



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

**TEMA: Book de Antropología Visual de Diseño Publicitario de las Revistas
Ekos y Cosas Internacionales**

AUTOR/ A: Juan Pablo Escobar Analuisa

TUTOR/ A: Ph.D. Diego José Donoso Vargas

TUTOR TÉCNICO: Mg. Diego Mauricio Machado Ortiz

AÑO: 2017

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Padre, ya que él me dio el más grande ejemplo de constancia y fe en un propósito, por más difícil que este parezca.

Quisiera agradecer a mi Madre, ya que sin su apoyo en los momentos difíciles, quizás no hubiera continuado con esta práctica profesional.

También debo agradecer, a mi director, tutores y a mis compañeros, ya que sin su ayuda no se hubiera podido llevar a cabo esta investigación.

RESUMEN

La Antropología visual al igual que las ciencias sociales, nos permite estudiar al ser humano como un todo, según (Bonte & Izard, 1996), la antropología visual es una rama de la etnología descriptiva, recoge por medio de la imagen, información sobre los pueblos del presente y pasado.

Las formas de la imagen son múltiples en la Antropología visual y varían según las épocas, expresando las condiciones técnicas de cada periodo y reflejando hasta cierto punto el estilo y gustos dominantes de la época. La imagen entonces representa, realidades sociales y culturales que intervienen en los círculos sociales.

Al tratar de entender cuál es el lugar que tienen las imágenes en la antropología nos damos cuenta que una fotografía, una película o un video, así como otras expresiones gráficas, ayudan al espectador a ser parte del entorno que lo rodea como un componente que razona y critica la manera en que entiende y trata su vida cotidiana.

Éstas manifestaciones aplicadas a la comunicación, difusión y promoción, son expresiones sociales, que han formado parte en nuestra cultura a través de los anuncios y slogans originales que manifiestan la manera de comunicarnos, lo que somos, como vivimos y el modo de presentar esa realidad.

Palabras Clave

Antropología, Visual, Book, piezas gráficas, publicidad, fotografía

ABSTRACT

Visual Anthropology is a tool that allows us to study the human being as a whole, according to (Bonte& Izard, 1996), visual anthropology is a branch of descriptive ethnology, collects by means of images information about the peoples of the present and past.

The forms of the image are multiple in visual anthropology and vary according to the times, expressing the technical conditions of each period and reflecting to some extent the style and dominant tastes of the time. The image then represents social and cultural realities that intervene in social circles.

In trying to understand the place of images in anthropology we realize that a photograph, a film or a video, as well as other graphic expressions, help the viewer to be part of the surrounding environment as a component that reasons and criticizes the way he understands and treats his daily life.

These manifestations applied to communication, diffusion and promotion, are social expressions that have been part of our culture through the original announcements and slogans that manifest the way we communicate, what we are, how we live and how to present that reality.

Keywords

Anthropology, Visual, images, graphic pieces, photography.

INDICE

Contenido

AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN	III
ABSTRACT	IV
INDICE.....	V
SECCIÓN I.....	8
1.1 Problema de Investigación	8
1.2 Objetivo General.....	8
1.3 Objetivos Específicos	8
1.4 Introducción	9
SECCION II	12
2.1 Marco Teórico.....	12
2.1.1 Mentalidad científica.....	12
2.1.2 Antropología	12
2.1.3 Antropología Cultural	13
2.1.4 Antropología Visual.....	14
2.1.5 Tiempo para generar un cambio social	16
2.1.6 Fotografía en Ecuador	17
2.1.7 Book Fotográfico	18
2.1.8 La Portada	18
2.1.9 Vectores y Fotografías en el “book”	18
2.1.10 Modos de color.....	19
2.1.11 Estilo de Maquetación.....	20
2.1.12 Tipografía.....	21
2.1.13 Publicidad en el Ecuador.....	22
2.1.14 Tendencias Diseño 2016	23
2.2Marco Conceptual.....	25
2.2.1 Albumina.....	25
2.2.2 Bauhaus	25
2.2.3 Bitmap (mapa de bits)	25

2.2.4 Catalizadores	25
2.2.5 Colodión Húmedo	26
2.2.6 Composición	26
2.2.7 Cursiva	26
2.2.8 Diseño Orgánico.....	26
2.2.9 EPS.....	27
2.2.10 Fisiológico.....	27
2.2.11 Manuscritos.....	27
2.2.12 Maquetación.....	27
2.2.13 Multimedia.....	27
2.2.14 MB (Megabites).....	28
2.2.15 Minimalismo.....	28
2.2.16 Pixel.....	28
2.2.17 Sistema Parasimpático. SNA.....	29
2.2.18 TIFF.....	29
2.2.19 Tipografía.....	29
2.2.20 Vanguardistas.....	29
SECCIÓN III.....	30
3.1 Metodología.....	30
3.2 Población.....	30
3.3 Muestra.....	31
3.4 Análisis de Encuesta.....	32
3.5 Propuesta.....	38
Reticula.....	38
Estilo.....	39
Colorimetría.....	39
Color por secciones.....	40
Fotografía Publicitaria.....	42
Tipografía.....	43
Portada.....	44
Materiales.....	45

Tintas y Acabados	46
3.6 Cronograma	47
3.7 Presupuesto desglosado	48
SECCION IV	49
4.1 Conclusiones	49
4.2 Recomendaciones	50
4.3 Bibliografía	51
Referencias	51
4.4 Anexos	54
4.4.1 Formato Cuestionario General	54
4.4.2 Validación de muestra con programa informático Netquest	56

SECCIÓN I

1.1 Problema de Investigación

Inexistencia de un Recurso Recopilatorio (gráfico) de la evolución en la creación de piezas graficas publicitarias, de marcas reconocidas en el distrito Metropolitano de Quito durante el periodo 2012-2014 y 2016.

1.2 Objetivo General

Incorporar a la práctica del Diseño Gráfico, un recurso visual impreso con la evolución del pensamiento creativo en piezas gráficas publicitarias, respecto a las influencias políticas y sociales en los años 2012, 2014 y 2016, de diferentes marcas con difusión en revistas (Cosas Internacional y Ekos).

1.3 Objetivos Específicos

Reunir la información de los cambios sociales más relevantes que se presentaron en la sociedad de los años 2012, 2014 y 2016.

Diseñar un “book” que incluya piezas gráficas publicitarias con una visión antropocéntrica de la alternancia en la creación de piezas gráficas durante los periodos mencionados.

Validar el trabajo final con profesionales del campo del diseño.

1.4 Introducción

La presente investigación tiene lugar en el distrito Metropolitano de Quito y comprende el análisis de la influencia que tienen los cambios sociales en la creación del contenido de las piezas gráficas publicitarias. Para poder ejemplificar este hecho, se recopiló una serie de imágenes publicitarias de revistas que responden esta cuestión.

El conocimiento particular de cambios en diseño gráficos, le permiten al profesional de diseño ampliar su gama de posibilidades para crear piezas gráficas con mayor influencia en la sociedad, pero principalmente al grupo objetivo al que quiere llegar. En una pieza gráfica publicitaria el mensaje está dirigido para un consumidor específico, el cual cambia constantemente debido a la globalización, tendencias tecnológicas y a los cambios políticos en el país.

El último trabajo realizado con este tipo de estudio fue en el año 2005, el libro de la Historia del Diseño Gráfico fue realizado con el auspicio por el Municipio de Quito y analizado con visión histórica del mundográfico en Ecuador. El libro recopila información de la evolución del diseño gráfico, así como la versatilidad en la propaganda gráfica, afiches para eventos, pintura y escultura a través de los años.

Teniendo como referencia esta edición anterior contiene información hasta el año 2005, para esta investigación se consideró partir del año 2007, no solo con el propósito de secundar este documento, sino porque, a partir de este año, se presentaron los cambios sociales más importantes para la realidad social, económica y cultural del país, que llegaron con la denominada “Revolución Ciudadana”, y su idea de implementar el Plan Nacional “Buen Vivir”; Hecho que ha motivado a cambiar la visión histórica del anterior trabajo por un análisis antropológico para este actual estudio.

Teniendo en cuenta este antecedente se planea continuar desde el año 2007, no solo por la existencia de este único documento, sino porque a partir de este año se presentaron los cambios sociales más importantes dentro de la sociedad quiteña, desde la llegada de la denominada “Revolución Ciudadana” con la idea de implementar el Plan Nacional “Buen

Vivir”, hecho que ha motivado a cambiar la visión histórica del anterior por un análisis antropológico para este actual estudio.

El plan Nacional del Buen Vivir fue desarrollado por la Secretaria Nacional de **Planificación y Desarrollo** y actualizado en el año 2013 y puesto en funcionamiento en el 2009 y vincula a todos los ministerios del estado para el avance en la instauración del mismo en la población ecuatoriana con énfasis en los grupos más vulnerables

Tienen como meta la “felicidad” y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental en armonía, equidad y solidaridad. Los mismos que se han visto reflejados en la sociedad con la inclusión de sectores de varias clases dentro de la vida política y social del país, los cuales han generado cambios en el modo ver el mundo y por ende en el diseño al momento de presentar y publicitar un producto en el mercado.

En esta investigación nos centramos en los 2012, 2014 2016, valorando que primer debate para la propuesta de Ley de comunicación fue en el 2010 y que en el 2013 se realizó un segundo debate y una posterior aprobación durante el mismo año.

La Ley de comunicación contempla regular el contenido a presentar, la distribución de los espectros radioeléctricos y las frecuencias, toca los aspectos humanos como la prohibición de imágenes que atente contra la dignidad de las personas, niño, niñas, además del respecto a los derechos de autor.

Para poder verificar el cumplimiento de la misma, el Gobierno creó un Consejo de Regulación y Control para la Información y Comunicación, más conocido por sus siglas como SECOM (Secretaria Nacional de Comunicación).

La aprobación de esta ley generó uno de los mayores cambios en la manera de diseñar la publicidad, ya que con esta nueva normativa que incluye una categorización del contenido en: Informativo, De opinión, Educativo/Formativo/Cultural, Entretenimiento, Deportivo y Publicitario, y diferenciar los momentos y espacios en los que se difunden, esta información debe ser dada a conocer al espectador de manera clara para su conocimiento.

Otro de los aspectos importantes dentro de la Ley, es la Nacionalización de los productos audiovisuales, la ley contempla que un 80% de la producción debe ser realizada con personal ecuatoriano, sea este entre actores, actrices, modelos o staff de producción o postproducción del producto final. Este hecho también es un cambio importante en la creación de piezas graficas o audiovisuales, en donde la participación de gente nacional ha replanteado los elementos que componen el producto final.

La información obtenida en esta investigación, será presentada en un book que recopila la antropología visual del diseño y el analiza las diferentes piezas gráficas, considerando fundamentales una visión antropocéntrica de cada una.

Como finalidad para este proyecto se tiene el crear un recurso visual, no solo para profesionales del diseño, sino también para incluir su uso en la pedagogía. Este “book fotográfico” puede ser usado como un modo de ejemplificar la evolución del diseño influenciado por la sociedad.

SECCION II

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Mentalidad científica

La mentalidad científica requiere mucho tiempo para poderla educar, es el resultado de la historia y la tradición. Por lo que el sujeto (ser humano) debe salir al encuentro del objeto, lo que aparece en el camino como algo diferente a él, un obstáculo. (Luberthe-Tolra & Pierre, 1998)

Los hechos que dan formación a las conductas y realidades sociales o mentales son, realidades vivas muy ricas, que deben propiciar el razonamiento científico, no solo desde la visión profesional de la investigación, sino como un modo para formar la mente ante una adversidad, que a futuro le permita llegar al sujeto a la ciencia como una ocupación profesional.

