



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERA EN DISEÑO GRÁFICO

**TEMA: BOOK FOTOGRÁFICO DEL ESTILO ARTÍSTICO KITSCH EN LA
CIUDAD DE QUITO**

AUTORA: ARAQUE BASANTES ELIZABETH CARINA

TUTOR: PHD ALFREDO GONZALEZ

TUTOR/A TÉCNICO: MG. ESTEBAN CELI

QUITO- ECUADOR

AÑO: 2018

Resumen

El kitsch se conoce como un estilo artístico definido en su mayoría como cursi, trillado, diferente, poco habitual y en definitiva, vulgar; no obstante pretencioso y por tanto se puede definir como una cultura no clásica, bien la podríamos definir finalmente como de mal de gusto.

No podemos aseverar que muchas de las manifestaciones kitsch que podemos observar en Quito, son por agrado hacia este estilo, al contrario más bien se puede definir como estilo espontáneo, donde la cultura visual quiteña juega un papel muy importante para definir lo qué es o no kitsch; como por ejemplo: los altares de vírgenes o santos en los hogares de ciertos quiteños, son realizados no como un elemento de decoración, si no como un voto de fe que es parte de los integrantes de esa familia, siendo esto tal vez una tradición o un sentimiento heredado por sus ancestros.

Incluso podemos considerar al kitsch como un estilo intencional, el cual se lo genera con el objetivo de agradar a grandes masas, es aquí donde podemos referenciar a la música que se escucha en Quito; donde los poster de conciertos son muy llamativos, rompiendo todos los esquemas del diseño, además los video clips de ciertos artistas son realizados en lugares comunes (como casas, parques), existe cierto estilo de vestimenta del protagonista y de los bailarines que lo acompañan.

En vista de la falta de identificación de las manifestaciones del estilo kitsch en Quito, se realiza la identificación de las mismas en los hogares quiteños, en la música, en locales comerciales y en lo religioso, donde se pretende dar a conocer cómo se vive el kitsch en Quito y cómo la cultura de la ciudad influye en estas manifestaciones.

Palabras Clave

Kitsch, estilo, arte, estética, cultura.

Abstract

Kitsch is known as an artistic style defined mostly as cheesy, trite, different, unusual and ultimately, vulgar; however pretentious and therefore can be defined as a non-classical culture, well we could finally define it as bad taste.

We can not affirm that many of the kitsch manifestations that we can observe in Quito are pleasing towards this style, on the contrary it can be defined as a spontaneous style, where the Quito visual culture plays a very important role in defining what is or is not kitsch; as for example: the altars of virgins or saints in the homes of certain Quito citizens, are carried out not as an element of decoration, but as a vow of faith that is part of the members of that family, this being perhaps a tradition or a feeling inherited by their ancestors.

We can even consider kitsch as an intentional style, which is generated with the goal of pleasing the masses, this is where we can refer to the music heard in Quito; where the concert posters are very striking, breaking all the design schemes, in addition the video clips of certain artists are made in common places (like houses, parks), there is a certain style of clothing of the protagonist and the dancers that accompany him.

In view of the lack of identification of the manifestations of the kitsch style in Quito, the identification of the same in the Quito homes, in the music, in the commercial premises and in the religious, is carried out, where it is intended to make known how the Kitsch in Quito and how the culture of the city influences these manifestations.

Keywords

Kitsch, style, art, aesthetics, culture.

INDICE

Introducción.....	5
Problema Científico.....	7
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos.....	7
Justificación.....	8
CAPITULO I.....	9
Contextualización - Espacio Temporal.....	9
Kitsch.....	11
Cultura visual.....	12
Principales características sobre la cultura visual.....	13
Teoría del color.....	14
Diseño editorial.....	15
Fotografía.....	16
Book fotográfico.....	18
Investigaciones Previas.....	19
CAPITULO II.....	21
Enfoque metodológico.....	21
Unidades de estudio de población y muestra.....	21
Indicadores.....	21
Métodos y técnicas empleadas.....	22
Análisis de resultados.....	22
Reguladores del diagnóstico.....	30
CAPITULO III.....	31
Formato.....	31
Estructura.....	31
Maquetación.....	32
Retícula.....	32
Pantones.....	33
Tipografía.....	34
Portada.....	35
Fotografía.....	35
Valoración de la propuesta.....	38
Conclusiones.....	40
Recomendaciones.....	41
Bibliografía.....	42
ANEXOS.....	44
Encuesta.....	44
Guía para la valoración de la propuesta.....	47
Diseño del book fotográfico.....	48
Mockup del book fotográfico.....	49

Introducción

El kitsch proviene de la palabra alemana verkitschen que significa vender barato, también se lo relaciona con el verbo kitschen que al sudoeste de Alemania simboliza acumular o almacenar basura de la calle y realizar muebles nuevos a partir de los viejos. Este término comenzó a utilizarse en el año 1860 por los artistas de Munich, quienes hacían referencia a las imágenes baratas compradas como souvenir por los turistas. La idea de kitsch se fortaleció con el ascenso al poder de la nueva clase social burguesa, donde su gusto era considerado como bajo y vulgar, debido a que pensaban, como muchos nuevos ricos o acaudalados, que podían lograr el status que envidiaban a la clase tradicional de las élites culturales..

El estilo artístico kitsch llega a ser muy criticado y considerado agradable únicamente para la clase social popular y en la actualidad es relacionado por muchos como de mal gusto. El mal gusto sufre el mismo destino que el arte: todo el mundo sabe perfectamente lo que es, pero nadie es capaz de definirlo. Su reconocimiento se torna instintivo, parece surgir de la reacción ante una desproporción, ante algo que se considera fuera de lugar Croce (1957).

Para Abraham Moles (1973) los principios del arte son los mismos para el kitsch, la inadecuación: cuando cumple el propósito deseado, el de ser admirados por muchas personas en museos importantes, la acumulación: se explica cómo corrientes que son resultado de que el artista sobre cargue un espacio ya lleno, la percepción sinestésica: es cuando el kitsch no solamente abarca a un arte, sino que quiere extenderse a todas las categorías posibles, la mediocridad: es cuando se encasilla en un solo elemento, arte, movimiento y se convierte en solo, pero no se reinventa, el confort: es la combinación de las anteriores solo que está más cerca de éste, al tener una obra kitsch te da la sensación de orgullo y de confort por su simbolismo, posición, características, etc.

Se considera que el exceso en una composición, quita la efectividad del mensaje que se quiere comunicar, es el kitsch un estilo donde ningún elemento se encuentra de más, al contrario mientras más elementos, colores, texturas contenga una composición es mucho mejor. Los medios visuales han cambiado sus estrategias para alcanzar sus objetivos y

satisfacer de una forma adecuada a la audiencia: lo kitsch ya no es un fin, sino un medio y se lo considera como una herramienta para llegar a una gran audiencia, como una forma de difusión.

Según (Muñoz, 2013) el kitsch deliberado busca captar una audiencia específica; con esto, también busca la satisfacción del espectador cuando este siente que entendió el texto. Puede ser una burla hacia sí mismo, podemos tomar un ejemplo como suele suceder en las parodias, o ser un recurso que utiliza estilos ya realizados para establecer una estética fácil de encantar.

La interpretación del estilo artístico kitsch puede ser mal enfocada o interpretada como de mal gusto, debido a la conceptualización de que más es demasiado, sin embargo la cultura juega un papel muy importante, ya que la cultura crea su propio estilo kitsch, es decir, la noción de lo agradable cambia dependiendo de la época y de la condición socio cultural, es por ello que el agrado o desagrado de este estilo artístico depende mucho de los estratos económicos, instituciones, productos y entre otros que existen en un terreno fijo.

En la ciudad de Quito el estilo artístico kitsch no ha sido identificado y se conoce muy poco sobre él, lo que ha llevado a que las personas se guíen en los comentarios negativos de personas que tampoco conocen del estilo kitsch y se lo considere como vulgar. A pesar de ello las manifestaciones del kitsch están presentes en la ciudad de Quito y podemos afirmar que estamos rodeados de las mismas, como por ejemplo en los hogares, en la música, en lugares de entretenimiento e incluso existen manifestaciones religiosas. Este estilo al relacionarse con el desarrollo del mercado de consumo en masas, también lo podemos encontrar en Quito en los almacenes que venden falsificaciones de obras de arte, imitación de productos de marca, en los posters de los conciertos de la tecno cumbia, etc..

No obstante al ser un estilo que se basa en las antigüedades y lo retro, puede mezclarse con los estilos actuales y los elementos contemporáneos para generar así una estructura atractiva al gusto visible de las personas y que no necesariamente sea dirigida a un target bajo, además este estilo puede se lo puede interpretar como un intento de huir en el tiempo.

Las manifestaciones del estilo kitsch en la ciudad de Quito se dan de manera espontánea e intencional de acuerdo a la cultura quiteña, los mismos que pueden ser agradables a la vista, los y los cuales no han sido identificados claramente por la comunidad.

