



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

TEMA: Diseño de un catálogo digital para la difusión de los proyectos de titulación más destacados de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Tecnológica Israel entre febrero de 2017 – agosto de 2018.

AUTOR: Joshua Esteban Duque Carrillo

TUTORA : Mg Valeria Yarad PhD

TUTOR TÉCNICO: José Vergelin Mg.

QUITO- ECUADOR

AÑO: 2019

Resumen

El presente trabajo es un catálogo digital con la recopilación de los trabajos de titulación más destacados de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Tecnológica Israel en los períodos 2017-2018. Esto demuestra que existe un cúmulo de información, conocimiento y experiencia que en muchas ocasiones queda perdido porque no son difundidos dentro de la institución o las empresas. Estas tesis demuestran las aptitudes profesionales de los graduados, siendo un material que genere mejores oportunidades laborales

Previo a la elaboración del catálogo digital se hizo una búsqueda teórica y de referentes en cuanto a diseño editorial, con la finalidad de que esta información sea utilizada en la elaboración del producto.

Junto a esta información se realizó una investigación empírica mediante entrevistas a expertos en diseño editorial, quienes brindaron insumos sobre la elaboración de este tipo de propuestas gráficas.

A partir de este levantamiento de datos teóricos y empíricos se desarrolló el catálogo digital donde se muestran 20 tesis presentadas en la UISRAEL. El catálogo digital tiene un estilo minimalista, demuestra sobriedad y va en la misma línea gráfica, con la identidad de la Universidad.

Este proyecto también utilizó software de diseño gráfico como: Adobe Illustrator CC, Adobe Photoshop CC, Adobe InDesign y el paquete de colores de Adobe para realizar la ilustración de cada parte del diseño, así como tipografías propias del programa, lo que facilitó el diseño del catálogo digital permitiendo así su finalización.

Palabras Clave:

Catálogo digital, Diseño editorial, Universidad Tecnológica Israel, Trabajos de titulación, minimalismo, identidad corporativa.

Abstract

The present work is a digital catalog of a compilation of the most outstanding titles of the career of Graphic Design of the Israel Technological University in the periods 2017-2018. This demonstrates there is a pool of information, knowledge, and experience that is often lost because they are not disseminated within the institution or companies, which could take into account the professional skills of future graduates and the best projects would have an open labor gap at your disposal.

Prior to the preparation of the catalog, a theoretical search and reference was made in terms of editorial design, with the purpose of this information being used in the preparation of the product.

Along with this information, an empirical investigation was carried out through interviews with experts in editorial design, who provided input on the elaboration of this type of graphic proposal.

From this theoretical and empirical data collection, the catalog was developed showing 20 theses presented in the UISRAEL. The catalog has a minimalist style, shows moderation, and follows in the same line and identity of the University.

This project also used graphic design software such as: Adobe Illustrator CC, Adobe Photoshop CC, Adobe InDesign, and the Adobe color pack to illustrate each part of the design as well as the program's own typefaces, which facilitated the design of the digital catalog, thus allowing its completion.

Keywords:

Digital catalog, Editorial design, Israel Technological University, Degree works, minimalism, corporate identity.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, y a cada unos de mis enemigos, que tanto me han ayudado en mi carrera, en especial a mi mayor enemigo *mi sombra*.

Dedicatoria

Al estudiante no reconocido.

Muchos estudiantes en el mundo jamás reciben reconocimiento por el arduo trabajo solitario y sacrificio que realizan día a día, noche a noche, frente a un pizarrón, tras un computador pero confiamos que en su momento tendrán una recompensa especial.

Dicen que un estudiante volvió de un país lejano después de diez años de arduo estudio. En el mismo avión regresaba un famoso que volvía de un corto viaje de caza de animales. Cuando el avión llegó al puerto, una gran multitud esperaba al famoso con globos en la mano, una banda musical sonaba sus trompetas y los niños se asomaban con grandes sonrisas para verlo.

El estudiante fue el último en bajar del avión y se sentó apesadumbrado sobre unas valijas viejas.

“Tranquilo hombre, ¡todavía no es el fin”

*Si tienes un problema en tu vida,
mientras más difícil sea y puedas resolverlo
será el principio de tu éxito.*

Índice de contenidos

Resumen	ii
Abstract.....	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Índice de contenidos	vii
Índice de Figuras	x
Introducción.....	11
Título	12
Problema.....	12
Objetivos.....	14
Objetivo general	14
Objetivos específicos.....	14
Justificación de la investigación.....	14
Producto.....	15
Capítulo I.....	16
Marco Teórico	16
1.1 Contextualización del espacio temporal	16
1.1.1 Universidad Tecnológica Israel: Historia y desarrollo.....	16
1.1.2 Influencia del diseño en el ser humano	17
1.2 Marco Teórico conceptual	18
1.2.1 ¿Qué es la comunicación visual?.....	18
1.2.2 Diseño Gráfico.....	19
1.2.3 Diseño editorial	21
1.2.4 Diseño editorial en la elaboración del producto	21
1.2.5 Catálogos	23
1.2.6 Formato final	23
1.2.7 Maquetación gráfica digital.....	24

1.2.8 Elementos gráficos y estructura.....	24
• Programas para diseño editorial	24
• Retículas	25
• Infografía	26
• Tipografías.....	26
• El Color RGB - CMYK.....	26
• Tintas para impresión	27
• Círculo Cromático	27
• Valor o luminosidad	28
• Vector	28
• Diseño Minimalista	28
• Medios digitales.....	29
• Papel couche mate	29
1.3 Investigaciones Previas.....	31
Capítulo II.....	32
Marco Metodológico	32
2.1 Enfoque metodológico de la investigación.....	32
2.2 Población, unidades de estudio y muestra.....	33
2.2.1 Muestra	33
2.3 Indicadores o categorías a medir	33
2.4 Métodos empíricos y técnicas de investigación empleadas.....	34
2.5 Formas de procesamiento de la información obtenida de la aplicación de los métodos y técnicas	35
2.6 Regularidades del diagnóstico.....	40
2.7 Formato de entrevista.	41
Capítulo III	42
Propuesta	42
3.1 Consideraciones y fundamentos previos	42
3.1.1 Diseño de contenidos del desarrollo de la propuesta.....	42
3.1.2 Procesos de realización.....	43

3.1.3	Diseño de contenidos.....	44
3.1.4	Machote	45
3.1.5	Diagramación:	45
3.1.6	Retícula.....	47
3.1.7	Diseño de páginas maestras.....	48
3.1.8	Jerarquía visual de contenidos.....	50
3.1.9	Índice	51
3.1.10	Encabezado.....	51
3.1.11	Pie de Página	52
3.1.12	Número de páginas	53
3.1.13	Diseño de cubiertas.....	53
3.1.14	Portada.....	54
	Arte Final portada.....	55
3.1.15	Contra portada	56
	Arte Final contraportada.....	56
3.1.16	Manejo tipográfico	57
3.1.17	Propuesta cromática.....	60
	Color Turquesa	61
	Color Azul	61
	Color Naranja	62
3.1.18	Tratamientos de imágenes	63
3.1.19	Propuesta pre-eliminar.....	63
3.2	Tecnología y materiales.....	64
3.2.1	Tecnología	64
3.2.2	Herramientas - flipsnack.....	65
3.2.3	Valoración del Producto	65
3.3	Valoración por criterio de usuarios	66
3.4	Propuesta final	68
4.	Conclusiones.....	75
5.	Recomendaciones	76
6.	Bibliografía.....	77

ANEXOS	80
--------------	----

Índice de Figuras

Figura 1: Retículas.....	25
Figura 2: Círculo Cromático.....	28
Figura 3: Machote.....	45
Figura 4: diagramación.....	47
Figura 5: Retícula	48
Figura 6: Diseño de páginas maestras	49
Figura 7: Jerarquía visual de contenidos	50
Figura 8: Índice.....	51
Figura 9: Encabezado	52
Figura 10: Jerarquía visual de contenidos	53
Figura 11: Número de páginas.....	53
Figura 12: Portada	55
Figura 13: Portada final	55
Figura 14: Contraportada.....	56
Figura 15: Contraportada final	57
Figura 16: Manejo tipográfico.....	60
Figura 17: Color turquesa.....	61
Figura 18: Color azul.....	62
Figura 19: Color Naranja.....	62
Figura 20: Catálogo digital imagen 1	69
Figura 21: Catálogo digital imagen 2	69
Figura 22: Catálogo digital imagen 3	70
Figura 23: Catálogo digital imagen 4	71
Figura 24: Catálogo digital imagen 5	71
Figura 25: Catálogo digital imagen 6	72
Figura 26: Catálogo digital imagen 7	73
Figura 27: Catálogo digital imagen 8	73
Figura 28: Catálogo digital imagen 9	74
Figura 29: Catálogo digital imagen 10	75

Introducción

La humanidad tiene la necesidad de comprender e interrelacionarse con lo que le rodea, darle un sentido, entendimiento y relacionarlo para generar y transmitir conocimiento. Con el avance del Internet en la búsqueda de información se pretende suplir estas necesidades y se ha permitido que desde los niños hasta las personas adultas cambien los hábitos.

Para la humanidad es indispensable el saber comunicar y expresar sus pensamientos, ideas y necesidades, aún mejor si tiene contenidos de alta calidad gráfica para que puedan ser entendibles y adaptables para el lector. Comunicar contenidos para que puedan ser apreciados, entendidos y transmitidos a todo tipo de receptor. Se han utilizado las diferentes herramientas gráficas, reglas proporcionales, etc. para así mostrar un conjunto de elementos relacionados para coincidir en un arte final altamente estético.

Se estima que los proyectos de titulación en su mayoría no trascienden más allá del período académico de titulación es decir hasta que el estudiante se gradúa de la Universidad Tecnológica Israel (UISRAEL). La presente propuesta busca diseñar un catálogo digital para la difusión de los proyectos de titulación más destacados de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Tecnológica Israel en los períodos febrero 2017- agosto 2018.

El presente proyecto beneficiará a los estudiantes a obtener información, conocimientos y un control de los temas realizados dentro de la carrera de diseño gráfico. El estudiante podrá conocer lo que le hace falta a la carrera y poder realizar proyectos de titulación diferentes tomando en cuenta lo que está en movimiento en el mercado para que así la carrera y los futuros profesionales estén al día.

El Diseño Editorial es un componente importante dentro del diseño gráfico, es una forma de comunicar objetivos a los distintos públicos definidos y uno de los más utilizados, ya que está presente en *flyer*, hasta grandes libros, enciclopedias, entre otros.

Para elaborar el producto, se prevé crear una base de plantilla para la diagramación y maquetación poniendo en práctica los conocimientos obtenidos en la carrera mediante el uso de elementos como textos, infografía, fotos e imágenes.

El utilizar un catálogo digital es conveniente ya que es fácil de transportar en cualquier dispositivo sea celular, *tablet*, portátiles, no necesita conectividad a Internet a diferencia de las páginas web que necesitan de Internet para su funcionalidad. Un catálogo digital tiene mayor facilidad al momento de modificar un documento, producto o servicio, ayuda al medio ambiente porque no es necesario ningún proceso de impresión, es fácil de difundir a otros dispositivos sea por la web o *bluetooth* y la inversión no es muy costosa a diferencia de los catálogos impresos que mantienen un costo alto de producción y no hay opción a cambios. Además, es más sustentable con el medio ambiente, ya que no se imprime en papel y es de amplia difusión.

La trascendencia de este proyecto será positiva puesto que la carrera presenta un interés por fomentar un crecimiento en la universidad beneficiando a los alumnos que cursan sus estudios en ella y junto a las autoridades se han comprometido con el proyecto.

Título

Diseño de un catálogo digital para la difusión de los proyectos de titulación más destacados de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Tecnológica Israel entre febrero de 2017 – agosto de 2018.

Problema

La presente investigación realizada a estudiantes de décimo semestre de la Universidad Israel en el año 2019, ha podido evidenciar que existe poca difusión de los trabajos científicos de titulación especialmente en la carrera de Diseño Gráfico creando un desconocimiento de los atractivos y ventajas competitivas de esta carrera, ya que no existe una difusión en las entidades escolares y universitarias en enfocar y promover la carrera de diseño gráfico como una de las profesiones más creativas, y de interés para impulsar las nuevas generaciones profesionales.

Al finalizar los proyectos de titulación y la obtención del título universitario, no se le da un seguimiento al trabajo de investigación y a la creación del producto que es el requisito para finalizar la carrera. Al concluir los proyectos de titulación, el material científico y práctico obtenido pasa a un repositorio poco consultado y por ende no hay una continuidad de la investigación o mejoramiento del mismo. Debido a esta escasa difusión de la producción académica, se desea dar visibilidad y rentabilidad social a esta carrera dentro de la UISRAEL, que es una de las más destacadas dentro de la institución.

Hoy en día los catálogos existen de múltiples maneras y formas. Comúnmente son reconocidos como una muestra de ofertas de productos y servicios dirigidos a los clientes, en donde se los invita a comprar, ya sea por su precio, persuasión a través mensajes publicitarios, o por sus novedades en surtido. Esta muestra se presenta tradicionalmente de dos maneras: la más común y conocida es la impresa; y la otra, más reciente, es la digital.

Es precisamente esta última la que este proyecto pretende abordar, aportando al desarrollo de catálogos y a la oferta de información disponible para el usuario.

Los catálogos digitales que se pueden encontrar hoy en día en un ámbito general, parten de lo más básico, que son simples digitalizaciones planas de los catálogos, es decir, un conjunto de imágenes dispuestas como revistas físicas, que no permiten interacción compleja alguna y también recordar que los medios publicitarios son la forma de llegar hacia el lector por tal motivo la calidad de imagen del soporte digital debe ser de alto rendimiento permitiendo ver información con mayor detalle.

Por otra parte, están los más avanzados y que paulatinamente han ido tomando fuerza en el mercado. Estos catálogos permiten mayor grado de interacción al integrar mayor cantidad de herramientas digitales, como, por ejemplo, la inclusión de videos promocionales o la opción de tener más y mejor información disponible. Por estos nuevos beneficios, este es el camino a seguir por el diseño de catálogos digitales de tesis, y es precisamente lo que se pretende profundizar en este proyecto.

Objetivos

Objetivo general

Generar un catálogo digital que muestre los proyectos de titulación más destacados de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Tecnológica Israel en los períodos febrero 2017-agosto 2018.

