



*“Responsabilidad con pensamiento positivo”*

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

**CARRERA:** DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

**TEMA:** “VISIBILIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES SOBRE LA ERRADICACIÓN DE LA MENDICIDAD DE ADOLESCENTES, EN PROGRAMAS DE INCLUSIÓN SOCIAL DEL INFA”

**AUTOR/ A:** ESTEFANÍA ALEJANDRA ZUMÁRRAGA SALGADO

**TUTOR/ A:** ING. DARÍO ARBOLEDA JORDÁN

**AÑO:** 2014

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, nombrado por la Comisión Académica de la Universidad Tecnológica Israel certifico:

Que el Trabajo de Investigación “VISIVILIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES SOBRE LA ERRADICACIÓN DE LA MENDICIDAD DE ADOLESCENTES, EN PROGRAMAS DE INCLUSIÓN SOCIAL DEL INFA”, presentado por la Señorita Estefanía Alejandra Zumárraga Salgado, estudiante de la Carrera de Diseño, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado que la Comisión Académica de la UISRAEL designe.

Quito, marzo 2014

### TUTOR

Firma:

Ing. Darío Arboleda Jordán

C.C.

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

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

Quito, marzo 2014

### **ESTUDIANTE**

Firma:

Estefanía Alejandra Zumárraga Salgado

CC: 171875967-1

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal de Grado, designado por la Comisión Académica de la UISRAEL, aprueban EL Trabajo de Titulación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica “ISRAEL” para títulos de pregrado.

Quito, marzo 2014

Para constancia firman:

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

FIRMA PRESIDENTE

---

FIRMA MIEMBRO 1

---

FIRMA MIEMBRO 2

## **DEDICATORIA**

Mi tesis dedico a Dios por darme el privilegio de tener una familia maravillosa, principalmente a mis padres por su apoyo constante e incondicional a lo largo de mi carrera, estoy orgullosa de ser como soy y eso se los debo a ustedes, gracias por haberme educado así.

Papi, gracias por tu amor y dedicación, tu ejemplo me ayudó a plasmar mis ideas en realidades, mis sueños en metas; eres una combinación mágica entre la razón y el sentimiento, porque sabes orientar y exigir, pero al mismo tiempo sabes amar.

Mami, te debo todo lo que soy y lo que tengo, tu dedicación, apoyo incondicional e ilimitado que siempre me haz dado, tu fortaleza de salir adelante sin importar los obstáculos, tu mirada me da paz, por eso tú me das la fuerza cuando quiero caer, sobre todo gracias por creer en mí.

Daniela, hermana, eres única e incomparable, contar contigo es el mejor regalo que me dieron mis padres, te admiro por tus fuerzas de salir adelante, tú me enseñaste que no se debe dejar de luchar por lo que alguna vez soñamos, porque no hay sueño tan grande que no se pueda alcanzar, ni soñador tan pequeño que no pueda soñar. Te amo.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Israel por mi formación académica y profesional, a los docentes de esta institución porque adquirí conocimientos que son la base para la realización del proyecto.

Agradecimiento especial a mi tutor Darío Arboleda Jordán, por su asesoría y apoyo en el desarrollo y culminación del mismo.

Nuevamente un agradecimiento a mi familia en especial a mi abuelita Luzmila, mis tías, Anita, Paty, Magui, y mis hermanas Jennifer, Doménica, Camila, gracias por su apoyo incondicional y siempre estar pendiente de mi.

Finalmente a todos mis amigos, cada uno de ustedes son muy especiales, muchas personas entran y salen de tu vida; pero, hay hechos y detalles valiosos en mi historia, en la que cada uno de ustedes tiene su propio paisaje y su propia estación, me hacen muy feliz porque transfiguran mi propio mundo con una extraña magia de alquimia, porque aunque no siempre estemos juntos los llevaré en mi corazón, por eso y más, mis infinitas gracias por su amistad sincera, por su apoyo y ayuda incondicional en los momentos más difíciles de mi vida. Les voy a extrañar.

## RESUMEN

El presente trabajo se enfoca en visibilizar las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes en programas de inclusión social del INFA, por medio de la elaboración de un producto gráfico visual, que incorpora las actividades y los procesos de desarrollo que mantiene cada joven en dicho programa.

Se indagó y recopiló información, por medio de fuentes de referencia como: la bibliografía de autores, criterio de expertos, sitios web, metodologías y conceptos adquiridos a lo largo de la formación académica, que hacen referencia a teorías, elementos de Diseño Gráfico y Comunicación, como base argumentativa para el desarrollo y análisis del trabajo.

El desarrollo de la investigación, en relación a la inclusión social de los y las adolescentes con problemas de mendicidad en Quito, se realizó por medio de métodos, herramientas, técnicas e instrumentos de estudio como: entrevistas a expertos del MIES-INFA (Ministerio de Inclusión Social y Económica - Instituto de la Niñez y Familia) y encuestas aleatorias al grupo de estudio, con las que se determinaron acciones para la problemática gráfica visual, sobre la erradicación de la mendicidad de los adolescentes.

El Producto gráfico visual como material de apoyo, está constituido por una AGENDA - REVISTA llamada “TEJIENDO SUEÑOS”; por medio de la investigación realizada al grupo de estudio, se incorpora los sueños de adolescentes y las actividades que realizan durante el proceso de restitución de sus derechos, sobre la erradicación de la

mendicidad, el tejido representa un todo, cada hilo del tejido representa todos los sueños distintos e irrepetibles de cada adolescente; a lo antes mencionado, para la construcción y elaboración del producto gráfico visual, se establecen: teorías, metodologías de Diseño Gráfico y Comunicación que es fundamental en su desarrollo.

Como resultado del trabajo, se establece una matriz de entrevistas a diseñadores expertos, en el que las teorías, metodologías y conceptos aplicados en la investigación, se complementen con el producto gráfico visual, en el que se evalúa el proceso para aceptación, comprensión y funcionalidad del mismo.



## **ABSTRACT**

The present work focuses on visibility to the activities on the eradication of the begging of adolescents in programmes of social inclusion of the INFA, through the development of a visual graphic product, which incorporates the activities and processes of development that keeps every young person in this program.

Asked and collected information, by means of reference as sources: Bibliography of authors, experts, web sites, methodologies and concepts acquired throughout the academic criteria that refer to theories, elements of graphic design and communication, as argumentative basis for the development and analysis of the work.

The development of the research in relation to social inclusion of adolescents with problems of begging in Quito, was carried out by means of methods, tools, techniques and instruments of study as: interviews experts from the MIES-INFA (Institute of childhood and family economic - and Social Inclusion Ministry) and random to study group survey, which determined actions for the visual graphics problems, on the eradication of the begging of adolescents.

The visual graphic product as support material, is made up of an appointment book - magazine called "Weaving dreams"; through the investigation to the study group, joins the dreams of teenagers and the activities carried out during the process of restitution of their rights, on the eradication of beggary, tissue represents a whole, each thread of the fabric represents all the different and unique dreams of every teenager; to the aforementioned for the construction and development of the visual graphic product, are

established: theories, graphic design and communication that is essential in their development methodologies.

As a result of the work, it sets an array of interviews with skilled designers, in which theories, methodologies and concepts applied in the investigation, will complement the visual graphic product, which evaluates the process for acceptance, understanding and functionality.

# ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

## PRELIMINARES

PORTADA .....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR .....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE DE IMÁGENES .....	xv
ÍNDICE DE TABLAS .....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xix
INTRODUCCIÓN .....	1
Tema de Investigación.....	2
Planteamiento del Problema.....	2
Antecedentes.....	2
Diagnóstico o problema principal.....	3
Causas efectos.....	3
Pronóstico.....	4
	xi

Formulación de la Problemática Específica.....	4
Problema principal.....	4
Problemas secundarios.....	4
Objetivos.....	5
Objetivo general.....	5
Objetivo específicos.....	5
Justificación.....	6
Marco de Referencia.....	7
Marco teórico.....	7
Marco espacial .....	8
Marco temporal.....	8
Metodología.....	8
Población y muestra.....	11
1.          CAPÍTULO I	
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	13
1.1        Imagen y Comunicación Visual.....	14
1.2        Percepción Visual.....	16
1.3        Lenguaje Visual.....	17
1.4        Semiótica en el Diseño.....	18
1.5        Diseño Gráfico.....	20
1.5.1      Definición.....	20
1.5.2      Responsabilidad social del diseño gráfico.....	21
1.5.3      Diseño Editorial .....	22

1.5.3.1	Definición.....	22
1.5.3.2	Boceto y diagramación de revistas.....	23
1.5.3.3	Tipografía.....	26
1.5.3.4	Cromática.....	27
1.5.3.5	Fotografía.....	28
1.6	Diseño Corporativo .....	30
1.7	Sistema de Impresión Digital .....	31
2.	CAPÍTULO II	
	DIAGNÓSTICO .....	32
2.1	Análisis Situacional.....	32
2.1.1	Análisis interno.....	33
2.1.2	Análisis externo.....	33
2.2	Mendicidad Quito - Ecuador.....	34
2.3	Línea de Acción Protección Especial.....	35
2.3.1	Programa de erradicación progresiva de la mendicidad MIES-INFA “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”.....	36
2.3.2	Puntos de dignidad en Quito y donaciones por algunas instituciones, puntos de dignidad (Pichincha-Quito) MIES-INFA.....	36
2.3.3	Actividades programa de erradicación Progresiva de la mendicidad “Da Dignidad Por Un Ecuador Sin Mendicidad” Mies-Infa.....	38
2.4	Criterios de expertos del MIES-INFA y material gráfico visual.....	38
2.5	Resultados de las encuestas aleatorias realizadas al personas de 20 a 35 años de edad.....	41

2.6	Análisis de las encuestas aleatorias realizadas al personas de 20 a 35 años de edad.....	50
3.	<b>CAPÍTULO III</b>	
	<b>DESARROLLO DEL PRODUCTO .....</b>	<b>51</b>
3.1	Fundamentación del Producto.....	51
3.2	Creación del Identificador.....	53
3.3	Fotografía.....	62
3.4	Diseño y Diagramación.....	76
3.5	Cromática.....	83
3.6	Tipografía.....	88
3.7	Producto Adicional.....	96
4.	Costos de Producción.....	97
5.	<b>VALIDACIÓN.....</b>	<b>101</b>
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>108</b>
	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>109</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>110</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>116</b>

## ÍNDICE DE IMÁGENES

1.	Imagen 1. Proceso creativo, metodología.....	9
2.	Imagen 2. Material gráfico visual MIES-INFA, flyer.....	39
3.	Imagen 3. Material gráfico visual MIES-INFA, dípticos.....	40
4.	Imagen 4. Material gráfico visual MIES-INFA, afiches.....	41
5.	Imagen 5. Identificador Tejiendo Sueños, imagotipo.....	54
6.	Imagen 6. Bocetos, creación del identificador Tejiendo Sueños, imagotipo.....	55
7.	Imagen 7. Bocetos, creación del identificador Tejiendo Sueños, imagotipo.....	56
8.	Imagen 8. Bocetos, creación del identificador final Tejiendo Sueños, imagotipo.....	57
9.	Imagen 9. Retícula y área autónoma del identificador.....	58
10.	Imagen 10. Elaboración del Identificador.....	59
11.	Imagen 11. Tamaño del identificador a escala al 100%.....	60
12.	Imagen 12. Tamaño a escala real del identificador al 100%, 75% y 50%.....	61
13.	Imagen 13. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes enero .....	63
14.	Imagen 14. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños mes febrero.....	64
15.	Imagen 15. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes marzo.....	65

16.	Imagen 16. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes abril.....	66
17.	Imagen 17. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes mayo.....	67
18.	Imagen 18. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes junio.....	68
19.	Imagen 19. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes julio.....	69
20.	Imagen 20. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes agosto.....	70
21.	Imagen 21. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes septiembre.....	71
22.	Imagen 22. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes octubre.....	72
23.	Imagen 23. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes noviembre .....	73
24.	Imagen 24. Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes diciembre .....	74
25.	Imagen 25. Portada de la Agenda Tejiendo Sueños.....	75
26.	Imagen 26. Tamaño dimensiones de hojas internas Agenda-Revista Tejiendo Sueños.....	77
27.	Imagen 27. Portada de la Revista Tejiendo Sueños.....	78
28.	Imagen 28. Márgenes internos de la Revista Tejiendo Sueños.....	79
29.	Imagen 29. Márgenes internos de la Agenda Tejiendo Sueños.....	80
30.	Imagen 30. Retícula de hojas internas Agenda-Revista.....	81



31.	Imagen 31. Columnas de hojas internas Revista Tejiendo Sueños .....	82
32.	Imagen 32. Uso de Registro de color Cmyk, tonalidad azul.....	84
33.	Imagen 33. Uso de Registro de color Cmyk, tonalidad verde.....	84
34.	Imagen 34. Uso de Registro de color Cmyk, tonalidad naranja.....	85
35.	Imagen 35. Uso de Registro de color Cmyk, tonalidad violeta.....	86
36.	Imagen 36. Uso de Registro de color Cmyk, tonalidad rosa.....	86
37.	Imagen 37. Uso de logotipos versión Full color.....	87
38.	Imagen 38. Uso de logotipos versión Full Negativo / Positivo.....	87
39.	Imagen 39. Uso de logotipo versión Full Negativo / Positivo.....	88
40.	Imagen 40. Fuente Dwerneck caja alta.....	89
41.	Imagen 41. Fuente Dwerneck caja baja.....	90
42.	Imagen 42. Fuente Dwerneck números, símbolos y signos .....	90
43.	Imagen 43. Fuente Din caja alta.....	91
44.	Imagen 44. Fuente Din caja baja.....	92
45.	Imagen 45. Fuente Din números, símbolos y signos .....	92
46.	Imagen 46. Uso de la Fuente Dwerneck, en el logotipo Tejiendo Sueños...	93
47.	Imagen 47. Uso de las Fuentes Dwerneck y Din en la Portada en la Agenda Tejiendo Sueños.....	93
48.	Imagen 48. Uso de las Fuentes Dwerneck y Din en las hojas internas Agenda Tejiendo Sueños.....	94
49.	Imagen 49. Uso de las Fuentes Dwerneck y Din en las hojas internas Revista Tejiendo Sueños.....	95
50.	Imagen 50. Producto Adicional, Estructura caras del cubo, Tejiendo Sueños.....	96

## ÍNDICE DE TABLAS

1.	Tabla 1. Marco Referencial, Teórico, teorías y conceptos.....	7
2.	Tabla 2. Metodología, recursos, herramientas y soportes.....	10
3.	Tabla 3. Metodología muestra, grupo de estudio.....	11
4.	Tabla 4. Puntos de dignidad (Pichincha-Quito).....	37
5.	Tabla 5. Donaciones instituciones.....	37
6.	Tabla 6. Análisis Edades.....	42
7.	Tabla 7. Análisis Pregunta 1.....	43
8.	Tabla 8. Análisis Pregunta 2.....	44
9.	Tabla 9. Análisis Pregunta 3.....	45
10.	Tabla 10. Análisis Pregunta 4.....	46
11.	Tabla 11. Análisis Pregunta 5.....	47
12.	Tabla 12. Análisis Pregunta 6.....	48
13.	Tabla 13. Análisis Pregunta 7.....	49
14.	Tabla 14. Detalle del costo del proyecto.....	97
15.	Tabla 15. Detalle del costo del proyecto impresión digital.....	98
16.	Tabla 16. Detalle del costo del proyecto impresión offset.....	99
17.	Tabla 17. Matriz de evaluación, expertos.....	105

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1.	Gráfico 1. Tabulación de 1 encuestas 1. Edades.....	42
2.	Gráfico 2. Tabulación de encuestas 1. Pregunta 1.....	43
3.	Gráfico 3. Tabulación de encuesta 1. Pregunta 2.....	44
4.	Gráfico 4. Tabulación de encuesta 1. Pregunta 3.....	45
5.	Gráfico 5. Tabulación de encuesta 1. Pregunta 4.....	46
6.	Gráfico 6. Tabulación de encuesta 1. Pregunta 5.....	47
7.	Gráfico 7. Tabulación de encuesta 1. Pregunta 6.....	48
8.	Gráfico 8. Tabulación de encuesta 1. Pregunta 7.....	49

## **INTRODUCCIÓN**

La presente investigación, radica en la visibilización de las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes, en programas de inclusión social del INFA, mediante un estudio metodológico previo para la selección y desarrollo de la temática, en el que se identifica la necesidad del contexto dado, a través de la formulación del problema, objetivos, justificación, marco de referencia, teórico y metodología; finalmente se establece la validación, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos como estructura de la investigación.

El presente proyecto final de grado, está estructurado de la siguiente manera:

El capítulo I aborda la fundamentación teórica, en el que se describe y analiza aportes y bases teóricas de autores como: referencias conceptuales, teorías de Diseño Gráfico y Comunicación; que son organizadas con relación al tema de estudio y al mismo tiempo son el sustento base de la investigación.

En el capítulo II se establece el diagnóstico, en donde se recopila información que ha sido accesible sobre la problemática como objeto de estudio, en el que se determina el estado actual de los fenómenos del problema planteado, de igual manera, se analizan e interpretan los resultados obtenidos a través de técnicas e instrumentos de recolección y de procesamiento de datos como: la encuesta realizada al grupo de estudio y entrevistas a expertos; que son el sustento para el desarrollo y validación de la investigación.

En el capítulo III se desarrolla el producto, en el que se toma acciones frente a la problemática, se explica el desarrollo del proceso de creación de cada uno de los elementos gráficos, que se incorporan en el producto, que a su vez tienen como respaldo la información expuesta en los capítulos antes mencionados.

Finalmente se procede a la validación del producto y al registro de las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **TEMA DE INVESTIGACIÓN**

“Visibilización de las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes en programas de inclusión social del INFA”

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **Antecedentes**

Según el Distrito Metropolitano de Quito, las acciones ejecutadas sobre campañas comunicacionales de visibilización, prevención y contención de la mendicidad de niños, niñas y adolescentes desarrolladas por la Fundación Patronato Municipal San José, durante el año 2009-2010, no tuvieron resultados positivos en todo su contexto, por falta de interés de gobiernos anteriores, en donde no existieron aportes económicos por instituciones y ONG's; es por esto, que fue necesario que se establezca un compromiso con las instituciones responsables, para que se genere una atención prioritaria a esta población y se garantice procesos preventivos de atención integral, orientados a la restitución de los derechos vulnerados.

A lo antes mencionado, la especialista Carmen Navarrete, técnica de protección especial del MIES-INFA, en una entrevista realizada como parte de la presente investigación, (ver anexo1); afirma que la fundación Patronato Municipal San José, suscribió un convenio de cooperación económica con MIES-INFA, para la ejecución del proyecto de erradicación progresiva de la mendicidad, en el que la institución decide que el programa continúe, estableciendo como parte de su campaña comunicacional “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”. Esta campaña de protección especial ha tenido logros; sin embargo, el mensaje que se transmite y difunde, se refiere a un contexto de forma general, sobre la mendicidad, a través de material gráfico visual como: flyers, afiches, material promocional, entre otros; que no han tenido acogida por parte de la sociedad, porque no conocen dichos procesos, acciones y actividades específicas que desarrollan los adolescentes.

En la actualidad la erradicación de la mendicidad de adolescentes, cuenta con el apoyo de otras fundaciones e instituciones como: el MIES-INFA, fundación Cruz Roja, Patronato Municipal San José, Reina de Quito, que buscan beneficios y aportes económicos para los mismos, tomando en cuenta su desarrollo y habilidades dentro del proceso.

## **Diagnóstico o Problema Principal**

### **Causas y efectos:**

Según la información que se recopiló a través de expertos del MIES-INFA, los problemas actuales de la mendicidad son comunes en el país; a pesar, de que en la actualidad se ha tenido un gran aporte por el estado, en relación a otros años; el programa “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”, que efectúa esta institución para la restitución de los derechos de niñas, niños y adolescentes, mantiene una continua evaluación del proceso, sin embargo; las estrategias de difusión por medios comunicacionales como: prensa escrita, internet y televisión son escasas, porque no existe un soporte gráfico visual acorde, que informe a la ciudadanía a fondo, el objeto del mensaje de ciertos procesos en los que intervienen los adolescentes como grupo específico de estudio.

Nuestra sociedad tiene un proceso de invisibilización. Frascara (2004:30), en su libro “Diseño para la Gente”, menciona que no se toma en cuenta a un diseñador gráfico, para la realización de procesos de investigación, con la finalidad de que se difunda y transmita un mensaje claro y conciso, mediante un soporte gráfico visual, que demuestre a la ciudadanía planes de inclusión social, como es el caso de la erradicación de la mendicidad en las adolescentes.

Los soportes gráficos como medio de visibilización, transmisión y difusión de la mendicidad de los adolescentes que desarrolla el MIES-INFA, son inadecuados para la estructura, en el que las personas codifican mensajes, sobre los programas de erradicación de la mendicidad que cumplen los mismos; el uso de flyers, afiches, material P.O.P., incorpora información en un contexto general sobre la mendicidad, no

se establece un contenido de la problemática específica sobre la restitución de sus derechos, procesos y desarrollo de los adolescentes en el programa de protección especial “Da Dignidad para un Ecuador sin Mendicidad”, esto ocasiona a la sociedad desinformación, falta de interés del de estudio.

### **Pronóstico**

La creación de material adecuado que difunda y transmita mensajes sobre la inclusión social, en especial sobre las condiciones y desarrollo de las actividades de erradicación, la mendicidad de adolescentes, utilizando fundamentos y metodologías de diseño, permitirá que la sociedad tenga un mejor conocimiento del tema de estudio, generando su aceptación.

### **Formulación de La Problemática Específica**

#### **Problema principal**

La falta de soportes gráficos visuales adecuados para visibilización, transmisión y difusión de información, sobre de las actividades de la erradicación de la mendicidad de los adolescentes, que lleva adelante el MIES-INA, hace que los mensajes elaborados en este sentido no sean tomados en cuenta por la sociedad, ni se toma en cuenta las fases y fundamentos del diseño para su producción y validación.

#### **Problemas secundarios:**

- ¿Qué material o soporte sería apropiado para el desarrollo, la transmisión y difusión de las actividades que realizan los adolescentes, en programas de erradicación de la mendicidad de adolescentes?
- ¿Cuáles serían los productos gráficos visuales de mayor interés que la sociedad utiliza para informarse?

- ¿Cuál será el aporte personal para la realización del producto?
- ¿Cuáles son los medios o canales de difusión apropiados para la transmisión efectiva de información de un producto gráfico visual?
- ¿Qué proceso creativo será acorde para el desarrollo del producto gráfico visual?

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Diseñar un proyecto gráfico visual que visibilice las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes, en programas de Inclusión Social del INFA.

### **Objetivo Específicos:**

- Recopilar información teórica del diseño, mediante fuentes de referencia de autores, acorde con el tema de investigación.
- Diagnosticar la situación actual de la institución INFA.
- Elaborar el producto gráfico visual, por medio del proceso de investigación.
- Validar el proceso creativo del producto gráfico visual, mediante el criterio de expertos.



## **JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se realiza, con la finalidad de visibilizar las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de los adolescentes; el MIES-INFA, desarrolla la campaña del programa Protección Especial “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”, en el que la información que se transmite y difunde, tiene un contexto en general sobre la mendicidad como: trabajo infantil, trata de blancas, abuso sexual, que se enfocan más como grupo de estudio a niños y niñas; sin embargo, el programa antes mencionado aborda también la problemática de erradicación de la mendicidad de las y los adolescentes; pero, la institución no incorpora en su totalidad mensajes destinados a la sociedad de este grupo de estudio.

A lo antes mencionado, los adolescentes dentro del programa de protección especial que ejecuta el MIES-INFA, cumplen un proceso de restitución de sus derechos durante cada año, en el que desarrollan actividades recreativas de inclusión social; pero, la información que se maneja por los medios de comunicación es escasa, por esto que en la presente investigación, se toma como grupo de estudio a los adolescentes que comprenden las edades de 12 a 18 años, para que el mensaje evocativo e informativo que se genere, se transmita y difunda, por medio de la creación de un soporte gráfico visual que sea de aceptación de la sociedad.

El área de comunicación del MIES-INFA, como campaña de difusión de información, utiliza soportes visuales como: afiches, flyers, material P.O.P, que no mantienen una investigación previa y metodológica de procesos de diseño gráfico y de difusión del mensaje objeto, es por esto que al realizar un producto gráfico visual, se podrá visibilizar más a fondo a los adolescentes que forman parte de los programas de inclusión que el INFA proporciona, como ayuda para su calidad de vida, así se generará una transmisión y difusión de mensajes hacia la sociedad, que se enfocará en la concienciación e intervención de las personas.

La información se difundirá por medio del MIES-INFA, conjuntamente con el aporte de instituciones y ONG's, tanto a hombres y mujeres del norte de Quito de 20 años de edad en adelante; mediante el aporte de este trabajo investigativo, se incorporará varias temáticas de diseño gráfico como: importancia tipográfica, estructura, dinámica,

material fotográfico adecuado, relacionado con la visibilización de las actividades de erradicación de la mendicidad de los adolescentes.

## MARCO DE REFERENCIA

### Marco Teórico

En la presente investigación, se recopila información de autores sobre teorías y referencias de conceptos, que se detallan a continuación:

Tabla 1

Marco Teórico, teorías y conceptos

Teorías	Autores	Conceptos
- Comunicación	Dodis Donis Bo Bergström Juan Carlos Asisten	- Definición de Comunicación relacionada con: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comunicación visual</li> <li>▪ Imagen visual.</li> <li>▪ Lenguaje visual.</li> <li>▪ Sintaxis visual.</li> <li>▪ Mensaje bimedia.</li> </ul>
- Percepción Visual	Antonio Suárez Fernández Mariel Cifrado	- Definición de Percepción Visual relacionada con: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leyes de la Gestalt.</li> </ul>
- Lenguaje Visual	Peter Bonnici y Linda Proud María Acaso	- Definición de Lenguaje Visual relacionada con: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Código de Comunicación visual.</li> </ul>
- Semiótica en el Diseño	Daniel Chandler	- Definición de Semiótica en el Diseño relacionada con: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Semiótica de la significación y creación de signos.</li> </ul>
- Diseño Gráfico	Jorge Frascara Wucius Wong	- Definición Diseño Gráfico relacionada con: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Responsabilidad del diseñador Gráfico.</li> <li>▪ Diseño social</li> </ul>
- Diseño Editorial	Shelline Rosas  Arthur Turnbull  Bo Bergström  Eva Heller Peter Bonnici y Linda Proud Moserrat Jiménez Juan Carlos Asisten	- Definición Diseño Editorial relacionada con: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Boceto y Diagramación de Revistas: Formato, márgenes, elementos de composición, direccionamiento, apariencia, retícula.</li> <li>▪ Tipografía: Anatomía de la letra, composición, familias tipográficas.</li> <li>▪ Cromática: Psicología del color, registro de impresión.</li> <li>▪ Fotografía: Composición, Planos, ley de tercios.</li> </ul>
- Diseño Corporativo	Joan Costa Norberto Chaves	- Definición Diseño Corporativo relacionada con: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificadores Gráficos: logotipo, imagotipo.</li> <li>▪ Identidad visual y corporativa.</li> </ul>
- Sistemas de Impresión Digital	Muestras Detalle	- Definición Sistemas de Impresión Digital relacionada con: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impresión del producto editorial.</li> </ul>

Elaborado e Investigado por: Estefanía Zumárraga

## **Marco Espacial**

El estudio de la investigación, sobre la visibilización de las actividades de la erradicación de la mendicidad de los adolescentes, se realizó a través del MIES – INFA; esta institución como sede matriz, está ubicada en la Planta Central Quito: en las calles Venezuela, Oe-4 y Sucre.

## **Marco Temporal**

La investigación y desarrollo del producto o soporte comprenderá el año 2014, la información del material gráfico visual, de la visibilización de las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes, se actualizará cada año, durante el proceso de restitución de sus derechos, en programas establecidos por el MIES-INFA.

