

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

“ESTUDIO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA SOBRE LAS LEYENDAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI PARA AYUDAR AL FORTALECIMIENTO DE LOS VALORES CULTURALES. ELABORACIÓN DE PRODUCTO EDITORIAL ILUSTRADO.”

Trabajo de Titulación

AUTORA:

Dayana Michelle Baldeón Andrade

TUTOR:

Ing. Diego Guerrón

Quito – Ecuador

2014

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación certifico:

Que el Trabajo de Graduación “ESTUDIO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA SOBRE LAS LEYENDAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS VALORES CULTURALES. ELABORACIÓN DE PRODUCTO EDITORIAL ILUSTRADO.” presentado por Dayana Michelle Baldeón Andrade, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado, que se designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, Noviembre del 2013

TUTOR:

Ing. Diego Guerrón Moya

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DE TESIS

La abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico, declaro que los contenidos de este Trabajo de Graduación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Diseño Gráfico, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, Noviembre del 2013

Dayana Michelle Baldeón Andrade

CC: 171233202-0

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, aprueban la tesis de graduación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica “ISRAEL” para títulos de pregrado.

Quito, Marzo del 2014

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE

MIEMBRO 1

MIEMBRO 2

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, en especial a mi hija Francesca, que ha sido mi estrella guía y mi fuerza para salir adelante.

Michelle Baldeón Andrade.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por el apoyo
que me han brindado en todo
momento, por todo lo que me han
enseñado y el gran amor que me
dan. Por todo eso y mucho más,
GRACIAS.

Michelle Baldeón Andrade.

ÍNDICE GENERAL

| A.- PRELIMINARES | Páginas |
|--|----------------|
| Portada | i |
| Aprobación del Tutor | ii |
| Autoría de Tesis | iii |
| Aprobación del Tribunal de Grado | iv |
| Dedicatoria | v |
| Agradecimiento | vi |
| Índice General de Contenidos | vii |
| Índice de cuadros | xi |
| Índice de gráficos | xii |
| Resumen | xv |
| Abstract | xvi |

B.- CONTENIDOS

| | |
|--------------------|---|
| Introducción | 1 |
|--------------------|---|

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

| | |
|----------------------------------|---|
| Tema | 3 |
| Antecedentes | 3 |
| Planteamiento del problema | 4 |
| Análisis del Entorno | 5 |
| Justificación | 8 |
| Objetivo General | 9 |
| Objetivos Específicos | 9 |

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

| | |
|----------------------------------|----|
| Comunicación | |
| Definición de Comunicación | 11 |
| Tipos de Comunicación | 11 |

| | |
|---|----|
| Elementos que intervienen en la Comunicación..... | 12 |
| Comunicación Visual o Comunicación Gráfica..... | 13 |
| El Lenguaje Visual..... | 13 |
| Herramientas del Lenguaje Visual..... | 14 |
| El Mensaje Visual..... | 15 |
| Semiótica..... | 16 |
| Los Signos..... | 17 |
| Diseño Gráfico | |
| Definición de Diseño Gráfico..... | 17 |
| Elementos básicos del Diseño Gráfico..... | 18 |
| Principios de Diseño Básico..... | 19 |
| Psicología del Color..... | 20 |
| Responsabilidad Social del Diseño Gráfico..... | 22 |
| Diseño Editorial | |
| Definición de Diseño Editorial..... | 23 |
| Elementos Editoriales..... | 23 |
| Elementos gráficos en una página..... | 27 |
| Tipografía..... | 27 |
| Partes de un Libro..... | 30 |
| Ilustración | |
| Definición de Ilustración..... | 31 |
| La Ilustración en el Diseño Editorial..... | 32 |
| Equipo y Materiales usados en la Ilustración..... | 33 |
| Técnicas de Ilustración..... | 34 |
| Ilustración Vectorial..... | 35 |
| Ilustración con Photoshop..... | 36 |
| Creación de personajes..... | 37 |
| Las Leyendas | |
| Etimología y definición de Leyenda..... | 37 |
| Importancia de las Leyendas..... | 38 |
| Valores Culturales | |
| Definición de Valores Culturales..... | 38 |

| | |
|---|----|
| Características de los Valores Culturales | 39 |
| Hipótesis de trabajo | 39 |
| Señalamiento de variables..... | 39 |

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

| | |
|--|----|
| Metodología de investigación..... | 41 |
| Técnicas de recopilación de investigación..... | 41 |
| Referencia estadística..... | 42 |
| Resultados de las encuestas..... | 42 |
| Entrevistas y sondeo de opinión..... | 43 |
| Conclusión del Diagnóstico | 44 |

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

| | |
|---|----|
| Título de la propuesta..... | 46 |
| Justificación de la propuesta..... | 46 |
| Objetivos de la propuesta..... | 46 |
| Memoria Descriptiva del producto..... | 47 |
| Memoria Técnica del producto..... | 48 |
| Diagramación de las páginas internas del libro..... | 49 |
| Sobre el Libro..... | 52 |
| Leyendas originales..... | 52 |
| Adaptación del texto..... | 55 |
| Sobre el Narrador..... | 58 |
| Descripción del Narrador..... | 58 |
| Promoción del Producto..... | 58 |
| Validación del Producto..... | 65 |

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|----------------------|----|
| Conclusiones..... | 67 |
| Recomendaciones..... | 68 |

C. MATERIALES DE REFERENCIA

| | |
|--|-----------|
| BIBLIOGRAFÍA..... | 69 |
| ANEXOS..... | 70 |
| Modelo de Encuestas..... | 70 |
| Análisis e Interpretación de Resultados..... | 72 |
| Matriz de Validación de Producto..... | 92 |
| Bocetos..... | 96 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro No.1 Los colores y su significado..... | 21 |
| Cuadro No.2 Tamaño Serie A..... | 24 |
| Cuadro No.3 Organización Territorial: área y densidad poblacional..... | 42 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico No.1 Identidad Cultural y Social..... | 4 |
| Gráfico No.2 Mapa del Cantón Rumiñahui..... | 7 |
| Gráfico No.3 Modelo de proceso de la comunicación..... | 12 |
| Gráfico No.4 Tamaño..... | 14 |
| Gráfico No.5 Forma y Color..... | 14 |
| Gráfico No.6 Luz Natural y Artificial..... | 15 |
| Gráfico No.7 Elementos Conceptuales..... | 18 |
| Gráfico No.8 Tamaños de distintas publicaciones..... | 24 |
| Gráfico No.9 Formatos Serie A..... | 25 |
| Gráfico No.10 Espiral basada en la secuencia de Fibonacci..... | 26 |
| Gráfico No.11 Tipografía Visible o Narrativa..... | 28 |
| Gráfico No.12 Fuente Tipográfica..... | 29 |
| Gráfico No.13 Familia Tipográfica..... | 29 |
| Gráfico No.14 Partes de un libro..... | 30 |
| Gráfico No.15 Ilustración en libros..... | 32 |
| Gráfico No.16 Carboncillo y Lápiz..... | 33 |
| Gráfico No.17 Caballete..... | 34 |
| Gráfico No.18 Papel..... | 34 |
| Gráfico No.19 Dibujo con Pluma y Tinta..... | 35 |
| Gráfico No.20 Ilustración Vectorial..... | 35 |
| Gráfico No.21 Diagramación de Pág. Inter.1..... | 49 |
| Gráfico No.22 Diagramación de Pág. Inter.2..... | 50 |
| Gráfico No.23 Diagramación de Pág. Inter.3..... | 51 |
| Gráfico No.24 Afiche N°1..... | 60 |
| Gráfico No.25 Afiche N°2..... | 61 |
| Gráfico No.26 Volante..... | 62 |
| Gráfico No.27 Roll Up's N°1..... | 63 |
| Gráfico No.28 Roll Up's N°2..... | 64 |
| Gráfico No.29 Pregunta 1..... | 72 |
| Gráfico No. 30 Pregunta 2..... | 73 |

| | | |
|----------------|--------------------|----|
| Gráfico No. 31 | Pregunta 3..... | 74 |
| Gráfico No. 32 | Pregunta 4..... | 75 |
| Gráfico No. 33 | Pregunta 5..... | 76 |
| Gráfico No. 34 | Pregunta 6-a..... | 77 |
| Gráfico No. 35 | Pregunta 6-b..... | 77 |
| Gráfico No. 36 | Pregunta 6-c | 77 |
| Gráfico No. 37 | Pregunta 6-d | 78 |
| Gráfico No. 38 | Pregunta 6-e | 78 |
| Gráfico No. 39 | Pregunta 6-f | 78 |
| Gráfico No. 40 | Pregunta 6-g..... | 79 |
| Gráfico No. 41 | Pregunta 6-h..... | 79 |
| Gráfico No. 42 | Pregunta 6-i..... | 79 |
| Gráfico No. 43 | Pregunta 6-j..... | 80 |
| Gráfico No. 44 | Pregunta 6-k..... | 80 |
| Gráfico No. 45 | Pregunta 6-l..... | 80 |
| Gráfico No. 46 | Pregunta 6-m..... | 81 |
| Gráfico No. 47 | Pregunta 6-n..... | 81 |
| Gráfico No. 48 | Pregunta 6-o..... | 81 |
| Gráfico No. 49 | Pregunta 6-p..... | 82 |
| Gráfico No. 50 | Pregunta 6-q..... | 82 |
| Gráfico No. 51 | Pregunta 6-r..... | 82 |
| Gráfico No. 52 | Pregunta 6-s..... | 83 |
| Gráfico No. 53 | Pregunta 6-t..... | 83 |
| Gráfico No. 54 | Pregunta 6-u..... | 83 |
| Gráfico No. 55 | Pregunta 7..... | 85 |
| Gráfico No. 56 | Pregunta 8-a..... | 86 |
| Gráfico No. 57 | Pregunta 8-b..... | 86 |
| Gráfico No. 58 | Pregunta 8-c..... | 87 |
| Gráfico No. 59 | Pregunta 8-d..... | 87 |
| Gráfico No. 60 | Pregunta 8-e..... | 87 |
| Gráfico No. 61 | Pregunta 9..... | 89 |
| Gráfico No. 62 | Pregunta 10..... | 90 |

| | |
|---------------------------------|----|
| Gráfico No. 63 Pregunta 11..... | 91 |
|---------------------------------|----|

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

“ESTUDIO DE COMUNICACIÓN GRÁFICA SOBRE LAS LEYENDAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI PARA AYUDAR AL FORTALECIMIENTO DE LOS VALORES CULTURALES. ELABORACIÓN DE PRODUCTO EDITORIAL ILUSTRADO.”

AUTORA

Dayana Michelle Baldeón Andrade

TUTOR

Ing. Diego Guerrón

RESUMEN

Después de haber realizado el trabajo de investigación, y haber obtenido los resultados del mismo, de acuerdo a las herramientas de encuestas y entrevistas, se concluye que la creación de un producto editorial ilustrado que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui llamará la atención de sus habitantes, dando el primer paso para la solución del problema de identidad existente en el cantón y fortalecerá los valores culturales en los habitantes del lugar.

PALABRAS CLAVE: Comunicación, diseño gráfico, diseño editorial, ilustración, leyendas, valores culturales.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TOPIC:

“GRAPHIC COMMUNICATION STUDY ON THE LEGENDS OF CANTON RUMIÑAHUI TO HELP THE STRENGTHENING OF CULTURAL VALUES. EDITORIAL PRODUCT DEVELOPMENT ILLUSTRATED.”

AUTHOR

Dayana Michelle Baldeón Andrade

TUTOR

Ing. Diego Guerrón

ABSTRACT

Having done the research work, and obtained the results of research, according to the survey and interview tools, it is concluded that the creation of an editorial product illustrated, dealing with the Canton Legends Rumiñahui draw the attention of their inhabitants, taking the first step to solving the problem of existing identity in the canton and strengthen cultural values in the locals.

KEYWORDS: Communication, graphic design, editorial design, illustration, legends, cultural values.

B.- CONTENIDOS

Introducción.

La pérdida de identidad y de los valores culturales en los ecuatorianos no son temas de actualidad, este problema se lo ha tratado desde hace varios años atrás y se los sigue tratando. El gobierno del Ecuador, promueve el rescate de estos valores e impulsa a los ecuatorianos a fortalecer e incrementar el sentido de pertenencia.

El Cantón Rumiñahui no se excluye de esta problemática, por lo que es necesario ayudar, personalmente en el área de diseño, a solucionarlo, tomando como base las leyendas del cantón para atraer la atención de los habitantes, con la ayuda de ilustraciones que complementen las leyendas.

Este trabajo muestra los métodos y técnicas que se utilizarán para crear dicho producto, además, de la fundamentación teórica que sirve como respaldo para la elaboración del mismo.

Los invito a seguir paso a paso el proceso de creación del libro ilustrado que trata sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui dando el primer paso para la solución de los problemas antes mencionados.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

- **Tema**

Estudio de comunicación gráfica sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui para ayudar al fortalecimiento de los valores culturales en los habitantes del cantón. Elaboración de producto editorial ilustrado.

- **Antecedentes**

Temas como identidad y valores culturales se han abordado continuamente durante mucho tiempo. Para hablar un poco más de ello se debe conocer el primero el significado de identidad cultural.

Identidad:

“La identidad es el hecho o circunstancia de ser de una persona o con ella misma, o la misma con que se compara.” (Real Academia Española, 2001, p.811)

Según Edward Tylor (1871) la identidad de un pueblo consiste en reconocer sus características sociales, geográficas, culturales e ideológicas; además de aplicar y aceptar sus costumbres como parte inherente de su vida y de su historia. Sostiene que es difícil mantener la identidad de un pueblo, sin embargo es imprescindible e indispensable, sino se perdería el alma humana, la personalidad, la capacidad de diálogo, de conversación, de escuchar y más.

Cultura

“El conjunto de hábitos, costumbres y conocimientos científicos, literarios y artísticos de una persona, un pueblo, una época, etc.” (Real Academia Española, 2001, p.409).

Por lo tanto, identidad cultural es el conjunto de tradiciones, costumbres, símbolos, valores y modos de comportamiento que crean un sentimiento de pertenencia en las personas.

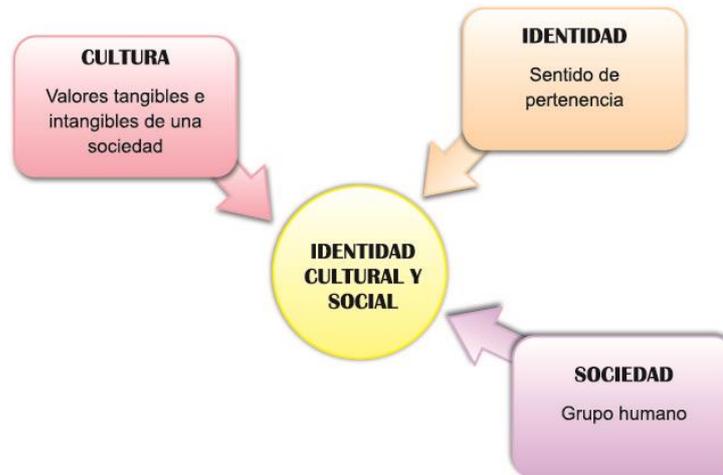


Gráfico N°1: Identidad Cultural y Social.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

Uno de los factores que aporta a la pérdida de interés por mantener o fortalecer los valores culturales de las personas es la cantidad de productos extranjeros que han entrado al país, trayendo consigo formas de vida, tradiciones y costumbres del exterior, contaminada día a día con mensajes y estereotipos, alejados del conocimiento, valoración de tradiciones, costumbres, comida típica, vestimenta, juegos y el amor propio a su tierra; con esto, no se quiere decir que se deba prohibir la entrada del exterior al país, al contrario, ciertos productos o servicios extranjeros han ayuda a mejorar la vida de las personas y ayudan al desarrollo del país. Lo que se propone es fortalecer los valores de pertenencia en las personas usando como medio el diseño gráfico, ya que es un facilitador para la transmisión de mensajes e ideas.

- **Planteamiento del problema**

El Cantón Rumiñahui está ubicado al sureste de la provincia de Pichincha, a veinte minutos del Cantón Quito. Ofrece una variedad de atractivos turísticos, como sus comidas típicas, su entorno natural y sus casas de hacienda llenas de

historia y leyendas de antaño. Estas leyendas se han transmitido de generación en generación y son parte de la identidad del Cantón.

Siendo las leyendas parte de la identidad cultural de un pueblo, es importante buscar la forma de ayudar a que estas éstas no sean olvidadas; buscar la manera de llamar la atención de los personas, aportar con el diseño gráfico una alternativa para la difusión de estas leyendas maravillosas que en la actualidad son poco conocidas.

¿Cómo el diseño gráfico puede vincularse con las leyendas de un sector?.

¿Es necesaria la aplicación del diseño gráfico, diseño editorial e ilustración para complementar las leyendas del Cantón Rumiñahui?

¿La elaboración de un producto gráfico ayudará atraer la atención y el interés de las personas y facilitará la difusión de las leyendas?

- **Análisis del Entorno**

El tema de identidad siempre ha sido de interés en el Ecuador, forma parte de la preocupación cotidiana acerca de lo que es y a dónde van los ecuatorianos.

Para Espinosa (1916) las causas que determinan la forma de ser de los ecuatorianos son espirituales o biológicas en lugar de económicas; esto a cambiado con la entrada de productos y servicios de otros países que han traído consigo formas de vivir, costumbres, y más.

Kingman (1999) en su ensayo “La identidad perdida de los ecuatorianos” publicada en la revista ÍCONOS de la FLACSO, habla de la identidad nacional como un resultado de la construcción imaginaria, así como el ejercicio de la soberanía sobre un territorio y el predominio de una lengua. Cuando se habla de identidad nacional, no se puede perder de vista el hecho que durante largo tiempo, lo vínculos más fuertes de los pobladores fueron una comunidad, localidad, región antes que con la nación.

Macroambiente:

Para que una persona se sientan parte de algo, se identifiquen con algo, deben conocerlo primero, por lo que es primordial el estudio y enseñanza de las tradiciones de cada pueblo, sus vestuarios, comidas, fiestas, costumbres,

comportamientos y más; éstos valores culturales forman parte esencial en la formación de una persona. Cada región, ciudad, pueblo, tiene su propia historia y sus habitantes deben conocerlas y valorarlas para sentirse parte de ellas.

Si bien es cierto que por los productos que entran, la publicidad que se observa en las calles y televisión, y el acceso al internet, ha permitido la entrada del exterior al país, trayendo consigo nuevas formas de vestir, hablar, costumbres, festividades, y más, y poco a poco los ecuatorianos han ido apropiándose hasta hacerlas suyas, ya que su falta de identidad y pertenencia las llevan a tomar esa actitud.

La constitución del Ecuador expone en su Art. 380 de la Sección Quinta del Capítulo Primero del Régimen del Buen Vivir “1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva. [...]”

Además del Art. 343 de la Sección Primera del Capítulo Primero del Régimen del Buen Vivir, expone “[...] El sistema nacional de educación integrará una visión intercultural acorde con la diversidad geográfica, cultural y lingüística del país, y el respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.”

Por lo tanto es obligación del Estado y de cada ecuatoriano buscar la manera de restituir y recuperar bienes culturales tales como las leyendas para que no se pierdan en el tiempo y sean las nuevas generaciones las que las mantengan vivas y fomenten, motiven o rescaten su amor al país.

Preservar las culturas que actualmente posee el Ecuador es sumamente vital, ya que, además de ser un atractivo sumamente importante para el desarrollo de la actividad turística en el país, constituyen la cimentación para el amor propio y sentido de pertenencia como ecuatorianos.

Microambiente:

El Cantón Rumiñahui está ubicado al sureste de la provincia de Pichincha ubicada en el Valle de lo Chillos, a veinte minutos del Cantón Quito. Ofrece una variedad de atractivos turísticos, como sus comidas típicas, su entorno natural con pintorescos paisajes, destacándose las riberas del río Pita y sus dieciocho cascadas; de igual forma se encuentran sus casas de hacienda llenas de historia y leyendas de antaño. Sus costumbres, fiestas y leyendas que se han transmitido de generación en generación forman parte de la identidad del Cantón.

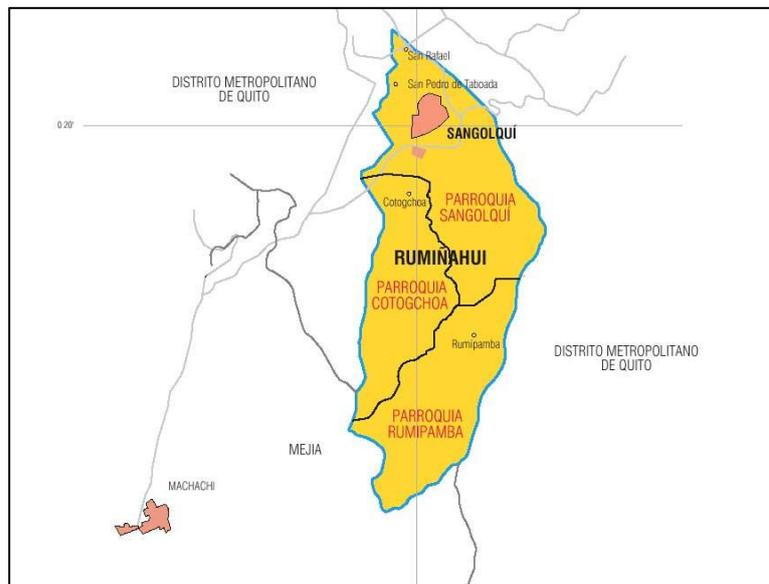


Gráfico N°2: Mapa del Cantón Rumiñahui.

Fuente: [<http://promoruminahui.blogspot.com/2011/02/ubicacion-del-canton-ruminahui.htm>]

A finales del siglo XIX se crea la parroquia de Sangolquí como parte integrante del Cantón Quito, parroquia que se eleva a Cantón el 31 de Mayo de 1938 por el General G. Alberto Enríquez, con el nombre de “Rumiñahui”, y su cabecera cantonal Sangolquí. El Cantón cuenta con tres parroquias urbanas las cuales son San Rafael, San Pedro de Taboada, y Sangolquí, y dos parroquias rurales Cotogchoa y Rumipamba.