No podemos aseverar que muchas de las manifestaciones kitsch que se encuentran presentes en Quito, son por agrado hacia este estilo, sino más bien lo podemos definir como estilo espontáneo, ya que la cultura visual de la ciudad de Quito, juega un papel muy importante para definir lo que es o no kitsch; como por ejemplo, los altares de vírgenes o santos en los hogares de ciertos quiteños, son realizados no como un elemento de decoración, si no como un voto de fe que es parte de los integrantes de esa familia, siendo esto tal vez una tradición o un sentimiento heredado por sus ancestros.

Incluso podemos considerar al kitsch como un estilo intencional, el cual se lo genera con el objetivo de agradar a grandes masas, es aquí donde podemos hacer referencia a la música que se vive en Quito; donde los poster de conciertos son muy llamativos, rompiendo todos los esquemas del diseño, además los video clips de ciertos artistas son realizados en lugares comunes (como casas, parques), existe cierto estilo de vestimenta del protagonista y de los bailarines que lo acompañan.

El coleccionismo también es uno de los elementos importantes que se vive en Quito, llegando a ser parte del kitsch, es aquí donde podemos ver en los hogares las estantería llenas de recuerdos de los eventos que se realizan en la familia, como por ejemplo; boda, bautizos, 15 años, aniversarios, primera comunión, baby shower, etc., donde se marca un adocenamiento que para los quiteños es agradable a la vista.

Problema

Carencia de un material gráfico que identifique las manifestaciones del estilo artístico kitsch en la cultura visual quiteña.

Objetivo General

Elaborar un book fotográfico de las manifestaciones del estilo artístico kitsch en la cultura visual quiteña.

Objetivos Específicos

1. Identificar las manifestaciones del kitsch en la cultura visual quiteña.
2. Fundamentar teóricamente desde el diseño el book fotográfico.
3. Determinar los componentes del book fotográfico de acuerdo a la investigación realizada y la recopilación gráfica obtenida.
4. Valorar el book fotográfico mediante criterios de especialistas.

Justificación

El presente proyecto se realiza con el propósito de identificar las manifestaciones del estilo artístico kitsch en la cultura visual quiteña. Este proyecto está dirigido a las personas de la ciudad de Quito, el cual pretende conocer como el estilo kitsch es creativo, extravagante, colorido, llamativo e incluso agradable.

Mediante el book fotográfico se pretende mostrar las diferentes manifestaciones del estilo y a su vez potenciar el mismo, mostrando todas las bondades que permitan conocer e identificar el mismo de forma adecuada. La investigación podrá contribuir a generar interés del estilo kitsch en los quiteños y nos permitirá observar cómo influye la cultura de una ciudad para que estas manifestaciones se den o sean interpretadas de cierta forma.

Un tema fundamental es conocer la cultura visual de los quiteños para comprender sus gustos, tendencias, concurriendo a la recopilación de fotografías en varias partes de la ciudad de Quito.

En base a estos antecedentes se justifica la realización de un book fotográfico, ya que esto permitirá identificar el kitsch en la ciudad de Quito y definirlo como un estilo espontáneo. El kitsch puede ser enfocado de forma adecuada y a pesar de ser un estilo que se basa en temas antiguos o fuera de lo común, puede entrelazarse con otros estilos para generar así una visión que sea receptiva al consumidor quiteño.

CAPITULO I

Marco Teórico

Contextualización - Espacio Temporal

Nivel Macro

El kitsch es un estilo artístico diferente, trillado, lo podríamos definir como vulgar, no es común encontrarlo en la cultura diaria hasta podríamos llegar a definirlo en ocasiones como de mal de gusto, este concepto se maneja a nivel mundial y depende como sea enfocado, en la ciudad de Múnich, se relacionó a un gusto vulgar de la burguesía, cambiado sus hábitos culturales, lo que ha permitido que esta concepción se lleve a nivel mundial.

Lo kitsch empezó a ser definido como un objeto estético de mala factura, se consideró como un nuevo estatus social; un ejemplo clásico de ello son la arquitectura y el arte decorativo desarrollados en Estados Unidos, durante los decenios de 1910 a 1930, sumado al éxito de la industria cinematográfica de Hollywood, por lo cual los inmigrantes de Europa intentaron recrear los estilos aristócratas, dando inicio a la construcción de mansiones.

Actualmente en el mundo se dan varios temas de imitación, para aparentar piezas u cosas más costosas, el deseo de fingir es una clara muestra del estilo Kitsch, en este sentido todas las imitaciones, copias y falsificaciones se podrían considerar dentro de este estilo. Incluso muchas piezas religiosas utilizadas en altares domésticos reconocen al uso de materia prima más barata que fingen ser otros más caros y donde la agrupación de elementos, se considera como un factor significativo. Existe un pequeño debate sobre el uso del término y la forma de establecer las obras que responden al propósito estético de su inventor. La definición de una pieza como kitsch involucra un secreto desprecio y el deseo de verlo diferente del arte culto.

En la naciente década en el siglo XX el término kitsch se da a conocer internacionalmente, lo cual involucró la noción de inadecuación estética. Por ejemplo, una estatua griega sometida al tamaño de una chuchería, o un auténtico Rembrandt colgado en el ascensor de la casa de un acaudalado, muestran dos manifestaciones: el del arte

auténtico reducido a significar riqueza o fortuna y el del patente no arte vestido de prestigio estético. “El kitsch se relaciona al progreso del mercado de gasto masivo, tanto así que los teóricos lo ven como el hijo natural de la actualidad” (Ferrada, 2014). Esto significa que mundialmente se puede producir la diversidad de culturas, géneros, para enfocar de forma adecuada la cultura kitsch.

Nivel Meso

Todo arte que es considerado como una copia, o un estilo diferente es llamado kitsch; en nuestro país hoy en día existe una cultura de piratería, las copias o usos de ideas que ya existieron, ideas de artistas que fusionan ritmos creando algo nuevo, también se puede encontrar en la vestimenta; se puede asociar al precio, la gente suele buscar imitaciones baratas. La cultura kitsch toma cada vez más fuerza en el Ecuador donde las expresiones artísticas como la música, pintura, adornos, artesanías se encuentran de moda. Lastimosamente en el entorno de nuestro país se crean las artes con fin comercial u económico, más no para apreciar el talento del artista incluso es un movimiento tan calculado que los incitan y encaminan a producir y establecer cualquier objeto que llame la atención del comprador haciendo del mismo una expresión popular que mueve masas. (Soria, 2014)

En el Ecuador el kitsch toma gran acogida, como una tendencia de moda donde sus manifestaciones se presentan en el arte, la música e incluso se adopta una tendencia para identificarse o ser aceptado por la sociedad. Por lo general en el Ecuador se crea arte con el fin de obtener un beneficio económico, como ejemplos tenemos los grupos de tecno cumbias, los reality shows que plantean letras, estilos y guiones totalmente armados para el drama, la exhibición y el enfoque vulgar., llegando así a un gran público.

Nivel Micro

El kitsch imita efectos, aprecia lo cursi por ellos podemos entender que el kitsch daña el arte; como en la ciudad de Quito la acumulación de decoración en los altares de las vírgenes dentro de los mercados, las infraestructuras de las casas, los nacimientos en la época de navidad, las diferentes formas de decorar las viviendas en épocas festivas; en fin hablando de la cultura en Quito todo puede suceder.

Es kitsch aquello que se nos manifiesta como algo de consumo habitual; que es muy fácil de llegar a las multitudes o al público medio porque ha sido consumido; y que se consume (y, en consecuencia, se depaupera) esencialmente porque el uso a que ha estado sometido por un gran número de compradores ha acelerado e intensificado su desgaste.

Cuerpo Teórico - Conceptual

Kitsch

El kitsch es un estilo artístico considerado cursi, adocenado, hortera o trillado y en definitiva, vulgar aunque pretencioso y de mal gusto. Podríamos decir que el estilo kitsch sería lo opuesto al estilo minimalista, debido a que se caracteriza por destacar en el predominio del color, las formas o los elementos llamativos. Si este estilo tuviera un lema sería “más es más”, esto nos da indicios que sencillamente es un estilo diferente.

Al kitsch se lo considera más que una escuela decorativa. Es un estilo que ha creado escuela actualmente y que puede llegar a resultar extravagante y diferente, lo cual justamente puede ser aprovechado, con colores predominantes como el rosa chicle, azul cielo, verde manzana y rojo; es decir colores que sean fácilmente reconocibles o de distinción a la vista del consumidor.

Mesas y anaqueles extremadamente llenos y agrupados de figuritas que pueden no tener ninguna relación entre ellas o ser puro amor por el coleccionismo y destacando una temática. Colores con mucha fuerza concertados entre sí en textiles y paredes, una mezcla de formas y colores laboriosamente combinables en otros estilos. En la decoración no ha aparecido como un hecho aislado y tampoco es un fenómeno de ahora, la moda eternamente estará atada a lo retro, porque las tendencias siempre regresan.

“El estilo kitsch es entretenido y colorido, permite agrupar en un único espacio piezas de mobiliario o elementos decorativos de diferentes estilos, ya que es un estilo que no piensa en el conjunto, sino en el objeto o forma de manera individual” (Decoración, 2014).