Objetivos específicos

- Seleccionar trabajos de titulación de la carrera para la generación de los contenidos.
- Indagar sobre tendencias y referencias de diseño editorial.
- Adaptar el contenido al diseño master del catálogo digital.
- Valorar con expertos en la materia el catálogo digital tanto en estructura como en contenido.

Justificación de la investigación

Lo que se quiere mediante esta investigación es potencializar y poner en conocimiento público los trabajos científicos, productos de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Israel ofrece. Es decir, crear la praxis de los estudiantes del conocimiento obtenido en las aulas y aplicadas a un producto práctico en su proyecto de titulación, de los cuales se escogerán los más destacados de los últimos cuatro semestres académicos.

En la actualidad existe la necesidad de que todas las empresas cuenten con un catálogo de productos o servicios para que el cliente tenga la facilidad de informarse sobre lo que desea adquirir. Los catálogos digitales en la actualidad han tenido afluencia, por ende, son atractivos para las personas captando el interés por ver que más contiene o de qué manera puede solventar la necesidad de las personas que buscan información, productos o servicios.

A través de la promoción de este catálogo digital se pretende crear una rentabilidad hacia la carrera, beneficiando a la población educativa actual de la UISRAEL, posicionándola como una de las carreras más prácticas y compensatorias para un mundo en constante cambio y evolución.

Además, mostrar la alta calidad de los trabajos que la UISRAEL lleva adelante junto con su planta docente y sus alumnos. Al poner en conocimiento social la identidad de la carrera de Diseño Gráfico se pretende generar un interés a nuevos estudiantes bachilleres, personas internas y externas.

Al implementar el catálogo digital, éste será utilizado como una herramienta de difusión que ayudará a captar la atención de los estudiantes por conocer todo lo que contiene y ofrece la carrera de Diseño Gráfico obteniendo así una expectativa más amplia de los temas que se abarcan en la misma y los que se podrían seguir generando, dándoles movimiento en el mercado para que así la carrera crezca y se promocióne dentro de la universidad.

Para la creación de este catálogo digital se aplicarán las nuevas técnicas, tendencias que estén a la vanguardia en este año 2019 en lo referente al diseño editorial, enriqueciéndolo con un contenido de texto, colores, tipografías e imágenes, obteniendo un catálogo digital nuevo, que sea vanguardista y atractivo a las nuevas generaciones.

Producto

El producto final de este proyecto de titulación será un catálogo digital informativo con contenido que expone los últimos proyectos de titulación de tesis más destacados de la carrera de diseño gráfico de los últimos 4 semestres 2017 – 2018

Capítulo I

Marco Teórico

1.1 Contextualización del espacio temporal

1.1.1 Universidad Tecnológica Israel: Historia y desarrollo

La Universidad Tecnológica Israel (UISRAEL) nace en 1999 de la experiencia académica y profesional de dos institutos: el Instituto Tecnológico Israel y el Instituto Tecnológico Italia. Alianza estratégica de fortalecimiento para brindar una educación superior de excelencia a nuestros estudiantes. (Universidad Israel, 2017)

En la década de los ochenta y noventa, estos institutos obtuvieron distintos reconocimientos a nivel nacional e internacional, legado del cual se nutre la UISRAEL y que permitió consolidar una oferta académica que tiene en la actualidad carreras en modalidades presencial, semipresencial y a distancia. (Universidad Israel, 2017)

Las carreras de pregrado que ofrece la universidad son: Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, Diseño Gráfico, Telecomunicaciones, Sistemas de Información, Educación Inicial, Educación Básica y Psicología. (Universidad Israel, 2017)

La carrera de Diseño Gráfico es una de las seis carreras académicas de tercer nivel que oferta la Universidad Israel. Tiene sus inicios desde el año 1999, hasta la actualidad en el cual han cursado varias generaciones de estudiantes entre ellos se puede destacar a Cristian Lasso Rocha uno de los diseñadores más conocidos en el país, y egresado de la Universidad Israel, 2010 .

Dentro del campo profesional los alumnos y profesionales de la Universidad Israel podrán desempeñarse en el área de diseño gráfico, web y fotografía. Aportando con conocimientos adquiridos a lo largo de su formación académica como publicidad, imagen y marca, promoción, diseño digital, estrategia de comunicación visual, etc.

1.1.2 Influencia del diseño en el ser humano

Desde muy pequeño el ser humano inicia un proceso intuitivo de conocer información básica, como son la gravedad, estética, movimiento, letras, vocales, abecedario, etc. Almacenado estos datos y que se va redefiniéndolos a lo largo de la vida.

Según Gyorgy Kepes (1968, p ii) dice “Los colores, las líneas y las formas correspondientes a las impresiones que reciben nuestros sentidos están organizados en un equilibrio, una armonía o un ritmo que se halla en análoga correspondencia con los sentimientos; y estos son, a su vez, análogos de pensamientos e ideas”.

Desde el proceso de desarrollo infantil de cada persona inicia a interpretar información que está en el entorno, con el afán de entenderlo, un claro ejemplo se puede citar desde la infancia donde se está rodeado de información especialmente editorial como son los libros de cuentos que se realizan para padres de niños recién nacidos, libros ilustrados con multimedia para bebés, posteriormente cuadernos de primaria (3 años aproximadamente) para pintar gráficos, cuadernos de rectificación de escritura (4 líneas) hasta las enciclopedias, revistas, catálogo, etc.

Por lo tanto, fundamentando en Kepes (1968), se puede concluir que la percepción está en todo aquello que nos rodea en nuestro diario vivir que ingresa al consciente de los sujetos en forma estructurada y ordenada ligado a los pensamientos, sentimientos y razonamiento. Por ejemplo, por

medio de una canción se evoca a un sentimiento, esta misma percepción es la que se pretende llegar a dar a las personas por medio del catálogo digital.

1.2 Marco Teórico conceptual

1.2.1 ¿Qué es la comunicación visual?

Según Brunno Munari (1985), la comunicación visual se puede definir como aquello que se ve desde un punto de referencia diferente dando un gran valor a las imágenes que tiene un valor distinto según el contexto en el que son insertadas, brindando información diferente. La comunicación visual puede ser casual o intencional (p. 79)

Munari (1985), define que la comunicación visual casual es aquella que se obtiene sin intención alguna, es decir todo lo que sucede alrededor de manera espontánea y a su vez que no posee un mensaje concreto enviado por un emisor en específico. Asimismo, la comunicación visual intencional es la función estética y la información práctica que da un mensaje en específico, ésta puede estar sujeta a la funcionalidad y este tipo de comunicación visual intencional se aplicará en este catálogo digital.

Con lo anteriormente citado de Kepes (1968) y Munari (1985), se puede justificar que un diseñador es un comunicador visual, en donde uno de sus principales objetivos es diseñar para comunicar y de esta forma hacer más práctica la vida del ser humano.

La comunicación visual se ha convertido en una tendencia que ayuda a la innovación gracias a su potencial como herramienta colaborativa combinada con el *design thinking*.

Se puede concluir que la comunicación visual es una característica de un mundo hiperconectado y multicanal donde la inmediatez y la velocidad del cambio es una constante. Gracias a la tecnología, se producen millones de interacciones y conversaciones con una rapidez. Los soportes visuales, ya sean imágenes, *gifs* animados o videos, continúan aumentando. Al mismo tiempo que los negocios lo necesitan y exigen mayor calidad y creatividad en los mismos, cada vez son más frecuentes el uso de herramientas visuales que facilitan las conversaciones y las tomas de decisiones

Desde una perspectiva científica, se ha descubierto que el uso de elementos visuales ayuda a la audiencia a recordar la información de manera más efectiva. La razón es que las imágenes se depositan directamente y se almacenan en la memoria a largo plazo, mientras que las palabras solo llegan a la memoria a corto plazo. (Instituto de economía digital., 2017)

El ser humano es un ser de observación y la historia mediante la comunicación visual de lo que nos rodea, ha mostrado cómo hemos evolucionado. Desde las pinturas rupestres, que contaban la historia de nuestros antepasados, a los jeroglíficos, donde se explicaban las costumbres y creencias del pueblo egipcio, pasando por la revolución de la imprenta, la fotografía, la televisión hasta llegar a la era de Internet. (Instituto de economía digital., 2017)

La gran cantidad de información que se crea hace que la imagen sea un instrumento que nos ayuda a comunicarnos de una forma más fácil y efectiva. Por ejemplo, las redes sociales como Instagram o Pinterest nos invitan a descubrir el mundo y a inspirarnos de otra forma. En el mundo de los negocios se está utilizando también la comunicación visual a través del trabajo colaborativo y diseñando espacios donde podamos expresar y compartir nuestro pensamiento visual. (Instituto de economía digital., 2017)

1.2.2 Diseño Gráfico

El término “Diseño Gráfico” se le atribuye a William Addison, norteamericano, diseñador que trabajó con material publicitario en distintos formatos, desde carteles y panfletos hasta anuncios en periódicos y revistas en 1922 (Quentin, 2002, pág. 10)

La palabra "diseño" se usa para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales, se usa también en relación con los objetos creados por esa actividad (Aryzpe & Syles, 2002, p 20). La palabra "gráfico" califica a la palabra "diseño", y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos. Entonces, en función de proponer una definición inicial, se podría decir que el diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales,

producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Un diseño gráfico es un objeto creado por esa actividad (Ceverra, 1989).

Por lo cual se puede decir que el diseño gráfico, es una disciplina de artística, que implica la profundización de la organización del pensamiento que nos lleva a un proceso creativo para concretar en un resultado como producto físico o digital. Complementado con imágenes, fotografía, infografía, signos y símbolos, etc., que, al interactuar con el lector o el usuario, producirá un proceso dialéctico.

La palabra “diseño gráfico” se mal interpreta al definirse por sí misma centrándose en la forma de la creación y no en su esencia. Por eso, la definición más aceptada, apropiada y descriptiva a su actividad es diseño de comunicación visual. En el cual podemos sintetizar varios significados, donde se integran los tres elementos de la profesión:

- Un método: diseño
- Un objetivo: comunicación
- Un campo: lo visual

Para ello el diseñador y su producción crearán un perfil condicionado por la cosmovisión y características del lugar para la sociedad que demanda su producción a comunicar. Que transmiten un mensaje con carácter e identidad propia. Todo diseño, incluyendo a los más actuales o novedosos siempre conllevan modelos, códigos, formas y géneros ya existentes estos modelos constituyen toda la red de nuestro lenguaje visual, el cual está en continua evolución y expansión. Toda creación no debe ser solo estética si no también debe ser funcional mientras refleje el gusto de su época. (Wucius Wong, 2002)

El diseñador tiene la facultad de buscar el mejor camino para que el trabajo a realizar este provisto de toda la información necesaria para que el producto no sea superficial, sino que detrás de éste tenga una exhaustiva investigación realizada. El cual citando el proceso Bruce Archer que divide este en tres fases como lo demuestra en su libro “la práctica del Diseño Gráfico” (Salinas, Aguaded, Cabero, & Julio, 2004, pág. 2)

1.2.3 Diseño editorial

Según la revista de tendencias Yorokobu, de la Facultat de Belles Arts de Sant Carles Grado en Bellas Artes, 2014 – 2015, dice que el diseño editorial comprende una rama del diseño gráfico que se centra en la composición y maquetación de publicaciones de múltiples páginas como: revistas, libros, periódicos, catálogos y folletos. El diseño editorial tiene como objetivo el organizar la información de forma clara y estructurada, facilitando de este modo la comprensión del concepto a transmitir al lector, para ello, combina texto e imagen, buscando el equilibrio entre la estética y la funcionalidad.

Así también, otra definición se puede decir que es la rama del diseño que se dedica a la maquetación, edición y estructuración de publicaciones como libros, revistas, folletos, etc. El diseño editorial permite organizar contenidos armónicos al ordenar texto, imágenes, gráficos, sin olvidar la portada y contraportada de un diseño que son la parte principal que muestra la imagen de un libro, revista, etc. (Alba, 2016).

Las revistas, los periódicos y los libros son las estrellas del diseño editorial, sin embargo, existen otras publicaciones que también requieren de esta disciplina.

Los catálogos de productos y los informes anuales de las empresas también necesitan del diseño para llegar a su público objetivo. Cualquier publicación que pretenda comunicar una idea o contar una historia mediante la organización y presentación de palabras y elementos gráficos necesitará del diseño editorial.

Si el libro es una novela, el tratamiento del texto para ganar legibilidad será importante, a diferencia que si la publicación es una enciclopedia la imbricación entre textos y elementos gráficos será fundamental para una adecuada comprensión.

1.2.4 Diseño editorial en la elaboración del producto

El proceso para el diseño editorial pasa fundamentalmente por 4 etapas generales: creación, edición, producción y diseño. Visto desde el punto de un departamento o equipo de diseño gráfico,

la concepción del estilo de un medio impreso o virtual tiene como objetivo elaborar un proyecto de imagen y diseño de acuerdo a las características del medio. En la creación se evalúa antes de empezar todos los detalles, desde el tipo de producto que se va a publicar (periódico, folleto, revista, libro, catálogo, etc.) a los elementos que contendrá. Y de acuerdo a sus peculiaridades, se define el contenido y el tipo de lector al que se va a llegar. (Granizo, 2018)

Una vez definido el tipo de publicación, ya se puede pensar en el estilo. En él caben el pensamiento de todos los detalles gráficos, qué tipo de letra se usará, tipo de papel, el tamaño del medio, logotipo, nombre, organización del texto, número de titulares, entre otros aspectos. En este proceso de edición el margen de prueba y error son muy altos ya que usualmente, aunque se tenga la idea del producto lista, es probable que hasta encontrar el punto de acabado que se desea, todo pase por más de un experimento. Es la etapa más laboriosa del proceso y la más productiva en términos de creatividad. Si en la creación definíamos una idea, en la edición la puliremos y encontraremos su forma final.

Para la creación de un proyecto editorial generalmente el proceso pasa por 4 etapas:

- Creación de retículas y bases del catálogo digital.
- Edición de retículas y bases del catálogo digital.
- Producción de la elaboración del catálogo digital.
- Diseño de las portadas del catálogo digital.

El diseño editorial posee características y elementos únicos para un público determinado, como pueden ser el formato, la composición, el contenido de las páginas, el color, retículas entre otros, e incluso la jerarquía de los cuerpos de textos para tener una noción de cómo irán estructurados y distribuidos. Para que cualquiera de estos medios proyecte una sensación de unidad, debe seguir un patrón único. A partir de conceptos se crean estilos para diferenciar reproducciones unas de otras, esto es valioso para el diseñador porque cada publicación realizada tendrá un estilo único. De los cuales definiremos los más relevantes.