El Cantón Rumiñahui celebra sus tradicionales fiestas de Cantonización en el mes de mayo con la elección de la reina, desfile Cívico Militar, Paseo Chacarero, bailes populares, la posta Qhapac-Ñan (Camino del Inca), entre otros. Y en el mes de septiembre celebra las fiestas del Maíz y del Turismo iniciando con el desfile

del Chagra donde participan locales y ciudades aledañas, la corrida de toros populares y exposiciones artesanales y gastronómicas.

El cantón posee hábiles artesanos que se destacan en las ramas de orfebrería, zapatería, sastrería, talladores en palo de balsa, entre otros. Podemos encontrar además, variada gastronomía, donde se destaca el típico plato de hornado acompañado de tortillas, mote, aguacate y el infaltable agrío. En el barrio Selva Alegre situado a 10 minutos de Sangolquí se puede encontrar varios locales que exhiben al público su plato principal, el Cuy, además de caldos de gallina, yaguarlocros y más.

Además de sus comidas y fiestas, lo que hace al cantón un lugar maravilloso, son sus habitantes. Hace algunos años atrás, era muy común encontrar a los ancianos del cantón, reunidos con sus nietos, hijos o amigos contando anécdotas e historias que aseguraban haberlas vivido o escuchado en alguna ocasión. Las leyendas del monje sin cabeza de San Pedro de Taboada, la sirena de Fajardo, el duende del aguacate y muchas leyendas más eran infaltables en una reunión, a veces para causar miedo a las personas o simplemente para transmitir las a nuevas generaciones.

El objetivo de este trabajo es revivir las leyendas del Cantón, dando así, el primer paso para el fortalecimiento de los valores culturales que se ven perdidos en las habitantes de este lugar.

- **Justificación**

Mantener viva las leyendas de un pueblo ha sido, es y seguirá siendo de mucha importancia. El siguiente proyecto a realizarse tiene como objetivo aumentar el interés de los habitantes del Cantón Rumiñahui por las leyendas existentes en este lugar, dando así el primer paso para el fortalecimiento de los valores culturales de las personas.

Se usará herramientas el diseño gráfico, diseño editorial e ilustración para la elaboración de un producto que cumpla con los objetivos planteados. El uso de software y hardware existentes mejoran y facilitan el trabajo de la persona encargada de diseño; por lo que la tecnología será también un elemento primordial en la elaboración de este trabajo y la obtención de los resultados deseados.

- **Objetivo General**

Creación de un producto que trate sobre las leyendas del cantón Rumiñahui a través del diseño, y ayude al fortalecimiento de los valores culturales en los habitantes del cantón.

- **Objetivos Específicos**

- Definir un problema de diseño gráfico en el Cantón Rumiñahui a través del estudio de sus leyendas.
- Fundamentar dicho estudio a través de la compilación de información teórica sobre diseño y teorías a fines para el sustento de la elaboración de un producto.
- Presentar y ofrecer un producto que llame la atención y atraiga el interés de los habitantes del cantón.
- Validar el producto con criterio de expertos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

- **Comunicación.**

La comunicación es parte fundamental en el desarrollo de una sociedad. Nace por la necesidad que tiene cada individuo por transmitir una idea, pensamiento, mensaje o más.

Se puede enviar un mensaje de distintas formas por lo que existen varios tipos de comunicación. Sin comunicación el estudio de diseño no tendría sentido ya que no existiría un mensaje que transmitir.

- **Definición de Comunicación.**

En la elaboración de un producto gráfico la comunicación es un pilar fundamental porque permite interactuar con el resto de personas y facilita la transmisión del mensaje que se desea hacer llegar; además que, el proceso de comunicación es vital en el desarrollo social humano.

“La comunicación corresponde a la transferencia de una información de un punto (A) a otro (B), de manera que el segundo (B) pase del estado de desinformado a informado, pero sin que por este hecho, el primero deje su estado inicial de informado” (Niño, 1998, p.32)

La comunicación es un acto mediante el cual permite la transferencia de información de un objeto (ser humano o animal) a otro.

- **Tipos de Comunicación.**

El mensaje puede ser enviado mediante gestos, signos y más; esto quiere decir, que existe varios tipos de comunicación los cuales son: la Comunicación Oral, Escrita y Visual.

“Las Ciencias de la Comunicación y la Semiótica estudian tres diferentes sistemas de transmisión de mensajes: La Comunicación Verbal, Escrita y Visual” (Acaso, 2006, pag.24)

Comunicación Verbal: a través de signos orales y palabras habladas.

Comunicación Escrita: a través de representaciones gráficas de signos.

Comunicación Visual: se utiliza para percibir información por medio de la vista.

- **Elementos que intervienen en la Comunicación.**

Niño (1998) basa su modelo de procesos de la comunicación en el modelo de David Berlo (El proceso de la comunicación, 1977) aumentando el código en el mensaje.

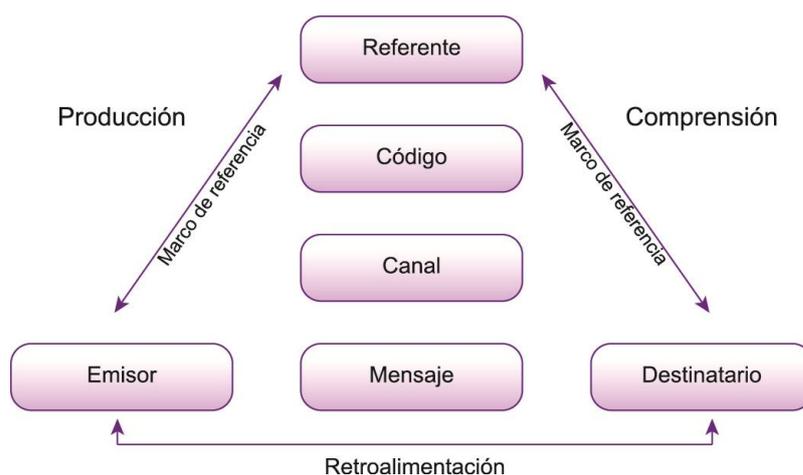


Gráfico N°3: Modelo de proceso de la comunicación.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

Los elementos que intervienen en este proceso de comunicación son:

- Las fases de producción y comprensión.
- Emisor y Destinatario: Quien manda y recibe el mensaje.
- Código: Facilita al emisor producir el mensaje y al destinatario en interpretarlos.
- Canal: El medio en que se transmiten los mensajes.
- Mensaje: Existe el mensaje codificado producido por el emisor y el decodificado convertido por el destinatario.

- Retroalimentación o feed-back: Es la actividad interpretativa del destinatario.

- **Comunicación Visual o Comunicación Gráfica.**

La comunicación visual es la base en la elaboración del producto final y ayudará en la justificación del problema. La comunicación visual percibe toda información por medio de la vista. La diferencia de la comunicación visual con la verbal y escrita es el código que utiliza.

“Comunicación Visual: el sistema de transmisión de señales cuyo código es el lenguaje visual” (Acaso, 2006, pag.24)

Munari (1985) divide a la comunicación visual en dos tipos:

- La comunicación casual: no tiene intención de transmitir un mensaje.
- La comunicación intencional: el mensaje es entendido de la manera como desea el emisor.

Para este proyecto se utilizará la comunicación intencional ya que se desea fortalecer los valores culturales de los habitantes del Cantón Rumiñahui por medio de las leyendas del lugar.

- **El Lenguaje Visual.**

Acaso (2006) define al lenguaje visual como el código que utiliza la comunicación visual. Este lenguaje no se parece a los otros lenguajes (verbal y escrito) aprendidos a lo largo de nuestras vidas; este lenguaje se lo ha aprendido automáticamente desde el día en que nacemos, pero de una forma superficial, por este motivo el lenguaje visual es el lenguaje más antiguo que existe y se evidencia en las representaciones de personas y animales encontradas en paredes de cuevas muy antiguas.

“Imagen: unidad de representación realizada mediante el lenguaje visual” (Acaso, 2006, pag.37).

El lenguaje visual es un elemento muy útil en el aprendizaje, ya que el ser humano tiene la capacidad de captar imágenes, procesarlas y después recordarlas fácilmente.

- **Herramientas del Lenguaje Visual.**

Para construir un mensaje visual se utiliza el código, que en este caso es el lenguaje visual, ayudándose de ciertas herramientas que ayudan a jerarquizar organiza y ordenar los elementos que la componen.

Estas herramientas son de configuración y organización

Herramienta de configuración.

Para interpretar las diferentes características de una imagen, existen cinco herramientas de configuración y son:

- **Tamaño:** dimensiones físicas

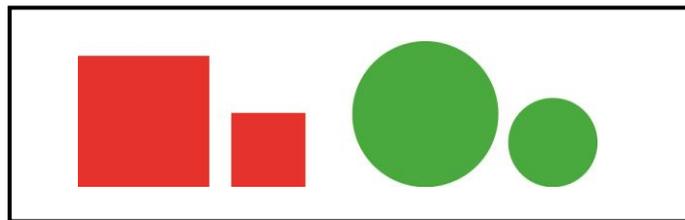


Gráfico N°4: Tamaño.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

- **Forma:** Límites exteriores del material visual.
- **Color:** Se encuentra cargado de mucha información.

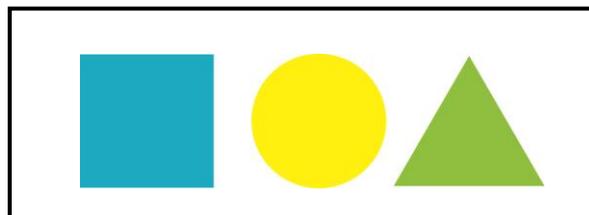


Gráfico N°5: Forma y Color.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

- **La Iluminación:** Se deriva en dos niveles al momento de transmitir un significado, el primero es el tipo de iluminación que se elige en el contenido intrínseco del objeto, y el segundo el tipo de luz que se utiliza para iluminar el exterior del objeto.

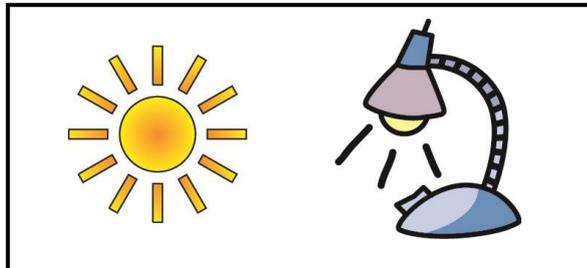


Gráfico N°6: Luz Natural y Artificial.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

- **La Textura:** el material que está constituido el producto visual como su representación visual.

Herramienta de organización.

Para interpretar las diferentes características de una imagen, existen dos herramientas de organización y son:

- **La Composición:** El orden que tiene las herramientas del lenguaje visual dentro del espacio de un soporte.
- **La Retórica Visual:** herramienta de organización para interconectar los significados de los elementos del producto visual.

- **El Mensaje Visual.**

El mensaje visual es un elemento básico en el proceso de comunicación visual y su objetivo es enviar una información.

“La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc.” (Munari, 1985, pag.82)

La comunicación visual por medio del lenguaje visual transmite mensajes que se componen de la información que se desea enviar y el soporte visual.

“El soporte visual es el conjunto de elementos que hacen visibles el mensaje” (Munari, 1985, pag.84).

En el proceso de comunicación, el emisor es quien produce y cifra el mensaje, y el receptor el que lo recibe, lo descifra y da una respuesta a la información obtenida. En la comunicación visual, el receptor se encuentra en un ambiente lleno de ruido o interferencias que tergiversan o anulan el mensaje, estas interferencias pueden ser externas (ambiente) o internas (sistema sensorial, operativo y cultural) del receptor.

En la creación del producto final se debe tomar en cuenta estos elementos, para que el mensaje que se desee enviar llegue a los receptores de una forma clara y concisa.

- **Semiótica.**

En investigador suizo Ferdinand de Saussure, a principios del siglo XX, propone estudiar la relación que existe entre los signos no lingüísticos en la sociedad, llamado semiología.

Pierce (1931) propone el término semiótica haciendo énfasis en el estudio de los signos y sus significados, y sus relaciones lógicas.

“La semiótica: La ciencia que estudia el origen, formación, uso y razón de ser de los signos en el seno de la vida social” (Niño, 1998, p.43).

Según Morris (1985) la semiótica es una ciencia más y es un instrumento de la ciencia.

- **Ciencia:** Estudia leyes, propiedades, características, interrelaciones de los signos, su significado y su relación con otras ciencias.

- **Instrumento de la ciencia:** desarrolla métodos y técnicas para entender las relaciones lógicas entre signos y su significado.

Por lo tanto, la semiótica es la ciencia que estudia los signos no lingüísticos en la comunicación y las relaciones humanas.

- **Los Signos.**

Los signos es la menor parte de una propuesta perceptible perceptual que le atribuye sentido a algo distinto de ella en el mundo que nos rodea. Los signos forman parte de los códigos que forman el sentido de él o los mensajes.

En semiótica, los signos son objetos perceptibles que puedes ser, visibles, táctiles, auditivas, olfativas, gustativas; que representan a otro objeto. Ferdinand de Saussure define al signo como una combinación entre el significado y su significante.

Los signos permiten la comunicación y se caracterizan por ser convencionales, por lo que los signos para ser signos deben tener una aceptación social.

Existen los signos Lingüísticos y los No Lingüísticos.

- **Signos Lingüísticos:** son aquellos que forman parte principal de los lenguajes.
- **Signos No Lingüísticos:** Son aquellos ajenos al campo de estudio de la lingüística.

- **Diseño Gráfico.**

El diseño gráfico tiene como fin transmitir mensajes visuales que solucionen un problema de aspecto visual. El diseño se ayuda de varios elementos para que el mensaje a comunicar sea atractivo y fácil de entender, pero el más importante y el que hace que un diseño sea mejor que otro es la creatividad y la innovación que se ponga en él.

- **Definición de Diseño Gráfico.**

Según Twemlow (2007) el diseño gráfico es una clase de lenguaje que sirve para comunicar y se lo emplea para hablar a alguien sobre algo que quiere, o que se cree que quiere, o que otra persona piensa que quiere.

“Proceso de concebir, programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos –normalmente textuales y visuales- con miras a la realización de productos destinados a producir comunicaciones visuales” (Frascara, 2006, p.23).

En conclusión el diseño gráfico es una forma de comunicación que concibe, programa, proyecta, coordina, selecciona y organiza información (texto e imágenes) para producirlo en objetos visuales que circulen y se desarrollen en distintos medios (calles, revistas, diarios, libros, televisión, internet), dirigidos para toda la sociedad o sobre sectores sociales determinados o específicos.

- **Elementos básicos del Diseño Gráfico.**

Los elementos de Diseño Gráfico se distinguen en cuatro grupos de elementos: Conceptuales, Visuales, de Relación y Prácticos

E. Conceptuales: Se caracterizan porque no se los puede ver, pero se los puede percibir (ideas).

- **Punto:** El cruce entre dos líneas y su dimensión es dificultosa en relación al espacio. Indica el principio y fin de una línea.
- **Línea:** Sucesión de puntos y solo se lo puede medir en su largo.
- **Plano:** Sucesión de líneas, se lo puede medir en su largo y ancho.
- **Volumen:** Sucesión de planos, se lo puede medir en su largo, ancho y profundidad.

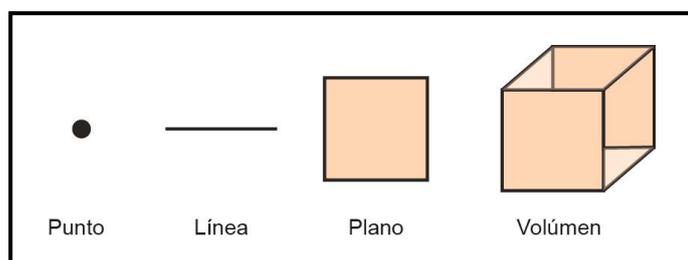


Gráfico N°7: Elementos Conceptuales.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

E. Visuales: Representación visible de los elementos conceptuales.

- **Forma:** Todo lo que vemos tiene forma.

- **Medida:** Toda forma tiene un tamaño.
- **Color:** Una forma se distingue por la intensidad de su color.
- **Textura:** Se distingue por su superficie.

E. de Relación: Ubican las formas en el espacio.

- **Dirección:** Depende de la posición del espectador.
- **Posición:** Depende del marco que lo contiene.
- **Espacio:** Toda forma ocupa un espacio, este puede ser un espacio Real o Ilusorio.
- **Gravedad:** Es una sensación no visual sino psicológica.

E. Prácticos: Son conceptos abstractos.

- **Representación:** Forma de realizar el diseño.
- **Significado:** Todo diseño transmite consciente o inconscientemente un mensaje o significado.
- **Función:** Para lo que está creado el diseño.

- **Principios de Diseño Gráfico.**

Son nociones o normas aplicadas en la creación de productos gráficos, tratan de combinar los distintos elementos del diseño dentro de un todo organizado, estos son:

- **Contraste:** Agudiza el significado del trabajo. Puede producirse el contraste aplicando polaridades de forma, tamaño, tono, textura y dirección.
- **Equilibrio:** Existe cuando los elementos están colocados con un sentido de contrapeso, es decir situados que los pesos de los elementos se contrarresten para que parezcan arraigados al sitio donde están.
- **Proporción:** La relación de un elemento con otro. El diseño entendido como un todo con dimensiones que reflejan determinado tamaño.
- **Ritmo:** Se obtiene a través de la repetición ordenada de cualquier elemento ya sea línea, forma, tono, textura...
- **Armonía:** Es la agradable combinación o consonancia entre las formas y estilos de las cosas.

- **Movimiento:** Principio de diseño usado para crear la apariencia y sensación de acción y guiar la vista del espectador a través del trabajo.
- **Unidad:** Fundamento estético del orden compositivo y la finalidad que debe perseguirse con la distribución y organización de los elementos que se combinan en diseño. Ayuda a la claridad y estabilidad del trabajo.

- **Psicología del Color.**

La psicología del color analiza los efectos que tienen los distintos colores en la percepción y la conducta de las personas. Las personas que usan los colores como un elemento en la elaboración de sus trabajos deben conocer el efecto que causan cada uno de ellos en los demás. La relación que tienen los colores con nuestros sentimientos, no son coincidencia, viene dado por experiencias universales implantado en el pensamiento desde la infancia.

Heller (2008) habla del color como un elemento que puede producir varios efectos en cada persona, en ocasiones pueden ser hasta contradictorios.

“El mismo rojo puede resultar erótico o brutal, inoportuno o noble. Un mismo verde puede parecer saludable, o venenoso, o tranquilizante. Un amarillo, radiante, o hiriente.” (Heller, 2008, p.17-18).

Cada color tiene un significado o efecto, y para poder definirlo correctamente se lo debe examinar en su contexto.

“El contexto es el criterio para determinar si un color resulta agradable y correcto o falso y carente de gusto.” (Heller, 2008, p.18).

Los colores y su significado:

Cuadro N°1

Los Colores y su significado

| | | |
|---|----------|--|
|  | Azul | Color frío y distante. El color de la simpatía, la armonía y la fidelidad. El color femenino y de las virtudes espirituales. |
|  | Rojo | Color de la pasión, va del amor al odio. Color de los reyes y del comunismo, de la alegría y del peligro. |
|  | Amarillo | Color que representa el optimismo y los celos, color de la diversión del entendimiento y de la traición. |
|  | Verde | El color de la fertilidad, esperanza y burguesía. El color que representa lo saludable y lo venenoso. |
|  | Negro | El color del poder, la violencia y al muerte. El color de la negación y la elegancia. |
|  | Blanco | Color femenino que representa la inocencia. El color del bien y de los espíritus. |
|  | Naranja | El color de la diversión, lo exótico y llamativo. |
|  | Violeta | Color de la teología, la magia, el feminismo y el movimiento gay. |
|  | Rosa | Representa lo dulce y delicado. |
|  | Oro | El color del sol. Representa el dinero la felicidad y el lujo. |
|  | Plata | El color de la velocidad, del dinero y de la Luna. |
|  | Marrón | El color de lo acogedor, de lo corriente y la necesidad. |
|  | Gris | El color del aburrimiento, lo anticuado y la crueldad. |

Elaborado por: Michelle Baldeón A

Fuente: HELLER, Eva; *Psicología del Color*

- **Responsabilidad Social del Diseño Gráfico**

El diseño gráfico se encuentra presente en todos los aspectos de la vida social, se lo usa para promover, vender, denunciar, divertirse y más. El diseño procesa y comunica información de interés colectiva dando valores externos al contenido.

El diseño gráfico muestra interés en la respuesta que se obtiene del grupo a quien está dirigido el producto, y del producto en sí; ya que, el diseño además de vender productos vende ideas. El diseño con responsabilidad social hace referencia al aporte que se puede dar a la sociedad por medio de trabajos de diseño que busquen mejorar la calidad de vida de las personas.

La responsabilidad social es un tema que atañe a todos, depende de cada persona, en la actitud que se tome para buscar y dar solución a los problemas que existen.

“La importancia de la contribución que el diseño de comunicación visual puede hacer a la sociedad está sólo limitada por la calidad de los diseñadores.” (Frascara, 2006, p.167).

En el diseño gráfico la responsabilidad social no solo se encuentra en el mensaje sino también en el medio que usa para transmitir el mensaje, por ejemplo al usar papel reciclado, para afiches, embalajes de cds, hojas de un libro, y más, ayudará a minimizar el impacto negativo en el medio ambiente.

Por lo tanto, la elaboración del producto editorial a realizarse al final del proyecto, tendrá un aporte significativo, ya que se motivará a los habitantes del Cantón Rumiñahui a preservar sus leyendas y de esta forma fortalecer los valores culturales.

- **Diseño Editorial**

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico que se encarga de la diagramación de textos e imágenes que se encuentran en distintas publicaciones tales como revistas, catálogos, periódicos o libros.

El diseñador editorial maqueta cada publicación de tal forma que la armonía y la composición se encuentre en cada parte de su trabajo; no solo el buen uso de

tipografía o el trato que se dé a cada imagen es primordial, sino también, el material en el cual se va a imprimir.

- **Definición de Diseño Editorial**

Zanón Andrés (2007) define al diseño editorial como un área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos.