Lo ideal para conseguir este efecto en la decoración de interiores es la combinación de estampados y objetos distintos, los cuales deberán ser llamativos. Se pueden encontrar

cosas o estampados modernos o de vanguardia así como antiguos al mismo tiempo, junto a elementos divertidos que no tienen ninguna utilidad que no sea la estética. Las estructuras que pueden utilizarse son variadas, podemos citar varios ejemplos, pieles sintéticas, el alambre, el plástico, el cristal, el papel siempre muy colorido y los muebles admiten todo tipo de formas diferentes.

La palabra “kitsch” conocemos que tiene un origen alemán, el término era utilizado para describir los dibujos baratos y fáciles de comercializar. El kitsch era de un agrado bajo, y vulgar, lo cual era más notorio en la nueva clase social burguesa. Quienes especulaban, al igual que muchos nuevos ricos, que podían obtener el status de las elites culturales repitiendo las características de sus hábitos.

A lo largo del tiempo lo kitsch empieza a ser definido como un objeto estético empobrecido, significando más la identificación del consumidor con un nuevo status social y menos con una respuesta estética genuina. Lo kitsch era considerado estéticamente empobrecido y moralmente dudoso, hoy en día la palabra de cierto modo conserva su significado, es decir lo kitsch es algo económico, diferente, vulgar, comercializable y con el fin de satisfacer de cierto modo la visión y gustos del comprador.

El termino simboliza lo feo, desagradable, antiestético, el kitsch es la traducción de la necesidad de las ideas aprobadas en el lenguaje de la belleza y la emoción.

Cultura visual

Al hablar de cultura visual, podemos englobar varios conceptos, como historia, arte, pintura, filosofía, antropología; entre otras; todo esto centrado en elementos visuales de fácil identificación, como fotografía, cine, comic, revistas, etc.

La cultura visual nos indica las cosas que vemos, el modelo de visión que todos tenemos y los actos que en base a eso podemos realizar; sencillamente por eso se denomina cultura visual, porque es todo lo que vemos, por ende toma mucha fuerza la importancia de la cultura visual en el público en general, las nuevas y actuales tecnologías, en la creación, en la educación escolar para optimar el desarrollo didáctico en pequeñas edades, a entender el mundo y primordialmente en la publicidad, donde atreves de imágenes, nos brindan emociones a los consumidores para lograr adquirir productos o servicios.

Una cultura visual no es simplemente el conjunto de todo lo que ha sido hecho para ser visto, como los cuadros, fotos o películas. Una cultura visual es la correlación entre lo visible y los nombres que damos a lo visto.

La cultura visual engloba todo, lo que podemos apreciar a la vista, un producto puede llegar hacer exitoso solo con la primera impresión; sin embargo la cultura puede ser provisional o variable, es adaptable a la época y las circunstancias.

Principales características sobre la cultura visual

- La cultura visual se correlaciona al acontecimiento visual, que es la acción recíproca entre el signo visual y el espectador.
- Abarca varios ámbitos, entre los principales podemos encontrar la pintura, escultura, arquitectura, publicidad, moda, cine, fotografía, etc.
- La cultura visual va en busca de la originalidad: crea la innovación, busca impresionar y llamar la atención del espectador o consumidor, con el fin de que este recuerde las imágenes, las cuales sean atractivas y de fácil atracción.

La Cultura Visual, está constituida por imágenes producidas y manipuladas por el ser humano, antes y ahora, provistas de un significado y de una intención, todas las imágenes buscan transmitir un significado o un fin; esta disciplina se ha impuesto hoy día, no sólo como fórmula de trabajo, sino también como campo de innovaciones y valiosas investigaciones.

En nuestro país la cultura visual es variable, y la podemos encontrar desde aspectos muy agradables y atractivos como modelos desagradables y de poca atracción; aquí se emplea la cultura kitsch.

Teoría del color

El color es una percepción del sentido de la vista, producido por el reflejo de ondas de luz observadas por el ojo humano, con unas características esenciales dentro de una amplitud de onda electromagnética.

Los colores están divididos en cálidos y fríos: los colores cálidos son los que se representa el sol, el fuego, la calidez, rabia y hasta mal humor, estos van del rojo al verde mientras que los colores fríos representan la tranquilidad, el agua, frescura, sanidad y van del verde al violeta.

Grafico 1 Colores cálidos y fríos



Fuente.- Teoría del color. Sosa (2016). Recuperado de http://evpkarensosa.blogspot.com/2016/05/teoria-del-color-liceo-n3-grupo-1ro14_26.html

La teoría del color nos permite utilizar, armonizar y entender los colores. Para Joan Costa (2003) el color es una propiedad de las cosas del mundo y expone que “diseñar, visualizar, supone utilizar colores y, por lo cual, permite aplicar a este uso de funciones comunicativas, no siempre tiene correlación con los colores tal como los vemos en el contexto de la realidad, sino con una intencionalidad expresiva o comunicativa del diseñador” (pág. 57).

Cada color tiene un valor distinto y al utilizarlos como un medio de comunicación se espera que estos produzcan efectos o sensaciones en los receptores. Las asociaciones del

color con los conceptos dependen de cada cultura, y que sólo se puede decir que existen algunos lugares comunes que coinciden en significado (Hembree, 2006).

Diseño editorial

Es la rama más innovadora y competitiva del diseño gráfico. Es la rama del diseño gráfico que se dedica al diseño y la composición de publicaciones como revistas, periódicos y libros” (Caldwell, 2014).

Para hablar de diseño editorial, podemos partir de una frase “todo entra por los ojos”, vivimos en mundo en donde predomina la memoria visual, más que la auditiva, el impacto de las imágenes es fundamental tanto empresarial como personalmente; es vital el impacto inicial tanto en medios impresos o virtuales. Este punto obliga a que libros, revistas, periódicos, páginas web, den la mejor impresión a la primera vista hacia el consumidor, que regularmente se fija mucho en las páginas iniciales o finales.

El futuro comprador, en reducido tiempo se fija en varios detalles visibles y en base a eso, realiza su elección, la portada es indispensable al momento de elegir, el color y los títulos hacen un círculo perfecto para la visualización.

La gráfica debe destacar por sobre las demás, tanto en librerías, bibliotecas, periódicos; la industria gráfica se ha ido perfeccionando por el desarrollo de nuevos software, que hacen el diseño más sencillo y varias profesionales están preparados para manejar los mismos.

Dentro del diseño editorial, podemos definir en que la estética y el diseño; tanto del interior como del exterior, cada tipo de publicación tiene necesidades personales, por lo cual cada día se requiere de mejores profesionales que busquen un adecuado equilibrio entre la parte gráfica y el texto utilizado.

Para conseguir el mercadeo exitoso de cualquier publicación, es importante tener en cuenta la evolución y las nuevas tendencias del género en el que estará. Ya sea negativo o positivo, los diseños editoriales de otras publicaciones deben ser pensados como referentes

a la hora de emprender la tarea de establecer un nuevo diseño editorial para sacar mejores conclusiones. (Maria, 2013).

Un mercado exitoso, debe estar alineado a las tendencias actuales, la evolución de los productos, poder identificar claramente los productos maduros y los productos estrellas; cada uno debe tener un diferente enfoque.

Una publicación suele tener aspectos frecuentes regularmente con otro tipo de publicación. Podemos tomar ejemplos como los periódicos, las revistas, los libros, los informes, las tesis, los catálogos de productos; entre otros; todos ellos son temas comunes, específicos al diseño editorial, más allá del tipo de pieza que sea. Ellos son:

- **La retícula.** constituye los cimientos sobre los que se construye un diseño, permite que el diseñador organice de un modo efectivo varios elementos en una página (Harris, 2008). La retícula proporciona claridad, eficacia, economía y continuidad.
- **La tipografía.** debe ser legible para que cumpla con los objetivos de comunicación.
- **El color.** es un elemento comunicativo del diseño gráfico, alcanza un equilibrio en la composición y su objetivo principal es comunicar sus cualidades ópticas.
- **Los elementos gráficos.** deben ser de una calidad óptima, en la caso de fotografías la resolución debe ser de 300ppp

Fotografía

La fotografía es el arte y técnica de obtener imágenes duraderas, por lo cual podemos conceptualizar un argumento general.

La palabra fotografía se origina de los vocablos de origen griego: phos (luz) y grafis (escritura), lo cual quiere decir escribir o dibujar con luz. La fotografía es la destreza de capturar imágenes permanentes con una cámara, utilizando como acción la fotoquímica de

la luz o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en un papel especial (Definista, 2015).

En el periodo final del siglo XVIII, sólo los profesionales lograban utilizar las cámaras, al inicio eran grandes y pesadas, posteriormente el siglo XX estaban más accesibles para todo tipo de persona, posteriormente salieron las cámaras fotográficas portátiles e instantáneas, también el color blanco y negro de las fotos pasó a tener color. Hoy en día, existen las conocidas cámaras digitales, con una alta gama de resolución que admiten tomas fotos y filmar videos, que con la ayuda del computador, se pueden obtener fácilmente las imágenes para luego editarlas, mejorarlas y posteriormente imprimirlas.