## **METODOLOGÍA**

El proceso o fases de desarrollo de la presente investigación, se basa en los cuatro momentos según Carlos Sabino (1992), en su texto “Proceso de Investigación”.

El primer momento se conoce como proyectivo, se determina la fundamentación teórica de la investigación, en el que se formula el tema de estudio, problema, justificación y selección de conceptos y definiciones, mediante referencias bibliográficas y aportes de autores, estructuradas a través de las normas APA (American Psychological Association), 6ta. Edición; que determina modelos de correcta escritura académica como base del documento.

El segundo momento se conoce como metodológico, aborda el diagnóstico, en el que se incorpora la investigación analítica descriptiva, la misma que es integral, ya que en primera instancia, se establece la necesidad de recopilar y ordenar información de fuentes primarias como las de expertos del MIES-INFA, sobre la problemática en la que no se visibilizan las actividades que desarrollan los adolescentes en programas de inclusión social, esto se realiza por medio de técnicas e instrumentos que serán de gran

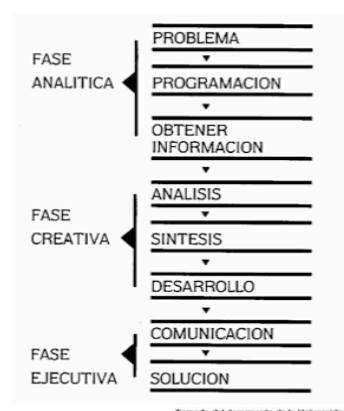
importancia para el desarrollo y sustentación de la investigación.

El tercer momento se lo conoce como el momento técnico, en el que se determina la investigación analítica descriptiva mencionada anteriormente, aquí se analizó información escrita sobre el tema objeto de estudio. Se utilizó la técnica de observación de campo, por medio de instrumentos de investigación como: entrevistas realizadas a expertos del MIES-INFA; y encuestas aleatorias a personas, a través de cuestionarios; con los datos obtenidos se interpretó y ordenó sistemáticamente la información de la problemática, sobre la visibilización de las actividades de la erradicación de la mendicidad de adolescentes. Este momento funciona como sustento base para la validación del diagnóstico de la investigación.

El cuarto y último momento se conoce como síntesis, se considera la redacción final, en donde se desarrolla y valida el producto gráfico visual, a través de la ayuda y aporte de expertos en el área de Diseño Gráfico y Comunicación; para el desarrollo del soporte como producto editorial, se tomó en cuenta la propuesta del proceso creativo de Bruce Archer (1968), el mismo que incorpora una fase analítica, creativa y ejecutiva que representa:

Imagen 1

Proceso creativo, metodología



Fuente: Tomado del documento de la Universidad de Londres "Metodología del Diseño"

- En la fase Analítica: se organiza toda la información, que se anotó en las fichas de observación como cuestionarios de las encuestas y entrevistas.
- Fase Creativa: se menciona el método creativo de diseño y los elementos gráficos que compondrán el producto.
- Fase Ejecutiva: se muestra cómo se hizo la construcción del producto.

Es importante especificar los recursos, soportes o herramientas, con los que se construye el producto gráfico visual, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 2

Metodología, recursos, herramientas y soportes

SOFTWARE	HARDWARE
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Microsoft Word Mac 2011, Microsoft Excel Mac 2011, para el documento y la interpretación estadística escrita.</li> <li>- Adobe Illustrator CS5 para el diseño de vectores.</li> <li>- Adobe Photoshop CS5 para la edición fotográfica</li> <li>- Adobe InDesign CS5 para el desarrollo del contenido del soporte editorial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- IMAC Mac OS X Versión 10.6.8 Procesador Intel Core i5</li> <li>- Memoria: 4gb</li> <li>- Velocidad del procesador: 3,1 GHz</li> <li>- Cámara fotográfica: Sony DSC-HX1, Zoom óptico 20 px</li> </ul>

Elaborado e Investigado por: Estefanía Zumárraga

Los cuatro momentos antes mencionados, cumplen con el proceso metodológico y la información indagada, recopilada y validada, se detallarán en los capítulos de la presente investigación.

## Población y Muestra

La población de la presente investigación se determinó mediante, el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) y el Municipio de Quito, en noviembre del 2010; que compartió resultados del último censo poblacional, en el que se identificó a 2'239.191 habitantes, que equivale a 52,487% personas que habitan en la ciudad de Quito con problemas de mendicidad, esta cifra se tomó como referencia del universo con el se obtiene la muestra.

La muestra se obtuvo, mediante individuos extraídos de la población antes mencionada, a partir del procedimiento específico, para su estudio o medición directa que se detalla a continuación:

- Indicadores de la fórmula para encontrar la muestra

En la siguiente tabla se detallan los indicadores de la fórmula para encontrar la muestra como: coeficiente de confianza (k), población (N), probabilidad de éxito (P), probabilidad de fracaso (q) y error de estimación (E).

Tabla 3

Metodología muestra, grupo de estudio

nivel confianza	93%		
error e=	5%		
probabilidad ocurrencia	50,00%		probabilidad
no ocurrencia	50,00%		probabilidad
F(m)			
Sector centro de quito	100		86
	100		86
	100		86
	100		86
	100		86
<b>N=</b>	<b>52,487</b>		432,2163147
P=	50,00%		
q=	50,00%		
Z=	-1,811910673	-1,811910673	
<b>n=</b>	<b>45,37147542</b>		

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Fuente: Investigado en: <http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html>

- Fórmulas para encontrar la muestra.

$$n = \frac{Z^2 * P * q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 * P * q}$$

$$n = 45,371$$

$$\text{- fracción del muestreo} = n / N$$

$$= 45,371 / 52,487$$

$$= 86/100 \text{ (muestreo estratificado) que equivale al 86 personas del sector centro de Quito a quién se debe realizar las encuestas.}$$

Como resultado del proceso metodológico de la muestra, se obtuvo la cifra de 0,86; es decir, representa el número del muestreo estratificado con el que se trabajó para la obtención y recopilación de información, como sustento y verificabilidad del diagnóstico del estudio realizado.

Por medio de la técnica de observación de campo e instrumentos de investigación, se realizó 86 encuestas aleatorias, tomando como grupo de estudio a 86 personas entre 20 a 35 años de edad, en el sector del centro de Quito; porque según estadísticas del MIES-INFA, este tiene más porcentaje de mendicidad de adolescentes y por encontrarse la sede matriz de esta institución ubicada en las calles Venezuela Oe-4 y Sucre, las personas de este sector se encuentran más informadas de los programas para la erradicación de mendicidad de adolescentes.

# 1. CAPÍTULO I

## Fundamentación Teórica

Para respaldar la presente investigación se ha tomado como base el criterio de los autores y teorías que se describen a continuación:

- **Diseño Editorial:** se establecen definiciones en relación al diseño editorial como rama del diseño gráfico; se basa en la referencia bibliográfica de la autora: Arthur Turnbull, se refiere al proceso de comunicación gráfica, que cumplen los elementos de un soporte editorial como: diagramación, diseño y tipografía.
- **Imagen y Comunicación Visual:** se establecen definiciones con relación a procesos de comunicación, imagen visual, lenguaje visual, sintaxis, mensajes bimedia; basados en la referencia bibliográfica de autores como: Juan Carlos Asisten, que habla de la imagen y comunicaciones visuales; Dodis Donis, hace referencia a la sintaxis visual de la imagen; Bo Bergström, hace referencia mensajes bimedia, técnicas esenciales de comunicación visual; María Acaso, hace referencia al mensaje visual como código específico de comunicación.
- **Diseño Gráfico:** se establece definiciones en relación a la teoría de diseño gráfico; se basa en referencias bibliográficas de autores como: Jorge Frascara, hace referencia a la construcción social del diseño gráfico, habla del estudio que cumple el diseñador gráfico, en las comunicaciones sociales, mediante un contexto de responsabilidad social.

A continuación, se describe a profundidad el desarrollo de cada temática, expuesta anteriormente.



## 1.1 Imagen y Comunicación Visual

La cultura y la construcción social, dan sentido a las representaciones de procesos de comunicación visual, por medio de las imágenes como sistema de expresión. Se define a la imagen como “la construcción que no es una representación objetiva de la realidad”<sup>1</sup>, tiene una intensión comunicativa de mensajes visuales complejos, que determinan en un colectivo un significado en común, por medio de la semejanza de condición en la percepción de objetos, que destina un emisor.

La evolución del lenguaje y el pensamiento en conceptos, tuvo su origen en el pensamiento de representación visual de las imágenes y su nivel de iconicidad en procesos de semejanza, abstracción y simbolización de percepción de objetos. Las imágenes interpretan una parte de la realidad.

La comunicación visual cumple el mismo principio que la comunicación en general, excepto por la descodificación de imágenes mediante elementos visuales, se define a “todo aquello que capta nuestra vista”<sup>2</sup>; que requiere un estudio complejo en los procesos de construcción y comprensión de mensajes, en el que cualquier persona comparta un solo significado de semejanza, en la percepción de los objetos. Sin embargo, la comunicación verbal difiere en su contexto, porque cumple un proceso natural determinado por el conocimiento.

No obstante, cuando se habla de la creación de mensajes visuales, existe un sistema visual, en el que todos descodifican premisas generales; Dondis (2007), en su libro “La sintaxis de la Imagen, Introducción al alfabeto visual”, afirma que lo mencionado, se conoce como la “sintaxis visual” (p. 24). Su intención determina las relaciones entre distintos elementos del lenguaje, mediante una disposición ordenada de las partes.

La comunicación visual, puede afectar en el conocimiento, los comportamientos y actitudes de las personas, transforma una realidad existente en una realidad deseada; Bo

---

<sup>1</sup> Asisten, J. (2010). *Comunicación Visual y Tecnología de gráficos en computadora*. Extraída el 13/05/2013, en: [http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD13/contenidos/materiales/archivos/comunicacion\\_visual.pdf](http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD13/contenidos/materiales/archivos/comunicacion_visual.pdf)

<sup>2</sup> González M. (2007). *Teoría Conceptual del Diseño*. Extraída el 18/04/2013, en: [http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/teoria\\_conceptual.pdf](http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/teoria_conceptual.pdf)

Bergström (2009), menciona en su libro “Técnicas esenciales de la Comunicación Visual, Tengo algo en el ojo”, que “la base de toda comunicación visual, es que alguien tenga algo que decir” (p.30). La comunicación se determina por un emisor, que genera y da forma a un mensaje que se destina al receptor, a través de un canal en el que su intención la consigue, cuando se produce el efecto de codificación deseado.

El diseño gráfico, otorga sentido a una imagen a través de los signos, por eso mantiene una relación estrecha con la comunicación visual y esta a su vez genera dos divisiones: la comunicación casual, en la que el receptor mantiene una interpretación libre, mientras que la comunicación intencional, se define desde la práctica y la estética.

El mensaje bimedia, se produce mediante el lenguaje de la comunicación visual, este se compone por el lenguaje icónico y el escrito, el diseñador analiza cada uno de estos por separado y por consiguiente asocia a ambos, generando la simbiosis en un mensaje bimedia.

Cuando se habla de la similitud de la realidad, se toma en cuenta al lenguaje visual, el emisor construye una imagen, la sustituye por otra, así representa la realidad; sin embargo cuando dos diseñadores como ejecutores elaboran una imagen del mismo objeto, la realidad desaparece y se transforma en la representación de características individuales de cada uno de ellos.

En relación a lo antes mencionado, la representación de la realidad se puede interpretar tanto por el emisor como por el receptor, ambos aportan su experiencia individual e interioridad en este proceso, mediante códigos compartidos, de semejanza de significación, de signos visuales y contextos para un colectivo.

La percepción humana, es la necesidad de equilibrio del hombre, el proceso psicovisual en sistemas de pensamiento fisiológico y sensorial, permiten que el conocimiento por medio de la percepción genere y transmita un mensaje mediante un lenguaje visual.

## 1.2 Percepción Visual

Tanto sensaciones visuales, como los estímulos externos que producen las percepciones humanas, dependen de los intereses, necesidades y comportamientos que se determinan en un contexto sociocultural, al que cada persona pertenece. La vista como órgano sensorial, envía más señales al cerebro, a través de procesos cognitivos conscientes o inconscientes, que se transforman en información significativa de impresiones visuales de contexto y significado; cuando se habla de percepción humana visual, se llega a la interpretación de mensajes de la realidad.

La percepción visual de la realidad con relación a un objeto, se realiza de manera selectiva y particular, por medio de estímulos sensoriales como la vista, en el momento en el que los seres humanos tienen la capacidad de creación de imágenes, mediante un análisis del entorno en el que se encuentren; es por esto que la percepción como “factor objetivo externo visual, establece que el 40% de este factor, nos da a conocer características geométricas, velocidad, movimiento; Sin embargo, los estímulos de una persona que observa un objeto determinado, “no puede percibir en un solo golpe de vista más de cuatro elementos”<sup>3</sup>, es decir, que el observador presta atención en especial a la forma y el color de los objetos como dos cualidades.

El ojo funciona como órgano de la percepción sensible, Costa (2003), en su libro “Diseñar para los ojos”, establece, que “si las imágenes son mensajes superficiales, los textos son mensajes lineales” (p.27). Entonces el conocimiento que se adquiere por medio de la comunicación y significación de un objeto se abstrae de la realidad, a través de mensajes visuales que enfocan, no solo a la percepción intelectual sino también, a la información que es útil y funcional para los lectores.

La percepción visual, se analiza también desde un aspecto psicológico, que se enfoca en las características y principios de la Gestalt, “se trata de una escuela dedicada a la psicología de la forma o de la estructura, cuyo campo de estudio se centró casi exclusivamente en la percepción, considerada como una estructura relacional de

---

<sup>3</sup> Suárez A. (2002). Imagen y Percepción. Extraída el 22/03/2013, en:  
[http://ies.barajas.madrid.educa.madrid.org/d\\_plastica/apuntes\\_imagen\\_expresion/imagen\\_y\\_percepcion.pdf](http://ies.barajas.madrid.educa.madrid.org/d_plastica/apuntes_imagen_expresion/imagen_y_percepcion.pdf)

estímulos y respuestas”<sup>4</sup>; en el que se estableció, leyes que cumplen con el acto perceptivo, que determinan que el todo es entonces, más que la suma de la partes.

Esta escuela Alemana, “surge a principios del siglo XX e incorpora siete leyes”<sup>5</sup>, tales como: ley de reintegración, en la que se percibe el todo de un objeto aunque falten algunas partes; ley de figura fondo, en la que existe una composición en el que un elemento llame más la atención, se enfoca a la figura sin que se destaque el fondo; ley de alternancia, en la que la figura y el fondo no son estáticos; la ley de proximidad, se manifiesta cuando los elementos se agrupan conforme la distancia entre unos y otros; la ley de semejanza, en el que las formas semejantes se perciben como conjunto; ley de continuidad, es cuando los elementos en una misma dirección tienden a organizarse; ley de contraste, en esta la diferenciación se determina por un mayor nivel entre la figura y fondo y la ley de inclusividad, que camufla la figura y fondo de manera homogénea, desconcierta al observador en relación a lo que se percibe con claridad.

### 1.3 Lenguaje Visual

Toda comunicación, tubo sus inicios por medio del lenguaje visual, a través de imágenes, este se define según Bonnici y Proud (2000), en su libro “Diseño con Fotografías”, como el “tono de voz del mensaje” (p.12); que dirige el centro emocional de las personas, mediante un sistema de códigos que establecen un canal de comunicación visual de carácter universal; que transforma las formas de expresión, construcción y representación en cada época; sin embargo, cuando un espectador percibe la realidad de un signo como el color, su codificación depende un contexto y cultura.

El intercambio de información de mensajes visuales, relaciona la sensación y aspecto de una representación visual, en donde se obtiene una respuesta emocional significativa del público. Acaso (2006), afirma que el “lenguaje visual es el código específico de la

---

<sup>4</sup> Suárez A. (2002). *Imagen y Percepción*. Extraída el 22/03/2013, en:  
[http://ies.barajas.madrid.educa.madrid.org/d\\_plastica/apuntes\\_imagen\\_expresion/imagen\\_y\\_percepcion.pdf](http://ies.barajas.madrid.educa.madrid.org/d_plastica/apuntes_imagen_expresion/imagen_y_percepcion.pdf)

<sup>5</sup> Ciafardo M. (2011). *La Teoría de la Gestalt en el marco del Lenguaje Visual*. Extraído el 19/03/2013, en:  
<http://fba.unlp.edu.ar/introduccionyel analisis/wpcontent/uploads/2011/05/gestalt1.pdf>

comunicación visual, es un sistema con el que podemos enunciar mensajes y recibir información a través del sentido de la vista” (p.25). Los signos se introducen en el lenguaje visual, a través de las imágenes, mediante códigos, como una estructura de mensajes visuales; que dependen de equivalencias entre sistemas de los significantes y significados en relación a contenido y forma.

El Lenguaje visual, se representa también por medio de fotografías, ilustraciones, dibujos, señales de tránsito, diseños, nuevas tecnologías, entre otros; este a diferencia del lenguaje verbal y escrito no se rige a normas estructuradas, incorpora un aprendizaje de información inmediata, no formal, que se determina de manera automática, significa entonces, que las imágenes y su grado de iconicidad forman parte de representaciones visuales creadas por las sensaciones.

Sin embargo, el alto contenido semántico se considera un problema, cuando se habla de lenguaje visual, por el nivel que ocupe la significación y codificación, de acuerdo a un análisis semiótico, en el que se estudia la ciencia de los signos en relación a su contexto, entorno, experiencia y contenido.

#### **1.4 Semiótica en el Diseño**

Las prácticas culturales y sociales, determinan la interpretación del ser humano en procesos de comunicación. Chandler (2001), en su libro “Semiótica para Principiantes” afirma, que el filósofo Roland Barthes, define a la semiótica como, “un método que permite entender las prácticas culturales; que implican necesariamente significaciones de diverso orden” (p.7). Este método es un instrumento que abarca: enfoques sociales, objetos y fenómenos, en los que se incorporan, signos dentro de los sistemas de todo orden, que van más allá de la lingüística.

Cuando se habla de un proyecto de semiótica general, se determina la teoría de los códigos; que representa a la semiótica de la significación y teoría de producción de signos, que tiene un enfoque en la semiótica de la comunicación. La representación de las imágenes y las comunicaciones visuales, tienen una interpretación mediante el signo icónico y el sentido que tienen las estructuras significativas en diferentes lenguajes.

El ser humano y su entorno dentro de un contexto social y cultural en determinados campos del conocimiento, incorpora una nueva dimensión de la realidad a través del sentido, no solo física sino también simbólica. En la semiótica, los signos se manifiestan como unidades significativas y se representan por medio de: objetos, imágenes, palabras, sonidos; que toman forma mediante los significados, es decir, “los seres humanos somos Homo significans” (Chandler, 2001, p. 25).

Todo proceso de comunicación, se determina por medio de los signos. El filósofo Charles Sanders Peirce menciona que : “nada es un signo a menos que sea interpretado como un signo” (Chandler, 2001, p.29). El signo siempre que esta compuesto de: un representámen, en su forma; un interpretante, en su sentido y un objeto, a quien se refiera el mismo.

Sin embargo, el significado que tiene un signo, se determina de acuerdo a estructuras, una de ellas, es la que define Peirce como: “categorías de los signos al ícono, índice, símbolo” (Crow, 2007, p.33). El ícono que se establece mediante un signo que se parece al significado de: un retrato, una fotografía, una imagen cinematográfica, la música; el índice tiene una relación existencial al significado como: el humo, señales de tráfico, reloj; el símbolo es arbitrario en este caso, el signo no se parece a su significado, no hay una conexión lógica como: una bandera, las letras del alfabeto entre otras. No obstante Saussure menciona que el signo se compone de “significados y significantes y su relación es la significación” (Chandler D, 2001, p.26). El significado se establece como una construcción mental, un concepto; mientras que el significante es la forma material del signo y la significación, cumple procesos de selección de un referente entre elementos del significado y significante.

Las actividades que realizan los diseñadores gráficos, se complementan por el contenido y las interpretaciones de los consumidores; es así, que la información que se difunde y se transmite cuando se genera un objeto de diseño, en el que intervienen procesos de comunicación, el mensaje portador se controla por ciertas convenciones de composición y selección de los signos. Sin embargo, el mensaje que perciben los consumidores debe ser funcional, es por eso, que los diseñadores utilizan en su composición elementos gráficos, instrumentos necesarios, para que la información que se difunda, perciba con claridad y sea del entendimiento de la sociedad.

## **1.5 Diseño Gráfico**

### **1.5.1 Definición**

El diseño gráfico desde el siglo XX en nuestra sociedad, se presenta como una forma de comunicación, en la que se establece por medio de una disciplina vinculada con la relación de emancipación y dependencia del arte. El significado de los términos diseño gráfico, se analiza de forma individual e independiente, diseño no solo tiene que ver con grafismo, es por esto que Frascara (2006), en su libro “Diseño y Comunicación”, establece que “las dos palabras juntas, diseño gráfico, desbordan la suma de sus significados individuales y pasan a ser el nombre de una profesión” (p.19). Se explora otros campos, en el que su evolución permite el desarrollo de resultados más complejos para la cultura y sociedad.

El diseño Gráfico, gira en función de la sociedad y los mensajes que se transmiten a la misma, generan respuestas de comunicación. No es considerada una ciencia, esta disciplina busca satisfacer las necesidades de información por medio de la percepción visual, es por esto que, “una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado” (Wong, 1991, p.41). Se establezcan exigencias, no solo estéticas, sino también prácticas para los consumidores.

El diseño gráfico frente a la sociedad, cumple una función persuasiva, que integra varios elementos conductivos como: la interacción humana y el análisis de su entorno; la naturaleza de la comunicación, hace que la información que se difunde y transmite a los consumidores, mantenga parámetros de responsabilidad social con una previa investigación metodológica, que proponga ideas para conflictos estéticos, culturales y sociales, en el que se comprenda la estructura de significación de dichos mensajes.

En la actualidad, esta disciplina se divide en varias ramas como: el diseño editorial, fotográfico, imagen corporativa, editorial, web y multimedia, entre otras; y, estas a su vez se fundamentan por medio de una investigación metodológica que enlaza todos los elementos de comunicación como proceso, en el que se determina un producto final, gracias a mensajes visuales para los receptores, ya sean: medios impresos, visuales, multimedia y auditivos.

Los elementos del diseño gráfico, acortan distancias entre un discurso icónico y textual, Wong (1991), en su libro “Fundamentos del Diseño”, afirma que los elementos antes mencionados, se fundamentan en cuatro grupos de elementos como: “conceptuales, visuales, de relación y prácticos” (p.42). Estos se complementan entre si y al unirse forma un concepto de diseño; que los consumidores perciben con facilidad y eficacia, mensajes por medio de una herramienta como la comunicación visual.

### **1.5.2 Responsabilidad social del Diseño Gráfico**

La economía de mercado controla y destruye el hábitat de toda la sociedad, el diseñador gráfico frente a estos efectos es responsable de cómo maneja su profesión, el elemento clave para la resolución de problemas, es el perfeccionamiento de nuevas herramientas; que contribuyan de manera consciente en proyectos sociales y evite el daño a la humanidad.

El diseño Gráfico, es una herramienta de la educación de una sociedad, “los diseñadores siempre deben tratar de basar sus decisiones, tanto como sea posible, en información confiable y explicable; pero, el proceso de dar forma siempre requiere un salto al vacío” (Frascara, 2004, p. 33). El estudio que cumple el diseñador gráfico en las comunicaciones visuales, se determina no solo por su racionalidad, requiere de la intuición como complemento para el desarrollo de problemas, en el que se establecen acciones para propuestas.

Referente a lo antes mencionado, la intuición no se fundamenta por ideas mentales momentáneas, sino por el conocimiento que un diseñador adquiere en toda su etapa profesional; cuando indaga, explora, recopila y adquiere nuevas herramientas y campos de información.

Sin embargo, el autor antes mencionado, afirma que esta profesión es saturada y no es valorada, porque no se toma en cuenta al diseñador gráfico en procesos iniciales de comunicación, sino para el desarrollo de un proyecto final, sin un previo estudio metodológico y argumentativo. Cuando se habla de comunicadores, no significa ser



vendedores y la responsabilidad de cada diseñador, es que, a través de su propio lenguaje beneficie a personas, empresas o productos, por la venta de su trabajo.

El diseñador es responsable del lenguaje visual y las situaciones sociales; sin embargo, no soluciona problemas, propone acciones frente a conflictos, por medio de mensajes; que transmiten información a las personas para su resolución. Este mensaje, se puede mal interpretar, al descodificarse por un público masivo, genera conflicto en su significación. El poder de las comunicaciones visuales, permite que el diseñador procese sus propios paradigmas, que identifique actividades, problemas, conflictos con los que trabaje y contribuya frente a la sociedad.

### **1.5.3 Diseño Editorial**

#### **1.5.3.1 Definición**

El diseño editorial por medio de la aparición de Gutenberg y sus primeros libros impresos, se desarrolló a partir del Renacimiento, a mediados del siglo XV, se constituye de gran importancia en un escenario tiempo espacial desde la historia hasta la actualidad, en especial en la transformación del diseño gráfico como tal, en procesos de comunicación que desembocan una revolución cultural para la sociedad. Sin embargo, en la antigüedad la reproducción de textos y publicaciones escritas se difunden a pocas personas por limitaciones tecnológicas, a partir de la revolución industrial, las publicaciones escritas se difunden a un público más extenso.

Una información que se transmite, se comprende cuando su mensaje estructurado, tiene simplicidad en sistemas formales y conceptuales, es por eso que, el diseño editorial “es la rama del diseño gráfico y del diseño de la información; que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como: libros, revistas o periódicos”<sup>6</sup>, en el que sus elementos como direccionamiento, diagramación, posición,

---

<sup>6</sup> Rosas S. (2012). *Diseño Editorial*. Extraída el 25/03/2013, en: <http://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>

formatos, ritmo, impresión entre otros, son fundamentales para que sea del agrado de los lectores.

El Diseño Editorial como rama del diseño gráfico y sus elementos como las publicaciones escritas, dan expresión a un contenido en el que se equilibran imágenes con textos, en soportes que llamen la atención del público lector. Los mensajes mantienen, no solo recursos estéticos, sino prácticos, para que se organicen e incorporen una estructura y funcionalidad a un productor final.

Los diseñadores establecen publicaciones escritas como: libros, revistas, agendas y periódicos, en los que intervienen procesos metodológicos que determinan la elección y uso de: imágenes, textos, tipografías, colores y fotografías; que se complementan entre sí y a su vez, estas sean adecuadas en su contexto, para la realización material y proyectual de diseño, tanto interno como externo, representando un impacto sociocultural para los consumidores, en especial los lectores como grupo de estudio.

### **1.5.3.2 Boceto y diagramación de revistas**

En el Diseño Editorial, se implementan varios formatos de publicaciones escritas, como es el caso de las revistas, a lo antes mencionado, Turnbull (1986), en su libro “Comunicación Gráfica: tipografía, diagramación, diseño, producción”, las define como “híbridas” (p.295). Se relacionan en su diseño y contenido con otras publicaciones como: los libros en cuanto a su calidad y valor; en la publicidad cuando incorpora atractivos visuales, que llamen la atención del consumidor y por último con los periódicos, cuando se anuncian noticias de hechos o acontecimientos. No obstante se define a la revista como “una publicación de aparición periódica a intervalos mayores a un día. Las revistas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de los sucesos, sea de interés general o sobre un tema más especializado.”<sup>7</sup>

Sin embargo, la apariencia de una revista se construye de acuerdo a las características de los lectores y se adapta a procesos de diseño establecidos por editores y diseñadores.

---

<sup>7</sup> Rosas S. (2012). *Diseño Editorial*. Extraída el 25/03/2013, en: <http://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>

Cuando se genera el boceto de una revista para su diagramación, se analiza el espacio del libro en el que van a organizarse y repartirse cada uno de los elementos, dentro de su composición como: anuncios, artículos, imágenes e información, entre otros.