“[...] el diseño editorial persigue un fin forzoso: exhibir las ideas del autor, no al diseñador;... y que eso se pueda lograr con mucha belleza, variedad y dignidad” (de Buen Unna, 2008, p.10)

El diseño editorial tiene como objetivo comunicar el mensaje del autor al lector, organizando el espacio del texto y las imágenes; creando un producto atractivo que va desde la diagramación de las páginas internas del libro hasta el tipo de material que usará para las hojas y el empastado.

Los impresos gráficos según su producción se divide en:

- **Editoriales:** Realizados en una editorial: libros, folletos...
- **Paraeditoriales:** Son publicaciones periódicas: diarios y revistas.
- **Comerciales:** Publicidad, calendarios, tarjetas de presentación; suelen tener pocas hojas

Los impresos editoriales según el número de hojas que tengan se dividen en:

- **Hoja suelta:** Entre una a cuatro páginas.
- **Folleto:** Si tiene entre cinco a cuarenta y ocho páginas.
- **Libro:** Si tiene más de cuarenta y nueve páginas.

- **Elementos Editoriales**

En este punto se analizará algunos elementos que se utilizan en el diseño editorial

Tamaño:

Las formas básicas de tamaño que se usan en las distintas publicaciones son:

- Cuadrado: Da equilibrio estabilidad y seguridad, aunque la sensación que trasmite a el lector es de frialdad y dureza. Apropiado para maquetar texto e imágenes, vertical u horizontalmente.
- Vertical: Es el más utilizado y fácil de manejar.
- Horizontales: Se lo usa cuando en la publicación existe grandes imágenes panorámicas.



Gráfico N°8: Tamaños de distintas publicaciones.

Fuente: <http://www.tubookeditores.com.ar/img/valoresBIG.jpg>

Formato:

Los formatos papel se clasifican por series: **A, B C**, caracterizadas por las proporciones de sus lados, donde la serie A es la más conocida y utilizada.

Cuadro N° 2

Tamaño Serie A

| SERIE A | Ancho (Mmilímetros) | Alto (milímetros) |
|---------|---------------------|-------------------|
| A0 | 841 | 1.189 |
| A1 | 594 | 841 |
| A2 | 420 | 594 |
| A3 | 297 | 420 |
| A4 | 210 | 297 |
| A5 | 148 | 210 |
| A6 | 105 | 148 |
| A7 | 74 | 105 |
| A8 | 52 | 74 |
| A9 | 37 | 52 |

Elaborado por: Michelle Baldeón A

Fuente: ZANÓN, David; *Introducción al Diseño Editorial*.

El formato más grande en la serie A es el A0 y el más usado es el A4. Cada formato se la mitad del formato anterior, por ejemplo un A5 es la mitad de un A4.

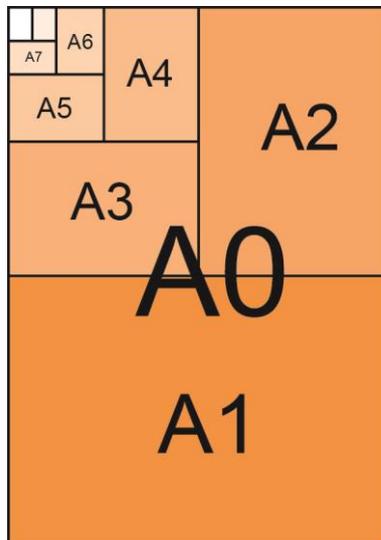


Gráfico N°9: Formatos Serie A

Realizado por: Michelle Baldeón A.

(La aplicación del formato y tamaño depende de varios factores, tales como: el público objetivo, el tipo de publicación, los elementos gráficos a usar.)

Estructura de las páginas:

Todo trabajo editorial se guía por una estructura previamente analizada, permitiendo organizar los elementos a utilizar y obtener claridad y legibilidad en el trabajo final.

La proporción áurea, definida por Vitrubio, da armonía visual a las páginas de un trabajo editorial.

“Proporción áurea o también llamada regla de oro, equivale a 1:1,618; es decir, si el ancho de la caja es de 1, el alto es de 1,618... El número 1,618 se obtiene a través de una fórmula matemática y sirve para hallar la longitud exacta de uno de los lados de un rectángulo, conociendo el otro.” (Zanón, 2007, p.19).

Esta proporción se consigue con la serie de Fibonacci, esta serie o sucesión de números es llamada la “sucesión de Fibonacci”

1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34...

Cada número a partir del tercero, se obtiene sumando los dos que le preceden.

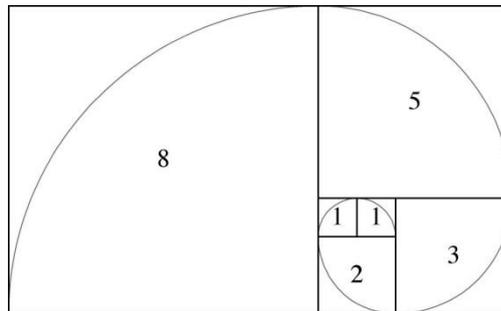


Gráfico N°10: Espiral basada en la secuencia de Fibonacci.

Fuente: [<http://mathyear2013.blogspot.com/2013/01/fibonacci-numbers-and-phi-golden-mean.html>]

Márgenes:

El margen sirve para evitar que se pierda parte del texto al momento de cortar el papel, para manipular la página, para que el encuadernado no dificulte la lectura.

Según de Buen Unna (2008) los blancos cumplen funciones cardinales la tarea de comunicar de manera grata y precisa; y los márgenes bien podrían ser considerados como los blancos fundamentales en una edición.

El espacio mínimo a dejar para los márgenes es de 1,3cm, se aconseja que el margen inferior sea el doble del superior, evitar tener la misma medida en los cuatro lados para evitar monotonía.

Retícula:

Sirve para organizar o estructurar los elementos a lo largo del trabajo y lo mantiene en una forma ordenada, también ayuda a crear composiciones atractivas.

Existen cuatro tipos de retículas:

- **R. Manuscritas:** Es un rectángulo donde los márgenes delimitan el tamaño y la posición de la retícula en la página. Se considera como la retícula más sencilla que hay.
- **R. de Columnas:** Es una retícula flexible. Las columnas pueden ser independientes o depender una de otra. El uso de dos columnas asimétricas o el de tres columnas.

- **R. Modular:** Se usa cuando existe muchos elementos y páginas en la publicación. Da orden, claridad y sencillez en la maquetación. Son retículas de columna con un elevado número de líneas de flujo que van formando módulos.
- **R. Jerárquica:** Estas retículas se las ve en las páginas web. Permite colocar texto e imagen según sus necesidades, y son colocadas intuitivamente dependiendo de la proporción de los elementos.

- **Elementos gráficos en una página.**

El uso de estos elementos depende del trabajo y del medio en el que se vaya a reproducir. Estos elementos son:

- **Caja Tipográfica:** Es la zona que contiene la información que se verá al momento de imprimir la publicación.
- **Folio:** Es la información adicional que va a la cabecera o al pie.
- **Título:** Es elemento más importante en la composición ya que este es el que llama a la lectura, por lo que debe ser atractivo y llamativo
- **Imagen, fotografía, ilustración o gráfico:** Su propósito es llamar la atención visual del lector. Debe existir equilibrio entre el texto y la imagen. Se debe tomar en cuenta el tipo de material que se usará, ya que al momento de la impresión el resultado final puede variar.
- **Pie de Foto:** Ofrece información detallada de la fotografía que se usa en la publicación.
- **Corniza y línea al pie:** Es el encabezado y el pie de página que se repite en toda la publicación.

- **Tipografía**

“Una tipografía es un conjunto de caracteres letras, números, símbolos, puntuación (etc.), que tiene el mismo diseño característico” (Ambrose; Harris, 2007, p.17).

La tipografía permite dar forma visual a algo que se quiera transmitir (idea, mensaje) y ayuda en la comunicación. Se encuentra disponible mucha variedad de

tipos de letras, por lo que su elección dependerá del tipo de información que se va a transmitir, a quien está dirigida y el medio que se usara para enviarla. Podemos encontrar tipos de letras formales e informales y cada una de ellas tiene su propia característica o personalidad.

“Las letras pueden adoptar distintos caracteres. Pueden ser pomposas, pretenciosas, indecisas, tentativas, alegres, afectadas, duras, baratas o vulgares. Pero también pueden ser abiertas, lúdicas, claras, elegantes, sencillas o distinguidas.” (Bergstrom, 2009, p.96).

Bo Bergstrom (2009) clasifica a la tipografía en visible e invisible.

- T Visible o Narrativa: Ayuda al mensaje. Sirve para contextos libres y expresivos.



Gráfico N°11: Tipografía Visible o Narrativa.

Fuente: [<http://consejoguia.com/como-hacer-fuentes-tipograficas-en-photoshop/>]

- T. Invisible: Establece un lazo directo entre el autor y el lector, sin refuerzos que estorben este contacto. Se utiliza en textos literarios, informativos y educativos.

TIMES NEW ROMAN, ARIAL

Fuente:

La fuente es una tipografía de un estilo y tamaño determinado.



Gráfico N°12: Fuente Tipográfica.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

Familia Tipográfica:

Las familias tipográficas son grupos de fuentes relacionadas con diferentes estilos y cuerpos.



Gráfico N°13: Familia Tipográfica.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

Las familias tipográficas se dividen en dos grupos tradicionales, las Romanas y las Sans Serifas, y dentro de cada una existe varias familias tipográficas más. Estos grupos se crearon para mantener un orden ya que día a día se van creando nuevas tipografías.

- **Romanas:** se caracterizan por sus serifas y las variaciones de rito entre trazos gruesos y líneas finas. Se dividen en tres familias: romana diagonal, de transición y vertical.
- **Sans Serifs:** Se caracteriza por su falta de serifas y su diseño muy regular sin cambios de grosor. Las Sans Serifs se dividen en cuatro familias tipográficas: Grotescas, Neogrotescas, Geométricas y Humanísticas.

Para elegir correctamente la tipografía que se va utilizar en el trabajo se debe tomar en cuenta:

- la estructura interna del texto,
- el grupo a quien se lo va enviar,
- buscar la armonía entre el texto y la tipografía,
- analizar el mensaje y capturar su espíritu,
- la tipografía debe ser legible para no causar confusión.

- **Partes de un Libro.**

Se divide en partes exteriores e interiores.

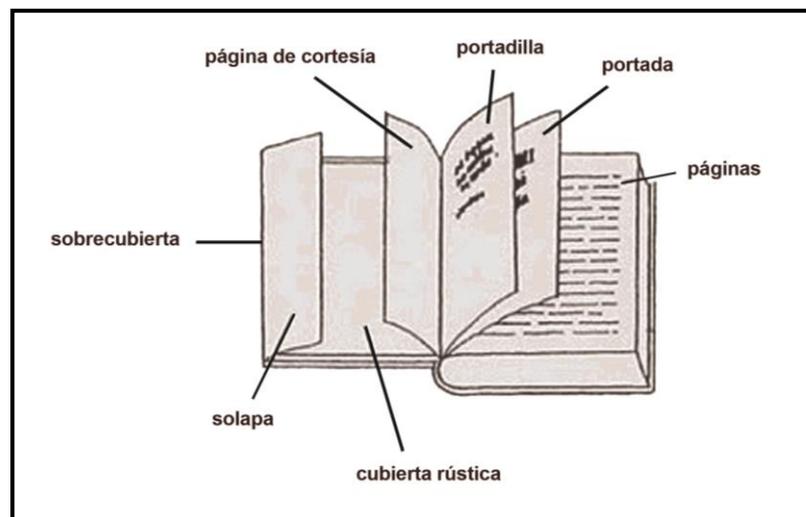


Gráfico N°14: Partes de un libro.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

Exteriores.

- **Tapa:** Se llama tapa a cada una de las cubiertas rígidas de un libro.

- **Cubierta rústica:** Son cubiertas de cartulina delgada, protegida por una lámina de plástico translúcido.
- **Lomo:** Parte del libro opuesta al corte de las hojas que cubre la encuadernación.
- **Sobrecubierta:** También llamada funda es una banda de papel que se encuentran sobre las tapas de un libro.
- **Solapas:** Son los extremos de la sobrecubierta o extensiones de las tapas.
- **Faja:** Es una cinta estrecha que se coloca igual que la sobrecubierta y función es únicamente publicitario.

Interiores.

- **Página de cortesía:** Es la primera hoja de la publicación que se la deja en blanco para la protección de la portada.
- **Portadilla o anteportada:** Es la primera página impresa del libro.
- **Contraportada, portada ilustrada o frontispicio:** Es la verdadera cara del libro y debe estar impresa en una página impar.
- **Propiedad o página de derechos:** Se encuentra detrás de la portada y contiene datos técnicos de mayor importancia.
- **Índice de contenidos:** Se escribe los títulos de las partes que contiene el libro acompañado del número de página donde se encuentra cada uno.
- **Dedicatoria:** Es la primera página escrita por el autor y se encuentra siempre impresa en una página impar.

- **Ilustración**

La ilustración es la imagen que adorna, complementa o realza un texto. Estas imágenes están asociadas con las palabras que ayudan a fortalecer el mensaje que se desea transmitir. Los textos ilustrados proporcionan información visual y ayuda a la capacidad creativa de las personas.

- **Definición de Ilustración**

La ilustración son imágenes que además de crear un producto atractivo a la vista, es un complemento narrativo.

“Representación gráfica que complementa y explica un texto”
(Diccionario Oceano, 1998, p.843)

En la enseñanza - aprendizaje en niños, los libros ilustrados son muy valiosos ya que, al no saber leer, las imágenes se convierten en el mejor recurso para la comprensión del texto, además de aumentar su capacidad creativa. La ilustración, a diferencia de la pintura, siempre debe tener una razón para existir.

Los ilustradores son capaces de trasportar a las personas en el tiempo, concebir mundos maravillosos y crear personajes fabulosos; los únicos límites de un ilustrador son los impuestos por su imaginación.

- **La Ilustración en el Diseño Editorial**

En el diseño editorial el uso del texto acompañado de imágenes es muy usual, y se deben combinar bien para que exista armonía, coherencia y equilibrio. En ocasiones, abundante texto en un trabajo editorial es muy monótono por lo que la imagen ayuda a corregir este problema, además de complementar lo que se encuentra en el texto.



Gráfico N°15: Ilustración en libros.

Fuente: [<http://www.iniciados.com/rincon-lectura/albumes-ilustrados-cuentos-t5235-225.html>]

La ilustración en el diseño editorial pretende embellecer el proceso de creación, además de, darle mayor importancia al contenido del trabajo editorial, da información visual y despierta la imaginación en el lector.

- **Equipo y Materiales usados en la Ilustración.**

Para hablar de los equipos y materiales que se usa en la ilustración, este proyecto se basara en el libro “Introducción a la Ilustración” por Brian Lewis, en el cual, explica los diferentes equipos e instrumentos que se deben utilizar al momento de ilustrar; estos elementos se elegirán dependiendo el tipo de trabajo que se hará y el soporte en el que se trabajará.

Carboncillo y lápices:

Los lápices de grafito se consiguen en una gama que va desde el 8H (muy duro) hasta el 8B (muy suave). También se pueden encontrar lápiz de grafito e portaminas con minas gruesas y delgadas.

Los carboncillos se pueden encontrar en distintos tipos como el: comprimido de lápices suave, medio y duro; barra de carboncillo comprimido, carboncillo en polvo, barras de carboncillo medianas y delgadas.



Gráfico N°16: Carboncillo y Lápiz.

Fuente: [http://chemasenra.blogspot.com/2012_09_01_archive.html]

Caballete y equipo:

La elección de los caballetes depende de la comodidad de cada ilustrador y existe el caballete con combinación, las de superficies básicas de dibujo, el modelo ajustable, y más.



Gráfico N°17: Caballetes.

Fuente: [<http://spanish.alibaba.com/product-free/easel-11650179.html>]

Papel:

Los buenos papeles que se usan para ilustrar, tienen una marca de agua bien definida que indica el lado del papel para usar. Los tres tipos básicos de papel son: papel satinado con superficie suave, papel satinado en frío con textura media o textura tosca.



Gráfico N°18: Papel.

Fuente: [<http://bonifacia.com.mx/?p=453>]

Existen otros materiales que se utilizan al momento de ilustrar como las reglas, borrador de tinta, borrador de goma, cinta adhesiva, engrapadora, cuchillas, tijeras y muchos elementos más.

- **Técnicas de Ilustración**

Pluma y tinta:

Existe una amplia gama de plumillas y dependiendo la que se use, se puede obtener distintos efectos. El único material apto para el uso de la pluma y la tinta es el papel. Los errores en un trabajo a tinta son muy difíciles de corregir, se puede usar una cuchilla si el papel es lo suficientemente fuerte o usar un borrador para modificar el área con el error.



Gráfico N°19: Dibujo con Pluma y Tinta.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

- **Ilustración Vectorial**

La ayuda del ordenador al diseño gráfico ha permitido realizar diseños con mejores acabados. El diseñador empieza dibujando en papel, y después, se lo escanea en el ordenador para colorearlo haciendo uso de los distintos programas que existe. Se debe tener muy en cuenta que el ordenador solo es una herramienta que ayuda en el diseño.



Gráfico N°20: Ilustración Vectorial.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

Según Pipes (2008) hay dos formas de producir imágenes, se hace referencia a ellas como dibujo o vectores y pintura o mapa de bits. Los dibujos se almacenan en la memoria del ordenador como una lista de reproducciones visuales de los puntos y líneas que componen la ilustración, y un documento de pintura se almacena como mapa de bits. Existen programas de pintura como Painter o Photoshop,

Y los programas de dibujo como Adobe Illustrator que utiliza “curvas libres controlables” que permiten realizar dibujos complejos, además que, permite manipular el tipo de letra que se va usar.

El programa de dibujo y de pintura se suelen combinar para obtener mejores acabados, al finalizar se exporta y se utiliza un programa de diseño de páginas como Adobe InDesign para producir documentos de presentación.

- **Photoshop**

Adobe Photoshop es un programa o software utilizado para la edición, retoque o creación de imágenes, es utilizado por profesionales, aficionados o por todas aquellas personas que les guste diseñar y fotografiar todo lo que ven. Además de ayudar en los retoques de una fotografía, se puede dibujar directamente en este programa y con el uso adecuado de las herramientas se puede obtener una imagen muy real.

“Photoshop, [...] fue diseñado originalmente como un medio de retoque fotográfico, pero rápidamente se ha convertido, de hecho, en el estándar industrial para pintar en el ordenador” (Pipes, 2008, p.137)

Muchos ilustradores utilizan este programa para crear todo tipo de imágenes, desde imágenes muy realistas dirigidas a gente adulta o profesional, hasta imágenes muy fantasiosas y llenas de color dirigida para los más pequeños de casa.

Al momento de ilustrar una imagen, photoshop ofrece gama de colores, variedad de herramientas y efectos que ayudarán en a obtener los resultados deseados.

Trabajar con el escáner:

Al momento de digitalizar una fotografía o fotografías que necesitan ser retocadas el escáner es de gran ayuda, pero también sirve para escanear dibujos hechos a mano con lápiz, esfero, acuarela y más, para darles color en photoshop.

Cuando se proceda a escanear un dibujo hecho a mano es recomendable importar la imagen en modo de color RGB y con una resolución de 300 píxeles/pulgadas ya que proporcionará una imagen del mismo tamaño que el original, ya con la imagen escaneada se puede ya empezar a dar correcciones si es conveniente y a colorear como uno desee.

- **Creación de personaje**

Para la creación de los personajes se debe investigar a fondo, los vestuarios, ambientes, aspecto social y más para que exista coherencia con el relato.

Este proyecto se basara en el libro “Arte y técnica de la animación” por Rodolfo Sáenz Valiente, en el cual, explica los diferentes aspectos que se deben tomar en cuenta al momento de crear un personaje.

El personaje es un conjunto de hábitos intelectuales, emocionales y nerviosos; son la materia prima que da forma a la historia y deben ser definidos con mucho cuidado tomando en cuenta las dimensiones físicas, sociológicas y psicológicas.

- Dimensiones físicas: fundamentalmente son el sexo, la edad, altura, peso, color de piel, de cabello, ojos, la postura, apariencia en general, manías, gestos, y posibles defectos físicos.
- Dimensiones Sociológicas: Son la clases social, ocupación, vestuario, educación, vivienda, religión, nacionalidad, raza, relación con las personas, pasatiempos.
- Dimensiones Psicológicas: La moral, temperamento, complejos, actitudes, ambiciones, complejos, cualidades.

- **Las Leyendas**

Las leyendas se las vinculan con una narración sea oral o escrita, con alguna cualidad que le da cierta credibilidad, a veces están llenas de fantasía con el fin de llamar la atención y transmitir un mensaje a quien lo escucha, reafirmando los valores de las personas o las vincula con ciertos hechos históricos. Las leyendas son parte de la identidad cultural de cada pueblo y dan sentido a ciertos lugares y comportamientos, además de conformar los valores culturales de un pueblo.

Las leyendas se las vinculan con una narración sea oral o escrita, a veces son exageradas y fantasiosas con su único propósito de llamar la atención de las personas.

- **Etimología y definición de Leyenda**

La Real Academia Española define a la leyenda (Del lat. *Legenda*, ger. de *legĕre*, leer) como la relación de sucesos que tiene más de tradicionales o maravillosos que de históricos o verdaderos.

Núñez (2007) explica que la leyenda se caracteriza por tener cierta verdad en lo que se cuenta, o al menos, algo relacionado con un hecho real, de lo que quedan vestigios probatorios que den crédito a la historia.

Las leyendas se descomponen de los siguientes elementos:

- La introducción: Aquí se encuentra la esencia, el consejo, advertencia concreta o abstracta, la razón de ser por la cual la leyenda debe ser narrada. La introducción se hace para llamar la atención del oyente.
- Identificación de los personajes internos de la leyenda: Generalmente conocidos por los que escuchan.
- Aportación de las pruebas que dan base a la acción: Se da a conocer el lugar y el tiempo en el que se desarrolla.
- Conclusión: Se repite brevemente la parte esencial o advertencia del relato.

- **Importancia de las Leyendas**

“Una forma específica por la que se expresa la identidad cultural de un pueblo es la leyenda popular. En ella se refleja toda la idiosincrasia de una sociedad y todas sus formas colectivas más precisas y profundas determinadas históricamente.” (Lara, 1994, p.1).