Sin excepción todas las cámara fotográfica cuenta con una cámara oscura, por lo regular es una caja rectangular con un único orificio por el que entra la luz. La imagen se refleja en la superficie opuesta al agujero, sobre un lente de vidrio, que hace observar lo que hemos captado mucho más nítido, más claro y depende del zoom, para poder visualizar detalles.

El fotógrafo es el ente profesional que da un valor artístico a la fotografía, es el individuo que sabe elegir los ambientes adecuados, lograr controlar la iluminación, verifica el encuadre, determina la distancia, analiza el ángulo, y obtiene la disposición de los objetos y otros elementos expresivos adecuados de la fotografía.

La fotografía tiene un papel significativo como medio de información y de perduración, podemos acopiar momentos únicos y dejarlos perpetuamente plasmados; Cabe destacar, que la alta tecnología permite la digitalización de las fotos mediante escáner, edición y el envío de una imagen fotográfica a cualquier parte del mundo usando la fibra óptica, los satélites artificiales y el computador mediante el internet.

Para un adecuado trabajo de la cámara se debe tener en cuenta varios aspectos a través del ajuste de una serie de controles con los que se trata que la fotografía sea clara, nítida y bien iluminada. Los controles frecuentes que se incluyen son los siguientes:

- **Enfoque.** es el ajuste más nítido de la imagen, para un adecuado enfoque.
- **Apertura.** el ajuste del diafragma del lente, para controlar la cantidad de luz; en este punto es trascendental considerar la profundidad.

- **Velocidad de obturación.** Se puede definir como la velocidad con la que se da el disparo.
- **Balance de blancos.** es la compensación de temperatura de color asociada a unas determinadas condiciones lumínicas, con el fin de que los colores parezcan naturales.
- **Medición.** es el cálculo de la exposición, donde las luces altas y las sombras deben estar expuestas según las intenciones del fotógrafo.

Actualmente, existe una alta gama de cámaras digitales, con funciones más óptimas para que un usuario común, logre fotos impresionantes sin tener un amplio conocimiento fotográfico.

Book fotográfico

Un book fotográfico es un álbum de fotografías que de calidad y profesionales que sirve para hacer conocer nuestra empresa, nuestra profesión, nuestra cultura. Un book fotográfico puede tener un promedio aproximado de diez imágenes donde se consideren los diferentes planos y sobre todo sus fotografías deben ser actuales y reales.

El book fotográfico se puede definir como un conjunto de fotos que suelen usar modelos, actores en general ya sean hombres o mujeres, bailarinas por motivos profesionales para mostrar su mejor fachada. Ciertamente, para obtener el mejor resultado en los books de fotos, es ineludible contar con el trabajo de un fotógrafo el cual debe ser profesional. Un book de fotos puede contener trabajos ejecutados expresamente para mostrar el semblante de la persona a la que represente o también muestras de operaciones de las que ha sido parte. La cuestión, siempre, es seleccionar el mejor de los aspectos, porque el book es una manifestación de los resultados que podemos brindar ante la cámara, ya en una sesión de fotos o en muchas. (Arbir, 2018).

Missael Minguihni (2016) define a un book fotográfico como el medio más efectivo para los fotógrafos, por ser más expertos al momento de exponer su trabajo, contar con fotografías de años anteriores y trabajos realizados, que se pueden mostrar con gran

eficacia. Igualmente de las ventajas anteriores, un photobook es una forma de mantener tus fotografías impresas a través del tiempo, ya que en la mayoría de veces nuestras fotografías las guardamos en la cámara, en un USB, o en el computador y en medios digitales, por lo que si deseamos mostrarlas debemos tener un mecanismo electrónico como Tablet, ipad o teléfono inteligente.

Investigaciones Previas

Para la elaboración del presente proyecto, se han considerado las siguientes investigaciones:

- **El entorno cotidiano, la estética kitsch y su relación con los diseños**

Este artículo nos habla del hogar, el cual se lo considera como el primer lugar que se modifica de acuerdo con la percepción estética de sus habitantes y donde la cultura es un elemento determinante para su creación. La estética kitsch está presente en la decoración de los hogares, requiriendo un esfuerzo menor tanto para prenderse, como para realizarse. Además se agrupan en cinco grupos de objetos en las casas de las personas: místicos, religiosos, naturales, evocativos, y utilitarios. El autor examina la organización de estos objetos, donde indica que surge un orden, un acomodo reticular, una concordancia de color y una saturación en cada una de las categorías mencionadas en el texto anterior.

El autor concluye que “el kitsch es una respuesta espontánea y sincera de muchas personas para lograr el goce estético en su mundo cotidiano, alejado de las obras artísticas relacionadas tradicional y formalmente con la estética y el placer contemplativo que se supone debería dar a todo ser humano. Y demuestra un producto kitsch, como los productos creados por las masas de manera personal en su casa, desde una perspectiva que detenta el poder económico, político o social no demuestra la falta de validez de tales expresiones. Así mismo, este tipo de estética se deviene en productos de diseño de acuerdo con los usuarios finales. Todo sobre la base de la necesidad innata de las personas para satisfacer su goce estético no canónico” (Flores, J., Balderrama, C. y Aguilera, G.,2016).

- **El gusto estético en la globalización**

El gusto es víctima del tiempo. A raíz de los tiempos el deleite se ha transformado de lo interesante a lo estético burgués, subsiguientemente se ha pasado a lo impactante y espectacularizado posindustrial. Podemos definir que lo light, el turismo, la alta costura, el mundo del arte, la publicidad, la word music, los diseños del hogar, la farándula, los artistas, entre los principales; la literatura de autoayuda y de intimidades de famosos son las nuevas esferas de un gusto que ha puesto contra la pared todas las viejas competencias de críticos de arte modernos y del público lector ilustrado en general. (Fajardo, 2003)

- **Las dos caras del “kitsch”: arte del mentir o mentira artística**

Este párrafo ofrece un panorama general sobre el estilo kitsch, podemos hacer referencia a la imitación, adulteración, copia, decepción estética y su negación hasta el límite del autoengaño. Encausa el “mal arte” como parte de su producción y su reproducción masiva y productiva, apuntada dentro de un canon de estilo como forma de mentira artística que vende y privilegia -a los adictos al mal gusto- en todos los campos del arte. Por lo tanto, podemos concluir que existe un público que lo defiende con todas sus aristas como propuesta de elección independiente y válida (Flores, K. 2013).

El autor concluye que el kitsch es una ruta de escape de la realidad cotidiana o una sobrevaloración de otro sentido del mundo, además nos indica que el kitsch ha sido visto desde un enfoque negativo y criticado de acuerdo a las creencias y valores de una sociedad. Además manifiesta que lo que define al kitsch es su desviado gusto, su disfuncionalidad y su pseudoarte.

CAPITULO II

Marco metodológico y diagnóstico de necesidades

Enfoque metodológico

Dos autores como Johnson y Onwuegbuzie (2004) lograron definir los diseños mixtos como el tipo de estudio en el cual el investigador combina técnicas de investigación, métodos, enfoques, conceptos cuantitativo o cualitativo en un solo estudio.

Hernández, Méndez y Mendoza (2014) exponen que al probar una teoría a través de dos métodos se puede conseguir efectos más confiados. Es por ello que en la presente investigación se aplicará el enfoque mixto, por lo tanto nos permitirá conocer el interés sobre un book fotográfico que identifique lo kitsch de Quito y una guía básica para el desarrollo del mismo.

Unidades de estudio de población y muestra

Para esta investigación se ha seleccionado intencionalmente a 30 diseñadores gráficos, para la selección de los mismos se ha considerado lo siguiente:

- Edad en un rango de 20 a 45 años
- Estudiantes de la carrera de diseño gráfico
- Estudiantes de la carreras visuales
- Profesionales de diseño gráfico

Indicadores

- Existencia de material gráfico que identifique el kitsch en Quito
- Nivel de interés por el kitsch
- Nivel de interés por el book fotográfico
- Agrado por la fotografía
- Opinión del kitsch

- Valoración del kitsch
- Orientación de un book fotográfico
- Diseño de la portada

Métodos y técnicas empleadas

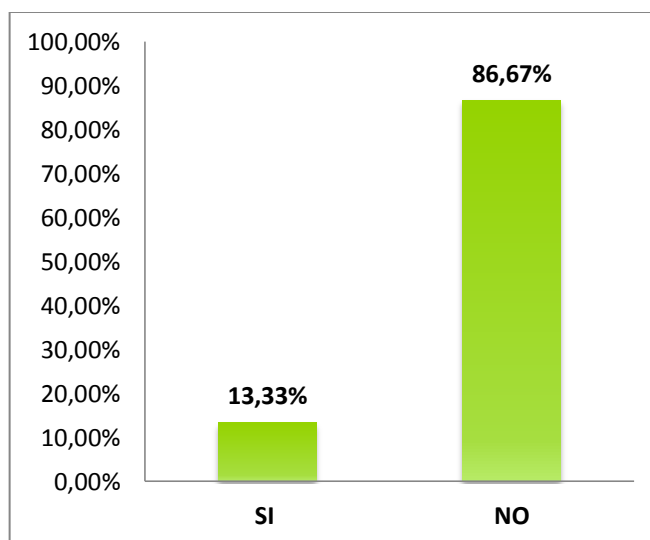
En el presente proyecto se aplicará la técnica de la encuesta, la cual permitirá conocer la aceptación de adquirir un material gráfico que dé a conocer las manifestaciones del kitsch en Quito y además nos ayudará a conocer algunos componentes para la elaboración del book fotográfico.

