 58 días después de la pascua de resurrección. Tiene relación con el ciclo de cosecha, por eso se sacrifican algunos animales

<sup>64</sup> **Marcantaitas:** personaje central o patrocinador de la fiesta de navidad que lleva al Niño Jesús en la procesión.

<sup>65</sup> Villavicencio, Juan Carlos. "Navidad" Internet. <http://lojanos.com/joomlasaraguro/>. Acceso: 14 de Marzo del 2013

por el mismo Inca, esta prohibida la presencia de mujeres a excepción de las vírgenes del sol, ofrenda que se le presentaba al Dios *Wiracocha*<sup>66</sup> y al sol.



**Imagen 92.** Villavicencio, Juan Carlos (2009). *Corpus Cristi* [fotografía]. Recuperado de: [www.lojanos.com/joomlasaraguro/index.php?option=com\\_content&view=article&id=57&Itemid=86](http://www.lojanos.com/joomlasaraguro/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=86)

Se consideran fiestas importantes porque se puede evidenciar el tradicionalismo cultural además de sus creencias y rituales hay que tener en cuenta que son religiosos por lo que las consideran sagradas. Estas permiten la integración de la familia y de los pueblos cercanos.

**C).** San Pedro: festividad que se realiza el 28 organizada por la gente no-indígena de los Saraguros, la gente del pueblo celebra una semana antes que los indígenas. La festividad incluye misas, procesiones, fuegos artificiales, presentaciones artísticas y se lanzan globos de aire caliente.



**Imagen 93.** Ordóñez, Jimmy. (2009). *San Pedro de Saraguro 2009* [fotografía]. Recuperado de: <http://misaraguro.blogspot.com/2009/06/san-pedro-2009.html>

**D).** Semana Santa: En esta festividad también hay priostes y alumbradores, pero a diferencia de los anteriores éstos se auto eligen ya sea porque tienen posibilidades económicas o porque quieren lograr un prestigio social.

---

<sup>66</sup> **Wiracocha:** hombre de crecido cuerpo, el cual en su aspecto y en su persona mostraba gran autoridad



**Imagen 94.** Villavicencio, Juan Carlos. (2009). *Semana Santa*. [fotografía]. Recuperado de: [www.lojanos.com/joomlasaraguro/index.php?option=com\\_content&view=article&id=59&Itemid=88](http://www.lojanos.com/joomlasaraguro/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=88)

Los Priostes se encargan del ritual-religioso y de la parte cultural, son los encargados del baño del Alumbrador. “Actividad que realizan entre las 4 y 5 de la mañana, con montes aromáticos. Por tanto, es necesario mencionar que este personaje está a la disposición del Alumbrador.”<sup>67</sup>

La costumbre se mantiene aún, ya que la vestimenta que usan los Guioneros y Guiadores son las mismas que usaban años atrás, así mismo practican el ayuno pero antes eran más estrictos con el ayuno, lo hacían desde el Miércoles de Ceniza hasta el Viernes Santo (se prohíbe la carne).

#### **3.4.4. Música y Rituales.**

##### **3.4.4.1. Música.**

La música como en todas partes es una forma de transmitir sentimientos y emociones a través de sonidos armónicos que unidos forman una canción; es así que la música también está presente en los Saraguros con su singulares ritmos: *Chaspizhca*, Fandangos, Sanjuanitos, los cuales se escuchan y bailan.

El músico, que con su concertina y el bombo o el violín alegra a la gente del lugar en las fiestas religiosas y sociales.

Con respecto a los instrumentos musicales que usan los Saraguros son creados por ellos mismos para entonar sus melodías en las festividades, así lo dice Chalan, “[...] el bombo, el violín, la cornetilla, el rondador, el acordeón, la flauta,

<sup>67</sup> Villavicencio, Juan Carlos. “Semana Santa” Internet. <http://lojanos.com/joomlasaraguro/>. Acceso: 14 de Marzo del 2013

etc., los mismos que se utilizan hasta la actualidad. La flauta la fabrican algunos miembros de la comunidad.”<sup>68</sup> (SACA, QUIZHPE, TENE, 2001: p.19)

La pérdida de identidad cultural a llevado al olvido estos instrumentos siendo remplazados por la tecnología “[...] en las comunidades no se puede observar ni escuchar música con los instrumentos ancestrales, o quizás en rara ocasión, aquello se ha sustituido por el “famoso disco móvil””<sup>69</sup> (SACA, QUIZHPE, TENE, 2001: p.39)

#### 3.4.4.2. Revitalización de los Rituales en Saraguro.

Aquí vamos a detallar qué significa cada uno de estos cuatro rituales que los denominan *Raymis*<sup>70</sup> que hacen referencia a los cuatro puntos del calendario solar.

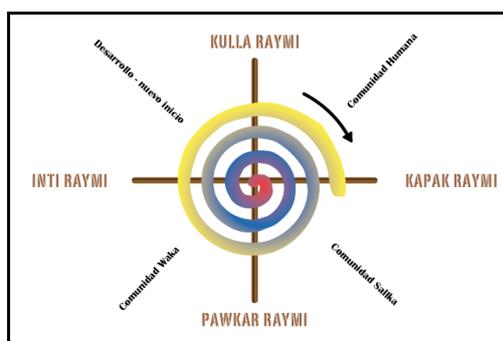


Imagen 95. (2013). Revitalización de los rituales en Saraguro. [vector] Fuente: El autor.

#### 3.4.4.3. Kulla Raymi.

Esta celebración se la realiza entre los días 17 al 27 de septiembre que sería el equinoccio de otoño. Este sería el primer *Raymi* del año de carácter femenino explica Chalan.

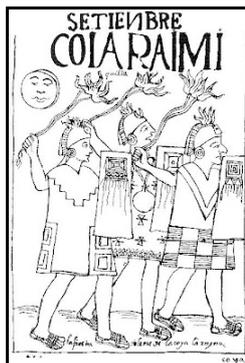
Realizado por el *Yachak*<sup>71</sup> y los *Amawtakuna*<sup>72</sup> se concluye que es el tiempo de pascua o paso del cero al principio del amor y la vida o el paso a la indiferencia entre el bien y el mal.<sup>73</sup> (CHALAN, 2011: p.109)

<sup>68</sup> Saca Q, Segundo Luis F. Q. & Fanny Ines Tene S. “Elementos Culturales Que Identifican A Los Indígenas Saraguros” Saraguro – Loja – Ecuador, 2001

<sup>69</sup> Saca Q, Segundo Luis F. Q. & Fanny Inés Tene S. “Elementos Culturales Que Identifican A Los Indígenas Saraguros” Saraguro – Loja – Ecuador, 2001

<sup>70</sup> **Raymi:** fiesta

<sup>71</sup> **Yachak:** habituarse, acostumbrarse



**Imagen 96.** (1615). Poma de Ayala, Guamán. *Septiembre Kulla Raymi*. [ilustración] Recuperado de: <http://vision-antigua.blogspot.com/search/label/Tiempo%20Inca>

Esta celebración septembrina era como un juramento de ellos hacia la Pachamama (madre tierra) con el fin de descubrir el origen y fin de sus caminos de vida.

#### 3.4.4.4. Kapak Raymi.

Nombre que se la asigna al mes de diciembre del año *kichwa* y que coinciden con las celebraciones de navidad y fin de año de la religión cristiana. Chalan nos cuenta “celebración del nacimiento del *Kapak* que se celebra en el incario, al finalizar de manera total la siembra del maíz.”<sup>74</sup> (CHALAN, 2011: p.116)



**Imagen 97.** (1615). Poma de Ayala, Guamán. *Diciembre Kapak Raymi*. [ilustración] Recuperado de: <http://vision-antigua.blogspot.com/search/label/Tiempo%20Inca>

<sup>72</sup> **Amawtakuna:** personas que se dedicaban a la educación formal de los hijos de los nobles y del Inca

<sup>73</sup> Chalan, Ángel. Pachakutik, La Vuelta de los Tiempos. Loja – Ecuador, 2011

<sup>74</sup> Chalan, Ángel. Pachakutik, La Vuelta de los Tiempos. Loja – Ecuador, 2011

### 3.4.4.5. Pawkar Raymi.

Esta celebración por su parte era el inicio del año solar andino que ellos lo denominaban “nacimiento del fuego” éste coincide con el equinoccio de la primavera o sea en el mes de marzo que para el cristianismo vendría a ser la semana santa (resurrección).

Así lo explica Chalan en su libro, “Los animales, las plantas y toda la naturaleza, se ponen en relación directa con el tiempo y las divinidades que interactúan para la supervivencia del planeta.” <sup>75</sup> (CHALAN, 2011: p.123)



**Imagen 98.** (1615). Poma de Ayala, Guamán. *Marzo Pawkar Raymi* [ilustración] Recuperado de: <http://vision-antigua.blogspot.com/search/label/Tiempo%20Inca>

Para realizar con éxito esta celebración ellos consideraban realizarla en un templo o en un campo abierto para que exista una conexión directa con el cosmos y la Pacha-mama.



**Imagen 99.** (2005). Alberto, Javier Luis. *Pachamama Santa Tierra* [Pintura] Recuperado de: <http://cronicasinmal.blogspot.com/2011/07/dia-de-la-pachamama.html>

Chalan la describe a la Pacha-mama de la siguiente manera, (Véase imagen 99) “[...] anciana en cuyo regazo se desarrollan las plantas, los animales y los

<sup>75</sup> Chalan, Ángel. *Pachakutik, La Vuelta de los Tiempos*. Loja – Ecuador, 2011

humanos. Con el pasar de los años, esta anciana se esta acabando de poco en poco.”<sup>76</sup> (CHALAN, 2011: p.123)

#### 3.4.4.6. Inti Raymi

Esta es una de las fiestas más conocidas y nombradas en esta etnia y en otras culturas indígenas, por ello vamos a entender que significa el *Inti Raymi* o “Festividad Sagrada del Sol”

La más importante en el Calendario festivo de los pueblos indígenas de los Andes, es el Culto al Sol. Es el tiempo de agradecerle por su Luz, agradecer por las cosechas y exaltar la fecundidad de la tierra.<sup>77</sup>

Se puede decir que este ritual o celebración surgió por los Incas en señal de agradecimiento a Dios por crear a su padre *Cápac Inca*<sup>78</sup>. Chalan manifiesta, “Paso [...] de la mediocridad a través del cumplimiento de todos los retos planteados con lo que cada persona empezaría a brillar como el sol.”<sup>79</sup> (CHALAN, 2011: p.126)



**Imagen 100.** (1973). Ferrari, Jose. *Junio Inti Raymi* [Ilustración] Recuperado de: <http://arcoiris-70.blogspot.com/2010/09/inti-raymi.html>

<sup>76</sup> Chalan, Ángel. *Pachakutik, La Vuelta de los Tiempos*. Loja – Ecuador, 2011

<sup>77</sup> “Origen, Significado y Celebraciones del Inti Raymi”. Internet. *www.visitecuador.travel*. Acceso: 07 de Febrero 2013

<sup>78</sup> **Cápac Inca**: maestro, educador, profesor.

<sup>79</sup> Chalan, Ángel. *Pachakutik, La Vuelta de los Tiempos*. Loja – Ecuador, 2011

### 3.4.5. Vestimenta

Como en todo lo antes mencionado los Saraguros tuvieron mucha influencia de los Incas por lo que su vestimenta es muy similar en cuanto a colores y forma.

Luto, recuerdan la fatídica llegada de los conquistadores que mancillaron sus tierras, sus costumbres y su honra, sellando con la muerte de Atahualpa, la muerte de una raza.<sup>80</sup>

#### 3.4.5.1. Varones

En la vestimenta de los varones, ellos utilizaban: cuzhma, pantalón corto, faja o cinturón, poncho, zamarro y oshota. Como vemos en la imagen han tenido una evolución en cuanto al vestuario.



Imagen 101. (2013). *Vestimenta Varones Saraguro*. [Fotografía] Fuente: El autor.

#### 3.4.5.2. Mujeres

Es más compleja y ha ido variando con el tiempo:

Utilizaban: un rebozo (en forma de chaleco), camisa de manga corta; alrededor de 1930, salieron las camisas manga larga, ya no se ponían chalecos; rebozo, anaco con prensas gruesas; polleras sin ningún bordado, alrededor de 1950, aparece con bordados en numero ocho”<sup>81</sup> (SACA, QUIZHPE, TENE, 2001: p.16)

<sup>80</sup> “Historia y Costumbres, sus atuendos”. Internet. [www.saraguros.com](http://www.saraguros.com). Acceso: 08 de Febrero 2013

<sup>81</sup> Saca Q, Segundo Luis F. Q. & Fanny Inés Tene S. “*Elementos Culturales Que Identifican A Los Indígenas Saraguros*” Saraguro – Loja – Ecuador, 2001

Todos estos implementos se confeccionaban ahí mismo pero en especial todas las generaciones utilizaron un sombrero de ala grande que esta hecho de lana de oveja.



Imagen 102. (2013). *Vestimenta Mujeres Saraguro*. [Fotografía] Fuente: El autor.

### 3.4.6. Lugares Turísticos

NOMBRE	LUGAR	HISTORICO	RITUAL	TURISTICO
<b>TABLON</b>				
Putuzhio	Chachipamba	X	X	X
Casa de Hacienda de San Jose, (300 años)	San José	X		X
Laguna San José	San José	X	X	X
<b>SARAGURO</b>				
Cerro y Laguna del Puklla	Saraguro	X	X	X
Washapampa	Lagunas, Ilincho, Gunudel	X		X
Baños del Inca	Ñamarín	X	X	X
Cuevas de Cininkapak o Jizhikaka	Ñamarín	X	X	X
Virgen Kaka	Oñacapac	X	X	X
Laguna Cochapampa	Oñacapac	X	X	X
Pailapampa	Tambopamba	X	X	X
Zhindar	Zhindar	X	X	X

Iglesia Matriz	Saraguro	X	X	X
Ruinias de Inkapirca	Cerro de Inkapirca	X	X	X
<b>PAQUIZHAPA</b>				
Peño Blanca	Gurudel	X	X	X
Leon Dormido	Paquizhapa	X	X	X
Baño del Inka	Paquizhapa	X	X	X
Peredones	Paquizhapa	X	X	X
Carboncillo	Carboncillo	X		X
Chariwaña	Carboncillo	X	X	X
Iglesia	Paquizhapa	X	X	X
<b>CUMBE</b>				
Vertiente de Zhucos	Quilín	X	X	X
Santuario de Cumbe	Cumbe	X	X	X
<b>SAN LUCAS</b>				
Ciudadela	Ciudadela	X	X	X
Cerro y laguna Acacana	Pichig	X	X	X
Inka era	Cerro de Peña Negra	X	X	X
Terrazas	Pechig			
Laguna de Ramos	Cerro Ramos	X	X	X
Wakrahuma	Wakrahuma	X	X	X
Tambos y Pucaras	Varios	X	X	X
<b>MAÑU</b>				
Cerro de Arcos	Manú	X	X	X
Laguna	Manú	X	X	X

**Tabla 3.** Elaborada por el autor. Fuente: Elementos Culturales que Identifican a los Saraguros (2001)

Saraguro es un lugar muy turístico y ancestral sus tradiciones los han llevado a mantenerse de esta manera en la provincia de Loja, por eso a turistas e investigadores les llama la atención esta etnia, a continuación vamos a detallar algunos lugares los más sobresalientes.

León Dormido.- nombre muy singular que se le da a este lugar, es precisamente por eso porque aquí habitaba el león, de ahí la semejanza con su nombre y está ubicado en la parroquia de Urdaneta.

Laguna de Cochapamba.- Es un lugar muy turístico donde se practica la pesca deportiva porque se encuentra en un reservorio y este lugar está ubicado en la comunidad de Oñacapac.

Cerro Huayrapalte.- Este bosque se caracteriza por su gran extensión y variedad de flora y fauna. Además cuenta con fuentes hídricas, las mismas que abastecen para riego y consumo a los pobladores cercanos al recurso. Su conservación esta en estado semi – intervenido.

Cascada Virgen del Kaka.- Considerado como un verdadero paraíso turístico. La persona que ingresa se queda sorprendida por el paisaje, la flora y la fauna silvestre de esta zona. Posee un río que forma una gran cascada a la que sus pobladores le han dado varios nombres originados en sus arraigadas creencias como: *Virgen Kaka, Virgini o cascada de la Virgen.*

## **CAPITULO II**

### Análisis de Investigación y Resultados

#### **4. CAPITULO II**

##### **4.1. Determinación del Universo.**

Lo que permitió determinar el universo fue precisamente la curiosidad que tiene los jóvenes ecuatorianos para conocer su país, no necesariamente viajando hacia estos lugares si no valiéndose por medio de fotografías. Así que se ha enfocado en los estudiantes de entre 18 a 25 años de edad de la Universidad Israel ubicada en la ciudad de Quito, el grupo objetivo se encuentra dentro de la especialidad de Diseño Gráfico Empresarial, modalidad presencial, porque ellos abordan temas relacionados a este proyecto, lo cual va a servirles en especial a estudiantes que estén en niveles superiores (octavo a decimo) y conociendo lo que se va tratar más adelante servirá para los niveles inferiores, de primero a séptimo.