La apariencia y la percepción visual, ha sido de gran importancia para la creación de las revistas, cuando se habla de composición, se refiere a las dimensiones del escenario como es el formato, en el que cada página se diseña con el fin de que se adapte a proporciones establecidas. Se menciona entonces, que el formato de una revista “es un factor básico en su boceto y no está sujeto a caprichos artísticos” (Turnbull, 1986, p.229). Se toma en cuenta a la forma, tamaño y estilo de la publicación.

El formato de una revista se genera por medio de tres consideraciones prácticas, tales como: facilidad de manejo, adaptabilidad del contenido al formato y limitaciones mecánicas de los tamaños de las prensas de impresión. Estas tres consideraciones, se refieren a como una revista se representa para el consumidor, en cuanto a su funcionalidad, como se manipula y almacena la publicación escrita. En esta se maneja formatos pequeños en los que se da importancia de contenido al texto e imágenes o fotografías, mientras que en formatos grandes se da importancia más a fotografías por su nivel de evocación e impacto que represente para el consumidor. “Los formatos de una revista oscilan desde el tamaño de bolsillo, pasando por el relativamente estandarizado de 21 x 28 cm o menor a este como las revistas manga, comics entre otros, hasta las revistas fotográficas de gran formato” (Turnbull, 1986, p.301).

En cuanto a la diagramación interna de las revistas, el autor antes mencionado establece, que cuando se enmarca y organiza el contenido de una página, se necesita del uso de los márgenes, en el que se definen como el límite inicio o final del origen verbal; ayuda a que las páginas tengan un equilibrio visual en cuanto a sus elementos como: texto, el uso de material tipográfico, imágenes, fotografías, marco de estas; entre otras, el uso de márgenes permite que la composición de una página sea legible y leíble para el consumidor, como también sus elementos estén unificados y organizados, en relación a su apariencia visual.

Los márgenes se diagraman de una manera tradicional, como se hacía con los libros: el margen inferior por lo general es más amplio, mientras que el margen interno es más

pequeño, la página tipográfica que representa el área dentro de los márgenes, se maneja centrada en el centro óptico.

Dentro de las publicaciones escritas como: revistas y agendas, se mantiene una simetría en relación a todos los elementos de diseño gráfico, el orden de las publicaciones se rige a un elemento fundamental, que es el equilibrio, en el que los lectores visualizan con facilidad, la simplicidad y el direccionamiento de cada elemento en la composición.

Para el lenguaje verbal, tanto para la comunicación efectiva, la simplicidad, se fundamenta en la naturaleza conceptual de la presentación visual, que componen los elementos de diseño; según cuando se habla de la diagramación de una revista, se toma en cuenta, el “método reticular” (Turnbull, 1986, p.3001). Las páginas se dividen en segmentos de cuadrados iguales, para que se distribuyan con facilidad cada elemento de la página como: texto, imagen, encabezados, entre otros. En cuanto a la alineación como característica de la retícula, se establece el orden y dirección de los elementos de acuerdo a la agrupación de estos, en las páginas de la revista.

El autor antes mencionado, establece que la sintaxis visual por medio de los elementos de la composición, organiza el lenguaje de la imagen, por lo general los lectores toman como punto de arranque el direccionamiento de lectura de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo; sin embargo, hay un elemento que sobresale en la composición, mediante este, se facilita que el lector se desplace hasta el final del mensaje. El elemento que sobresale en la composición se define como contraste, se determina por la diferencia entre el tono, dirección y posición de cada elemento de la composición, en el que el mensaje de comunicación por el control del contraste, mantenga armonía, unidad y simplicidad, en relación a elementos conceptuales y visuales.

### 1.5.3.3 Tipografía

El ser humano desde la antigüedad, ha buscado sistemas o mecanismos para comunicarse por medio del lenguaje, la representación de pictogramas, objetos, jeroglíficos egipcios, la escritura cuneiforme babilonia y las sílabas que pronunciaban, han sido el punto de partida para el desarrollo de la tipografía, tomando en cuenta el primer lenguaje escrito basado enteramente en un alfabeto y sonidos en Medio Oriente , en Fenicia, los griegos perfeccionaron el alfabeto e inventaron las vocales y el direccionamiento de lectura de izquierda a derecha.

Los romanos incorporaron el alfabeto griego, en el que se crea las llamadas capitales romanas o capitalismo numentalis, estas incorporan remates, talones o serifas para la legibilidad de las letras que forma cada palabra. Sin embargo, surge la necesidad de que la escritura se realice de forma más rápida y eficaz, mediante la escritura uncial”, que se denomina como caja baja y a su vez la escritura semiuncial, que usa un sistema refinado de cuatro líneas, en el cual los trazos ascendentes y descendentes son más pronunciados de arriba hacia abajo.

Con la invención de la imprenta, junto a Gutenberg, las letras se han transformado en relación al tiempo y el espacio, Bergström (2009), en su libro “Técnicas esenciales de la Comunicación, Tengo algo en el ojo”, define a la tipografía como “un alfabeto completo (letras, números y otros caracteres) en un diseño único” (p.101). Cada letra posee una propia personalidad y adaptabilidad de carácter, de acuerdo al uso y el escenario en el que se encuentren.

El autor antes mencionado, establece que el diseñador, hace un análisis previo cuando incorpora la tipografía como elemento en una composición, identifica cada una de las partes y variantes que integran a cada letra, en cuanto a su anatomía, existen dos grupos de familias tipográficas, en las que se pueden dividir: en el primer grupo se encuentran las Romanas, estas se caracterizan por tener trazos gruesos, curvos, oblicuos, con líneas finas, en estas pueden encontrar romana diagonal, de transición y vertical; mientras que, en el segundo grupo se encuentran las Sans Serifs, en esta predominan las formas geométricas simples, sus trazos sin cambios grueso; pero, su esencial característica es su

carencia de serifas o talones. Dentro de esta familia se encuentran las “grotescas, neogrotescas, geométricas y humanísticas” (Bergström, 2009, p.102).

Los diseñadores manejan el movimiento de los ojos del lector, sobre las páginas en el que se procesan líneas de texto de cada una de las palabras, es por esto que se diseñan textos, para que se perciban sin dificultad. Turnbull (1986), en su libro “Comunicación Gráfica”, afirma que la legibilidad “sugiere una interacción entre la composición y el lector” (p.100), esto permite que se comprenda la información y que el contenido del mensaje sea claro, sobre todo que llame la atención de los lectores. La legibilidad se contempla por varios factores que influyen en la composición como: los márgenes, tamaño, peso, grosor, interlineado, justificación, tipo de impresión, papel, entre otros; es por esto, que los diseñadores, analizan los elementos tipográficos para que toda la composición tenga equilibrio.

#### **1.5.3.4 Cromática**

Los significados que tienen los colores, se manifiesta de acuerdo a aspectos culturales y sociales determinados por su contexto de percepción, Heller (2004), en su libro “Psicología del Color”, establece que “el color es más que un fenómeno óptico y que un medio técnico” (p.18). Se estructura mediante una capacidad comunicativa, porque transmite sensaciones y varios significados en la representación del mundo de las imágenes y el diseño.

Los seres humanos distinguen todo tipo de colores mediante la percepción de la luz y todo lo que esta refleja; Costa (2003), en su libro “Diseñar para los ojos”, establece que “el color es una propiedad de las cosas del mundo, un fenómeno luminoso, una sensación óptica (es la explicación física fisiológica).” (p.56). Entonces el mismo existe en el ojo y no en un espacio físico, cada color tiene un significado; “los teóricos distinguen entre colores primarios: al rojo, amarillo, azul; colores secundarios: al verde, anaranjado y violeta, y mezclas subordinadas como: rosa, gris y marrón” (Heller, 2004, p.18).

Las propiedades de los colores establecen su apariencia y aspecto, dentro de estos se encuentra: “el matiz, valor o luminosidad y la saturación o brillo”<sup>8</sup>; el matiz que está en estado puro, sin que se agregue la tonalidad blanca o negra; el valor o luminosidad, representa la luz que se percibe de un color; es decir, cuan claro y oscuro es un color y la saturación o brillo, se ve cuan intenso o pálido es un color.

Existen los registros de color, uno de estos es el modelo CMYK, que son procesados en la impresora, para el uso de gamas, mediante la mezcla de tonos y tintas; el modelo de cuatricromía Cian, Magenta, Amarillo y Negro, “se añade para obtener un color más puro, ya que la mezcla de los colores sustractivos da el negro, pero un color desvaído. El cambio de espacio de color supone reinterpretar los colores, muchos aparecen idénticos a nuestros ojos y otros son muy similares”<sup>9</sup>.

Los colores son elementos fundamentales y representativos en el diseño editorial en relación a la composición; en todo esto, interviene un estudio del consumidor, para que los mismos interpreten y perciban el significado que tiene cada color y su influencia de comunicación que represente.

### **1.5.3.5 Fotografía**

La respuesta emocional del público, se obtiene por medio del lenguaje visual, Bonnici y Proud (2000), en su libro “Diseño con Fotografías”, establece que un imagen fotográfica, se determina mediante “el aspecto y la emoción” (p.62). A lo antes mencionado una fotografía, transmite información a los consumidores, de modo que se comprenda un contexto e intensidad.

Sin embargo, cuando se toma una fotografía, se incorpora algunas variantes como herramientas que permiten la representación de la realidad, entre estas se tiene a los planos, en los que se determina el sentido con el que se transmite un mensaje estético,

---

<sup>8</sup> Santos A. (2010). *Fundamentos Visuales II, Teoría del Color*. Extraída el 15/04/2013, en: <http://adelossantos.files.wordpress.com/2010/10/teroria-del-color.pdf>

<sup>9</sup> Gestión del Color la copia, *Sesión 33*. Extraída el 02/04/2013, en: [http://www.tucamon.es/archives/0000/1748/SESSION33\\_GESTIoN\\_DEL\\_COLOR\\_LA\\_COPIA.pdf](http://www.tucamon.es/archives/0000/1748/SESSION33_GESTIoN_DEL_COLOR_LA_COPIA.pdf)

en este se encuentran dos tipos: “el plano de ubicación o generales que sitúan la escena y nos refieren al motivo en relación con su entorno y el plano de expresión, se centra en el motivo y nos transmiten emociones o sentimientos”<sup>10</sup>

No obstante, a lo antes mencionado, también se incorporan varios tipos de planos de acuerdo a su perspectiva y encuadres de acuerdo a la posición de la cámara”<sup>11</sup>; en relación a su perspectiva se encuentra: El plano detalle, es cuando la cámara toma un objeto, un detalle cercano de una persona o animal; el primer plano, muestra el rostro de una persona, se conoce también como plano largo, cuando se identifica una parte significativa de los hombros de una persona y el plano americano o 3/4, este enfoca la toma desde la cabeza de una persona, hasta las rodillas.

De acuerdo a como se coloque la posición de la cámara, se seleccionan los encuadres verticales u horizontales como: el apaisado u horizontal, aquí el campo visual es amplio y se aplica para paisajes; el vertical o de retrato o plano medio, establece la profundidad y altura de una imagen fotográfica, va desde la cintura a la cabeza del sujeto, es adecuado para los retratos y el Inclinado o diagonal, se genera por líneas horizontales y verticales, es poco convencional.

En el Diseño Editorial, los elementos que establecen una composición de un soporte gráfico visual son determinantes; Bonnici y Proud (2000), menciona en su libro “Diseño con Fotografías”, que “una imagen fotográfica puede ser colocada en un espectro, que abarca principalmente lo informativo en un extremo, hasta lo evocativo en el otro” (p.11). El autor antes mencionado dice que la imagen fotográfica incorpora a su vez, una parte informativa como evocativo y esto depende del equilibrio de su composición, con el uso de la regla de los tercios, nos dice que los puntos de mayor atención de una fotografía, son los puntos áureos, el centro es pasivo; en el que los lectores, perciban la intensidad del mensaje con facilidad y el significado de su contexto.

---

<sup>10</sup> Casado J. (2004). *La mirada fotográfica: la composición*, Extraída el 13/06/2013, en: <http://www.shelios.com/sh2004/divu/charlas/casado1.pdf>

<sup>11</sup> Jiménez M. (2010). *Producción Televisiva*, Extraída el 7/06/2013, en: [http://www.oocities.org/mx/nyarathotep\\_0/planos\\_y\\_movimientos.pdf](http://www.oocities.org/mx/nyarathotep_0/planos_y_movimientos.pdf)



## 1.6 Diseño Corporativo

Como punto de origen en el proceso de la imagen, la comunicación junto al diseño gráfico, se ocupan del diseño de la identidad de empresas, marcas y productos, en el que los diseñadores incorporan signos visuales como soportes para los consumidores, es decir que estos se perciban por su nivel de expresión verbal como visual. Costa (20003) establece, que “El diseñador es intérprete del sentido institucional y de la personalidad de la empresa, es también estratega para orientar su trabajo con la más acertada intencionalidad; y es comunicador por cuanto su trabajo consiste precisamente en transmitir e implantar una identidad en la mente del público” (p.91).

La imagen corporativa representa la identidad visual que caracteriza a una empresa, mientras que Costa (1999), menciona en su libro “Imagen corporativa en el siglo XXI”, que “La identidad corporativa es un sistema de comunicación que se incorpora a la estrategia global de la empresa, se extiende y está presente en todas sus manifestaciones, producciones, propiedades y actuaciones” (p.218). En relación a lo antes mencionado, existen signos identificadores básicos, que pertenecen a sistemas identificadores interinstitucionales.

A lo antes mencionado, se encuentra una división compleja en los signos identificadores gráficos, Chaves (2001) en su libro “la Imagen Corporativa, Teoría y Metodología de la identificación institucional”, afirma que el “logotipo mantiene una significación” (p.41). Se identifica el nombre como un signo gráfico verbal, mediante atributos para una identidad institucional. Es el autor mencionado anteriormente, afirma que:

El logotipo aparece como un segundo plano de individualización institucional, análogo a lo que en el individuo es la firma autógrafa, respecto a su nombre. El logotipo puede definirse entonces como la versión gráfica que establece el nombre de la marca.

(Chaves, 2001, p.41)

Se establece como la parte textual de la marca. El imagotipo, como elemento complejo de la división de los signos identificadores básicos, se determina mediante imágenes que establecen el sentido y pregnancia verbal, que adapta diversas características de

acuerdo a su contexto, es decir incorpora “al nombre y a su forma gráfica” (Chaves, 2004, p.49).

Los diseñadores gráficos en los procesos de construcción de la imagen de una marca incorporan, todos los elementos y signos visuales, desarrollando significaciones para la identidad de empresas y productos, en el que los consumidores interactúen mediante la percepción de sistemas comunicacionales.

### **1.7 Sistema de Impresión Digital**

Con los avances de la tecnología, se incorpora la impresión digital que reemplaza los procesos de impresión tradicionales y convencionales, en los que se elimina la pre-impresión del documento para su maquetación. Cuando se habla de la impresión digital, se establece que “la imagen impresa se crea directamente a partir de los datos digitales; es decir, a partir de las paginas, texto e imágenes creadas con programas de diseño electrónico o autoedición”<sup>12</sup>, que facilitan la obtención del producto final impreso.

Los equipos digitales son de gran importancia para la producción editorial, porque economizan una gran cantidad de materiales impresos que durante el proceso de impresión, pueden modificarse desde su máquina matriz y a su vez con la ayuda y experiencia de los operarios, se automatizan pruebas de color de tirajes cortos en cuatricromía, que asegura el terminado final de un producto editorial de calidad. Se eliminan la creación de películas.

El diseñador debe asegurarse que el producto destinado para el cliente, cumpla todas sus expectativas y exigencias en cuanto a formato, cromática y elementos de diseño, que se incorporan en la composición antes de la impresión final del producto editorial; es decir, se haga un análisis previo con las pruebas necesarias para que el tiraje corto en cuatricromía en procesos de impresión, estén en condiciones óptimas para su distribución.

---

<sup>12</sup> Miembros los detalles (2002). *Notas técnicas - Impresión offset digital en color*. Extraída el 10/06/2013, en: <http://www.grafikar.com/Preimpresion/Archivos%20para%20Indigo/HP%20Offset%20digital.pdf>

## **2. CAPÍTULO II**

### **Diagnóstico**

En el presente capítulo, se detalla información sobre la problemática de investigación; es decir, sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes. Esta información se recopiló, por medio de la institución MIES-INFA, que desarrolla el programa de protección especial “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”, en donde se habla de actividades que abarcan aspectos de índices de la mendicidad en Quito-Ecuador, aportes instituciones y ONG’s, el desarrollo del programa de protección especial, soportes gráficos como medio de difusión de información.

La información se recopiló y ordenó, mediante fuentes primarias de expertos, a través de la técnica de observación de campo e instrumentos de investigación como: la entrevistas realizadas, a técnicos del programa protección especial del MIES-INFA y encuestas aleatorias a personas, por medio de cuestionarios; los datos obtenidos se interpretaron de manera que estos cumplan con la validación y fundamentación de la problemática de estudio.

A continuación, se describe a profundidad el desarrollo de cada temática, expuesta anteriormente.

### **2.1 Análisis Situacional**

Instituto de la Niñez y la Familia (INFA), a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES); garantiza los derechos de niños, niñas y adolescentes en el Ecuador, poniendo en ejecución el programa de protección especial “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”, este se desarrolla en 14 provincias, tomando puntos de dignidad en cada una de ellas, para la ejecución del programa mencionado anteriormente.

A continuación, se establecen el análisis interno y externo de cómo el INFA, conjuntamente con el MIES, maneja el programa de erradicación progresiva de la mendicidad.

### **2.1.1 Análisis Interno**

El INFA (Instituto de la niñez y familia), conjuntamente con el MIES (Ministerio de Inclusión Social y Económica); trabajan sobre el programa de protección especial, en las violaciones de derechos: trabajo infantil, maltrato, abuso sexual, restitución internacional, trata de personas con fines de: explotación sexual, laboral.

El programa de protección especial “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad” está en continua evaluación durante cada año; en donde se capacita a 1.231 técnicos, para el cumplimiento de actividades y proceso estratégicos de dicho programa.

Los proyectos de erradicación progresiva de la mendicidad, se enfocan en el trabajo infantil; movilidad humana; e inclusión de niños, niñas, adolescentes y personas con discapacidad. Ejecutan el programa “Da dignidad por un Ecuador sin mendicidad”; que tiene como grupo de estudio a los adolescentes, sin embargo se enfoca más a niños y niñas a lo antes mencionado, el INFA, afirma que no existen medios de difusión acordados, para que se visibilice actividades específicas que desarrollan los adolescentes durante el proceso de restitución de sus derechos.

### **2.1.2 Análisis externo**

El INFA con la ayuda del MIES, a través de los servicios de acogimiento familiar e institucional, atiende a niños, niñas y adolescentes cuyos derechos han sido vulnerados o se encuentran amenazados y están privados de su medio familiar.

Para los programas, que ejecutan las instituciones antes mencionadas, se invierte \$967 221; este valor económico es proporcionado por el estado, para que se realice convenios con organizaciones sociales y gobiernos autónomos descentralizados, junto a los cuales,

se aplican acciones de recuperación de derechos frente a las distintas problemáticas, una de ellas es la erradicación de la mendicidad en el programa de protección especial “Da dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”; sin embargo el valor antes mencionado no abastece para el cumplimiento en su totalidad de las campañas; es por esto que el INFA, como institución mantiene convenios y aportes de ONG’s, e instituciones para que el desarrollo del programas se cumpla y permanezca en una evaluación constante.

Los soportes gráficos visuales que utiliza el MIES-INFA, para que se difunda el programa de protección especial “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”; se proporciona a las personas en las calles cuando, se realizan programas en los que intervienen los adolescentes durante todo el año y dependiendo con los puntos de dignidad en que estén ubicados.

## **2.2 Mendicidad Quito - Ecuador.**

La mendicidad en Ecuador, se considera uno de los factores más perjudiciales que afecta a todo el país, según el MIES-INFA (Ministerio de Inclusión Social y Económica - Instituto de la Niñez y la Familia), es un problema social que se estudia permanentemente desde hace muchos años, a pesar de que con el gobierno actual existe una mejora de los índices sobre la erradicación de la mendicidad, no se elimina la problemática de raíz.

Por medio de información recopilada del el MIES – INFA, se afirma que en el Ecuador se redujo los índices de mendicidad en un 62.90%, en el mes de diciembre del 2012; a partir de esa fecha se identificó a 3.043 personas, esta es una cifra baja en comparación a las obtenidas en el año 2010, en las que constan 8.200 personas. En relación a la situación de mendicidad de niñas y adolescentes en el país, en el año 2010 se registró un problema de mendicidad en las calles de un 31,44%, mientras que en el año 2012, los índices de mendicidad de este grupo poblacional se redujo en un 82%.

La línea de acción protección especial, por medio del programa de erradicación progresiva de la mendicidad: “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”, que ejecuta el MIES-INFA, es una campaña estratégica, que es de gran ayuda para el

abordaje del grupo poblacional, en este caso de adolescentes en situaciones de mendicidad, de acuerdo con lo que menciona Carmen Navarrete, técnica de protección Especial MIES-INFA, en una entrevista realizada como parte de la presente investigación (ver Anexo 1); el cumplimiento de actividades del programa antes mencionado, la constancia y el esfuerzo de 1.231 técnicos, ha obtenido una respuesta positiva por parte de la ciudadanía. En la actualidad ya no se da dinero en las calles, sino aportes económicos y donaciones en los puntos de dignidad.

El MIES – INFA, afirma que el proceso de sensibilización sobre erradicación de la mendicidad en adolescentes en el Distrito Metropolitano de Quito, se inició en Ecuador el 2007 y se redujo en un 40% los índices de mendicidad. El programa de erradicación progresiva de la mendicidad: “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”, se incorpora desde el 2010; este se ha desarrollado permanentemente hasta el 2012, en este año la situación de mendicidad de niñas y adolescentes disminuye en un 60%; se identificó durante este periodo a 308 niños, niñas y adolescentes (50% mujeres y 50% hombres) que trabajan o mendigan en las calles de Quito, de los cuales 113 son menores de 5 años; 127 están entre los 5 y 12 años y 68 son adolescentes. Ellos pertenecen a 153 familias de las cuales el 38,56% habita en barrios del sur, 45,75% en barrios del centro histórico, 8,49% en el norte.

### **2.3 Línea de Acción Protección Especial**

Protección Especial, pertenece a una de las 4 líneas de acción, según el MIES-INFA, esta se establece como enfoque para la restitución de los derechos de niñas y adolescentes, a través de la cual se analizan situaciones de amenaza o riesgo, en la que se establecen acciones de prevención, mediante varias modalidades de acción como: comedor con apoyo escolar, rehabilitación basada en la comunidad, apoyo a la escolarización de niños, niñas y adolescentes, modalidad curricular flexible, protección emergente a niños que viven en las cárceles, apoyo económico para atención para personas con discapacidad, unidades técnicas de adopción regionales, centros de protección de derechos y la erradicación progresiva de la mendicidad infantil, que es la atención a niños, niñas y adolescentes, a través de acciones y estrategias; que buscan se

fomente actividades recreativas, asistan regularmente a clases, participen en colonias, campamentos, para la erradicación de la mendicidad.

### **2.3.1 Programa de erradicación progresiva de la mendicidad MIES-INFA (“Da Dignidad Por Un Ecuador Sin Mendicidad”).**

El MIES-INFA (Ministerio de Inclusión Social y Económica), afirma que el objetivo principal de este proyecto, consiste en la erradicación progresiva de la mendicidad de niños, niñas, adolescentes, personas con discapacidad y adultos mayores en el país, a través de la prevención, restitución y exigibilidad; que promuevan acciones de inclusión social y económica de NNA, adultos mayores, personas con discapacidad y familias inmersas en esta problemática.

Carmen Navarrete, técnica de protección especial MIES - INFA, en una entrevista realizada como parte de la presente investigación (ver Anexo 1), menciona que el programa que ejecuta el MIES-INFA, se desarrolla en 14 provincias entre estas están: Carchi, Imbabura, Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua, Azuay, el Oro, Loja, Guayas, Manabí, Bolívar, Cañar, Esmeraldas, Santa Elena, Santo Domingo y en el caso de Pichincha (Quito), se estudia y analiza la problemática, factores negativos, afectaciones para que genere acciones de prevención, restitución de derechos de adolescentes en condiciones de riesgo y así se garantice un control del grupo de estudio, para un enfoque de las actividades para la inclusión social de los mismos.

### **2.3.2 Puntos de dignidad en Quito y donaciones por algunas instituciones, puntos de dignidad (Pichincha-Quito) MIES-INFA**

A continuación, se detallan la información de los puntos de dignidad (Pichincha-Quito) proporcionado por el MIES-INFA.

Tabla 4

Puntos de dignidad (Pichincha-Quito)

	<b>CANTÓN</b>	<b>LUGAR</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
1	<b>Quito</b>	Dirección Provincial MIES INFA Pichincha,	6 de Diciembre N 2393 y Wilson
2		Coordinación Territorial Sur	Tnte. Hugo Ortiz S1189 y Alonso de Angulo
3		Coordinación Territorial Norte	Veracruz 316 y Pedro Bedón
4		Coordinación Territorial Valles	Av. Ciudad del Niño Conocoto
5		Coordinación Territorial Cayambe	Rocafuerte Oeo-02 y 23 de Julio

Fuente: Datos proporcionados por el MIES-INFA

- En la siguiente tabla, se detallan las donaciones de Instituciones que aportan con el programa de erradicación de mendicidad, que ejecuta el MIES-INFA.

Tabla 5

Donaciones instituciones

<b>Instituciones</b>	<b>Número Donaciones</b>	<b>Observaciones</b>
Confiteca	2000	
Nestlé	500	
Colegio Tabacundo	1320	
Colegio Natalia Jarrín	1572	
Santa María	100	
Tupperware Ecuador	410	Empresa donación en la DPP de artículos nuevos como: manteles de mesa, vajillas, muñecas, ventiladores, juegos de mesa, bolsos entre otros.
Universidad San Francisco de Quito	1320	

Fuente: Datos proporcionados por el MIES-INFA



### **2.3.3 Actividades programa de erradicación progresiva de la mendicidad (“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”) MIES-INFA.**

EL MIES-INFA, mediante la información obtenida de la institución, afirma que el programa de erradicación progresiva de la mendicidad de niñas y adolescentes, mantiene una estructura de actividades para la prevención de la mendicidad como: Coordinación Inter-institucional con actores clave: el estado, fundaciones, instituciones, ONG’s; que apoyan oportunamente con recursos económicos, para la ejecución del proyecto.

Otra actividad, es el desarrollo de la campaña permanente “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”, se ejecuta durante todo el año para que sensibilice a la sociedad y se incorpore a niños, niñas, adolescentes y sus familias, en especial en el mes de diciembre, porque según el MIES-INFA, en este mes aumentan los índices de mendicidad en el país.

Los técnicos reciben capacitación personal y organizan eventos en el que las niñas, niños y adolescentes que se encuentren en situaciones de mendicidad, participen en actividades de motivación, con esto los técnicos analizan, evalúan al grupo de estudio y dan seguimiento al programa en su ejecución.

### **2.4 Criterios de expertos del MIES-INFA y material gráfico visual**

Carmen Navarrete, técnica del programa de protección especial, que ejecuta el MIES-INFA, afirma en una entrevista realizada como parte de la presente investigación, (ver Anexo1); que es de gran importancia que se tome en cuenta a grupos de estudio más específicamente, como es el caso de los adolescentes para que la sociedad conozca y forme parte del proceso del mismo; y, así se visibilice las actividades que se van desarrollando anualmente de acuerdo al programa establecido; que se incorpore a su vez, soportes visuales acordes para la difusión y transmisión de mensajes, sobre los adolescentes en procesos de erradicación de mendicidad.

Wendy Haro, encargada del área de comunicación social del MIES-INFA Pichincha, afirma en una entrevista realizada como parte de la investigación, (ver Anexo 2); que la campaña comunicacional, que se realiza sobre la erradicación de la mendicidad, proporciona un material gráfico que se difunde de manera general, incorpora temáticas como: el abuso sexual, mafias y trabajo infantil; pero no se enfoca principalmente en la difusión y transmisión de información de las actividades, sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes, como un problema de inclusión social.