(Luberthe-Tolra & Pierre, 1998) Definen: “la **Mentalidad científica** como la aptitud para soportar la contradicción, la capacidad de afrontar lo que resulta más extraño y desagradable para la espontaneidad humana.”

2.1.2 Antropología

Las ciencias sociales estudian al ser humano y su relación con la sociedad, la antropología examina al ser humano como un todo, sus manifestaciones culturales y sociales, así como de los aspectos físicos que se pueden generar como resultado de estos. Con el perfeccionamiento de esta ciencia han aparecido una serie de subdivisiones que estudian más a fondo cada uno de los contextos que genera el desarrollo de la sociedad.

“Lagran diversidad de manifestaciones culturales y contextos sociales han hecho que el estudio de la antropología se subdivide en diferentes áreas para poder tener un estudio más profundo de los eventos que forman parte de la sociedad.”(Kottak, P. 2007)

Kottak, P. (2007) en el primer capítulo de su libro Antropología Cultural manifiesta que existen 4 tipos de sub disciplinas para la antropología, las cuales son:

- 1) Antropología Cultural
- 2) Antropología Arqueológica
- 3) Antropología Biológica o Física
- 4) Antropología lingüística

En el desarrollo de este análisis, hemos tomado como referente la antropología Cultural, la cual estudia a la sociedad y su cultura a través de la descripción, explicación, comparación de contextos culturales.

2.1.3 Antropología Cultural

Este campo de la antropología estudia las diferencias y similitudes culturales y sociales. Para el desarrollo de esta subdivisión se realizan dos actividades: La Etnografía y la Etnología.

“La etnografía proporciona una descripción de un grupo, una sociedad o cultura particulares”. (Kottak, 2007, p.8)

El etnógrafo tiene la misión de organizar, describir, analizar e interpretar los datos para construir una descripción que pueda formar en el futuro un libro, una película o un artículo

La etnografía principalmente realiza trabajos de campo, los antropólogos tradicionalmente centran sus estudios en grupo pobres o nada poderosos. A diferencia de la ciencia política o económica que están ciertamente relacionadas al mismo campo de estudio (ser humano), siempre se han centrado en grupos de elite y políticas oficiales. Como ejemplo podemos decir que mientras la ciencia política crea programas de planificación cultural o económica, la etnografía o el etnógrafo observa cómo funcionan dichos programas durante su implementación en la sociedad.

La etnología se fundamenta en la comparación transcultural, que sintetiza el conocimiento y usa los antecedentes de una serie de investigadores, para llegar a conclusiones generales sobre la sociedad.

“La etnología analiza, interpreta y compara los resultados de la etnografía, los datos recogidos en diferentes sociedades”. (Kottak, 2007, p.10)

La etnología se establece en un lugar y poder vivenciar la cultura local, y formular leyes basadas en generalizaciones, utilizando la comparación de datos etnográficos, como base teórica, que le otorga un alcance práctico.

“Mirando más allá de lo particular hacia lo más general, los etnólogos intentan identificar y explicar las diferencias y similitudes culturales, probar hipótesis y construir una teoría que amplíe nuestra comprensión sobre cómo funcionan los sistemas sociales y culturales”.(Kottak, 2007, p.10)

2.1.4 Antropología Visual

Hoy en día las imágenes dominan el entorno visual de nuestra cultura globalizada, por lo que parece indudable el interés del estudio de las imágenes, a partir de un instrumento analítico (Antropología Visual). Aquí nos limitaremos a esas piezas gráficas no temporalizados que son las fotografías, abordándolas desde el ámbito de la antropología visual.

Los avances tecnológicos en el campo del registro audiovisual, han hecho que se establezca un lazo más estrecho entre la antropología y las imágenes, al momento de crear o transmitir conocimiento antropológico y conceptualizar de su estudio la formación de un producto cultural.

Las imágenes se han usado frecuentemente como recursos para dar a conocer realidades culturales y sociales que forman parte de una comunidad. Al tratar de entender cuál es el lugar que tienen las imágenes en la antropología nos damos cuenta que una fotografía, una película o un video, ayudan al espectador a ser parte del entorno que lo rodea como un componente que razona y critica la manera en que entiende y trata su vida cotidiana.

Como instrumento de trabajo, la fotografía, el video y el cine no reciben la atención completa de las ciencias sociales

“Estas técnicas se han incorporado al trabajo de campo de manera informal, aunque sin que luego se haya explicitado en la metodología y sin que se considere necesaria una preparación específica.” (Ardévol, 2006)

La antropología visual busca en la imagen una fuente para poder transmitir el conocimiento sobre los procesos sociales y culturales, de igual manera desarrollar teorías para crear imágenes como parte de un estudio cultural. Por consiguiente, para generar cuestiones en cuanto al contenido, la manera de comunicar y el modo de presentar.

La Antropología Visual no solo ha formado parte de la investigación científica, al ser considerada como medio para generar reflexión en el sujeto, también se le ha incluido en la pedagogía; Fotografías, películas y documentales con propósitos educativos son utilizados en etapas de enseñanza primaria y de bachillerato en materias relacionadas con las ciencias sociales. Y existe muy poco uso de este recurso a nivel universitario.

Desde la posición del diseño se considera que el estudiante aprenda a mirar críticamente la imagen y que el entorno de la clase le permita entender lo que ve, como una idea de la cultura construida para transmitir objetivos específicos y que de esta manera por medio de la Antropología pueda desarrollar teorías interpretativas o explicativas, partiendo de conceptos sociales y culturales

“Los núcleos de discusión en Antropología Visual coinciden en gran parte con los de la antropología social y cultural, especialmente los relacionados con descripción etnográfica y la comunicación intercultural.”(Ardevol, 2006)

Así, la Antropología Visual busca abrir un campo de reflexión en los investigadores y al mismo tiempo configurarse como una especialidad en la Antropología, pero su avance es lento, ya que se apoya más en el cine documental, que en el campo de la experimentación científica y la teoría.

Los antropólogos utilizan el cine la fotografía en sus investigaciones, sobre todo para aumentar los archivos de un museo, pero realmente despiertan poco interés en la comunidad académica.

En este punto podemos mencionar que con los avances tecnológicos en el campo audiovisual le permitieron a la antropología visual, un reconocimiento paulatino, que viene de la capacidad de la fotografía y del cine de registrar datos etnográficos con mayor calidad y la posibilidad de difundir saberes sobre la sociedad humana de manera casi instantánea por medio de los sistemas online.

La antropología visual propone abrir un debate en torno a la posibilidad de crear imágenes útiles para el científico como para los antropólogos, cineastas, fotógrafos, estudiantes y profesionales de diseño, que aporte gran valor visual al desarrollo de teorías e investigaciones sociales, que a su vez le permitan al espectador mirar críticamente la imagen y que pueda entender lo que ve, como una idea de la cultura construida para transmitir objetivos específicos y que de esta manera por medio de la Antropología visual pueda desarrollar aportes visuales, partiendo de conceptos sociales y culturales.

2.1.5 Tiempo para generar un cambio social

Todos los acontecimientos generan un impacto en mayor o menor proporción en la sociedad, los cuales pueden modificar el entorno de manera negativa o positiva, lo que significa que al final, estas consecuencias se van a reflejar en las actividades que realizan los individuos.

Este impacto al final debe ser evaluado, esto quiere decir que debemos tratar de determinar el alcance de las consecuencias en la sociedad. Para poder tener una mejor idea del tema, trataremos de definir qué significa impacto.

Los efectos o cambios sobre una población son conocidos como impactos sociales y se consideran marcas dentro de una comunidad, marcas que pueden ser esclarecidas en las prácticas y procesos que realizan la comunidad en las que se emprenden.

“...los resultados finales (impactos) son resultados al nivel de propósito o fin del programa. Implican un mejoramiento significativo y, en algunos casos, perdurable o sustentable en el tiempo, en alguna de las condiciones o características de la población objetivo y que se plantearon como esenciales en la definición del problema que dio origen al programa. Un resultado final suele expresarse como un beneficio a mediano y largo plazo obtenido por la población atendida.” (Guzmán, 2004).

Según (Torres G, 2004)manifiesta que en sus investigaciones: “Los resultados de los impactos se advierten a largo plazo en un tiempo de un año y medio desde la introducción del proyecto. Desde un punto de vista de la información, se pueden enfocar en dos perspectivas. La primera es ver los efectos de los proyectos que apoyan al momento de

desarrollar actividades de informar. Y la segunda se refiere al uso que se da a la información para solucionar los problemas del desarrollo del proyecto.” (p9)

A su vez Rojas, (2001), manifiesta que: “Del uso de un sistema de información se desprenden resultados que constituyen el llamado impacto, que puede tratarse como un cuarto nivel y que está determinado por los resultados que se obtienen en la práctica y las transformaciones que pueden producirse como efecto de ese uso.”

Al final podemos concluir que un impacto tiene una relación de causa y efecto al momento de integrar un proyecto, los resultados se aprecian a largo o mediano plazo, en los que los resultados pueden ser direccionados de manera positiva o negativa y pueden generar cambios no solo de tipo social sino ambiental, así como en los procesos y productos de algún grupo determinado, gracias a una acción específica.

2.1.6 Fotografía en Ecuador

En el Ecuador la fotografía data de algún tiempo atrás, la primera cámara llegó a pedido de Vicente Rocafuerte en el año de 1841, cuando era Gobernador del Guayas, con este hecho da inicio la historia de la fotografía, que va de la mano de la joven República recientemente formada.

Las primeras fotografías eran anónimas y retrataban muchas veces las elites políticas del país. De ahí que comienza la antropología y la fotografía a formar parte del desarrollo social de la nación, y que de este modo se marcaba una profunda disparidad entre los indígenas y los mestizos.

La técnica del daguerrotipo debido a su costo quedó restringido para las personas con dinero, no fue hasta el año de 1960 que a Ecuador llegó la albumina y el colodión que por su bajo costo se convirtió en la manera más popular de conseguir fotografías. Las elites normalmente eran retratadas con posturas clásicas de pintura mientras que los indígenas eran registrados fotográficamente como parte de las grandes haciendas y parte de los procesos de evangelización.

Hoy en día las imágenes dominan el entorno visual de nuestra cultura globalizada, por lo que parece indudable el interés del estudio de las imágenes, que cada día se convierten en una manifestación silenciosa de la realidad cultural y social de una sociedad.

2.1.7 Book Fotográfico

El book fotográfico es un documento que recopila una serie de fotos manejando una temática específica o no, los formatos y estilos varían y depende mucho de la visión del diseñador que los crea, depende igual si el producto final es para sí mismo o para un tercero.

Un book profesional depende del grupo objetivo, al que se dirige, existen una variedad infinita de temas como: arquitectura, moda, paisajes, personales (modelos), etc. Todos ellos deben estar especificados en el desarrollo del producto visual. Con la información completa y una propuesta de difusión, el book puede desarrollar un concepto específico, con un contenido muy elaborado o estar simplemente estructurado con una idea sencilla y sobria.

Hoy en día un book se forma de manera digital con el crecimiento de redes sociales especializadas en fotografía como instagram, compartir imágenes y crear recopilaciones de cada momento, es más común entre las personas e incluso abre la posibilidad de la creatividad con aplicaciones que permiten editar fotografías antes de ser colgadas en la red.

2.1.8 La Portada

La portada es la cara de la publicación, diferentes autores han mencionado como debe estar estructurada, como debe estar el encabezado, el contenido, los títulos, las imágenes, deben cautivar al espectador, pero el propósito visual del book, es que resalte entre todos, aunque se encuentre a la mitad de muchas otras publicaciones, es en esta parte que, influye más el estilo, que la posición de los elementos, aunque todo depende de la realidad cultural de quien mira la portada.