Por el número limitado de estudiantes o grupo objetivo no se pudo sacar una muestra del universo, ni se utilizó la fórmula por el mismo inconveniente, en la Universidad Israel el número de estudiantes es de sesenta y siete en el periodo 2012 – 2013 del edificio matriz ubicado en las calles Fráncico Pizarro E4-142 y Av. Orellana, en la ciudad de Quito-Ecuador, consecuentemente se trabajó con todo el universo.

##### **4.2. Censo Investigativo.**

En este censo investigativo pudimos observar que la población estrictamente escogida fue muy clara y no tuvo inconvenientes a la hora de resolver las encuestas. Por esta razón fue que se escogió a este selecto grupo ya que ellos podían entender los tecnicismos sin tener la necesidad de darles explicaciones sobre las preguntas. Estudiantes de Diseño Grafico de la Universidad Israel tuvieron la oportunidad de aportar con sus opiniones sobre la cultura visual, soporte, formato y fotografía.

##### **4.3. Aplicación del Censo.**

Los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Israel aprovecharon la ocasión para aportar con sus opiniones e ideas sobre la cultura visual, la fotografía y los soportes que ellos consideraron los más apropiados para llevar a

cabo un producto editorial impreso. Se puede entender que los estudiantes a la hora de relacionar fotografías con un impreso, se inclina sobre un soporte gráfico como es el libro, por lo tanto se pudo determinar que para la elaboración del producto final es más factible usar imágenes dentro de un libro, así resulta atractivo para el mayor número de estudiantes.

Las preguntas que se formularon fueron de opción múltiple, no tenían la necesidad de escribir nada extenso ni tedioso, así las cosas se facilitaron para ellos, porque responden rápido y para la investigación sirve al ahorrar tiempo en el procesamiento y análisis de las preguntas, al final de este proceso investigativo se puede dar cuenta que las respuestas en su mayoría coincidían a excepción de la quinta pregunta (véase tabla 8) donde las respuestas estuvieron a la par, sin embargo, la respuesta que más acogida tuvo fue el libro dejando a la revista en segundo lugar, en lo que respecta al Análisis de los Resultados se va a mostrar los cuadros y gráficas obtenidas.

#### 4.4. Análisis de los Resultados de la investigación.

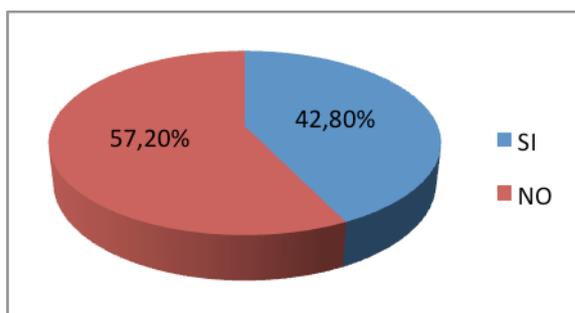
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	42.8
NO	40	57.2
TOTAL	70	100.0

#### PREGUNTA N° 1

¿Conoce usted la etnia los Saraguros?

**Tabla 4.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Treinta personas que corresponden al 42.8% de la población investigada, manifiestan que si conocen a la etnia de los Saraguros, mientras que el 57.2% que representa a cuarenta personas participantes en la encuesta, señalan que no conocen a la etnia de los Saraguros.

De la información que se ha obtenido en esta pregunta es posible establecer que existe una mayoría de encuestados que no conocen la etnia de los Saraguros, no obstante es significativo el porcentaje de personas que señalan que si conocen esta etnia.

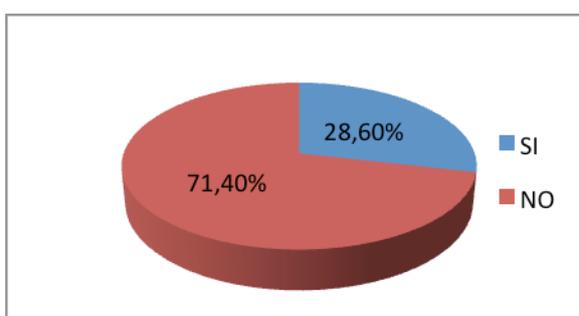
### PREGUNTA N° 2

¿Sabe usted dónde se encuentra ubicada la etnia los Saraguros?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	28.6
NO	50	71.4
TOTAL	70	100

**Tabla 5.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Veinte personas encuestadas que representan el 28.6% de la población investigada, señalan que sí conocen donde se encuentra ubicada la etnia de los Saraguros; por su parte cincuenta encuestados declaran no conocer en dónde está ubicada esta etnia. Es decir que, de acuerdo con la información recogida la mayoría de las personas que participaron de la encuesta contestan que no

conocen en dónde se encuentra ubicada la etnia de los Saraguros, por lo tanto no tienen información acerca del asentamiento territorial de esta etnia.

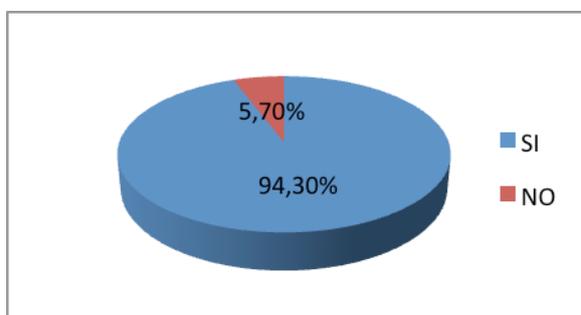
### PREGUNTA N° 3

#### ¿Te gustaría recibir información de esta etnia ?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	66	94.3
NO	4	5.7
TOTAL	70	100

**Tabla 6.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



#### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

De acuerdo con la información reportada se verifica que a sesenta y seis encuestados que corresponden al 94.3% de la población investigada, les gustaría recibir información acerca de la etnia de los Saraguros. Mientras tanto, cuatro personas encuestadas, esto es el 5.7% de la población, señalan que no tienen interés por conocer acerca de esta etnia.

Los datos reportados en esta pregunta, confirman que para los encuestados sería interesante tener información acerca de la etnia de los Saraguros, confirmándose de esta forma la pertinencia de difundir datos acerca de la misma.

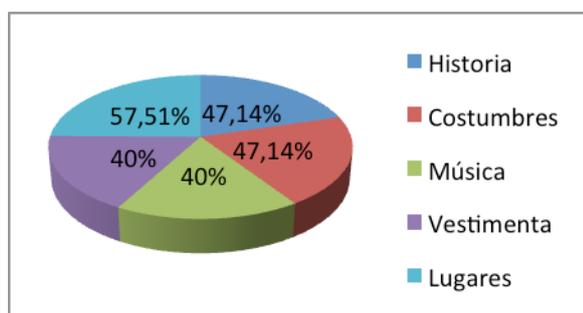
### PREGUNTA N° 4

¿Qué temas le gustaría conocer de esta etnia?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Historia	33	47.14
Costumbres	33	47.14
Música	28	40.00
Vestimenta	28	40.00
Lugares	39	55.71

**Tabla 7.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



#### INTERPRETACION Y ANÁLISIS:

Treinta y tres personas, que corresponden al 47.14% de la población investigada, manifiestan tener interés por conocer la historia; igual número y porcentaje, demuestran interés por conocer la historia; un 40% que corresponden a 28 personas participantes de la encuesta señalan interés por conocer sobre la música; igual porcentaje y número de personas, señalan estar interesados en conocer la vestimenta; finalmente treinta y nueve personas que corresponden al 55.71% tienen interés por conocer los lugares turísticos.

Es decir que conforme a los resultados obtenidos se establece que las personas encuestadas demuestran interés por el conocimiento de aspectos como la historia, costumbres, música, vestimenta, y lugares, relacionados con la etnia de los Saraguros, siendo preponderante el interés por conocer los lugares en los que se encuentra asentada esta etnia.

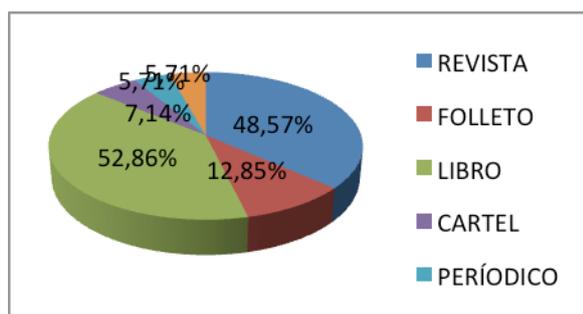
### PREGUNTA N° 5

¿Por qué medio impreso le gustaría recibir información?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revista	34	48.57
Folleto	9	12.85
Libro	37	52.86
Cartel	5	7.14
Periódico	4	5.71
Boletín	4	5.71

**Tabla 8.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Treinta y cuatro personas, esto es el 48.57% de la población investigada, señalan que les gustaría conocer acerca de la etnia de los Saraguros a través de una revista; nueve personas, o sea el 12.85%, preferirían que el medio informativo sea un folleto; treinta y siete encuestados que alcanzan el 52.86%, señalan que el medio impreso de preferencia sería el libro; cinco personas, o sea el 7.14% contestan que el medio impreso que prefieren el cartel; para cuatro personas o sea el 5.71%, les gustaría informarse mediante el periódico; y un igual número de personas que corresponde a igual porcentaje, señalan como medio impreso de su agrado el boletín.

De las respuestas que se han obtenido se puede establecer que el medio impreso por el que preferirían obtener información acerca de la etnia de los

Saraguros, sería el libro, aunque también es significativo el porcentaje de quienes preferirían hacerlo mediante una revista, siendo estos los medios de información, que prefieren las personas investigadas.

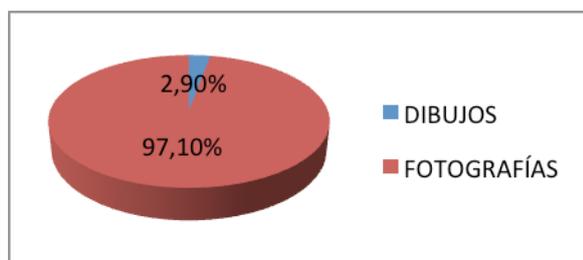
### PREGUNTA N° 7

¿Qué tipo de Imágenes?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dibujos	2	2.9
Fotografías	68	97.1

**Tabla 9.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Dos personas encuestadas, es decir el 2.9% de la población investigada señala que le gustaría que el impreso contenga dibujos; por su parte sesenta y ocho personas investigadas, que corresponden al 97.1% de la población investigada, contestan que preferirían que el impreso contenga fotografías.

La información obtenida en esta pregunta, permite entender que de acuerdo con el criterio de la mayoría de los encuestados, el material impreso, para brindar información acerca de la etnia de los Saraguros debería contener fotografías. Este criterio se entiende porque este tipo de recurso gráfico es el que permite tener un acercamiento más real sobre las características de este grupo étnico, graficando la importancia y la riqueza cultural del mismo.

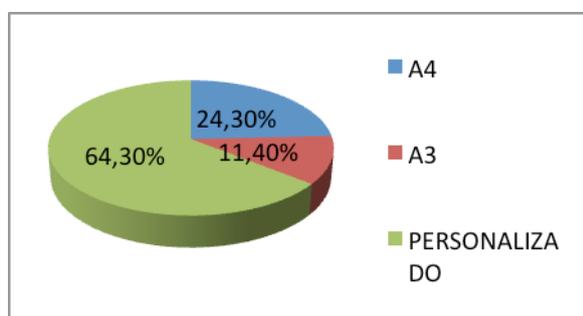
### PREGUNTA N° 8

#### ¿Cuál formato te parece apropiado?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A4	17	24.3
A5	8	11.4
Personalizado	45	64.3
TOTAL	70	100

**Tabla 10.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



#### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Diecisiete personas que corresponden al 24.3% de la población investigada manifiestan que el formato apropiado para la difusión del material impreso sería A4; ocho personas que representan el 11.4% del total de encuestados, señala que el formato debería ser el A5; mientras que cuarenta y cinco personas que corresponden al 64.3% de la población, contestan que el formato debería ser personalizado.

Considerando la información anterior, tenemos que la mayoría de las personas encuestadas consideran que el formato debería ser personalizado, este criterio deberá ser tomado en cuenta al momento de elaborar el correspondiente material impreso, de modo que el mismo sea agradable para quien tenga interés por analizarlo y revisarlo, además dado el avance que se ha obtenido en materia de artes gráficas, habrá de escogerse el formato más adecuado para que el medio impreso resulte interesante y cumpla adecuadamente el propósito de proporcionar información suficiente acerca de la etnia de los Saraguros.

#### 4.5. Conclusión del Censo Investigativo

La realización de este censo investigativo nos ayudó mucho a la hora de escoger el material, el soporte, los temas y las dimensiones de este libro fotográfico, dentro de este material impreso se van a topa temas de sumo interés que se consideraron apropiados y de total agrado, pues de acuerdo a los resultados se sienten más cómodos revisando un libro de imágenes que un libro que únicamente contenga texto, sin menospreciar a los libros de literatura, pero en este caso para conocer un lugar es preferible verlo antes que leerlo.

Un libro fotográfico que muestre a una cultura indígena ecuatoriana que aún no ha perdido por completo sus costumbres y tradiciones, llama la atención a las personas que están interesadas en conocer nuestro país y por supuesto con mayor razón a las personas extranjeras.

La presentación de este libro fotográfico, es único en relación a que no existe otro igual que hable sobre los Saraguros mediante imágenes en la actualidad y muestre sus características y aspectos más relevantes, constituyéndose en un significativo aporte para el ámbito cultural de Loja, Ecuador y el mundo.

#### 4.6. Entrevistas a expertos

##### Entrevista Al Diseñador Gráfico:

Nombre: **Pablo Andrés Duque** – Diseñador Gráfico en la Agencia Nous agencia creativa y profesor en el Instituto Tecnológico Sudamericano en Loja.

1. ¿Cómo considera que incide la percepción en las personas a la hora de observar una pieza gráfica? ¿Por qué?

Yo la dividiría en una pieza artística y una pieza publicitaria; En las piezas publicitarias por lo general tratamos de comunicar algo, siempre vender algo por lo general, una pieza grafica no necesariamente tiene que ser algo comunicativo, tiene que ser una pieza de autor.

2. ¿Cree usted que la elaboración de material editorial contribuye a emitir un mensaje para llevar a la socialización de ciertas problemáticas ¿Por qué?

Definitivamente! La parte editorial tiene diría yo igual porcentaje que la parte del contenido, porque es la manera que vamos a llegar en este caso al lector.

3 ¿El hecho de elaborar un medio impreso para llegar a comunicar un mensaje, ayuda al bien social? ¿De qué forma?

Si definitivamente que sí, es obvio mientras tengamos maneras de comunicarnos mas aún ahora que la comunicación es un boom, definitivamente va ser un gran aporte.

4. ¿Al momento de realizar sus diseños, ¿Cómo conceptualiza la idea para transmitir el mensaje de forma correcta?

Publicitariamente hablando que creo es por donde va el asunto, lo que primero que se hace es saber qué es lo que quieren ustedes, tengo entendido que sabes que es un brief entonces se lo aplica, no se si es empresa administrativa o publicitaria, en base a esto se lanzan conceptos creativos, luego de elegir un concepto creativo se analiza el concepto creativo y se elige una o dos ideas máximo, para pasar al proceso de bocetaje y todo el rol que viene hacia delante.

5. ¿Qué tan importante es el Diseño Gráfico para transmitir un mensaje a la sociedad?

Retomando las palabras de la pregunta anterior el diseño gráfico es de la manera más estructurada, el último paso pero quizás es el más importante de todos, si tenemos una gran editorial, tenemos una gran calidad, pero si tenemos un pésimo diseño es imposible llegar.

6. ¿Un libro fotográfico es suficiente para mostrar lo que hacen los Saraguros?

¿Un libro fotográfico? ¿Solamente fotográfico? Creo que no! Porque hay mucha historia dentro de la etnia los Saraguros.

7. ¿Qué le parece la idea de crear un libro fotográfico en el cual muestre en imágenes la etnia los Saraguros?

Genial, los Saraguros son una cultura ancestral muy mística y un montón de cosas que aparte de que como lojanos nos interesa mucho, creo que sería

genial poder mostrarlos, es difícil porque la verdad con los Saraguros uno tiene que sentirse invitado para poder disfrutar de algunas celebraciones como el “Inti Raymi”, un montón de situaciones para poder fotografiarlos pero sería para mí muy interesante.

### **Entrevista Al Experto En Fotografía:**

Nombre: **Martiza Altamirano** – Fotógrafa independiente de actos sociales y Presidenta del club de fotógrafos en la ciudad de Loja.

1. ¿Qué encuadres se usa con frecuencia para fotografiar personas, paisajes y retratos?

Dependiendo del tipo de fotografía que se quiera lograr, entonces no es simplemente ver el objetivo si no ver todo el conjunto, ver el entorno y dependiendo de la foto que se quiera ver todas estas cosas hay que considerar al momento de hacer una fotografía.

2. ¿Cómo conseguir la mayor atención del público?

Dependiendo del evento, si es en un acto social hay que pedir a la gente que ponga atención a la fotografía, pero por ejemplo cuando es un modelo para una fotografía publicitaria, se tiene que conversar con la persona para que se concentre y sepa la calidad de imagen que se quiere proyectar.

3. ¿Qué formatos son adecuados para mostrar fotografías en un libro?