1.2.5 Catálogos

Según la Real Academia Española lo define así: relación ordenada en la que se incluyen o describen de forma individual libros, documentos, personas, objetos, etc., que están relacionados entre sí. Del vocablo griego katálogos, que se puede traducir como “lista”, llegó al latín como catalōgus. (Real Academia de la Historia, 2019)

Un catálogo empíricamente podemos reconocerlo como un muestrario de productos, servicios o también se lo conoce como manuales de identidad, dependiendo la funcionalidad que la entidad o persona le determine. En la actualidad forman parte fundamental de grupos de trabajo ya que son medios que se utilizan como guía para informar a los clientes o personas interesadas de los bienes o servicios que ofrece una institución, empresa o cualquier organización que desee hacerse conocer. (Alquibla, 2012)

Los catálogos han sido herramientas de gran utilidad en una variedad de aplicaciones, tanto para empresas grandes como micro empresas, también en las escuelas, colegios, universidades, negocios etc. se han vuelto indispensables en forma digital o impresa. (Alquibla, 2012)

Los catálogos se han ido adaptando a los avances tecnológicos como la multimedia que es la combinación de sonido, videos, textos con animaciones que captan la atención de quien lo ve. Dicho esto, los catálogos digitales han tenido gran éxito al momento de captar la atención por eso algunas empresas han apostado por el uso de este medio para llamar a futuros clientes. (Alquibla, 2012)

1.2.6 Formato final

El tamaño es el que regula un documento, y que se lo define según el grupo objetivo al que va a ser destinado, como la información que tiene, su presupuesto de impresión. No se puede dejar de tomar en cuenta la resolución de la imagen, cuanto mayor es la resolución mayor es la cantidad de pixeles por pulgada o puntos de pulgada. (Domestika, 2017)

Refiere a la manifestación física de la publicación, y hoy también a los distintos tipos de archivos digitales. (Domestika, 2017)

Si se trata de publicaciones impresas, se debe evaluar cuál es el formato más adecuado para una revista o para un libro. Por ejemplo, raramente encontraremos una novela impresa apaisada y en tamaño A4; tampoco un informe de empresa en tamaño bolsillo. (Domestika, 2017)

Si se habla de formatos digitales habrá que evaluar si un PDF es más accesible para un determinado público que una publicación hecha como apps o en HTML. (Domestika, 2017)

1.2.7 Maquetación gráfica digital

Es la acción de dar formato a un texto y organizar un contenido de manera coherente (Portillo & Velís, 2011). La maquetación sirve para la disposición de los elementos de diseño en relación con el espacio del que dispone, siguiendo un esquema de diseño general, de un modo que el lector pueda recibirlos con un mínimo de esfuerzo.

1.2.8 Elementos gráficos y estructura

Los diseñadores utilizan varios elementos para trabajar los catálogos digitales entre los cuales podemos mencionar, tablas, ilustraciones, iconos, mapas, tipografías, etc. Que dan al trabajo de diseño editorial un realce y profesionalismo además cuenta con su respectiva bibliografía que sustenta el trabajo

Uno de los elementos más utilizados son las infografías que permiten mostrar al lector procesos de forma sencilla. Además, ayuda a simplificar una biografía o para utilizar espacios reducidos de cualquier personaje.

- **Programas para diseño editorial**

Para trabajar cualquier diseño editorial es necesario utilizar software profesional siendo el más conocido Adobe Indesign el mismo que permite trabajar diagramaciones de revistas, catálogos, etc. Utilizando herramientas que permiten trabajar con retículas,

márgenes organizando los textos y espacios de forma eficiente. Adicional se utiliza Adobe Photoshop el mismo que permite trabajar con fotografías de forma profesional.

- **Retículas**

Es un elemento básico y primordial en la composición, está representada como una plantilla que permite la ubicación de cada elemento. Está conformada por líneas verticales y horizontales que le dan orden y equilibrio a la composición de la página y que son la base para la diagramación. Además, la retícula es usada en todo tipo del diseño gráfico. Todas las publicaciones deben tener una organización interna que les dé coherencia. Aunque imperceptible y casi invisible, la retícula subyace estructurando el contenido y conformando la caja tipográfica del libro. (Muller, 2012)

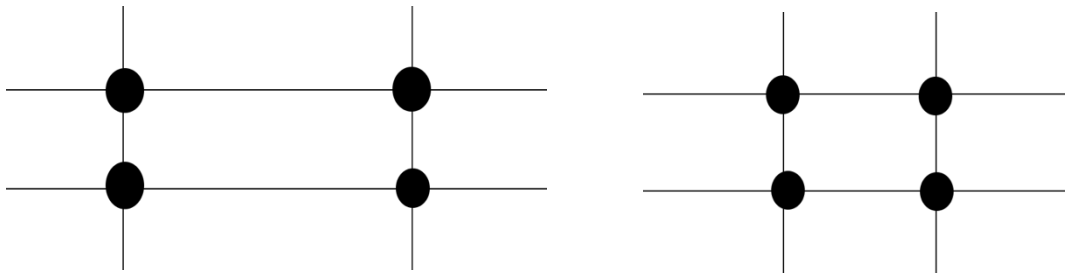


Figura 1: Retículas
Elaborado por: Duque Joshua

Las retículas que predominaran en este catálogo digital son:

Retícula modular: Es la más completa por su división de columnas. Además, posee líneas tanto horizontales como verticales que permiten dividir la página formando pequeños módulos, para un diseño más elaborado como los de las revistas. (Martín, 2016)

Retícula jerárquica: Se adapta en función de las necesidades que pueden presentar los elementos en la diagramación. Sean estos por su proporción, forma e irregularidades que pueden presentarse en el diseño. (Martín, 2016)

- **Infografía**

Es el conjunto de gráficos, símbolos o signos que representan un tema o quieren dar a conocer un concepto de manera dinámica (Portillo & Velís, 2011)

- **Tipografías**

Se puede ver como el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión. El tipógrafo Stanley Morrison (2009) lo definió como: “Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente.” (p.20) Gracias a ella las ideas reciben una forma visual mediante las fuentes o fuentes tipográficas.

El uso de tipografías o composiciones artísticas dependen del público al que se quiere llegar debe ser clara, sencilla y entendible. Se debe elegir una fuente que exprese el formato del catálogo digital y que den la máxima expresión la portada y contraportada.

- **El Color RGB - CMYK**

Los colores RGB: en los colores rojo, verde y azul cuanto más luz utilicemos mayor brillante será, utilizado en medios digitales. Los colores CMYK: se trabaja en pigmentos, es decir con tinta; sirve para impresos está compuesto por los colores cian, magenta, amarillo y negro.

El color “aporta variedad, provoca sensaciones y añade dimensión espacial”, dice David Dabner en Diseño, maquetación y composición (Blume, 2008).

Los colores determinan en gran parte cómo percibimos una publicación y su mensaje. Hay colores que se perciben como fríos y otros como calientes; también algunos parecen alejarse y otros acercarse.

El color es un factor clave en el diseño de revistas, periódicos, catálogos, piezas digitales y libros complejos. Adquiere gran relevancia en libros prácticos, de referencia, enciclopedias, catálogos, etc.

- **Tintas para impresión**

Adicional al diseño se utilizan tintas especiales, tratadas químicamente para que se reproduzcan ópticamente según el tipo.

Según el estudio realizado por Banda (2015) afirma que: el proceso de las tintas tratadas químicamente refleja varias ópticas y deben tener resistencia al agua, al secado, al frotado, al rayado y raspado, debe tener solidez o resistencia a la luz y no solo eso, debe ser resistente a solventes y a los alcalinos. Estas tintas son versátiles ya que su aplicación se la puede hacer sobre una gama amplia de sustratos y superficies. Las tintas de impresión transparentes estas permiten pasar los rayos de sus propios colores, estos penetran la capa de tinta y son reflejados hacia arriba.

Las tintas opacas cubren totalmente el fondo, estas reflejan la luz correspondiente hacia la superficie, la luz no penetra hacia el papel. Estas tintas deben tener una viscosidad adecuada, rigidez, tiro, para que se puedan adherir a cualquier superficie. Las tintas se pueden clasificar en tintas grasas, tintas líquidas, y se pueden aplicar en cualquier técnica de impresión, offset, flebograpía, etc.

- **Círculo**



Cromático

Figura 2: Círculo Cromático

Fuente: <http://www.a2sistemas.com/blog/2009/11/16/teoria-del-color-conceptos-basicos/>

Elaborado por: Eduardo Gabriel

- **Valor o luminosidad**

Se refiere a las luminancias de un color, esto quiere decir, el grado de claridad u oscuridad que posee como cualidad un color dentro del círculo cromático, el amarillo es el color de mayor luminosidad y el violeta el de menor. (Swann, 1993)

- **Vector**

Es el conjunto de objetos geométricos independientes que al unirse crean una composición o un concepto. (Alba, 2016)

- **Diseño Minimalista**

Diseño que parte desde la forma más simple, basándose en la eliminación de elementos pesados para la vista y su propósito es hacer que sobresalga el contenido. Este estilo de diseño evoca la calma y lleva a la mente del observador a mirar lo básico de la pieza concentrándose en el contenido o el punto más importante. (Alba, 2016)

- **Medios digitales**

Es el término que se refiere a los medios que difunde material de forma, existen diferentes tipos de medios digitales, como son: *tablets, iPad, celulares, Kindle*. (Kidwai, 2015)

- **Papel couche mate**

A este tipo de papel también se le conoce como papel satinado o estucado. Está compuesto de una base de papel offset cubierto por una capa de carbonato de calcio, caolín, látex y otros aditivos. Los materiales utilizados en la composición del papel couche le dan un acabado blanco, liso y uniforme al papel, por lo que no es adecuado para la inyección de tinta. El tipo de papel couche que se use es decir el gramaje de uso va a depender del arte final o para que va a ser usado. (Tuning Marketing, 2019)

La duración del papel es proporcional al gramaje. Esto quiere decir que un poster, folletos o trípticos requerirán un papel de 150 g. (Tuning Marketing, 2019)

- Papel tipo couche (300 g): Tarjetas de presentación, carpetas, revista.
- Papel tipo couche (250 g): Posters y portadas de brochure.
- Papel tipo couche (150 g): Volantes, folletos, hojas interiores de brochure y posters. (Tuning Marketing, 2019)

En concreto, el papel puede ser brillante (refleja la luz) o mate (la absorbe) y eso se combina con un gramaje determinado (150, 200, 250, 300 gramos por metro cuadrado). La diferencia en la primera calidad es evidente; pero es importante señalar que el gramaje no se refiere necesariamente al peso o grosor del papel, sino a su consistencia. (Natura Print, 2018)

Cada gramaje determinará una resistencia, durabilidad y sensación al tacto específicas: cuanto menor sea, más maleable resulta, y, cuanto mayor, más firme. (Natura Print, 2018)

Pero, además, la densidad ideal para un producto varía si se utiliza una variante de couché mate o couché brillo. (Natura Print, 2018)

La diferencia es apenas apreciable, y más si imprimimos en digital ya que la tinta es la que aporta el brillo al impreso, hay mayores diferencias en la impresión offset y depende del diseño y del acabado la elección del papel. Este papel puede usarse en publicidad exterior, revistas, folletos, tarjetas de presentación y etiquetas, entre otras muchas opciones. (Natura Print, 2018)

En la práctica que se ha realizado en la universidad se recomienda para impresión de tarjetas de visitas, folletos, material informativo ya que al ser un papel que absorbe más luz permite obtener un resultado con colores puros en la impresión y con elevado contraste, siendo ideal para realizar impresiones de productos refinados donde lo que se rescata son los contenidos. (Natura Print, 2018)

Se concluye que los bocetos se elaboraron con la utilización de varios elementos que se mezclan con la composición y los colores, manteniendo un diseño armónico entre los elementos y juegan con formas para crear dinamismo en la construcción de la guía. Toda la diagramación se basará en la ley de los tercios que no es otra cosa que un trazo de líneas horizontales y verticales creando una retícula en donde se dispondrán los elementos de manera armónica, generando que estos elementos sean los que tienen mayor atención. (Michail, 2017)

Todos estos elementos deben conjugarse en orden y armonía entre ellos mismos y con el contenido, dando como resultado una publicación única y con personalidad propia dentro de su género y del mercado. Si conseguimos la combinación perfecta entre forma y contenido, más fácil será conseguir una fiel comunidad de lectores y asegurar de este modo a la publicación una larga vida dentro del mundo editorial. (Michail, 2017)

Como se expuso en una publicación editorial todo importa: desde la portada, hasta la tipografía, los márgenes, los colores, la disposición de las imágenes y el texto. Todos estos aspectos se definen en función de la personalidad de la misma, del público al que va dirigido, y del contenido que en ella se refleja. No se debe utilizar el mismo diseño para una revista de prensa que para un libro académico sobre medicina. Es labor del diseñador saber captar la esencia de cada publicación y saber transmitir su esencia a través de su diseño. (Michail, 2017)

El éxito de una publicación reside, pues, no sólo en la calidad y cantidad de su contenido, sino en su relación con su forma y diseño, en conclusión, en la forma que es presentado. (Michail, 2017)

1.3 Investigaciones Previas

Según Aucapiña (2016) en su proyecto de titulación denominado “Desarrollo de un catálogo digital multimedia para la venta de productos a través de dispositivos móviles”. Menciona que diseñar un catálogo digital de productos a través del uso de herramientas viables que permitan fomentar el desarrollo de publicaciones digitales y desarrollo tecnológico del diseño multimedia en dispositivos móviles. A medida que la tecnología avanza, se van creando nuevas oportunidades de intervención en las cuales el diseñador debe estar en constante actualización de búsqueda de métodos y herramientas que, a más de facilitar las cosas, puedan agilizar los procesos de diseño.

Cajamarca (2011), en su proyecto de titulación titulado “El diseño de un catálogo con ilustraciones digitales para el mejoramiento del diseño artesanal en el área de la cerámica, vidriería y marmolería en la provincia de Cotopaxi”, propone mejorar el diseño artesanal en el área de la cerámica, vidriería y marmolería apoyado del arte, cultura, tradición y arquitectura de la Provincia de Cotopaxi.