En la actualidad las portadas se convierten en iconos de la imagen y referentes para los nuevos diseñadores. Cada una de ellas puede generar diferentes reacciones en el grupo al que está dirigido. La portada debe tratar de sintetizar el contenido y el sentido de la publicación que representa con una sola imagen, el estilo si es clásico (tipo libro) o moderno (tipo revista), depende del creativo que la desarrolla.

2.1.9 Vectores y Fotografías en el “book”

Las imágenes que van en el documento, deben ser pensadas para poder ser visualizadas en cualquier programa, por lo que en esta caso para un book manejaremos, para las imágenes

bitmap (mapa de bits); mientras que para fotografías, un formato TIFF en las imágenes vectoriales, es el EPS, y todos estos formatos se pueden aplicar en cualquier programa de diseño.

No solo eso, estos formatos en definitiva mantienen las capas como en el programa original, lo que permite que la calidad de la imagen se mantenga, esto se traduce en archivos más pesados, pueden llegar a sobrepasar los 100 MB.

2.1.10 Modos de color

Los colores dentro del mundo del diseño gráfico se dividen en RGB y CMYK, dependiendo de la finalidad que van a tener. CMYK es un manejo de color utilizado primordialmente para la impresión de diseños, mientras que el RBG es muy utilizado para la creación de archivos multimedia.

En una pantalla de monitor hay una serie de zonas (puntos) que se llaman pixeles y cada uno está compuesto de tres sub pixeles, (R) rojo, (G) Verde, (B) Azul y cada uno tiene una intensidad de brillo que en conjunto forman puntos de luz que podemos percibir como un color.

La intensidad del color en la pantalla viene de las promociones en que se mezclan los colores primarios (R, G, B), por ejemplo, una valor de cero significa que no hay ninguna intensidad dentro de la mezcla, pero si este valor aumenta el color aumenta su tonalidad, generando mayor brillo que el ojo puede reconocer.

“De esta forma, un color cualquiera vendrá representado en el sistema RGB mediante la sintaxis decimal (R, G, B) o mediante la sintaxis hexadecimal #RRGGBB”. (Calvo Ivanovic, 2016)

Un problema muy común es confundir estos perfiles de color, lo que genera un cambio en las tonalidades que se observan en el monitor de cuando se imprime el archivo. Siempre los colores de RGB serán más brillantes debido a los millones de pixeles que pueden tener, mientras que el CMYK es más limitado en su contenido de color por lo que la tonalidad será más opaca cuando se imprime.

Según Open-buzoneo.com, el “CMYK es un modelo de color sustractivo el cual se emplea en la impresión a color, y su nombre es el acrónimo (vocablo formado por la unión de las siglas de varias palabras, no necesariamente en español) de los colores básicos”.

Un color en CMYK se forma cuando un objeto absorbe todos menos uno, ese color que rechaza es el que podemos ver.

“Es decir, el cian, magenta, amarillo y negro; Este modelo de color, el CMYK es la versión actualizada del modelo RYB (red+ yellow + blue). Decimos que el modelo CMYK es sustractivo ya que al mezclar los cuatro colores primarios en una superficie blanca, se genera el color negro; En la definición de CMYK es importante decir que se trata de un modelo basado en la absorción de la luz.”(Open-buzoneo.com, 2016)

2.1.11 Estilo de Maquetación

Para bosquejar digitalmente existen dos estilos fundamentales, simétricos y asimétricos, en los que podemos definir al estilo simétrico como, un enfoque más típico en el que el diseño se estructura alrededor del eje central que podría ser una fotografía. El estilo asimétrico se maneja de manera más libre dejando al diseñador colocar los elementos de diferente manera sin generar un excesivo ruido que moleste al espectador.

Los manuscritos originales de la era medieval, fueron el inicio la maquetación en libros impresos, este estilo asimétrico, se usa en la actualidad para inspirar sensaciones en el lector de dignidad, elegancia y tradición.

“Este estilo se utiliza sobre todo en páginas y portadas de libros, en la que cada línea debe estar centrada y relacionada una con otra. El uso de letras mayúsculas y separadas, con la ocasional inclusión de un adorno.” (Littau, 2008)

En la escuela de diseño Bauhaus aparece la maquetación asimétrica, junto con los movimientos alemanes vanguardistas, de los periodos de 1920 y 1930. Artistas como Kurt Schwitters y Theo van Doesburg fueron quienes experimentaron con otro tipo de repartición de los elementos, basado en un eje centrado, en el que consideraban, se creaba considerable dinamismo en el diseño.

La composición en el estilo simétrico, se forma como una bandera a la izquierda, pero en otras ocasiones se puede realizar a la derecha.



Fig.1 Ejemplo de maquetación

“Sin embargo, es recomendable mantener la composición bandera en la dirección derecha, ya que la costumbre de lectura en occidentes es de izquierda a derecha. La Bauhaus también rechazaba los adornos y la tipografía con remate.” (Miguel, 2012)

2.1.12 Tipografía

La tipografía es algo que debemos tener muy en cuenta al momento de desarrollar un producto editorial. Idéntico que en los colores, la tipografía, emite emociones y sensaciones que generan reacciones en las personas de manera involuntaria.

En distintas fuentes de consulta, se trata el tema de la variedad de emociones que contagian los colores y de la importancia que tienen en los productos visuales o audiovisuales. Pero, ¿La tipografía puede causar alguna emoción?

Flores, J. (2014), manifiesta que: “La psicología de la tipografía, al igual que ocurre con los colores, las personas tenemos ciertos sentimientos, emociones y hacemos asociaciones como respuesta a los distintos tipos de letra y fuente”.

Es por esto que los profesionales del diseño deben conocer y dedicar especial atención en la alternativa de fuente tipográfica que va utilizar. Y emplear un mismo tipo de fuente es un

error, si pretendemos dar una imagen de un lugar tradicional a nuestro negocio, que si por el contrario, estimamos transmitir que es una empresa más moderna y contemporánea.

2.1.12.1 Tipografía SanSerif

Fuente Sans Serif

Fig.2 Tipografía "Helvética Light Font"

La tipografía sansserif, transmite innovación, seguridad, alegría y en ciertas oportunidades se la relaciona con la neutralidad o el minimalismo. Las fuentes más destacadas de este estilo son: Arial, Bauhaus, Tahoma o Helvética.

“También conocidas como palo seco, aparecieron en Inglaterra, entre los años 1820 y 1830; Los vértices son rectos y dan la sensación de haber sido hechas con una técnica manual como un pincel o lápiz.”(Flores, 2014)

Esta tipografía es muy usada para impresiones de etiquetas y embalajes, así como para textos cortos y grandes en carteles o titulares, debido a su legibilidad, es por eso que son muy asociadas a la parte comercial.

“Están especialmente diseñadas para visualizaciones en pantallas, y permiten su correcta lectura en tamaños pequeños y limpias en los tamaños grandes.”(Flores, 2014)

2.1.13 Publicidad en el Ecuador

Pocas son las fuentes que pueden dar el real origen de la publicidad en el mundo, pero lo que se piensa es que con el nacimiento del comercio, apareció la publicidad. En la antigua roma los pregoneros eran quienes proclamaban en las calles anuncios y noticias, son estos quienes se les pueden considerar los intentos de publicidad.

La publicidad ecuatoriana comenzó a desarrollarse con el fortalecimiento de la industria nacional, los escasos registros de la historia de la publicidad, no permiten determinar con exactitud el nacimiento de esta actividad. La Asociación Ecuatoriana de Agencias, publicó en 1996 un libro (Tres Décadas de la Publicidad en el Ecuador) que recopila los registros encontrados hasta el momento sobre la historia de la publicidad.

La Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP), se origina en 1968 y se formaliza en 1970. Alberto Alarcón Cabanilla, fue director de la Asociación, en los primeros años y genero una serie de emprendimientos como charlas y foros para profesionalizar a los publicistas de la época, lo que se considera un gran aporte para el sector publicitario, esto permitió generar un cambio de pensamiento al instaurar publicidades para clientes, comerciantes e industrias, quienes valoraban a la publicidad como una pérdida de tiempo y dinero, ya que esta tarea de publicistas la profesaban los propios administradores y dueños de las empresas.

Las primeras firmas de la Asociación, fueron un soporte fundamental para la agrupación. Ya que estas se encargaron de realizar seminarios con la participación de expositores internacionales, así como la proyección de videos publicitarios galardonados internacionalmente.

La profesionalización de la publicidad llevo a que se cree un “Código de Ética “para la ejecución de esta actividad. Un congreso se llevó a cabo en México, donde se decretaron los parámetros para ejercer la publicidad. Esto ayudo a que tanto clientes como público en general tuvieran otra visión de la publicidad ecuatoriana. En las universidades en cambio comenzaron a impartir cátedras sobre mercadeo, comunicación y publicidad adaptados a la realidad del mercado local.

La trayectoria de la publicidad en el Ecuador como una actividad comercial y de comunicación, están acompañadas de eventos que forman parte del país. Con el nacimiento de un nuevo medio de comunicación, estos pasan a ser soportes publicitarios, que aplicados a otras actividades, motivan a que los nuevos publicistas formen parte del gremio a través del desarrollo de eventos y concursos, que implementan estos soportes a nuestra realidad.

2.1.14 Tendencias Diseño 2016

En el 2016 también estará presente el diseño flat debido al ahorro en transferencia de datos lo que significa para el cliente en menos precio y aprovechar mejor su plan de datos. Con la mejora de las pantallas y la velocidad de transmisión de datos que han reducido sus costo. Nos da a pensar que el flat se puede fusionar que el diseño orgánico.

Carreño, D. (2015) menciona que: “La unión de dos conceptos antagónicos puede dar como resultado una tendencia muy viva y original. Lo que antes era plano se elevará y adquirirá un relieve hasta ahora no visto.”

Para este año también se ha tomado en cuenta a los diseños tridimensionales, figuras abstractas que aún conservan un estilo minimalista pero que se presenta con sombras y luces que le dan profundidad e incluso puede ser aplicado en logotipos.

Este año debido a la continuación del diseño flat y al estilo de diseño responsive para las diferentes plataformas web el color se mantendrá en un estilo neutral pero estos no pueden perder la atención del usuario por lo que se implementa los degradados en el diseño sobre todo para logotipos, esto le permite mantener su impacto visual, a pesar de tener colores más apagados.

En cuanto a diseño con el incremento de celulares de alta gama y pantallas con mejor definición hacen que este sea la primera pantalla para antes de que llegue a visualizar en su computador de escritorio. Para los diseñadores ya no solo es necesario pensar en el estilo responsive, la “usabilidad” será clave para el usuario que busca llegar rápido a la información que busca en su dispositivo.

“Un buen diseño responsive ya no es aquel que se ve correctamente en móvil o tablet. Un buen diseño responsive tendrá una usabilidad perfecta para móviles. Dejar fuera de la versión móvil pequeñas funciones que sí están disponibles en la versión desktop ya no es una solución aceptable”.(Olivares, 2015)

El usuario debe disfrutar la navegación a través de la página, mientras esta en su móvil, toda esta experiencia debe ser tomada en cuenta por los diseñadores y uno de los mejores ejemplos que se puede tomar es el de la Netflix, el cual presenta toda la información en cualquier plataforma incluyendo publicidad. Los que nos da a pensar que el estilo responsive no solo está presente en la web sino en banner, logotipos que se presenta en revistas y periódicos.