Material gráfico sobre la línea de acción del programa protección especial: programa permanente para la erradicación progresiva de la mendicidad: “DA DIGNIDAD” Por un Ecuador sin Mendicidad:

## Imagen 2

Material gráfico visual MIES-INFA, flyer



Fuente: Material proporcionado por el MIES-INFA, Wendy Haro Comunicadora



## Imagen 4

Material gráfico visual MIES-INFA, afiches



Fuente: Material proporcionado por el MIES-INFA, Wendy Haro Comunicadora

El material gráfico que maneja el MIES-INFA, para visibilizar las actividades sobre la erradicación de mendicidad de adolescentes, se difunde de manera general en su contexto, por medio de publicaciones escritas como: flyers, afiches, dípticos, a pesar de que la información no es extensa, en algunos casos, el manejo de los elementos gráficos como tipografía, cromática, ilustraciones e imágenes no tiene un equilibrio visual, se maneja una misma línea gráfica, en la que no se identifica un mensaje positivo de inclusión social del grupo objetivo de estudio, que llame la atención del público.

### 2.5 Resultados de las encuestas aleatorias realizadas al personas de 20 a 35 años de edad.

En la presente investigación, por medio de instrumentos y técnicas de investigación, se determinó la encuesta (ver Anexo 3), como herramienta para el análisis de visibilizar la problemática de inclusión social de adolescentes, en problemas de erradicación de mendicidad, en el que se identificó el grupo de estudio, ubicado en el sector centro de

Quito, a través del último censo que se realizó en el año 2010. A continuación se detallan los resultados obtenidos de las encuestas:

Tabla 6

Análisis Edades

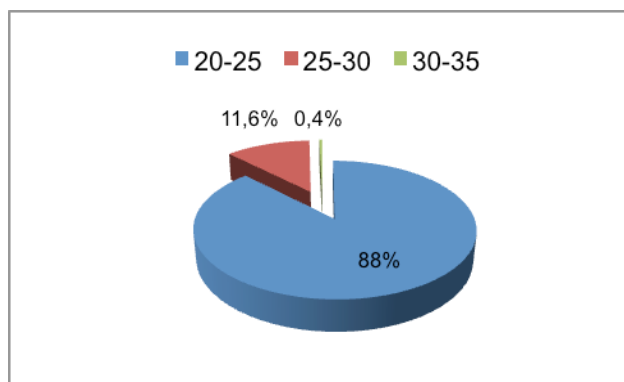
Opciones	f	%
20-25	72	88,0
25-30	10	11,6
30-35	4	0,4
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

Fuente: Modelo de encuesta 1

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Gráfico 1

Tabulación de encuesta 1. Edades encuestados



Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- *Interpretación:*

Un 88% de los encuestados corresponde a un rango de edad entre los 20-25 años, con relación a personas de rango de edad entre 30-35 años.

## Pregunta 1

¿Conoce las actividades que realizan los adolescentes en procesos de Erradicación de Mendicidad?

Tabla 7

Análisis Pregunta 1

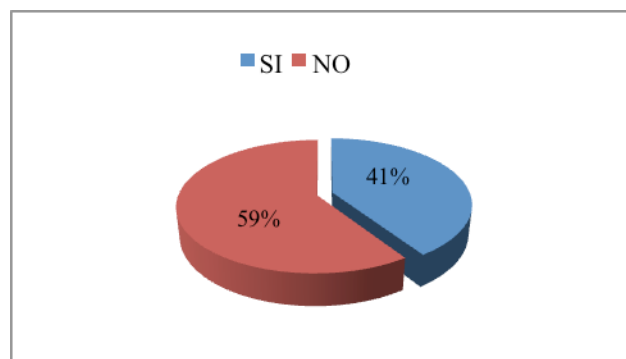
Opciones	f	Porcentaje
SI	35	41,0
NO	51	59,0
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

Fuente: Modelo de encuesta 1

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Gráfico 2

Tabulación de encuesta 1. Pregunta 1



Fuente: Tabla 7

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- *Interpretación:*

El 59%, no conoce procesos ni actividades que desarrollan los adolescentes en la erradicación progresiva de la mendicidad, en donde aprenden y desarrollan oficios para poder ser "productivos" en la sociedad Ecuatoriana; mientras que el 41% de los encuestados, afirma conocer actividades que desarrollan los adolescentes para la restitución de sus derechos.

## Pregunta 2

¿En qué condiciones cree usted, que se encuentran los adolescentes en proceso de Erradicación de Mendicidad?

Tabla 8

Análisis Pregunta 2

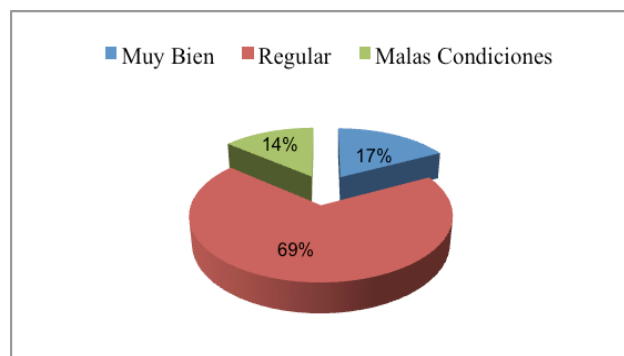
Opciones	f	Porcentaje
Muy Bien	15	17,4
Regular	59	68,6
Malas Condiciones	12	14,0
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

Fuente: Modelo de encuesta 1

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Gráfico 3

Tabulación de encuesta 1. Pregunta 2



Fuente: Tabla 8

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- *Interpretación:*

Un 69%, cree que los adolescentes viven en condiciones regulares, por lo que afirman no conocer que sucede con ellos, cuál es el trasfondo de su pasada mendicidad, creen que no hay proyectos actuales que se preocupen en su totalidad por ellos, un 14% afirma que viven en malas condiciones porque se encuentran en problemática de "Mendicidad".

### Pregunta 3

¿Cree usted que los adolescentes en procesos de Erradicación de Mendicidad, tengan aceptación en relación a un contexto de inclusión socio-cultural?

Tabla 9

Análisis Pregunta 3

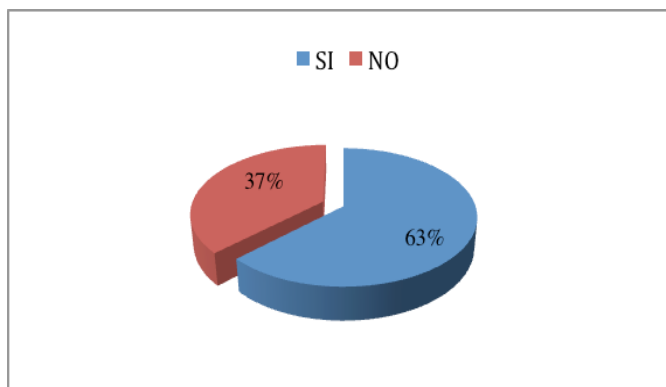
Opciones	f	Porcentaje
Si	54	62,8
No	32	37,2
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

Fuente: Modelo de encuesta 1

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Gráfico 4

Tabulación de encuesta 1. Pregunta 3



Fuente: Tabla 9

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- *Interpretación:*

En el común de la sociedad equivale al 37%, estas personas afirman que un adolescente que ha pasado por condiciones de mendicidad, no puede ni podrá salir de dicha problemática. El 63% cree que sí serán aceptados los adolescentes, luego de haber pasado en un proyecto de inclusión social y la opinión del gobierno, sea factible para que se determine una propuesta al respecto.



## Pregunta 4

¿Qué tan importante es que se cumplan los derechos de los adolescentes con problemas de mendicidad?

Tabla 10

Análisis Pregunta 4

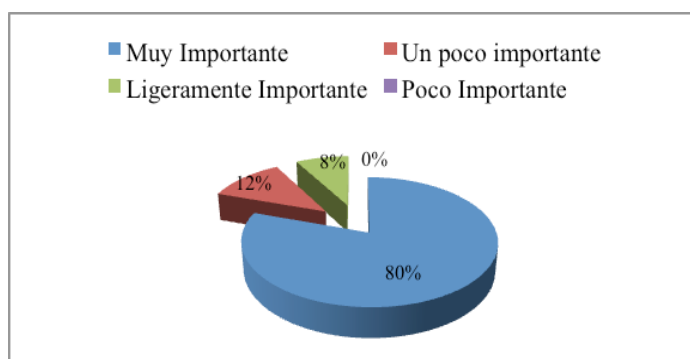
Opciones	f	Porcentaje
Muy Importante	69	80,0
Un poco importante	10	12,0
Ligeramente Importante	7	8,0
Poco Importante	0	0,0
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

Fuente: Modelo de encuesta 1

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Gráfico 5

Tabulación de encuesta 1. Pregunta 4



Fuente: Tabla 10

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- *Interpretación:*

El 80% de los encuestados afirman, que los adolescentes que se encuentran en condiciones de mendicidad, siguen siendo seres humanos y que los derechos deberían aplicarse por igual en una proporción más grande, los más jóvenes de la encuesta hacen énfasis en ésta afirmación; quienes respondieron ligeramente, dicen desconocer el tema parcialmente.

## Pregunta 5

¿Cree usted que un proyecto de Diseño Gráfico sea idóneo para visibilizar las actividades sobre la Erradicación de la Mendicidad que cumplen los Adolescentes, en programas de inclusión social?

Tabla 11

Análisis Pregunta 5

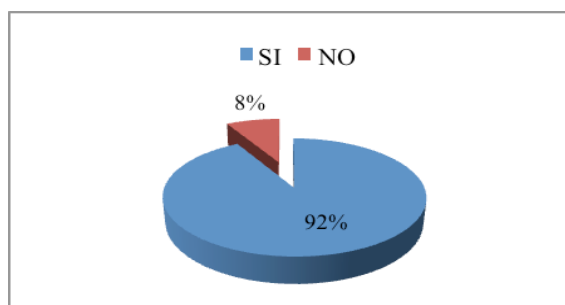
Opciones	f	Porcentaje
Si	79	91,9
No	7	8,1
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

Fuente: Modelo de encuesta 1

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Gráfico 6

Tabulación de encuesta 1. Pregunta 5



Fuente: Tabla 11

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- *Interpretación:*

El 92% de las respuestas afirman que no existe buena comunicación por parte del Gobierno, ni de Fundaciones sin fines de lucro sobre el real concepto de mendicidad, ni qué tipos de propuestas existen para erradicar dicha condición social, entonces con un buen proyecto de diseño gráfico, se puede llegar con un mensaje que difunda y transmita información a todas las personas de dicha problemática.

## Pregunta 6

¿Ha conocido o escuchado sobre campañas comunicacionales gráficas, visuales que transmitan y difundan información sobre los derechos, actividades y aportes que desarrollan los adolescentes en proceso de Erradicación de la Mendicidad?

Tabla 12

Análisis Pregunta 6

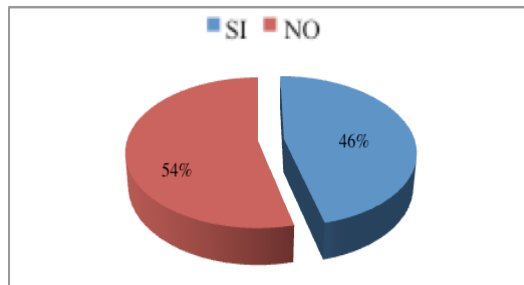
Opciones	f	Porcentaje
Si	64	46,0
No	22	54,0
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

Fuente: Modelo de encuesta 1

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Gráfico 7

Tabulación de encuesta 1. Pregunta 6



Fuente: Tabla 12

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- *Interpretación:*

Las respuestas en estas preguntas, son un poco ambiguas, porque la gente si bien no ve una campaña masiva, puede tener un poco de información al respecto, mediante medios de comunicación, la mayor parte o una idea; pero el 54% afirma no conocer ideas concretas sobre el tema y el 46%, dice tener idea; pero igual que el otro grupo no conoce información específica de todo su proceso.

## Pregunta 7

¿Le gustaría formar parte de las actividades y progresos que desarrollan los adolescentes en los programas de Erradicación de Mendicidad como parte de un contexto de inclusión social?

Tabla 13

Análisis Pregunta 7

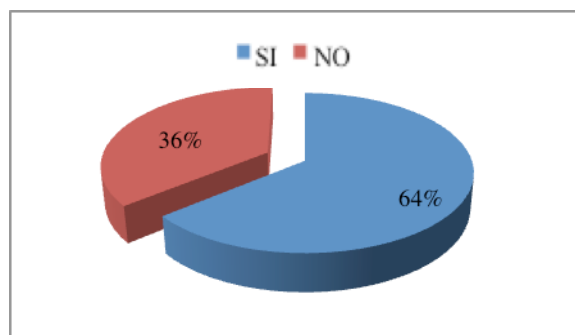
Opciones	f	Porcentaje
Si	55	64,0
No	31	36,0
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

Fuente: Modelo de encuesta 1

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Gráfico 8

Tabulación de encuesta 1. Pregunta 7



Fuente: Tabla 13

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- *Interpretación:*

El 64% dice querer apoyar de forma indirecta a las campañas para erradicar la mendicidad a través de publicidad, por medios digitales y físicos, colaborar en algunos casos como voluntarios; pero igual no saben qué hacer para ayudar; mientras que, el 36%, afirman no comprometer medios económicos, ni algo que represente consumo de su tiempo libre.

## **2.6 Análisis de las encuestas aleatorias realizadas al personas de 20 a 35 años de edad.**

El estudio que se realizó por medio de la encuesta aleatoria, para que se establezca el grupo objetivo como resultado final, se determinó que las personas entre los 20 y 35 años de edad, en su mayoría no conocen en su totalidad las actividades que los adolescentes realizan en procesos de erradicación de mendicidad, y que no existen campañas comunicacionales que transmitan y difundan información en específico de todo su proceso. Es importante que se restituyan sus derechos y que por medio del diseño gráfico, como herramienta de la educación de una sociedad, se establezcan procesos de comunicación, en el que la información que se transmita de manera clara, explicable y esta a su vez sea la base para el desarrollo de problemas; en el que se presenten acciones para dichas propuestas por medio de una investigación metodológica y argumentativa, para que exista una interacción e inclusión social de los adolescentes en procesos de erradicación de mendicidad.

### **3. CAPÍTULO III**

#### **Desarrollo del producto**

La creación y elaboración del soporte gráfico visual, se determina mediante procesos, métodos creativos y teóricos, mediante una indagación y recopilación de información de la problemática de investigación, sobre la visibilización de las actividades, que desarrollan los adolescentes en programas de inclusión social de erradicación de la mendicidad de adolescentes; que se establecen como base para la toma de acciones, frente al problema de diseño gráfico.

Las bases y referencias teóricas de autores, permiten la fundamentación del soporte editorial; que a su vez se valida, por medio del criterio de expertos en el área de Diseño Gráfico y Comunicación, para que se cumpla con la verificabilidad de la presente investigación.

A continuación se detalla los procesos metodológicos y teóricos para la elaboración del soporte editorial Agenda-Revista “Tejiendo Sueños”.

#### **3.1 Fundamentación del Producto**

En la presente investigación, para la creación del producto editorial, se tomó como grupo de estudio a los adolescentes de 12 a 18 años, rango de edad que comprende la adolescencia; el grupo antes mencionado interviene en los programas de erradicación de mendicidad que ejecuta el INFA, como el programa “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”; sin embargo, el material de soportes visuales para difusión y transmisión de mensajes comunicacionales de inclusión social, es escaso, no cumple procesos metodológicos de diseño y la información de la problemática se maneja de manera general.

Para la construcción y elaboración de la Agenda-Revista “Tejiendo Sueños”, se utilizó teorías, bases conceptuales de referencias bibliográficas, de autores expuestos el capítulo I; para el desarrollo del producto editorial, se tomó en cuenta la propuesta del proceso creativo de Bruce Archer (1968), esta propuesta incorpora 3 fases, que se describen a continuación:

**Fase analítica:** Se determinó el diagnóstico de la problemática de investigación, sobre la visibilización de las actividades de erradicación de la mendicidad de los adolescentes, en programas de inclusión social, mediante la recopilación de información, en el que se usó la técnica de observación de campo; a través, de instrumentos de investigación como: entrevistas realizadas a expertos del MIES-INFA, encuestas aleatorias a personas sobre la problemática y una entrevista de perfil psicográfico, a los adolescentes de 12 a 18 años de la fundación Cruz Roja; para la elaboración del producto las fotografías se obtuvo mediante una salida de campo en el que se evidencian las actividades que realizan los adolescentes en todo el año.

**Fase creativa:** Se organiza la información recopilada en la fase anterior y se inicia el desarrollo de ideas y la selección de las mismas, para que se establezca una solución de un soporte gráfico visual adecuado, con el objeto de que se visibilicen las actividades de erradicación de la mendicidad de los adolescentes, en programas de inclusión social; en esta fase el desarrollo de ideas se establecen mediante bocetos, lluvia de ideas posibles para la estructura de la composición del producto editorial.

**Fase ejecutiva:** Se refiere a la producción del producto editorial Agenda-Revista “Tejiendo Sueños”, en la que se establece la valoración crítica del soporte gráfico visual, mediante el criterio de expertos en el área de Diseño Gráfico y Comunicación. Se utiliza la técnica de observación de campo, a través de la elaboración de una matriz de evaluación, que incorpora una escala valorativa de tres variantes como: “excelente”, altamente relevante; “bien”, medianamente relevante; “regular” y no relevante; también, se establecen cuatro variantes en relación a la verificabilidad del producto como: novedad, actualidad, aplicabilidad y funcionalidad, en el que los resultados obtenidos se interpretan y modifican, si existen cambios pertinentes para mejora del soporte gráfico visual.

A continuación, se describe el proceso creativo antes mencionado para la construcción del producto editorial.

### **3.2. Creación del Identificador**

- **Imagotipo**

En el producto gráfico visual, intervienen varios elementos que determinan las prácticas culturales y sociales de percepción visual, en relación a la interpretación simbólica del ser humano en procesos de comunicación, mediante la construcción de significados y significantes. El uso del imagotipo, determina el nombre y su significación a la agenda revista, como producto editorial que se compone de imagen y texto.

Tejiendo sueños, es decir la parte textual interviene como logotipo, en el que se visibiliza las actividades sobre el proyecto de erradicación de la mendicidad en los y las adolescentes, entre 12 a 18 años de edad, mediante una entrevista realizada al grupo de estudio antes mencionado (ver anexo 5); 12 jóvenes de la Fundación Cruz Roja indicaron cual era su sueño, mediante el cual puedan ver más allá de su contexto sociológico y psicológico al que están acostumbrados, fue la base para el desarrollo del producto.

Tejer es unir cada elemento que forma un todo; es decir, existe una necesidad en donde nace un deseo, que incorpora un sentimiento que al complementarse, surge un sueño y posteriormente, existe una acción que lleva a hacerlo real.

La imagen del identificador, se maneja como un isotipo que es la parte gráfica, en sí está compuesta por la síntesis de un adolescente; que en su imaginario plasma varios sueños; que al unirse visibilizan un contexto de inclusión social.

Cada hilo pertenece al sueño de un joven y al conectarse por medio de su unión, forma un todo, este todo visibiliza cada uno los sueños; que dan como resultado el tejido. Los jóvenes tienen sueños distintos e irrepetibles, por tal razón cada hilo tiene un distinto color.



## Imagen 5

Identificador Tejiendo Sueños, imagotipo



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

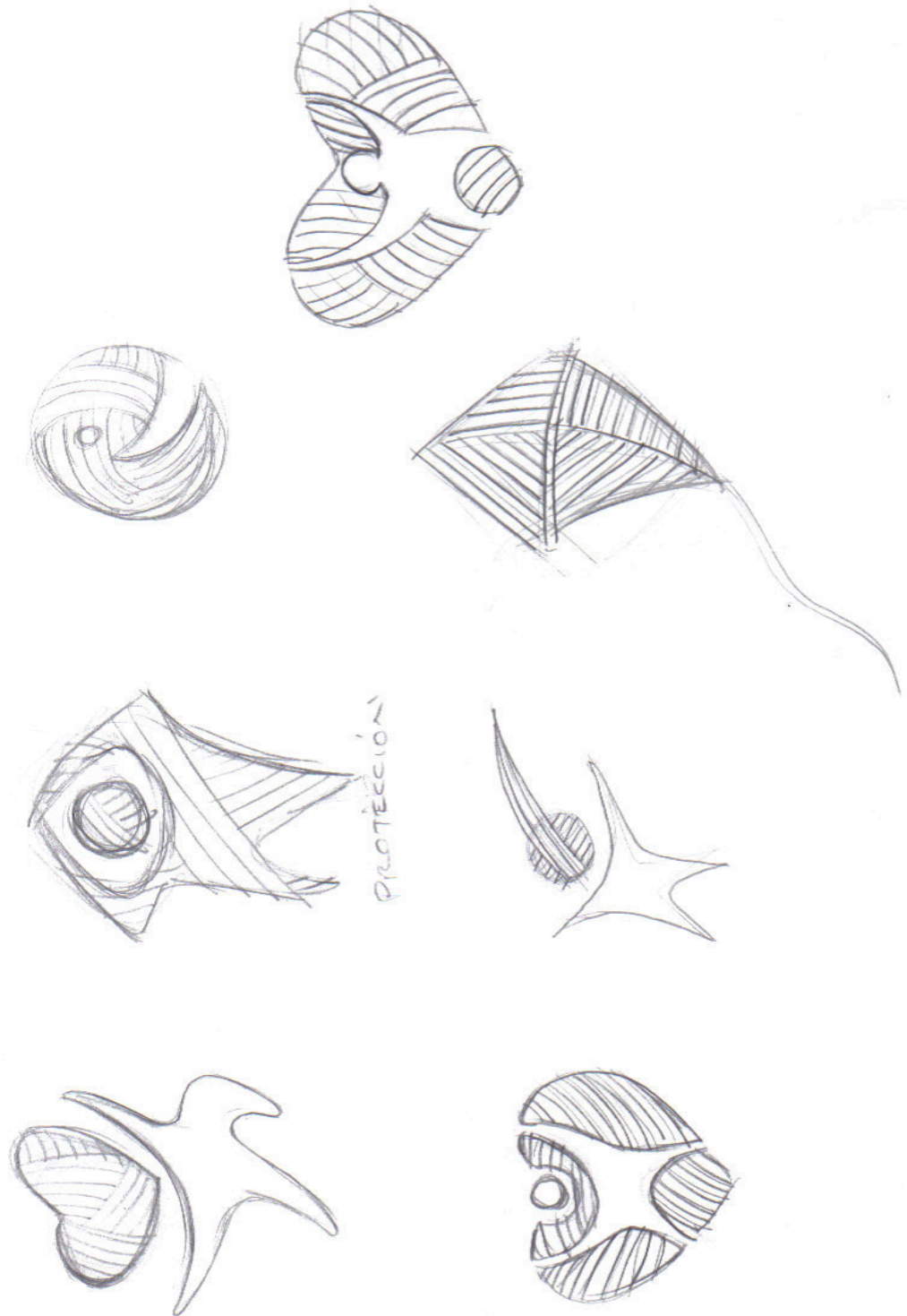
- **Bocetos para la creación y construcción del identificador o imagotipo**

Se determina varios bocetos mediante una lluvia de ideas con relación a los adolescentes en problemas de erradicación de mendicidad y temas como: protección, amor, tejido, libertad, adolescente, sueños.

A continuación se establecen los bocetos para la creación del identificador.

## Imagen 6

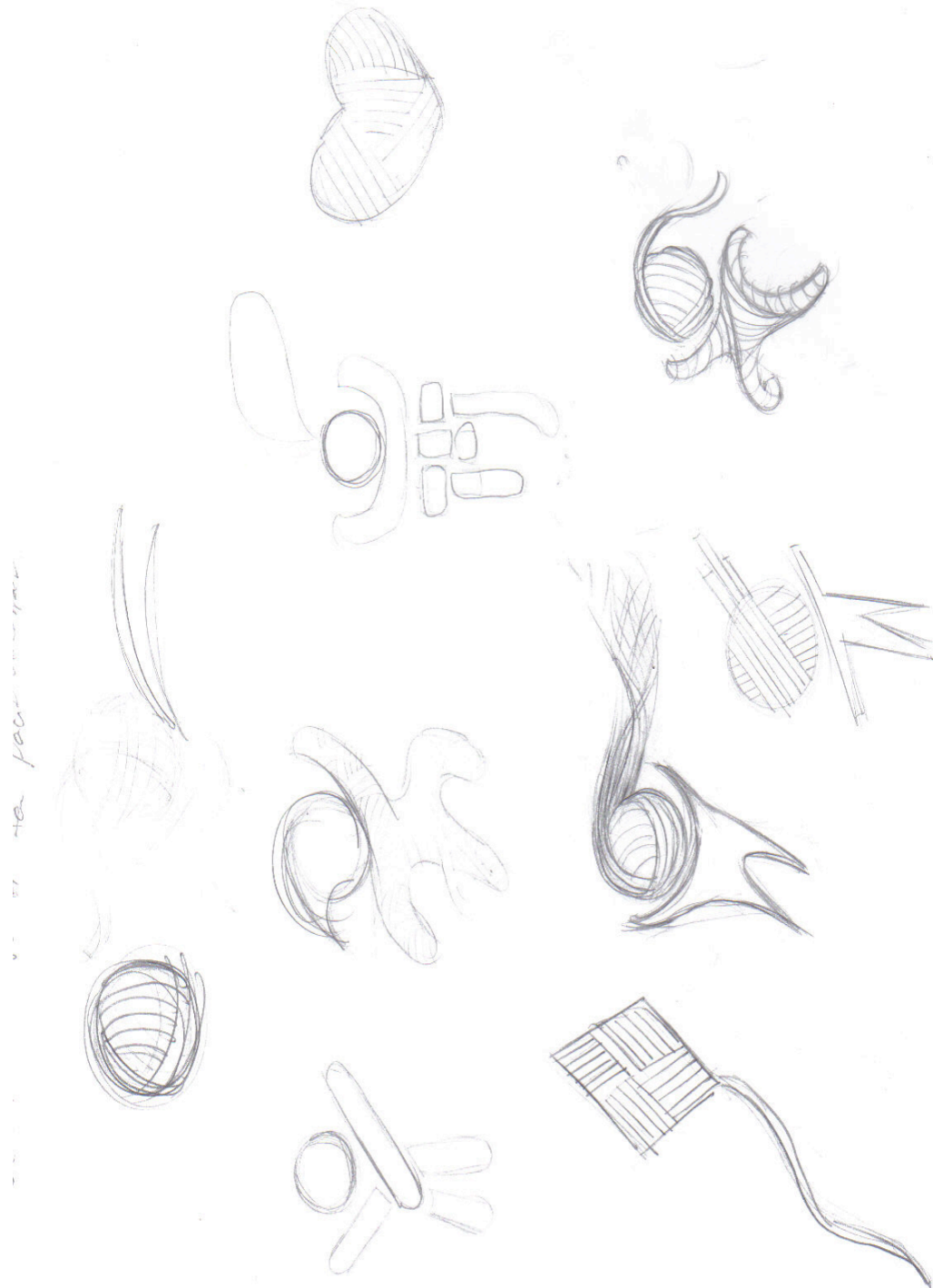
Bocetos, creación del identificador Tejiendo Sueños, imagotipo



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

## Imagen 7

Bocetos, creación del identificador Tejiendo Sueños, imagotipo



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Bocetos final del identificador o imagotipo**

Se incorporó el imagotipo final, después de la unión de la lluvia de ideas antes mencionados, que dio como resultado “Tejiendo Sueños”, que representa a los sueños de cada uno de los adolescentes y cada hilo que representa un todo.