Capítulo II

Marco Metodológico

2.1 Enfoque metodológico de la investigación

El presente proyecto de titulación se sustenta en la investigación científica, la misma que se conforma por un conjunto de procedimientos y técnicas consideradas como adecuadas para la recolección, análisis y conclusiones de la información con el único fin de obtener varios datos para poder aplicarlos y obtener los resultados deseados. (Ferrer, 2010)

Con la aplicación de la investigación científica se podrá gestar el presente proyecto ya que permitirá realizar la recolección de la información relevante sobre temas sobresalientes para el correcto planteamiento y análisis del presente proyecto, el mismo que se apoyará en los siguientes métodos:

El método cualitativo: consiste en la descomposición de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Al hablar de análisis se trata de la observación y examen de un objeto en particular, para el cual, es necesario conocer la naturaleza del mismo.

Este método permite conocer en mayor profundidad sobre el objeto de estudio y así, permite explicar, hacer analogías y comprender un comportamiento. (Ferrer, 2010)

Con el apoyo del método cualitativo se podrá recolectar toda la información necesaria partiendo de un tema general hasta llegar a la desmembración del mismo en forma ordenada, es decir, se recolectará datos de fuentes primarias, rescatando los temas principales como es el diseño editorial, mismos que serán de ayuda para la ratificación del marco teórico y del proyecto en general, adicionalmente servirán para realizar un análisis entre ellos y así poder cumplir con el objetivo del proyecto de manera eficaz, obteniendo una propuesta gráfica adecuada.

Valles (2007) en su cuaderno metodológico afirma que:

Este método es la clave para obtener información en nuestra sociedad y cultura ya que no es solo una técnica, es un método de adquisición de información para un estudio determinado que nos permite desarrollar y procesar de manera correcta, al formular un guion adecuado que tenga preguntas específicas y aborde un tema puntual, esto se transforma en material de trabajo con un método de guion abierto (p.12).

2.2 Población, unidades de estudio y muestra

2.2.1 Muestra

La investigación de campo servirá en el proyecto para estar en contacto directo con las personas que trabajan en el medio como diseñadores, editores que han destacado en el tema y conozcan a fondo de diseño editorial y sus distintas tendencias, siendo de ayuda para para la correcta elaboración del catálogo digital.

2.3 Indicadores o categorías a medir

Se realizó un guion con 10 preguntas de interés de acuerdo a la necesidad del estudio de este proyecto, en la que se incluyeron preguntas específicas con respuestas abiertas acerca del diseño editorial y su auge. Se entrevistó a expertos de los cuales se extrajo información contundente para el desarrollo de este proyecto.

El contexto del guion fue basado en investigar el desarrollo de las técnicas de diseño editorial, se abordó el sitio en donde ellos obtuvieron estos conocimientos, en el desarrollo de sistemas y software de editorial y cuáles son los más utilizados, cuáles son los métodos alternativos, los softwares de diseño editorial más comunes y que son accesibles, por que nace la necesidad de crear y manejar estándares de editorial. Adicionalmente, indicadores específicos tomados en cuenta fueron:

- Alcance.
- Reconocimiento social en diseño gráfico.
- Fuentes de referencia.
- Nivel académico y práctico entorno al Diseño Gráfico.
- Diseñador Editorial.
- Tendencias de Diseño Editorial.

2.4 Métodos empíricos y técnicas de investigación empleadas

La entrevista es una técnica para obtener datos por medio de un diálogo entre dos personas: el investigador y el entrevistado, por lo general es una persona entendida en la materia de la investigación técnica que nos permite obtener datos reales de fuentes directas. El empleo de la entrevista se da cuando se considera necesario que exista interacción y diálogo entre el investigador y la persona o cuando la población o universo es pequeño y manejable. (Puente, 2014)

De acuerdo al enfoque cualitativo, se diseñó un guion con preguntas abiertas adecuadas para obtener un material sustentable para el correcto desarrollo y la viabilidad de la investigación. La recopilación de información obtenida a través de las entrevistas es importante ya que, al no existir bibliografía adecuada para el estudio, se torna indispensable obtener información objetiva, sustentable, adecuada y precisa de los entrevistados.

2.5 Formas de procesamiento de la información obtenida de la aplicación de los métodos y técnicas

La entrevista se realizó en el mes de enero del 2019 a un director de revista y a un profesional director de la página web de BEHANCE para Ecuador. Una vez obtenida la información fue ingresada mediante dispositivo web para luego ser procesada y resumida en este proyecto de titulación.

Una vez realizadas las entrevistas se procesa la información obtenida y el resultado generado es el conocimiento de estos expertos en diseño editorial y producción de catálogos, estos aportan de manera contundente al desarrollo de esta investigación. Gracias a estas entrevistas se pudieron hacer mejoras y tener una mayor retrospectiva para la creación del catálogo digital.

Para procesar la información se realizó dos entrevistas a diferentes empresarios, las entrevistas fueron realizadas a entes profesionales de las empresas Ziette Diseño y DCC ECUADOR - BEHANCE ECUADOR - INDIGO480 relacionadas al diseño gráfico, de estas entrevistas se obtuvieron sus comentarios sobre las preguntas para conocer sus puntos de vista.

Entrevista 1

De acuerdo a la entrevista mantenida con un profesional de Diseño Gráfico, Susana Oviedo, quien es propietaria de una mediana empresa editorial “Ziette Diseño” la misma que está dedicada al diseño integral especialmente en el área de diseño gráfico, industrial y de productos publicitarios, en su criterio acerca de en qué momento decidió trabajar en referencia al diseño gráfico nos indica que, *“empecé a trabajar en esta hermosa profesión desde que me gradué en el año 2000.*

Con respecto a la formación académica y diseño editorial indica que ha realizado *“pasantías universitarias y editorial de libros infantiles, posteriormente el diseño de revistas”* como es de conocimiento público la mayoría de profesionales antes de egresar realizan sus pasantías que les permite ir adquiriendo experiencia y aportando con los conocimientos adquiridos en las distintas empresas.

Todo profesional debe tener referentes de diseño editorial y menciona que *“es necesario ver las tendencias a nivel de diseño y a nivel mundial, por lo tanto, sí se debe seguir un mentor o referente”*. En relación a consejos o tendencias que existe en el diseño editorial para las nuevas generaciones menciona que: *“no existen tendencias que solo la creatividad e imaginación permiten crear nuevos contenidos ante la decisión del diseño que la tiene el cliente final”*.

Con respecto a la estructura de un catálogo digital que utiliza la empresa indica que *“es dinámico, nada encasillado en cuadros”*, es importante que los catálogos sean dinámicos porque se adaptan a las necesidades de los clientes; en relación a las mejores experiencias indica que *“su mayor experiencia es el diseño de catálogos en el cual se aplica todos los conocimientos adquiridos durante la educación universitaria y que eso se transforma en la vida profesional”*.

Sin embargo, dice que uno de los mejores trabajos de diseño editorial es la *“Revista Noé”* porque *“involucra distintas ramas como editores, fotógrafos, imprenta, ilustración, diagramación, ventas, producción de imágenes entre otros.”*. Mientras tanto en su carrera profesional menciona que *“esta empresa se convierta en un parámetro de diseño para otras personas”*, es decir que ellos sean un ejemplo a seguir como empresa.

Cuenta que existen un sinnúmero de tipografías con las cuales se pueden trabajar el diseño editorial, pero indica que *“la tipografía depende de la necesidad y del concepto que se quiera proyectar al público, aunque también se debería usar fuentes dependiendo del tipo de catálogo a realizar ya que no es lo mismo un catálogo para una agencia de viajes que un catálogo de venta de productos”*

También menciona que *“llevo laborando en el diseño editorial desde el año 2000 hasta la actualidad porque es algo que me apasiona y me gusta”*.

Cuenta que *“existen muchas diferencias entre revistas y catálogos especialmente en el diseño porque cada una tiene tendencias diferentes hacia el público.”* Con respecto a las tendencias de personas o editoriales en el Ecuador que sirvan de línea referencial menciona *“no es necesario seguir una línea de referencia, más bien se debe crear una propia para que otros puedan aplicarlas en el campo profesional.”*

Con respecto al aporte de un catálogo digital de proyectos de titulación para su empresa indica que *“es una propuesta interesante porque permite tener un referente de cada profesional con información detallada e incluso las empresas o editoriales tomarían en cuenta al profesional para que puedan formar parte de su empresa y porque no laborar con ellos definitivamente, también creo que es una forma de promocionar y vender lo que han aprendido, es decir una carta de presentación”*

Entrevista 2

En la entrevista con el Director Creativo de la empresa DCC Ecuador – Behance Ecuador – Indigo480, Christian Lasso, comenta que

“INDIGO480, es una pequeña empresa conformada por un equipo de profesionales con amplia experiencia en el posicionamiento estratégico de marcas, desarrollo de sistemas gráficos de identidad y generación de comunicación visual, asesoría empresarial y transferencia del conocimiento. (...) En sus inicios, INDIGO480 ofrecía soluciones de comunicación integrales con un claro enfoque de branding para dar soporte e inspiración a personas con ideas que querían dar vida a su marca. Sin embargo, con el transcurso de los años hemos direccionado el enfoque a aquello que indudablemente más valoran los clientes de INDIGO480: el diseño gráfico basado en el branding, dicho de otra manera generamos visión estratégica de marca. Es por eso que nuestro mayor compromiso es resolver problemas de negocio y ayudamos a las instituciones, organizaciones y productos a crecer, identificando oportunidades para aumentar el valor intangible de su imagen e identidad creando vínculos emocionales entre su empresa, su marca y sus consumidores. Estamos comprometidos con el éxito de los proyectos y el desarrollo empresarial y brindamos asesoría de marca, coaching personal, coaching empresarial, conferencias y talleres sobre temas relacionados al emprendimiento, identidad corporativa, desarrollo de marca, crecimiento y gestión empresarial y análisis de mercado generando un portafolio de servicios a su disposición: Consultoría & asesoría. Colaboramos junto a nuestros clientes en la definición de sus estrategias de marca, acompañando el crecimiento y

buscando el mejor escenario para su posicionamiento, a fin de poder capitalizar el potencial intangible de su marca. Auditoría de identidad e imagen (propia y externa). Evaluación de manuales y aplicaciones existentes. Generación de diagnósticos. Elaboración de estrategia de marca. Gestión y manejo de marca. Idealización, confección y regeneración de contenidos. Brindamos soluciones específicas de diseño que responden a objetivos y necesidades de posicionamiento, identidad y comunicación de cada cliente. Nos alejamos de todo preconceito surgido de la moda, cada proyecto contiene unicidad y funcionalidad. Tampoco hacemos diseño “suelto”, si no que hacemos sistemas de manera integral y estratégica, alineando toda comunicación visual al perfil del cliente. Naming, denominadores & claims. Arquitectura de Marcas, submarcas y sistemas de implementación. Manuales de normalización de marca e identidad visual. Diseño editorial (ediciones publicitarias, comerciales e institucionales). Comunicación impresa y digital / desarrollo conceptual y funcional. Brandpackaging / diseño gráfico para envases & packaging. Wayfinding, arquigrafía, señalética y gráfica ambiental. Identificación y brandeo vehicular. Diseño gráfico para aplicaciones móviles y usabilidad.”

Sin embargo, sobre su trabajo en el diseño editorial dice *“mi primer proyecto fue la Fe de Erratas hace más de 16 años donde logramos el tercer lugar en la última bienal de diseño Ecuatoriana”*, sin lugar a dudas una gran experiencia para cualquier persona que se dedica al diseño gráfico editorial.

Comenta sobre su formación en el diseño editorial y menciona: *“me especialice en los estudios de Trama y Revista Vanguardia, tuve la oportunidad de ser Director de Arte de la Revista UIO, y mis estudios de diseño editorial los realice con Javier Alcaraz en las aulas de la Universidad Israel”*, he aquí un joven que continuo con su preparación profesional y son pocos los profesionales que se especializan en alguna rama específica y es un orgullo saber que estudió en la Universidad Israel porque como estudiantes nos motiva a seguir sus pasos para llegar lejos y tener éxito profesional.

Acerca de sus referentes menciona a “*Javier Alcaraz, Danilo Black y Rómulo Moya*”, personas que admira por su profesionalismo. Consultamos sobre las tendencias que cree que existe en el diseño editorial e indica que “*las tendencias son limitantes del diseñador, uno debe buscar su propio camino entendiendo la base conceptual del diseño tanto accidental como de nuestros ancestros*”, con relación a la estructura que utiliza su empresa para el diseño de catálogos indica que “*nosotros actualmente trabajamos un diseño cuadrado, con manual de estilo y desarrollo de retículas por medio de tipografías base según el tipo de proyecto y grupo objetivo*”.

Con respecto a sus experiencias en el diseño editorial dice “*mis mejores proyectos han sido Fe de Erratas, Revista Vanguardia, Revista UIO2, trama y DCC Ecuador*”, sin duda alguna la trayectoria de éste profesional que salió de la Universidad Israel es muy extensa y de ejemplo para muchos profesionales.

Cuando se abordó el tema sobre cual ha sido el trabajo que más le ha costado durante su paso por el diseño editorial menciona que “*DCC Ecuador ha sido uno de los proyectos editoriales que buscó generar un cambio en la percepción del diseño social y nos enfrentamos a todo y contra todos por ayudar y sacar este proyecto adelante.*”. Consultamos su opinión sobre el tipo de tipografía relevante en el diseño editorial, así como las fuentes utilizadas y que se podrían recomendar en el diseño editorial y nos dijo que “*la tipografía depende del tipo de proyecto y grupo objetivo, no existe un tema de preferencia más bien de funcionalidad*”.

El experto manifestó que “*llevo trabajando en el diseño editorial desde el año 2003 hasta la actualidad y he tenido experiencias inolvidables y únicas tanto en lo profesional y personal.*”. En cuanto a las diferencias entre revistas y catálogo menciona que “*la revista responde a un comité editorial y comercial, el catálogo tiene más el enfoque de proyecto institucional*”. Cuando se abordó el tema de si existen tendencias de personas o editoriales

como una línea de referencia indica que *“En Ecuador hay excelentes profesionales y cada uno marca su camino o tendencia en el campo profesional y laboral”*.