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Albumina

En 1850 aparece una solución que recubre el papel de impresión y se conocía como albumina (clara de huevo), desarrollada por Louis Désiré Blanquart-Evrard, este procedimiento, creaba múltiples copias sobre papel sumergido en nitrato de plata, el proceso era fácil y económico en aquella época y era capaz de obtener las mismas imágenes de los daguerrotipos en su precisión y la calidad de detalle, pero con un costo muy inferior.

“Esto hacía que el papel fuera sensible a la luz ultravioleta, y para obtener imágenes, se debía colocar el papel debajo de un negativo (placa de vidrio) y luego exponerlo a la luz, y terminarlo con un entonador o un fijador.”(Geography, 2013)

2.2.2 Bauhaus

“La Staatliche Bauhaus (Casa de la Construcción Estatal), o simplemente Bauhaus, fue la escuela de artesanía, diseño, arte y arquitectura fundada en 1919 por Walter Gropius en Weimar (Alemania) y cerrada por las autoridades prusianas en manos del Partido Nazi”.(Gracia, 2014)

2.2.3 Bitmap (mapa de bits)

“Una imagen en mapa de bito imagen de píxeles, es una estructura, que representa una rejilla rectangular de píxeles o puntos de color, llamada *matriz*, que se puede visualizar en un monitor, papel u otro dispositivo de exhibición visual.”(DefiniciónABC, 2007)

Un mapa de bit define su ancho y alto en píxeles y la profundidad del color lo miden los bits en cada pixel (punto individual), un punto almacena una determinada cantidad de colores, que definen la intensidad y calidad de color en una imagen.

2.2.4 Catalizadores

Persona, cosa. Que atrae, conforma y agrupa fuerzas, opiniones, sentimientos, etc.

2.2.5 Colodión Húmedo

La fórmula de colodión húmedo está compuesto de algodón y pólvora, que resulta en una sustancia líquida espesa, que se diluye en éter de alcohol y se vierte sobre una superficie de cristal. Esta emulsión, producto del rápido proceso, posibilita la generación de diversos impresos a partir de un original en placa de vidrio.

“El colodión era lo mejor de dos mundos: la calidad y precisión del daguerrotipo con la capacidad de obtener copias del calor tipo de Talbot.”(Oscar, 2016)

2.2.6 Composición

En la fotografía o en el cine, la composición fotográfica es el orden de los objetos dentro de un encuadre. La composición digital, se refiere a la elaboración de imágenes en movimiento, combinando imágenes de diferentes orígenes, esta se aplica en efectos especiales, producción de efectos visuales y composición de imágenes complejas.

”La composición en artes gráficas hace alusión al proceso de distribuir de forma coherente las letras, frases y párrafos en la página que se va a imprimir.”(Gomez, 2010)

2.2.7 Cursiva

La letra cursiva imita la escritura a mano, este estilo inclina las letras y permite manualmente escribir con mayor velocidad, tipográficamente este tipo de letra se considera para cartas.

2.2.8 Diseño Orgánico

Este movimiento artístico se desarrolló entre 1931 y 1960, y luego se retomó en los años '90 hasta el presente. El enfoque humanístico y holístico es la característica del diseño orgánico.

“Su método de trabajo consistía en el desarrollo de soluciones integradas, de modo que la totalidad de un esquema arquitectónico se unificaba, generando un efecto general mayor que la suma de las partes”. (PortaldeArte.cl, 2008)

2.2.9 EPS

“En informática, un EPS o PostScript encapsulado es un tipo de archivo gráfico digital que comporta restricciones que facilitan incluir archivos como este en otros documentos PostScript a través de softwares especializados. Un archivo EPS debe poseer la extensión .eps, .epsf, o .epsi.”(DefinicionABC, 2016)

Un EPS contiene BoundingBox o caja de comentario, que son rectángulos de la imagen (bordes). De esta manera es como varias aplicaciones pueden leer la información para ubicar el archivo en una página o un documento. Los EPS incluyen un pre visualización del contenido para verificar el mapa de bits que guarda.

2.2.10 Fisiológico

Que está relacionado con la ciencia que estudia los órganos de los seres vivos y su funcionamiento.

2.2.11 Manuscritos

“Un manuscrito («manu scriptum», significa escrito a mano). Y se trata de un documento con información escrita a mano sobre un soporte flexible como: el papiro, pergamino o papel, con tinta de una pluma un bolígrafo o simplemente el grafito.”(Diego, 2011)

2.2.12 Maquetación

“La maquetación, también llamada a veces diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas”.(Crebio, 2015)

2.2.13 Multimedia

Conocemos por multimedia a una forma computarizada de presentar textos, sonidos, imágenes, videos y animación de manera combinada, entre las que podemos mencionar a los programas de aprendizaje, material de referencia y videojuegos.

“La mayoría de las aplicaciones multimedia incluyen asociaciones predefinidas conocidas como hipervínculos o enlaces, que permiten a los usuarios moverse por la información de modo intuitivo.” (Menjivar, 2001)

2.2.14 MB (Megabites)

Los megabites en informática son la unidad de medida para la cantidad de datos en un archivo, que además se utilizan para medir la capacidad de almacenamiento y velocidad de transferencia de datos, generalmente se mide en segundos.

“Un megabyte equivale exactamente a 1024 KB (kilobytes) o a 1.048.576 bytes y 1024 (MB) megabytes equivalen a 1 GB.”(Alegsa, 2010)

2.2.15 Minimalismo

El minimalismo agrupa todo aquellos elementos que son reducidos a lo esencial. Esta corriente artística utiliza elementos básicos y ningún accesorio o elemento sobrante es representado en una pieza artística.

“La intención del minimalismo, por lo tanto, generar sentido a partir de lo mínimo. Esto requiere simplificar los elementos utilizados, apelando a un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples”.(Perez & Gardey, 2014)

2.2.16 Pixel

Pixel proviene del vocablo inglés es un acrónimo de pix y element. Pix es una expresión coloquial que se refiere al “picture” o imagen en español y “elemet”, que se traduce a elemento. En informática pixel representa una superficie diminuta homogénea que forma parte de una imagen. Lo que nos permite definir a pixel como una unidad más pequeña en color que compone una imagen digital.

“Al ampliar una de estas imágenes a través de un zoom, es posible observar los píxeles que permiten la creación de la imagen. Ante la vista se presentan como pequeños cuadrados o rectángulos en blanco, negro o matices de gris.”(Pérez Porto & Merino, 2012)

2.2.17 Sistema Parasimpático. SNA

“El sistema nervioso parasimpático, pertenece al sistema nervioso autónomo y se encarga de controlar las funciones y actos involuntarios, los nervios que lo integran nacen en el encéfalo, formando parte del motor ocular común, facial, glossofaríngeo y nervios craneales.”(Bellver, 2015)

2.2.18 TIFF

“Tagged Image File Format conocido como TIFF es un formato de archivo para almacenar imágenes de bitmap, prevalece en la industria gráfica y en la fotografía profesional por su versatilidad y compresión”.(Silva, 2016)

2.2.19 Tipografía

“La tipografía (del griego τύπος[típos], ‘golpe’ o ‘huella’, y γράφω [gráfo], ‘escribir’) se dice que es el arte y la técnica en el manejo y selección de tipos para crear trabajos de impresión”.(Flores, 2014)

2.2.20 Vanguardistas

“El vanguardismo, se refiere a las personas o a las obras artísticas, que son experimentales o innovadoras, en particular en lo que respecta a la cultura, política, filosofía y literatura”.(Dictionary, s.f.)

SECCIÓN III

3.1 Metodología

La metodología aplicada es una investigación científica.

Descriptiva

Ya que se fundamenta en describir características de ciertos fenómenos, que permiten poner de manifiesto una estructura o un comportamiento.

Método experimental para elaboración de book

Dentro del método empírico de investigación, este surge como resultado de la técnica con el conocimiento.

Método lógico inductivo incompleto

Inducción Incompleta: Los elementos del objeto de investigación no pueden ser numerados y estudiados en su totalidad, obligando al sujeto de investigación a recurrir a tomar una muestra representativa, que permita hacer generalizaciones.

Encuesta Mixta

La encuesta tiene una lista de 10 preguntas predefinidas aplicadas a estudiantes de diseño gráfico. Para la presente investigación se elaboró un banco de 7 preguntas de selección y 3 preguntas de opinión relaciones a la Antropología Visual y la eficacia de un book fotográfico, orientado a la pedagogía, la utilidad en áreas de diseño y arte.

Con este instrumento el entrevistador maneja la información de manera ordenada y le permitirá comparar equitativamente los resultados y unificar los datos en un solo esquema.

3.2 Población

La población establecida para este estudio son los estudiantes relacionados a la carrera de Diseño Gráfico Según la tabla del Senecyt en su página oficial. Existen 572.463 estudiantes matriculados a nivel nacional.

De los cuales 139.564 están en la provincia de pichincha y dentro de la ciudad de Quito el 4,7% (6.559 estudiantes) son estudiantes de las carreras de Artes y Humanidades, en las cuales se encuentran todas las carreras relacionadas al diseño.

Este valor (6.559) será el universo que compone la población a estudiar.

3.3 Muestra

Para definir cuál es el número de encuestas que se debe realizar para la validación del proyecto recurrimos a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Nz_c^2 p \cdot q}{d^2(N-1) + z_c^2 p \cdot q}$$

➤ Descripción:

N: Cantidad total de estudiantes (6.559)

Z_c: Porcentaje de factibilidad (1.65)

p, q: Constantes (0.5)

d: Riesgo de error (0.08)

➤ Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(6559) \cdot (1.65)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.15)^2 \cdot (6559-1) + (1.65)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = \frac{(17856.87) \cdot (0.25)}{(0.0225) \cdot (24) + (2.7225) \cdot (0.25)}$$

n= 44

Para efectos de precisión se utilizó la aplicación de Netquest.com la cual arrojó los siguientes resultados

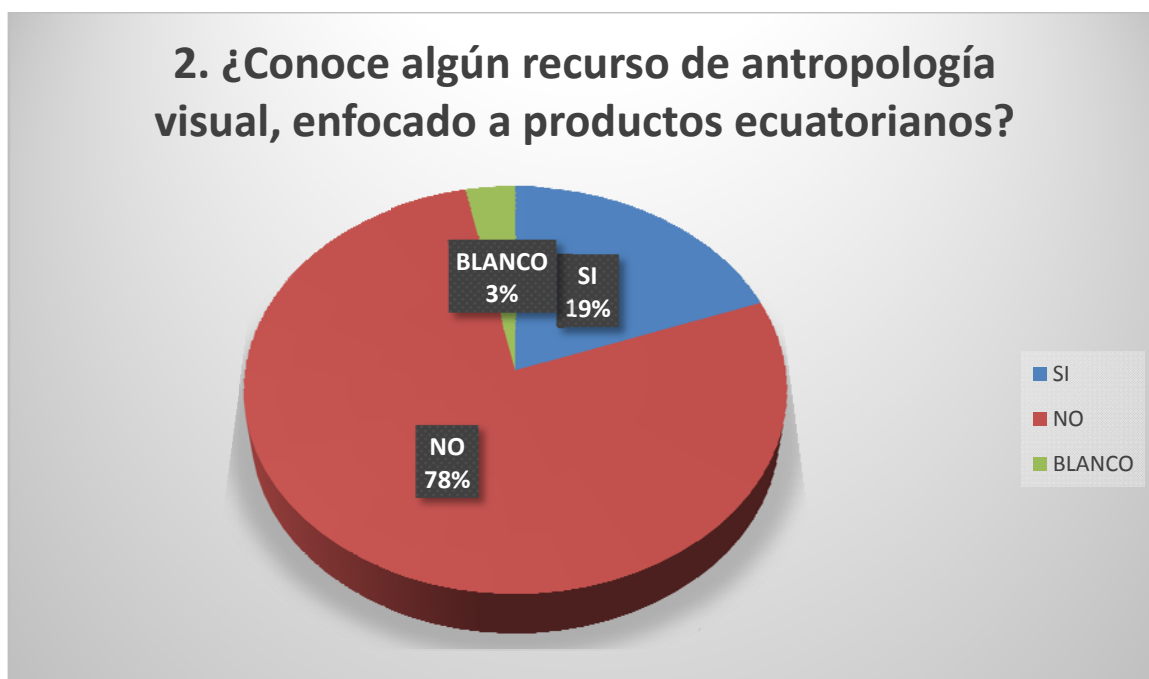
3.4 Análisis de Encuesta

Pregunta 1

El termino de Antropología visual ¿A qué hace referencia?