Las leyendas forman parte de la identidad cultural de un pueblo, de una clase o fracción de clases social; permite a los oyentes viajar en el tiempo, identificarse con los personajes y ser parte del relato que se cuenta, además, que al terminar la leyenda se llevan consigo un consejo o advertencia que ésta les proporcionó.

- **Valores Culturales**

Los valores son la base de la cultura y parte de la identidad de cada persona. Los valores culturales son guías de comportamiento que se toman para establecer relaciones sociales apropiadas.

- **Definición de Valores Culturales**

Los valores culturales son apropiados por los hombres y mujeres, y modifican el contexto social, político, religioso y cultural en el que se desarrolla la humanidad.

Según Teresa Pintado Blanco los valores culturales son creencia o sentimiento generalizados de que algunas actividades, relaciones, sentimientos o metas son importantes para conservar la identidad de la comunidad o su bienestar.

- **Características de los Valores Culturales**

Según Assael (1999) existen cinco características de los Valores Culturales:

1. Los valores culturales se aprenden: desde la infancia se enseña valores culturales. Valores Fundamentales: son valores compartidos dentro de una cultura. Enculturación: aprendizaje de creencias y valores de la propia cultura. Aculturación: aprender el sistema de valores y los comportamientos de otra cultura.
2. Los valores culturales sirven de guía en el comportamiento: A través de normas culturales, los cuales determinan los estándares de comportamiento en una sociedad.
3. Los valores culturales son permanente.
4. Son dinámicos, ya que los valores cambian a medida que la sociedad lo hace.
5. Los valores culturales son preservados.

- **Hipótesis de trabajo**

La elaboración de este trabajo generará interés en los habitantes del Cantón Rumiñahui por sus leyendas y ayudará en el fortalecimiento de los valores culturales.

- **Señalamiento de variables**

Variable Independiente.

Base teórica y conceptual de diseño e ilustración y la importancia de las leyendas de un sector.

Variable Dependiente

La importancia de los valores culturales y la fundamentación que apoye el desarrollo de este proyecto.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

- **Metodología de investigación**

Se estudió e investigó los distintos métodos existentes que ayuden en el desarrollo de este proyecto, y se determinó, que el método Analítico-Sintético es el más idóneo para la elaboración en este estudio.

Se recopilará información de diversas fuentes provenientes del Internet, libros, y revistas, las mismas que fundamentarán la investigación y la realización del producto final.

La información obtenida se descompondrá y se analizará para posteriormente sintetizarla o en otras palabras, se extraerá lo más importante, dando un orden jerárquico a los temas a tratar.

- **Técnicas de recopilación de información**

Entrevista: Se entrevistará a personas especializadas o vinculadas en comunicación, quienes proporcionaran información que ayuden en la fundamentación del producto final.

Encuestas: Se las realizará a adolescentes hombres y mujeres, de edad entre diez a catorce años de edad (10-14) que vivan en la Parroquia de Sangolquí, los resultados que se obtendrán de las encuestas fundamentarán la elaboración del producto final.

- **Referencia estadística**

Cuadro N°3

Organización Territorial: área y densidad poblacional

| PARROQUIAS/CANTÓN | ÁREAS (km ²) | POBLACIÓN | DENSIDAD POBLACIONAL (hab/km ²) |
|---------------------------------|--------------------------|--------------|---|
| SANGOLQUÍ | 50.42 | 58254 | 1175 |
| SAN RAFAEL | 2.55 | 6699 | 2637 |
| SAN PEDRO DE TABOADA | 5.11 | 16187 | 3125 |
| TOTAL PARROQUIAS URBANAS | 58.08 | 81140 | 1416 |
| COTOGCHOA | 35.35 | 3937 | 108 |
| RUMIPAMBA | 42.25 | 775 | 18 |
| TOTAL PARROQUIAS RURALES | 77.60 | 4712 | 60 |
| CANTÓN TOTAL | 135.68 | 85852 | 632 |

Elaborado por: Michelle Baldeón A

Fuente: Censo INEC 2010, PD y OT 2011

Se tomó como universo a la Parroquia de Sangolquí, además de ser cabecera cantonal del Cantón Rumiñahui, posee mayor cantidad de habitantes. Habiendo cincuenta y ocho mil doscientos cincuenta y cuatro habitantes (58254) en la Parroquia de Sangolquí se ha determinado tomar como muestra el 1% del total de habitantes, que equivaldría a quinientos ochenta y tres (583) habitantes entre las edades comprendidas de diez y catorce años de edad (10-14) de distinto género y clase social.

- **Resultados de las encuestas.**

La encuesta tuvo el objetivo de extraer información de primera mano a cerca del material que las personas desean para transmitir leyendas, la apreciación sobre la enseñanza de valores culturales dentro del Cantón Rumiñahui y el conocimiento que la gente tiene sobre la importancia de la ilustración en libros.

De los datos desprendidos de las encuestas, se puede concluir que, la mayoría de habitantes del cantón consideran de suma importancia resaltar y fortalecer los valores culturales y el sentido de pertenencia en las personas. Se evidencia que la mayoría de habitantes encuestados concuerdan que existe un problema de identidad y que, atraer la atención y el interés en los habitantes del cantón por sus leyendas, será el primer paso a

la solución del problema existente. Consideran que el medio más adecuado para transmitir las leyendas del cantón es un producto editorial impreso (libro) ya que es el más conocido y accesible para los habitantes del cantón, además de fomentar la lectura en las personas. El porcentaje de personas que consideraron como medio el internet fue casi igual que el libro ilustrado, se tratará de incluir el trabajo final en el portal del Cantón Rumiñahui para que pueda ser visto por todas las personas que lo visiten. La inclusión de ilustraciones en el libro que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui fue de mucho agrado para los habitantes, ya que, lo consideran atractiva y apropiada para llamar la atención del lector. Las personas encuestadas consideran que podrían pagar de 20 a 30 dólares si se tratase de un libro de lujo.

El análisis e interpretación de los resultados se los puede observar en el Anexo 2.

- **Entrevistas y sondeo de opinión.**

Se realizó la entrevista al Director del Turismo del Municipio del Cantón Rumiñahui Sr. Martin Goyes, y al artista sangolquileño Ing. Juan Carlos Andrade.

Una vez que se informó a los entrevistados sobre el presente trabajo, su importancia y características, se obtuvo información sobre las tendencias ideológicas y culturales de cada uno de ellos acerca del tema de investigación.

Los entrevistados creen que preservar y resaltar los valores culturales en las persona es muy importante de igual forma el sentido de pertenencia, por lo que es muy necesario que cada persona conozca su raíces, las tradiciones y costumbres del lugar en el que nació, sus vestuarios, comidas, fiestas, costumbres, comportamientos y más; por lo que es primordial el estudio y enseñanza de las tradiciones de cada pueblo, éstos valores culturales forman parte esencial en la formación de una persona; están de acuerdo que existe un problema de identidad en el cantón por lo que están dispuestos ayudar a las personas que tengan la iniciativa de fomentar los valores culturales y apoyar con toda la información que sea necesaria.

Cada uno de ellos cree que la inclusión de ilustraciones en un libro que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui atraerá la atención del lector, ya que es un recurso que lo hemos conocido desde la infancia, un recurso llamativo y divertido en ocasiones, jamás se deja de apreciar una buena ilustración más aún cuando esta trate temas que ayuden a preservar valores culturales como las leyendas de un sector.

- **Conclusión del Diagnóstico.**

Con los datos obtenidos en el presente trabajo, se puede concluir que el producto editorial impreso ilustrado (libro ilustrado) es idóneo para cumplir con los objetivos planteados anteriormente. El libro ilustrado sobre las leyendas del cantón, estará basado en los entornos geográficos, sociales y culturales del Cantón Rumiñahui. Las leyendas que se ilustrarán pertenecen al libro “Leyendas, Verdades y Anécdotas del cantón Rumiñahui” escrito por el Lic. Elvio F. Hidalgo Viscarra, el cuál, es el trabajo literario más completo sobre las leyendas existentes en el Cantón.

El producto final tendrá tres leyendas ilustradas, entre las cuales están la leyendas más conocida, poco conocida y nada conocida por los habitantes del Cantón Rumiñahui, estos resultados se los obtuvo de las encuestas hechas a los habitantes del cantón quienes ayudaron a proporcionar esta información.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

- **Título de la propuesta**

Libro ilustrado sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui.

- **Justificación de la propuesta**

El propósito de la elaboración de un material editorial impreso ilustrado (libro ilustrado) es ayudar a solucionar el problema de identidad existente en el Cantón Rumiñahui y de esta forma fortalecer los valores culturales en los habitantes del sector. En base a las investigaciones hechas anteriormente se determinó que la ilustración es una herramienta que además de proporcionar estética al libro, anima, complementa y atrae la atención del lector. Este libro está dirigido a adolescentes de diez a catorce años de edad (10-14) y a todas las personas que deseen conocer un poco más sobre las leyendas de un pueblo maravilloso que desea mantener viva su historia. Además de la ilustración se usarán herramientas de diseño gráfico y diseño editorial para la elaboración del producto.

- **Objetivos de la propuesta**

Objetivo General

Elaboración de un producto editorial impreso ilustrado que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui y atraiga la atención y el interés de los habitantes del cantón.

Objetivos Específicos

- Recopilar información teórica sobre diseño gráfico, diseño editorial e ilustración que faciliten la fundamentación del producto.
- Determinar las técnicas de ilustración más idóneas para la elaboración del producto.
- Elaboración de ilustraciones de las leyendas seleccionadas y maquetación del producto con la ayuda de software especializado en diseño editorial.

- **Memoria Descriptiva del producto.**

Grupo Objetivo

El grupo objetivo al que está dirigido este producto son a adolescentes (hombre y mujeres) de entre diez y catorce años de edad.

Este producto, además del grupo objetivo, puede ser apreciado por todas las personas que deseen conocer un poco más de su cantón.

Tamaño

Tamaño cuadrangular de 19cm, da equilibrio estabilidad y seguridad. Todas las páginas caben en tres pliegos de papel de 100cm x70cm para su impresión a full color.

Papel

Papel blanco Sahara de 90 gr impreso a full color. Para la portada y contraportada se utilizó vinilo adhesivo.

Páginas

El libro posee 54 páginas, 43 páginas impresas en papel blanco Sahara de 90gr a full color, 3 páginas impresas en papel vegetal pergamino de 145gr.

Tipografía

Se utilizó tipografía Georgia de 12pt para el texto del libro, ya que permite la facilidad de lectura y es adecuada para trabajos impresos.

“Georgia es una tipografía con serifas diseñada en 1993 por Matthew Carter para Microsoft Corporation” (<http://es.letrag.com/tipografia.php?id=61>)

En los textos de las leyendas se resaltó la idea principal utilizando la misma familia tipográfica. Para los títulos se utilizó Berlin Sans FB Demi de 26pt, ya que es una tipografía sólida y legible.

- **Definición del estilo de ilustración.**

Se realizará los dibujos a lápiz para posteriormente definir los bordes con rapidógrafo, los dibujos son planos con líneas continuas, se escanearan los dibujos a modo de color RGB y con una resolución de 300 píxeles/pulgada. Para dar color, luz y

sombra se utilizará el programa Photoshop. Existe equilibrio entre colores cálidos y fríos en las ilustraciones del libro. El fondo de las páginas internas a excepción de la página de cortesía, portadilla y la página ilustrada, se encuentra con degradado (anaranjado) con efecto granulado y trazos de pastel con textura de color blanco el cual no quita protagonismo al contenido del libro, además de ser colores armónicos en el círculo cromático; estos efectos se los realizó en el programa Adobe Ilustrador. Cuadros de textos distorsionados (efecto emborronado), con relieve en tonos café oscuro para dar mayor realce al texto (Georgia, 12pt, blanco), su ubicación depende de la posición en la que se encuentren las ilustraciones, cada cuadro de texto posee márgenes de 0,4 cm a cada lado,

Se ha pintado más allá de los bordes del dibujo con el propósito de crear un nuevo estilo de ilustración el cual defina y caracterice el trabajo a realizar y a la persona que lo realizó, este estilo se utilizarán en todas las leyendas del libro; además, se utilizarán escenarios del cantón y se mantendrá una línea gráfica acorde a la época donde se desarrolla la historia.

Al final de cada leyenda se realizará una moraleja o enseñanza presentada por el narrador del libro (Rumiñahui), para dar valor agregado al producto final.

Las pestañas que dividen cada capítulo poseen el mismo estilo de los cuadros de texto, las pestañas poseen dos tonos diferentes de café para diferencias un capítulo de otro, estos tonos están intercalados. La tipografía de los capítulos es Berlin Sans FB Demi, 26pt, de color blanco y con efecto de sombra.

- **Memoria Técnica del producto.**

Libro ilustrado sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui de 48 páginas impresas a full color en ambos lados; tamaño cuadrangular de 19 cm, cada página posee un margen de 1,5 a cada lado excepto en el interior de cada página que posee 2cm; se encuentra impreso en papel blanco Sahara de 90 gr a full color. Posee tres hojas impresas en papel vegetal pergamino de 145gr que cubre la portada de cada leyenda. El libro posee pestañas troqueladas que señalan y separan los diferentes temas a tratar. Posee una pasta cuadrangular de 19.5 cm, de cartón duro de 200 gr y forrada con vinil adhesivo impreso. Posee una sobrecubierta de cuero repujado que da un toque de elegancia y distinción, además de un embalaje cuadrangular giratorio de madera mdf de 5mm de color azul y café, el cual protegerá al producto.

- Diagramación de las páginas internas del libro.

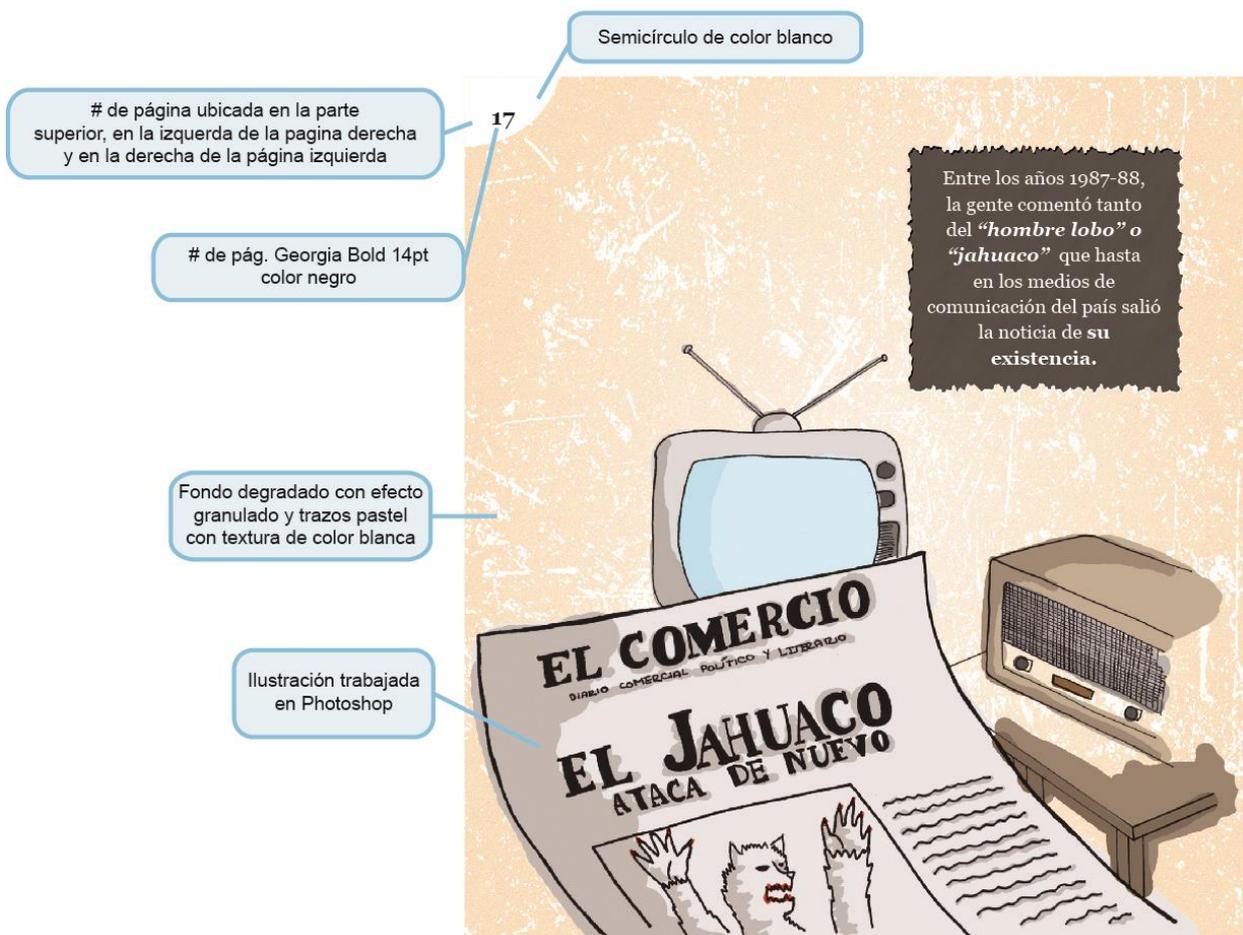


Gráfico N°21: Diagramación Pág. Inter. 1.

Realizado por: Michelle Baldeón A.



Entre los años 1987-88,
la gente comentó tanto
del ***“hombre lobo”*** o
“jahuaco” que hasta
en los medios de
comunicación del país salió
la noticia de su
existencia.

Texto Georgia 12pt regular.
Se usó bold italic para resaltar la
idea principal de cada párrafo.

Textos justificados al centro

Cuadro de texto distorsionado
(efecto emborronar) y con relieve.
Su ubicación depende de la
posición de las ilustraciones.

Gráfico N°22: Diagramación Pág. Inter. 2.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

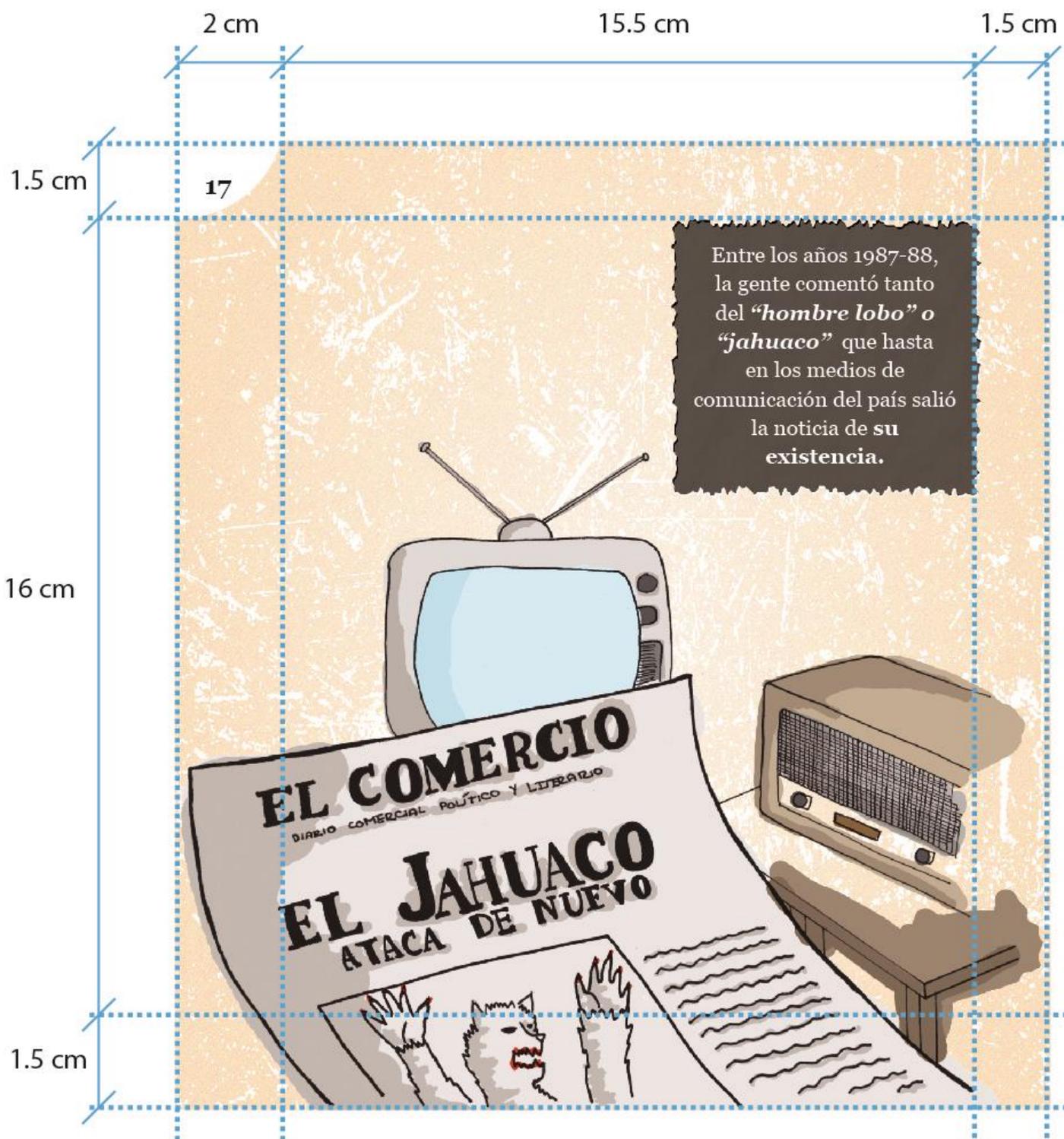


Gráfico N°23: Diagramación Pág. Inter. 3.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

- **Sobre el Libro**

El libro “Leyendas, Verdades y Anécdotas del Cantón Rumiñahui”, fue escrito por el Lcdo. Elvio F. Hidalgo Viscarra. La recolección de la información que se encuentra en el libro, se obtuvo gracias a la ayuda del equipo de investigación formado por los alumnos del Sexto Curso “E” del Colegio Juan de Salinas ubicado en la parroquia de Sangolquí.