Para finalizar se le preguntó cómo aportaría el catálogo de proyectos de titulación para su empresa y el experto indica que *“Es una excelente idea porque así se podrá dar a conocer la calidad educativa que tiene la Universidad Israel formando profesionales altamente capacitados para trabajar en cualquier empresa relacionada al diseño gráfico y editorial”*

2.6 Regularidades del diagnóstico

En la entrevista realizada a los expertos en el diseño editorial Christian Lasso y Susana Oviedo, refleja una realidad de necesidad de preparación y actualización constante y sobre todo la pertinencia referente a la especialización en diseño editorial.

En una de las preguntas planteadas, los entrevistados coinciden que la tipografía utilizada depende del proyecto que se esté realizando y el público objetivo al que se quiere llegar, y también hay que destacar que cada uno trabaja de forma diferente y que no existe un estándar base para el diseño editorial.

Cuando se menciona desde que tiempo llevan trabajando en el diseño editorial dan a entender ambos entrevistados, la mayoría de estudiantes empiezan a aplicar los conocimientos adquiridos apenas egresan de la universidad. Aunque algunos tienen sus primeras experiencias en el campo profesional cuando realizan las pasantías en alguna empresa.

Con relación a la estructura de un catálogo digital se puede decir que se debe seguir un patrón cuadrado y que debe ser dinámico con tipografías y estilo de acuerdo a las necesidades y el público al cual va dirigido el catálogo digital o revista digital.

Por último, debemos considerar que el catálogo digital es un instrumento adecuado para promocionar los mejores proyectos de titulación de los estudiantes de la Universidad Israel porque refleja el potencial académico de la institución y el profesionalismo de sus egresados.

2.7 Formato de entrevista.

Se utilizará el modelo de entrevista estructurada por medio de preguntas abiertas como guía para concretar los resultados esperados, para lo cual se elabora el siguiente modelo Anexo N°1.

Capítulo III

Propuesta

3.1 Consideraciones y fundamentos previos

En base a las conclusiones obtenidas en el capítulo II, la propuesta gráfica para este proyecto se ha basado en la investigación de fuentes primarias y secundarias apoyándose en el método analítico e investigación de campo sobre el tema de diseño editorial así haciendo una praxis de lo aprendido en aula, aplicándolo en este catálogo digital con el fin de obtener un producto que posea características adecuadas para que el lector lo utilice.

Cabe rescatar que la información del catálogo digital se recopiló y se sintetizó luego de una previa investigación sobre los proyectos de titulación entregados y que no tienen ningún seguimiento o continuidad y se seleccionaron bajo datos sobresalientes de las entrevistas a profesionales especialistas en el tema.

Se ha considerado para este catálogo digital algunos indicadores como otros tipos de catálogos, tipos de presentaciones digitales o físicas, la creación de versiones previas y bocetaje, según parámetros de otros autores y técnicas actuales en auge.

La persona que haga uso del presente catálogo digital podrá instruirse visualmente y teóricamente acerca de proyectos de titulación que ofrecen los estudiantes de la carrera de diseño gráfico al culminar su carrera de tercer nivel usadas en el mercado en la actualidad, también se podrá observar cómo se crean los distintos productos que componen el diseño, partiendo desde un punto o una línea hasta convertirse en una figura compuesta, para esto es necesario exponer las herramientas que comprenden los distintos programas y software existentes.

3.1.1 Diseño de contenidos del desarrollo de la propuesta

El desarrollo de esta propuesta de catálogo digital se realizó bajo una estructura de cuatro fases donde se abordará la problemática y su posible solución:

Fase 1: Toma de contacto. - se reunió información y ejemplos de catálogos para reconocer su infraestructura, sus contenidos, y se estableció contacto con las personas que tienen reconocimiento en esta área como es el diseño editorial.

Fase 2: Recolección de información. – Se solicitó a la directora de carrera autorización para ingresar al repositorio físico y digital donde se encuentran todos los proyectos de titulación de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Israel, de las cuales bajo un registro de calificaciones y recomendaciones de tutores de la carrera se seleccionó los proyectos de titulación más destacados e influyentes de los periodos 2017 – 2018, se realizó un primer acercamiento del cual se logró los primeros archivos e información física y digital.

Fase 3: Clasificación de la información. - palabras clave, años, datos, equivalencia técnica y verificación de información.

Fase 4: Maquetación del catálogo digital. – Bajo una revisión y lectura de todas las tesis se abordará toda la información correspondiente a títulos de tesis, autor, fotografías y un concepto del producto que se realizó, adicionalmente de ubicación, materiales, dimensiones, colores y para finalizar con las formas de producción.

3.1.2 Procesos de realización

El catálogo digital que se propone conlleva un proceso de diseño editorial, con la construcción en forma armónica entre imágenes, texto y concepto, es así que, se logra un resultado gráfico y editorial de forma profesional y de excelente composición. Esta construcción gráfica utiliza recursos tecnológicos como: computador, cámara fotográfica y software de diseño gráfico, siendo estos:

Adobe Illustrator CC | Software que se utiliza para la construcción de gráficos vectoriales.

Se utilizó para estructurar la composición de formas y textos que componen los logotipos y figuras de la portada, contra portada y páginas internas, además fue de gran ayuda el programa para ilustrar las infografías de los distintos procesos.

Adobe Photoshop CC | Software que se utiliza para el tratamiento a imágenes

El programa fue utilizado para la edición y retoque de imágenes y fotografías además se empleó para crear mockup de la portada y páginas interiores de división de los capítulos.

Adobe InDesign CC | Software que se utiliza para la maquetación de libros, revistas, folletos, etc.

Con estas herramientas se realizó la maquetación y diagramación de la retícula, hojas maestras, hojas internas y toda la producción editorial del catálogo digital, con bases en estilos de párrafo, estilos de carácter, para dar una identidad al catálogo digital.

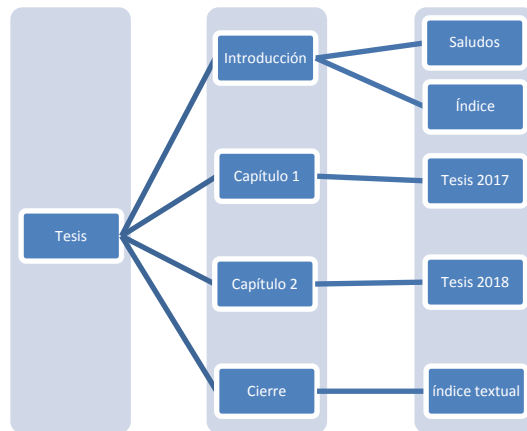
3.1.3 Diseño de contenidos

El contenido del catálogo digital se encuentra estructurado en tres capítulos generales basados en conceptos identificados en el capítulo dos y estándares que sobresalen en las investigaciones previas, el catálogo digital en un inicio incluye una breve referencia y saludo de la carrera de diseño gráfico, posteriormente:

En el capítulo 1 se mostró el índice de los proyectos de titulación que son expuestos en este catálogo digital, el mismo contiene los trabajos de titulación más importantes y que han sobresalido desde febrero del 2017 hasta agosto del 2018, los cuales reposan en la biblioteca de la universidad, permitiendo así dar a conocer lo más representativo y de calidad de profesionales que forma la institución.

En el capítulo 2 se mostró proyectos de titulación del año 2017, con un color y diseño que identifican su ubicación. Esto permite al lector diferenciarlos de forma rápida.

En el capítulo 3 se mostró proyectos de titulación del año 2018, con un color y diseño que identificará su ubicación. Estos proyectos serían los más actuales y deben ser bien seleccionados porque en cada periodo académico se debe destacar mejoras en los trabajos y que sean de gran relevancia.



3.1.4 Machote

El machote se le puede definir como una herramienta de pre-planificación de contenidos para el desarrollo del producto.

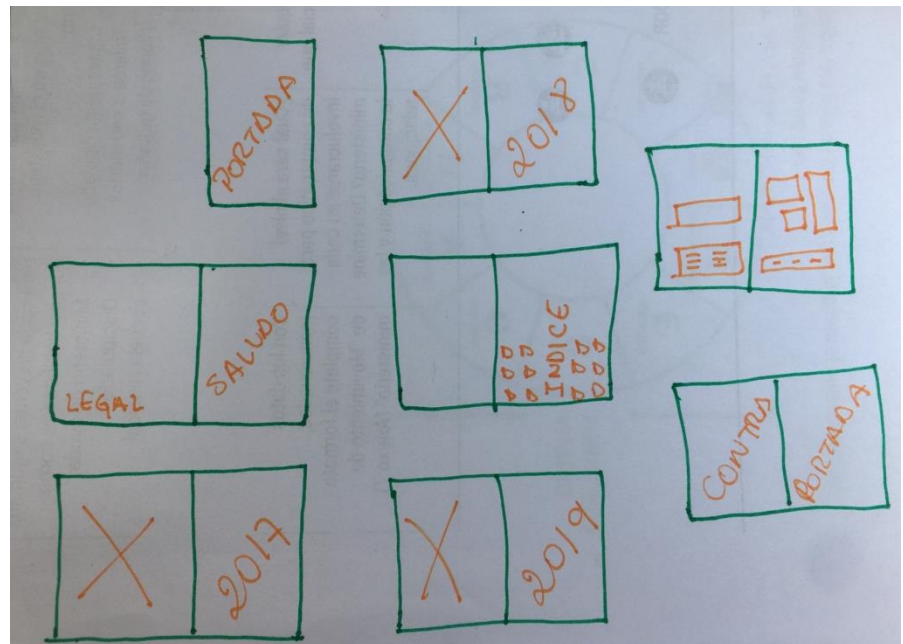


Figura 3: Machote
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

3.1.5 Diagramación:

El formato seleccionado es horizontal (21,59cm X 27,94cm), se ha escogido este tamaño en base a la información, imágenes y fotografías que van a ser parte del mismo, adicionalmente otra razón es que los monitores o pantallas de computador tienen en sus proporciones medidas de un rectángulo horizontal. También sirve para colocar textos de mediana o grande extensión así mismo las imágenes las podemos ubicar de forma vertical y horizontal en tamaños adaptables y razonables para una buena y armónica percepción visual, generando comodidad en los lectores y creatividad en su forma.

La diagramación ha sido desarrollada en el software adobe InDesign CC como páginas opuestas, la misma es simétrica y equilibrada ya que se pretende demostrar fortaleza en la composición.

Descripción de diagramación:

- Tamaño: 215,9 mm X 279,4 mm
- Sangrado superior: 5 mm
- Sangrado inferior: 5 mm
- Sangrado interior: 5 mm
- Sangrado exterior: 5 mm
- Márgenes superiores: 35 mm
- Márgenes inferiores: 35 mm
- Margen interior: 15 mm
- Margen exterior: 15 mm
- Columnas: 22,32 mm
- Mediana: 30 mm

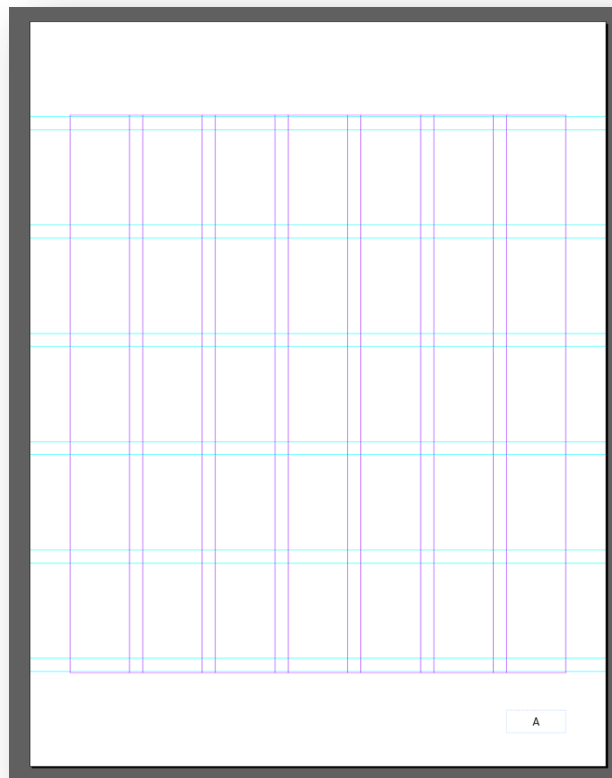


Figura 4: diagramación
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

3.1.6 Retícula

Para la diagramación del catálogo digital se creó una retícula compuesta de 14 columnas y 5 filas con medianil de 5mm formando módulos de diagramación que ayudan en la distribución de los distintos elementos sean textos, imágenes o fotografías, la retícula nos ayuda a dar un orden jerárquico en nuestra diagramación facilitando a la persona que utiliza el catálogo digital la distinción del tipo de información ordenadamente.

- Columnas 14
- Filas 5
- Medianil 5mm

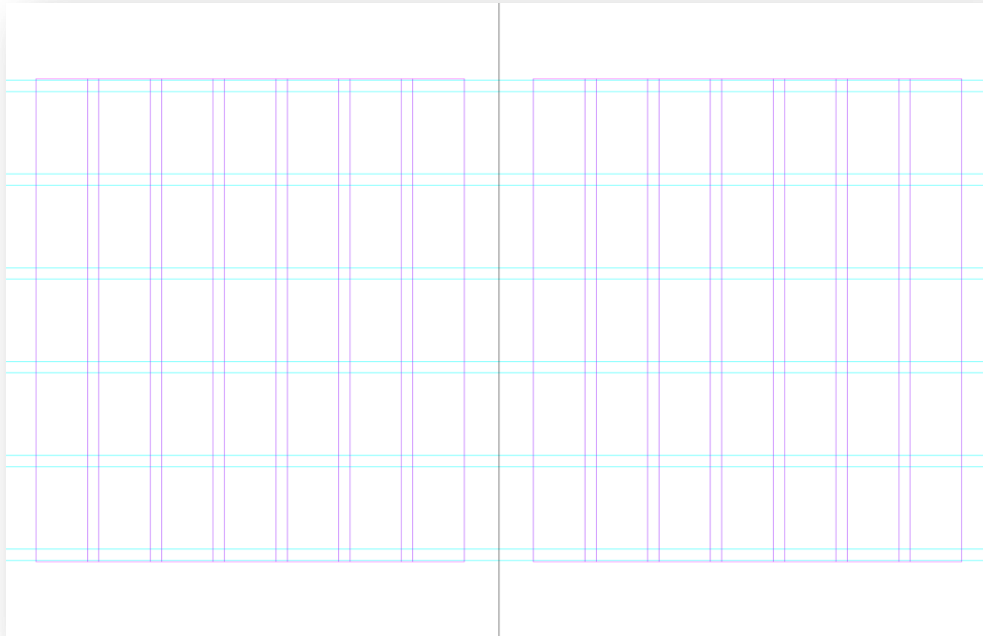


Figura 5: Retícula
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

3.1.7 Diseño de páginas maestras

Las páginas maestras se encuentran compuestas con los elementos de diseño que van a ser fijos en la diagramación, como son: pie de página, cuadro de numeración, cuadro de texto con nombre de la universidad, estos elementos se aplicaran en todas las páginas del catálogo digital de forma automática y con rapidez.