En su mayoría las opiniones eran desconocer el término a profundidad, o lo asocian como antropología clásica, de estudio de la sociedad, pero usando recursos visuales como fotos o videos. Otras opiniones confunden que antropología visual, estudia las fotos como medios sociales. En su mayoría la gente supone el concepto por las palabras, por lo que el investigador piensa que los encuestados pudieron o no ver algún recurso visual antropológico, sin saber realmente que era.

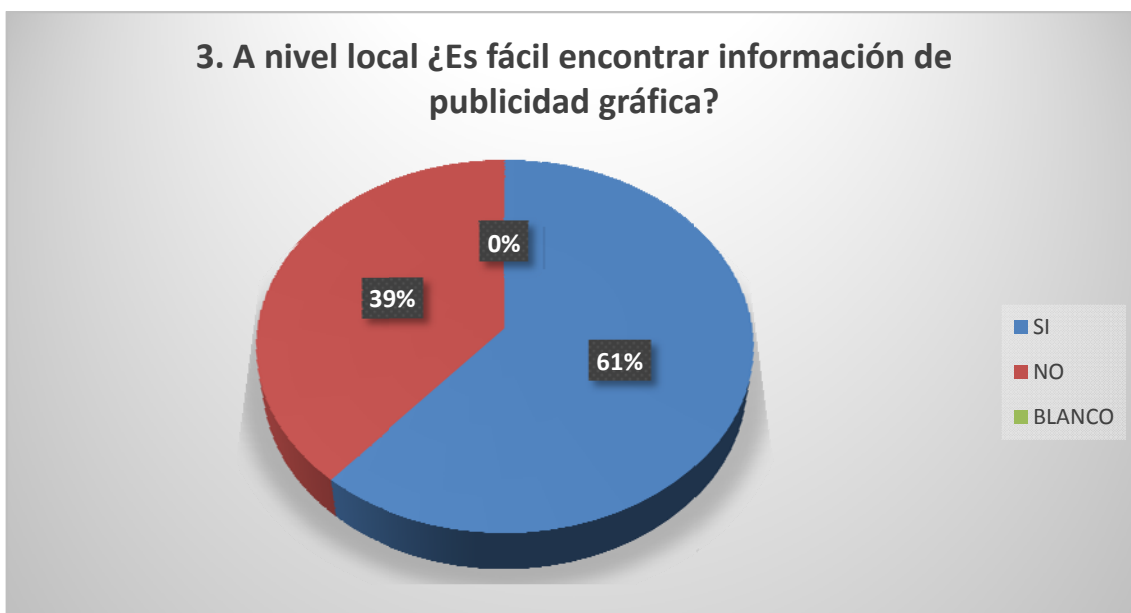
Pregunta 2



En la mayoría de quienes pusieron una respuesta afirmativa, existe una confusión con los **panfletos**, debido a que este medio de difusión es considerado por diseñadores como un recurso de expresión social. La confusión antes mencionada en la pregunta 1, corrobora la idea del entrevistador de conceptos mezclados; Si bien un panfleto tiene un impacto social y visual diferente al de la campaña publicitaria, este medio puede ser considerado visual,

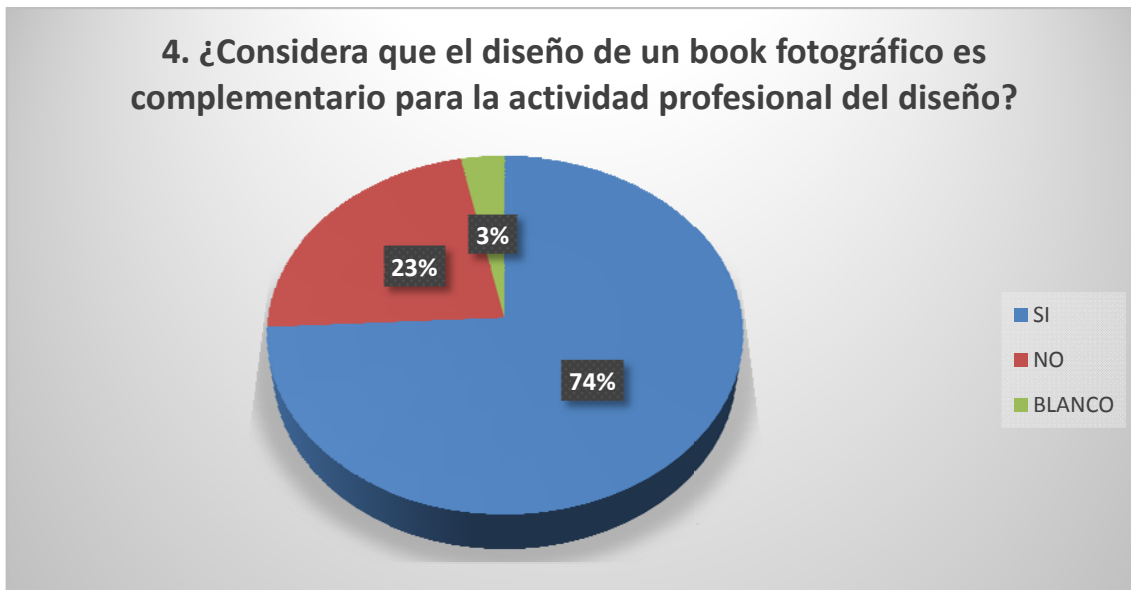
pero no como un recurso antropológico, debido a que la antropología visual registra eventos de **interacción humana** enmarcados en la realidad de una sociedad.

Pregunta 3



La pregunta en si fue entendida de tres maneras distintas por los encuestados. La primera, si existen medios de consulta sobre publicidad, en donde la respuesta fue negativa, porque hay muy poca información de las agencias y diseñadores que crean las publicidades, dentro de las respuestas positivas hubo dos interpretaciones de la pregunta, la primera manifiesta, que si existe información gráfica porque son las vallas publicitarias y en si cualquier publicidad impresa que puede servir como informativo, de donde se puede crear o a quien se puede contactar para conseguir más información.

Pregunta 4



En la pregunta la mayoría responde que si es complementario a la actividad gráfica, dentro de las respuestas se manifestó que si es requerido como una guía referencial, en el ámbito profesional y el educativo, en cuanto a las respuestas negativas no existe alguna argumentación.

Pregunta 5



Ampliamente la estadística muestra, que no existe un recurso gráfico, conocido por los entrevistados, que recopile la evolución de la publicidad, el porcentaje de respuestas positivas manifestaron como recurso el libro de la Historia del Diseño Gráfico en Ecuador y otra respuesta fue como recurso el Internet.

Pregunta 6



Por parte los entrevistados no existe algún recurso, específicamente antropológico que recopile los cambios de la publicidad en Quito, en cuanto a las respuestas positivas manifestaron como un recurso a Internet.

Pregunta 7

¿Cómo describiría la evolución de la publicidad en los últimos años?

Esta pregunta de tipo abierta, le permite al encuestador tener una opinión de la visión de la publicidad, en lo que se puede manifestar, que los encuestados (25) piensan que la publicidad a tenido una evolución positiva sobre todo a nivel tecnológico, se cuenta con estándares altos de calidad para producción. En cuanto a la elaboración del mensaje se piensa que tiene mucha creatividad para el mercado interno, pero en el fondo tiene influencia de marcas reconocidas internacionales. En si la visión es de una publicidad bien

hecha con creatividad para crear mensajes. Pero sigue un lineamiento externo, mas no hace una nueva forma de comunicación.

Pregunta 8



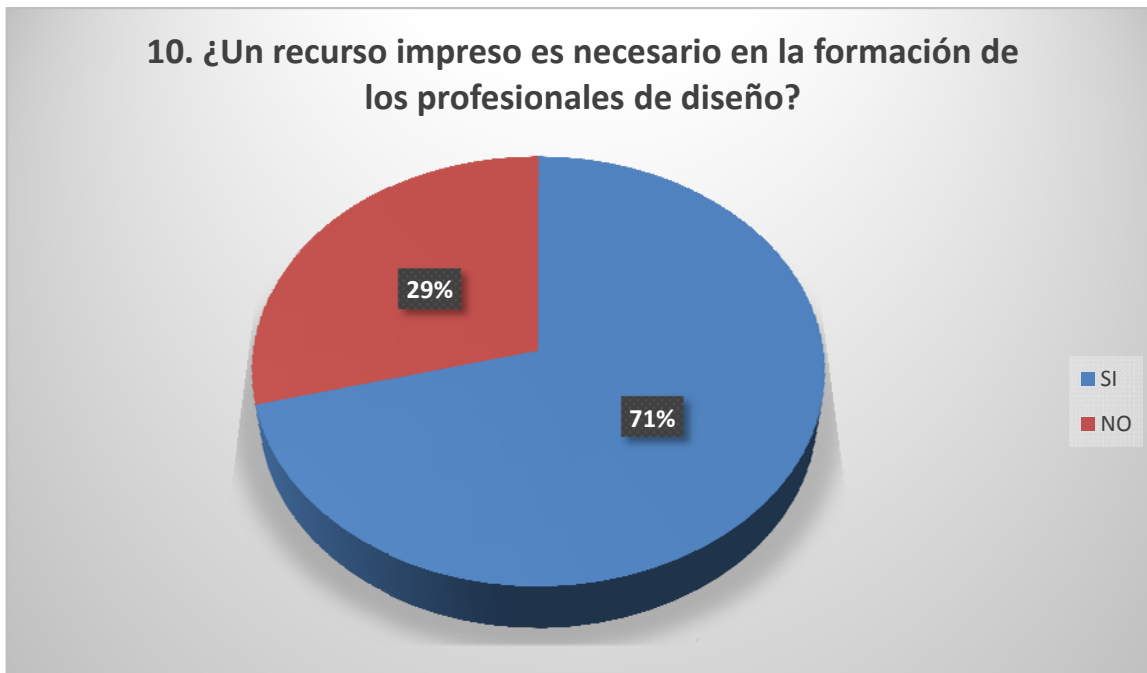
El 68% de los encuestados coinciden en que si es necesario a nivel pedagógico, manifestando que un book recopila las imágenes con la evolución y los cambios de la publicidad, que ayudan al desarrollo de los temas tratados en clases y que sirve como guía. En 29% manifiesta que en internet se puede encontrar la información a través de sus propios dispositivos inteligentes (smartphones o tablets).

Pregunta 9

¿Cómo ayudaría académicamente un book fotográfico como recurso de antropología visual?

Esta pregunta de tipo abierta en su mayoría no fue contestada pero de la poca información que se consiguió, se puede concluir que el aporte principal es de ayudare a entender la imagen a través de su cambio y adaptación, así como para reforzar de manera gráfica la teoría recibida en clases, relacionadas a la historia publicitaria.