La propuesta se va a valorar por el criterio de especialistas a través de un focus group, para la valoración de la misma se les entregará a los especialistas una guía y la propuesta en formato digital.

Análisis de resultados

1. ¿Conoce usted un material gráfico que identifique las manifestaciones del kitsch en Quito?

Gráfico 2 Existencia de material gráfico que identifique el kitsch en Quito



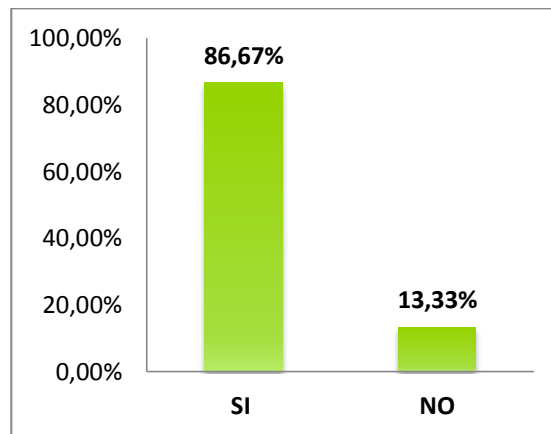
Fuente.- Encuesta

Elaborado por.- El Autor

De los diseñadores gráficos entrevistados el 86.67% no conocen sobre la existencia de un material gráfico en el cual puedan identificar el estilo kitsch en Quito, lo cual es un indicativo que el desarrollo de un material gráfico es viable.

2. ¿Considera usted conveniente la elaboración de un material gráfico que identifique el kitsch en la ciudad de Quito?

Gráfico 3 Nivel de interés por el kitsch



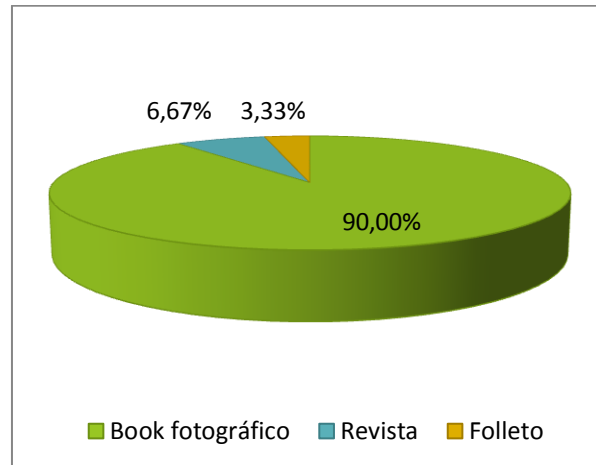
Fuente.- Encuesta

Elaborado por.- El Autor

De los diseñadores gráficos entrevistados el 86.67% muestran interés por la elaboración de una material gráfico, que les ayuden a identificar y a conocer las manifestaciones del estilo kitsch de la ciudad de Quito.

3. ¿Qué material gráfico le gustaría adquirir para conocer las manifestaciones del kitsch en Quito?

Gráfico 4 Nivel de interés por el kitsch



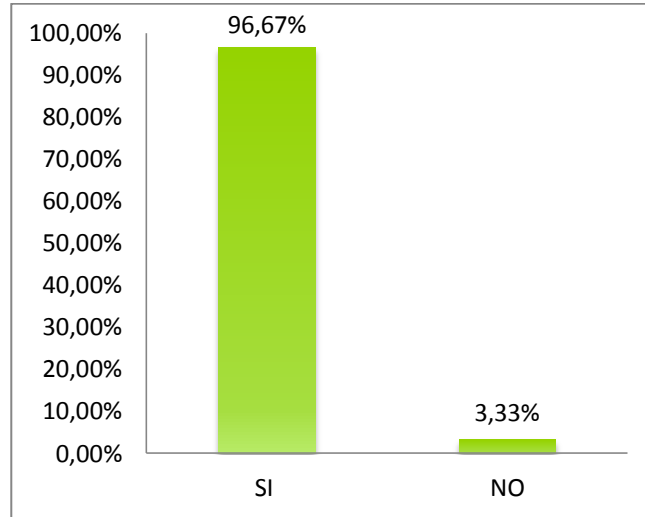
Fuente.- Encuesta

Elaborado por.- El Autor

De los diseñadores gráficos entrevistados el 90% muestran interés por la elaboración de un book fotográfico, un 6,67% muestra interés por la elaboración de una revista y el 3,33%, les gustaría poder mirar el estilo kitsch mediante un folleto. Por lo tanto la encuesta nos indica que el book fotográfico es adecuado para desarrollar nuestro proyecto.

4. **¿Considera usted que mediante la fotografía se puede dar a conocer las manifestaciones del kitsch en Quito?**

Gráfico 5 Agrado por la fotografía



Fuente.- Encuesta

Elaborado por.- El Autor

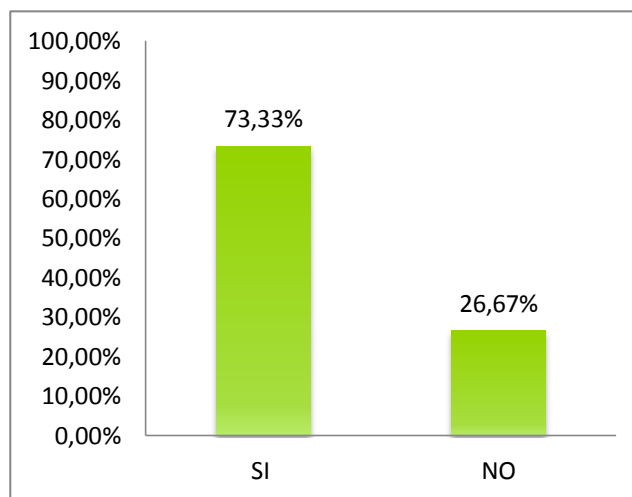
De los diseñadores gráficos entrevistados el 96.67%, le parece adecuado que la mejor forma de mostrar la cultura kitsch es mediante la fotografía.

5. ¿Cuál es su opinión acerca de las siguientes imágenes? ¿Tiene curiosidad por ver más?



Fuente.- Book fotográfico del estilo artístico kitsch en la ciudad de Quito. Araque, E. (2018)

Gráfico 6 Opinión del kitsch



Fuente.- Encuesta

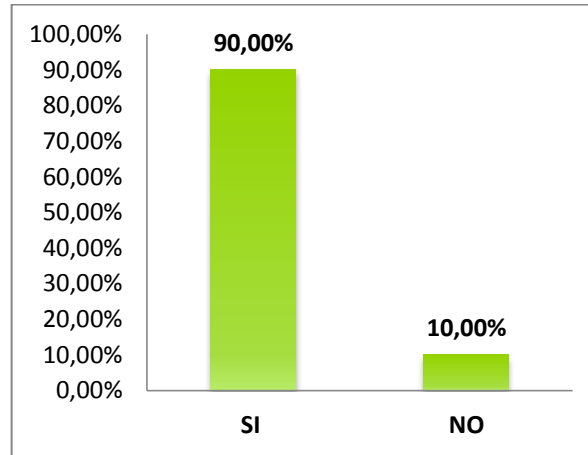
Elaborado por.- El Autor

Según varias respuestas acotadas un 73,33% los diseñadores si estarían interesados en ver más fotos similares y dentro de las encuestas realiza, se pudo rescatar varios conceptos e ideas en base a la exposición las tres fotos mostradas, entre las cuales son las siguientes:

- Son diferentes.
- Muestran estilos fuera de lo común.
- Tienen varios objetos agrupados.
- Son estilos no tradicionales.
- Reflejan cultura kitsch.
- Por la expresión diferente en las fotos, llaman la atención.
- Son más espontaneas de diferenciar.

6. ¿Le gustaría que las imágenes anteriores se den a conocer en un book fotográfico?

Gráfico 7 Valoración del kitsch



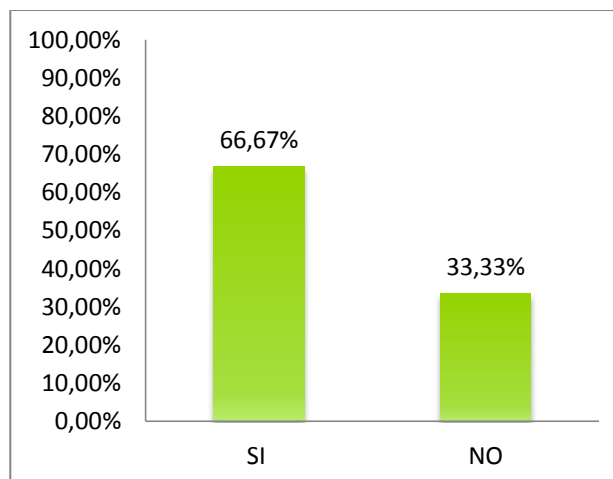
Fuente.- Encuesta

Elaborado por.- El Autor

De los diseñadores gráficos entrevistados el 90%, está interesado en ver imágenes similares, a las mostradas en el ítem 5.