Descripción de la página maestra:

- Tamaño: 215,9 mm X 279,4 mm
- Sangrado superior: 5 mm
- Sangrado inferior: 5 mm
- Sangrado interior: 5 mm

- Sangrado exterior: 5 mm
- Márgenes superiores: 35 mm
- Márgenes inferiores: 35 mm
- Margen interior: 15 mm
- Margen exterior: 15 mm
- Columnas: 22,32 mm
- Medianil: 30 mm

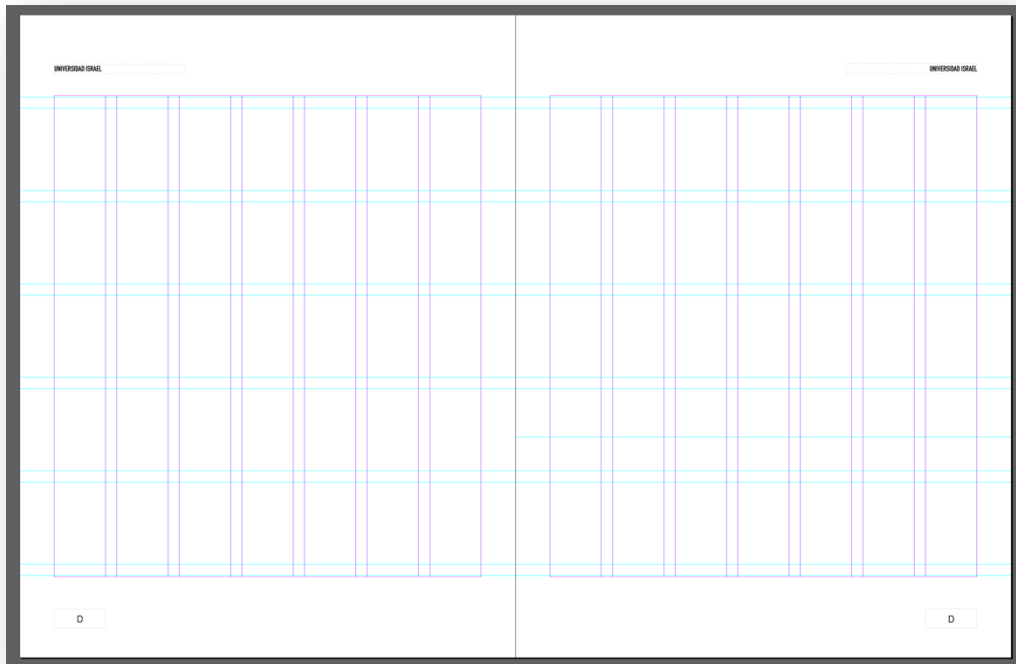


Figura 6: Diseño de páginas maestras
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

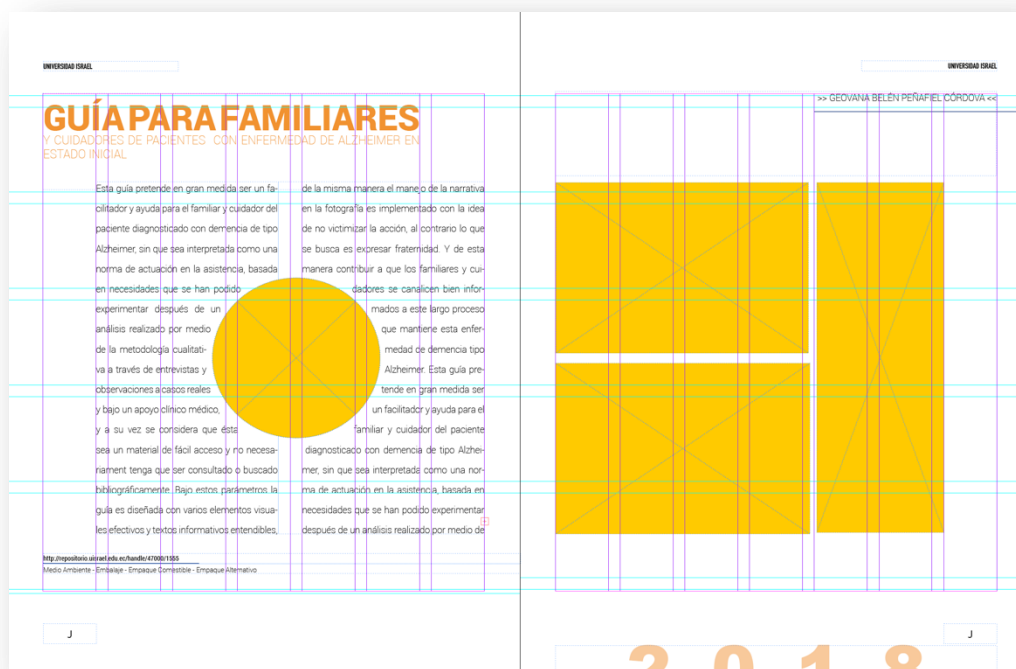
3.1.8 Jerarquía visual de contenidos

Para la diagramación del catálogo digital se ha considerado en cuenta reglas básicas para el manejo de Adobe Design InDesign CC como es el uso de estilos de carácter y estilos de párrafo acordes al concepto minimalista y respetos a los espacios en blanco, por tal razón se dio un orden jerárquico tomando en cuenta el tamaño, contraste, color y justificación de los títulos, subtítulos, cuerpos de texto, anotaciones relevantes y fotografías para crear con una jerarquía visual limpia.

Figura 7: Jerarquía visual de contenidos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Duque Joshua



3.1.9 Índice

Para la creación y estructuración del índice se tomó en cuenta las retículas ya establecidas y un estilo minimalista. Adicionalmente para el índice se utilizó dos cuadros en conjunto, uno para una mini – imagen del producto y abajo un cuadro con la página que contiene ese producto o proyecto de titulación, con el fin de resaltar las páginas relevantes.

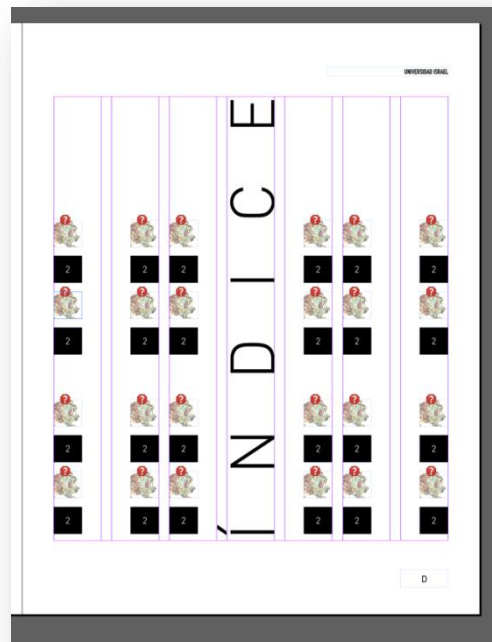


Figura 8: Índice
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

3.1.10 Encabezado

El encabezado consta de un micro texto en los extremos laterales, que contiene y hace referencia al nombre de la Universidad Israel, esto mantendrá al usuario informado con el contenido, adicionalmente le acompaña una línea con el autor de la tesis que se este presentado para información del lector. Con una mayor jerarquía visual en la parte izquierda estará el titulo con una

tipografía llamativa, el color de la tipografía del título es igual al color del inicio del capítulo haciendo referencia al año del cual se está tratando.

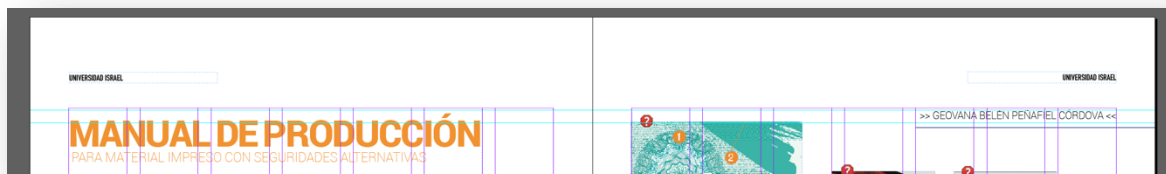


Figura 9: Encabezado
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

3.1.11 Pie de Página

Para el pie de página se utilizó una caja de texto de fondo transparente con letras negras que contiene las palabras claves que tiene la tesis, y fueron aprobadas para ubicarlas más fácil con referencia en las tesis, adicionalmente y separado por una línea en la que se aprovechó para insertar el link digital en la parte superior donde se puede obtener el trabajo o producto presentado, es decir el link de la bitácora de la cual se sacó la información en el desarrollo de este catálogo digital; se ha aprovechado cada espacio para que el usuario se vaya familiarizando con el desarrollo y el contenido.

Como parte de la construcción gráfica y para una mayor aclaratoria del lector, en la parte inferior derecha, se adicionó el año del cual se está tratando la tesis, en un concepto Gestalt para tener un peso gráfico teórico.

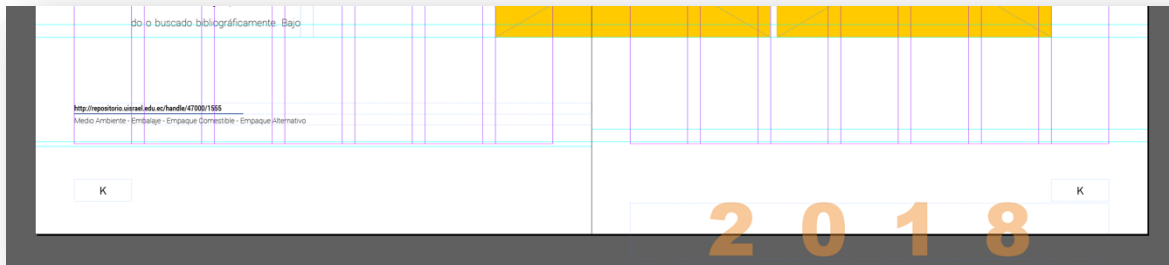


Figura 10: Jerarquía visual de contenidos
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Duque Joshua

3.1.12 Número de páginas

Los números de páginas se ubicaron en la parte inferior de cada hoja, en el espacio hacia el exterior cumpliendo las métricas de cada página, en fondo transparente con una letra de color negro con el fin de resaltar la numeración de cada página.

DINPRO, 12, Light

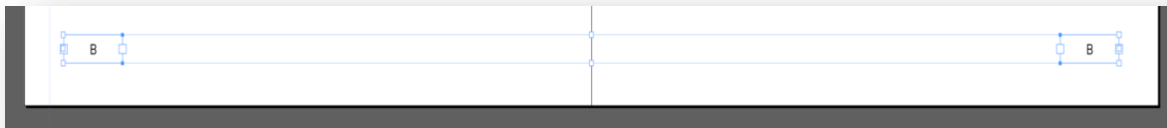


Figura 11: Número de páginas
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Duque Joshua

3.1.13 Diseño de cubiertas

Para la creación de la portada y contraportada del catálogo digital para la difusión de los proyectos de titulación más destacados de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Tecnológica Israel entre febrero de 2017 – agosto de 2018, se utilizó el programa de adobe Ilustrador para producir el juego y la composición gráfica del logotipo que es parte de la portada, y

en adobe Indesign poniéndola como arte final. La tipografía aplicada para conservar un diseño que sea minimalista fue la familia de Roboto condensed. Se incorpora parte del logotipo de la carrera de diseño “Artes y humanidades” para hacer un contraste único y que resalte la carrera, con colores que permiten crear una composición con equilibrio visual y contraste dentro de los estándares de retícula ya establecidos con el fin de lograr que sea llamativo e interesante a la vista de los usuarios. Adicionalmente en la parte inferior de la contraportada adicionamos información de redes sociales y página web como parte de la composición.

3.1.14 Portada

Luego de la elaboración de algunos bocetos que nos ayudaron a disgregar algunas opciones por ejemplo el incluir texturas que no es recomendable, el uso de muchos elementos genera contaminación visual y pierde el concepto principal que se quiere comunicar que en este caso se plantea que es un diseño minimalista, lo cual nos permitió llegar a una mejor construcción gráfica propuesta y que se decide concluir con la portada adelante a detallar.

La misma contiene una imagen de alta calidad para presentación digital y en el caso de necesitarlo impreso. Se trata de comunicar en la portada varias sensaciones como un plano en conjunto que denotan elegancia, creatividad, vanguardismo, dinamismo; Adicionalmente va acompañado del logotipo de la Universidad Israel y el logotipo de la carrera de artes que queremos que destaquen ya que es un producto de la misma.

Boceto primario portada



Figura 12: Portada
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

Arte Final portada



Figura 13: Portada final
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

3.1.15 Contra portada

Se colocó un color plano que va acompañado de parte del logotipo de la carrera de artes y humanidades para contrastar un primer plano, esto va ligado al concepto institucional que se propone, conjuntamente con la Universidad Israel.

Boceto primario contraportada



Figura 14: Contraportada
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

Arte Final contraportada

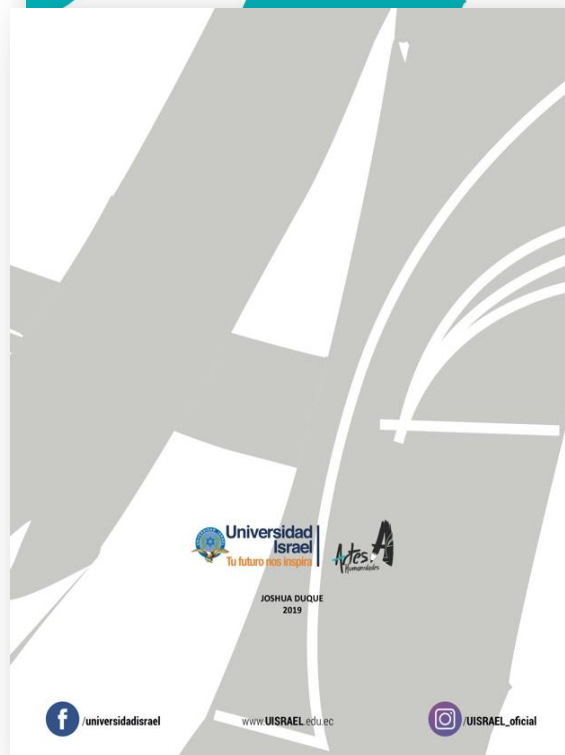


Figura 15: Contraportada final
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

3.1.16 Manejo tipográfico

La tipografía seleccionada es una san serif o sin serif ya que este tipo de letra ayuda para una mayor facilidad de lectura, de igual manera crea un concepto de relajación visualmente y complementa al diseño minimalista con un concepto visual limpio y de fácil lectura.