Pregunta 10



El 71% manifiesta que si es necesario un recurso impreso, mientras que el 29% piensa que un recurso **impresono** es necesario. La respuestas negativas contemplan que el book debe ser de tipo online o una página web que recopile la información, lo cual lo vuelve más acorde a los tiempos actuales. Cabe recalcar que dentro de las repuestas positivas también existe esta observación por parte de los encuestados; piensan que, si bien, el producto final es un recurso impreso es útil, este debe tener una versión digital como un valor agregado para el consumidor final del producto.

3.5 Propuesta

El producto final es un book de 108 páginas, dividido en tres secciones por cada periodo de tiempo, 2012, 2014, 2016, la presentación es un formato vertical de 29.7 X 21 centímetros, con perfil grafico CMYK a 300 pixeles por pulgada, que contienen una recopilación de fotografías de publicidades en formato TIFF de 8 bits sobre la adaptación de la publicidad a influencias políticas y cambios sociales, las imágenes son un compendio de diferentes marcas publicadas en las revistas Ekos y Cosas Internacional. La presentación está impresa en papel couche de 150 gr, recubierta con pasta rígida, en el interior la maquetación es en estilo “minimalista” utilizando una tipografía sans serif y los colores que diferencian cada sección, son contemporáneos.

El contenido se separa en tres periodos de tiempo 2012, 2014, 2016.

3.5.1 Descripción del Producto

Retícula

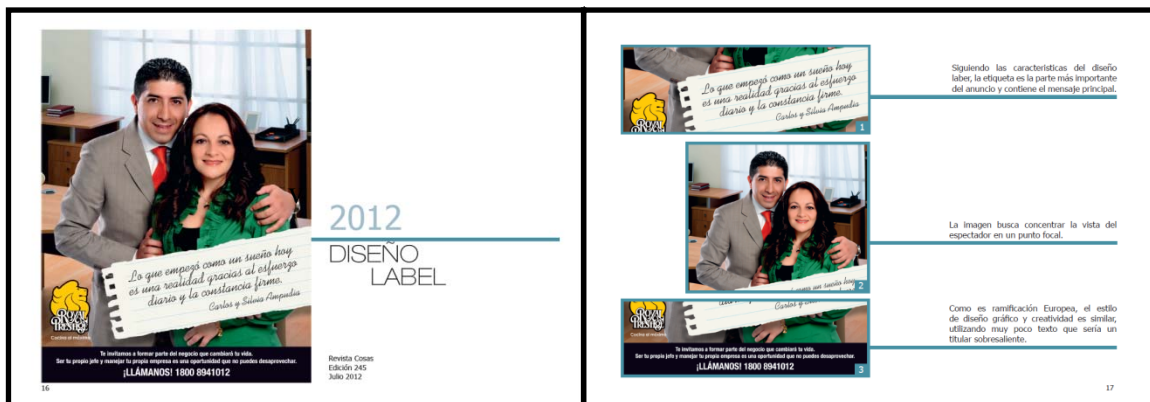
La información se encuentra organizada con una retícula modular, debido a la facilidad, flexibilidad y movilidad para estructurar el contenido. Una de las particularidades de estaretícula es que nos ofrece ilimitadas posibilidades, lo que dependiendo del estilo puede terminar en un diseño sobrecargado.



Esta retícula nos permite organizar diferentes tipos de información y textos medios o extensos de manera separada.

Estilo

Para el desarrollo de este book se ha considerado un estilo minimalista con colores neutros que desvíen la visa de la imagen principal, así como para evitar un diseño sobrecargado producto de la retícula modular.



Colorimetría

Pantone realiza cada año el lanzamiento de colores de moda que normalmente, genera una gran influencia en todo el campo del diseño, sea textil o gráfico. Este año la propuesta cromática, presenta vitalidad, relax y naturaleza, con colores vivos y brillantes en tonalidades terrosas.

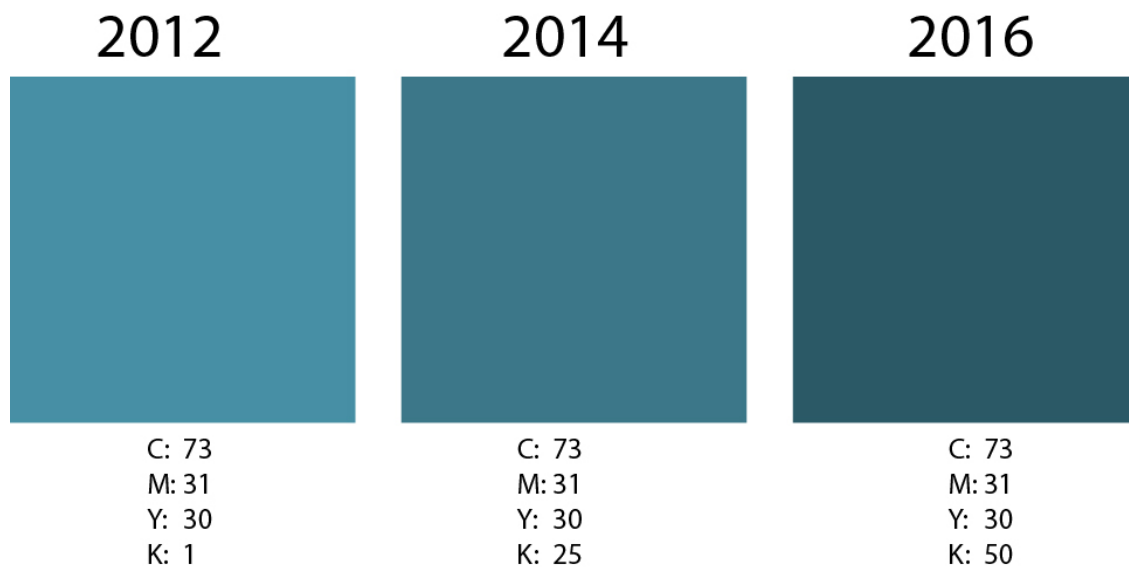
Para el desarrollo del book se tomó en cuenta que las imágenes a ser analizadas, presentarían una gran gama de colores, en cada una de las diferentes publicidades. Por lo que se optó como referencia, el color Pantone 17-4123 Niagara de la Imagen 1, color que dentro de toda la propuesta se considera el más neutral y que no desviará la atención de la imagen, ni del texto.



Imagen 3: BCN COOL HUNTER. (2016). Los 10 colores de moda para la primavera verano 2017 del Pantone Fashion Color Report. [Imagen]. Recuperado de <http://bcncoolhunter.com/2016/10/10-colores-de-moda-primavera-verano-2017-pantone-fashion-color/>

Color por secciones

Tomando como base el color seleccionado y teniendo en cuenta que el book se divide en tres secciones, se aumentó un 25% del tono original para cada periodo de tiempo, con el fin de mantener la uniformidad de la presentación, y al mismo tiempo darle una diferenciación.



Secciones del Book con cada color



Fotografía Publicitaria

Como primera edición la fotografía seleccionada para este trabajo fueron imágenes publicitarias con un mensaje de tipo **SINECDOQUE**, que como figura retórica, extienden, restringe o altera la significación de la imagen. Lo que permite mantener una idea clara del producto.

Fotografía 2012



Fotografía 2014



Fotografía 2016



Tipografía

Para el proyecto se utilizó la familia tipográfica **San Serif**, que según Olivares (2016): pertenecen a las **tipografías comerciales** y que de acuerdo a la psicología de la tipografía expresan modernidad, alegría, **neutralidad o minimalismo**. Este tipo de letra es ideal para textos cortos y títulos. Pensada originalmente para carteles, esta tipografía permite una buena lectura en tamaños pequeños.

Tipografía para cuerpos de textos:

TAHOMA

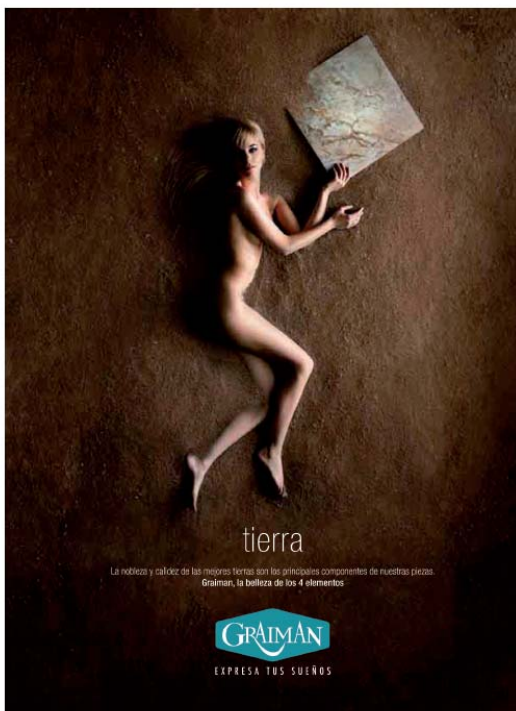
A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tipografía para títulos:

LOWVETICA

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
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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Estas familias tipográficas permiten mantener el dinamismo sin perder la formalidad que debe mantener el book fotográfico en su presentación.



Influencia: Digital Nouveau

El Art Nouveau fue un estilo artístico que prosperó en Europa Occidental y USA entre 1880 y 1910. Término derivado de una galería de arte en París en 1885 llamada Art Nouveau.

Líneas onduladas, asimétricas y sinuosas, basadas en la naturaleza.

Estilo que ha sido utilizado en arquitectura, diseño de interiores, diseño gráfico, joyería y cristal.

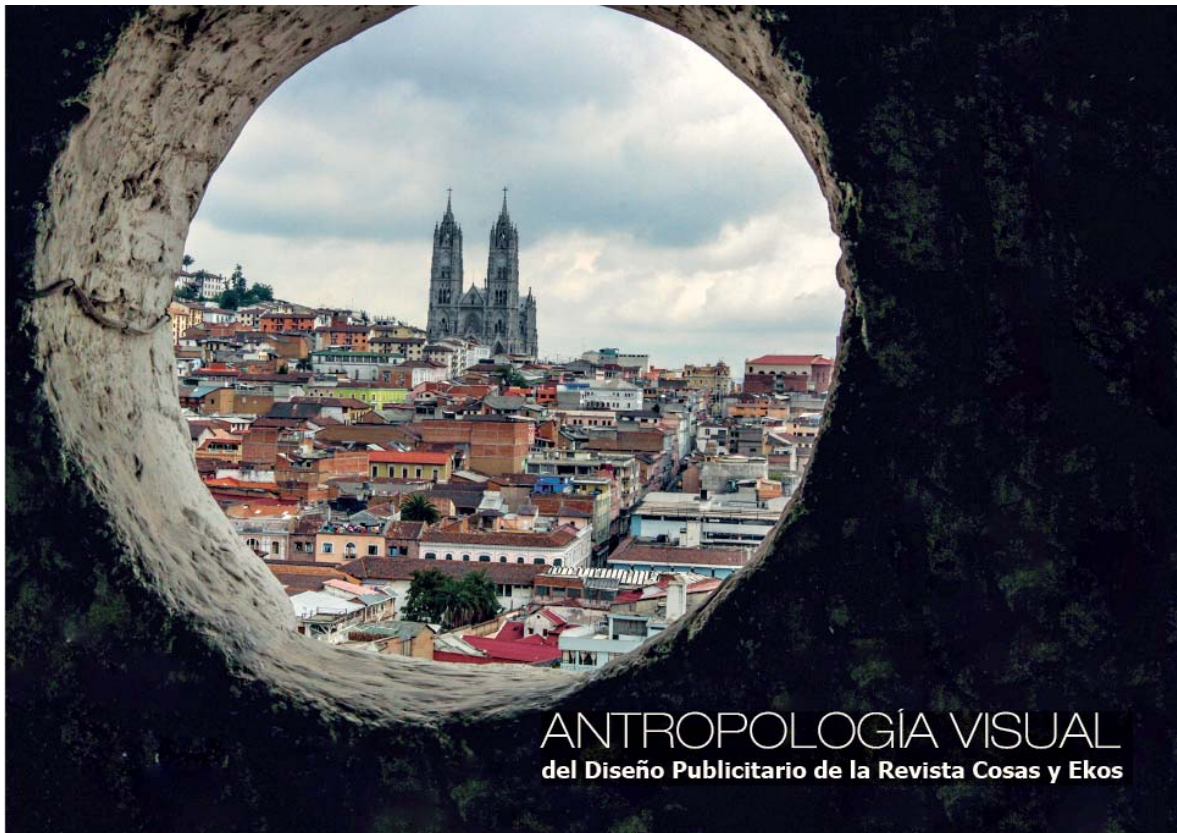
2012

REVOLUCIÓN DIGITAL

Revista Ekos
Edición 221
2012

Portada

El proyecto usa una portada de revista como un criterio conceptual o abstracto. Según el portal Imprimir Mi Revista (2015). Este tipo de portada es llamativa y se utilizan en revistas de fotografía o sobre temas de diseño. Y utiliza fotos cuyo objetivo es comunicar conceptos complicados de manera rápida y sencilla.