El formato no es tanto, es más bien lo que considera la calidad de la fotografía, la resolución de la imagen; si se toma con una cámara fotográfica, con una cámara de publicidad con buena resolución vamos a tener una foto de calidad, que nos servirá para publicar en un libro, en un periódico o en donde se guste.

4. ¿Qué criterios determina usted para escoger las fotografías perfectas?

Eso depende del gusto personal, a mí me gusta enmarcarme a la fotografía de tipo social, entonces este tipo de fotos me impacta y me gusta y se que da un mejor mensaje a la gente.

5. ¿Qué puntos de vista debo tomar en cuenta antes de tomar una foto?

Lo que es la iluminación, el entorno, todo eso se tiene que tomar en cuenta si son objetos inanimados se debe tomar en cuenta, básicamente el paisaje y si se

trata de una persona, pues ver en que posición esta posando para la fotografía.

6. ¿Es necesario tener un estudio profesional para obtener las mejores fotografías; Si no lo tengo que me recomienda?

El estudio profesional es una gran ayuda si es que se va a tomar a una quinceañera o una modelo; pero por ejemplo fotos familiares, fotos de eventos ya es diferente, se necesita otro escenario y si uno se dedica a la fotografía de campo es imposible un estudio fotográfico, porque se nos queda un poco rezagado para este tipo de fotografías.

7. ¿Qué características debe tener una fotografía en cuanto a composición?

En composición una foto tiene que proyectar exactamente lo que uno quiere mostrar por ejemplo en una fotografía publicitaria se tiene que lograr que el objeto que se muestra logre su objetivo, que se venda, que de el mensaje. ¿De qué es? Y ¿Para qué se necesita? La foto tiene que hablar prácticamente, tiene que decirlo todo.

8. ¿Qué técnicas se puede usar para la creación de un libro fotográfico?

Por ejemplo, en la foto que hablamos de tipo social les queda muy bien el tono sepia, el blanco negro también es impactante en este tipo de fotos, pero por ejemplo si se quiere proyectar un paisaje o un medio ambiente, ahí lo que más prima son los colores, entonces ahí se debe usar la foto tal como es, en cambio si haríamos una foto con efectos, entonces tenemos que poner alguna técnica usando la computadora incluso las mismas cámaras.

9. ¿En qué soporte impreso se valora mejor la fotografía?

La impresión se la puede hacer en cualquier tipo de papel en papel bond, pero es la calidad de fotografía y todo papel tiene su calidad entonces lógicamente si uno quiere que la foto sea de lo mejor hay que buscar el mejor papel.

10. ¿Qué le parece la idea de crear un libro fotográfico en el cual se muestre en imágenes la etnia los Saraguros?

Eso fuera ideal porque Loja tiene que proyectarse al mundo y bueno la etnia Los Saraguros sabemos las características que tienen ellos que no han perdido sus costumbres, su identidad, entonces hay que hacerlos conocer al mundo, sería algo muy bonito e interesante.

**Entrevista Al Experto En Hotelería Y Turismo:**

Nombre: **Soraya Luzuriaga** (Administradora) del Hotel Grand Victoria en la ciudad de Loja.

1. ¿El desconocimiento de la cultura ecuatoriana en los jóvenes es un tema preocupante? ¿Por qué?

Si, porque como lo decíamos muchos jóvenes desconocen la cultura que tenemos, muchos jóvenes vienen a pasear a Loja y me preguntan ¿dónde hay una disco?, ¿qué hago hoy noche? Pero no se van a un museo o algunos puntos turísticos, las localidades cercanas como Saraguro, en Cera también hay algunas antigüedades trabajan en barro y todavía lo siguen haciendo y se convertiría en turismo comunitario.

2. ¿De qué manera podemos incentivar a los jóvenes a que se interesen por aprender de las etnias ecuatorianas?

Yo creo que focalizando lo que realmente tenemos, en este caso el cantón Saraguro, indicarles, invitarlos, promover giras, hacer una ruta donde se tome en cuenta cada una de estos puntos para que ellos puedan ir conociendo, sin considerar de que sean o no estudiantes de Hotelería y Turismo o sea en la rama que sea, hacen la gira a algún lugar que conozcan alguna cultura de nuestro país.

3. ¿Es suficiente con informar mediante medios impresos de este tema?

Sería bueno, que se visualice mediante un video o una película.

4. ¿Conocer sobre las etnias ecuatorianas podría generar turismo dentro de estos lugares?

Si, porque hay muchas personas que les encanta el agroturismo, el turismo comunitario, el ver ordeñar una vaca, el ver cómo hacen un queso y que estas personas vengan y vean cómo elaboran sus ponchos, sus artesanías les va llamar más la atención, van a venir y no van a querer irse sin comprar algo.

5. ¿Están preparadas estas etnias para recibir y generar turismo?

Si hace algún tiempo atrás, hace unos 10 años administré una hostería en Malacatos "La Vieja Molienda" y tuve la oportunidad de trabajar con un buen grupo de Saraguros que venían con el gerente para que les facilite hacer las pasantías, para aprender cómo atender a un cliente, entonces quiere decir que

ellos fuera de estudio en la universidad de la vida, se estaban capacitando de lo que querían poner su pequeño hostel, querían saber cómo ellos pueden manejar e iban un mes, dos meses a practicar y conociéndolos realmente, no es la imagen que tenemos de ellos.

6. ¿Por qué existe ese rechazo hacia las culturas indígenas?

Por el desconocimiento, porque no los conocemos a fondo, nos enfocamos a los Saraguros que salieron a la calle a pedir caridad, no al Saraguro que es ingeniero, al Saraguro que tiene una empresa de quesos, que vende la crema de leche, que vende el queso mozzarella, realmente hay gente que se ha capacitado y ha estudiado; solo nos asustamos viendo lo superficial.

7. ¿Qué le parece la idea de crear un libro fotográfico en el cual muestre en imágenes la etnia los Saraguros?

Yo creo que sería un buen punto para que tanto Loja como la provincia y sus cantones se puedan ayudar, porque hay muchos turistas que llegan aquí al Hotel Grand Victoria y nos piden ¿Qué hacemos? ¿Dónde vamos? Y de boca ya no nos creen, pero si en cambio tenemos algo que ellos puedan observar con más entusiasmo van a desear visitar, bueno ¿Sabes qué? para mañana prepárame un city tour allá.

#### **Entrevista Al Editoralista:**

Nombre: **Dr. César Correa Jaramillo**, Editoralista, Periodista, Abogado y Profesor de la Unidad Educativa Bernardo Valdivieso de la Ciudad de Loja.

1. ¿Qué aspectos debe tener en cuenta para crear un libro?

Pienso que primero se debe tener claro que se va a comunicar, que se va a decir al público y depende del tipo de obra que se quiere crear para considerar los aspectos esenciales. De todas maneras la justificación es fundamental para su difusión, debe tener su importancia y que sea útil al lector.

2. ¿Cuál es la función del editor en la creación de un material impreso?

Tener la habilidad para encontrar el o los aspectos que realmente van a contribuir en aporte para el desarrollo de la ciencia o el arte. El editor debe tener cuidado que el material impreso refleje un hecho trascendental o que aclare alguna desinformación, etc.

3. ¿La cultura ecuatoriana dentro de los medios impresos que acogida tiene?

Escasa acogida, porque los medios buscan tener gran cantidad de público oyente y televidente, más no de lectores.

El público no valora, no aprecia las obras de ciencia, de arte, de historia; prefieren programas u obras de mala calidad.

4. ¿Qué le parece la idea de crear un libro fotográfico en el cual muestre en imágenes la etnia los Saraguros?

Bueno, por el contenido que se va a hacer conocer al público, este libro tiene que publicarse en un buen tiraje para beneficio de interesados, intelectuales y especialistas. Considero además que este libro tendría un gran éxito en el exterior, me refiero a Europa. Hay que tener en cuenta que esta etnia ha conservado su identidad y cultura en la clandestinidad, debido a la persecución que antes tuvo.

#### **Entrevista Al Antropólogo:**

Nombre: **Lic. Mario Jaramillo Andrade**, Antropólogo, Profesor de la Unidad Educativa Bernardo Valdivieso y Ex Presidente de la Casa De La Cultura, Núcleo de Loja.

1. ¿Como antropólogo, ¿Usted que cree que se debe mostrar de la etnia los Saraguros o cuáles son los temas mas relevantes que puedo comunicar?

Se puede mostrar dos cosas importantes que son visibles en esta etnia y que se podría hacer conocer a la sociedad.

Lo primero es su arquitectura, en razón de que el sistema de construcción de sus viviendas es tradicional, utilizan el carrizo, la paja y el barro. Además sus viviendas cuentan con un portal o corredor donde la familia sale a conversar.

En cuanto a la vestimenta, se destaca el negro como color característico, las mujeres visten blusas bordadas, bayeta, anaco, pollera, faja, tapo, alpargatas, collares y sombrero de lana. Los hombres visten cushma, camisa, cinturón, poncho, zapatos y sombrero de ala grande al igual que las mujeres.

2. ¿Cuál es el papel ó que puede hacer un antropólogo en una sociedad que desconoce su identidad indígena ecuatoriana?

Bueno, se requiere primeramente estabilizar relaciones de amistad, porque son cerrados, no les gusta hablar de su identidad, quizá obedezca a que hubo persecución antiguamente a la cultura indígena. Entonces, se debe buscar formas de congraciarse con los indígenas y se podría empezar con aquellos que tienen preparación académica y ahí tenemos a los profesores, médicos y otros profesionales.

3. ¿ Qué le parece la idea de crear un libro fotográfico en el cual muestre en imágenes la etnia los Saraguros?

Sería un valioso aporte para los lectores y la misma sociedad, porque ello permitiría valorar en su real dimensión su identidad, ayudaría a fortalecerla y también a que los Saraguros sean mejor conocidos por los ecuatorianos.

#### **4.7. Conclusión de las entrevistas.**

##### **Entrevista al Diseñador Gráfico:**

Para transmitir un mensaje a la sociedad valiéndonos del diseño gráfico, es importante partir de un concepto creativo que garantice una comunicación efectiva sin descuidar el adecuado proceso de bocetaje de imágenes y la parte editorial. Siempre teniendo en cuenta que la composición que esta haciendo debe gozar de armonía y llevar un mensaje claro.

##### **Entrevista al experto en Fotografía:**

Una fotografía tiene que proyectar exactamente lo que uno quiere mostrar, tiene que lograr el objetivo que se pretende, la fotografía tiene que decirlo todo, tiene que dar el mensaje correcto, en este caso, mostrar la etnia los Saraguros tal cual son, con costumbres, su vestuario, sus viviendas, su entorno, etc.

##### **Entrevista al Especializado en Hotelería y Turismo:**

No se valora la riqueza cultural que se tiene, por falta de promoción, de publicidad, de identidad, de comunicación. Se debe emprender en campañas y proceso de conocer lo que se tiene, mediante invitaciones, giras, tours, utilizando medios impresos, pero además valiéndose de videos. El libro fotográfico es una gran opción.

**Entrevista al Editoralista:**

El libro fotográfico tiene que publicarse en un buen tiraje para beneficio de interesados, intelectuales y especialistas; pero tendría mayor éxito en el exterior, considerando que esta etnia los Saraguros han conservado su identidad y cultura en la clandestinidad, debido a la persecución que antes tuvieron.

**Entrevista al Antropólogo:**

Se podría hacer conocer dos cosas importantes que son visibles en esta etnia. Lo primero es su arquitectura, el sistema de construcción de las viviendas con carrizo, paja y barro. En cuanto a la vestimenta se destaca el color negro en hombres y mujeres como color característico.

**Conclusión General:**

El libro fotográfico para mostrar en imágenes esta etnia los Saraguros, se constituye un valioso aporte para los lectores y la misma sociedad a nivel interno y mucho más a nivel externo del país, porque va a permitir valorar en su real dimensión su identidad, ayudaría a fortalecerla y sobre todo a que los Saraguros sean mejor conocidos por los ecuatorianos y los extranjeros.

## **CAPITULO III**

### Fundamentación del Producto

## **5. CAPITULO III**

En este capítulo justifica de manera global y técnica la información que se va a publicar y el proceso que se desarrolló desde el principio hasta la presentación final del producto. Aquí se especificará lo relacionado a colores, formas, formatos, tipografía, texto, imágenes y todo lo que respecta a la presentación gráfica.

### **5.1. Fundamentación del Producto**

#### **5.1.1. Método creativo de Diseño.**

El plantear una idea y tener un seguimiento de la misma para concretarla, no es un trabajo inmediato, se trata de saber llevar a cabo todos los pasos de un proceso creativo de diseño, dentro de este proceso intervienen algunos factores que permitirán llegar a la conclusión del tema. Se puede considerar al proceso creativo como un análisis mental donde las ideas afloran y son escogidas o desechadas para lograr su objetivo o su fin que es la comunicación de un mensaje, en este caso a través de medios impresos. Siguiendo la metodología de Munari Bruno, se ha de llegar a la resolución del problema de comunicación proponiendo un sistema de trabajo que facilitara los pasos planteados por el autor.

#### **5.1.2. Definición del Problema.**

Ante el desconocimiento de la sociedad, se hace imprescindible difundir un producto editorial impreso con el fin de dar a conocer la etnia los Saraguros ubicados al norte de la provincia de Loja, en el cual se muestre dentro de su contenido temas específicos y relevante como su historia, cultura, tradición, música, lugares turísticos y vestimenta mediante imágenes y textos que complemente la información publicada.

#### **5.1.3. Elementos del Problema.**

La escasa información que se tiene de esta etnia y el desconocimiento de la misma determinan el principal problema, de aquí derivan situaciones como: rechazar el indigenismo, el poco turismo hacia el lugar, la pérdida de identidad, entre otros.

Fotografías, publicaciones, libros, página web, que muestren información de esta etnia ayudará a que muchas personas se interesen por conocer o que tengan presente que se trata de una importante etnia que se encuentra dentro del territorio ecuatoriano.

#### **5.1.4. Recopilación de Datos.**

La abundante información obtenida permitió definir parámetros más allegados a nuestra idea final, el objetivo principal indica cuáles son los temas más relevantes que se deben considerar para una investigación de esta naturaleza, que son de interés para el público y evitar el desconocimiento total o parcial.

Los estudiantes de Diseño Gráfico prefieren las fotografías ante las ilustraciones y los largos textos explicativos.

#### **5.1.5. Análisis de Datos.**

De acuerdo con las encuestas, éstas revelaron que los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Israel, sede matriz, prefieren como medio de difusión un libro fotográfico, material impreso que será de fácil uso para ellos y su contenido aporta al conocimiento visual, técnico, didáctico y de conocimiento en las áreas de Diseño, Fotografía y Cultura.

Es por esta razón que al tratar de simplificar las cosas y de tener una idea minimalista en cuento al diseño, permitirá lograr una aceptación por parte de los estudiantes y así captar su máxima atención al libro en formato impreso.

#### **5.1.6. Creatividad.**

Una de las partes de este proceso creativo tiene mucho que ver con las técnicas o recursos que se usan para desarrollar el producto es así que se ha utilizado la lluvia de ideas o *Brainstorming* esto con el fin de acortar tiempo y mejorar la calidad del producto. Se trata de arrojar todas las ideas posibles sin desechar ninguna por más desacertada que parezca, para luego pasar por una etapa de selección minuciosa y así tener opciones para llegar a una conclusión eficaz.

Tanto para el nombre como para el eslogan, se trabajó en esta técnica la lluvia de ideas dejando como resultado final, Los Saraguros. Para el eslogan se consideró pueblo ancestral, herederos de Atahualpa, vestigios oscuros, entre maíz e historia, sin embargo la que más hace referencia al trabajo es, La tierra del maíz.

A continuación se muestra el proceso creativo de cada elemento que esta ubicado dentro de el libro, explicando los pasos realizados hasta su presentación final, tratando en todo momento que los pantones escogidos permitan que la impresión sea exacta.

**LOGOTIPO:** Los Saraguros



**Imagen 103.** (2014). *Los Saraguros Titulo.* [Ilustración] Fuente: El autor.

1. Se elige la tipografía llamada "Doctor Fibes DEL" con un valor de 40 puntos y un *traking* de -10.
2. Se espeja las letras "A", "R" y "S" .
3. Se trabaja la letra "G" quitándole la cola sobresaliente.
4. Se pone verticalmente la palabra "LOS" de tal manera que la letra "L" quede en la parte inferior y la "S" en la parte superior.
5. Con el contorno de las letras y la imagen de una textura se procede a recortar el perfil de las letras y se pone una sombra en las letras.
6. Se duplica el logo y se da *stroke* 1 punto, color gris.
7. Se aplica efecto *Gaussian Blur*.
8. Se pone una línea que resalta el logo.
9. Resultado final.