7. ¿Posee usted un book fotográfico?

Gráfico 8 Agrado por la fotografía



Fuente.- Encuesta

Elaborado por.- El Autor

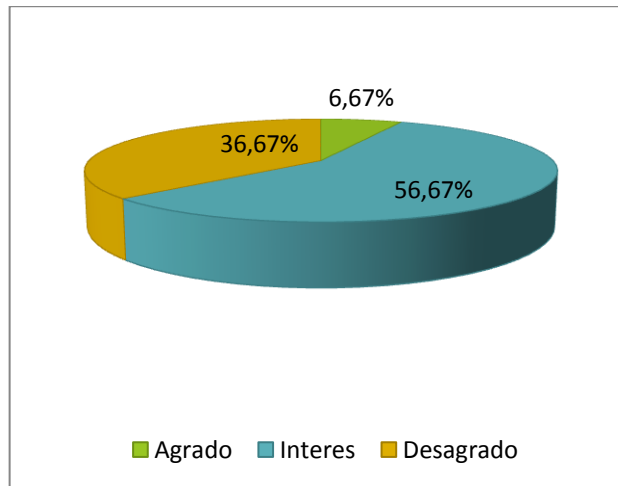
De los diseñadores gráficos entrevistados el 66,67%, posee un book fotográfico, sin embargo tenemos un porcentaje menor de 33,33%, que no han adquirido uno.

8. ¿Qué sensación le produce las siguientes imágenes?



Fuente.- Book fotográfico del estilo artístico kitsch en la ciudad de Quito. Araque, E. (2018)

Gráfico 9 Opinión del kitsch



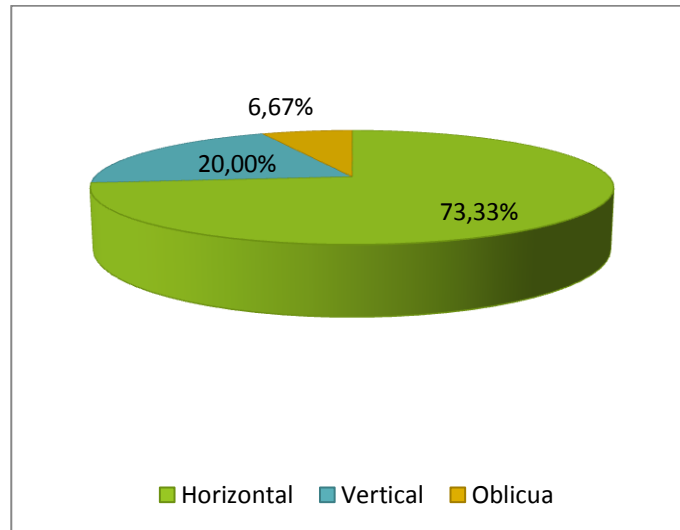
Fuente.- Encuesta

Elaborado por.- El Autor

De los diseñadores gráficos encuestados el 56.67 % le producen interés, al 36.67% desagrado y al 6.67% le agradan.

9. ¿Qué orientación usted considera que debe tener un book fotográfico?

Gráfico 10 Orientación de un book fotográfico



Fuente.- Encuesta

Elaborado por.- El Autor

De los diseñadores gráficos entrevistados el 73,33%, prefiere que el book fotográfico tenga la orientación horizontal; por ende es la forma en la cual desarrollaremos el mismo.

10. ¿Cómo usted considera que debe ser la portada de un book fotográfico?

Dentro de las encuestas realizadas, los encuestados coincidieron en varios aspectos que son los siguientes:

- La portada debe ser creativa.
- La portada debe ser impactante.
- Sin duda es uno de los puntos más importante para citar la atención de los reclutadores o de nuestros clientes potenciales.
- Se debe escoger la fotografía o tipografía que más te guste o que mejor defina tu forma de trabajar como presentación del producto.

Reguladores del diagnóstico

- Inexistencia de un material gráfico que identifique el estilo artístico kitsch en la ciudad de Quito.
- Alto interés por conocer un material gráfico que identifique el kitsch en Quito.
- Preexiste un gran interés por un book fotográfico, descartando las revisitas o folletos habituales, las nuevas tendencias determinan que las personas son más gráficas; por lo que una gran cantidad posee un book fotográfico y presenta un interés por obtener uno.
- Existe agrado por la fotografía y hay una gran aceptación de que esta exprese el kitsch que se vive en Quito
- Se considera al kitsch como diferente, como un estilo fuera de lo común, llamativo, espontáneo, fácil de diferenciar de otros estilos y se caracteriza por el adocenamiento.
- El kitsch genera interés y curiosidad en las personas, muchas de ellas se identifican con las manifestaciones del kitsch que existe en su hogar o los hogares de familiares y en los posters de música que se encuentran en la ciudad.
- La orientación más adecuada para elaborar un book fotográfico es horizontal, lo que nos permite un encuadre correcto y es adaptable a la visión humana y es natural.
- La portada debe ser creativa, impactante, debe atraer al público y generar interés en el mismo, ya que este es el único elemento visual que representa nuestro producto.

CAPITULO III

Producto

Formato

Se ha seleccionado un formato A4 con orientación horizontal, con las proporciones de 29,7 x 21 cm, se ha definido una cantidad de 34 hojas; las cuales estarán divididas en 5 categorías de acuerdo a las manifestaciones del kistch que se abordan en la presente investigación.

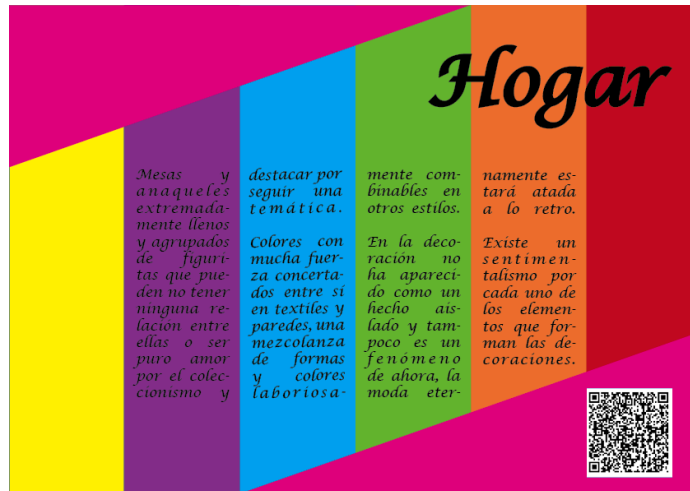


Estructura

El book fotográfico está estructurado de la siguiente manera: portada, contraportada y páginas internas. En la portada se ha considerado un logotipo kitsch, en la contraportada se ha añadido las referencias de autoría de las fotografías, las páginas internas han sido divididas en cinco secciones:

1. Kistch en los hogares quiteños
2. Kistch en la música
3. Kitsch en la religión
4. Kitsch en el comercio de Quito
5. Varios

Cada una de estas secciones contará con una sinopsis y un código QR el cual permitirá al usuario conocer la ubicación de donde se obtuvo una de las fotografías más representativas de cada sección.

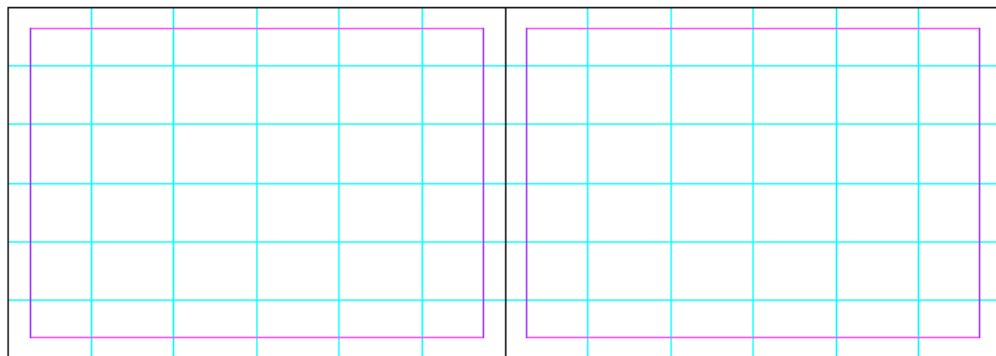


Maquetación

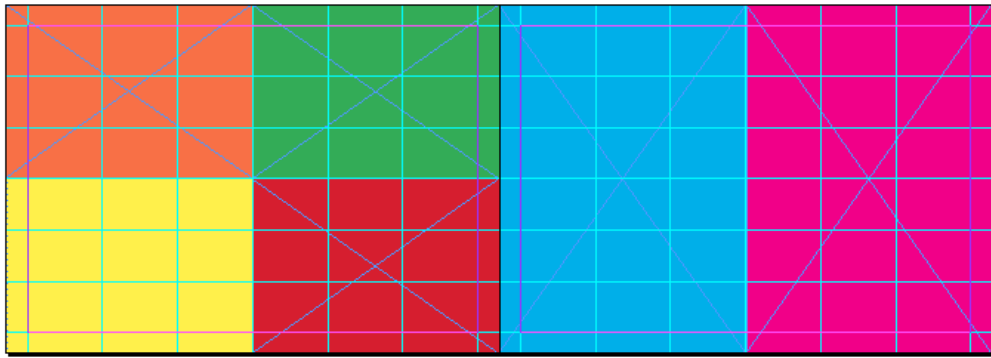
La maquetación se realizará en InDesign utilizando dos cm del margen interior y 1,5 cm para el margen exterior, inferior y superior, además se ha considerado un mediatil de 1 cm y un margen de 1,5.