Materiales

Con el fin de obtener la mayor definición de las imágenes publicitarias y del cuerpo de texto, el material seleccionado es el papel couchmate de 150 gramos. Al tratarse de una edición principalmente compuesta por imágenes, esta base es la más adecuada, debido a su uniformidad y lisura en la superficie, lo que le permite reproducir todos los matices de la fotografía. Este material también está incluido en la portada.



Tintas y Acabados

Para poder obtener una impresión “a todo color” sobre el papel couche. Se aplicó impresión láser a cuatro colores (cyan, magenta, amarillo y negro). En las dos caras de papel (4+4), esto con el fin de aprovechar el material base y poder reproducir una amplia gama de colores.



Como terminado se consideró la aplicación de una plastificado mate, con el fin de dar un valor agregado al producto y al mismo tiempo darle mayor durabilidad ante la manipulación y almacenamiento.

3.6 Cronograma

ORD	MESES	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	ACTIVIDADES:																	
1	Aprobación de tema	-																
2	Investigación		—————															
3	Maquetación					—————												
4	Proceso encuestas	———																
5	Análisis e Interpretación			———														
6	Elaboración Marco Teórico		—————															
7	Conclusiones y Recomendaciones											———						
8	Elaboración de la propuesta									———								
9	Presentación UISRAEL													———				
10	1era Presentación UISRAEL															———		

3.7 Presupuesto desglosado

Los recursos económicos a utilizarse en la elaboración del producto final serán los siguientes:

CONCEPTO	VALORES
INGRESOS	
Recursos propios	\$1535
	Total: \$1535
EGRESOS	
1) Imprenta y anillado	\$ 40
2) Diseño	\$ 80
3) Transporte	\$ 25
4) Papelería	\$30
5) Accesorio de Profesional	\$1200
6) Equipos	
Computador (valor de depreciación en tiempo de uso del equipo)	\$130
Programas de Diseño	\$30
	Total : \$1535

SECCION IV

4.1 Conclusiones

La primera conclusión que se obtiene en esta investigación es que los cambios políticos y sociales tienen cierta influencia en la creación de piezas publicitarias, los slogans son los que tienen un direccionamiento específico para cada región dentro de una misma campaña. Pero que a diferencia de otros momentos históricos de la sociedad, el contexto político actual se puede considerar uno de los más mediáticos de la historia nacional, circunstancia como estas han generado cambios directos en los mensajes publicitarios, y que se pueden ver reflejados en la recopilación fotográfica del book presentado.

Unconcepto, o el conocimiento profundo de lo referente a la Antropología Visual, no es de dominio de los estudiantes de diseño, la mayoría tiene una idea clara de la antropología social, y la relacionan con los conceptos de imagen y fotografía, propios de la carrera de diseño gráfico, para sacar su propio concepto de antropología visual, que en algunos casos, dependiendo del punto de vista de cada estudiante, se acerca o aleja de la definición real.

La inversión para este proyecto a nivel investigativo, requiere de ciertos fondos, debido a que las fuentes como revistas, en su mayoría no son gratuitas o no son online en su totalidad. Revistas antiguas como Vistazo solo tienen formas de pago a través de la página web pocketmag.com y el precio para cada ejemplar es por unidad.

Por último una versión impresa del producto final (Book de Antropología Visual) no goza de gran aceptación, no por el contenido, sino por la presentación. Una versión online es de mayor agrado, debido a la portabilidad del documento en dispositivos móviles como Tablet o computadoras personales, lo cual le permite estar a disposición del usuario en cualquier momento.

4.2 Recomendaciones

Como una investigación complementaria para profesionales de diseño, se puede emprender una investigación para recopilar información, dedicada únicamente a la propaganda del gobierno, ya que la información se encuentra dispersa y existe en grandes cantidades a nivel impreso que no son analizados a profundidad y con una visión de profesionales creativos.

Debido a la cantidad de información dispersa en la web, la investigación, no solo se puede limitar al ámbito publicitario, sino realizar una investigación más profunda en temas como packaging o la televisión. Medios de difusión masiva y con presentaciones visuales con mucho contenido que es necesario que un diseñador tenga en cuenta.

En relación al book presentado otra recomendación importante es de conformar un equipo multidisciplinario, para la elaboración del mismo, debido al amplio rango de información gráfica de diferentes marcas y agencias que existen.

Crear una versión online, sea esta con una página web, y tener acceso desde dispositivos móviles o computadoras de escritorio.

4.3 Bibliografía

Calisto, M. L., & Gisela, C. (2011). *Diseño gráfico en Quito-Ecuador 1970-2005*. Quito.

Ricardo, H. B. (2016). *Branding, el arte de marcas corazones*. Ecoe Ediciones.

Moreno Yáñez Segundo E, *Antropología del Ecuador*, Ediciones AbyaYala, 1989

Ardevol, E. (2006). *La búsqueda de una Mirada Antropología Visual y Cine Etnográfico*. Madrid: Editorial UOC

Lubenthe-Tolra, P., & Pierre, W. J. (1998). *Etnología y Antropología*. Madrid: Akal

Referencias

(15 de Diciembre de 2008). Obtenido de PortaldeArte.cl:
http://www.portaldearte.cl/terminos/organico_diseno.htm

Alegsa, L. (5 de Diciembre de 2010). Obtenido de Alegsa.com.ar:
<http://www.alegsa.com.ar/Dic/megabyte.php>

Ardevol, E. (2006). *La búsqueda de una Mirada Antropología Visual y Cine Etnográfico*. Madrid: Editorial UOC.

Bellver, E. (18 de Septiembre de 2015). *Demedicina.com*. Obtenido de
<http://demedicina.com/sistema-nervioso-simpatico-y-parasimpatico/>

Calvo Ivanovic, I. (2016). Obtenido de proyectacolor:
<http://www.proyectacolor.cl/APLICACION-DEL-COLOR/MODELOS-DE-COLOR/MODELO-RGB/>

Carreño, D. (01 de Diciembre de 2015). *Waarket*. Obtenido de
<https://waarket.com/tendencias-2016-en-diseno-grafico/>

Crebio, J. (10 de Agosto de 2015). Obtenido de documents.mx:
<http://documents.mx/documents/diagramacion-y-diseno-editrial.html#>

- DefiniciónABC. (2007). *DefiniciónABC*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/tecnologia/mapa-de-bits.php>
- DefinicionABC. (2016). Obtenido de DefinicionABC: <http://www.definicionabc.com/tecnologia/eps.php>
- Dictionary. (s.f.). *Dictionary.com*. Obtenido de <http://www.dictionary.com/browse/avant-garde>
- Diego. (21 de Octubre de 2011). *buldjr.blog*. Obtenido de <http://buldjr.blogspot.com/2011/10/la-piedra-de-palermo-uno-de-los.html>
- Flores, J. (30 de Julio de 2014). *Websa100*. Obtenido de <http://www.websa100.com/blog/psicologia-de-la-tipografia/>
- Geography. (28 de Marzo de 2013). *Primeros procesos fotográficos: Lomography*. Obtenido de <http://www.lomography.es/magazine/229292-primeros-procesos-fotograficos-la-impresion-de-albumina>
- Gomez, J. (20 de Agosto de 2010). Obtenido de *fotografia16*: <http://fotografia16.webnode.com.co/news/composicion-fotografica/>
- Gracia, M. L. (2014). *Espacios. Trabajo final de grado*.
- Littau, K. (2008). *Teorías de la lectura: libros cuerpos y bibliomanía*. Buenos Aires: Ediciones Manantial SRL .
- Lubenthe-Tolra, P., & Pierre, W. J. (1998). *Etnología y Antropología*. Madrid: Akal.
- Menjivar, E. (17 de Noviembre de 2001). Obtenido de *Maestros del Web*: <http://www.maestrosdelweb.com/multime/>
- Miguel. (24 de Junio de 2012). Obtenido de *Editorial Design*: <http://dabesteditorialdesign.blogspot.com/2012/06/estilos-de-maquetacion.html>
- Olivares, E. (16 de Diciembre de 2015). *Ernesto Olivares Visualnformation*. Obtenido de <https://ernestoolivares.es/disenio-grafico-2016-tendencias/>

Open-buzoneo.com. (2016). Obtenido de Socialetic: <http://www.socialetic.com/que-es-el-color-cmyk-y-como-se-utiliza-en-publicidad-impresa.html>

Oscar, C. (13 de Marzo de 2016). *Oscarenfotos.com*. Obtenido de https://oscarenfotos.files.wordpress.com/2016/04/la_expansion_de_la_fotografia_1850-1890.pdf

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2012). Obtenido de Definicion.de: <http://definicion.de/pixel/>

Perez, J., & Gardey, A. (2014). Obtenido de Definicion.de: <http://definicion.de/minimalismo/>

Silva, A. (14 de Octubre de 2016). *Capacitación informática*. Obtenido de http://alfredosilva626.blogspot.com/2016_10_01_archive.html

4.4 Anexos

4.4.1 Formato Cuestionario General

Fecha ____/____/____

Institución _____

Objetivo: Conocer la necesidad de un recurso visual de la evolución de la publicidad en los últimos 7 años, esta información tiene como propósito brindar el apoyo para generar una solución a este tema específico

1) El termino de Antropología visual ¿A qué hace referencia?

2) ¿Conoce algún recurso de antropología visual, enfocado a productos ecuatorianos?

SI__ NO__

¿Cual? _____

3) A nivel local ¿Es fácil encontrar información de publicidad gráfica?

SI__ NO__

¿Porque? _____

4) ¿Considera que el diseño de un book fotográfico es complementario para la actividad profesional del diseño?

SI__ NO__

¿Porque? _____

5) ¿Conoce usted algún recurso grafico que recopile la evolución de la producción publicitaria en el Ecuador?

SI__ NO__

¿Cual? _____

6) ¿Conoce algún recurso de antropología visual publicitaria en Quito?

SI ___ NO ___

¿Cual? _____

7) ¿Cómo describiría la evolución de la publicidad en estos últimos años?

8) Enfocado al desarrollo de la pedagogía, dentro del diseño gráfico ¿es necesario un book fotográfico como recurso de antropología visual?

SI ___ NO ___

¿Porque? _____

9) ¿Cómo ayudaría académicamente un book fotográfico como recurso de antropología visual?

10) ¿Un recurso impreso es necesario en la formación de los profesionales de diseño?

SI ___ NO ___

¿Porque? _____

Gracias.