Las tipografías que serán parte de la guía son:

- Apertura de capítulo: La tipografía empleada tiene relación con el titular, permite destacar el inicio del capítulo por estar en mayúscula y a la vez transmite discreción por el color y la trama usada.

DINPro, 20, Black

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz

1234567890.\$%&/(?)

- Los Titulares: Dependiendo del capítulo puede cambiar el color. Se asignó esta tipografía para obtener un contraste entre los títulos y el cuerpo del texto, permitiendo llamar la atención del lector.

Roboto, 42pt, Black

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz

1234567890.\$%&/(?)

- Los subtulares: Mantiene relación con la tipografía usada en los titulares, con un tamaño mucho menor para que destaque lo necesario con el contenido general del cuerpo.

Roboto, 14pt, Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.\$%&/('"

- Cuerpo del texto: Permite ser entendible y su tamaño es visible, sin ser muy pequeña o demasiado grande.

DINPro, 20, Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.\$%&/('"

- Cita de textos: La tipografía es la misma usada en el contenido general, la intención es no variar de tipografía con el resto del contenido.

Myriad Pro, 10 pt, italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.\$%&/('"

- Comentarios adicionales - palabras clave: Da a conocer un tema que no incluye el contenido, palabras que hacen referencia al trabajo señalado además puede ir variando el color dependiendo del capítulo.

Roboto, 14pt, Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.\$%&/(?)

- Año de presentación de tesis: En las páginas que se emplean, su tamaño es discreto y está justificado al extremo izquierdo de la página y solo varía en 3 colores cuando difiere el año.

Arial Black, 80, Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.\$%&/(?)

- Numeración de página: Su tamaño es similar a las citas de textos, y está justificado por sus extremos de la página.

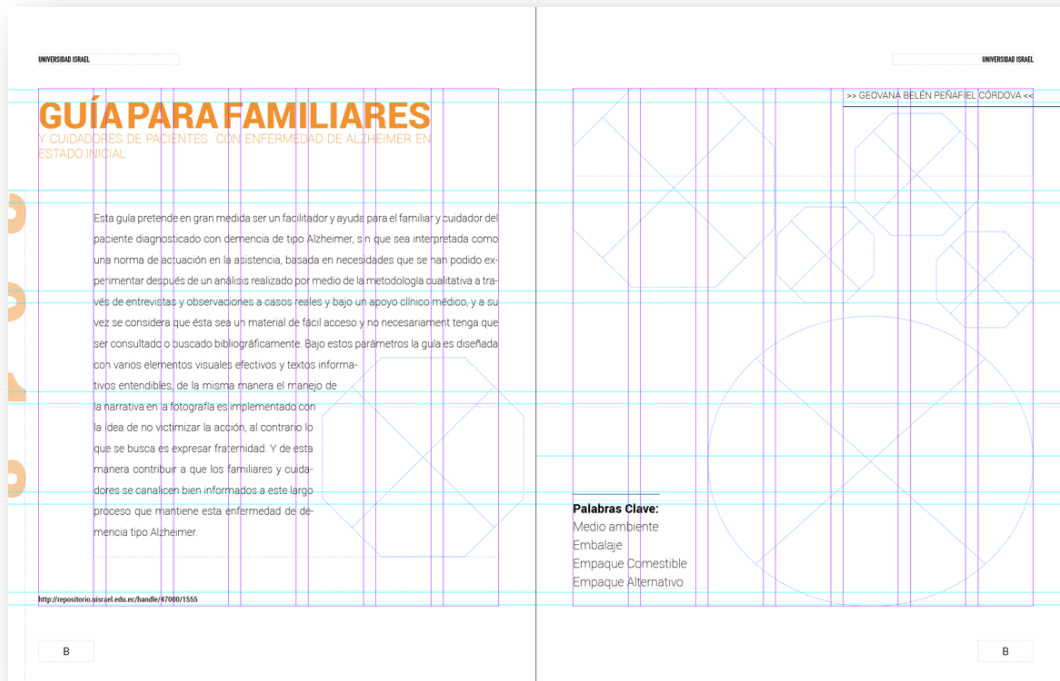
DINPro, 12, Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890.\$%&/(?)

Las imágenes van a ser horizontales, verticales y no tendrán ninguna restricción en nuestra



diagramación.

Figura 16: Manejo tipográfico

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Duque Joshua

3.1.17 Propuesta cromática

En el catálogo digital para la difusión de los proyectos de titulación más destacados de la carrera de diseño gráfico, se determinó utilizar tres colores principales, los mismos que forman parte y es de fácil correspondencia por sus colores ya empoderados con el logotipo de la Universidad Israel donde se determinó:

La información de los colores en el catálogo digital se maneja de la siguiente forma (RGB):

Color Turquesa

Este color se utilizó ya que es un color llamativo, que es un sedante de las emociones, posee la capacidad de serenar los más profundos sentimientos y pensamientos, esta relacionado con ecosistemas.

Fue utilizada para contenido tipográfico primario es decir de información del catálogo digital.

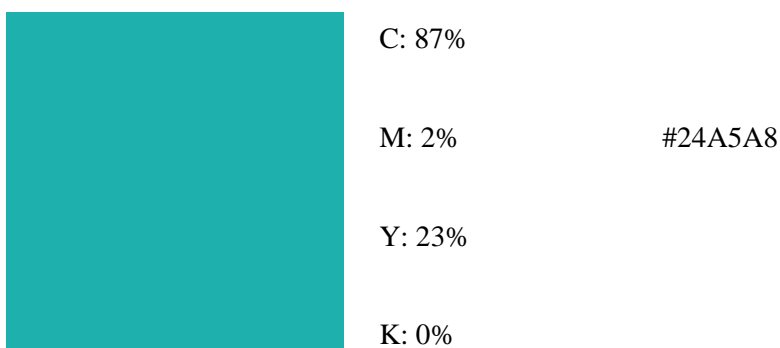


Figura 17: Color turquesa
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

Color Azul

Es un color frío y denota seriedad y elegancia. Para una complementación se buscó un color complementario como el naranja que se encuentra contrario al azul en la gama cromática.

Fue utilizada para contenido textual primario de títulos, en especial para el capítulo número dos, es decir tesis del 2017.



Figura 18: Color azul
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

Color Naranja

Este color se utilizó ya que es un color cálido y se forma de la combinación de la energía del rojo con la intensidad del amarillo equilibrando los extremos. Representa a la alegría, creatividad, éxito.

Fue utilizada para contenido textual primario de títulos, en especial para el capítulo número tres es decir, tesis del 2018.

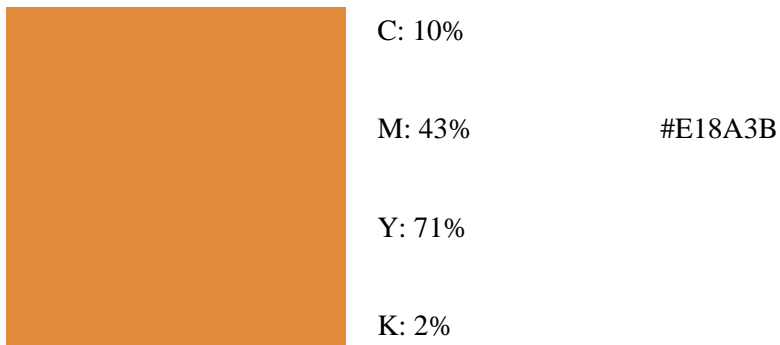


Figura 19: Color Naranja
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

Además de los tres colores principales turquesa, naranja y azul se utilizan otros colores complementarios no principales, que provocan impacto visual que llaman la atención del lector. Cabe mencionar que está implícito el color negro que estará presente en gráficos y texto.

3.1.18 Tratamientos de imágenes

Para cumplimiento de calidad del catálogo digital se utilizó varios tipos de fotografías, ilustraciones e imágenes. En especial las imágenes y fotografías que se usan en este catálogo digital son escogidas sigilosamente de cada proyecto de titulación, y serán retocadas cuidadosamente y deben tener una resolución adecuada, para ser trabajadas en Adobe Photoshop, para finalizar, son incrustadas en la diagramación del catálogo digital que se desarrolla en Adobe InDesign.

Para este proceso se probó varias opciones y acciones de Adobe Photoshop, así se realizaron algunos bocetos y diseños con el fin de obtener un producto acorde con el catálogo digital y sea útil el trabajo final para el grupo objetivo que fue creado.

3.1.19 Propuesta pre-eliminar

Como resultado del proceso de diseño y elaboración se propone un catálogo digital para la difusión de los proyectos de titulación más destacados de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Tecnológica Israel entre febrero de 2017 – agosto de 2018, que se trabajó de la siguiente manera:

En el diseño de cubiertas se manejó a base de varias técnicas y uso de cromática con el fin de realzar la propuesta de diseño y transmitir arte minimalista y limpio sin ruido visual desde la portada.

La diagramación interna desde la hoja de presentación hasta la hoja de salida está basada en la aplicación de sistemas, retículas y técnicas gráficas, con el fin de dar a conocer la propuesta limpia destacando el manejo del color o espacios en blanco.

Este es el resultado del proceso de varios diseños de portadas y de hojas internas, adicionalmente se trabaja en las imágenes internas de alta resolución y se escoge ilustraciones y fotografías representativas que vayan acorde al tema de titulación tratado.

Se elaboró el primer prototipo del catálogo digital para verificar que esté acorde al diseño, para esto se realizó varias pruebas en páginas web y aplicaciones digitales para libros digitales y e-books con el fin de obtener un trabajo profesional.

3.2 Tecnología y materiales

3.2.1 Tecnología

Para el desarrollo del manual se utilizaron los siguientes programas:

Adobe Illustrator CC | Software que se utiliza para la construcción de gráficos vectoriales.

Se utilizó para estructurar la composición de formas y textos que componen los logotipos y figuras de la portada, contraportada y paginas internas, además fue de gran ayuda el programa para ilustrar las infografías de los distintos procesos.

Adobe Photoshop CC | Software que se utiliza para el tratamiento a imágenes

El programa fue utilizado para la edición y retoque de imágenes, fotografías, además se empleó para crear collages de la portada y páginas interiores de división y capítulos.

Adobe InDesign CC | Software que se utiliza para la maquetación de libros, revistas, folletos, etc.

Con estas herramientas se realizó la maquetación y diagramación de la retícula, hojas maestras, hojas internas, y toda la producción editorial del catálogo digital, con bases en estilos de párrafo, estilos de carácter, para dar una identidad al catálogo digital.

3.2.2 Herramientas - flipsnack

- Flipsnack

Flipsnack es una herramienta muy útil para publicar documentos en PDF convirtiéndolos en un recurso en flash con aspecto de revista o libro digital. (Proyecto TSP, 2015)

Características

- Convertir trabajos de clase en libros o revistas digitales para una mejor visualización.
- Compartir trabajos, apuntes o revistas escolares entre el alumnado o los profesores a través de redes sociales o en presentaciones dentro del aula (Proyecto TSP, 2015)

Con la ayuda de esta herramienta que es un servidor FTP nos permitirá publicar el catálogo digital, el cual podrá ser visitado por los estudiantes, autoridades de la universidad, empresas o público general.

Para elaborar el material de forma física, la portada y contraportada se la realizará en papel couche brillante de 300gr a 350gr recomendado, el material usado en las páginas internas será impreso en couche mate, de 80gr a 90gr recomendado, en el tamaño del catálogo que dará un terminado de profesional.

3.2.3 Valoración del Producto

De acuerdo al criterio de expertos en diseño de catálogos digitales se establecieron los siguientes indicadores.

- Ser graduado de la especialidad.
- Tener al menos 3 años de experiencia en el ejercicio de la profesión.
- Haber realizado investigaciones relacionadas con diseño editorial.
- Tener al menos una publicación relacionada con diseño editorial.

La propuesta fue valorada por especialistas, a los cuales se les entregó la propuesta y una guía para su valoración. (Anexo No. 1).

Los factores que se evaluaron son pertinencia, factibilidad, novedad, calidad artística y creatividad, los cuales tendrán una valoración de excelente, bueno, muy bueno, regular y malo. Adicional a esto se deberá realizar observaciones a cada trabajo seleccionado o descartado para su publicación.

Además, se les pidió a los evaluadores que realicen recomendaciones para mejorar el catálogo digital con el objetivo de mantener un trabajo de calidad.

A medida que el catálogo digital adquiere posicionamiento y consolidación en línea y producción de trabajos de titulación constantes, van surgiendo propuestas de mejoramiento del mismo, por lo tanto es importante dar seguimiento y seleccionar los trabajos de titulación de acuerdo a estándares de calidad y conocimiento profesional en el diseño gráfico, de esta forma el esfuerzo de los estudiantes se verá reflejado en que sus trabajos servirán de ejemplo para que los próximos trabajos sean cada vez mejores e incluso se busca el mayor de los esfuerzos en los proyectos de titulación para que así sean tomados en cuenta en el catálogo digital.

3.3 Valoración por criterio de usuarios

Es importante la opinión de los usuarios quienes pudieron emitir sugerencias sobre el catálogo digital y de acuerdo a votación o valoración del usuario se puede mantener un proyecto de titulación caso contrario se le podría dar de baja.

La valoración de la propuesta de solución al problema científico se realizó mediante la valoración de usuarios. Para su realización se envió el material a 2 personas relacionadas con el diseño editorial y usuarios relacionados con proyectos de titulación.