Imagen 8

Bocetos, creación del identificador final Tejiendo Sueños, imagotipo



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

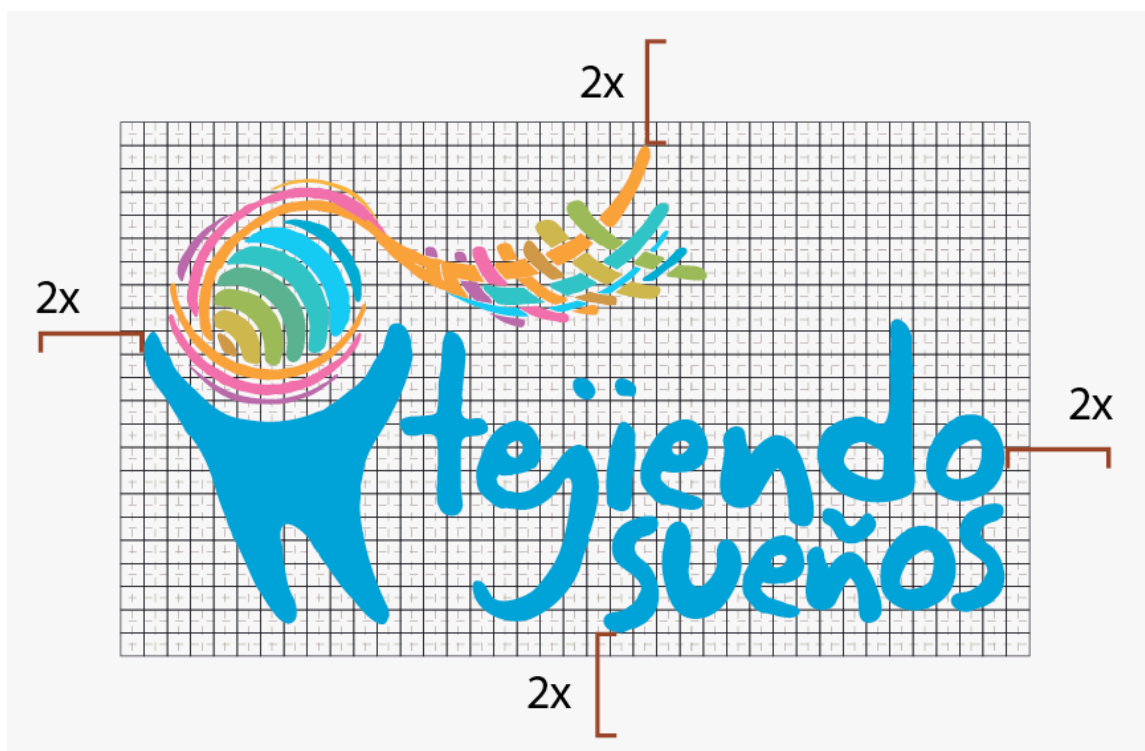
- **La retícula y área autónoma del identificador**

La construcción de la retícula, se compone por las dimensiones de: 0,2 cm x 0,2 cm; se ubicó el identificador en la retícula, para que el mismo tenga un equilibrio en la composición gráfica.

La medida del Área Autónoma, se toma por medio de las características anatómicas de la fuente tipográfica del imagotipo y su composición entre imagen y texto del identificador.

Imagen 9

Retícula y área autónoma del identificador



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Elaboración del identificador**

Para la unificación del identificador, se realiza la síntesis de cada uno de sus elementos gráficos, para la construcción final de la composición del imagotipo.

Imagen 10

Elaboración del identificador



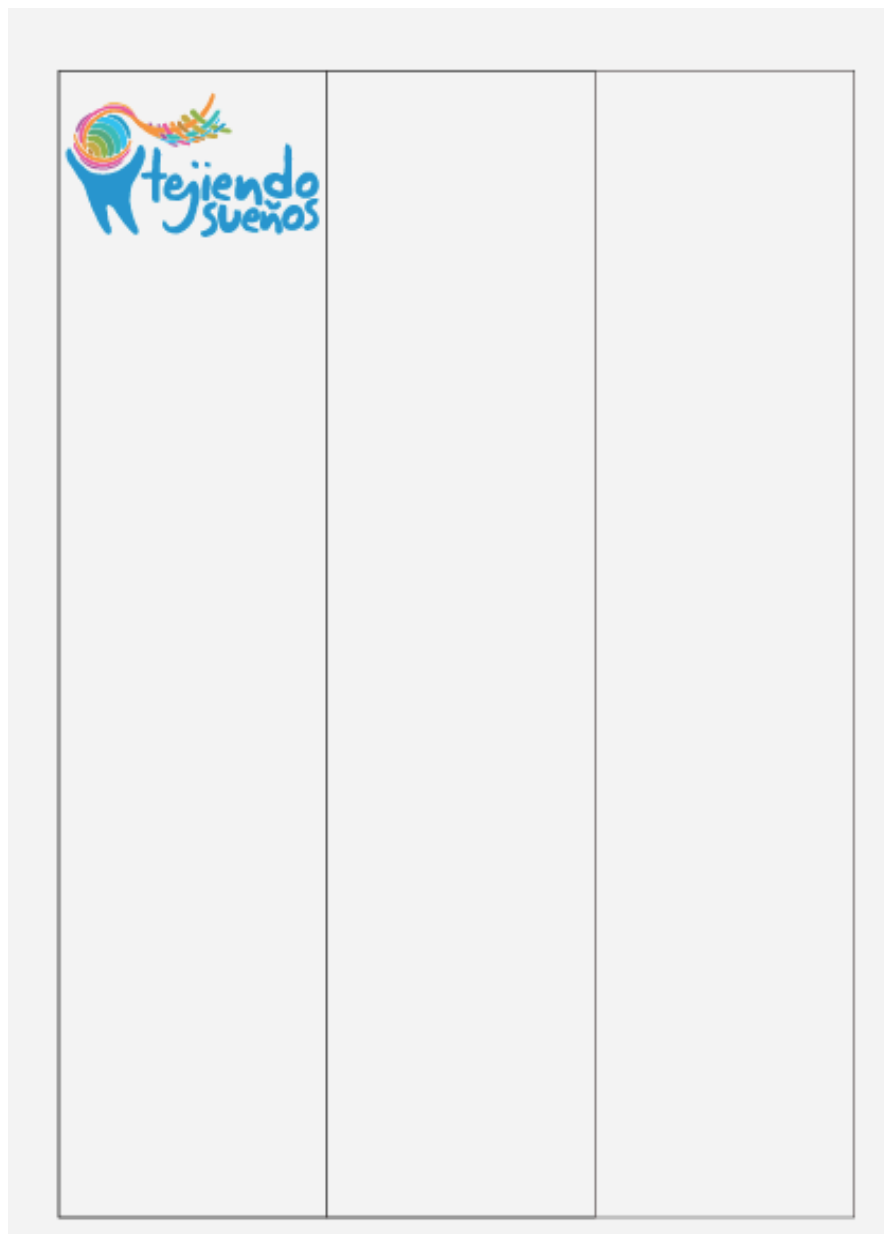
Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Tamaños**

El identificador, se tomó de la tercera parte de una hoja A5 (21x15) del 100%, en tamaño escala.

Imagen 11

Tamaño del identificador a escala al 100%



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

A continuación se representa al identificador en escala real al 100%, 75% y 50%

Imagen 12

Tamaño a escala real del identificador al 100%, 75% y 50%



Elaborado por: Estefanía Zumárraga



### **3.3 Fotografía**

En la construcción de producto editorial, se incorpora imágenes fotográficas, de tal manera que los adolescentes entre 12 y 18 años de edad de la fundación Cruz Roja de Machachi; que pertenecen al programa de protección especial, “Da Dignidad por un Ecuador sin mendicidad”, que ejecuta el MIES-INFA); para que se visibilicen cada uno de sus sueños frente a un contexto de inclusión social, con la finalidad de que exista una difusión y transmisión de mensajes informativos y a su vez evocativos para la sociedad.

- **Portadas de cada mes**

En las portadas de cada mes, se implementó imágenes fotográficas de 12 niños de la fundación Cruz Roja que pertenecen al programa protección especial “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”; se incorpora planos generales y planos de expresión, en el que se presenta un contexto, escenario y ambiente, que transmiten emociones o sentimientos.

Cada una de las imágenes fotográficas, son representación de la realidad, es por eso; que la intensión de estas se manejó a través de un espectro, que se compone desde lo informativo en un extremo, hasta lo principalmente evocativo en el otro; es decir, que cuando se complementan estos, cause impresión en el imaginario de los consumidores, incorporando cada uno de los adolescentes en un contexto de inclusión por parte de la sociedad.

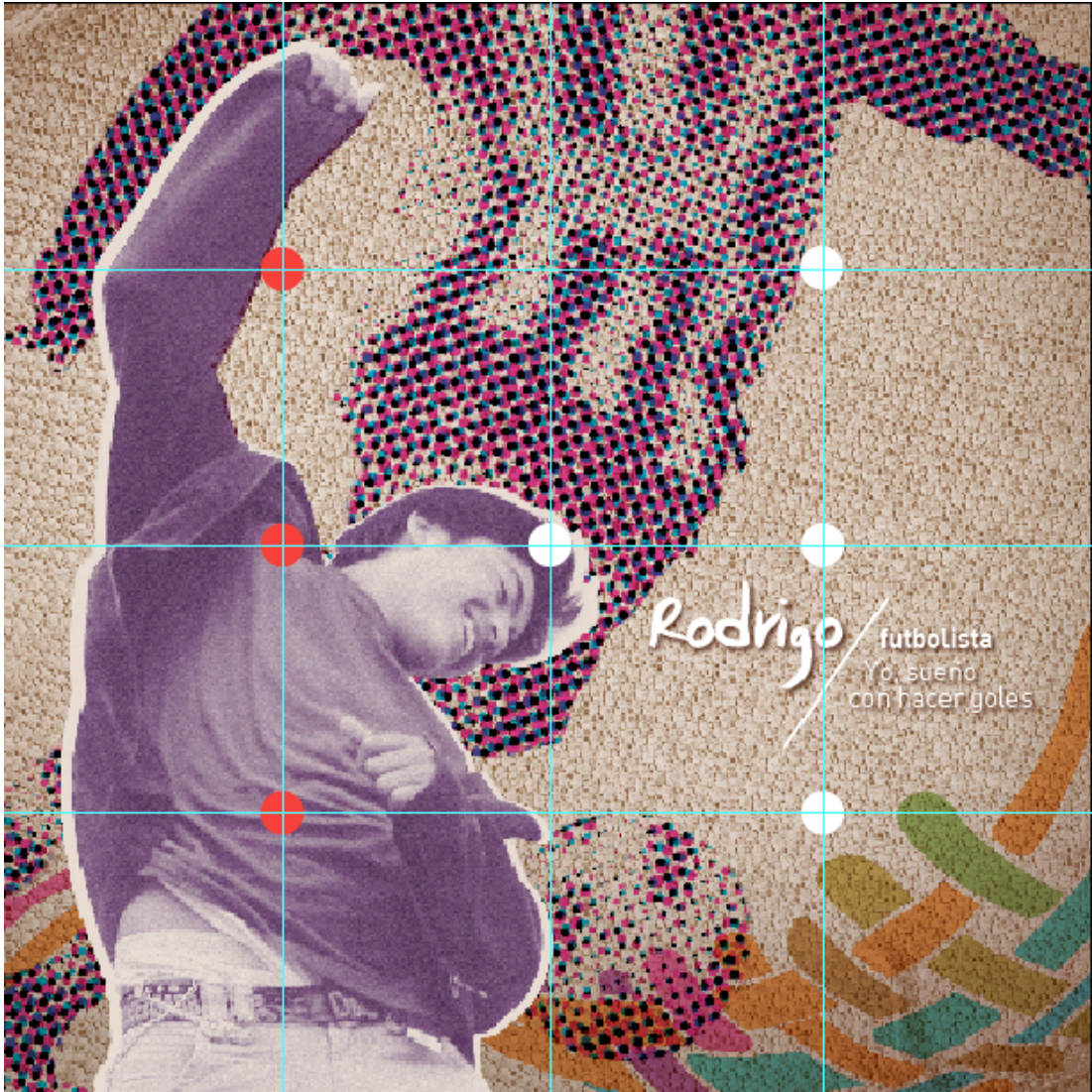
- **Ley de tercios y planos**

Las imágenes fotográficas, de las portadillas de cada mes, de la Agenda-Revista “Tejiendo sueños”, incorporan la ley de tercios, en el que busca el centro óptico o el centro de interés del peso visual de la imagen; la incorporación de planos y encuadres son determinantes para que se cumpla la ley antes mencionada y se detallan a continuación:

- Enero

### Imagen 13

Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes enero



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

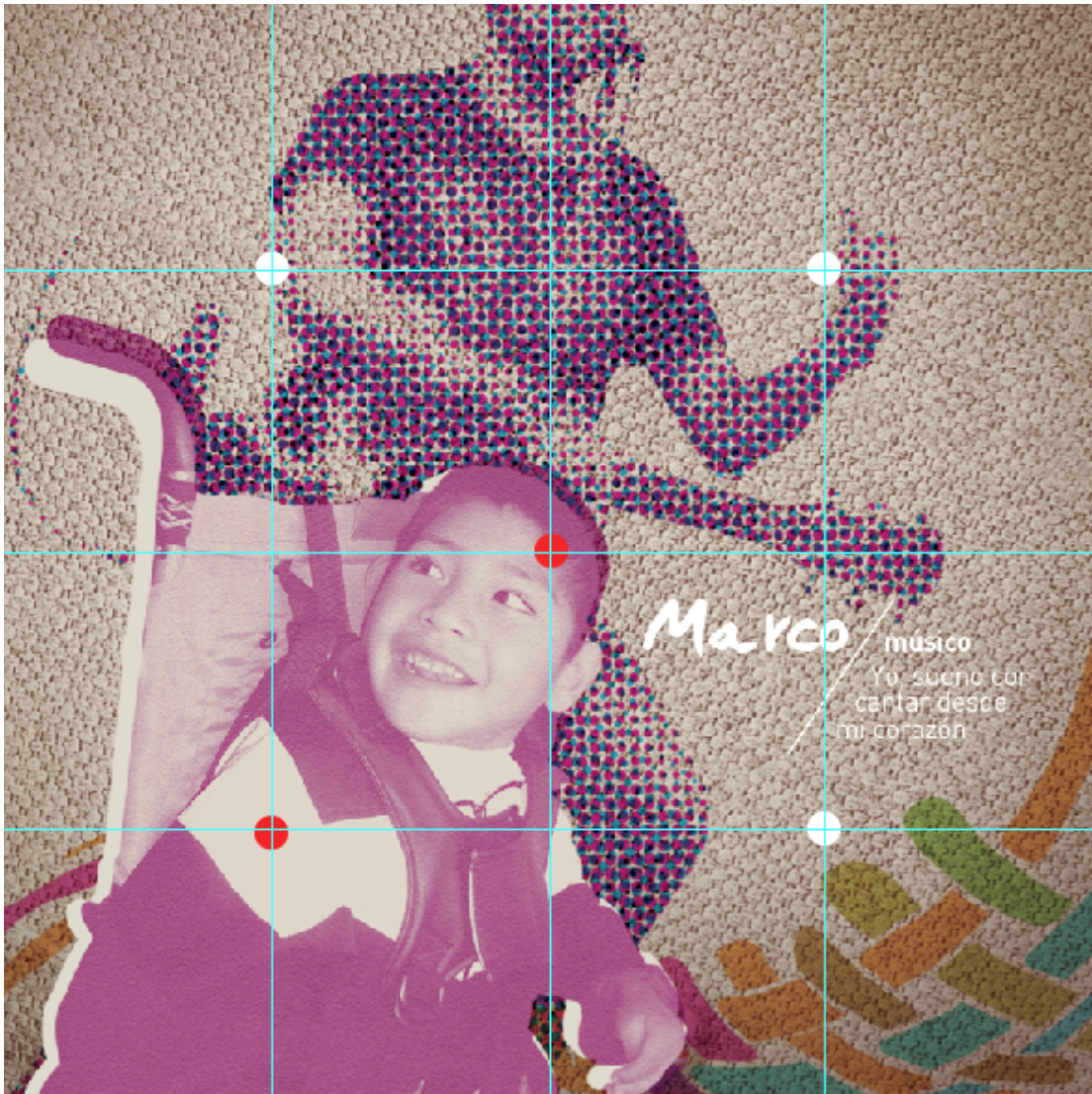
Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, en la imagen fotográfica, se utilizó un plano medio, en el que se identifica el nivel emocional del sujeto y su encuadre vertical.

- **Febrero**

Imagen 14

Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes febrero



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

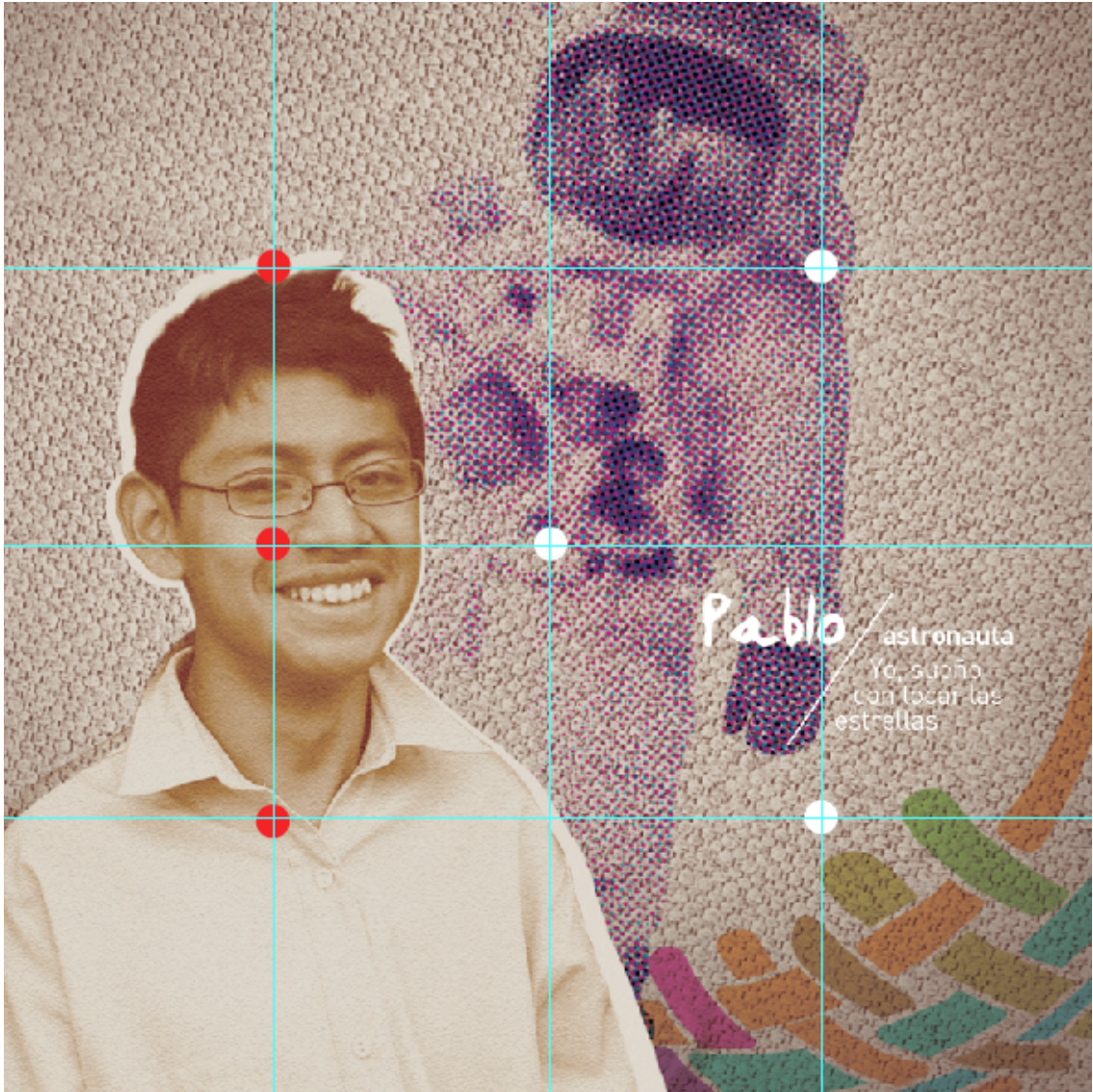
Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, se utilizó el encuadre vertical del retrato o plano medio, en el que establece la profundidad y la altura de la imagen fotográfica.

- **Marzo**

Imagen 15

Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes marzo



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, se utilizó un encuadre vertical o plano medio, en el que se establece la altura de la imagen fotográfica.

- Abril

Gráfico 16

Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes abril



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

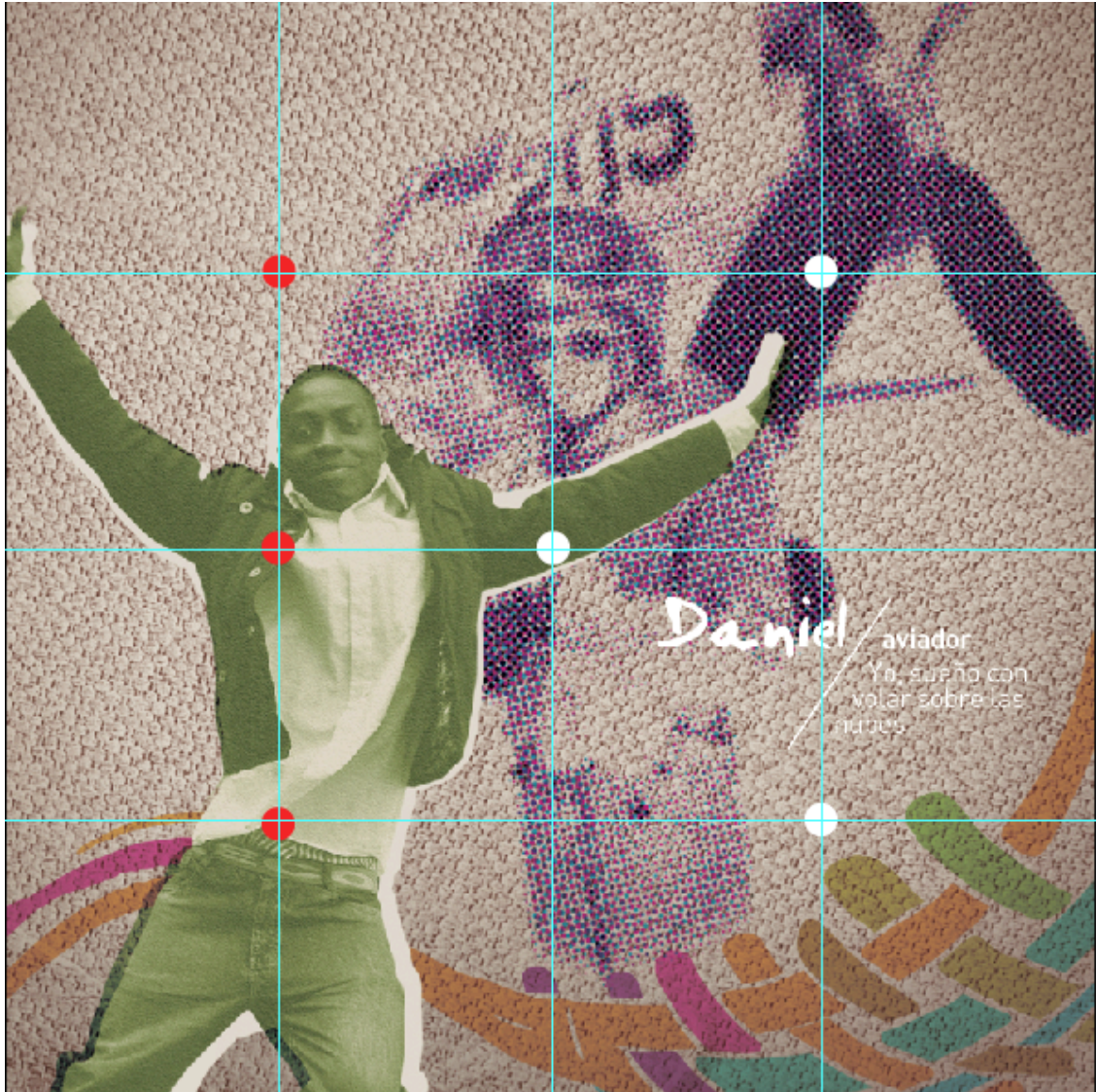
Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, se utilizó el plano medio; que se visualiza un encuadre vertical de expresión del sujeto.

- Mayo

Gráfico 17

Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes mayo



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

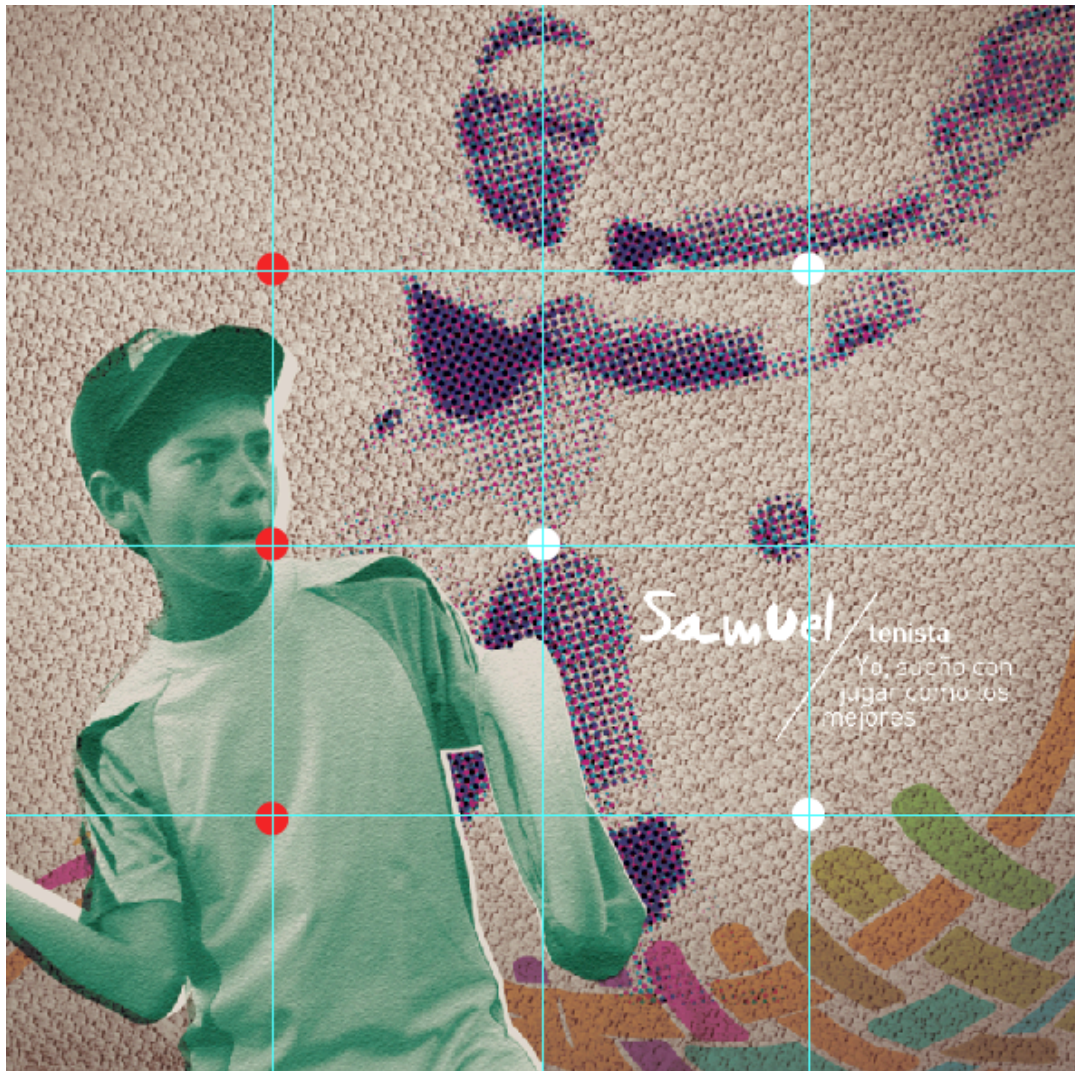
Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, se utilizó el plano americano; que enfoca desde la cabeza del personaje hasta las rodillas.