**SLOGAN:** La tierra del maíz

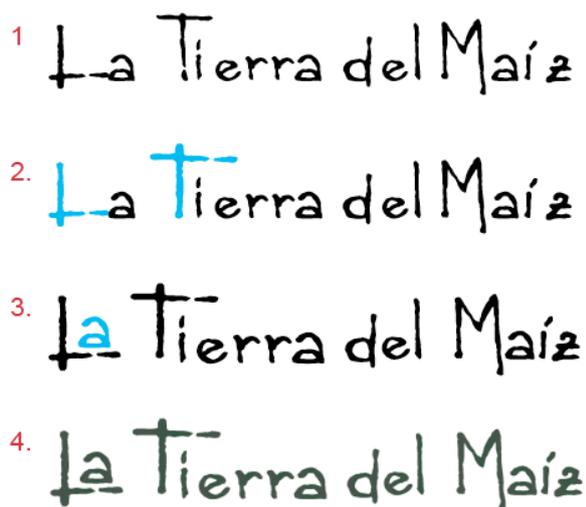


Imagen 104. (2014). *Slogan*. [vector] Fuente: El autor.

1. Se eligió la tipografía "Lúdico" con valor de 23 puntos.
2. Se copia la letra "L" y se gira 180°, luego se espeja horizontalmente. Se reemplaza con la letra "T".
3. La letra "a" se sienta sobre la letra "L".
4. Se copia el eslogan en el mismo lugar y se aumenta el *stroke* de las letras, pasan a ubicarse atrás.

## ISOTIPO:

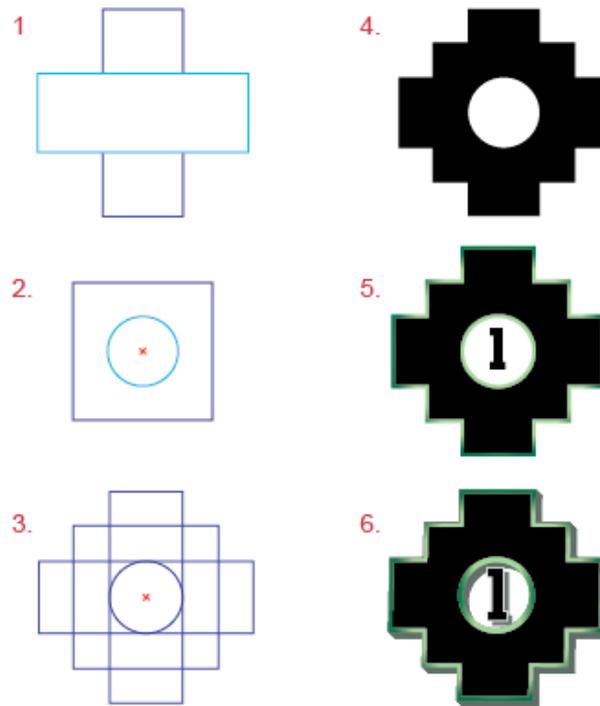
Figura Inicial	Figura Compuesta	Figura Final

Tabla 11. Nombre: Creación del Isotipo. Elaboración: El Autor

Se une todas las piezas, se da color y sombras.



Imagen 105. (2014). *Completa Slogan*. [vector] Fuente: El autor.

**FIGURA CAPITULAR:**

**Imagen 106.** (2014). *Figura Capitular*. [vector] Fuente: El autor.

1. Se construye un rectángulo, se copia y se gira 180 grados hasta que quede horizontal.
2. Se crea un cuadrado y un círculo poniéndolos uno sobre el otro para que queden centrados.
3. Se junta todas las piezas en el un punto central para formar la figura final.
4. Se une todas las figuras para crear un solo cuerpo dejando como espacio el círculo central.
5. Ya con la figura se le da valor y color al contorno y se procede a colocar el número.
6. Se aplica un efecto 3D en la figura y sombra en el número.

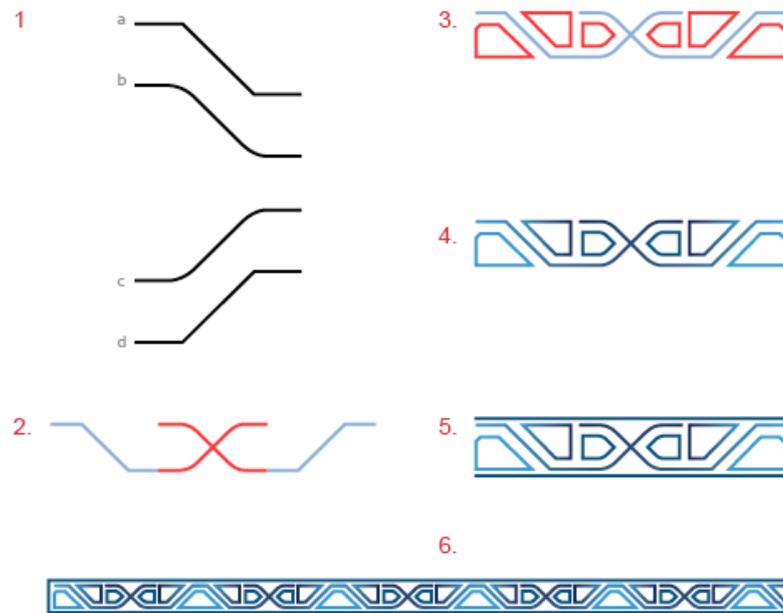
**SEPARADOR:**

Imagen 107. (2014). *Separador de Contenidos*. [vector] Fuente: El autor.

1. Estas líneas son las que se usará para crear el separador
2. Se une las líneas de esta manera.
3. Dentro de los espacios se llena con más figuras que son llevadas por los contornos de la figura anterior.
4. Se da color y se aumenta 1 punto al *stroke*.
5. Se enmarca la figura con una línea del mismo valor.
6. Figura final.

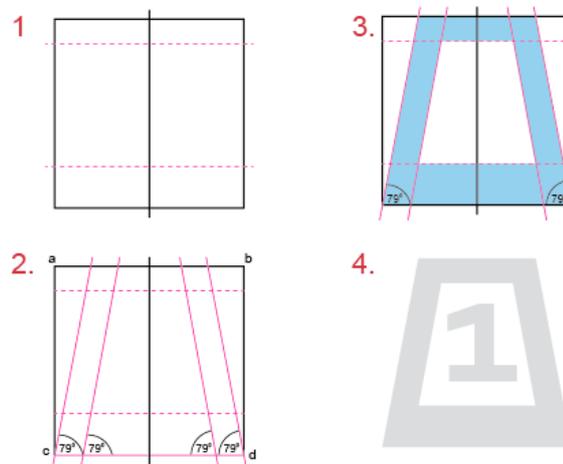
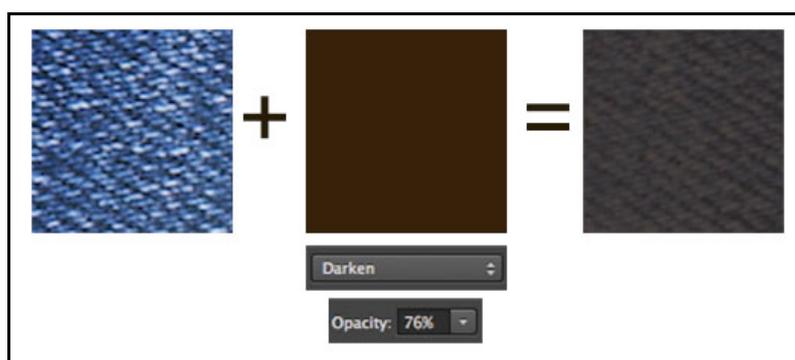
**NUMERACIÓN DE PÁGINA:**

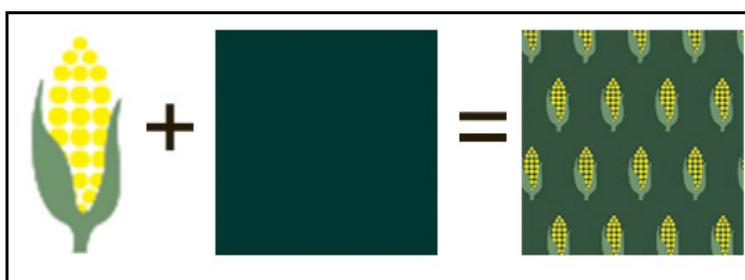
Imagen 108. (2014). *Figura Numeración de Página*. [vector] Fuente: El autor.

1. Al cuadrado se lo divide en dos partes iguales, luego se lo corta horizontalmente en partes.
2. Del punto "c" y del punto "d" se traza una línea de  $79^{\circ}$  respectivamente hasta cortar la línea (a-b). Con una distancia de 0,5cm hacia dentro de la figura se repite el proceso
3. Con este proceso se obtiene la figura.
4. Se da color y se coloca la numeración.

**PORTADA:** para la portada se utilizó una textura similar a una tela gruesa y basta tejida por las tribus nativas a la que denominaban *mahon*. Aplicada una capa de color café (C=60; M=67; Y=76; K=78) la misma en *darken* con una opacidad de 76% dando como resultado el fondo de la portada, se usó un color oscuro par dar el mismo tono que utilizan los indígenas al vestirse de negro o colores oscuros por su tradición al recordar la muerte de Atahualpa.



**GUARDA:** el diseño monótono de estas páginas no tiene mayor relevancia dentro del libro pero que son parte de el y forman parte de la estructura del mismo, la figura usada fue una mazorca y trabajada de forma minimalista, el fondo fue escogido por las hojas de esta planta que son de color verde (C=76; M=48; Y=76; K=52) así no pierden el sentido de una maizal estas tierras.



TIPOGRAFIA: La tipografía que se uso para los textos del libro se los escogiendo tomando en cuenta elementos como: legibilidad, tamaño y grosor.

TITULARES A:

Nombre: Impact

Tamaño: 43 pt

Estilo: Regular

*Leading*: 51,6 pt

**ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890**

TITULARES B:

Nombre: Corbel

Tamaño: 13 pt

Estilo: Bold Italic

*Leading*: 15,6 pt

***ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890***

TITULARES C:

Nombre: Corbel

Tamaño: 11 pt

Estilo: Regular

*Leading*: 13,2 pt

**ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890**

TEXTO:

Nombre: Cambria

Tamaño: 10 pt

Estilo 1: Regular

Estilo 2: Bold Italic

*Leading 1 y 2*: 12 pt

**ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890**

TITULOS:

Nombre: Corbel

Tamaño: 16 pt

Estilo: Bold

*Leading*: 19,2 pt

**ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890**

De esta manera se tiene un registro de actividades de las ideas, creatividad y proceso que tuvo el proyecto desde su inicio hasta su presentación final, por lo tanto el producto digitalizado queda completo y se pasa al siguiente punto que es el soporte físico.

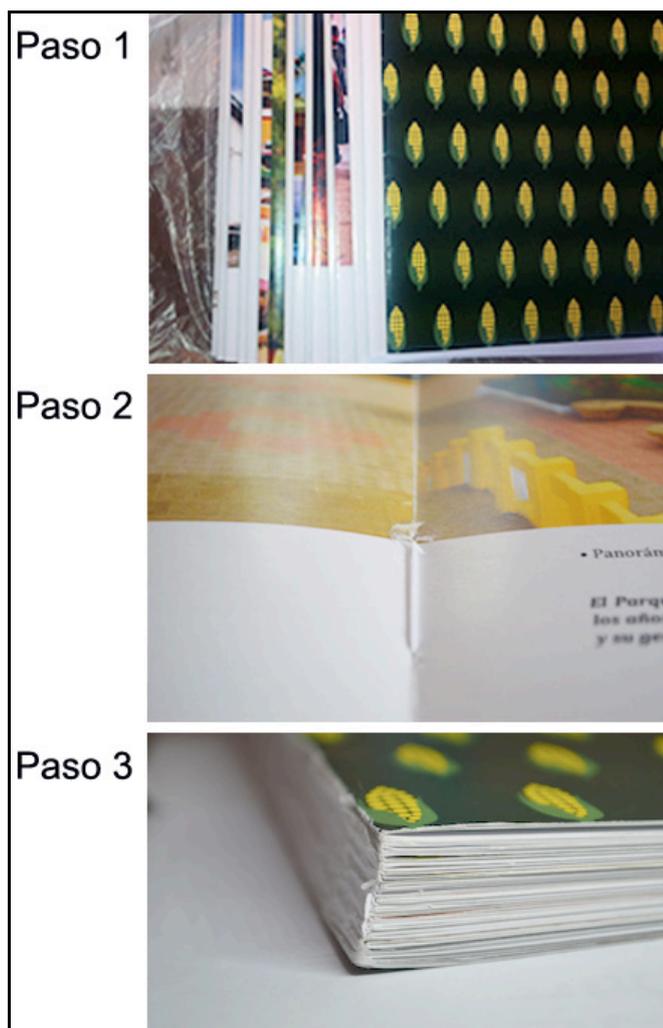
#### **5.1.7. Materiales – Tecnologías.**

El soporte del producto debe ser el adecuado, el *couche* de 200 gramos encaja dentro de los aspectos requeridos, su grosor es el adecuado lo que vuelve más liviano al libro para su traslado, el brillo de este papel no es tan evidente. La portada está hecha de un material más fuerte que cubrirá las páginas internas de cualquier eventualidad desfavorable, para ello es necesario un empastado duro y resistente.

En cuanto a la impresión los colores fueron manejados de modo correcto (CMYK) la imprenta tiene su perfil de color que me fue enviado para poder aplicar y los resultados sean los más parecidos a los del monitor, como resultado unas imágenes de calidad.

Para el armado de las páginas internas se usó la técnica “cocido”, haciendo páginas individuales que están impresas en tiro y retiro respectivamente, de tal manera que cuando se arme tenga continuidad y sentido.

El portalibros, tienen las dimensiones de los libros para que estos encajen y su traslado sea más fácil y rápido, esto ayudara también a ordenarlos y que no se pierdan. Cuentan su propio compartimento lo que hará más fácil encontrarlos. Esta hecho del mismo material que las portadas de los libros una pasta dura y resistente que sirva de soporte, es necesario que sea dura porque el peso de los tres en conjunto podría hacer que sus pestañas se rompan por el peso de los libros internos.



**Imagen 109.** (2014). *Proceso Armado*. [Fotografías] Fuente: El autor.

Una muestra del portalibros de el portalibros.



**Imagen 110.** (2014). *Portalibros*. [Fotografías] Fuente: El autor.

Esta es una muestra de cómo queda el portallibros ya incorporados sus elementos, debe estar a la medida para que no se muevan ni se caigan de su soporte.



**Imagen 111.** (2014). *Portallibros Completo*. [Fotografías] Fuente: El autor.

#### 5.1.8. Experimentación.

Las pruebas de color salieron favorables, esto gracias a que se trabajó con los *pantones* adecuados para la impresión offset, el tamaño de las impresiones fueron en un formato A2 papel *couche* de 150 gramos, para que salieran del formato indicado. No es tan costoso este material lo cual permite la reproducción masiva de este libro.



**Imagen 112.** (2014). *Prueba de Color*. [Fotografía] Fuente: El autor.

Se corta el exceso de papel y los bañados de las imágenes que son de 0,5cm en sus cuatro lados, luego se mide el lomo para realizar la portada y el laminado final.

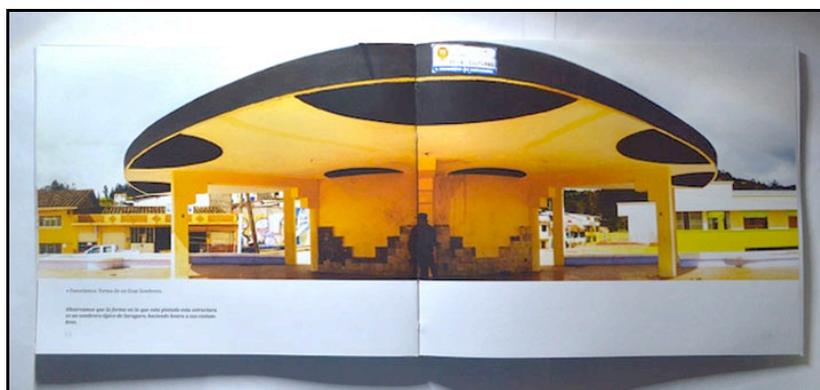
### 5.1.9. Modelos.

El haber hecho las pruebas de impresión permitió observar nuevos errores y corregirlos para la presentación final, con esta nueva información se pudo dar paso hacia el producto final ya con un margen de error reducido y con adaptaciones nuevas. En esta primera instancia como se muestra (véase imagen 111) se verifica color, tamaño, forma, texturas, contenidos y producción.



**Imagen 113.** (2014). *Prueba de Impresión*. [Fotografías] Fuente: El autor.

El armado de este libro, facilita la lectura y brinda una mayor apertura lo que hace apreciar de mejor manera las fotos que ocupan dos páginas, de lo contrario se perdería 1 centímetro de la parte interna del libro (véase imagen 113)



**Imagen 114.** (2014). *Libro Abierto*. [Fotografía] Fuente: El autor.

Este es un ejemplo de un armado simple de un libro, el cual no sirve, ni aplica dentro de nuestro proyecto.

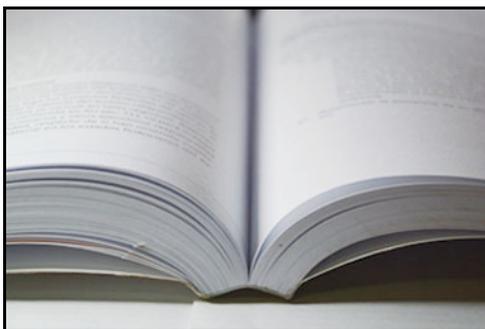


Imagen 114. (2014). *Encuadernado*. [Fotografía] Fuente: El autor.