A pesar de haber muchas leyendas en el Cantón, éste libro recoge una gran cantidad de ellas, lo que lo convierte en el principal instrumento con el cual éste proyecto se basará.

- **Leyendas originales**

El “Hombre Lobo”.

Entre los años 1987-88, los moradores del valle empezaron a comentar tanto del “hombre lobo” o “jahuaco”, que hasta en los medios de comunicación del país salió la noticia de su existencia.

La gente del valle empezó a sentir temor de salir de su casa por las noches, especialmente en las de luna llena. El aullido del Lobo se oía por algunas partes cuando este hombre se transformaba en dicho animal. Ese era el momento en que salía en busca de alguien para asesinar y alimentarse.

Fue visto en varios lugares, incluso en las orillas del río que cruza el Colegio Juan de Salinas. Se decía que este lobo robaba gallinas, ovejas, cerdos. Los dueños a veces sentían que estaba llevándose, pero por temor, no hacían nada. Comía y lo que no alcanzaba a devorar lo abandonaba.

El temor cundió tanto que duró meses e iba alcanzando a otras zonas del valle.

Un grupo de valientes muchachos, como siempre, venciendo el miedo,-dicen que fueron del Colegio Rumiñahui con los del Salinas-, propusieron descubrirlo y enfrentarlo, a como dé lugar, sea de ésta o de la otra vida. Se distribuyeron en brigadas por distintos lugares del valle y de la ciudad, durante varias noches. En una de ellas, cerca de la gasolinera que está en el redondel de la mazorca del maíz, hacia la orilla del río, vieron un bulto que se movía en el suelo. El susto no se hizo esperar, no sabían si correr a sus casas o quedarse. Los segundos fueron largos, pero alguien dijo:¡vamos a ver qué es!, ya que para eso estaban.

Disputando cada uno el último lugar, empezaron avanzar cautelosamente hasta cuando sus linternas alumbraron bien y distinguieron que era un hombre tendido en el suelo.

Un poco más tranquilos, empezó el reconocimiento para saber de quién se trataba; en verdad era extraño, su cara estaba llena de barbas largas, y ojos pequeños.

El hombre asustado, creyendo que le iban a disparar, empezó a pedir que no le hagan daño, -¡Por Dios, no me maten!-

Al verlo todo lleno de pelos como lobo y estando el cuartel de policía tan cerca, se pusieron a decidir, si dispararle con balas de plata o llevarle a la policía. Al final, primó esta última decisión.

El hombre en la policía empezó a aullar todas sus fechorías, contó que se disfrazaba para hacer asustar a la gente, a veces cuando se desmayaban de miedo les robaba lo que traían en los bolsillos; otras veces, entraba a las casas y cuando los perros lo sentían, se lanzaba como lobo mismo sobre ellos y éstos salían corriendo asustados, mientras los dueños rezaban en voz alta y dejaban que se lleve las ganillas, etc.

Cada vez se iba apropiando del papel de hombre lobo y se divertía al salir en televisión, en periódicos y de oír los comentarios que sobre él tejían.

Lo único que pidió fue que guardaran el secreto, como así sucedió. Guardó prisión por poco tiempo ya que nadie le acusó.

Sangolquí y el valle entero volvieron a la normalidad sin saber qué pasó con el hombre lobo y lo único que quedó como siempre fueron los muchachos que no dejan disfrutar por mucho tiempo de estos hechos fantásticos.

El novio del Vínculo.

Como en todas partes y épocas no faltan las chicas vanidosas, pretensiosas que quieren por esposo un príncipe azul, amarillo, millonario, de alto linaje, etc.

Así era María, su futuro esposo tenía que ser como ella y además rico, acaudalado.

Un perro que siempre estaba en su casa, alzó a verla cuando hablaba mientras se miraba en el espejo.

De pronto llegó el Vínculo una persona extraña y se dirigió a la casa de María. Era un joven apuesto y luego de las primeras presentaciones y las miradas interesadas, empezó a frecuentar las noches la casa de María hasta que la conquistó, porque ella vio en él, justo lo que la interesaba.

Así fue. Los planes de la boda se dieron como ella quería. El novio lo único que pedía era que se realice la boda a las doce de la noche. Los familiares se opusieron rotundamente y la boda se llevó a efecto más temprano. Durante la ceremonia se escuchaba que todos los perros aullaban como si vieran algo del otro mundo. Al terminar ésta, todos fueron a la fiesta y encontrándose los invitados en lo mejor de ella, los novios escaparon a la pieza nupcial.

Ya en el lecho, la novia complaciente empezó a abrazarle, mas sintió que el cuerpo del flamante esposo tenía algo así como pelaje de animal y un olor a perro. Inquieta la novia y sintiendo como si él tuviera rabo de animal, alcanzó con la mano el velador y prendió la luz.

Cuenta la leyenda que, lo que estaba abrazando era un perro y éste empezó a lamer la cara de la novia. El grito no se hizo esperar así como el desmayo de la muchacha. Los familiares asustados, subieron a ver lo que ocurría. Al no contestar a las preguntas que le hacían desde afuera, decidieron romper la puerta. El perro en ese instante saltó por la ventana. Todos le vieron. La novia estaba desmayada en la cama y con la mirada como si estuviera viendo visiones, "ida", lejana...

El novio no apareció. Todos se dieron cuenta que algo malo pasó.

Luego de estas impresiones negativas, María volvió a ser una chica virtuosa, normal y nunca más tuvieron un perro en la casa.

El perro con el ojo de diamante de santa Bárbara.

José se encontraba muy concentrado una noche leyendo el futuro en las cartas del tarot. Unos minutos antes de las cuatro de la madrugada, de esas mañana en las que coinciden la llovizna, la obscuridad y una luz mortecina, surgió de pronto un aterrador ladrido parecía un ladrido, un aullido, un chillido, algo que de pronto hizo que los demás perros del barrio se pudieran a aullar, de tal forma que todos los que escucharon tenían el cuerpo como "piel de gallina".

Sin embargo, mientras esto estaba pasando a las demás personas, a José, que conocía los secretos de lo sobrenatural no le pareció muy extraño; dejó por un momento la sesión de las cartas y salió a la azotea de la casa para ver lo que sonaba. De repente, como por arte de magia, se asomó "Carbunco", un perro muy grande y tan negro como la noche.

Carbunco se veía diferente, todo él estaba rodeado de un resplandor que salía de una piedra que se hallaba ubicada en la frente, como si fuera un tercer ojo. De inmediato, José reconoció que era un diamante que le estaba ofreciendo.

Asimismo recordó, que para poseer ese diamante debía cambiarlo con su alma, pues así lo habían dicho las cartas. Entonces, surgió el dilema: regresar corriendo y pedir a Dios o entregar el alma y hacerse millonario.

La codicia como siempre pudo más. Pero una nueva idea se le vino a la mente: sin entregarle el alma, solamente peleándole podía quitarle el diamante y también sería rico.

Como un rayo, se lanzó sobre el perro y el perro se lanzó sobre él. José u carbunco eran una sola masa. Dientes y manos trataban de obtener lo que querían, revolcándose en el piso, uno y otro sobre su contenedor, convertidos en ambición, el uno por el diamante y el otro por el alma.

Parecía que la lucha ya terminaba cuando el perro tenía agarrado por el cuello al hombre. De pronto, las campanas de la torre de la iglesia habían sonar el primer repique llamando a misa y, Carbunco desapareció como por encanto.

Los familiares, al darse cuenta que algo extraño sucedía en la terraza, salieron a ver. Hallaron a José, sangrando y moribundo. Le rodearon de objetos benditos y curaron sus heridas.

Después de varias semanas fue a la iglesia y se convirtió en un gran devoto de Dios.

- **Adaptación de texto**

El “Hombre Lobo”.

Entre los años 1987-88, la gente comentó tanto del “hombre lobo” o “jahuaco”, que hasta en los medios de comunicación del país salió la noticia de su existencia.

La gente sentía temor de salir de su casa por las noches, especialmente en las de luna llena ya que en estas, era cuando se transformaba en este tenebroso animal y salía en busca de alimento.

Fue visto en varios lugares. Se decía que este lobo robaba gallinas, ovejas y cerdos. Los dueños a veces sentían que estaba llevándose los, pero por temor, no hacían nada. El temor cundió tanto que duró varios meses, hasta que un grupo de valientes muchachos, como siempre, venciendo su propio miedo, propusieron descubrirlo y enfrentarlo a como dé lugar, sea de ésta o de la otra vida. Se distribuyeron en brigadas por distintos lugares del valle y de la ciudad, durante varias noches. En una de ellas,

cerca al redondel donde se encuentra el monumento al maíz, hacia la orilla del río, vieron un bulto que se movía en el suelo.

El susto no se hizo esperar, no sabían si correr a sus casas o quedarse. Los segundos fueron largos, pero al final decidieron ir a investigar.

Disputando cada uno el último lugar, empezaron avanzar cautelosamente hasta cuando sus linternas alumbraron bien y distinguieron que era un hombre tendido en el suelo.

Un poco más tranquilos, empezó el reconocimiento para saber de quién se trataba; en verdad era extraño, su cara estaba llena de barbas largas, y ojos pequeños.

El hombre asustado, creyendo que le iban a disparar, suplico a los muchachos que no le hicieran daño.

Al verlo como lobo y estando el cuartel de policía tan cercano sabían si dispararle con balas de plata o llevarle a la policía. Al final, primó esta última decisión.

El hombre en la policía empezó a aullar todas sus fechorías, contó que se disfrazaba para hacer asustar a la gente, a veces cuando se desmayaban de miedo les robaba lo que traían en los bolsillos. Cada vez se iba apropiando del papel de hombre lobo y se divertía al oír los comentarios que sobre él tejían.

Lo único que pidió fue que guardaran su secreto, como así sucedió. Guardó prisión por poco tiempo ya que nadie le acusó.

Sangolquí y el valle entero volvieron a la normalidad sin saber qué pasó con el hombre lobo.

El novio del Vínculo.

Como en todas partes y épocas no faltan las chicas vanidosas y pretensiosas que quieren por esposo un príncipe azul, millonario, de alto linaje, etc. Así era María, su futuro esposo tenía rico, guapo y acaudalado.

Un perro que siempre estaba en su casa, alzó a verla cuando hablaba mientras se miraba en el espejo. De pronto llegó al Vínculo una persona extraña y se dirigió a la casa de María.

Era un joven apuesto y luego de las primeras presentaciones y las miradas interesadas, empezó a frecuentar en las noches la casa de María hasta que la conquistó, porque ella vio en él, justo lo que la interesaba.

Así fue. Los planes de la boda se dieron como ella quería. El novio lo único que pedía era que se realice la boda a las doce de la noche, pero los familiares se pusieron

rotundamente y la boda se llevó a efecto más temprano. Durante la ceremonia se escuchaba que todos los perros aullaban como si vieran algo del otro mundo.

Al terminar la ceremonia, todos fueron a la fiesta y encontrándose los invitados en lo mejor de ella, los novios escaparon a la pieza nupcial.

Ya en el lecho, la novia complaciente empezó a abrazarle, mas sintió que el cuerpo del flamante novio estaba cubierto de pelaje de animal y tenía un olor a perro. Inquieta la novia, alcanzó con la mano el velador y prendió la luz.

Cuenta la leyenda que, lo que estaba abrazando era un perro y éste empezó a lamer la cara de la novia. El grito no se hizo esperar así como el desmayo de la muchacha. Los familiares asustados, subieron a ver lo que ocurría y entraron a la habitación y vieron como un perro saltó por la ventana, dejando a la novia tendida en la cama con la mirada como si estuviera viendo visiones.

El novio no apareció más. Todos se dieron cuenta que algo malo pasó. Luego de estas impresiones negativas, María volvió a ser una chica virtuosa, humilde y nunca más tuvieron un perro en la casa.

El perro con el ojo de diamante de santa Bárbara.

José se encontraba muy concentrado una noche leyendo el futuro en las cartas del tarot. Unos minutos antes de las cuatro de la madrugada. Era una noche muy oscura y con llovizna. De pronto un aterrador ladrido, hizo que los demás perros del barrio se pusieran a aullar, de tal forma que todos los que escucharon tenían el cuerpo como “piel de gallina”.

José, que conocía los secretos de lo sobrenatural no le pareció extraño; dejó por un momento la sesión de las cartas y salió a la terraza de la casa para ver lo que sonaba. De repente, como por arte de magia, se asomó “Carbunco”, un perro muy grande y tan negro como la noche.

Carbunco se veía diferente, todo él estaba rodeado de un resplandor que salía de una piedra que se hallaba ubicada en la frente, como si fuera un tercer ojo. De inmediato, José reconoció que era un diamante que le estaba ofreciendo.

Recordó, que para poseer ese diamante debía cambiarlo con su alma, pues así lo habían dicho las cartas.

La codicia pudo más y se lanzó sobre el perro y el perro se lanzó sobre él. José y Carbunco eran una sola masa. Dientes y manos trataban de obtener lo que querían,

revolcándose en el piso, uno y otro sobre su contenedor, convertidos en ambición, el uno por el diamante y el otro por el alma.

Parecía que la lucha ya terminaba cuando el perro tenía agarrado por el cuello al hombre. De pronto, las campanas de la torre de la iglesia hacían sonar el primer repique llamando a misa y, Carunco desapareció como por encanto.

Los familiares, al darse cuenta que algo extraño sucedía en la terraza, salieron a ver. Hallaron a José, sangrando y moribundo. Le rodearon de objetos benditos y curaron sus heridas. Después de varias semanas fue a la iglesia y se convirtió en un gran devoto de Dios.

- **Sobre el Narrador (Rumiñahui)**

Biografía de Rumiñahui: (Píllaro, 1490 – Quito, 25 de junio 1535) Rumiñahui fue un general quiteño inca, uno de los más hábiles de Huayna Capac, pero luego de su muerte sirvió a su hijo, Atahualpa. Estuvo a cargo de las acciones militares durante la Guerra Civil entre los hermanos Huáscar y Atahualpa, en el bando de Atahualpa. Su nombre significa *cara de piedra* y se ha explicado de diversas maneras, para algunos se debió a un velo que nublaba su vista, el resultado de una herida en batalla o una catarata. Para otros, sin embargo, serían a sus ojos que infundían dureza y un implacable carácter.

Sobre su nacimiento, niñez y adolescencia también se ha especulado. Rumiñahui hermano del emperador Atahualpa, hijo de del Inca Huayna-Cápac y de la princesa de Píllaro Nary Ati, y su verdadero nombre fue Pillahuaso, tomado de su abuelo paterno.

- **Descripción del narrador.**

Rumiñahui es un símbolo de la raza indígena y de la patria ecuatoriana, recordado como un gran luchador, de gran coraje, valentía, total entrega y sacrificio por su patria.

Enrique Garcés, historiador y médico describió a Rumiñahui como un hombre muy alto, con cuerpo atlético, muy inteligente, formidable superación y sumamente leal.

- **Promoción del Producto**

Para iniciar la promoción del producto se debe conocer tres aspectos principales: a quién se va a dirigir (habitantes del Cantón Rumiñahui), beneficio o impacto que se desea lograr (solucionar problema de identidad y fortalecimiento de los valores

culturales en las personas), y el producto a promocionar (Producto impreso ilustrado sobre leyendas del Cantón Rumiñahui). Se establecerá un presupuesto para la promoción del producto que será utilizado en afiches, volantes, roll up's, exhibición en puntos de ventas y verbal, y si se cuenta con el presupuesto suficiente se lo puede llevar a la radio y televisión. El uso del personaje "Rumiñahui" en la publicidad a realizar será primordial ya que se lo ha tomado como el principal vocero para la solución del problema de identidad. Para la distribución del producto se debe definir las diferentes formas de hacer llegar el producto al consumidor, que serían librerías, papelerías o tiendas del Cantón Rumiñahui.

Este producto se lo realizó por amor al Cantón por lo que se pedirá el apoyo de la alcaldía del Cantón Rumiñahui ya que de todos, es el principal beneficiario en la solución de este problema, con su ayuda, se podrá realizar campañas del producto, extendiéndolo a una colección de libros que trate sobre todas las leyendas del Cantón Rumiñahui, hasta se lo podrá extender a más historias del Cantón. Se realizará una presentación del libro en el salón de actos del Municipio del cantón y se lo podrá distribuir en diferentes sedes o extensiones del municipio del cantón.

Ejemplos de Promoción



Gráfico N°24: Afiche N°1.

Realizado por: Michelle Baldeón A.



Leyendas del Cantón Rumiñahui

Conoce y disfruta la variedad de leyendas que el Cantón Rumiñahui tiene para ofrecerte.

Son siete libros coleccionables, cada libro posee tres leyendas ilustradas y una moraleja al final de cada una.

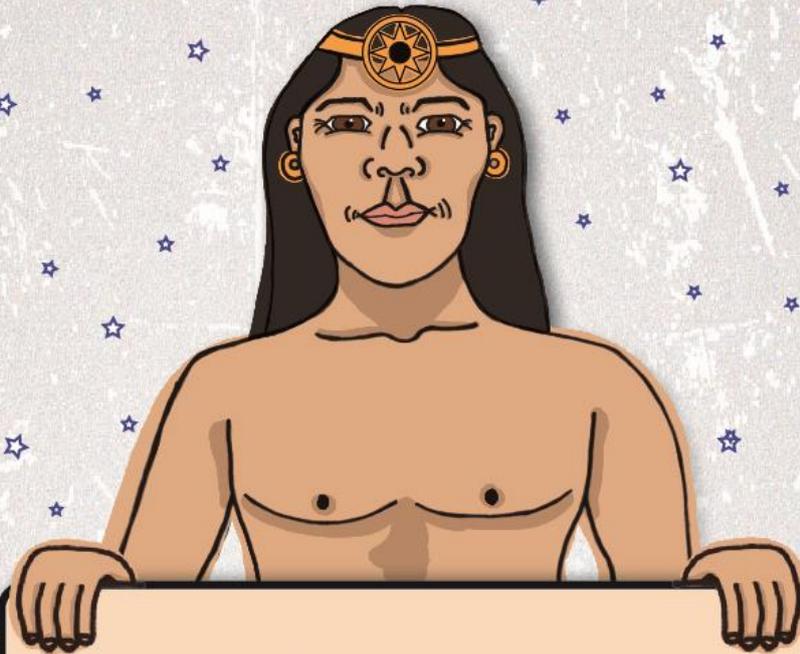
Encuéntralo en:

- Villa "El Carmen"
- Papelería Rumiñahui
- Papelería "Tía Tula"

Gráfico N°25: Afiche N°2.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

Leyendas del Cantón Rumiñahui



Conoce y disfruta la variedad de
leyendas que el Cantón Rumiñahui
tiene para ofrecerte.

Encuentralo en:
- Villa "El Carmen" ★
- Papelería Rumiñahui
- Papelería "Tía Tula" ★

Gráfico N°26: Volante.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

Leyendas del Cantón Rumiñahui

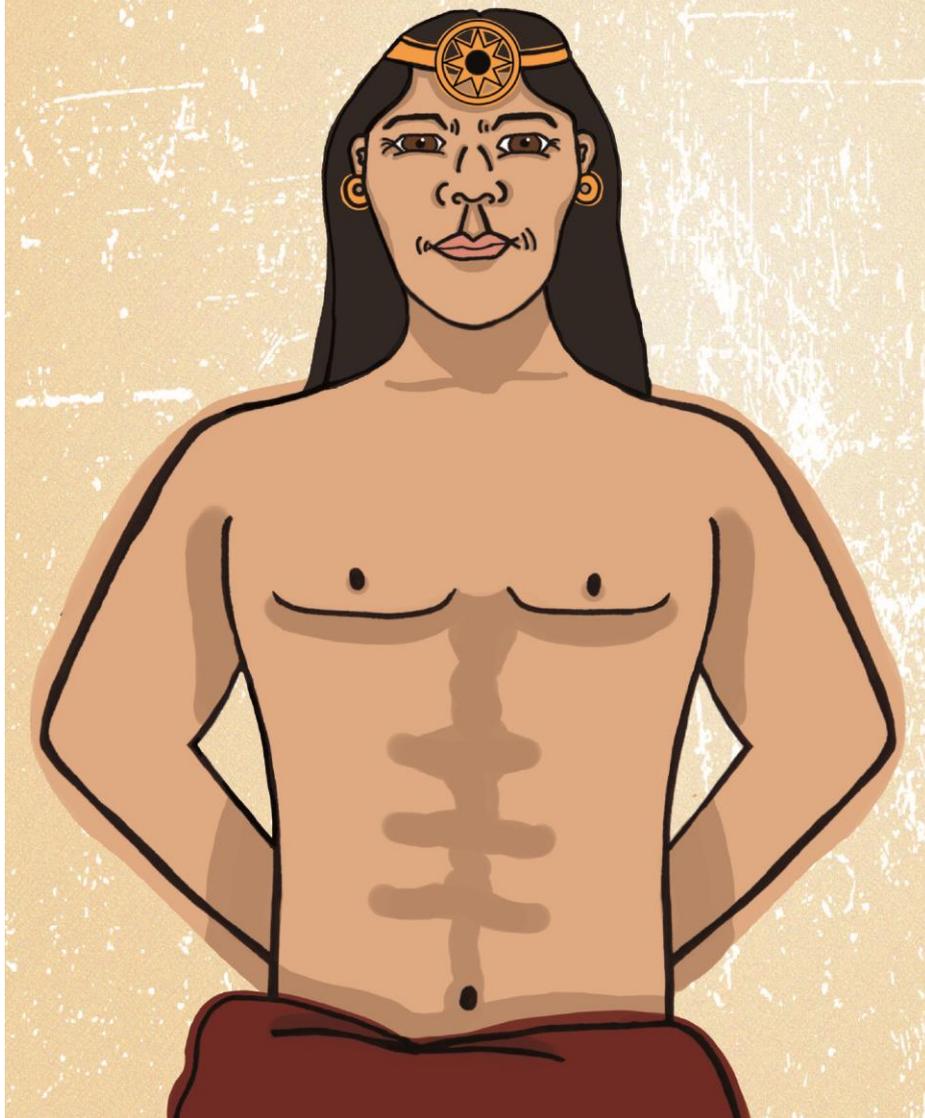


Gráfico N°27: Roll Up's N°1.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

Leyendas del Cantón Rumiñahui



Gráfico N°28: Roll Up's N°2.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

- **Validación del Producto**

Con la ayuda de criterios de expertos en la rama de comunicación y diseño gráfico se concluye que el producto ha cumplido su objetivo principal que es el llamar la atención y el interés de los habitantes del Cantón Rumiñahui por sus leyendas, además de ser tema pertinente ya que el fortalecimiento de los valores culturales es tomado muy en cuenta en este tiempo y bajo el régimen de este gobierno socialista. El producto se lo puede ampliar a una colección de todas las leyendas existentes en el cantón, además de ser aplicable a una versión digital.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- **Conclusiones**

El diseño gráfico es una gran herramienta al momento de solucionar una problemática de un sector, ya que puede generar mensajes con la ayuda de texto e imágenes.