Retícula

El uso técnico de los módulos aplicado para el book fotográfico consta de 7 x 7 módulos, la misma que nos permitirá organizar de una forma precisa y diferente las fotografías y elementos relacionados entre sí .

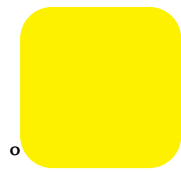


Para la distribución de las imágenes no se ha considerado un patrón uniforme debido a que en cada sección se pretende resaltar los aspectos más importantes y representativos del kitsch de cada imagen.



Pantones

Los pantones seleccionados son llamativos y estridentes los mismos que son representativos del estilo artístico kitsch. Además se los ha considerado debido a que al ser colores planos al momento de realizar la impresión estos mantendrán su consistencia



C: 0 **R:** 255
M: 0 **G:** 237
Y: 100 **B:** 0
K: 0

Pantone ffed00



C: 0 **R:** 229
M: 100 **G:** 0
Y: 0 **B:** 125
K: 0

Pantone e5007d



C: 100 **R:** 0
M: 0 **G:** 158
Y: 0 **B:** 227
K: 0

Pantone 009ee3



C: 62 **R:** 111
M: 0 **G:** 181
Y: 100 **B:** 43
K: 0

Pantone 6fb52b



C: 0 **R:** 239
M: 60 **G:** 126
Y: 84 **B:** 51
K: 0

Pantone ef7e33



C: 54 **R:** 115
M: 81 **G:** 60
Y: 10 **B:** 131
K: 0

Pantone 8d488c



C: 15 **R:** 205
M: 100 **G:** 22
Y: 100 **B:** 25
K: 0

Pantone cd1619

Tipografía

La tipografía utilizada es Lucida Calligraphy Italic, la misma que mantiene un patrón y nos ha permitido en la portada modificar el tamaño de cada letra sin perder su esencia y manteniendo una coherencia de composición. Al utilizarla en las sinopsis y títulos de cada sección nos permite trasladar la velocidad del gesto de la mano al escribir, permitiendo así su fácil comprensión.

Lucida Calligraphy Italic



Portada

La elaboración de la portada ha sido realizada con un estilo kitsch, la cual es llamativa, permitiendo captar la atención. Existen espacios en blanco que nos permiten aislar los componentes y el descanso del ojo del lector, la portada es en su gran mayoría es textual para identificar con mayor rapidez su contenido.



Fotografía

Para la elaboración del book fotográfico se han realizado fotografías profesionales, sin embargo, también existen fotografías realizadas con la cámara del celular, ya que al realizar nuestra búsqueda surgieron manifestación del momento.

A continuación se detallan los tipos de planos utilizados:

Plano General

Nos permite mostrar con detalle el entorno, identificándose así el estilo kitsch y cada uno de los elementos que forman parte de la misma.



Fuente.- Book fotográfico del estilo artístico kitsch en la ciudad de Quito. Araque, E. (2018)

Plano Detalle

Este plano cerrado ha sido utilizado para identificar con detalle un objeto kitsch y los elementos que lo conforman



Fuente.- Book fotográfico del estilo artístico kitsch en la ciudad de Quito. Araque, E. (2018)

Captura de imágenes de video clips



Fuente.- Book fotográfico del estilo artístico kitsch en la ciudad de Quito. Araque, E. (2018)

Valoración de la propuesta

Para valorar la propuesta se utilizó el criterio de especialistas y para determinar a estos especialistas se establecieron los siguientes indicadores:

1. Ser graduado de la de la especialidad
2. Tener al menos 5 años de experiencia en el ejercicio de la profesión
3. Haber realizado investigaciones relacionadas con la fotografía o estilos artísticos
4. Tener al menos una publicación relacionada con la fotografía
5. Haber participado al menos en un evento científico en el que hay presentado resultados investigativos

La propuesta fue valorada al menos por 5 especialistas, a los cuales se les entregó la propuesta y una guía para su valoración. (Anexo No 2).

Los indicadores a evaluar son los siguientes:

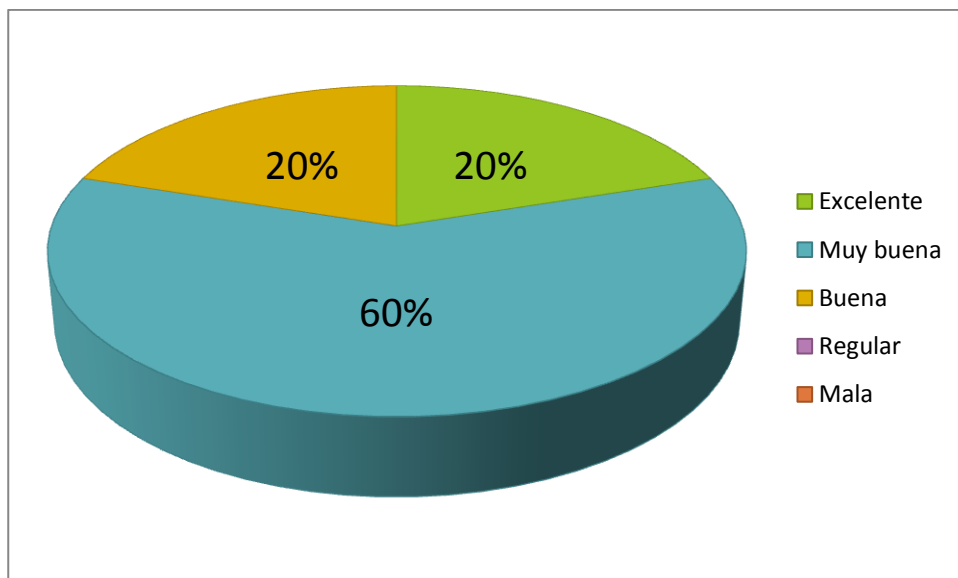
1. Pertinencia
2. Factibilidad
3. Novedad
4. Calidad artística

Estos indicadores debían ser evaluados en: excelente, muy bueno, bueno regular y malo y realizar observaciones en cada uno de ellos.

Además, se les pedía a los evaluadores que hicieran recomendaciones para mejorar la propuesta.

El análisis de los resultados de las valoraciones de los especialistas es el siguiente:

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala
Pertinencia	1	3	1		
Factible	2	3			
Calidad Artística		5			
Novedad	2	3			



Una vez analizada la valoración de los especialistas podemos determinar que la valoración nos arroja una gran aceptación hacia el producto, donde la pertinencia es calificada por dos especialistas como excelente, la factibilidad del producto tres especialistas la valoran como muy buena, la calidad artística ha sido valorado por los cinco especialistas como muy buena y la novedad del producto como excelente.

De las recomendaciones realizadas por los especialistas tenemos ampliar el Pantone para que se identifique el kitsch en el producto y que la tipografía sea más legible; observaciones que han sido aceptadas y aplicadas al producto.

Conclusiones

1. La identificación de las manifestaciones del kitsch, permitió resaltar cuatro aspectos importantes en los cuales este estilo se manifiesta en Quito: religión, música, hogares y locales comerciales, donde cada uno posee sus características definidas.
2. Al tomar en cuenta la referencia teórica de Missael Minguihni (2004) quien manifiesta que un book fotográfico es la solución más efectiva para los fotógrafos, por ser más prácticos al instante de mostrar su trabajo, contar con fotografías de años pasados y trabajos realizados, que se pueden mostrar con gran calidad, además nos indica que una gran ventaja de un book fotográfico es que las fotografías impresas se mantengan en el tiempo y la referencia teórica de Wucius Wong (2011) sobre los fundamentos del diseño, se ha obtenido un book fotográfico fundamentado en el diseño gráfico.
3. El diseño del book fotográfico se lo ha realizado tomando en cuenta la recopilación gráfica realizada y la información obtenida sobre los fundamentos del diseño, el kitsch y la cultura visual. Además se han considerado algunas de las sugerencias obtenidas en la encuesta y en la valoración de los especialistas.
4. La valoración de los especialistas nos indicó que existe una muy buena pertinencia y factibilidad de nuestro producto y que la calidad artística es muy buena, además nos permitió realizar ciertos cambios al producto para su mejora.

Recomendaciones

1. Realizar un análisis de la composición de los elementos que son parte de las manifestaciones del kitsch en la publicidad.
2. Utilizarlo como apoyo para elaborar futuras investigaciones del kitsch en Quito, como por ejemplo en la vestimenta y en los programas de televisión.
3. Dar a conocer el book fotográfico a los estudiantes de la carrera de diseño gráfico, permitiéndoles así considerar el estilo artístico kitsch como una alternativa para la elaboración de sus diseños.
4. Realizar el book fotográfico de forma digital, para que sea más accesible a los estudiantes de la Universidad Israel.