Las páginas internas se armaron de la siguiente manera con el motivo de aprovechar el espacio al máximo y ampliando las alternativas para combinar los tamaños de las imágenes que se van a publicar dentro del libro.

- Guías —
- Imagen ■
- Cuadro de texto ■
- Margen interno □
- Margen externo

Por ejemplo el texto lo justificamos de la siguiente manera:

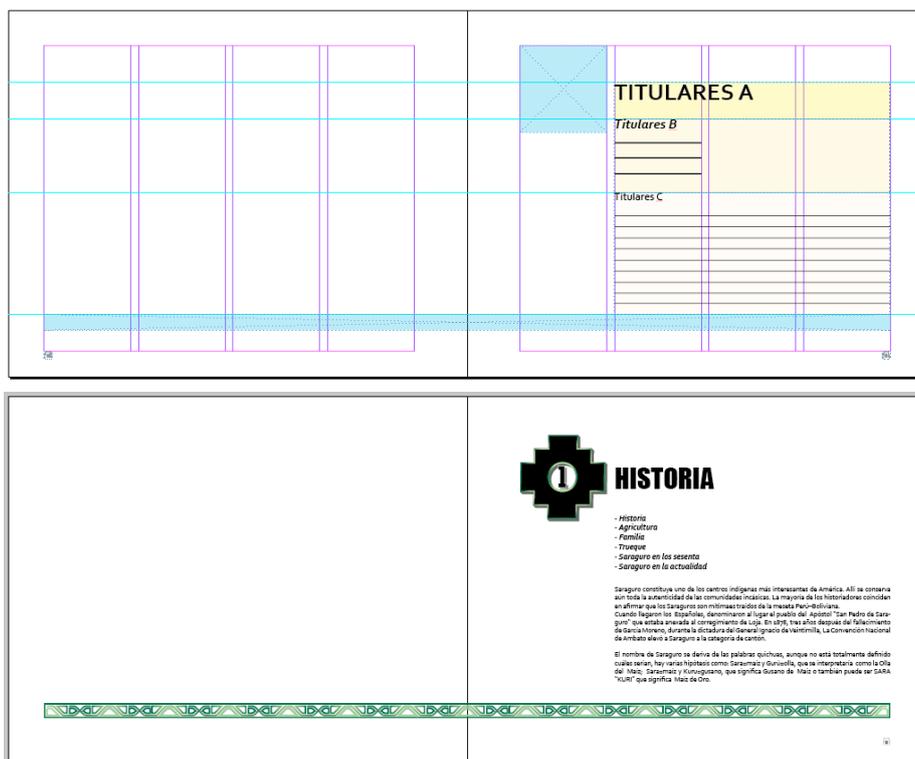
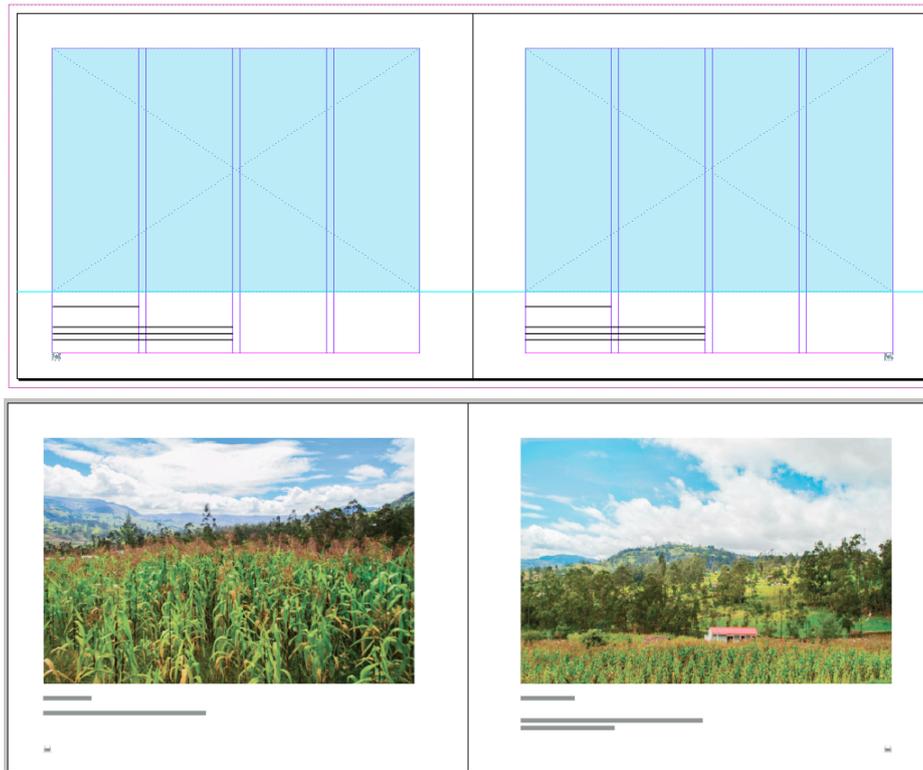


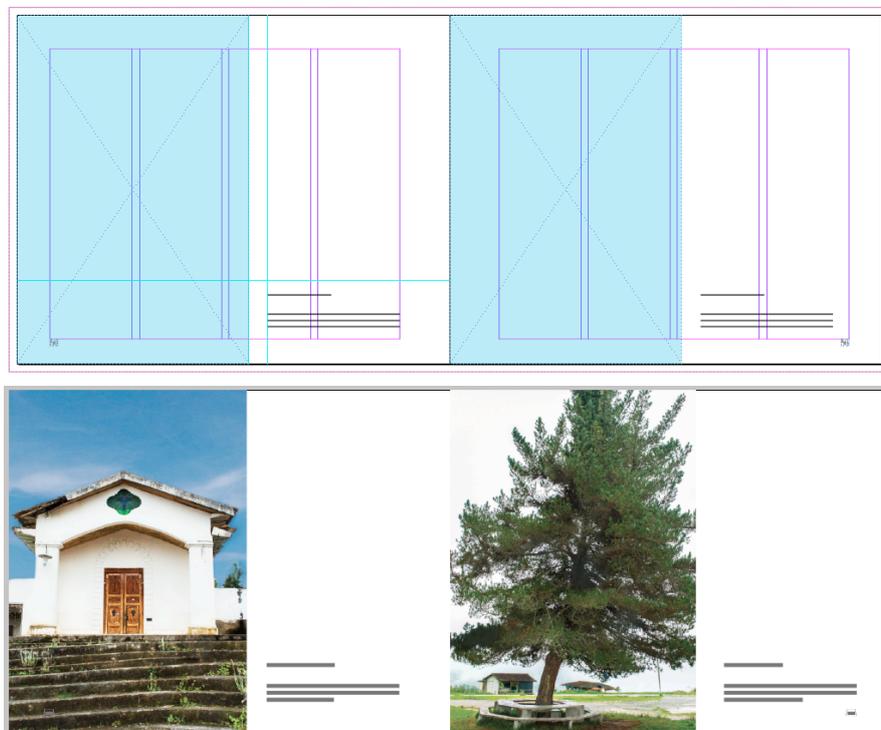
Imagen 116. (2014). *Presentación Texto*. [Figura] Fuente: El autor.

Las hojas con dos imágenes horizontales:



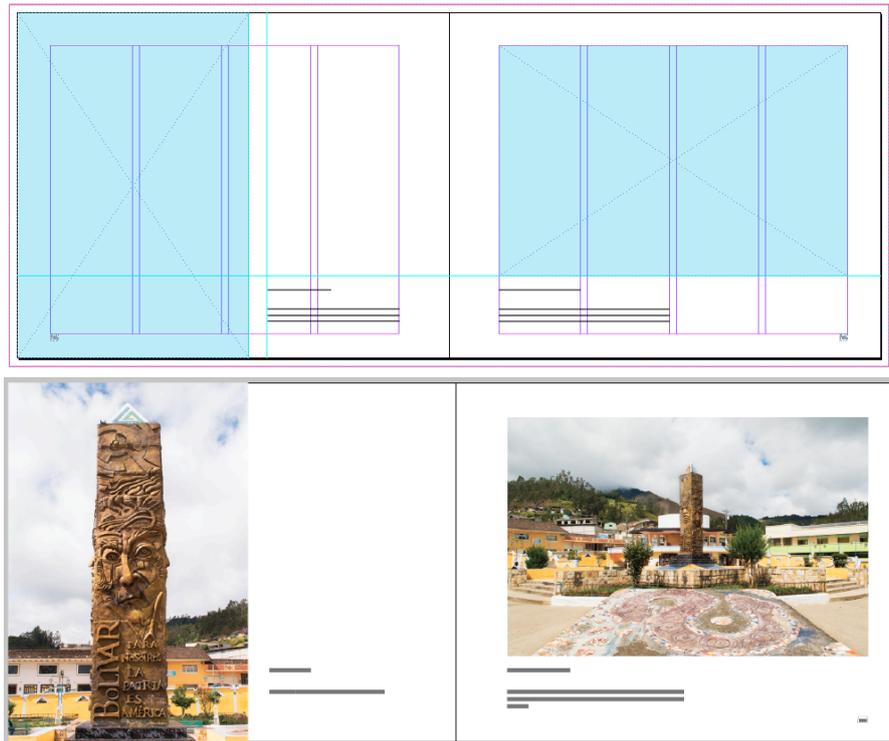
**Imagen 117.** (2014). *Presentación Horizontal.* [Figura] Fuente: El autor.

Las hojas con dos imágenes verticales:



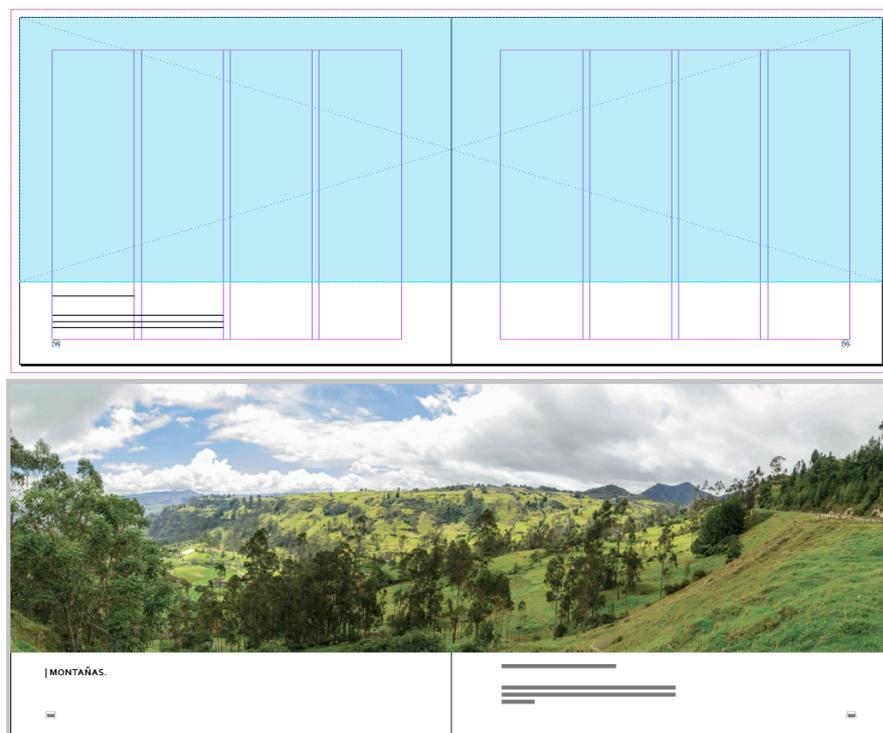
**Imagen 118.** (2014). *Justificación Vertical.* [Figura] Fuente: El autor.

Las hojas con una imagen horizontal y una vertical:



**Imagen 119.** (2014). *Justificación Vertical.* [Figura] Fuente: El autor.

Las hojas con una imagen panorámica:



**Imagen 120.** (2014). *Justificación Panorámica.* [Figura] Fuente: El autor.

Las hojas con una cara:

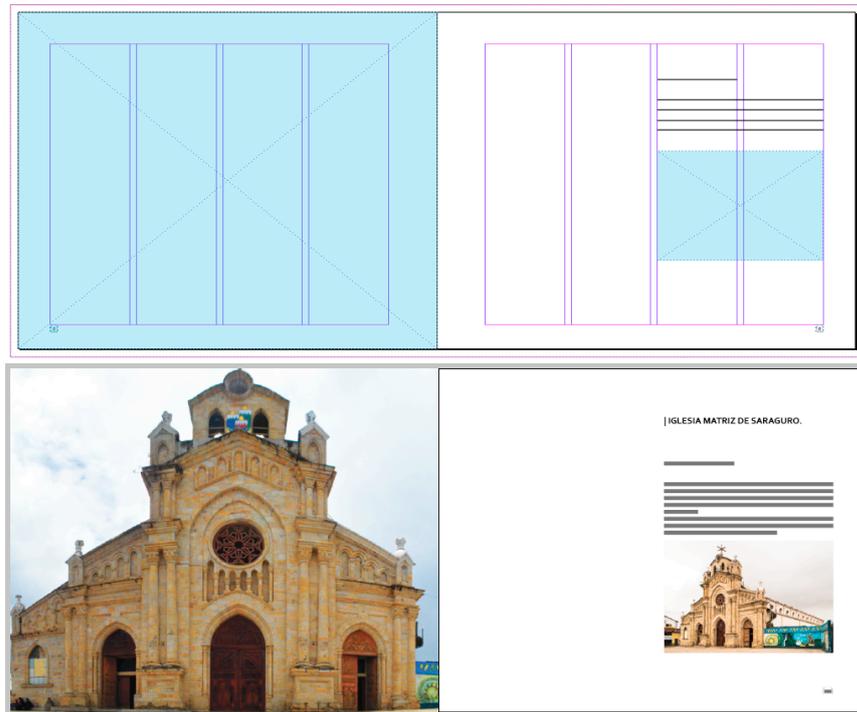


Imagen 121. (2014). *Justificación Una Cara*. [Figura] Fuente: El autor.

Las hojas con una imagen grande:

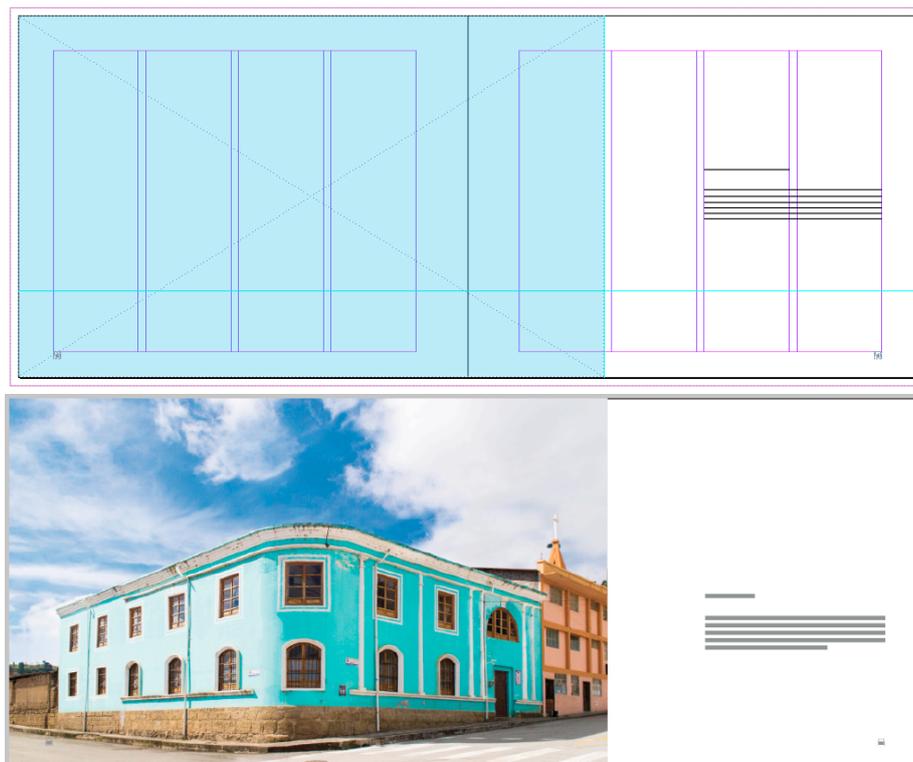


Imagen 122. (2014). *Justificación Imagen Grande*. [Figura] Fuente: El autor.

Siguiendo los cuadros de texto e imágenes ya establecidos en estos lienzos facilito el trabajo y el orden de las fotografías, nos ayudo a mejorar la presentación.