- Junio

## Imagen 18

Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes junio



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, se utilizó el plano medio, en el que su enfoque vertical, se determina desde la cintura a la cabeza, se visualiza la altura de la imagen fotográfica.

- Julio

Imagen 19

Ley de Tercios, Portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes julio



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

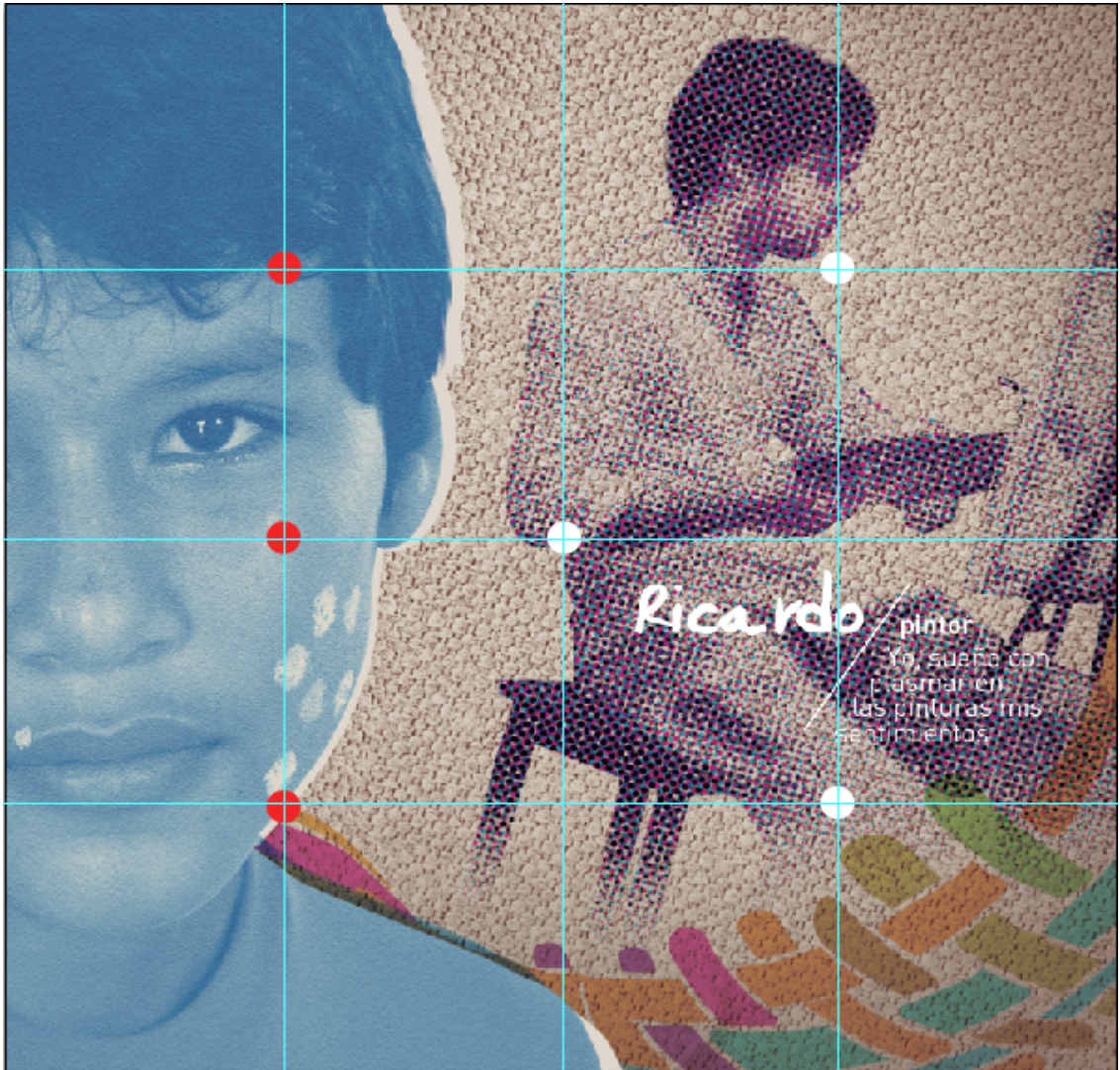
El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, se utilizó en la imagen fotográfica, el plano americano o plano  $\frac{3}{4}$ ; que se identifica desde la cabeza de una persona hasta sus rodillas.



- Agosto

Imagen 20

Ley de Tercios, Portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños mes agosto



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, en la imagen fotográfica, se utilizó el primer plano, en el que se muestra el rostro de una persona.

- Septiembre

Imagen 21

Ley de Tercios, portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes septiembre



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, en la imagen fotográfica, se visualiza un encuadre vertical o plano medio.

- **Octubre**

Imagen 22

Ley de Tercios, Portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes octubre



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, se utilizó el plano medio, en el que se visualiza un encuadre vertical de expresión del sujeto.

- **Noviembre**

Imagen 23

Ley de Tercios y Planos, Portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños mes Noviembre



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

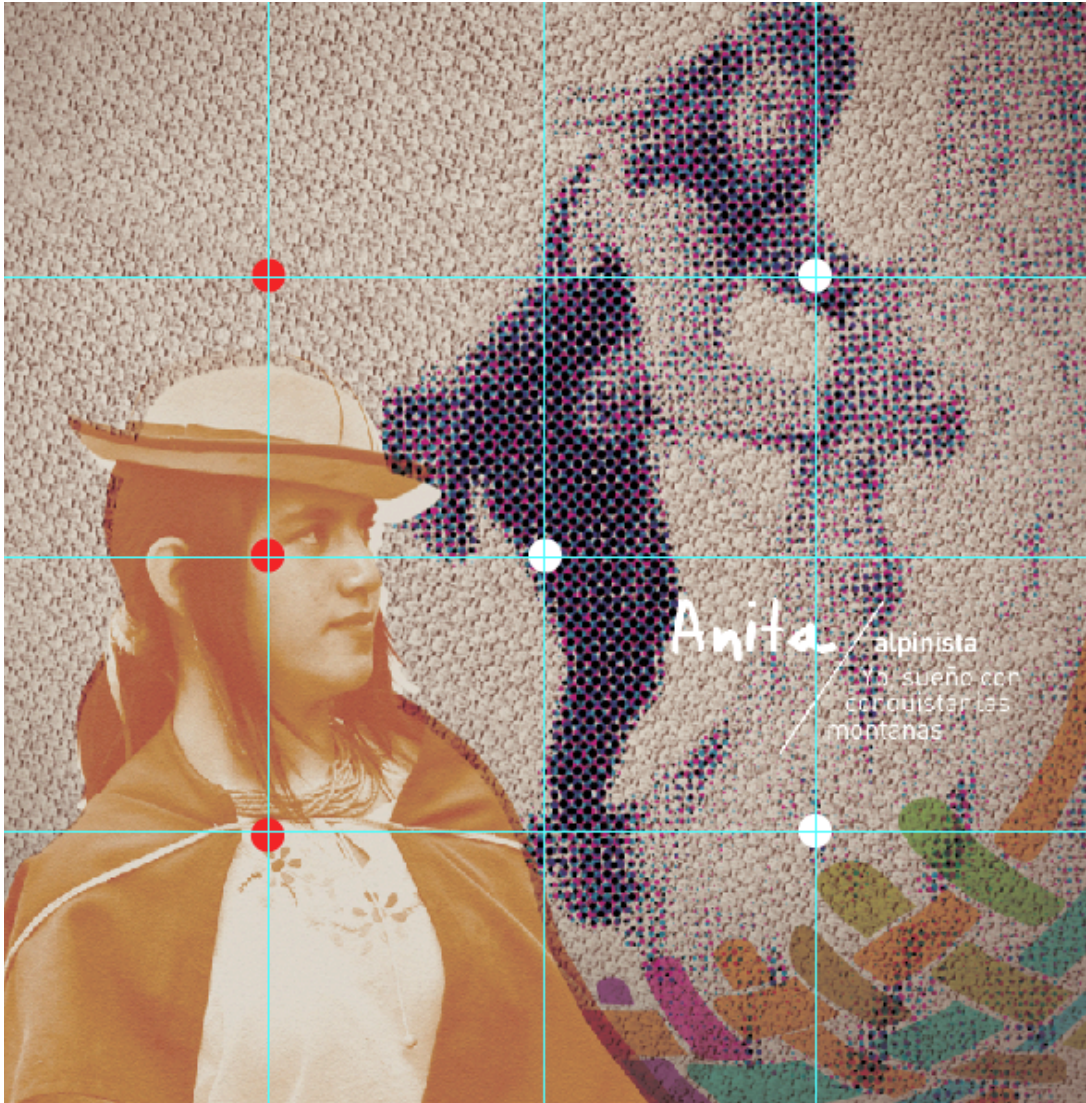
Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, se utilizó un plano medio, con un encuadre vertical, en el que se establece la altura y profundidad de una imagen.

- **Diciembre**

Imagen 24

Ley de Tercios, Portadilla de la Agenda-Revista Tejiendo Sueños, mes diciembre



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

Fuente: adolescentes de la fundación Cruz Roja – Machachi; programa  
“Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”

El centro de interés se encuentra al lado izquierdo, un plano medio en donde se determina un encuadre vertical; que establece la altura de una imagen fotográfica.

- **Portada**

En la portada se utilizó un collage de planos, detalles de cada uno de los adolescentes; que pertenecen al Programa de Erradicación de Mendicidad del MIES-INFA, en el que se reafirma partes del rostro, con el fin de alcanzar un nivel evocativo en informativo, en un tiempo corto, estableciendo características de los jóvenes en una sola composición; es decir, se muestra la importancia de la escena con elementos específicos, como las partes del rostro que los caracteriza.

Imagen 25

Portada de la Agenda Tejiendo Sueños



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

### **3.4 Diseño y Diagramación.**

En la elaboración de la agenda revista como producto editorial, se tomó como parámetros cada uno de los elementos de diseño y diagramación, en el que se organizó de tal manera, que la presentación visual; es decir, el lenguaje verbal cumpla con la comunicación efectiva, con la finalidad de que se incorpore un contexto de evocación e impacto hacia los consumidores y así visibilice cada una de las actividades de erradicación de la mendicidad de las y los adolescentes en programas de inclusión social.

La información que incorpora la revista sobre las actividades, se obtuvo del programa de protección especial “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”, del MIES-INFA, las fotografías de las actividades de los adolescentes, se obtuvo en una salida de campo en el programa que se desarrolló en Machachi, el mes de diciembre del 2013; para restitución de los derechos de adolescentes conjuntamente con la fundación Cruz Roja.

- **Tamaño**

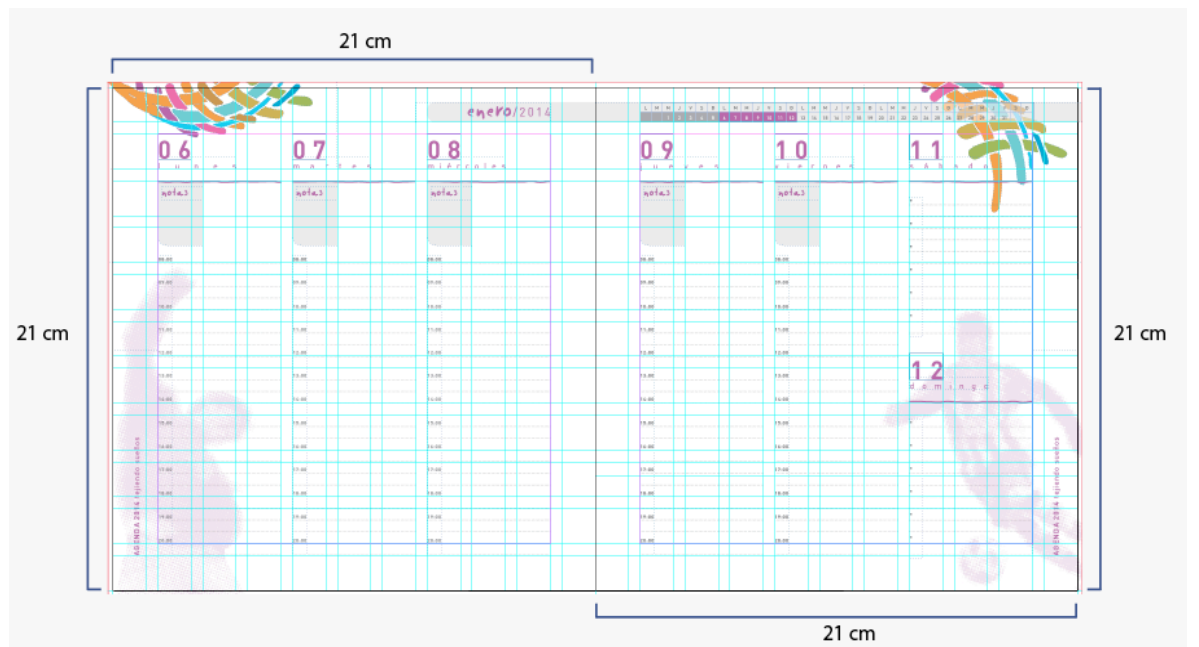
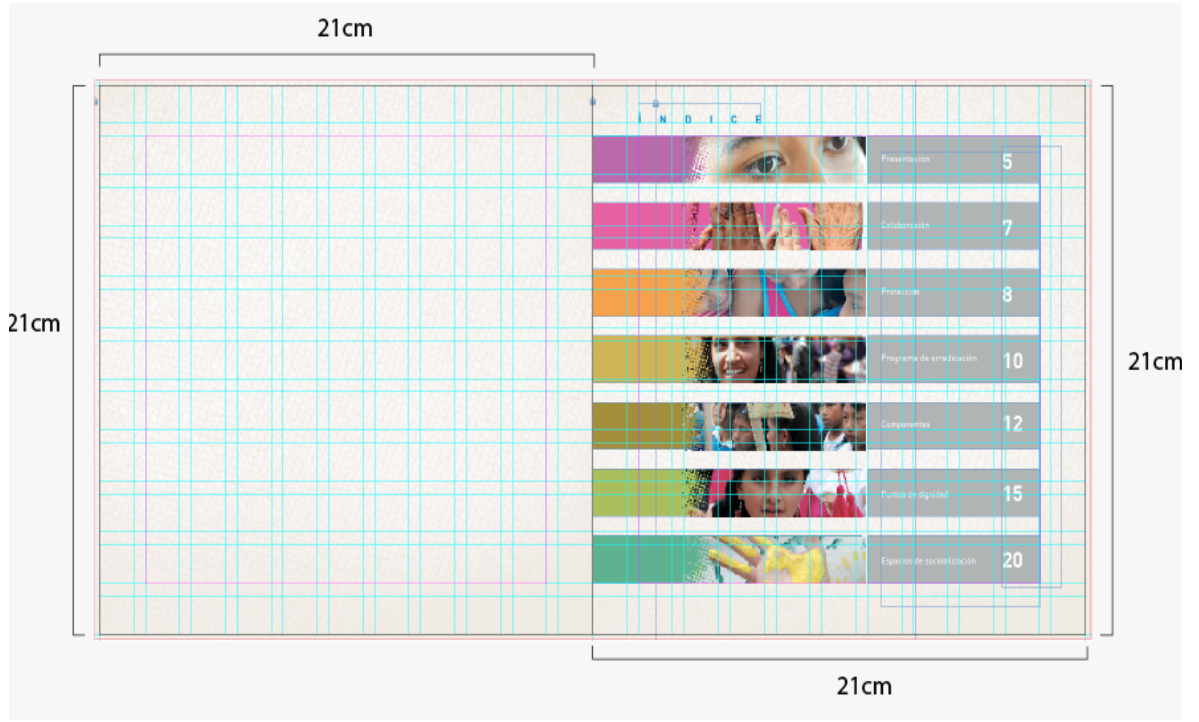
Este es uno de los elementos de gran importancia, en cuanto a la distribución y diseño de cada página, en el que se considera la adaptabilidad y funcionalidad del contenido que se incorpora en el formato, en relación a como los lectores almacenan y manipulan la publicación escrita y sobre todo, cuál es el grado de complejidad evocativa e informativa del contexto, referente a la distribución y ubicación de imágenes, fotografías y texto.

El formato que se usó para la elaboración de la publicación escrita de la agenda revista como producto editorial, tiene dimensiones de: 21 x 21 cm, tamaño cerrado.

A continuación, se muestra imágenes de las dimensiones de las hojas internas y la portada de la Agenda-Revista “Tejiendo Sueños”.

Imagen 26

Tamaño dimensiones de hojas internas Agenda - Revista Tejiendo Sueños

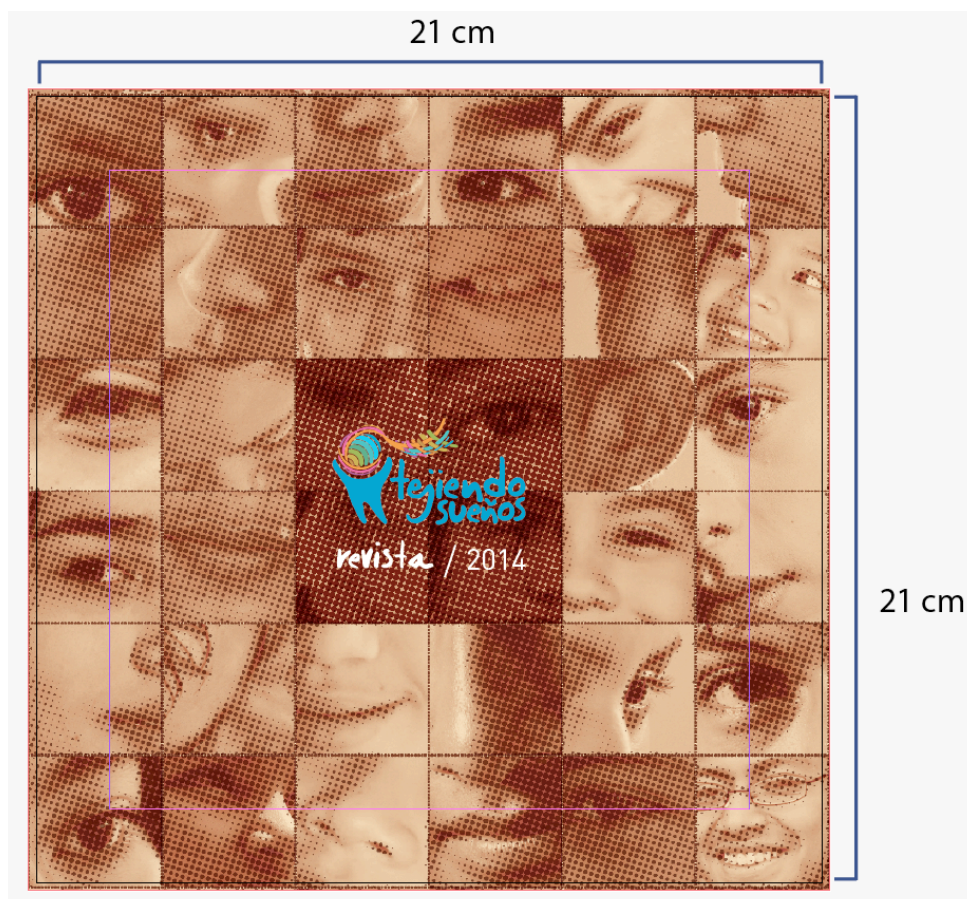


Elaborado por: Estefanía Zumárraga



## Imagen 27

Portada de la Revista Tejiendo Sueños



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

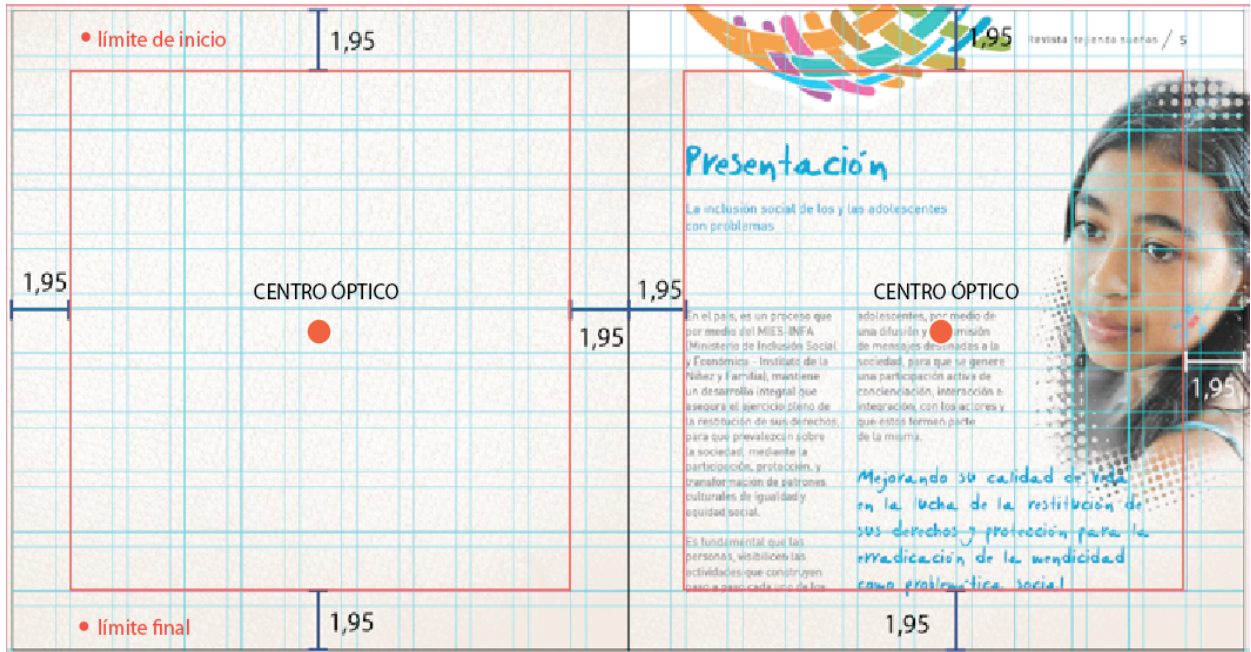
- **Márgenes**

Cada uno de los elementos se unifican dentro de la composición, para que se cumpla un equilibrio visual, a través de los márgenes, que intervienen como límites de inicio o final del origen verbal, en relación a la legibilidad y leibilidad de la página tipográfica que está centrada en el centro óptico.

La dimensión de cada margen corresponde a 1,95 de cada extremo superior, inferior, interior y exterior.

Imagen 28

Márgenes internos de la Revista Tejiendo Sueños



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

## Imagen 29

### Márgenes Internos de la Agenda Tejiendo Sueños



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

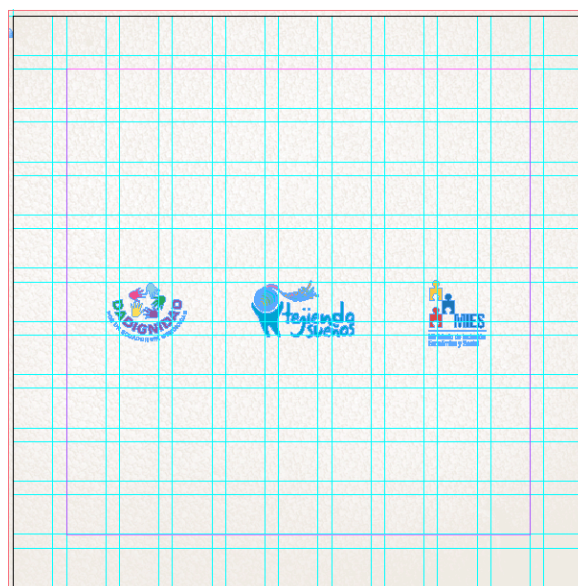
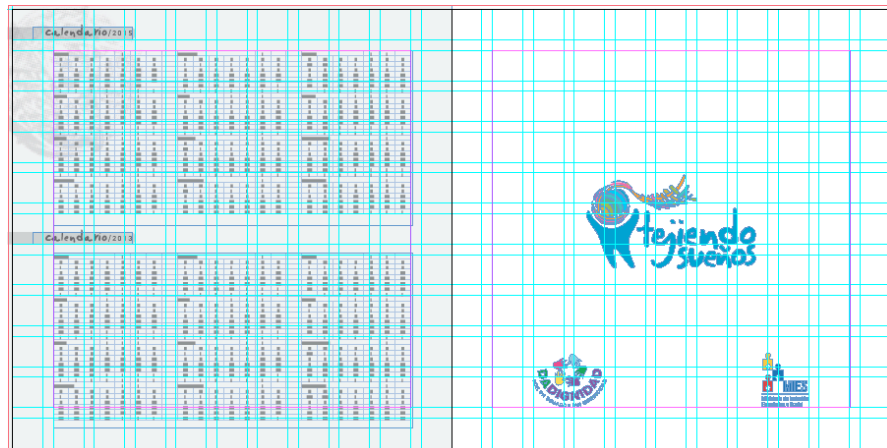
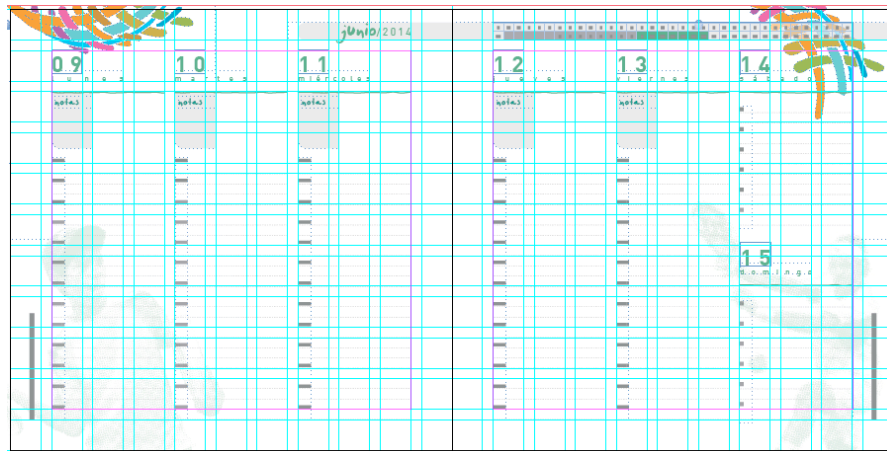
- **Retícula**

En la diagramación del producto editorial, como es el caso de la agenda revista, se estableció como proceso complejo un parámetro base; es decir, se determina el método reticular básico, en el que se dividió las páginas en segmentos, unidades o módulos de cuadrados iguales, con la finalidad de que cada elemento de diseño como: textos, imágenes y fotografías, se incorporen en la composición, manteniendo un equilibrio, simplicidad, contraste y direccionamiento, conservando flexibilidad estructural, en el que su peso visual tenga coherencia y sea funcional para el lector. Esta retícula es proporcionada, en donde se combina columnas de texto, líneas de base y retículas de imagen.

A continuación se estructuran tres ejemplos de retícula de la Agenda-Revista “Tejiendo Sueños”.

# Imagen 30

## Reticula de hojas internas Agenda-Revista



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Columnas**

En la elaboración de las hojas de la revista, para la ubicación de sus elementos como: texto, imagen y fotografía, se utilizan tres columnas como base, para que los lectores sitúen el texto en bloques verticales y se puedan desplazarse de arriba hacia abajo.

Imagen 31

Columnas hojas internas Revista Tejiendo Sueños



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

### **3.5 Cromática**

El uso de la cromática en la agenda revista, se establece como la base compleja para la representación del mundo de las imágenes y diseño, en el que se genera la capacidad comunicativa relacionada con la creación de significados; que se perciben de acuerdo a un contexto social y cultural, en que las sensaciones son el eje de la significación para los lectores.