La aplicación de ilustraciones en un libro atrae la atención y el interés de sus lectores, ya que las imágenes, además de complementar un texto adornan y embellecen un producto editorial.

La elaboración de un producto editorial ilustrado que trate sobre las leyendas de un sector, es el medio más asertivo para llamar la atención y el interés en sus habitantes.

- **Recomendaciones**

Explotar más al diseño al momento de solucionar un problema que afecte a una comunidad, aumentando el sentido de responsabilidad social de los profesionales del diseño y personas vinculadas con la comunicación.

Creación de una colección de libros que traten sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui, y campañas publicitarias para el fortalecimiento de los valores culturales en los habitantes del cantón.

Pedir el apoyo del Municipio del Cantón Rumiñahui para la difusión de este producto final, y dar pie a la creación de más productos gráficos que ayuden a la solución de distintas problemáticas que existan en el cantón.

Profundizar la combinación de las técnicas conocidas de ilustración con software de pintura, para la creación de nuevos estilos gráficos.

C. MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA

- ACASO, María. El Lenguaje Visual. Paidós: Barcelona, 2006.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Tipografía. Parramón: Barcelona, 2007.
- ARFUCH, Leonor; CHAVEZ, Norberto; LEDESMA, María. Diseño y comunicación. Paidós: Buenos Aires, 1997.
- BERSFGTROM, Bo. Técnicas esenciales de comunicación visual. Laurence King Publishing Ltd: Londres, 2009.
- DALLEY, Terence. Guía completa de ilustración y diseño técnicas y materiales. Blume: Madrid, 1992.
- DE BUEN UNNA, Jorge. Manual de diseño editorial. Santillana: México, 2003.
- FRASCARA, Jorge. El diseño de comunicación. Ediciones Infinito: Buenos Aires, 2006.
- HERRERA, Carolina; LÓPEZ, Alberto. Introducción al diseño. Vértice: Madrid, 2008.
- HIDALGO, Elvio. Leyendas, Verdades y Anécdotas del Cantón Rumiñahui. Publicaciones "H": Quito, 1992.
- LARA, Celso. Leyendas de misterio, amor y magia. Artemis: S/C, 1994.
- LEWIS, Brian. Introducción a la Ilustración. Trillas: México, 1995.
- MARTÍNEZ, Néstor. Serie profesional del libro y la edición. CERLALC: Bogotá, 1993.
- MARTOS, Eloy. Edición de la Universidad de Castilla: La Mancha, 2007.
- NIÑO, Miguel. Los procesos de la comunicación y del lenguaje. Ecoe ediciones: Bogotá, 1998.
- PATMORE, Chris. Curso completo de Animación. Acanto: Barcelona, 2003.
- PELTA, Raquel. Diseñar hoy. Paidós: Barcelona, 2000.
- PIPES, Alan. Dibujo para diseñadores. Blume: Barcelona, 2007.
- POWEL, Dick; MONAHAN, Patricia. Técnicas avanzadas de rotulador. Blume: Madrid, 1987.
- TWEMLOW, Alice. Editorial Gustavo Gili, SL: Barcelona, 2007.
- ZANÓN, David. Introducción al Diseño Editorial. Vision Net: Madrid, 2007.

ANEXOS

1. Modelo de Encuesta

ENCUESTA

Por favor lea rápidamente todas las preguntas y luego marque su respuesta con una X en el recuadro ...
Gracias por su ayuda.

1) ¿Qué importancia le da usted el preservar y resaltar los valores culturales en las personas?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) Nada importante

2.) ¿Cuán importante cree usted que es el sentido de pertenencia en las personas?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) Nada importante

3) ¿Cree usted que exista un problema de identidad y sentido de pertenencia en los habitantes del Cantón Rumiñahui?

- a) Sí
- b) No

4) ¿Cree usted que la enseñanza de las leyendas del Cantón Rumiñahui fortalecerán los valores culturales y el sentido de pertenencia en los habitantes?

- a) Sí
- b) No

5) ¿Conoce usted las leyendas del Cantón Rumiñahui?

- a) Sí
- b) No

6) ¿Cuál de estas leyendas conoce?

- | | |
|--|--|
| a) El perro con el ojo de diamante de Santa Bárbara <input type="checkbox"/> | l) El concripto de Patichubamba <input type="checkbox"/> |
| b) La viuda de la Montalvo <input type="checkbox"/> | m) El jorobado de San Isidro <input type="checkbox"/> |
| c) El duende del Aguacate <input type="checkbox"/> | n) La virgen de la peña <input type="checkbox"/> |
| d) La caja ronca de Santa Bárbara <input type="checkbox"/> | o) El novio del Vínculo <input type="checkbox"/> |
| e) El monje sin cabeza de San Pedro <input type="checkbox"/> | p) El niño en la piedra de San Pedro de Taboada <input type="checkbox"/> |
| f) La sirena de Fajardo <input type="checkbox"/> | q) El pequeño diablo <input type="checkbox"/> |
| g) La canilla del muerto de la Gra. Enríquez <input type="checkbox"/> | r) El hombre lobo <input type="checkbox"/> |
| h) Uñaguille del Río San Pedro <input type="checkbox"/> | s) La Procesión de Semana Santa <input type="checkbox"/> |
| i) La iglesia de los Chillos <input type="checkbox"/> | t) La piedra de chillo <input type="checkbox"/> |
| j) La virgen de Santa Rita <input type="checkbox"/> | i) La iglesia de los Chillos <input type="checkbox"/> |
| k) La viuda de Santa Rosa <input type="checkbox"/> | j) El guardian de la bocatomá <input type="checkbox"/> |

7) ¿Con qué imagen identifica al Catón Rumiñahui?

- a) Choclo
- b) Colibrí
- c) Rumiñahui
- d) Otros

por ejemplo:

8. ¿Qué medio cree usted que es el más adecuado para la difusión de las leyendas en el Cantón Rumiñahui?

- a) Libros
- b) Libros Ilustrados
- c) Internet
- d) Videos
- e) Otros

por ejemplo:

9. ¿Qué importancia le da usted a la ilustración en libros?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) Nada importante.

10. ¿Cree usted que la inclusión de ilustraciones en un libro que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui atraerá la atención del lector?

- a) Sí
- b) No

11) ¿Cuánto considera usted que se pueda pagar por un libro ilustrado de buena calidad?

- a) De \$ 10 a \$20
- b) de \$ 20 a \$ 30
- c) Más de \$ 30

2. Análisis e Interpretación de Resultados.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta dirigida a los habitantes de la Parroquia de Sangolquí, edades comprendidas entre 10 a 14 años.

Pregunta 1.

¿Qué importancia le da usted el preservar y resaltar los valores culturales en las personas?

| | | |
|----|------------------|-----|
| a) | Muy importante | 400 |
| b) | Importante | 90 |
| c) | Poco importante | 3 |
| d) | Nada importante. | 0 |

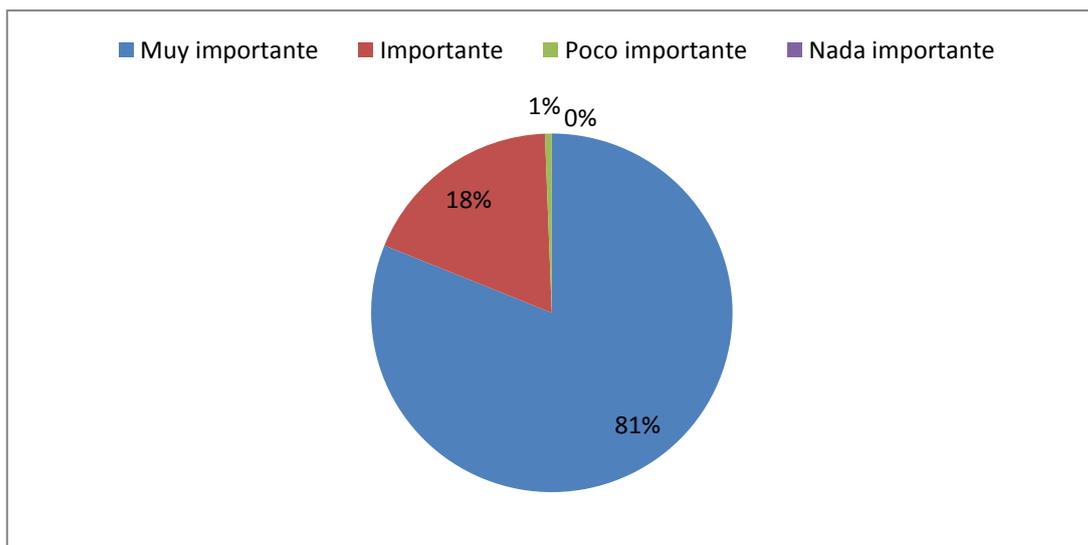


Gráfico N°29: Pregunta 1.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

El 81% de encuestados(as) opinan que preservar y resaltar los valores culturales en las personas es muy importante ya que forman parte de la identidad de las personas.

Pregunta 2.

¿Cuán importante cree usted que es el sentido de pertenencia?

| | | |
|----|------------------|-----|
| a) | Muy importante | 543 |
| b) | Importante | 30 |
| c) | Poco importante | 10 |
| d) | Nada importante. | 0 |

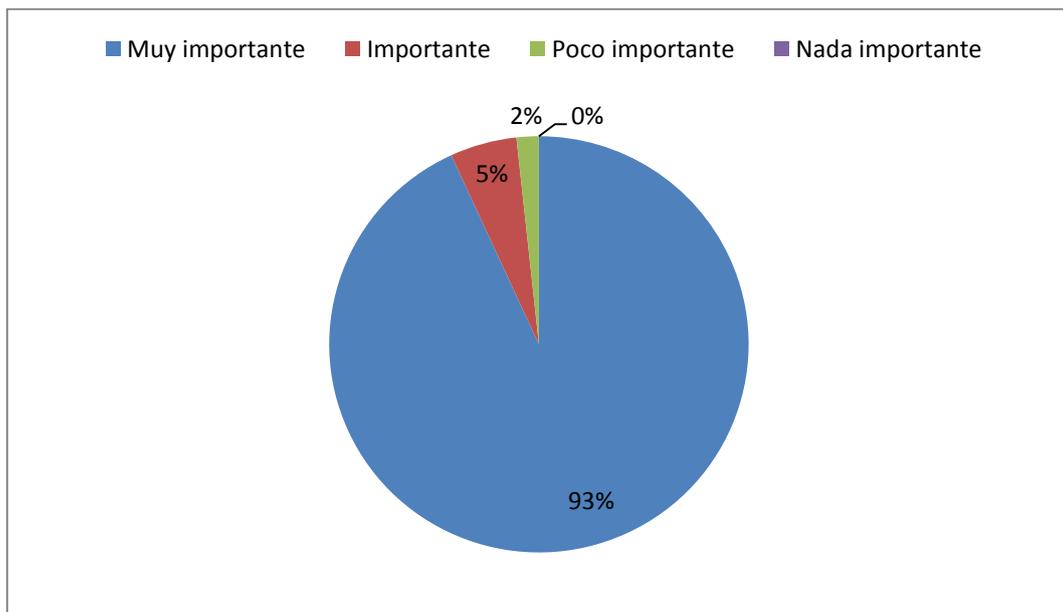


Gráfico N°30: Pregunta 2.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

El 93% de los encuestados consideran que es muy importante el sentido de pertenencia en las personas, ya que, es lo que hace que las personas se sientan bien consigo mismas y los demás, se sientan felices de quienes y de sus raíces.

Pregunta 3.

¿Cree usted que exista un problema de identidad y sentido de pertenencia en los habitantes del Cantón Rumiñahui?

| | | |
|----|----|-----|
| a) | Si | 407 |
| b) | No | 176 |

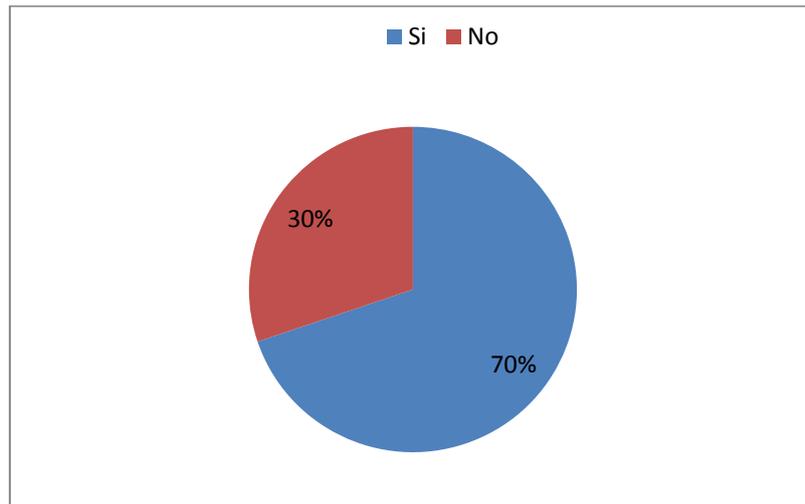


Gráfico N°31: Pregunta 3.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

El 70% de las personas consideran que existe un problema de identidad en los habitantes del Cantón Rumiñahui, ya que se evidencia el desinterés que poseen en conocer o cuidar su cantón, por lo que ha hecho este problema muy evidente.

Pregunta 4.

¿Cree usted que la enseñanza de las leyendas del Cantón Rumiñahui fortalecerá los valores culturales y el sentido de pertenencia en los habitantes?

| | | |
|----|----|-----|
| a) | Si | 350 |
| b) | No | 233 |

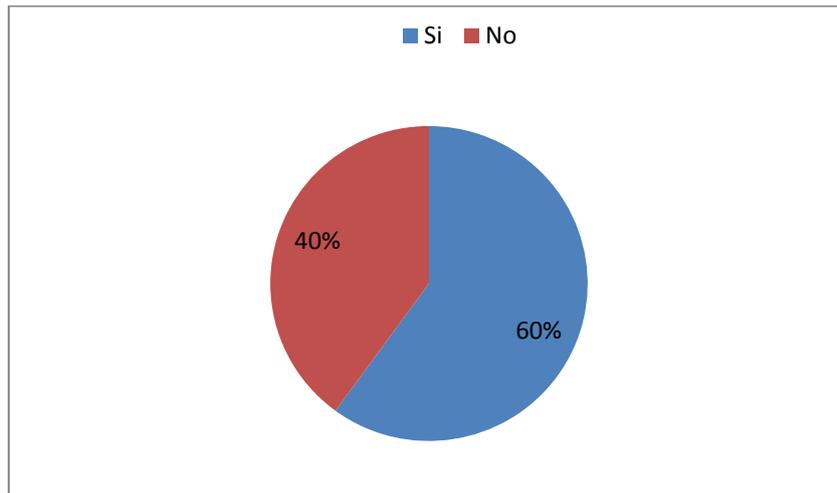


Gráfico N°32: Pregunta 4.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

El 60% de las personas consideran que la enseñanza de las leyendas del Cantón Rumiñahui si fortalecerá los valores culturales y el sentido de pertenencia en sus habitantes, ya que, además de formar parte de los valores culturales, son historias muy interesantes que poseen enseñanzas y anécdotas también.

Pregunta 5.

¿Conoce usted las leyendas del Cantón Rumiñahui?

| | | |
|----|----|-----|
| a) | Si | 180 |
| b) | No | 403 |

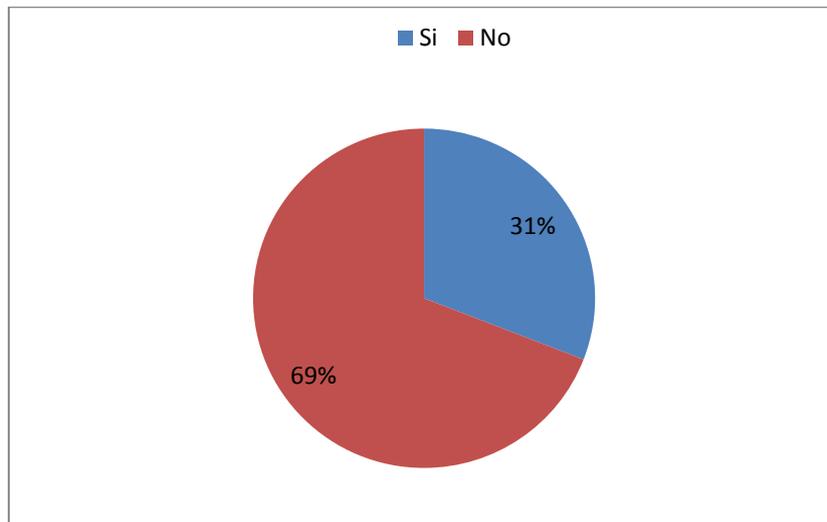


Gráfico N°33: Pregunta 5.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

El 69% de las personas encuestadas no conocen las leyendas del Cantón Rumiñahui, esto se debe al poco interés que poseen los adolescentes en conocer un poco más su cantón; el 31% si las conoce.

Pregunta 6.

¿Cuál de estas leyendas conoce?

a) El perro con el ojo de diamante de Santa Bárbara

50

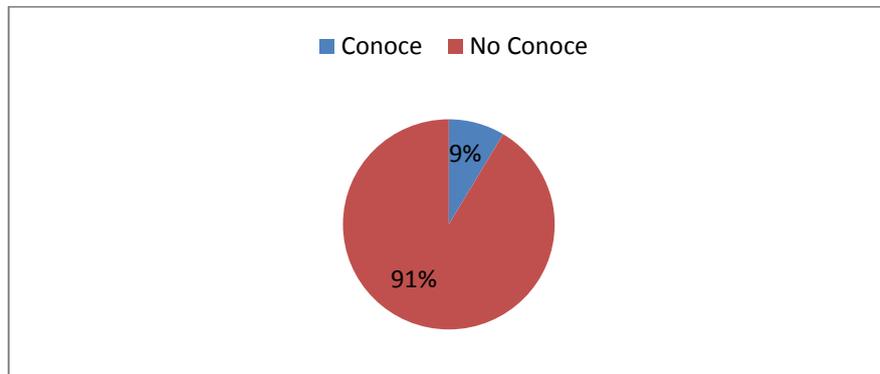


Gráfico N°34: Pregunta 6-a.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

b) La viuda de la Montalvo

154

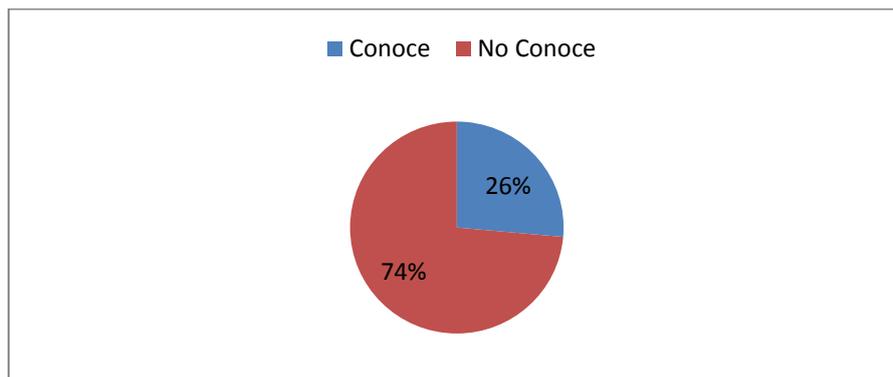


Gráfico N°35: Pregunta 6-b.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

c) El duende del Aguacate

504

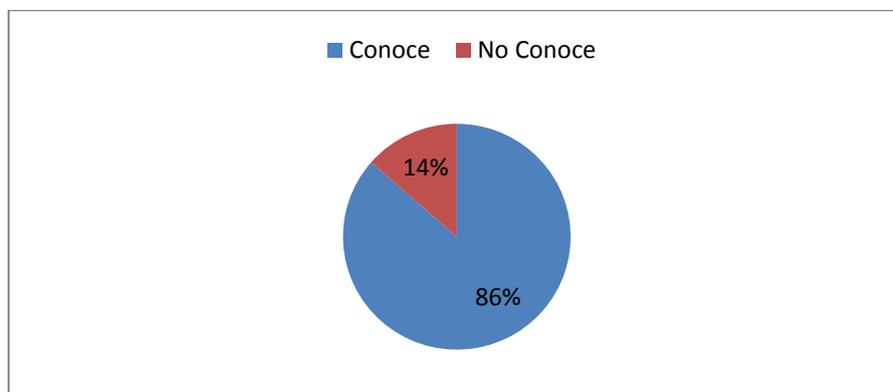


Gráfico N°36: Pregunta 6-c.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

d) La caja ronca de Santa Bárbara

501

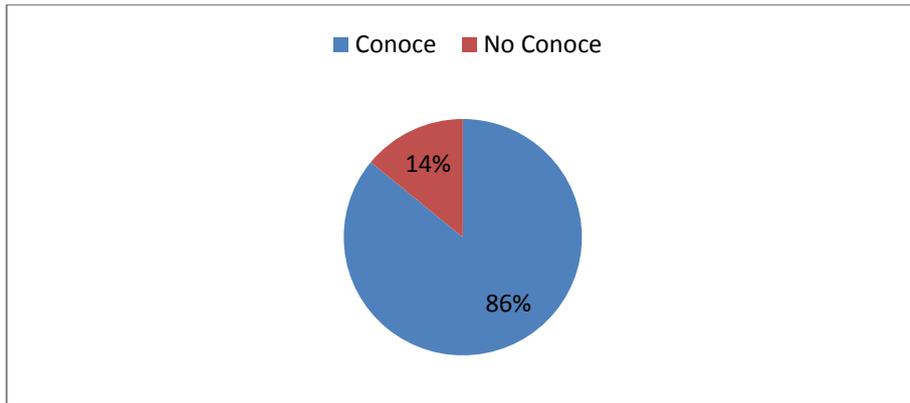


Gráfico N°37: Preguntar 6-d.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