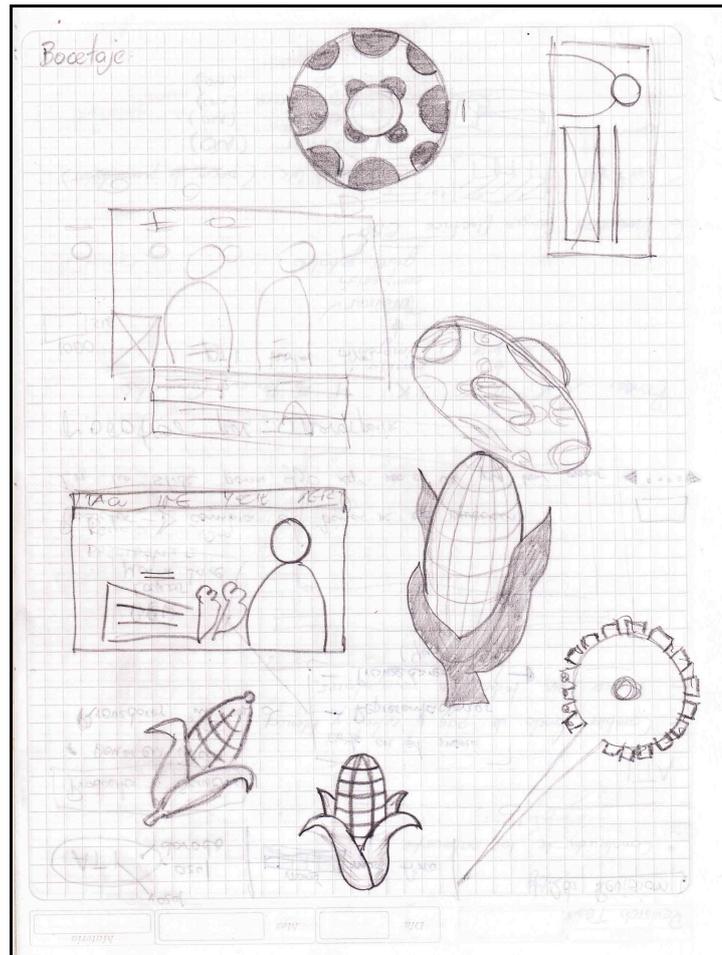
#### **5.1.10. Verificación.**

El siguiente paso tiene que ver con la validación de el prototipo, se encontraron algunos desaciertos pero en su mayoría las cosas salieron a lo estimado. Algunas personas tuvieron la oportunidad de echarle un vistazo al libro (véase imagen 111) quienes emitieron criterios y comentarios que se tomó en cuenta, estos puntos de vista iban de acuerdo al contenido, imágenes y tamaño, siendo éstos los aspectos más relevantes que se observaron.

Con respecto al contenido de la información que se esta manejando, en su totalidad se investigó y rebuscó en libros todos los aspectos que se tratan aquí, de ahí que se expuso lo más importante.

#### **5.1.11. Dibujos Constructivos.**

Para plasmar las ideas primero se debe pasar por una etapa de bocetaje para que se puedan mejorar y dar rienda suelta a estas primeras visualizaciones, esto permitirá tener un continuo flujo de trabajo y se tendrá el camino claro hacia el cual nos dirigimos, de lo contrario se perdería el horizonte y no se sabría qué digitalizar resultando una pérdida de tiempo el proyecto. En esta etapa los dibujos constructivo ayudarán a mejorar en su forma digital: las formas, las texturas, los tamaños y los colores que finalmente tendrán, por lo que se debe tener algunas opciones para finalmente escoger la mejor y trabajar en ella hasta su forma final.



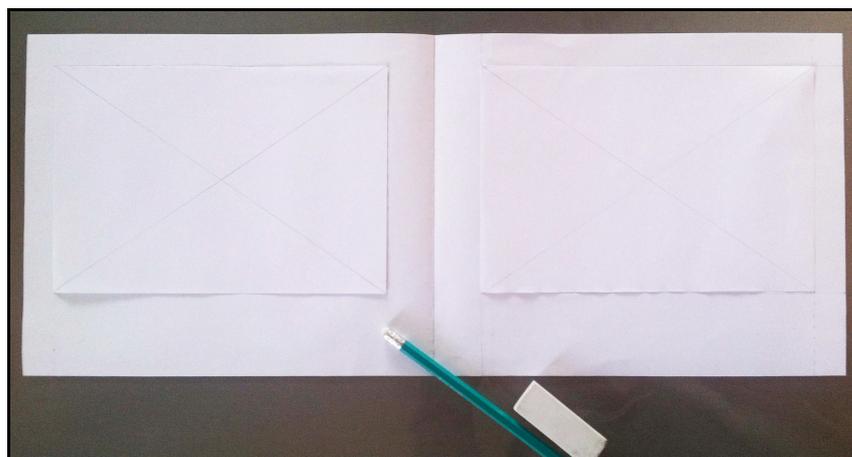
**Imagen 123.** (2014). *Primer Bocetaje.* [Ilustración] Fuente: El autor

De esta manera se puede ver la evolución de los elementos que se usa en el producto así como las opciones que se descarta porque no se ajustaban al requerimiento de lo que estaba planificado o no encajaban dentro del producto, un ejemplo mas claro de esto es el logotipo, se tuvo algunas opciones antes de llegar al definitivo (véase imagen 122), pero como se lo había mencionado antes no fueron escogidos por algún motivo en particular, dentro de estas opciones se ubicó los elementos del mismo en distintos lugares para tratar en lo posible se vea simétrico.



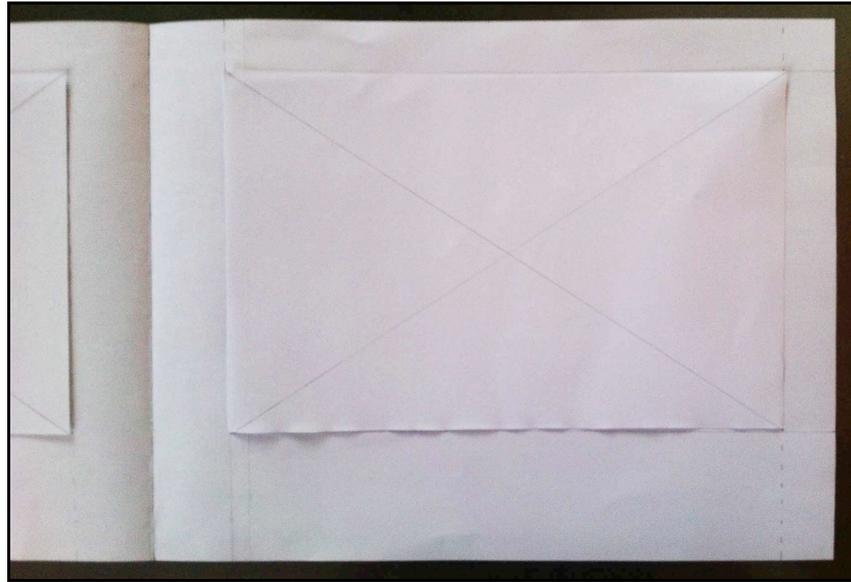
**Imagen 124.** (2014). *Bocetos Logotipo.* [Vector] Fuente: El autor

Se hizo una muestra en papel bond con las medidas reales del libro para tener una idea del volumen del libro fotográfico.



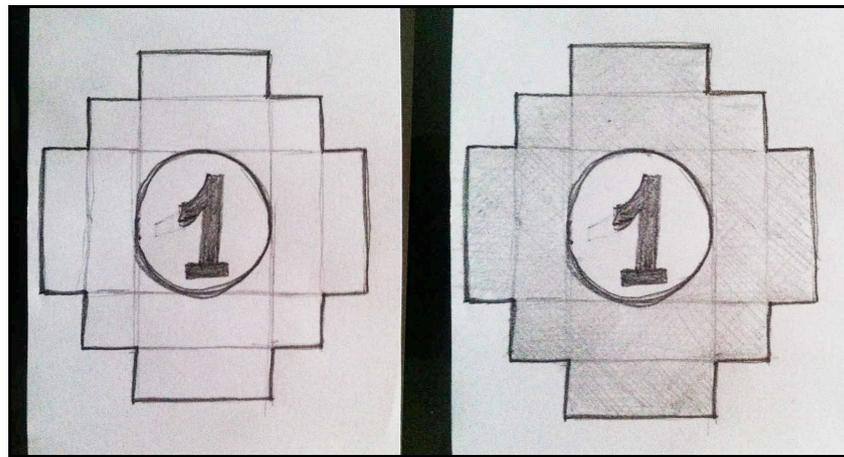
**Imagen 125.** (2014). *Bocetos Libro.* [Imagen] Fuente: El autor

Las medidas de las imágenes se sacaron a escala real para saber cual es el espacio en blanco que se puede trabajar el texto explicativo de las imágenes así como de la numeración de las páginas.



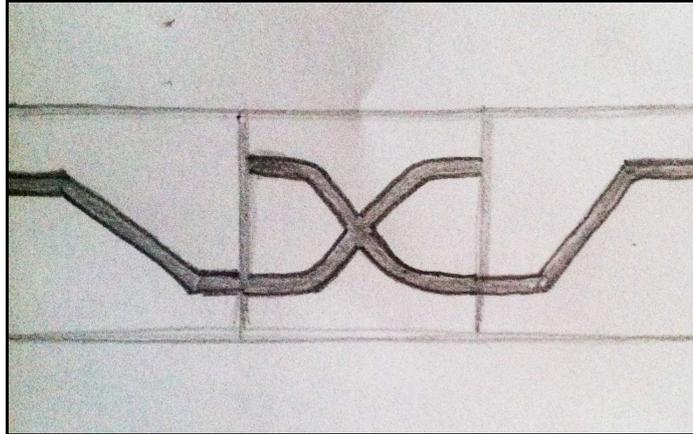
**Imagen 126.** (2014). *Bocetos Hojas*. [Imagen] Fuente: El autor

El boceto de la figura que se encuentra en cada uno de los cinco capítulos, esta idea fue tomada de la representación que tienen las tribus incas y la adoración del sol, ellos lo representan así.



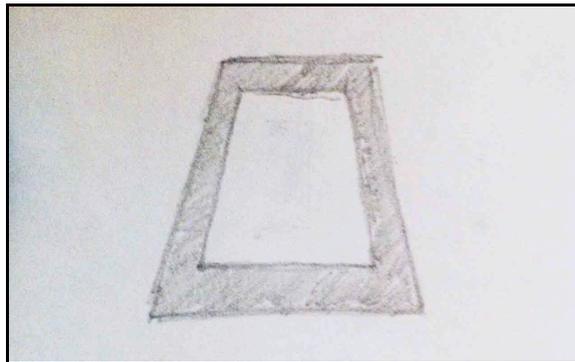
**Imagen 127.** (2014). *Bocetos Figura Capítular*. [Imagen] Fuente: El autor

La ida de este separador salió de la misma infraestructura que tienen los Saraguros, en la mayoría de sus construcciones tienen estos rasgos en las columnas y fachadas.



**Imagen 126.** (2014). *Bocetos Separador*. [Imagen] Fuente: El autor

La numeración de pagina fue cogida de la misma manera porque en las construcciones de este lugar se ven esta figura, en su mayoría son figuras geométricas en este caso un trapecio forma esta figura.



**Imagen 127.** (2014). *Bocetos Numeración de Página*. [Imagen] Fuente: El autor

La forma como esta distribuido el texto no es aleatoriamente, se fijo puntos claves para que no se vea abultado el cuerpo de texto, es así que se ubico el punto medio y con la misma abertura se corta la diagonal y se encuentra el punto C, y se repite el mismo procedimiento para encontrar los demás puntos siendo C en punto central.

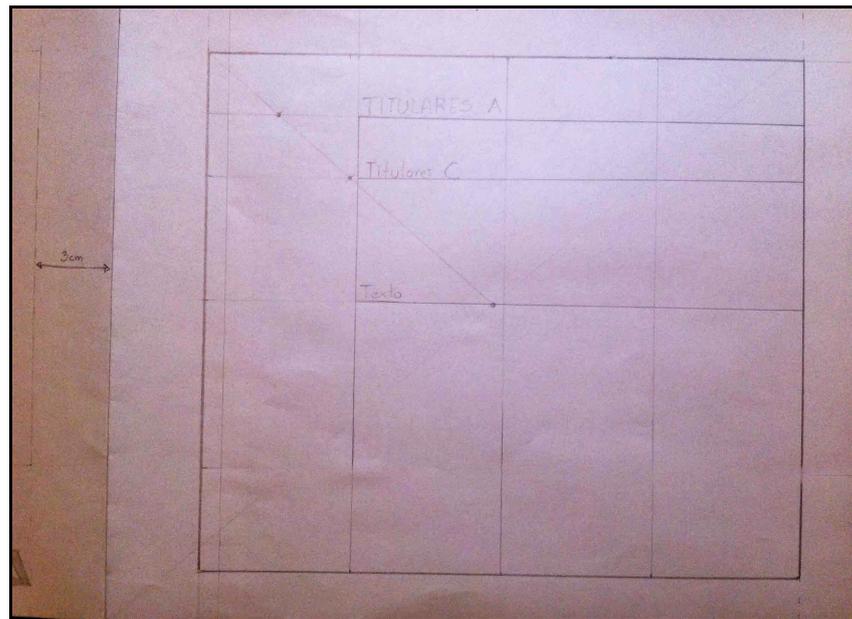


Imagen 128. (2014). *Esquema Orden de los Titulares*. [Imagen] Fuente: El autor

Los bocetos, dibujos e ideas se plasmaron en un hoja para luego ser procesados en una computadora, este proceso es el que mas usan los diseñadores para concretar un trabajo.

## 5.2. Costos de Producción.

Los valores que se muestran a continuación son los valores reales de lo que costo la producción de un solo producto que en su totalidad consta de tres libros fotográficos y un portallibros (Los valores están en dólares americanos)

Los elementos que componen el libro son:

- Tamaño 27cmX21cm (Horizontal)
- Páginas Internas Papel Couche Mate de 200 gramos (Impresión tiro y retiro)
- Cubierta: Papel Couche Brillante de 150 gramos (Impresión sólo tiro)
- Guardas: Papel Sundance Felt (con impresión)
- Encuadernación: Pasta Dura, Cosido, Cartón con Papel Plastificado Mate (Armado en Pliegos)

DETALLE	PAGs	VALOR UNITARIO	IVA	VALOR TOTAL
LIBRO 1	33	\$ 37,28	\$ 4,47	\$ 41,75
LIBRO 2	79	\$ 73, 62	\$ 8,83	\$ 82,45
LIBRO 3	85	\$ 78,36	\$ 9,40	\$ 87,76
Guardas	2	\$ 2.00	\$ 0,24	\$ 2,24
Portalibros	1	\$ 15.00	\$ 1.80	\$ 16,80
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 231.00</b>

Tabla 12. Nombre: Costos de producción individual. Elaboración: El Autor

Los valores de producción en masa es decir para de un tiraje de alto en offset se detalla a continuación si ponemos como ejemplo específico de unos 100 ejemplares para su comercialización y distribución.

DETALLE	CANT	VALOR/u	VALOR TOTAL
<b>LIBRO 1</b>			
Hojas Internas	3 300	\$ 0,24	\$ 729
Pasta dura	100	\$ 2.00	\$ 200
Cubierta de Pasta	100	\$ 0,79	\$ 79
Portalibros	100	\$ 9.00	\$ 900
Cubierta Portalibros	100	\$ 0,79	\$ 79
<b>TOTAL LIBRO 1</b>			<b>\$ 1 987.00</b>
<b>LIBRO 2</b>			
Hojas Internas	7 900	\$ 0,24	\$ 1896
Pasta dura	100	\$ 2.00	\$ 200
Cubierta de Pasta	100	\$ 0,79	\$ 79
Portalibros	100	\$ 9.00	\$ 900
Cubierta Portalibros	100	\$ 0,79	\$ 79
<b>TOTAL LIBRO 2</b>			<b>\$ 3 154.00</b>

<b>LIBRO 3</b>			
Hojas Internas	8 500	\$ 0,24	\$ 2040
Pasta dura	100	\$ 2.00	\$ 200
Cubierta de Pasta	100	\$ 0,79	\$ 79
Portalibros	100	\$ 9.00	\$ 900
Cubierta Portalibros	100	\$ 0,79	\$ 79
<b>TOTAL LIBRO 3</b>			<b>\$ 3 298.00</b>
<b>PRODUCCIÓN TOTAL</b>			<b>\$ 8 439.00</b>

**Tabla 13.** Nombre: Costos de producción masiva. Elaboración: El Autor

Los valores son aproximaciones de la realidad, los factores de variación de precios va depender directamente del proveedor de servicios de imprenta. Consecuentemente el valor estimado a la venta del publico estaría rodeando los sesenta dólares americanos, precio bastante accesible para un publico que gusta de la cultura y el valor histórico; A nuestro grupo objetivo ayudara a tener una nueva visión conocer ángulos, planos y composiciones fotográficas, observar desde otro punto de vista.