En la agenda revista, la cromática se delimitó de acuerdo con la creación del imagotipos, en el que cada color que conforma el mismo, se manejó con matices y tonalidades; que fue la base para la construcción de la portada, contraportada, hojas internas de la revista, agenda, texto imágenes y fotografías. La investigación se basó en el libro Psicología del Color de Eva Heller (2004), en el que se analiza cómo actúan los colores de acuerdo a los sentimientos y la razón. A continuación se detallan las tonalidades utilizadas en la creación del identificador.

A continuación se indican las tonalidades utilizados como parte de la composición del imagotipo y los porcentajes en el registro de impresión de cada uno de ellos.

- **Azul**


Las tonalidades azules mantienen un grado de importancia en los símbolos, los seres humanos asocian sus tonalidades con relación a los sentimientos, es decir que el azul y las tonalidades de los mismos, transmiten los sueños que los adolescentes incorporan en su imaginario desde su contexto psicológico, cultural y social.

El azul es una tonalidad universal, que hace referencia a los seres humanos, dependiendo el significado de cada cultura.

Imagen 32

Uso de registro de color Cmyk, tonalidad azul

C	83 %	82 %	82 %	69 %	69 %
M	48 %	27 %	21 %	0 %	0 %
Y	0 %	2 %	8 %	0 %	32 %
K	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- Verde

El verde como tonalidad simboliza la juventud, la vida y la salud, un estilo de vida, lo natural y felicidad; es decir, esta tonalidad en la incorporación del imagotipo, se refiere que todos los jóvenes tienen una experiencia natural de vida, que se va fortaleciendo con la realización de sueños y metas, en el que la sociedad forma parte de estas, por medio de una retroalimentación de mensajes visuales evocativos e informativos, que intervienen en el proceso de codificación de significados.

Imagen 33

Uso de registro de color Cmyk, tonalidad verde

C	71 %	50 %	25 %	25 %
M	12 %	12 %	29 %	50 %
Y	66 %	100 %	100 %	100 %
K	0 %	0 %	0 %	0 %



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Naranja**

El naranja simboliza lo fantástico, tonalidad de la diversión, muestra un verdadero carácter del sentimiento en la unión de tonalidades como el rojo y el amarillo. Hace referencia también a la tonalidad de la diversión y la sociabilidad, en el que los adolescentes plasman sus ideas espontáneamente, jugando con sus sueños que transmiten el placer de las ideas a la sociedad.

Imagen 34

Uso de registro de color Cmyk, tonalidad naranja



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

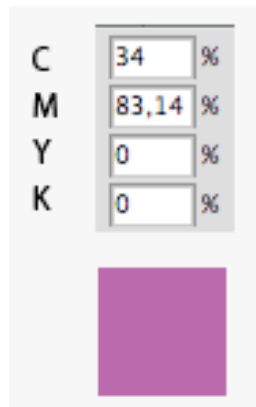
- **Violeta**

El violeta, lila o púrpura, simboliza el placer de las ideas locas. El violeta representa la humildad y a su vez el poder, amor, la magia y espiritualidad, esto hace referencia a que por más poder que tengan las personas, siempre existe un equilibrio en el aspecto psicológico racional y sentimental, mediante esto los adolescentes con problemas de Erradicación de la Mendicidad, establecen un contexto de aceptación como proceso de inclusión social.



Imagen 35

Uso de registro de color Cmyk, tonalidad violeta



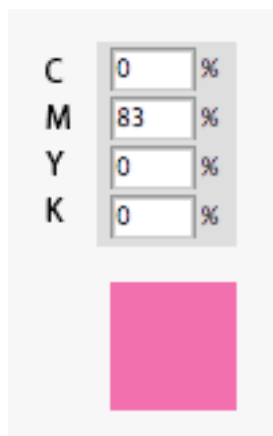
Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Rosa**

El Rosa se determina como la tonalidad de los gustos de los jóvenes, de los sentimientos positivos e ilusiones, hace referencia a que los adolescentes tomen parte de su vida, su imaginario a sus sueños y la realización de los mismos.

Imagen 36

Uso de registro de color Cmyk, tonalidad rosa



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Versión Cromática:**

Los logotipos utilizados en el producto mantienen diferentes versiones cromáticas como:

**Full color**

Imagen 37

Uso de logotipos versión Full color



Elaborado por: Logo Tejiendo Sueños Estefanía Zumárraga

Fuente: logo MIES-INFA, Da Dignidad por un Ecuador sin mendicidad, proporcionado por el MIES-INFA

**Negativo / Positivo**

Imagen 38

Uso de logotipos versión Negativo / Positivo



Elaborado por: Logo Tejiendo Sueños Estefanía Zumárraga

Fuente: logo MIES-INFA, Da Dignidad por un Ecuador sin mendicidad, proporcionado por el MIES-INFA

- **Escala de grises**

Imagen 39

Uso de logotipo versión Full Negativo / Positivo



Elaborado por: Estefanía Zumárraga. Escala de Grises

Fuente: logo Universidad Tecnológica Israel, proporcionado por la Universidad Tecnológica Israel.

- **Hojas internas de la agenda y revista y portadas de cada mes.**

Las tonalidades analizadas anteriormente, se tomaron como base para la elaboración de las hojas internas de la agenda revista; en que cada una se manejó con matices y tonalidades del mismo color, para que el equilibrio del peso visual no sea molesto para los lectores.

### 3.6 Tipografía

El uso de la tipografía como elemento gráfico visual, en la creación del producto editorial de la agenda revista, se basó en la legibilidad como equilibrio de la interacción entre el lector y la composición.

Se usó dos fuentes tipográficas en la creación del producto editorial, para que los lectores manejen sin dificultad el movimiento de sus ojos sobre las páginas, en el que

cada una de las palabras se conviertan en líneas de texto, que al complementarse con otros elementos como imágenes, fotografía, mantengan una unidad gráfica interna como externa en la composición.

- **Fuente Dwerneck**

Se usó esta fuente tipográfica Dwerneck ,creada por Daniel Werneck, pertenece a la familia tipográfica san-serif, en el que sus características anatómicas representan informalidad por el contraste que tienen sus trazos gruesos y delgados de sus astas, barras, contrapunzones y panzas; esto hace referencia a la espontaneidad y libertad que tienen los adolescentes al expresar sus sueños.

A continuación, se indica sus variaciones anatómicas de la fuente tipográfica, en caja alta, caja baja y en números y signos.

### Caja Alta

Imagen 40

Fuente Dwerneck caja alta

A 0065	B 0066	C 0067	D 0068	E 0069	F 0070	G 0071	H 0072	I 0073	J 0074	K 0075	L 0076	M 0077	N 0078	O 0079	P 0080	Q 0081
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
R 0082	S 0083	T 0084	U 0085	V 0086	W 0087	X 0088	Y 0089	Z 0090								
R	S	T	U	V	W	X	Y	Z								

Fuente: Autor Daniel Werneck, tomado de <http://www.dafont.com/es/daniel-leal-werneck.d1036>

# Caja Baja

Imagen 41

Fuente Dwerneck caja baja

a 0097	b 0098	c 0099	d 0100	e 0101	f 0102	g 0103	h 0104	i 0105	j 0106	k 0107	l 0108	m 0109	n 0110	o 0111	p 0112	q 0113	r 0114	s 0115	t 0116	u 0117
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	r	s	t	u
v 0118	w 0119	x 0120	y 0121	z 0122																
v	w	x	y	z																

Fuente: Autor Daniel Werneck, tomado de <http://www.dafont.com/es/daniel-leal-werneck.d1036>

- Números Símbolos y signos

Imagen 42

Fuente Dwerneck números, símbolos y signos

0 0048	1 0049	2 0050	3 0051	4 0052	5 0053	6 0054	7 0055	8 0056	9 0057													
∅	1	2	3	4	5	6	7	8	9													
\$ 0036	¢ 0162	€ 0128	£ 0163	¥ 0165	¤ 0164	+ 0043	- 0045	* 0042	/ 0047	÷ 0247	= 0061	% 0037	‰ 0137	" 0034	' 0033	# 0035	@ 0064					
\$	¢	€	£	¥	¤	+	-	*	/	÷	=	%	‰	"	'	#	@					
& 0038	_ 0095	( 0040	) 0041	, 0044	. 0046	; 0059	: 0058	? 0191	! 0063	\ 0161	 0033	{ 0092	}	< 0124	> 0123	[ 0125	] 0060	\$ 0062	¶ 0091	§ 0093	¶ 0167	¶ 0162
&	_	(	)	,	.	;	:	?	!	\		{	}	<	>	[	]	\$	¶	§	¶	¶
µ 0161	ˆ 0096	ˆ 0094	˜ 0125	© 0163	® 0174	™ 0153																
µ	ˆ	ˆ	˜	©	®	™																

Fuente: Autor Daniel Werneck, tomado de <http://www.dafont.com/es/daniel-leal-werneck.d1036>

- **Fuente Din**

Se usó la fuente tipográfica DIN, esta es una familia inspirada en los diseños clásicos de ingeniería industrial alemana, DIN 1451 Engschrift y DIN 1451 Mittelschrift. Linotype, pertenece a la familia tipográfica san-serif, sus características anatómicas presentan regularidad en sus trazos, como en astas, contrapunzones, diagonales, son simples y sencillos, a su vez representan elegancia en su composición como líneas de texto, se caracteriza por el uso de aplicaciones administrativas y técnicas. Esto hace referencia que lo simple, lo sencillo y lo espontáneo del imaginario que tienen los jóvenes, transmite a las personas un contexto en la honestidad que es esencial; es decir, la naturalidad de los adolescentes en el que incorporan sus sueños y formas de vida, que determina una inclusión por parte de la sociedad.

A continuación se indica las variaciones anatómicas de la fuente tipográfica, en caja alta, caja baja y en números y signos.

### Caja Alta

Imagen 43

Fuente Din caja alta

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	

Fuente: Autor Fundación LinoType (S.XX), tomado de <http://www.fontslog.com/>



- **Fuente tipografía usada en el logotipo**

Se utilizó la fuente Dwerneck Regular en el logotipo como parte textual.

Imagen 46

Uso de la fuente Dwerneck, en el logotipo Tejiendo Sueños



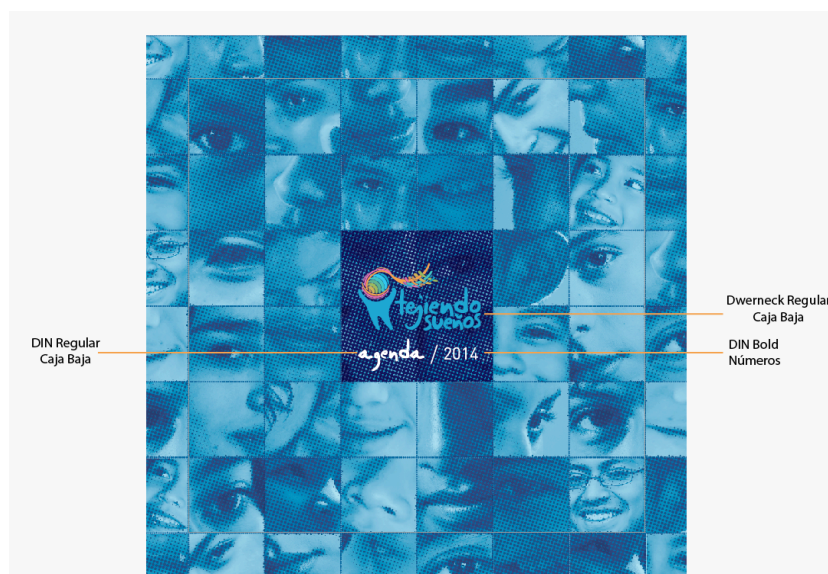
Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Fuentes tipografía usadas en la portada de la agenda**

En la construcción de la Agenda, se incorporó textura como elemento de diseño, y se utilizó la ley de sierra de la Gestalt, en la unión de tiras horizontales, y verticales.

Imagen 47

Uso de las Fuentes Dwerneck y Din, en la portada, Agenda Tejiendo Sueños



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

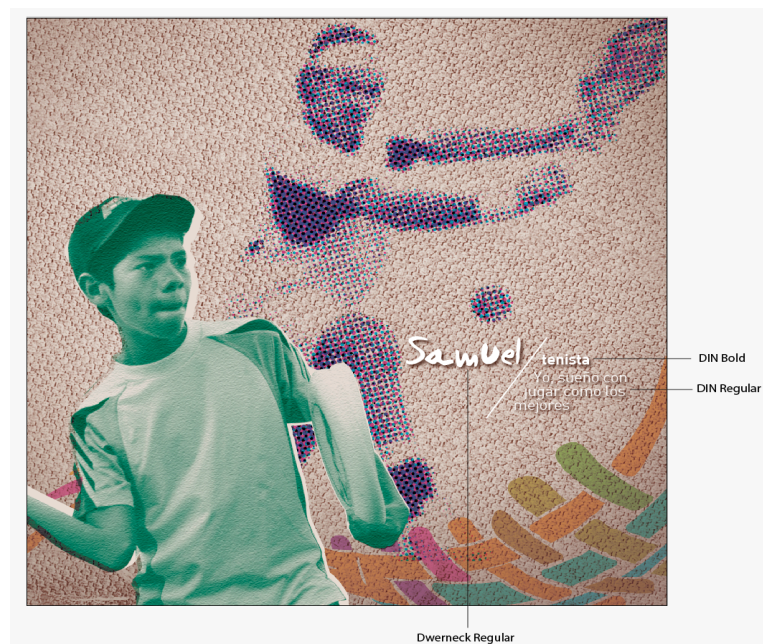


- **Hojas internas de la Agenda**

Fuentes tipográficas usadas en la portadilla de cada mes, que funciona como elemento fundamental de la composición de la Agenda

Imagen 48

Uso de las Fuentes Dwerneck y Din, en las hojas internas, Agenda Tejiendo Sueños



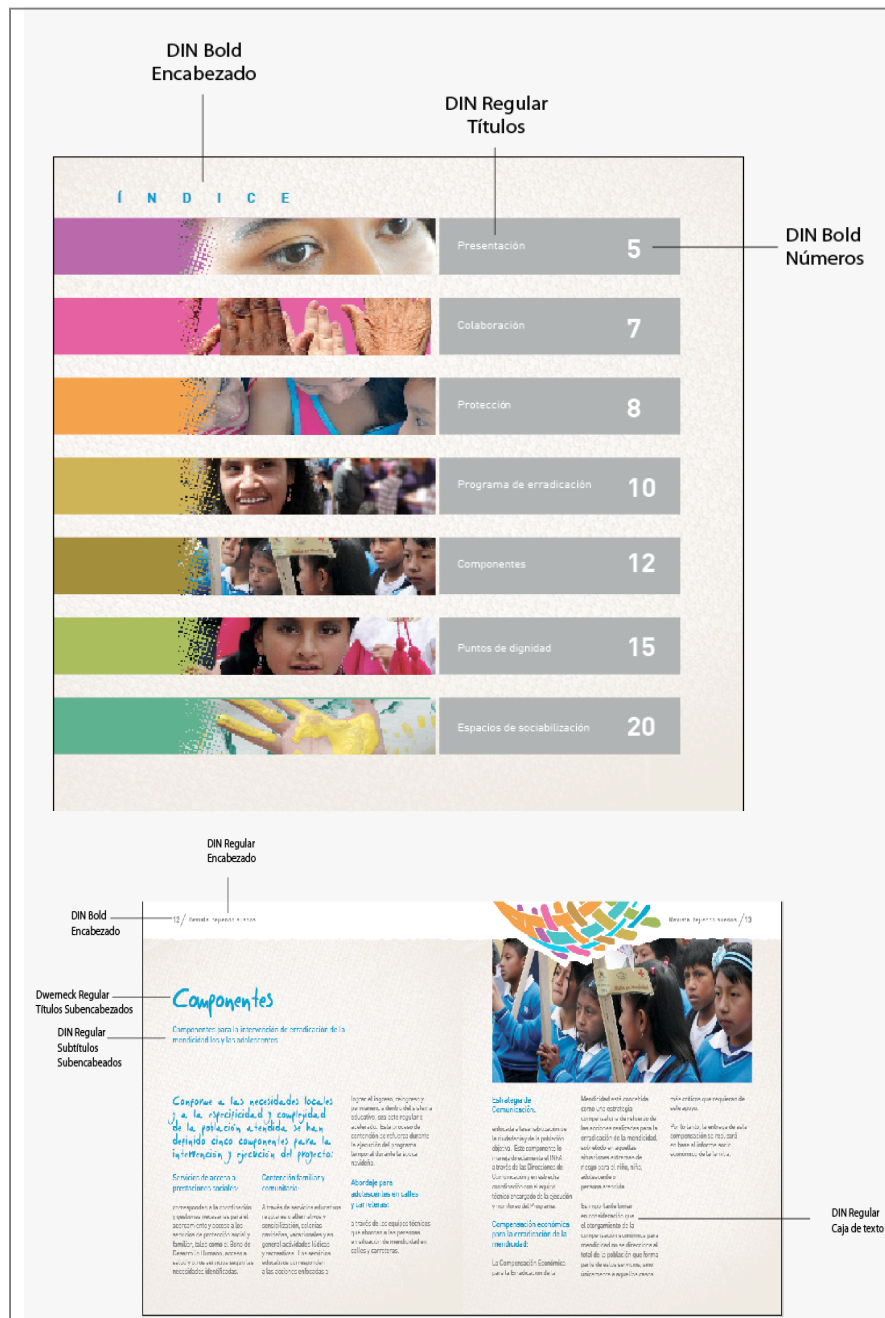
Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Hojas internas de la Revista**

Fuentes tipográficas usadas en la portadilla de cada mes, que funciona como elemento fundamental de la composición de la Agenda

Imagen 49

Uso de las Fuentes Dwerneck y Din, en las hojas internas, Revista Tejiendo Sueños



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

### 3.7 Producto Adicional

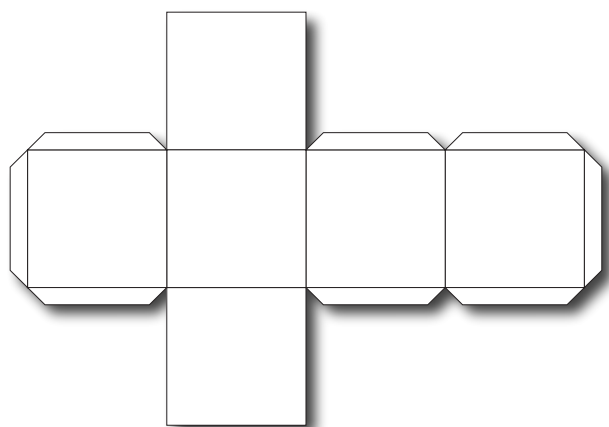
Cubo “Tejiendo Sueños”, este producto va destinado al grupo de investigación, es decir a los y las adolescentes, que se encuentran en procesos de erradicación de mendicidad, en programas que desarrolla el INFA, junto a cada institución con las que trabaja la institución, fundación como “Cruz Roja”.

El cubo consta de 8 caras, en la que cada 4 caras tiene las imágenes fotográficas de los adolescentes; que trasmite un mensaje evocativo e informativo, a su vez plasman sus sueños, como en las separatas de los meses de las agendas, este producto va destinado a las instituciones y fundaciones que trabajen en procesos de Erradicación de Mendicidad conjuntamente con el MIES-INFA. A lo antes mencionado, los adolescentes de las fundaciones puedan interactuar con este producto, armando las diferentes caras como las de rompecabezas.

- **Estructura**

Imagen 50

Producto Adicional Estructura caras del cubo, Tejiendo Sueños



Elaborado por: Estefanía Zumárraga

#### 4. Costos de Producción

- **Costos del Proyecto**

Se Detalla el costo del proyecto

Tabla 14

Detalle del costo del proyecto

N	Detalle	P. Unitario	Cantidad	P. Final
Gastos Directos				
1	Transporte	0,25	75	18,75
2	Anillados e Impresiones	70	2	140
3	Fotocopias	0,03	210	6,3
4	Boceto de 1 ejemplar	97,67	2	195,34
5	Cds- Dvds	10	4	40
6	Empastados	20	1	20
7	Impresión de Producto Final		1	0
Gastos Indirectos				
6	Imprevistos	60	1	60
7	luz eléctrica	35	2	70
8	Internet	45	2	90
9	Telefonía Movil	15	2	30
			TOTAL	670,39

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Costos del producto**

Se detallan los costos del producto, impresión Digital de una sola Agenda

Tabla 15

Detalle del costo del producto impresión digital

DETALLE	CANTIDAD HOJAS.	P. FINAL
<b>HOJAS INTERNAS AGENDA</b> Tamaño cerrado 21x21 full color T/R:  Material: Bond 90gr	62	\$00,59
<b>HOJAS INTERNAS REVISTA T/R</b> Tamaño cerrado 21x21full color:  Material: Couche brillante 115gr	11	\$01,73
<b>SEPARATAS T/R</b> Tamaño cerrado 21x21 full color:  Material: Couche brillante 200gr	13	\$00,36
<b>2 PORTADAS T/R</b> Tamaño cerrado 21,5x21,5 full color:  Material: Couche brillante 150gr + Plastificado Mate		\$15,00
<b>2 GUARDAS</b> Tamaño cerrado 21,5x21,5:  Material: Couche brillante 150gr		\$00,08
<b>2 PASTAS DURA</b> Tamaño cerrado 21,5x21,5: <b>ANILLADO METÁLICO DOBLE</b>		\$00,28
<b>ANILLADO Y ENCUADERNADO</b>		\$00,70
<b>ENCUADERNADO , TROQUELADO</b>		\$15,00
<b>EXTRAS 5%</b>		\$56,85
<b>Servicios de Impresión digital</b>		\$27,34
<b>TOTAL HOJAS</b>	<b>86</b>	
		<b>Total \$84,19</b>

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **Costos del producto**

Los costos a continuación son para la elaboración de 1000 ejemplares, es decir una impresión en un tiraje alto y en offset.

Tabla 16

Detalle del Costo del Producto Impresión Offset

DETALLE	CANTIDAD PAGS.		P. FINAL
<b>HOJAS INTERNAS AGENDA</b> Tamaño cerrado 21x21 full color T/R: Material: Bond 90gr	<b>124</b>		\$41,00
Placas			\$40,00
Tiraje			\$80,00
			<b>\$209,00</b>
(10,5 Pliegos)		<b>Total</b>	<b>\$2.194,00</b>
<b>HOJAS INTERNAS REVISTA T/R</b> Tamaño cerrado 21x21full color: Material: Couche brillante 115gr	<b>22</b>		\$71,00
Placas			\$40,00
Tiraje			\$80,00
			<b>\$191,00</b>
(2 Pliegos)		<b>Total</b>	<b>\$382,00</b>
<b>SEPARATAS T/R</b> Tamaño cerrado 21x21 full color: Material: Couche brillante 200gr	<b>26</b>		\$129,00
Placas			\$80,00
Tiraje			\$80,00
			<b>\$289,00</b>
(2 Pliegos)		<b>Total</b>	<b>\$578,00</b>
<b>PORTADAS T/R</b> Tamaño cerrado 21,5x21,5 full color: Material: Couche brillante 150gr + Plastificado Mate			\$73,00
Placas			\$71,00
Tiraje			\$20,00
Extras			\$24,00
			\$10,00
			<b>Total</b>
<b>GUARDAS</b> Tamaño cerrado 21,5x21,5: Material: Couche brillante 150gr			\$73,00
Placas			\$20,00
Tiraje			\$24,00
Extras			\$10,00
			<b>Total</b>
<b>PASTA DURA</b> Tamaño cerrado 21,5x21,5: <b>ANILLADO Y ENCUADERNADO</b> Troquelado Terminados			\$1.200,00
			\$1.200,00
			\$40,00
			<b>Total</b>
	<b>Total Págs.</b>	<b>172</b>	\$5361,00
	<b>Utilidad Imprenta 30%</b>	<b>Total</b>	<b>\$7,22</b>

Elaborado por: Estefanía Zumárraga

- **COSTOS DEL PRODUCTO ADICIONAL**

Para la elaboración del producto adicional :

Materiales (cartón gris, goma, impresiones, adhesivo bond), tiene un valor de 6 dólares.

## 5. VALIDACIÓN

En la presente investigación, la validez del producto se realizó, por medio de una matriz de evaluación, que cumple con el diseño de instrumentos de evaluación como: escala valorativa e indicadores, con la finalidad de que se establezca, la verificabilidad teórica y metodológica, en procesos de construcción y elaboración del soporte gráfico visual Agenda-Revista “Tegiendo Sueños”.

- **Objetivo**

Contar con los criterios de expertos que corroboren la validez del producto.

- **Selección de los Expertos**

En la presente investigación, se seleccionó a tres expertos en el área de Diseño Gráfico y Comunicación, para la validación del soporte gráfico visual; mediante el criterio de los profesionales se establece, la verificabilidad del proceso investigativo, en relación a teorías y metodologías aplicadas.

- **Perfil de Expertos**

A continuación, se detalla la información de los perfiles de expertos en el área de Diseño Gráfico y Comunicación:



### *Experto 1*

- Nombre: Andrés Caicedo López
- Experiencia: 7 años
- Título: Magister en Diseño Multimedia
- Lugar de trabajo: Universidad Tecnológica Indoamérica – Sede Quito

### *Experto 2*

- Nombre: Santiago Campaña
- Experiencia: Diseñador gráfico en las áreas de impresión, multimedia y Web en agencias de publicidad como Gestión, YORSERVICES, AUREA; servicios profesionales a particulares en las áreas de impresión, multimedia y Web; servicio de capacitación para el Ministerio de Defensa; servicios de diseño Web para la Secretaría de Comunicación; asesoría y tutoría de trabajos de titulación de pregrado; docente universitario en la Universidad Israel, Indoamérica y generador de cartografía para el IGM, Instituto Geográfico Militar.
- Título: Ingeniero en Diseño Gráfico.
- Lugar de trabajo: IGM Instituto Geográfico Militar.

### *Experto 3*

- Nombre: José Carrera
- Experiencia: Diseñador Gráfico, Editor y post productor de video.
- Título: Ingeniero en Diseño Gráfico, Magister (eg.) en Diseño Multimedia.

- Lugar de trabajo: Universidad Católica del Ecuador, Instituto de Artes Visuales Quito.

- **Metodología**

Se entregó a cada experto una copia del producto y una ficha de validación.

- **Diseño de Instrumento**

Para la validación del producto se diseñó una matriz que consta de: una escala valorativa y cuatro indicadores. (Ver anexo 4)

- Escala Valorativa:

La escala valorativa estuvo dada por las opciones: excelente, bien y regular.

- Indicadores:

En la presente investigación, se tomó como referencia a cuatro indicadores como: novedad, actualidad, aplicabilidad y funcionalidad; estos se incorporan en la matriz de evaluación, para la validación y verificabilidad del proceso metodológico y teórico, en la creación de un soporte gráfico visual, mediante el criterio de expertos.

A continuación se detalla, en qué consiste los cuatro indicadores de la matriz de evaluación:

- Novedad:

Se relaciona con la recreación de soportes gráficos visuales convencionales, que abordan temas que no se tomen en cuenta con frecuencia, para la transmisión de mensajes destinados a la sociedad; es decir, enfocados en estrategias de difusión

de la problemática que se genera, en la presente investigación, como la visibilización de las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes.

- Actualidad

Se refiere a que la presente investigación, incorpore temáticas de actualidad, que no se hayan desarrollado con frecuencia, con la finalidad de establecer necesidades, frente a una problemática para determinar acciones innovadoras para la sociedad.

- Aplicabilidad

Se refiere a la aceptación y medición de los procesos metodológicos y teóricos desarrollados en la presente investigación y a su vez, que estos sean factibles para el desarrollo y difusión de información, que incorpora el soporte gráfico visual, en relación con la problemática planteada sobre, la visibilización de las actividades de erradicación de la mendicidad de adolescentes, en procesos de inclusión social.

- Funcionalidad

Se refiere a la gestión de calidad y aplicabilidad práctica y utilitaria del producto gráfico visual; que refleje en forma adecuada a los destinatarios, el significado real de la problemática de la presente investigación.