Bibliografía

- Arbir, S. (s.f.). *ARCHERPHOTO*. Recuperado el 18 de enero de 2018, de <http://Archerphoto.com>: <https://www.archerphoto.eu/books/>
- Cath Caldwell, Y. Z. (2014). *Diseño editorial : periódicos y revistas : medios impresos y digitales*. Gustavo Gili.
- Chateau, Pierre. (2017). Cultura visual e Historia del Arte. La puesta en evidencia de los Estudios Visuales. Revista Universum. Recuperado de: https://www.academia.edu/35868563/PIERRE_CHATEAU_CULTURA_VISUAL_E_HISTORIA_DEL_ARTE._LA_PUESTA_EN_EVIDENCIA_DE_LOS_ESTUDIOS_VISUALES_
- Decoración, E. M. (30 de enero de 2014). <http://esmadeco.com/>. Recuperado el 16 de enero de 2018, de <http://esmadeco.com/tenes-claro-que-es-el-estilo-kitsch-y-como-se-consigue/>
- Definista. (2015). *Definición de Fotografía*. Recuperado el 17 de enero de 2018, de Conceptodefinicion: <http://conceptodefinicion.de/fotografia/>
- Fajardo, C. (2014). El gusto estético en la globalización. Calle14. *Revista de investigación en el campo del arte*, 9 (13), 52-69. Recuperado de: HYPERLINK "<http://www.redalyc.org/articulo.oa>" <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=279032434003>> ISSN 2011-3757
- Ferrada, J. (2014). *El cuerpo como arquitectura del sentido*. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/133800/el-cuerpo-como-arquitectura.pdf;sequence=1>
- Flores, J., Balderrama, C. y Aguilera, G. (2016)El entorno cotidiano, la estética kitsch y su relación con los diseños. *Nósis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 25 (49), 98-120. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85943066004>

- Flores, K. (2013). Las dos caras del “kitsch”: arte del mentir o mentira artística. *Revista de Lenguas Moderna*, (18) , 399-410. Recuperado de: [HYPERLINK "https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/rfm/article/view/12374" \t "_blank"](https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/rfm/article/view/12374)
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/rfm/article/view/12374>
- Harris, A. (2008), “Retículas”, Barcelona, Parramón Ediciones. Pág. 6
- Hernández H., Marisela, Hernández A., María Elisa. (2004). El buen y el mal gusto, aquí entre nosotros. *Revista de Ciencias Sociales* Recuperado de:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28010103>> ISSN 1315-9518
- Kulka, T & otros. (2011). *El Kitsch*. Madrid: Casimiro Libros.
- Maria, F. S. (2013). *Staff Creativa*. Recuperado el 17 de enero de 2018, de www.staffcreativa.com: <http://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>
- Marx, K. H. (21 de diciembre de 2017). *Wikipedia*. Recuperado el 14 de enero de 2018, de <https://es.wikipedia.org>:
https://es.wikipedia.org/wiki/Kitsch#El_debate_de_la_intenci%C3%B3n_est%C3%A9tica
- Mirzoeff, N. (2016). *Cómo ver el mundo: Una nueva introducción a la cultura visual*. Paidós.
- Mora, Esteban. (2013). El Kisch en el Arte Ecuatoriano. Recuperado de: <http://kischestudioscriticos.blogspot.com/2013/05/el-kisch-en-el-arte-ecuatoriano.html>
- Moreno, E. (2004). *La cara kitsch de la modernidad*. Recuperado el 14 de enero de 2018, de [www.humanidades.uach](http://www.humanidades.uach.cl):
http://www.humanidades.uach.cl/documentos_linguisticos/document.php?id=48
- Parramón, J. (1988). *Teoría y práctica del color*. Barcelona, España: Parramón Ediciones, S.A. Soria, Recuperado de <http://cyndisoria.blogspot.com/>:
<http://cyndisoria.blogspot.com/>

Anexos

Anexo 1

Encuesta

Edad

Sexo

A continuación se realizarán una serie de preguntas, por favor contestar de acuerdo a sus conocimientos y percepción.

1. ¿Conoce usted un material gráfico que identifique las manifestaciones del kitsch en Quito?

Si ()

No ()

2. ¿Considera usted conveniente la elaboración de un material gráfico que identifique el kitsch en la ciudad de Quito?

Si ()

No ()

3. ¿Qué material gráfico le gustaría adquirir para conocer las manifestaciones del kitsch en Quito?

Productos	Seleccionados
Book fotográfico	
Revista	
Folleto	

4. ¿Considera usted que mediante la fotografía se puede dar a conocer las manifestaciones del kitsch en Quito?

Si ()

No ()

5. ¿Cuál es su opinión acerca de las siguientes imágenes? ¿Tiene curiosidad por ver más?



.....

.....

.....

6. ¿Le gustaría que las imágenes anteriores se den a conocer en un book fotográfico?

Si ()

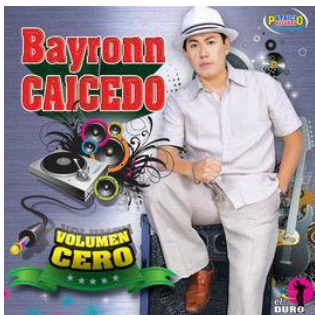
No ()

7. ¿Posee usted un book fotográfico?

Si ()

No ()

8. ¿Qué sensación le produce las siguientes imágenes?



Agrado ()

Interés ()

Desagrado ()

9. ¿Qué orientación usted considera que debe tener un book fotográfico?

Horizontal () Vertical () Oblicua ()

10. ¿Cómo usted considera que debe ser la portada de un book fotográfico?

.....
.....
.....

Anexo 2

Guía para la valoración de la propuesta

- a. Valore el book fotográfico atendiendo a los siguientes indicadores

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Observaciones
Pertinencia						
Factible						
Calidad Artística						
Novedad						

- b. Ofrezca recomendaciones que aporten a una mejora del book fotográfico

Anexo 3

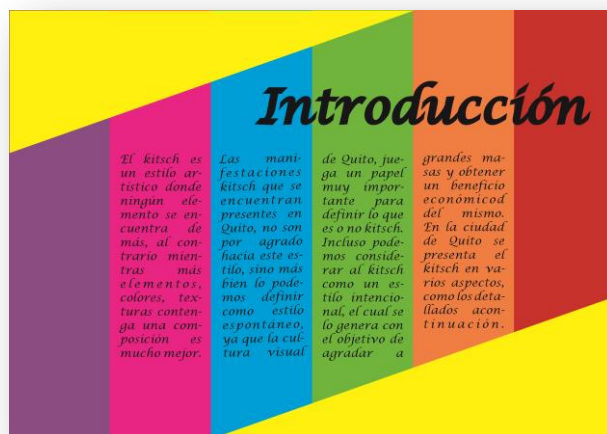
Diseño del book fotográfico

Portada



Índice

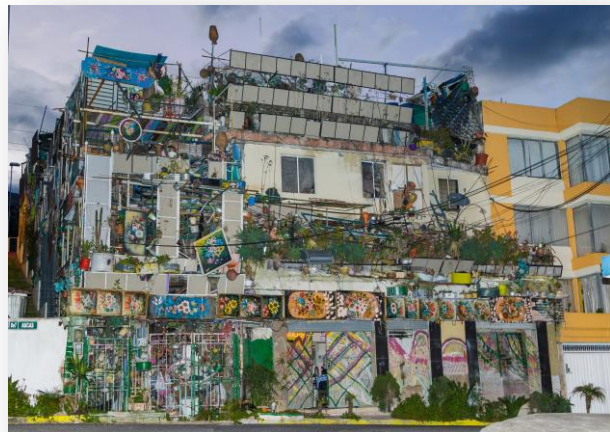
Introducción



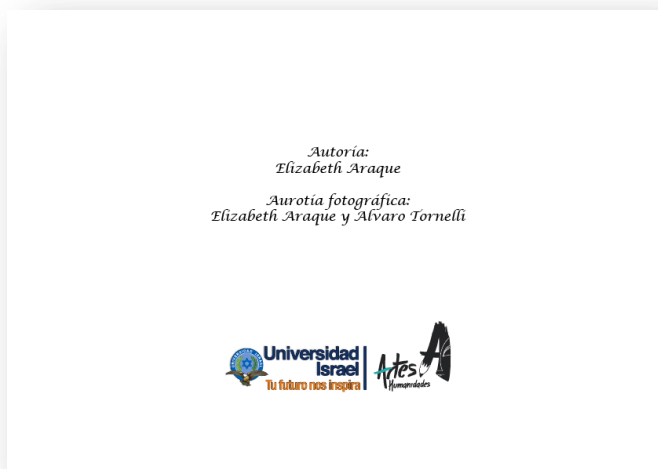


Introducción a secciones

Imagen representativa de cada sección



Contraportada



Anexo 4

Mockup del book fotográfico