## 6. Conclusiones.

- ◇ Se logró diseñar el producto editorial impreso gracias a la recopilación amplia de información que se obtuvo de los Saraguros, tomando en cuenta aspectos relevantes y de interés, con el fin de que el trabajo resulte de trascendencia. La ayuda que se obtuvo en la parte histórica fue facilitada por el Municipio, colegios y bibliotecas del lugar, pues hubo la mejor disposición para colaborar con la información requerida: imágenes, escritos y otros.
- ◇ Los textos explicativos que acompañan a las imágenes dentro del libro, refuerzan la información, muchas de estas locaciones para el lector son desconocidas, por eso se encontrará información específica como: lugar de creación, año, material, estructura y otros aspectos como ¿Para qué sirve?, ¿En qué fecha se celebra?, ¿Dónde se encuentra?, entre otras. Con el fin de despertar interés por conocer este lugar y fomentar el turismo dentro del Ecuador, se hace necesario identificar nuestra identidad, involucrando al público a reconocer nuestras raíces, nuestra historia ancestral, los rituales que aún se siguen celebrando en las comunidades.
- ◇ Ecuador actualmente (2014) se ha constituido en el mejor destino turístico a nivel mundial, por ello muchos extranjeros visitan el país, por lo que se debe hacer esfuerzos para mostrar algo nuevo y distinto, la imagen va a servir de mucho para este objetivo, por eso el Ministerio del Turismo tiene que establecer políticas encaminadas a potenciar esta actividad a lo interno y externo del país, preparando al recurso humano que garantice la mejor imagen de los destinos turísticos.
- ◇ Saraguro un cantón antiguo donde el tiempo ha hecho que este pueblo surja a base de esfuerzo, sus hijos que este lugar vio nacer ahora convertidos en grandes profesionales y que ocupan cargos políticos, religiosos, sociales, han hecho de este pueblo digno de admirar. Consecuentemente la participación de los Saraguros a través de la historia del Ecuador no ha pasado desapercibida, el presente trabajo apunta a que las etnias de Ecuador no caigan en el olvido solo por el desconocimiento de las generaciones de hoy y del mañana.
- ◇ El producto gráfico se justifica en base a que se ha seguido con todos los pasos y procesos necesarios que se requiere para ser considerado un buen diseño, la línea grafica que se trabajó y los colores tienen su identidad. Un libro siempre va ser una puerta o un medio de difusión para transmitir un mensaje, en este caso,

conocer a la etnia los Saraguros, para la mayoría de lectores es de su preferencia un libro que contenga imágenes a otro donde predomine el texto únicamente.

## **7. Recomendaciones.**

- △ En diseño gráfico como en fotografía la composición es una regla que se debe tener en cuenta de principio a fin, solo así uno tendrá la certeza de que los elementos están justificados y ninguno esta de más.
  
- △ Las mejores herramientas de un diseñador no son las computadoras ni los programas, un lápiz y papel siempre van a ser los mejores ayudantes para empezar una idea siendo el complemento una computadora y software especializados.
  
- △ La Fotografía no es como muchos equivocadamente dicen “un sentimiento que se transmite a través de imágenes” la fotografía no es mas que escribir con luz mientras mayor luz entra en la cámara escribirá con más detalles los colores que entran.
  
- △ Fotografiar a personas desconocidas en un lugar desconocido no es tarea fácil, hay que saber llegar a las personas, existen normas que te obligan a respetar el espacio e integridad de las mismas, por eso para que no exista inconvenientes es recomendable tener una cercanía con las personas, portarse amable, tener una conversación previa, de esta manera no se van a negar a ser fotografiadas por tu lente y podrás seguir trabajando.
  
- △ En una salida fotográfica uno debe tener anticipado un plan de viaje, esto nos ayudará a prever inconvenientes que se vayan a suscitar en el trayecto del viaje. Dentro de este plan uno debe estar preparado con todo el equipamiento fotográfico y con sus debidas normas de seguridad, tener siempre un respaldo de memorias o una laptop en donde uno pueda descargar los archivos y especialmente los adaptadores de corriente para que los equipos se puedan alimentar y estén listos. Hay que ser precavidos y tener algunos tipos de conectores ya que no se sabe si al lugar que va van a encajar los adaptadores de corriente.

- △ Se puede ser precavido con lo antes mencionado pero si no se investiga sobre el lugar se puede sufrir serias consecuencias, por ejemplo si el clima del lugar es frío, caliente, húmedo; es importante esto para estar al tanto del ambiente en el que se va a trabajar; si es nublado, soleado, despejado, lluvioso, todos estos aspectos nos ayudarán a escoger bien la temporada en que se debe visitar estos lugares.
  
- △ Tener un equipo fotográfico no asegura que consigas buenas fotos, se debe tener un criterio antes de disparar. Buscar perspectivas distintas, desde un punto en que no se ha fotografiado o un punto donde no sea muy común con el fin de conseguir resultados distintos a los de siempre.
  
- △ Trabajar las imágenes en CMYK para impresión te va ayudar a que los colores no estén tan alejados de los que estas trabajando en el monitor; Los monitores de las computadoras portátiles no son recomendables porque el contraste cambia dependiendo de la inclinación que tenga la pantalla, esto no permite trabajar con un solo contraste, por su lado un monitor de escritorio siempre va tener el mismo contraste lo que permite un mismo contraste en todas las imágenes.

## 8. Bibliografía.

### 8.1. Libros y PDF:

- Acha, J., (2010). Introducción a la teoría del diseño. Editorial Trillas. México.
- Álvarez Juárez, Dalia. *Introducción a la Tipografía*. (pdf) México. 2010
- Ambroise, Gavin. & Harris, Paul. *Retículas*. España, Parramón Ediciones S.A. 2008
- Belloh, R., (2010). Introducción a la imaginación cultural. Editorial Planeta. Bogotá.
- Benton, N., (2010). Teoría de los colores. Editorial Nueva Visión. Buenos Aires.
- Bermúdez Castillo, Jairo Alfredo. *Cultura visual*. Sevilla, España, Universidad Pablo de Olavide. 2010
- Belote, J., (2011). Los Saraguros. Ediciones de la UTP. Loja.
- Boullón Sabin, Alfonso. *C.S. Fotografía Artística - El Retrato Fotográfico*. (PDF). España, 2013
- Bravo, Mario. (Universidad de Palermo). *Actas de Diseño*. Buenos Aires – Argentina. Imprenta Kurz. 2006
- Cataná, Josep M. *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Barcelona, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona, 2005
- Costa, Joan. *Enciclopedia Del Diseño Tomo La Letra De Gérard Blanchard*. Segunda Edición. Editorial Sirven Grafic, España. 1990.
- Chalan, Ángel. *Pachakutik, La Vuelta de los Tiempos*. Loja – Ecuador, 2011
- Derechos Reservados del Autor. *Curso de Fotografía Digital*. España, (2008)
- Dondis, A.A. (1976). La sintaxis de la imagen; introducción al alfabeto visual: La falsa dicotomía: Bellas artes y artes aplicadas. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- Espinoza, O., (2000). Antropología de los indígenas Saraguros. Editorial Cosmos. Loja.
- Frascara, Jorge. *Diseño Gráfico para la Gente*. Argentina. Ediciones Infinito, 2000
- Gillam Scott, Robert. *Fundamentos Del Diseño*. Argentina, Editorial Victor Leru S.A. 1970

- Gorgurevich, J., (2010). La expresión en el contexto editorial. Editorial EGB. Barcelona.
- Heller, Eva. *Psicología Del Color*. Editorial Gustavo Gili, España. 2004
- Hernández Díaz, Emili. *Fotonostra – Diseño Gráfico*. (PDF). Mérida - España. 2010
- Hedgecoe, J., (2010). Perspectivas e imágenes de la fotografía. Editorial Pirámide. Madrid.
- López, E., (2010). Familia tipológica. Editorial El Gráfico. Barcelona.
- Moreno, L., (2010). Diseño y comunicación. Editorial ABC. México.
- Martine, J., (2010). Textura e imagen. Editorial Magisterio. México.
- Moreno Mora, Víctor Manuel. *"Psicología Del Color Y La Forma"* México. 2008
- Mirzoeff, Nicholas. *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós Ibérica, 2003
- Müller-Brockmann, Josef. *Sistema de Retículas*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili. 1982
- Philip, B., Meggs. La historia del diseño. Tercera Edición.
- Pianigiani, Luca. *Curso de Fotografía Digital en DVD - La Noche (3)*. Italia, Planeta DeAgostini, 2011
- Rafols, Paco. *Nociones Básicas Del Diseño: Teoría Del Color*. Castellón – España. 2010  
 \_\_\_\_\_. *Fundamentos De Diseño Tipografía*. Editorial Benicarló, España. 2010  
 \_\_\_\_\_. *Fundamentos del Diseño Composición*. España, Netdisseny Diseño Industrial 2010
- Rojas, E., (2010). La fotografía e imagen. Editorial Ciencia. Madrid.
- Rosas, Shelline. *Diseño Editorial*. (PDF). Editorial Acapulco, México. 2012
- Saca Q, Segundo Luis F. Q. & Fanny Ines Tene S. *"Elementos Culturales Que Identifican A Los Indígenas Saraguros"* Saraguro – Loja – Ecuador, 2001
- Serafini, María Teresa. *Cómo se Escribe*. Editorial Paidós, Barcelona. 1994
- Vallejo, Raúl. *Manual De Escritura Académica Guía Para Maestros Y Estudiantes*. Corporación Editora Nacional, Ecuador. 2006
- Van Deobold B., y Meyer, William J. Síntesis de Estrategias de la investigación descriptiva en Manual de técnicas de investigación educacional.

- Wong, Wucius. Fundamentos del Diseño. México, Ediciones G. Gili S.A. de C.V. 1995
- Zappaterra, Yolanda. La historia del diseño. Tercera Edición.

## 8.2. Páginas Web:

- Autor Desconocido. "Como Imprimir Papelería Profesional" Internet: [www.factoriadearte.com](http://www.factoriadearte.com). Acceso: 5 de Mayo 2013
- Batista Goncalves, Carina. "Conozca El Diseño Editorial Y Sus Objetivos". Internet: [www.h2e.es](http://www.h2e.es). Acceso: 16 Abril 2013
- Carpintero, Carlos. "*El Diseño Gráfico como Agente de Control Social*". Internet: [www.foroalfa.org](http://www.foroalfa.org). Acceso: 5 Abril 2013
- El Tabano. "*Psicología Del Color*". Internet: [http:// /Psicología-del-color](http://Psicología-del-color). Acceso: 11 abril 2013
- Ghinaglia, Daniel. "*Taller De Diseño Editorial - Entre Corondeles y Tipos*". Editorial Palermo, Argentina. 2012
- Gonzales, M. "Diseñar y Diagramar una Revista". Internet: [www.uca.edu.sv](http://www.uca.edu.sv). Acceso: 02 de Mayo 2013
- "Historia de la fotografía y sus antecedentes". Internet. [www.fotografiadiseño.es](http://www.fotografiadiseño.es). Acceso: 26 de Febrero 2013
- "Historia y Costumbres, sus atuendos". Internet. [www.saraguros.com](http://www.saraguros.com). Acceso: 08 de Febrero 2013
- Luna, Lenin. "Tipos de Planos en Fotografía" Internet. [www.altfoto.com](http://www.altfoto.com). Acceso: 28 de Febrero del 2013
- "Origen, Significado y Celebraciones del Inti Raymi". Internet. [www.visitecuador.travel](http://www.visitecuador.travel). Acceso: 07 de Febrero 2013
- Padilla Juárez, Alejandra. "*Historia Del Diseño Editorial*". Internet: [www.calipso.com](http://www.calipso.com). Acceso: 16 Abril 2013
- Rodríguez Musso, Alejandro. "*Diseño Como Estrategia Cultural* " Internet: [www.foroalfa.org](http://www.foroalfa.org). Acceso: 5 Abril 2013
- R, Marissa. Composición en Diseño Editorial. Internet: [www.groppeimprenta.com](http://www.groppeimprenta.com). Acceso: 02 de Mayo 2013

- Salvador Alicea “Los 5 Ángulos de Perspectiva de la Fotografía”.  
Internet. [www.aprendefotgrafiadigital.com](http://www.aprendefotgrafiadigital.com). Acceso: 28 de Febrero 2013
- Tobar, Magda. “Fundamentos de diagramación – Diseño Grafico y Diagramación”. Internet. [www.wikilearning.com](http://www.wikilearning.com) Acceso: 02 de Mayo 2013
- Villavicencio, Juan Carlos. “Navidad”  
Internet. <http://lojanos.com/joomlasaraguro/>. Acceso: 14 de Marzo del 2013
- [www.saraguros.com](http://www.saraguros.com)
- [www.apgualan.wordpress.com/](http://www.apgualan.wordpress.com/)
- [www.Aprender21.com/disenio-web](http://www.Aprender21.com/disenio-web)).
- [www.informes@palermo.ec](mailto:www.informes@palermo.ec)
- [www.admision@udla.edu.ec](mailto:www.admision@udla.edu.ec).

## 9. Glosario

Palabra	Definición
<b>Vanguardia</b>	Conjunto de personas o ideas que están más avanzadas en relación con las tendencias de su tiempo, desde el punto de vista artístico, científico, ideológico, etc.
<b>Hochschule für Gestaltung</b>	Escuela Superior de Proyección, fue una escuela universitaria de diseño radicada en Ulm (Alemania) Fundada en 1953 por Ing. Aicher-Scholl, Otl Aicher y Max Bill.
<b>Lenguaje visual</b>	Es capaz de difundir el conocimiento con mas eficacia que casi cualquier otro vehículo de comunicación. Mediante este lenguaje el hombre puede expresar y transmitir sus experiencias en forma objetiva.
<b>Heráldica</b>	Arte de explicar y describir los escudos de armas de cada linaje, ciudad o persona.
<b>Amarillo de Asia</b>	Este término se les aplicó en el siglo XIX, cuando se necesitaba señalar a una sola raza como la dominadora, con un color que además sugiere pureza y, por tanto, apuntar que todas las demás eran de color.
<b>Tablet (Tableta)</b>	Una computadora portátil de mayor tamaño que un teléfono inteligente, integrado en una pantalla táctil con la que se interactúa primariamente con los dedos sin necesidad de teclado físico ni ratón.
<b>Fotografía macro</b>	Es aquella en la que la imagen tiene el mismo tamaño o hasta 10 veces más que el objeto fotografiado.
<b>kichwa</b>	Dialecto hablado perteneciente al grupo QII-C de la familia lingüística quechua según la clasificación de Alfredo Torero.
<b>Culli</b>	Es una lengua indígena poco documentada anteriormente hablada en la sierra norte del Perú.
<b>Inka</b>	Rey, monarca, emperador.
<b>Marcantaitas</b>	Personaje central o patrocinador de la fiesta de navidad que lleva al Niño Jesús en la procesión.
<b>Wiracocha</b>	Hombre de crecido cuerpo, el cual en su aspecto y en su persona mostraba gran autoridad

<b>Raymi</b>	Fiesta
<b>Yachak</b>	habituarse, acostumbrarse
<b>Amawtakuna</b>	personas que se dedicaban a la educación formal de los hijos de los nobles y del Inca
<b>Cápac Inca</b>	maestro, educador, profesor.
<b>Acromática</b>	Será siempre una escala de grises, una modulación continua del blanco al negro.
<b>Polícroma</b>	a aquellas gamas de variaciones de dos o más colores, el mejor ejemplo de este tipo de escala sería el arco iris.
<b>Apertura</b>	Término que hace referencia a la apertura del diafragma.
<b>Obturador</b>	Dispositivo mecánico o electrónico que regula y determina la cantidad de luz captada por el sensor para generar la imagen fotográfica.
<b>Entradillas</b>	Es un párrafo introductorio que resume la noticia. Uno lee el titular y luego, inmediatamente, la entrada
<b>Intertítulo</b>	Pequeños títulos que permiten segmentar el texto corrido para localizar puntos claves en la lectura
<b>Medianiles</b>	(horizontales y verticales): Es el espacio que hay entre columnas y filas al formar una. Este nos permite mejor identificación y menos solapamiento entre los elementos.
<b>Matiz</b>	Es el estado puro de un color, sin el blanco o negro agregados.
<b>Saturación</b>	Cuando al blanco se le añade un cierto color hasta conseguir una saturación determinada.

## 10. Anexos.

Cuadros de los resultados que arrojaron las encuestas.

### PREGUNTA N° 1

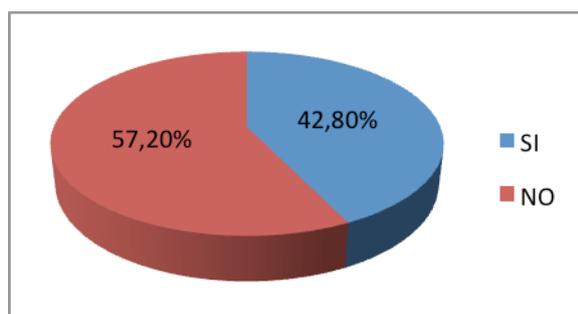
¿

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	42.8
NO	40	57.2
TOTAL	70	100.0

¿usted la etnia los Saraguros?