• **Tabla con Resumen de resultados**

Datos de resultado de información de la matriz de evaluación.

**Tabla 16**

Matriz de evaluación, expertos.

<b>Matriz de Evaluación Experto 1</b>				
<b>CRITERIO</b>	<b>Excelente</b>	<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Observación</b>
Novedad		X		Soportes editoriales como agendas, revistas ya existen el mercado; no es algo nuevo
Actualidad	X			
Aplicabilidad	X			
Funcionalidad	X			
<b>Matriz de Evaluación Experto 2</b>				
Novedad	X			
Actualidad	X			
Aplicabilidad	X			
Funcionalidad	X			
<b>Matriz de Evaluación Experto 3</b>				
Novedad	X			
Actualidad	X			
Aplicabilidad	X			
Funcionalidad	X			

Elaborado por : Estefanía Zumárraga

- **Análisis de Matriz de Evaluación**

El criterio del expertos 2 y 3 antes mencionados, determinan que el proceso de investigación teórica y metodológica de la investigación, se aplica en la creación del producto gráfico visual Agenda-Revista “Tejiendo Sueños”, en el que se obtuvo un resultado en la escala valorativa de “excelente”, altamente relevante; estableciendo que los indicadores de novedad, actualidad, aplicabilidad y funcionalidad, cumplen con la

verificabilidad y viabilidad del producto gráfico visual, como soporte para la visibilización de las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de los adolescentes, en programas de inclusión social del INFA. Mientras que, el experto 1, calificó al producto editorial, como un soporte altamente relevante “excelente”, en los indicadores de actualidad, aplicabilidad, funcionalidad y al indicador de novedad con poco relevante “bien”; porque afirma que la creación de soportes editoriales, como agendas y revistas ya existen en el mercado, para que sea calificado de algo innovador; sin embargo, afirma que son pocos los soportes editoriales como las agendas revistas, que abordan temáticas de inclusión social de un grupo determinado.

A continuación, se detalla un análisis de los indicadores establecidos en la matriz de evaluación, según la opinión de los tres expertos en el área de diseño gráfico y comunicación:

- Lo innovador de la presente investigación, se muestra en la concatenación de una temática de actualidad bastante seria, como es la visibilización de las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes en programas de inclusión social del INFA; que ha sido trabajada desde una estructura gráfica de transmisión y difusión de mensajes evocativos e informativos; que logra ser proyectado de una manera armónica, porque maneja recursos teóricos y metodológicos de composición como: recursos tipográficos, simbólicos, cromáticos y fotográficos, que se apoyan en leyes y fundamentos del Diseño Gráfico, es aplicable manteniendo un mínimo margen de error en la matriz de evaluación.
- Evidentemente la elaboración del proyecto, aborda una temática actual de inclusión social, en el, es trabajada con una herramienta convencional; pero, valiosa en la comunicación visual como lo es el Diseño Editorial; que permite que la estructura de publicaciones escritas como la Agenda-Revista “Tejiendo Sueños”, funcionen como soporte para la Visibilización, transmisión y difusión de mensajes evocativos e informativos, ya sea en el caso de la erradicación de la mendicidad de adolescentes.
- En cuanto a la aplicabilidad del producto, se evidencia un trabajo de investigación indagatorio, que incorpora la aplicación de técnicas metodológicas; que apoyan la

ejecución del mismo a la práctica, sin un mínimo margen de error; que hace que sea aplicable.

- En relación a la Funcionalidad del producto, trabajos como estos permiten el parte sobre el Diseño Gráfico y Comunicación, desde una perspectiva de responsabilidad social, enfocados a la contribución de la difusión de problemas contemporáneos.

## CONCLUSIONES

- El objetivo de la presente investigación, se cumple en su totalidad, mediante la creación de un soporte gráfico visual, que visibilice las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes, en programas de inclusión social que desarrolla el INFA; en el que se establece un sentido de un contexto cultural y de construcción social, a través de procesos de diseño y comunicación.
- Se recopiló información teórica del diseño, mediante fuentes de referencia de autores, acordes con el tema de estudio; en el que se determinó que procesos metodológicos y argumentativos, son la base para el análisis previo de la presente investigación.
- Mediante métodos e instrumentos de investigación como: entrevistas a expertos del MIES-INFA, encuestas aleatorias a personas y entrevistas a los adolescentes del programa “Da dignidad por un Ecuador sin mendicidad”; con los datos obtenidos, se diagnosticó la problemática de los adolescentes en procesos de erradicación de mendicidad y el estado actual del MIES-INFA; se analizó e interpretó la información como sustento base, para de la presente investigación.
- A través de la aplicación de conocimientos de bases conceptuales y teóricas en relación al Diseño Gráfico, se elaboró el producto editorial mediante un sistema estructurado de soluciones gráficas; en el que se logró una correcta disposición de elementos gráficos visuales, estableciendo equilibrio en la composición del producto.
- La propuesta del producto gráfico visual, se validó mediante el criterio de expertos, en el que se constató, que el soporte editorial cumple métodos creativos de diseño, en relación a bases y fundamentos teóricos referenciales de autores y se verificó indicadores de novedad, actualidad, aplicabilidad y funcionalidad, para la difusión de información que aborda la problemática de la presente investigación; sobre la visibilización de actividades de erradicación de la mendicidad de los adolescentes, en programas de inclusión social del INFA.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones, que se establecen en la presente investigación son las siguientes:

- Es importante que la información que incorpora el soporte editorial, Agenda-Revista “Tejiendo Sueños”, se recopile y actualice anualmente, añadiendo nuevos procesos y actividades; que desarrollen los adolescentes en los programas ejecutados por el INFA sobre la erradicación de la mendicidad.
- Es fundamental que el MIES-INFA, realice campañas comunicacionales del producto editorial; que difundan mensajes de los adolescentes destinados hacia nuevas instituciones u ONG’s; y así, conseguir un mayor aporte económico por parte de las mismas.
- Para la creación de soportes gráficos visuales, se recomienda tomar en cuenta el proceso creativo que desarrolla un diseñador gráfico; en el que establecen metodologías en relación análisis exhaustivo de grupos de estudio y responsabilidad social. El diseñador gráfico establece acciones para la toma de decisión frente a un conflicto.



## BIBLIOGRAFÍA

### Libros y Pdfs:

- Acaso M. (2006). *Lenguaje Visual*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Asisten J. (2010). *Comunicación Visual y Tecnología de gráficos en computadora*.  
Recuperado: 13 de mayo del 2013 de,  
[http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD13/contenidos/materiales/archivos/comunicacion\\_visual.pdf](http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD13/contenidos/materiales/archivos/comunicacion_visual.pdf)
- Bergström B. (2009). *Técnicas esenciales de la Comunicación Visual, Tengo algo en el ojo*. Barcelona - España: Ed. Inglesa Laurence King Publishing.
- Bonnici y Proud (2000). *Diseño con Fotografías*. México: Ed. McGraw-Hill.
- Casado J. (2004). *La mirada fotográfica: la composición*.  
Recuperado: 13 de junio del 2013 de,  
<http://www.shelios.com/sh2004/divu/charlas/casado1.pdf>
- Centro de Escritura Javeriano. (2012). *Normas APA*, 6ta. Edición
- Ciafardo M. (2011). *La Teoría de la Gestalt en el marco del Lenguaje Visual*.  
Recuperado: 19 de marzo del 2013 de,  
<http://fba.unlp.edu.ar/introduccionyelanalisis/wpcontent/uploads/2011/05/gestalt1.pdf>
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. La Paz, Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Costa, J. (1999). *Imagen corporativa en el siglo XXI*, Buenos Aires - Argentina: Ed. La Crujía.

- Chandler D. (2001). *Semiótica para Principiantes*. Quito - Ecuador: Ed. Abya-Yala.
- Chaves N. (2001). *La imagen corporativa, teoría y metodología de la identificación institucional*. Barcelona - España: Ed. Gustavo Gili.
- Crow D. (2007). *No te creas una palabra, Una Introducción a la Semiótica*. Barcelona: Ed. AVA Publishing.
- Dieterich (1996), *Nueva Guía para la Investigación Científica*, México.
- Dondis D. (2007). *La sintaxis de la Imagen, Introducción al alfabeto visual*. Barcelona - España: Ed. Gustavo Gill.
- Fuentes R. (2005). *La Práctica del Diseño Gráfico*, Barcelona – España.
- Frascara J. (2006). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires - Argentina: Ed. Infinito.
- Frascara J. (2000). *Diseño y comunicación*. Buenos Aires - Argentina: Ed. Infinito.
- Frascara, J. (2004). *Diseño Gráfico Para La Gente*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Gestión del Color la copia. (2011). *Sesión 33*. Recuperado: 2 de abril del 2013.  
[http://www.tucamon.es/archives/0000/1748/SESION33\\_GESTION\\_DEL\\_COLOR\\_LA\\_COPIA.pdf](http://www.tucamon.es/archives/0000/1748/SESION33_GESTION_DEL_COLOR_LA_COPIA.pdf)
- González M. Universidad de Londres. (2007), *Teoría Conceptual del Diseño*, Londres, Inglaterra.  
Recuperado: el 18 de abril del 2013 de,  
[http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/teoria\\_conceptual.pdf](http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/teoria_conceptual.pdf)

- Heller, E. (2004). *Psicología del Color, Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Bolivia: Editorial Gustavo Gili.
- Jiménez M. (2010). *Producción Televisiva*.  
Recuperado: el 7 de junio del 2013 de,  
[http://www.oocities.org/mx/nyarathotep\\_0/planos\\_y\\_movimientos.pdf](http://www.oocities.org/mx/nyarathotep_0/planos_y_movimientos.pdf)
- Miembros los detalles (2002). *Notas técnicas - Impresión offset digital en color*.  
Recuperado: el 10 de junio del 2013 de,  
<http://www.grafikar.com/Preimpresion/Archivos%20para%20Indigo/HP%20Offset%20digital.pdf>
- MIES-INFA, (2011). *Términos de Referencia Erradicación Progresiva de la mendicidad*.  
Recuperado el 22 de julio del 2013 de,  
<http://www.infa.gob.ec/micasa/images/HTML/INFA/NormativaInterna/ProteccionEspecial/TERMINOSDEREFERENCIAAPOYOERRADICACIONPROGRESIVAMENDICIDAD.pdf>
- MIES-INFA, UNICEF. (2012). *Trabajo Infantil en el Ecuador*  
Recuperado: el 16 julio del 2013 de,  
[http://www.unicef.org/evaldatabase/files/Libro\\_Trabajo\\_Infantil\\_UNA\\_EVALUACION\\_2012\\_FINAL\\_ok.pdf](http://www.unicef.org/evaldatabase/files/Libro_Trabajo_Infantil_UNA_EVALUACION_2012_FINAL_ok.pdf)
- Sabino, Carlos (1994). *Como hacer una tesis*. Ed. Panapo. Caracas - Venezuela.
- Sabino, Carlos. (1992). *El Proceso de Investigación*. Caracas, Venezuela: Editorial Panapo.
- Santos A. (2010). *Fundamentos Visuales II, Teoría del Color*.  
Recuperado: el 15 de abril del 2013 de,  
<http://adelossantos.files.wordpress.com/2010/10/teroria-del-color.pdf>

- Rosas S. (2012). *Diseño Editorial*.  
Recuperado: 25 de abril 2013 de,  
<http://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>
- Suárez A. (2002). *Imagen y Percepción, Departamento de Educación Plástica y Visual I.E.S. Madrid*.  
Recuperado: el 22 de marzo del 2013 de,  
[http://ies.barajas.madrid.educa.madrid.org/d\\_plastica/apuntes\\_imagen\\_exposicion/imagen\\_y\\_percepcion.pdf](http://ies.barajas.madrid.educa.madrid.org/d_plastica/apuntes_imagen_exposicion/imagen_y_percepcion.pdf)
- Turnbull, A. (1986). *Comunicación Gráfica: tipografía, diagramación, diseño*. México: Editorial Trillas.
- Universidad Tecnológica Israel (2011). *La guía de informe final del TTP*. Quito-Ecuador.
- Wong Wucius (1991), *Fundamentos del Diseño*. Barcelona - España: Ed. Gustavo Gili S.A.

## Sitios Web

- Feedbacknetworks. *Calculó de la Muestra*  
Recuperado: el 19 de julio del 2013 de,  
<http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculiar.html>
- Werneck D. *Font Dewerneck*  
Recuperado: el 26 de julio del 2013 de,  
<http://www.dafont.com/es/daniel-leal-werneck.d1036>
- Erradicación Progresiva de la Mendicidad en el Distrito Metropolitano de Quito  
Recuperado: el 22 de julio 2013 de,  
<http://www.patronato.quito.gob.ec/erradicacion-mendicidad-en-el-dmq/erradicacion-progresiva-de-la-mendicidad-en-el-distrito-metropolitano-de-quito.html>
- Fundación LinoType  
Recuperado: el 26 julio 2013 de,  
<http://www.fontslog.com/>
- Plúas M. (2010). *La Mendicidad*  
Recuperado: 16 julio del 2013 de,  
<http://es.scribd.com/doc/33496405/La-Mendicidad-2010>
- Proceso Creativo. *Metodología del Diseño*  
Recuperado: el 19 de julio del 2013 de,  
<http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/metodología>
- MIES, *Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad*  
Recuperado: el 14 de julio del 2013 de,  
<http://dadignidad.gob.ec/mendicidad-ecuador/>

- PP El Verdadero. *Quito inicia acciones para erradicar la mendicidad*  
Recuperado: el 16 julio del 2013  
<http://www.ppelverdadero.com.ec/index.php/mi-quito/item/quito-inicia-acciones-para-erradicar-la-mendicidad.html>  
© 2012 Todos los derechos reservados. Se prohíbe la reproducción o copia de los contenidos de este sitio sin el consentimiento del diario.

### **Otras Fuentes**

- MIES-INFA, *Programa de protección especial “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”*  
Recuperado: el 20 de junio del 2013 de,  
Documento Word.
- MIES-INFA, *Programa de protección especial Puntos de dignidad Pichincha – Quito.*  
Recuperado: el 20 de junio del 2013 de,  
Documento Word.

# A N N E X O S

## **Anexo No 1. Entrevista a expertos MIES-INFA**

Nombre: Carmen Navarrete

Cargo que desempeña: Técnica del programa protección especial del MIES-INFA

### **1. ¿Cómo interviene el MIES-INFA y la línea de acción protección especial, con el programa de erradicación de la mendicidad de adolescentes?**

El Ministerio de Inclusión Económica Social (MIES), junto al Instituto de la Niñez y la Familia (INFA), garantiza los derechos y protección integral de adolescentes por medio de cuatro líneas de acción, una de ellas es el programa de protección especial; que se encarga de establecer un proyecto para restituir los derechos de adolescentes que han sido violentados, en este caso como: trata de blancas, abuso sexual y laboral entre otros. Este programa desarrolló una campaña de mucho éxito, teniendo como resultado una respuesta positiva por parte de la ciudadanía, ahora las personas ya no dan dinero en las calles, sino dan aportes económicos en los puntos de dignidad más cercanos.

### **2. ¿Cómo se establece el programa de protección especial “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”?**

La Fundación Patronato Municipal San José, suscribió un convenio de cooperación económica con MIES-INFA, para la ejecución del proyecto de erradicación progresiva de la mendicidad, en el que la institución decide que el programa continúe, estableciendo como parte de su campaña comunicacional “Da Dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”. Esta campaña de protección especial ha tenido logros; sin embargo, el mensaje que se transmite y difunde, se refiere a un contexto de forma general sobre la mendicidad de los adolescentes.



**3. ¿Cuál es el tiempo establecido para el desarrollo del proyecto de protección especial en la Erradicación de Mendicidad de Adolescentes?**

El proyecto se desarrolla durante todo el año en 16 provincias del Ecuador, con mayor riesgo de vulnerabilidad económica y social, como es el caso de Pichincha - Quito, en el que se analiza el diagnóstico del problema y todos los aspectos negativos, para establecer un plan de restitución de derechos; y, así garantizar un control e inclusión social del grupo de estudio.

**4. ¿Cómo se visibiliza las actividades de erradicación de la mendicidad de adolescentes, como programas de inclusión social por parte del MIES-INFA?**

El MIES-INFA gracias a la ayuda, aporte y esfuerzo de 1.231 técnicos, ha logrado el desarrollo de actividades para erradicar la mendicidad infantil, junto a la línea de acción que es protección especial. Cuando se habla específicamente de los adolescentes como grupo poblacional, se visibiliza esta problemática de manera muy general, básicamente por medio de una herramienta como el Internet; es decir, los medios de comunicación para la difusión del cumplimiento de actividades como inclusión social.

**5. ¿Cree usted que se debería transmitir y difundir más información, sobre las actividades de erradicación de la mendicidad que realizan los adolescentes?**

Si, creo que es de gran importancia que se tome en cuenta a grupos de estudio más específicamente, como es el caso de los adolescentes para que la sociedad conozca y forme parte del proceso del mismo; y, así se visibilice las actividades que se van desarrollando anualmente de acuerdo al programa establecido.

**6. ¿Cuál es el aporte del MIES-INFA para el desarrollo de programas de inclusión social, como erradicación de mendicidad de adolescentes?**

El MIES-INFA evalúa a las fundaciones, analizando cual es más apta para recibir una ayuda económica, el financiamiento se realiza a través del estado, también existe una coordinación con instituciones del estado y ONG's para definir los planes de intervención y garantizar la adecuada ejecución del proyecto.

**7. Cree usted que los índices de erradicación de mendicidad en adolescente, han disminuido en los últimos años?**

El programa de erradicación de la mendicidad, junto a la línea de acción protección especial, ha tenido un cambio y transformación desde el año 2010, gracias a evaluaciones permanentes y campañas de inclusión social como es “Ecuador sin Mendicidad” contra temas como abuso laboral, sexual, entre otros, a pesar; que se ha obtenido una disminución de índices de erradicación de mendicidad de adolescentes, la sociedad no conoce a fondo dichos procesos.

## **Anexo no 2. Entrevista a expertos MIES-INFA**

Nombre: Wendy Haro

Cargo que desempeña: Encargada del área de Comunicación Social MIES-INFA

### **1. ¿Cómo intervienen los procesos de comunicación en la visibilización de las actividades ,sobre la Erradicación de Mendicidad de los y las Adolescentes?**

Los procesos de comunicación sobre la visibilización de las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de los y las Adolescentes, junto al programa que desarrolla el MIES-INFA, se gestionan de acuerdo al desarrollo de los proceso del programa Protección Especial durante todo el año, existe una difusión de información por parte de los medios de comunicación, sobre campañas de erradicación de mendicidad que se está realizando de manera general, también por medio de la ayuda y apoyo de otras instituciones y ONGS, se da a conocer a la sociedad cómo se restituyen los derechos de los adolescentes.

### **2. ¿Cree usted que la sociedad tiene conocimiento de todas las actividades que realizan los y las adolescentes, sobre el programa “Da dignidad por un Ecuador sin Mendicidad”, que realiza el MIES-INFA?**

La información que se transmite sobre el programa “Da dignidad por un Ecuador sin Mendicidad” que desarrolla el MIES-INFA, se maneja de forma general en varios contextos como trata de blancas, abuso sexual y trabajo infantil, entre otros; no existe una difusión de información en campañas comunicacionales que hablen específicamente del tema expuesto, esto genera un problema de inclusión por parte de la sociedad, al no tener conocimiento de todo el proceso y como es su desarrollo dentro del programa antes mencionado.

**3. ¿Cuál es el material gráfico visual, que proporciona el MIES-INFA como soporte para difundir y transmitir información relacionada con la erradicación de la mendicidad de las y los adolescentes?**

El material gráfico visual que se proporciona para difundir la erradicación de la mendicidad de adolescentes, se realiza mediante soportes como: flyers, afiches, fundas, dípticos y trípticos, que se entrega a las personas especialmente en el desarrollo de algún programa que desarrolle el MIES-INFA, relacionado con la restitución de sus derechos, ahí es donde existe una vinculación con la sociedad.

**4. ¿Cree usted que con los soportes gráficos visuales antes mencionados, son apropiados para la difusión y transmisión de información, para que exista una retroalimentación del mensaje por parte de la sociedad?**

Los soportes como afiches, flyers, trípticos y dípticos transmiten información de la problemática de manera general, no específicamente del grupo de estudio de los adolescentes, se enfocan más en los niños y niñas. No es un material muy funcional porque cuando se entrega a las personas no prestan mucha atención, en algunos casos no leen, ni se informan. Es un material que no es el indicado en su totalidad para generar inclusión social.

**5. ¿Qué soportes gráficos visuales cree usted, que serían los más indicados para que se pueda visibilizar las actividades de la erradicación de la mendicidad de adolescentes y así se genere una inclusión por parte de la sociedad?**

Los flyers, afiches, dípticos y los otros soportes antes mencionados son importantes; pero, no tienen buenos resultados en su mayoría. Como comunicadora visual del MIES-INFA, para que la sociedad interactúe, se informe y forme parte de los procesos que se desarrolla para erradicar la mendicidad, incorporaría folletos, revistas, libros y agenda; que tengan mejor acogida y así el mensaje sobre el grupo de estudio, se difunda a la sociedad de una manera más funcional; es decir, que se genere una interacción y así se involucren más personas en esta problemática.

### Anexo 3. Modelo de encuesta 1, grupo de estudio diagnóstico.

**UNIVERSIDAD ISRAEL  
FACULTAD DE DISEÑO  
INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

**TEMA DE INVESTIGACIÓN**

*"Visibilización de las actividades sobre la Erradicación de la Mendicidad de adolescentes en programas de Inclusión Social del INFA"*

Marque con un X su respuesta en los cuadros en blanco

Edad:

20-25	<input type="checkbox"/>
25-30	<input type="checkbox"/>
30-35	<input type="checkbox"/>

1. ¿Conoce las actividades que realizan los adolescentes en Procesos de Erradicación de Mendicidad?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

2. ¿En qué condiciones cree usted, que se encuentran los adolescentes en procesos de Erradicación de Mendicidad? (escoja1)

Muy bien	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Malas Condiciones	<input type="checkbox"/>

3. ¿Cree usted que los adolescentes en procesos de Erradicación de Mendicidad tengan aceptación, en relación a un contexto de inclusión socio - cultural?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

4. ¿Qué tan importante es que se cumplan los derechos de los adolescentes con problemas de mendicidad? (escoja1)

Muy importante	<input type="checkbox"/>
Un poco importante	<input type="checkbox"/>
Ligeramente importante	<input type="checkbox"/>
Nada importante	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cree usted que un proyecto de Diseño Gráfico sea idóneo, para visibilizar las actividades, sobre la Erradicación de la Mendicidad que cumplen los adolescentes, en programas de inclusión social?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

6. ¿Ha conocido o escuchado sobre campañas comunicacionales, gráficas visuales, que transmitan y difundan información sobre los derechos, actividades, aportes que desarrollan los adolescentes en procesos de Erradicación de Mendicidad?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

7. ¿Le gustaría formar parte de las actividades y progresos, que desarrollan los adolescentes en programas de Erradicación de Mendicidad, como parte de un contexto de inclusión social?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

#### **Anexo 4. Modelo de matriz de evaluación**

Matriz de evaluación del Producto “Visibilización de las actividades sobre la Erradicación de Mendicidad de los adolescentes, en procesos de Inclusión Social”

Califique de acuerdo a la escala valorativa de: “excelente”, altamente relevante; “bien”, poco relevante y “regular”, nada relevante. De acuerdo a los indicadores que cumpla la Agenda-Revista “Tejiendo Sueños”.

##### *1. Experto No.*

**Nombre:**

**Experiencia:**

**Título:**

**Lugar de trabajo:**

<b>CRITERIO</b>	<b>Excelente</b>	<b>Bien</b>	<b>Regular</b>
Novedad			
Actualidad			
Aplicabilidad			
Funcionalidad			

**Observaciones:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## **Anexo 5. Entrevista a adolescentes de la fundación Cruz Roja - Machachi**

Se realizó una entrevista a los adolescentes de la fundación Cruz Roja - Machachi, para la elaboración del producto editorial.

### ***Adolescente 1***

Nombre: Rodrigo

Edad: 17 años

Género: Masculino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Futbolista

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con hacer goles

### ***Adolescente 2***

Nombre: Marco

Edad: 12 años

Género: Masculino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Músico

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con cantar desde mi corazón

### *Adolescente 3*

Nombre: Pablo

Edad: 16 años

Género: Masculino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Astronauta

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con tocar las estrellas

### *Adolescente 4*

Nombre: Laura

Edad: 15 años

Género: Femenino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Profesora

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño en educar a los más pequeños



### *Adolescente 5*

Nombre: Samuel

Edad: 16 años

Género: Masculino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Tenista.

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con jugar como los mejores.

### *Adolescente 6*

Nombre: Olga

Edad: 15 años

Género: Femenino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Balletista.

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con bailar las canciones más hermosas.

### *Adolescente 7*

Nombre: Ricardo

Edad: 13 años

Género: Masculino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Pintor.

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con plasmar en las pinturas mis sentimientos.

### *Adolescente 8*

Nombre: Paulo

Edad: 18 años

Género: Masculino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Ciclista.

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con representar a mi país.

### *Adolescente 9*

Nombre: Javier

Edad: 14 años

Género: Masculino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Basquetbolista.

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con lograr ser el mejor del mundo.

### *Adolescente 10*

Nombre: Samanta

Edad: 12 años

Género: Femenino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Veterinaria.

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con proteger a los animales.

### *Adolescente 11*

Nombre: Anita

Edad: 18 años

Género: Femenino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Alpinista.

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con conquistar las montañas.

### *Adolescente 12*

Nombre: Daniel

Edad: 18 años

Género: Masculino

**1. ¿Qué te gustaría ser de grande?**

Aviador.

**2. ¿Cuál es tu sueño?**

Yo, sueño con volar sobre las nubes.

Anexo 6. Validación INFA



# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Formando líderes en el tercer milenio.

Quito, 13 de Agosto del 2012

Señor(a)  
Henry Betancourt  
~~Coordinador General de Protección Especial en MIES- INFA~~  
Dyrix  
Valeria Arostegui  
Directora Nacional de Comunicación Social en MIES- INFA

*Autorizado  
15-08-2012  
coordinado con  
Carmen Haverich  
087 004286*

Presente.-

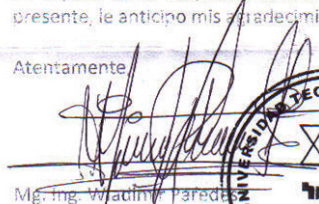
De nuestras consideraciones:

Por medio de la presente, reciba un cordial saludo, de la Universidad Tecnológica Israel comunicándoles a ustedes que la señorita estudiante, egresada de la Facultad de Diseño Gráfico Empresarial, Estefanía Alejandra Zumárraga Salgado, con C.I. 1718759671. Se encuentra realizando el Trabajo de Titulación de Pregrado (TTP), con el tema: "Visibilizar las actividades de la Erradicación de la Mendicidad en adolescentes, en programas de inclusión social que desarrolla el INFA."

Nuestro afán, como institución de educación superior, es el de solicitar se sirvan autorizar a la citada estudiante en las diferentes actividades que ésta investigación conlleva, como la recopilación de información sobre dicho programa (datos actualizados, registros fotográficos, entrevistas, encuestas, análisis del grupo objetivo, entre otros); con el fin de realizar un producto gráfico visual - editorial, que incorpore todos los aspectos relacionados con el programa que desarrolla el INFA; dejando en claro que la realización de este proyecto es netamente académica sin que ustedes deban comprometer otros recursos adicionales a los solicitados anteriormente.

En espera de su respuesta favorable y por la atención que se digne dar a la presente, le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente

  
Mg. Ing. Wladimir Paredes  
Coordinador de Carrera  
Diseño Gráfico Empresarial



**Edificio Matriz:**  
Francisco Pizarro E4-142 y Marieta de Veintimilla  
Telfs: (02) 2500-534 • 2555-741  
www.uisrael.edu.ec  
Quito - Ecuador