4.4.2 Validación de muestra con programa informático Netquest.

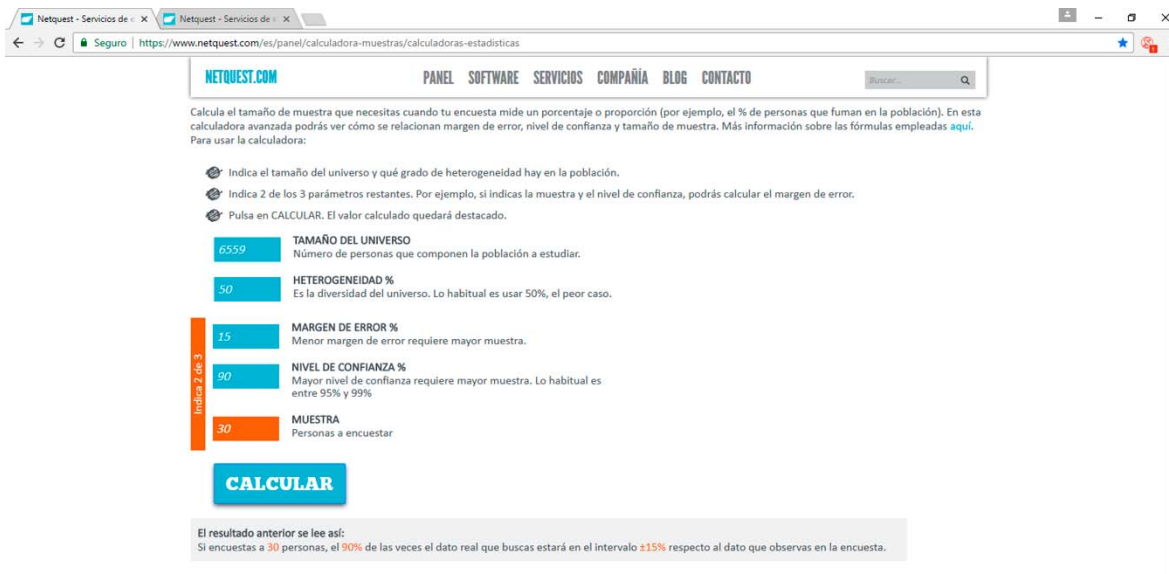


Imagen 2: Netquest. (2016). Calculadora de Muestra para Proporciones. [Imagen]. Recuperado de <https://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas>

4.4.2.1 Ampliación

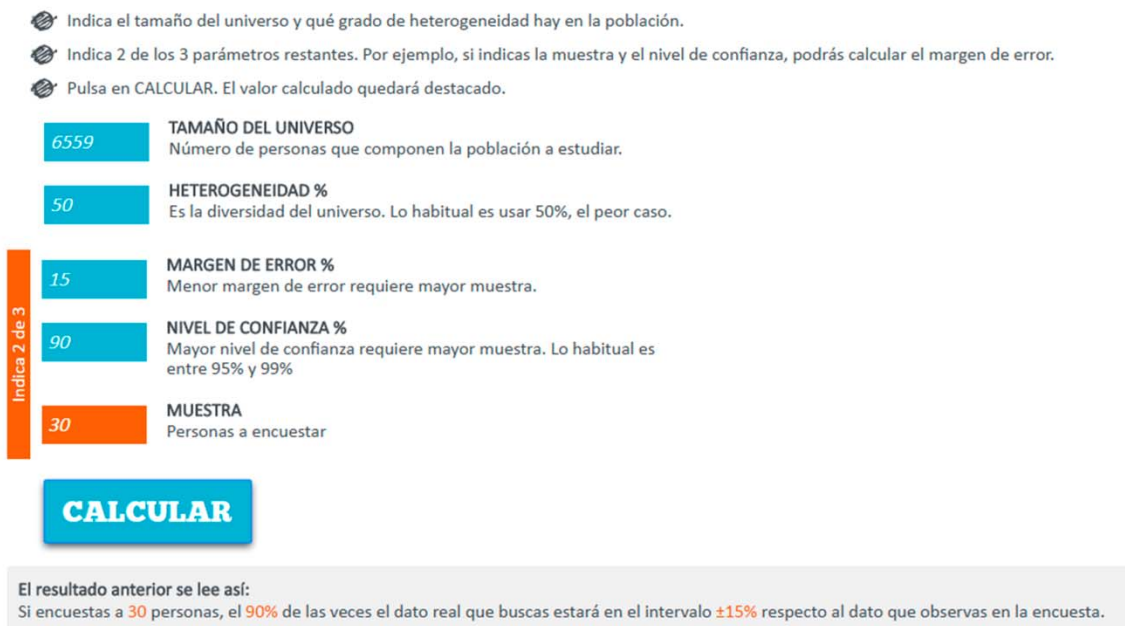


Imagen 3: Netquest. (2016). Calculadora de Muestra para Proporciones. [Imagen]. Recuperado de <https://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas>

Escobar Juan Pablo 26-02-2017.docx

Fecha: 2017-02-27 01:08 UTC

Todas las fuentes 51 Fuentes de Internet 51

✓ [0]	scielo.scielo.org/pdf/aci/v15n3/aci038307.pdf	4 resultados
✓ [1]	www.socialatic.com/que-es-el-color-cmyk-y-como-se-utiliza-en-publicidad-impresa.html	5 resultados
✓ [2]	https://www.clubensayos.com/Acontecimientos/Sociales/Impacto-Social/71775.html	3 resultados 4 documentos con coincidencias exactas
✓ [7]	www.monografias.com/trabajos84/proyecto...-y-ambientales.shtml	3 resultados
✓ [8]	3a-electroproject-28.blogspot.com/	3 resultados 2 documentos con coincidencias exactas
✓ [11]	hotelcabianca1.blogspot.com/	3 resultados
✓ [12]	https://prati.com/x-vyocaz/bv/que-es-antropologia/	3 resultados
✓ [13]	https://antropologiaunad.files.wordpress.com/2009/04/kottak-cap1.pdf	3 resultados
✓ [14]	https://it.es.google.com/site/1solislopez/trabajos/mp_alc	3 resultados
✓ [15]	www.conocimientosweb.net/dcm/ficha19540.html	3 resultados
✓ [16]	https://prati.com/1sh-h1bcn/r/que-es-un-programa-de-procesador-de-graficos/	2 resultados
✓ [17]	poligonatural1.blogspot.com/	3 resultados
✓ [18]	graficadores-julianarbolada.blogspot.com/	2 resultados
✓ [19]	www.waba100.com/blog/psicologia-de-la-tipografia/	3 resultados
✓ [20]	https://prati.com/ca-vue9th30/a-psicologia-de-la-tipografia/	3 resultados
✓ [21]	https://www.pixgram.me/tag/chilemax	3 resultados 1 documento con coincidencias exactas
✓ [23]	https://mesetodivares.es/diseño-gráfico-2016-tendencias/	3 resultados 3 documentos con coincidencias exactas
✓ [27]	www.omaepo.com/in/comment/resp/5961	3 resultados 3 documentos con coincidencias exactas
✓ [31]	definicion.de/pixel/	3 resultados 1 documento con coincidencias exactas
✓ [33]	https://prati.com/4ntkhyotm2q8/aepo-historia-siglo-20/	2 resultados
✓ [34]	mariposainfinitas.blogspot.com/	2 resultados 3 documentos con coincidencias exactas
✓ [38]	https://oscarinfotos.files.wordpress.com...grafia_1850-1890.pdf	4 resultados
✓ [39]	nalyarig3.blogspot.com/	2 resultados

0.4%

- ✓ [40] <https://andracarpostorres7.wordpress.com/2011/06/09/diseño-organico/>
8.1% 2 resultados

- ✓ [41] <https://www.lomography.com/magazine/2292...mresion-de-albumina>
8.8% 1 resultados

- ✓ [42] <https://prezi.com/tefllokoajpoh/el-pixel/>
8.8% 2 resultados

- ✓ [43] www.lomography.es/magazine/229292-primer...mresion-de-albumina
8.8% 1 resultados

- ✓ [44] <https://piemaydibaja.wordpress.com/2016...bases-de-la-imagen/>
8.8% 2 resultados

- ✓ [45] https://es.wikipedia.org/wiki/escuela_de_la_buznaca
8.8% 1 resultados

- ✓ [46] <https://piemaydibaja.wordpress.com/>
8.8% 2 resultados

- ✓ [47] <https://www.linkedin.com/pulse/16-tenden...016-emesto-olivares>
8.8% 3 resultados

- ✓ [48] <https://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20110815191050AA5pDj3>
8.8% 2 resultados

- ✓ [49] <https://www.facebook.com/notes/universid...ADa7674237189259703>
8.8% 2 resultados

- ✓ [50] [significado de eps](#)
8.8% 2 resultados
1 documento con coincidencias exactas

- ✓ [52] geronovx.blogspot.com/
8.1% 2 resultados

- ✓ [53] <https://prezi.com/bhm-cswvbiad/modelos-de-color-rgb-cmyk/>
8.8% 2 resultados
2 documentos con coincidencias exactas

- ✓ [56] <https://stux.com/trabajosad/docs/movimientos28>
8.8% 1 resultados
5 documentos con coincidencias exactas

- ✓ [62] socmatev.blogspot.com/2013/02/modelos-de-color.html
8.8% 2 resultados

- ✓ [63] <https://waarket.com/tendencias-2016-en-diseño-grafico/>
8.8% 2 resultados
1 documento con coincidencias exactas

- ✓ [65] <https://www.facebook.com/Dueto-Gráfico-en-Venezuela-395337497189004/>
8.8% 2 resultados

- ✓ [66] <https://bziergraphic.wordpress.com/>
8.8% 2 resultados
14 documentos con coincidencias exactas

- ✓ [81] <https://prezi.com/ibv3trwdok7brts-en-formato-de-archivo/>
8.8% 1 resultados

- ✓ [82] <https://www.clubensayos.com/Ciencia/CMYK/1802914.html>
8.8% 1 resultados

- ✓ [83] lodaavidjaemilo.blogspot.com/
8.8% 1 resultados

- ✓ [84] fortiz903.blogspot.com/
8.8% 1 resultados

- ✓ [85] https://prezi.com/v8tr2rkk_ag_/sistema-hexagonal-rgb/
8.8% 1 resultados

- ✓ [86] <https://informaticaymultimedia.wordpress.com/multimedia-y-su-diseño/>
8.8% 1 resultados

- ✓ [87] www.proyectacolor.cl/aplicacion-del-color/modelos-de-color/modelo-rgb/
8.8% 1 resultados
1 documento con coincidencias exactas

- ✓ [89] <https://informaticaymultimedia.wordpress.com/2012/05/>
8.8% 1 resultados

-
- ✓ [90] [88%] 1 resultado
documentos con coincidencias exactas
-
- ✓ [99] [88%] 1 resultado

48 páginas, 9025 palabras

Nivel del plagio: **seleccionado** / en total

30 resultados de 100 fuentes, de ellos 100 fuentes son en línea.

Configuración

Directiva de datos: *Comparar con fuentes de internet, Comparar con la Biblioteca Anti-plagio de PlagScan*

Sensibilidad: *Media*

Bibliografía: *Considerar Falso*

Detección de citas: *Reducir PlagLevel*

Lista blanca: --

**DECLARACIÓN
Y AUTORIZACIÓN**

Yo, Juan Pablo Escobar Analuisa, CI 1718945734 autor/a del trabajo de graduación:

Book de Antropología Visual de Diseño Publicitario de la Revista Ekos y Cosas internacional, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Diseño Gráfico** en la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de difundir el respectivo trabajo de graduación para que se integre al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, Agosto del 2017

Atentamente.



Juan Pablo Escobar Analuisa.
C.I. 1718945734