**Tabla 4.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



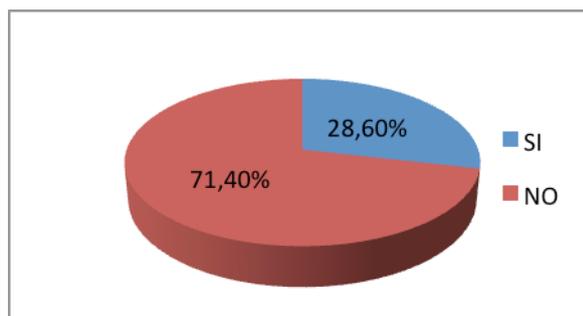
### PREGUNTA N° 2

¿Sabe usted dónde se encuentra ubicada la etnia los Saraguros?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	28.6
NO	50	71.4
TOTAL	70	100

**Tabla 5.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



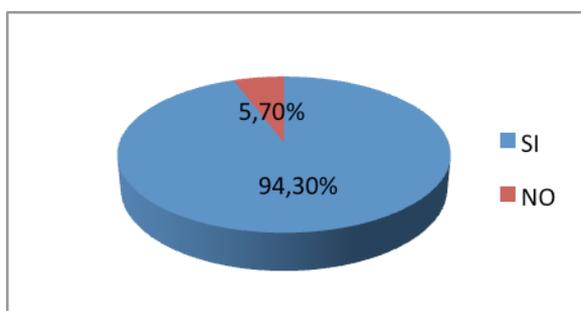
### PREGUNTA N° 3

¿Te gustaría recibir información de esta etnia ?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	66	94.3
NO	4	5.7
TOTAL	70	100

**Tabla 6.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



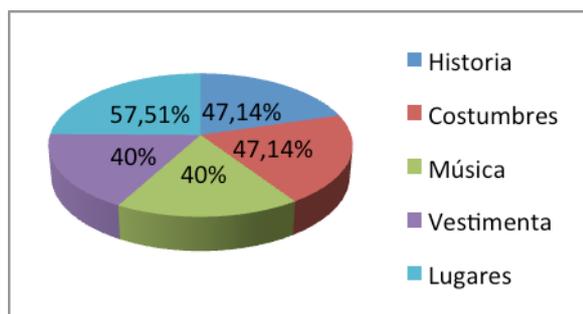
### PREGUNTA N° 4

¿Qué temas le gustaría conocer de esta etnia?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Historia	33	47.14
Costumbres	33	47.14
Música	28	40.00
Vestimenta	28	40.00
Lugares	39	55.71

**Tabla 7.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



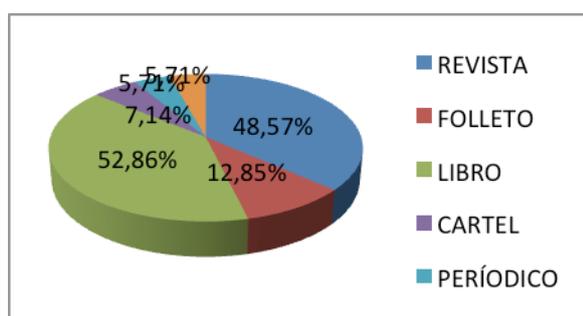
### PREGUNTA N° 5

¿Por qué medio impreso le gustaría recibir información?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revista	34	48.57
Folleto	9	12.85
Libro	37	52.86
Cartel	5	7.14
Periódico	4	5.71
Boletín	4	5.71

**Tabla 8.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



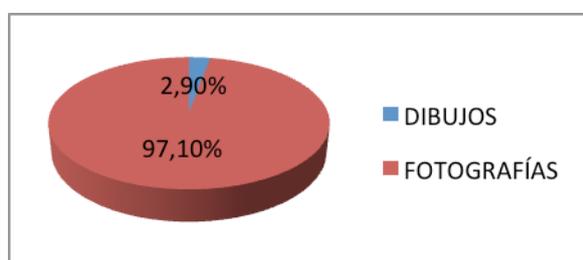
### PREGUNTA N° 7

¿Qué tipo de Imágenes?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dibujos	2	2.9
Fotografías	68	97.1

**Tabla 9.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



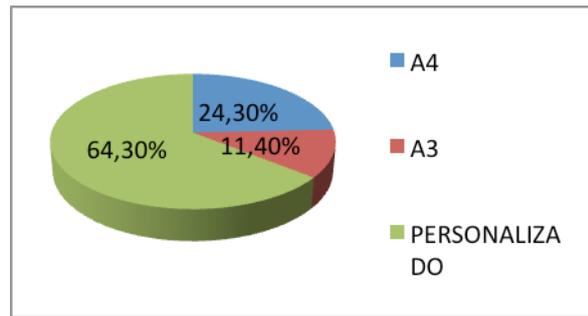
### PREGUNTA N° 8

¿Cuál formato te parece apropiado?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A4	17	24.3
A5	8	11.4
Personalizado	45	64.3
TOTAL	70	100

**Tabla 10.** Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Ulsrael.

Elaboración: El Autor



### Cronograma del Trabajo Terminal de Pregrado

Actividad	Responsable	Tutor	Tiempo				Resultados	
			Mes	Semana				
				1	2	3		4
Selección del tema	Darío Yaguana	Ing. Darío Arboleda	Noviembre	x			Aprobación del tema escogido	
Planteamiento del problema	Darío Yaguana	Ing. Darío Arboleda	Noviembre	x	x		Verificar si el tema escogido sirve para realizar un producto relacionado al diseño gráfico.	
Objetivos	Darío Yaguana	Ing. Darío Arboleda	Noviembre		x		Comprobar si los objetivos son válidos	
Desarrollo Justificación	Darío Yaguana	Ing. Darío Arboleda	Noviembre		x	x	Justificación del problema	
Metodología	Darío Yaguana	Ing. Darío Arboleda	Noviembre			x	Utilizar la metodología adecuada	
Desarrollo del cronograma	Darío Yaguana	Ing. Darío Arboleda	Noviembre			x	Organizar los pasos para desarrollar el TTP	
Entrega del borrador corregido	Darío Yaguana	Ing. Darío Arboleda	Noviembre				x	Revisión y aprobación del TTP.

## Resultados Antiplagio

Texto1:


Viper  
The Anti-plagiarism Scanner

[Contact us](#) | [Universities](#) | [History](#) | [Testimonials](#) | [Press](#) | [About us](#) | [Sitemap](#) | [Help](#) | [Essay help](#) | [RSS](#) | [Log in](#)

Accurate • Easy • Free

**Plagiarism Report For 'parte 1.docx'**

### How does Viper work.....?

[+] [Read more..](#)

Location	Title	Words Matched	Match (%)	Unique Words Matched	Unique Match (%)
0		0	0	0	0

Documents found to be plagiarised

**Matching Content: No Plagiarised Text Found**

### Master Document Text

Tema de investigación. Diseño de un producto gráfico impreso sobre la etnia Los Saraguros "La Tierra del Majz", ubicado al norte de la provincia de Loja. Planteamiento del problema. Antecedentes. El proyecto que se va a presentar va a ayudar a conocer más la cultura ecuatoriana, adentrarse en esta etnia que pertenece a Ecuador, pero que por desconocimiento de la misma, ha caído en el olvido de los ciudadanos, como lo dice el ex - presidente Sixto Durán Ballén en sus "Planificaciones Culturales y Estrategias del Gobierno". La existencia de culturas diversas que viven una junto a otras en condiciones de desigualdad, nos dan cuenta de una historia diferente: por un lado, la de la cultura oficial, y por otro, las de las culturas subordinadas. La primera reconocida, preservada y registrada; las otras, son aquellas con las que no se contó, ni se las rescató; las que se borraron en el tiempo, y sólo se han preservado en la memoria colectiva de las comunidades étnicas y populares. Esto fue escrito por el ex - presidente en su año de gobierno (1992-1996). De aquí nace la iniciativa e incentivo de presentar la etnia Los Saraguros como cultura lojana-ecuatoriana; así mismo servir de referencia de las culturas ancestrales del Ecuador para el mundo por ser una generación indígena muy similar a las del Reino de Quito. El conocimiento de esta etnia permitirá profundizar e identificar a los Saraguros de la provincia de Loja, mediante fotografías, ilustraciones y textos que refuerzan la temática de investigación de manera completa en todos sus aspectos ancestrales; puesto que con la riqueza histórica, el potencial de sus costumbres y tradiciones, la participación activa que los mueve en las áreas de la educación, política y participación ciudadana; manifestaciones de riqueza cultural que serán expuestas al conocimiento del territorio nacional y mundial. Diagnóstico o planteamiento de la problemática general. Causa - Efectos. La pérdida de la cultura ecuatoriana en los ciudadanos ha provocado un desentendimiento y en otras ocasiones rechazo hacia algunas etnias entre ellas Los Saraguros, sin tomar conciencia y ser capaces de entender que ellos son parte de la cultura en el territorio nacional. Hacer el reconocimiento de la etnia de Los Saraguros, tendrá una trayectoria, el fortalecimiento y el reconocimiento de nuestro país en el ámbito Latinoamericano y mundial que el Ecuador mantiene una inmensa gama de expresiones culturales, con características de ser un país pluricultural y pluricultural; sin embargo, prevalece en toda esta inmensa latitud, el desconocimiento de la existencia de la etnia de Los Saraguros al igual que de su cultura; situación, que se comparte la responsabilidad de entidades del Estado y organismos no gubernamentales, entre ellos Patrimonio Cultural que muy poco se evidencian investigaciones e informaciones que permitan a los centros de Educación Superior desarrollar estudios históricos-científicos. Formulación de la Problemática Específica. La falta de políticas públicas en ciencia y tecnología, orientadas a la solución de problemas nacionales, ha conducido a varios países de Iberoamérica como Ecuador a un estado de extrema dependencia en los aspectos económico, industrial, político, científico y tecnológico. En este contexto, las demandas por una investigación local son casi inexistentes, por lo que el incipiente desarrollo de las capacidades científicas se produce de manera autónoma; de esta manera la ciencia incumple con su cometido social, por no contribuir al desarrollo adecuado de los pueblos. Con el fin de analizar el problema de los productos gráficos impresos en la etnia Los Saraguros y de plantear alternativas de solución, se requiere una relación más

Texto2:


Contact us Universities History Testimonials Press About us Sitemap Help Essay help RSS Log in

**Accurate • Easy • Free**

**Plagiarism Report For 'parte 2.docx'**

### How does Viper work.....?

[\[+\] Read more..](#)

Location	Title	Words Matched	Match (%)	Unique Words Matched	Unique Match (%)
0		0	0	0	0

Documents found to be plagiarised

**Matching Content: No Plagiarised Text Found**

### Master Document Text

Titulares BEs una subdivisión de los titulares A, se los usa generalmente para reforzar la idea general del título con un tema que tiene relación y que ayudar al lector a entender mejor lo leído, tiene mucha relación con el tema principal. Estos no deben ser tan llamativos, si no mas bien un poco mas pegados al texto y con continuidad. Titulares C No siempre se usa estos titulares, dentro de la jerarquía de los titulares están dentro de un rango menor, por lo tanto, estos no deben interrumpir la lectura y continuidad del texto, es decir, se los puede marcar con una letra cursiva para que se entienda que no son parte del texto central y diferenciar de los titulares. Imagen 33. (2013). Titulares. [Vector]. Fuente: El Autor Pero, estas no son las únicas maneras de jerarquizar en el texto, existe una infinidad de formas, pero los titulares son los más utilizados ya que va a depender del diseñador establecer los parámetros adecuados para formar sus titulares según el material que está trabajando, podrá manejar grosor, estilos, colores, etc.

Columna: Una columna dentro del ámbito periodístico es un espacio físico en un papel o espacio de cobertura, donde las opiniones del autor no necesariamente reflejan los pensamientos del dueño del periódico, la misma deben tener un título, una idea central y una conclusión. Hablando dentro del diseño editorial, existen algunos formatos para aplicar las columnas dentro del material impreso, esto para ayudar a la lectura y también como estilo gráfico. El diseñador tiene la libertad de componer según sean sus conveniencias, pero no siempre es así, hay veces en las que se debe regir a algunos formatos y adaptarse a ellos. Los márgenes o espacios en blanco que cubren al cuerpo de texto deben ser bastante significativos y, esto va a depender del trabajo y formato que estemos realizando (véase imagen 34). Formatos de una columna, en su mayoría son libros los que usan una sola columna en razón de que el lector no tiene mayores distracciones ya que radica en su imaginación la potencia de la lectura. Una sola mancha de texto. Formatos de dos columnas, en columnas dobles es mucho más dinámico el texto y aquí se puede incluir imágenes al texto para darle color al impreso y hacerlo más llamativo. Formatos de tres columnas, aquí se puede jugar con las imágenes y el texto mucho más dinámico que las anteriores usado en su mayoría en columnas de periódicos. Formato de cuatro columnas, dentro de esta composición las imágenes y el texto amplio suelen ser manejados fácilmente, usado en revistas y periódicos, pero hay que cuidar el número de columnas ya que de esto va a depender el valor del cuerpo de texto. Imagen 34. (2013). Columnas. [Vector]. Fuente: El Autor Tipografía. La tipografía es una rama del diseño gráfico en la cual los símbolos considerados letras tiene participación esencial dentro del mismo y dentro de la cual se estudia forma, tamaño, estilo, familias y anatomía de las letras así como de las diferentes escrituras que hasta ahora conocemos. Es así que cuentan con un sistema de medición que nos ayuda a organizar mejor nuestras composiciones, de esta manera la comunicación visual será comprensible para el público. Tiene una significación histórica tan grande, que la humanidad ha ido evolucionando de la mano con la tipografía. El desarrollo intelectual de las personas nos han permitido asociar las diferentes pocas de la historia con las formas y ornamentos de las tipografías, tan así que en la actualidad el minimalismo en la tipografía representa al futurismo y las tipografías con ornamentos y gruesas nos llevan a la edad media donde las ilustraciones tiene su origen. Pero no siempre fue así, antes la comunicación

## Texto3:



[Contact us](#) | [Universities](#) | [History](#) | [Testimonials](#) | [Press](#) | [About us](#) | [Sitemap](#) | [Help](#) | [Essay help](#) | [RSS](#) | [Log in](#)

**Accurate • Easy • Free**

**Plagiarism Report For 'parte 3.docx'**

### How does Viper work.....?

[\[+\] Read more..](#)

Location	Title	Words Matched	Match (%)	Unique Words Matched	Unique Match (%)
0	0	0	0	0	0

Documents found to be plagiarised

**Matching Content: No Plagiarised Text Found**

#### Master Document Text

CAPITULO II Analisis de Investigación y Resultados CAPITULO IIDeterminación del Universo. Lo que permitió determinar el universo fue precisamente la curiosidad que tiene los jóvenes ecuatorianos para conocer su país, no necesariamente viajando hacia estos lugares si no valiéndose por medio de fotografías. Así que se ha enfocado en los estudiantes de entre 18 a 25 años de edad de la Universidad Israel ubicada en la ciudad de Quito, el grupo objetivo se encuentra dentro de la especialidad de Diseño Gráfico Empresarial, modalidad presencial, porque ellos abordan temas relacionados a este proyecto, lo cual va a servirles en especial a estudiantes que están en niveles superiores (octavo a décimo) y conociendo lo que se va a tratar más adelante servir para los niveles inferiores, de primero a séptimo. Por el número limitado de estudiantes o grupo objetivo no se pudo sacar una muestra del universo, ni se utilizó la fórmula por el mismo inconveniente, en la Universidad Israel el número de estudiantes es de sesenta y siete en el periodo 2012 - 2013 del edificio matriz ubicado en las calles Francisco Pizarro E4-142 y Av. Orellana, en la ciudad de Quito-Ecuador, consecuentemente se trabajó con todo el universo. Censo Investigativo. En este censo investigativo pudimos observar que la población estrictamente escogida fue muy clara y no tuvo inconvenientes a la hora de resolver las encuestas. Por esta razón fue que se escogió a este selecto grupo ya que ellos podían entender los tecnicismos sin tener la necesidad de darles explicaciones sobre las preguntas. Estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Israel tuvieron la oportunidad de aportar con sus opiniones sobre la cultura visual, soporte, formato y fotografía. Aplicación del Censo. Los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Israel aprovecharon la ocasión para aportar con sus opiniones e ideas sobre la cultura visual, la fotografía y los soportes que ellos consideraron los más apropiados para llevar a cabo un producto editorial impreso. Se puede entender que los estudiantes a la hora de relacionar fotografías con un impreso, se inclina sobre un soporte gráfico como es el libro, por lo tanto se pudo determinar que para la elaboración del producto final es más factible usar imágenes dentro de un libro, así resulta atractivo para el mayor número de estudiantes. Las preguntas que se formularon fueron de opción múltiple, no tenían la necesidad de escribir nada extenso ni tedioso, así las cosas se facilitaron para ellos, porque responden rápido y para la investigación sirve al ahorrar tiempo en el procesamiento y análisis de las preguntas, al final de este proceso investigativo se puede dar cuenta que las respuestas en su mayoría coincidían a excepción de la quinta pregunta (véase tabla 8) donde las respuestas estuvieron a la par, sin embargo, la respuesta que más acogida tuvo fue el libro dejando a la revista en segundo lugar, en lo que respecta al Análisis de los Resultados se va a mostrar los cuadros y gráficas obtenidas. Análisis de los Resultados de la investigación. PREGUNTA N° 1 ¿Conoce usted la etnia los Saraguros? VARIABLE FRECUENCIA PORCENTAJE SI 3042.8 NO 4057.2 TOTAL 70100.0 Tabla 4. Fuente: Encuesta a estudiantes de la facultad de Diseño Gráfico de la Universidad Israel. Elaboración: El Autor INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Treinta personas que corresponden al 42.8% de la población investigada, manifiestan que si conocen a la etnia de los Saraguros, mientras que el 57.2% que representa a cuarenta personas participantes en la encuesta, señalan que no conocen a la etnia de los Saraguros. De la información que se ha obtenido en esta pregunta es posible establecer que existe una mayoría de