e) El monje sin cabeza de San Pedro

43

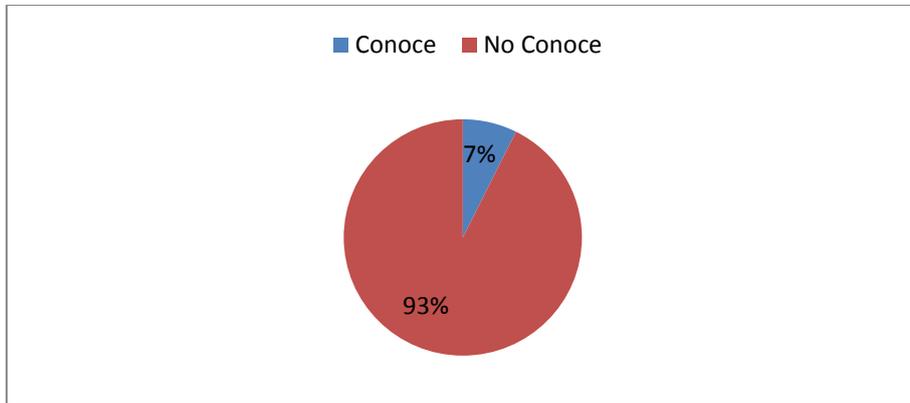


Gráfico N°38: Preguntar 6-e.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

f) La sirena de Fajardo

42

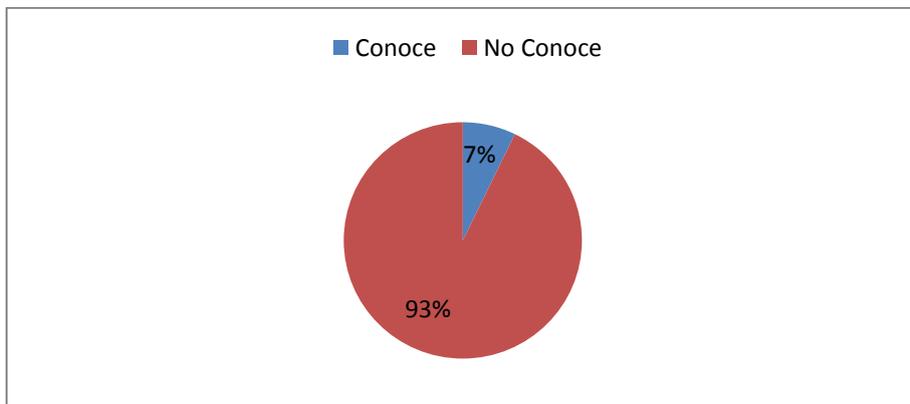


Gráfico N°39: Preguntar 6-f.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

g) La canilla del muerto de la Gral. Enríquez

26

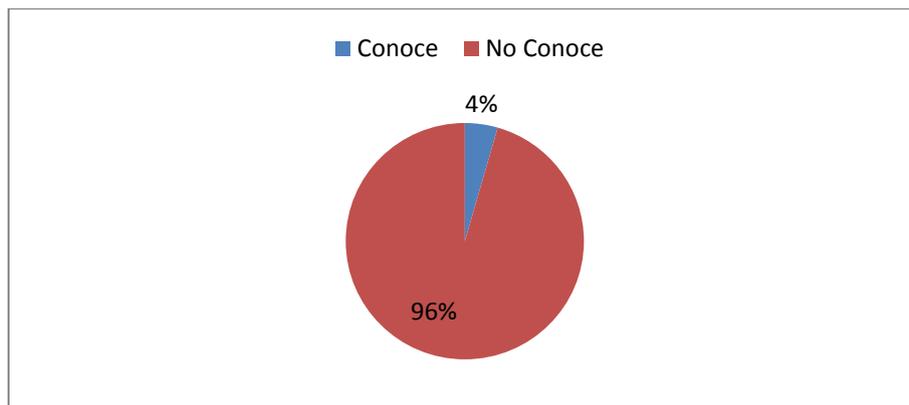


Gráfico N°40: Preguntar 6-g.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

h) Uñaquille del Río San Pedro

66

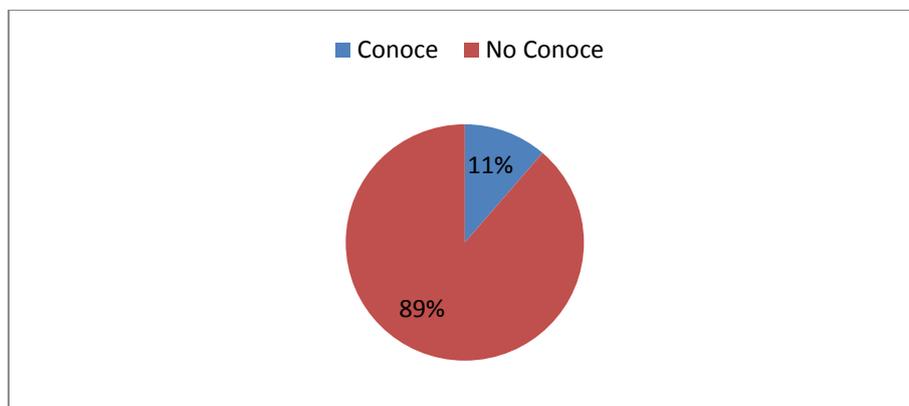


Gráfico N°41: Preguntar 6-h.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

i) La iglesia de los Chillos

20

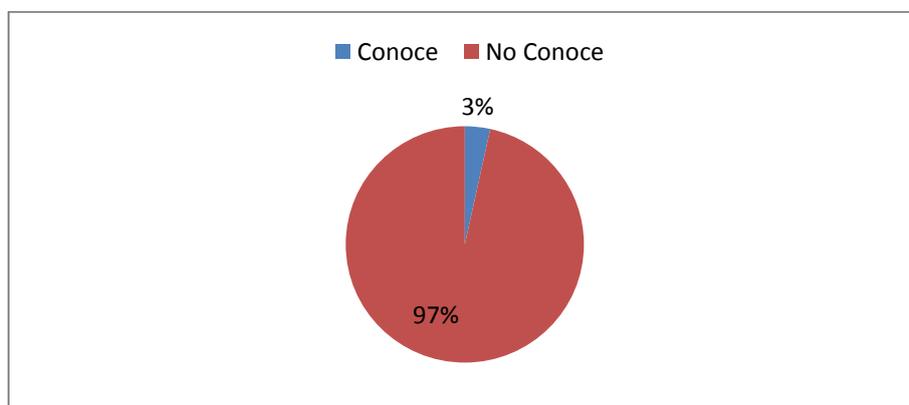


Gráfico N°42: Preguntar 6-i.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

j) La virgen de Santa Rita

31

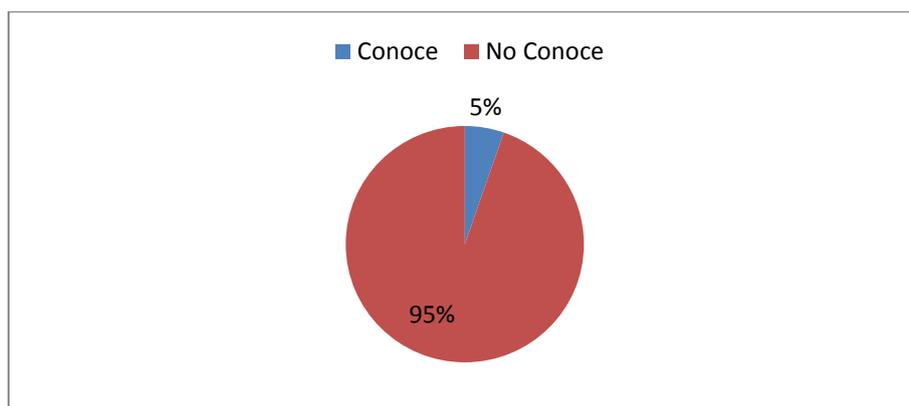


Gráfico N°43: Pregunta 6-j.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

k) La viuda de Santa Rosa

109

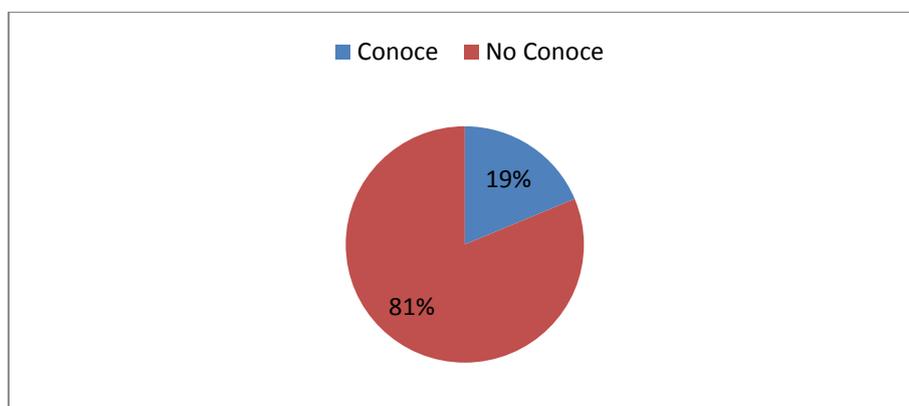


Gráfico N°44: Pregunta 6-k.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

l) El concripto de Patichubamba

6

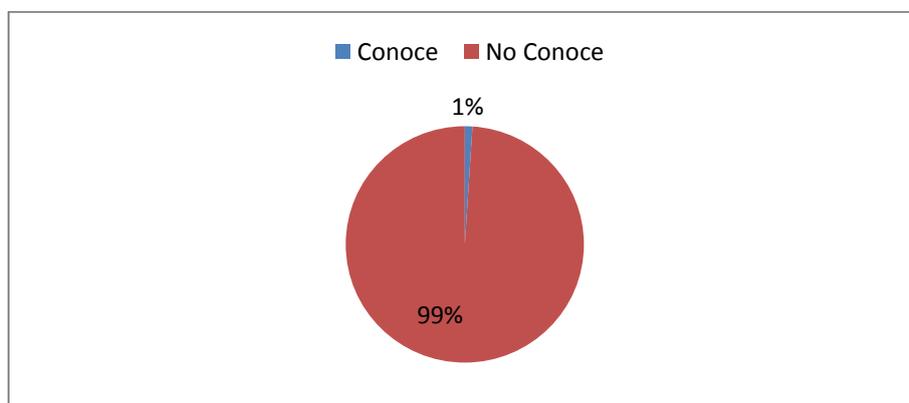


Gráfico N°45: Pregunta 6-l.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

m) El jorobado de San Isidro

18

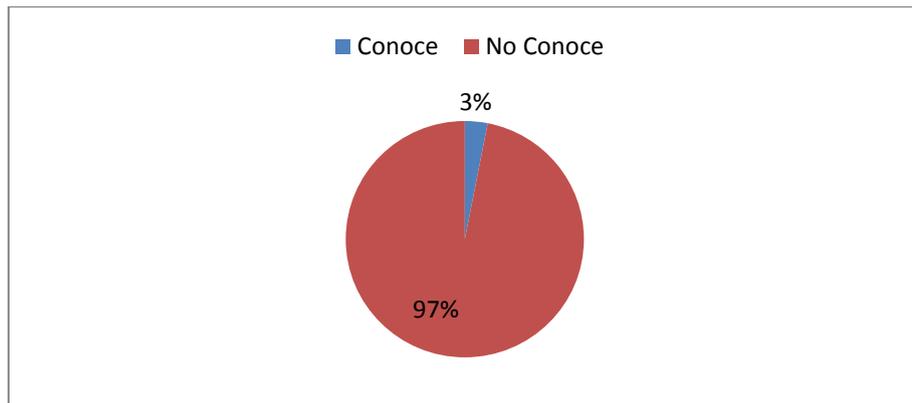


Gráfico N°46: Pregunta 6-m.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

n) La virgen de la peña

482

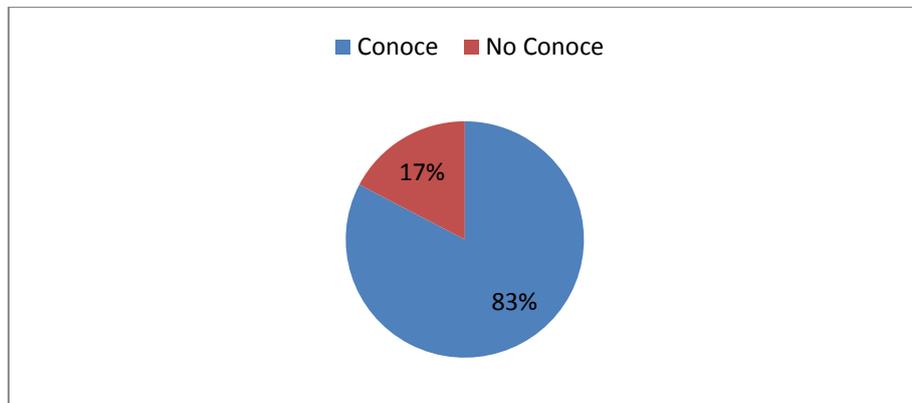


Gráfico N°47: Pregunta 6-n.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

o) El novio del Vínculo

122

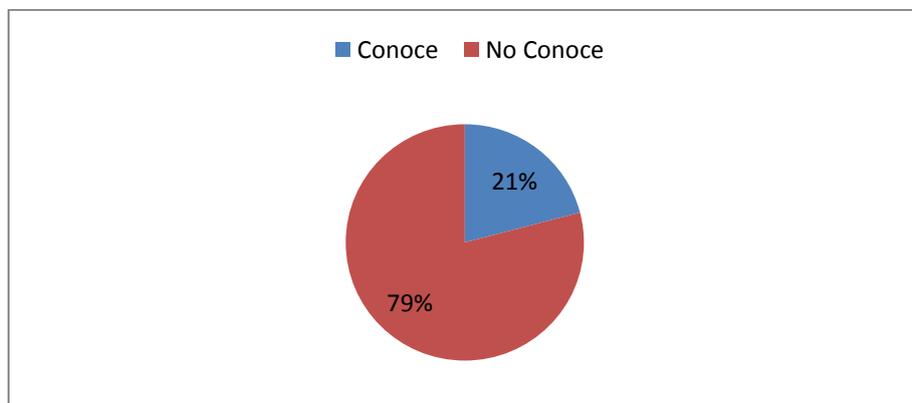


Gráfico N°48: Pregunta 6-o.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

p) El niño en la piedra de San Pedro de Taboada

20

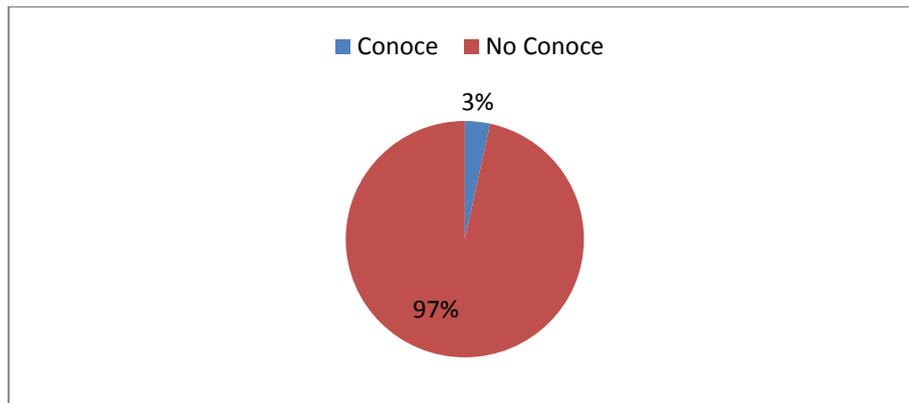


Gráfico N°49: Preguntar 6-p.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

q) El pequeño diablo

11

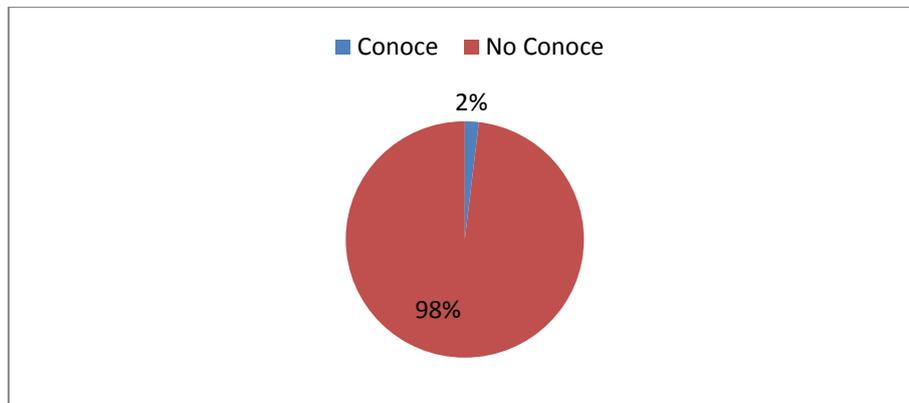


Gráfico N°50: Preguntar 6-q.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

r) El hombre lobo

493

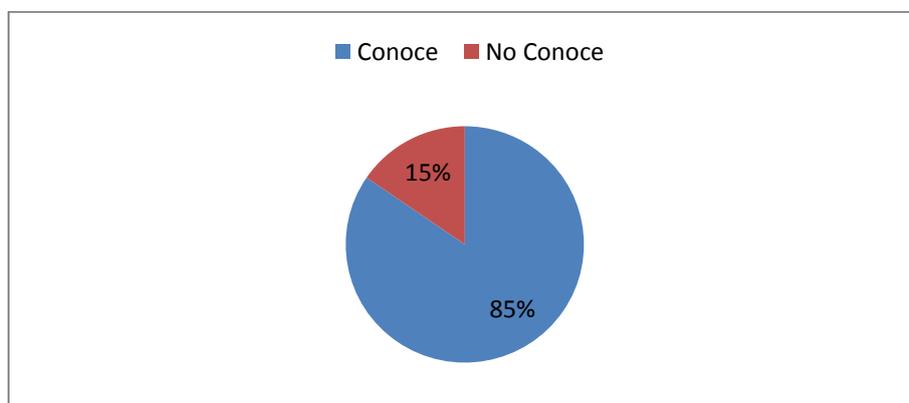


Gráfico N°51: Preguntar 6-r.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

s) La Procesión de Semana Santa

10

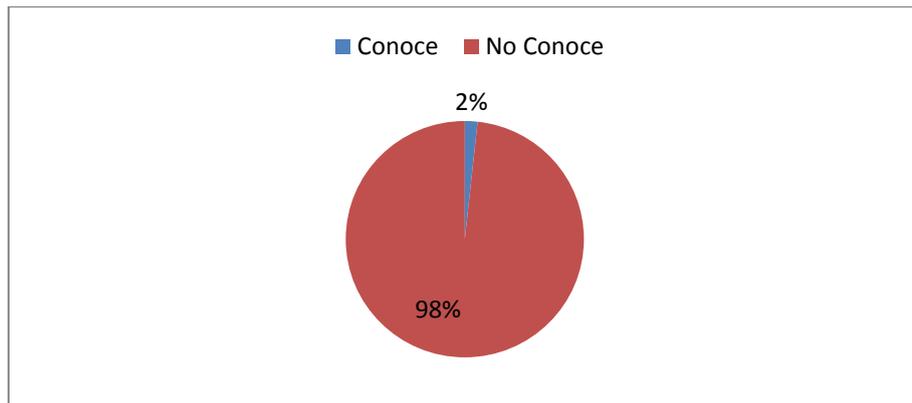


Gráfico N°52: Pregunta 6-s.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

t) La piedra de chillo

7

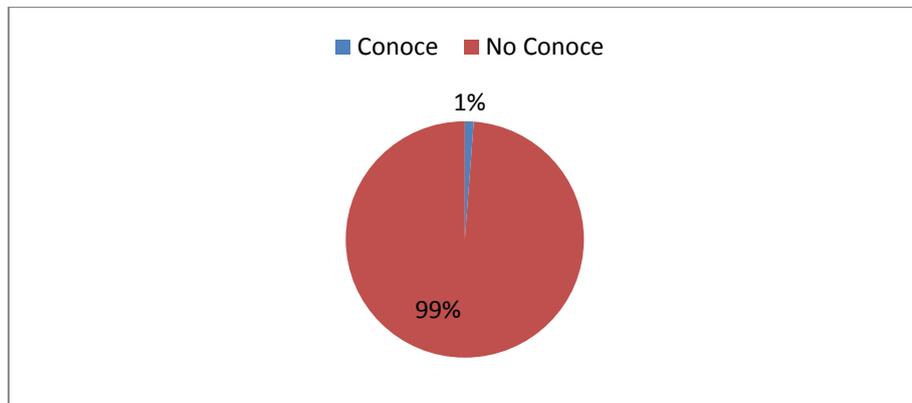


Gráfico N°53: Pregunta 6-t.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

u) El guardián de la bocatoma

13

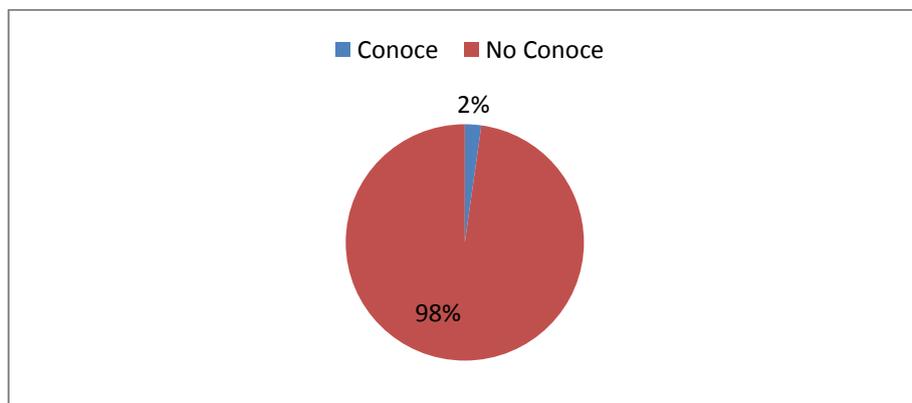


Gráfico N°54: Pregunta 6-u.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

Con los resultados obtenidos se ha determinado que las leyendas: El duende del aguacate, La caja ronca de Santa Bárbara, La virgen de la Peña y El hombre lobo; son las leyendas más conocidas, obteniendo un porcentaje mayor a 80%.

Las leyendas: La viuda de la Montalvo, El novio del Vínculo, La viuda de santa Rosa, son las leyendas poco conocidas obteniendo resultados entre 15% a 30%.

Las leyendas: El perro con el ojo de diamante de Santa Bárbara, El monje sin cabeza de San Pedro, La sirena de Fajardo, La canilla del muerto de la Gral. Enríquez, Uñaguille del Río San Pedro, La iglesia de los Chillos, La virgen de Santa Rita, La viuda de Santa Rosa, El concripto de Patichubamba, El jorobado de San Isidro, El niño en la piedra de San Pedro de Taboada, El pequeño diablo, la procesión de Semana Santa, la piedra de chillo y El guardián de la Bocatoma son las leyendas menos conocidas, obteniendo un porcentaje entre 1% al 11%.

Pregunta 7.

¿Con qué imagen identifica al Cantón Rumiñahui?

| | | |
|----|-----------|-----|
| a) | Choclo | 225 |
| b) | Colibrí | 60 |
| c) | Rumiñahui | 294 |
| d) | Otros | 4 |

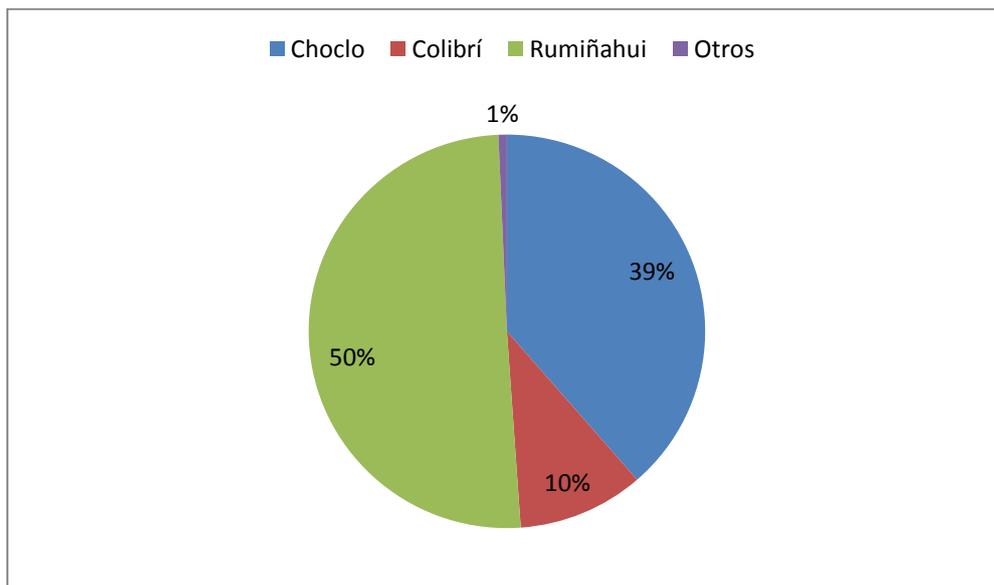


Gráfico N°55: Pregunta 7.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

El 50% de las personas identifica al Cantón Rumiñahui con la imagen de Rumiñahui, ya que, se identifican con el gran general inca, ejemplo de patriotismo y coraje. El 39% con el Choclo, ya que tiempo atrás, Rumiñahui se caracterizaba por su gran producción de maíz. El 10% con el Colibrí y el 1% lo identifica con otras imágenes como el estadio del cantón, centro comercial River Mall, Colegio “Juan de Salinas”.

Pregunta 8.

¿Qué medio cree usted que es el más adecuado para la difusión de las leyendas del Cantón Rumiñahui?

a) Libro 395

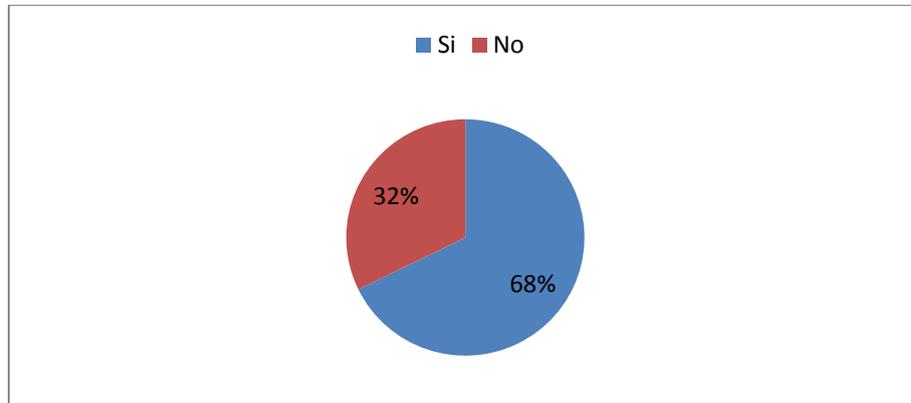


Gráfico N°56: Pregunta 8-a.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

b) Libro Ilustrado 496

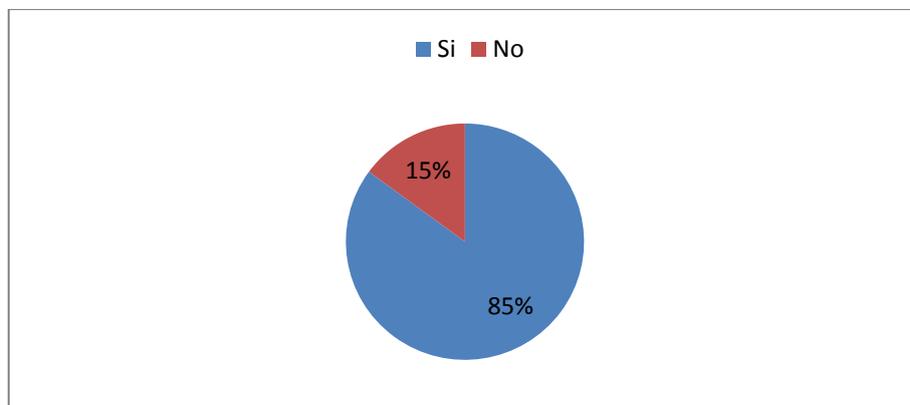


Gráfico N°57: Pregunta 8-b.
Realizado por: Michelle Baldeón A.

c) Internet

481

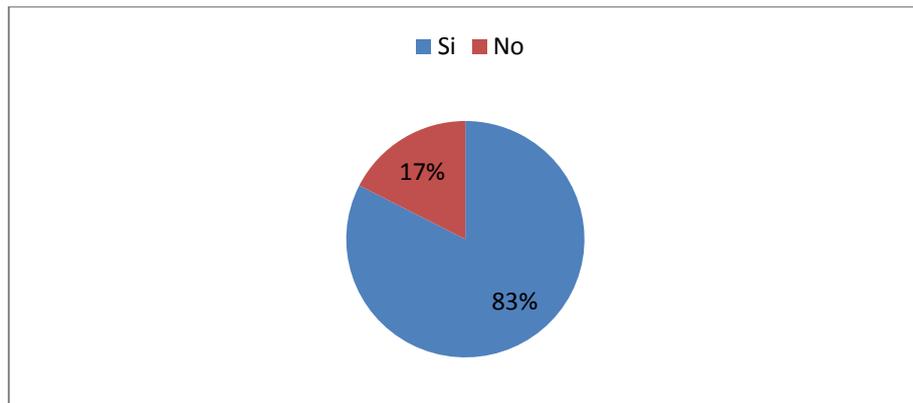


Gráfico N°58: Pregunta 8-c.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

d) Videos

104

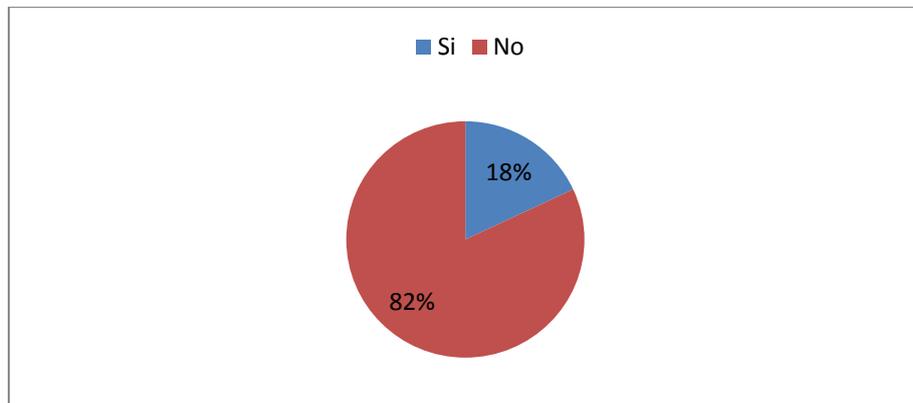


Gráfico N°59: Pregunta 8-d.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

e) Otros

4

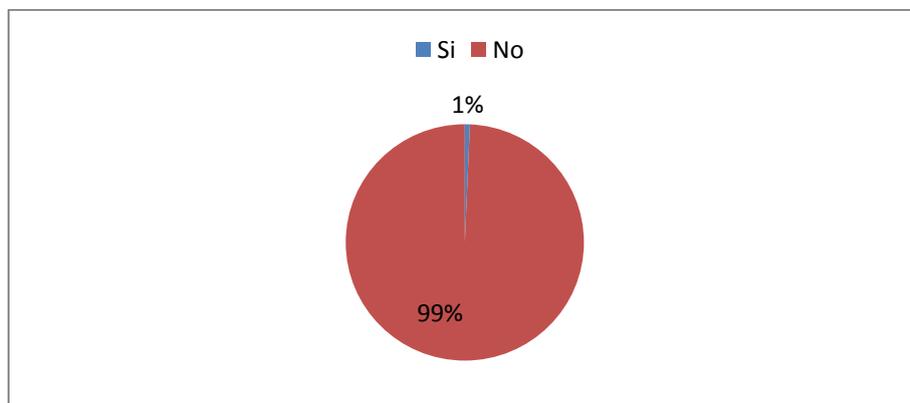


Gráfico N°60: Pregunta 8-e.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

El 85% del total de las personas encuestadas consideran que el medio más adecuado para la enseñanza de las leyendas del Cantón Rumiñahui son los libros ilustrados, además de fomentar la lectura en las personas es un medio llamativo a la vista. El 83% del total de las personas encuestadas, también opinan que se puede utilizar el internet, el 68% del total de las personas encuestadas consideran el uso de un libro sin ilustraciones, el 18% del total de las personas encuestadas creen que los videos es una buena forma para transmitir las leyendas y el 1% del total de las personas encuestadas consideran otros medio como dramatizaciones y casas abiertas.

Pregunta 9.

¿Qué importancia le da usted a la ilustración en libros?

| | | |
|----|------------------|-----|
| a) | Muy importante | 389 |
| b) | Importante | 173 |
| c) | Poco importante | 21 |
| d) | Nada importante. | 0 |

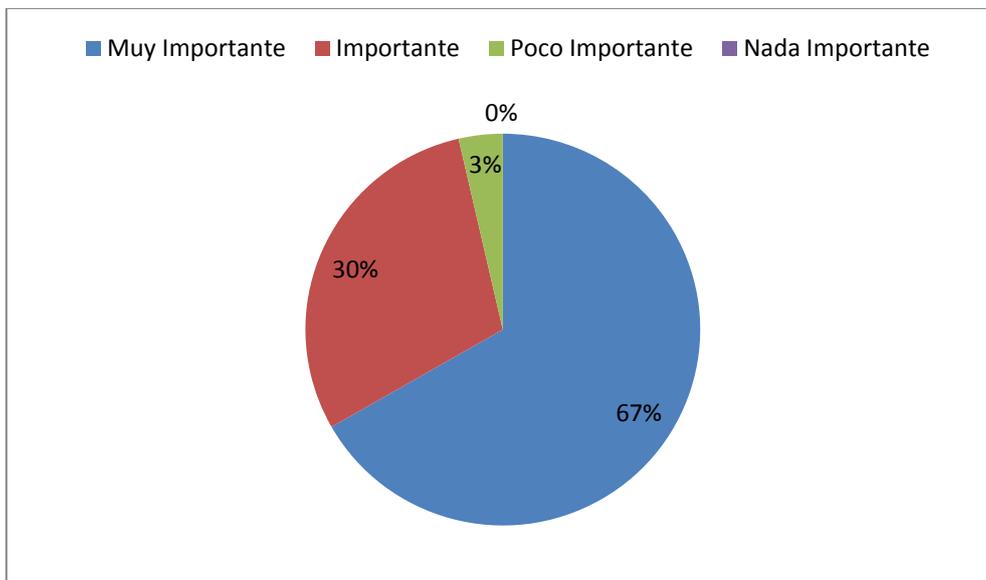


Gráfico N°61: Pregunta 9.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

El 67% de las personas encuestadas opinan que la ilustración en libros es muy importante además de llamativa a la vista, el 30% lo considera importante y el 3% poco importante.

Pregunta 10.

¿Cree usted que la inclusión de ilustraciones en un libro que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui atraerá al espectador?

| | | |
|----|----|-----|
| a) | Si | 458 |
| b) | No | 125 |

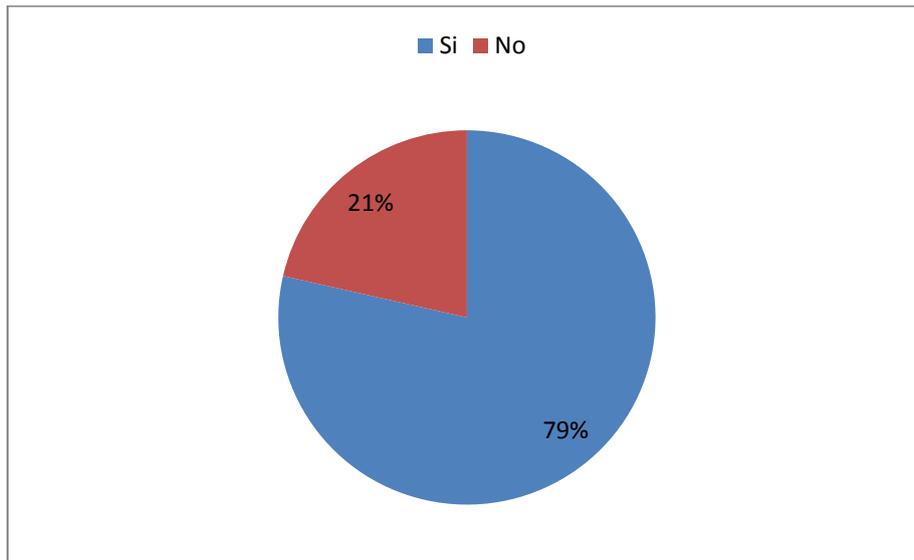


Gráfico N°62: Pregunta 10.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

El 79% de las personas considera que la inclusión de ilustraciones en un libro que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui atraerá la atención del espectador y el 21% considera lo contrario.

Pregunta 11.

¿Cuánto considera usted que se pueda pagar por un libro ilustrado de buena calidad?

| | | |
|----|------------------|-----|
| a) | De \$ 10 a \$20. | 322 |
| b) | de \$ 20 a \$ 30 | 251 |
| c) | Más de \$ 30 | 10 |

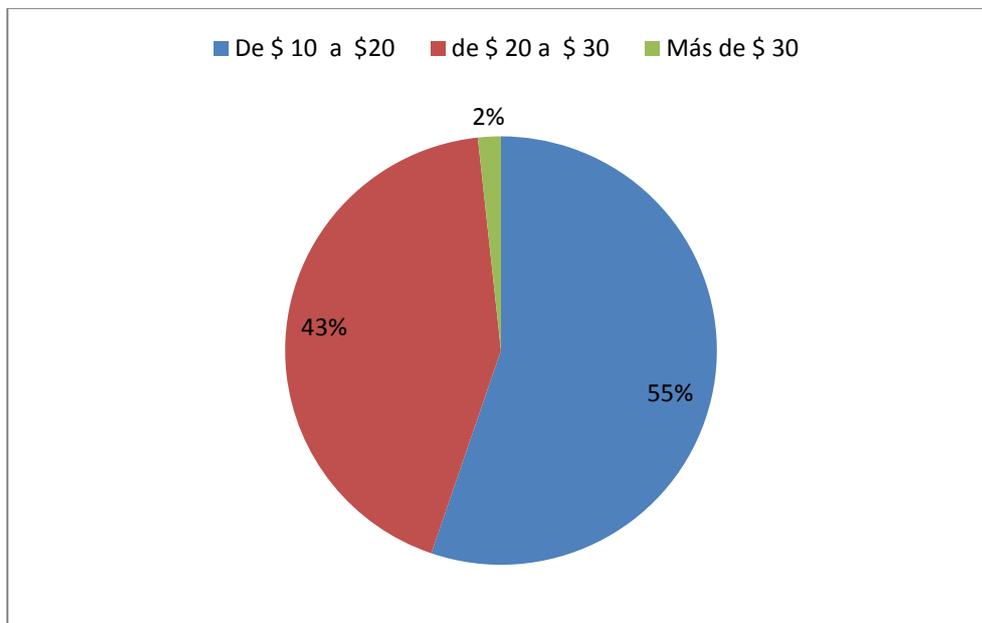


Gráfico N°63: Pregunta 11.

Realizado por: Michelle Baldeón A.

El 55% considera pagar de 10 a 20 dólares, el 43% pagaría de 20 a 30 dólares si se tratara de un libro de lujo, y el 2% pagaría más de 30 dólares.

3. Matriz de Validación de Producto

Validación del Producto

TEMA: Libro ilustrado sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui.

OBJETIVO: Elaboración de un producto editorial ilustrado e impreso que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui y atraiga la atención y el interés de los habitantes del cantón.

| INDICADORES | MUY ADECUADO | ADECUADO | POCO ADECUADO | OBSERVACIONES |
|---------------|--------------|----------|---------------|---------------|
| PERTINENCIA | X. | | | |
| ACTUALIDAD | X. | | | |
| APLICABILIDAD | X. | | | |
| NOVEDAD | X. | | | |

- ¿Cree usted que este producto cumple con su objetivo?

SI

NO

Porque... *Es un material didáctico/ilustrativo que garantiza el estudio y aplicabilidad.*

NOMBRE: *Dr. Marco Saastu*
 OCUPACIÓN: *Director de Carrera Ingeniería Mercaderías
 Universidad de las 4 Verzas Armadas.*

Marco Saastu
 FIRMA
Marco Saastu
 1708002066



Validación del Producto

TEMA: Libro ilustrado sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui.

OBJETIVO: Elaboración de un producto editorial ilustrado e impreso que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui y atraiga la atención y el interés de los habitantes del cantón.

| INDICADORES | MUY ADECUADO | ADECUADO | POCO ADECUADO | OBSERVACIONES |
|---------------|--------------|----------|---------------|---------------|
| PERTINENCIA | X | | | |
| ACTUALIDAD | | X | | |
| APLICABILIDAD | X | | | |
| NOVEDAD | | X | | |

- ¿Cree usted que este producto cumple con su objetivo?

SI

NO

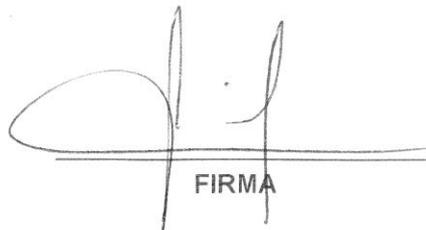
Porque... NO HE VISTO UN PRODUCTO IGUAL; Y ESTE TRABAJO ESTÁ ADECUADO PARA ALGUNA APLICACIÓN DIGITAL.....

NOMBRE:

ING. JUAN CARLOS ANDRÉS YAVEZ

OCUPACIÓN:

DISEÑADOR GRÁFICO -


 FIRMA

Validación del Producto

TEMA: Libro ilustrado sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui.

OBJETIVO: Elaboración de un producto editorial ilustrado e impreso que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui y atraiga la atención y el interés de los habitantes del cantón.

| INDICADORES | MUY ADECUADO | ADECUADO | POCO ADECUADO | OBSERVACIONES |
|---------------|--------------|----------|---------------|---------------|
| PERTINENCIA | | ✓ | | |
| ACTUALIDAD | | ✓ | | |
| APLICABILIDAD | | ✓ | | |
| NOVEDAD | | ✓ | | |

- ¿Cree usted que este producto cumple con su objetivo?

SI

NO

Porque cumple por ser un libro de leyendas.....

NOMBRE: Fernanda Espín

OCUPACIÓN: Ejecutiva de cuentas (Publicis) publicista

Maria Fernanda Espin
FIRMA

Validación del Producto

TEMA: Libro ilustrado sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui.

OBJETIVO: Elaboración de un producto editorial ilustrado e impreso que trate sobre las leyendas del Cantón Rumiñahui y atraiga la atención y el interés de los habitantes del cantón.

| INDICADORES | MUY ADECUADO | ADECUADO | POCO ADECUADO | OBSERVACIONES |
|---------------|--------------|----------|---------------|---------------|
| PERTINENCIA | ✓ | | | |
| ACTUALIDAD | ✓ | | | |
| APLICABILIDAD | ✓ | | | |
| NOVEDAD | ✓ | | | |

- ¿Cree usted que este producto cumple con su objetivo?

SI

NO

Porque... ESTE MATERIAL DIDACTICO PERMITE TRANSMITIR EL CONOCIMIENTO PARA MANTENER EL INTERES DE LA COMUNIDAD PARA CONSERVAR SIEMPRE VIGENTE NUESTRO LEGADO DE LEYENDAS Y CULTURA.

NOMBRE: MARTÍN GÓMEZ SEVILLANO

OCUPACIÓN: FUNCIONARIO PÚBLICO TÉCNICO DE TURISMO


 FIRMA

4. Bocetos