El investigador presentó el tema y objetivo de la actividad, entregó una hoja con los indicadores a valorar y realizó una exposición de la propuesta en un tiempo aproximado de 30 minutos. Seguidamente se procedió a la valoración de la propuesta a partir de los indicadores propuestos:

- Pertinencia
- Factibilidad de aplicación
- Calidad
- Novedad
- Creatividad

Los resultados obtenidos por indicador fueron los siguientes:

Pertinencia: Se debe aprovechar la pertinencia de publicar un catálogo digital que permita dar a conocer el producto, incluso demostrar la calidad de profesionales que tiene la Universidad Israel.

Factibilidad: El catálogo digital tiene un alto grado de aceptación y en la actualidad existe la factibilidad de dar a conocer a las empresas a los futuros profesionales, también cuenta con todo el apoyo de las autoridades y empresas relacionadas al medio.

Calidad: El trabajo que se presenta en el catálogo digital es de alta calidad tanto en su estructura como en el diseño, utilización de fotografías profesionales y de buena resolución, tipografía clara y legible y colores que demuestran sencillez y calidad en el trabajo realizado.

Novedad: Es un producto novedoso porque no existen catálogos digitales que publiquen los proyectos de sus futuros egresados y el presente catálogo digital brinda credibilidad al empresario al momento de contratar personal idóneo para su empresa.

Otros: También se debe contar con otros factores como son el económico, y sobre todo mantener una continuidad con el catálogo digital.

Finalmente, se les pidió a los participantes que hicieran recomendaciones que ayudaran a perfeccionar la propuesta, las cuales son las siguientes: se debe solicitar la opinión de los profesionales de la institución porque ellos tienen la experiencia y criterio para definir si un proyecto merece estar en el catálogo digital y también mantener una relación profesional con los mismos

para que se mantenga en auge el presente catálogo digital porque demuestra los valores de la institución y la responsabilidad de dar a conocer trabajos de calidad profesional.

3.4 Propuesta final

La composición del catálogo digital mantiene una conceptualización en su mayoría minimalista es decir que no debe saturar los espacios y cuyo propósito principal es resaltar el contenido, dando valor y preponderando al color blanco como parte de la composición, construyendo elementos como: fotografías, tipografía, y color que al mezclarse dan como resultado un diseño estéticamente y profesionalmente adecuado y moderno, que mantiene espacios con claridad en sus hojas y en la construcción de los colores que denotan elegancia, creatividad y dinamismo en los colores.

Se usa el estilo minimalista, ya que se compone de un diseño limpio, sin acumulación de elementos. Por lo tanto, ofrece contenidos visuales concretos enfocados en no distraer al observador.

Basándose siempre en la creación de una composición jerárquica y armónica limpia de elementos como tipografía, color, fotografías, imágenes que mantengan un equilibrio, ritmo y generen a la vista una composición jerárquica y armónica, teniendo en cuenta la división de los tercios en cada página al construir con el fin de ubicar la información relevante en puntos claves.

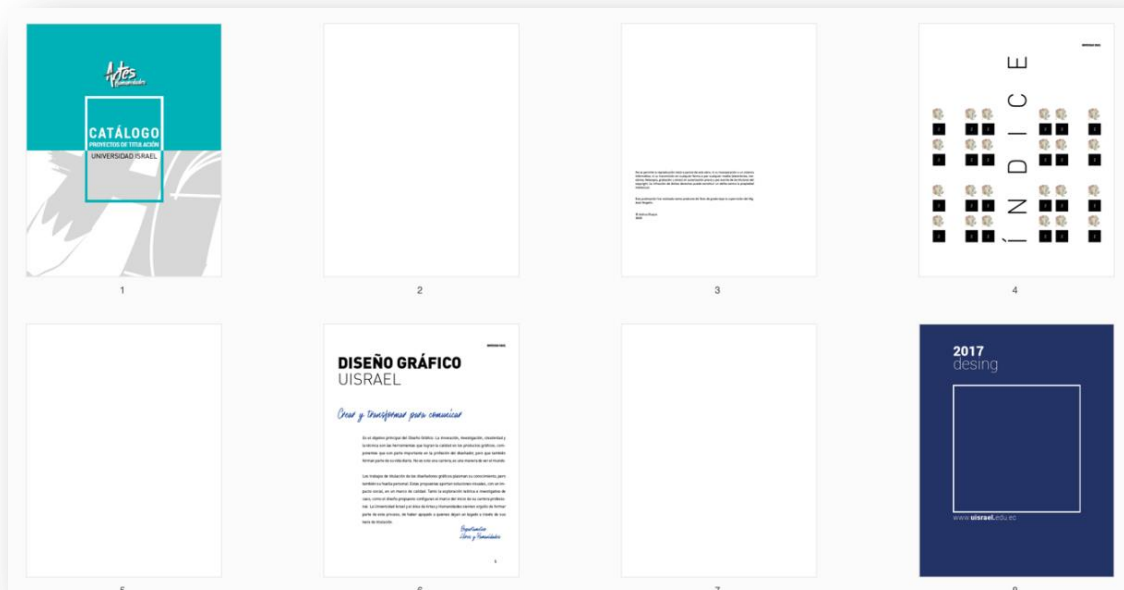


Figura 20: Catálogo digital imagen 1
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Duque Joshua

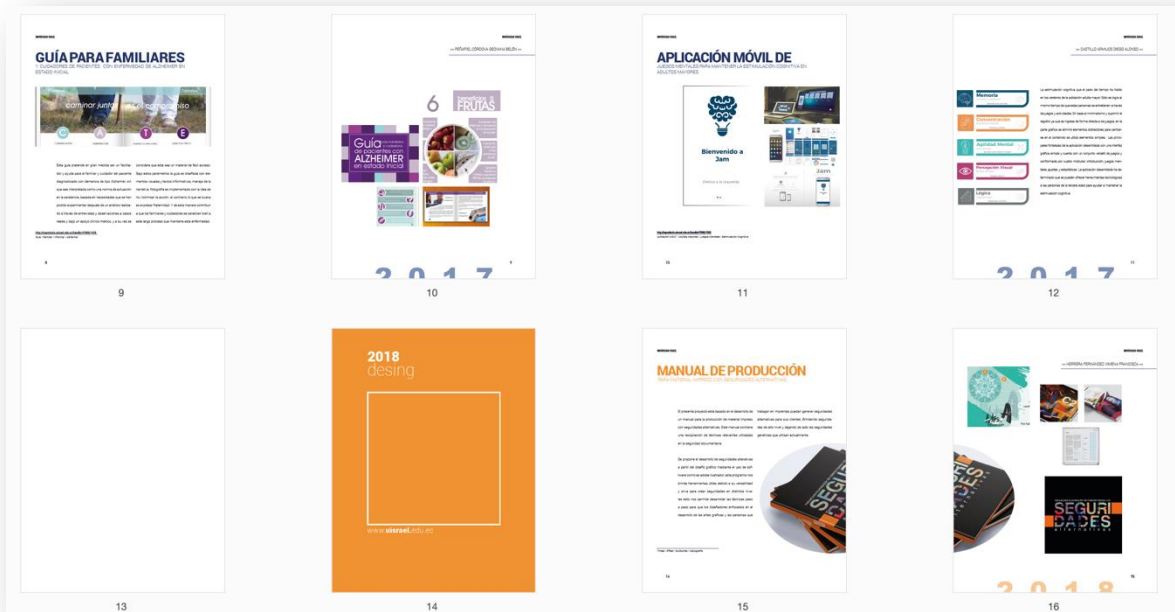
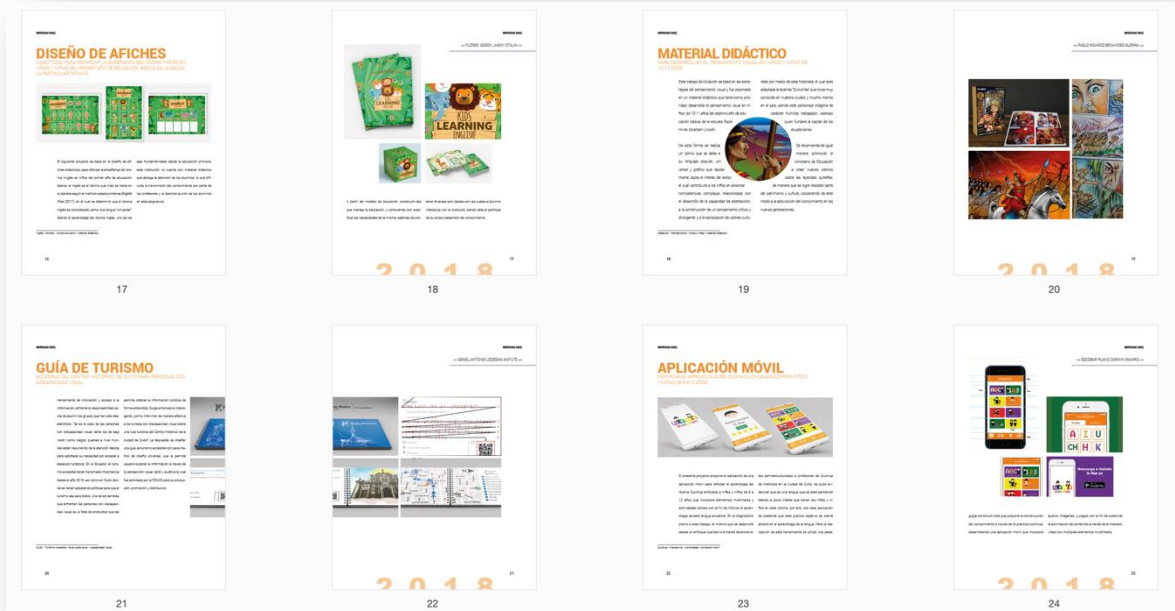


Figura 21: Catálogo digital imagen 2



Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Duque Joshua

Figura 22: Catálogo digital imagen 3
 Fuente: Investigación propia
 Eborado por: Duque Joshua

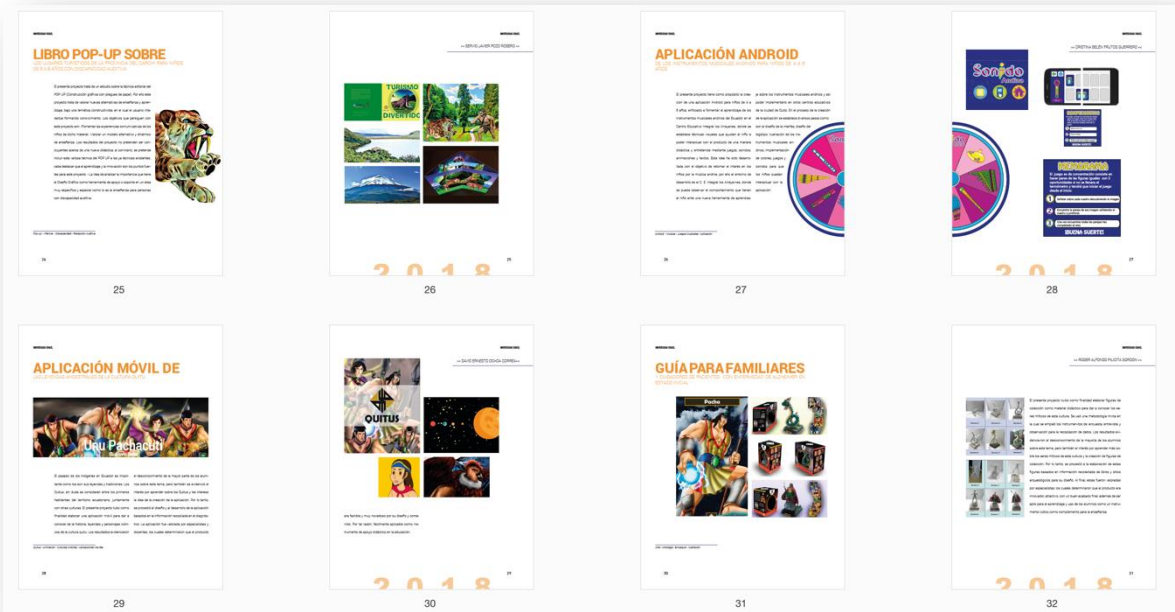
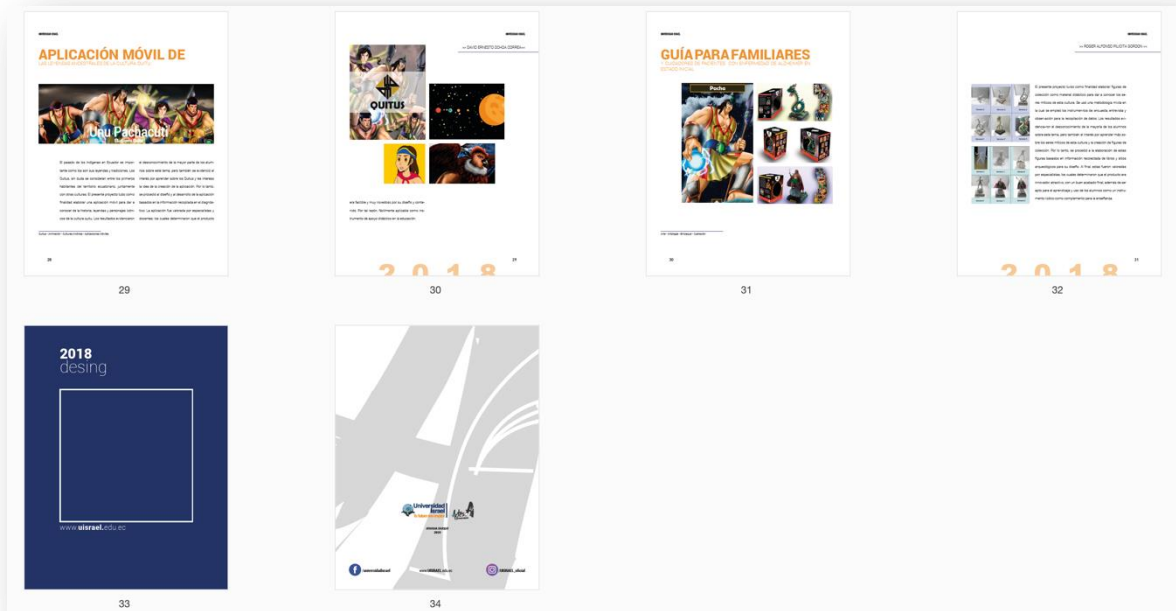


Figura 23: Catálogo digital imagen 4



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

Figura 24: Catálogo digital imagen 5
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua



Figura 25: Catálogo digital imagen 6
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

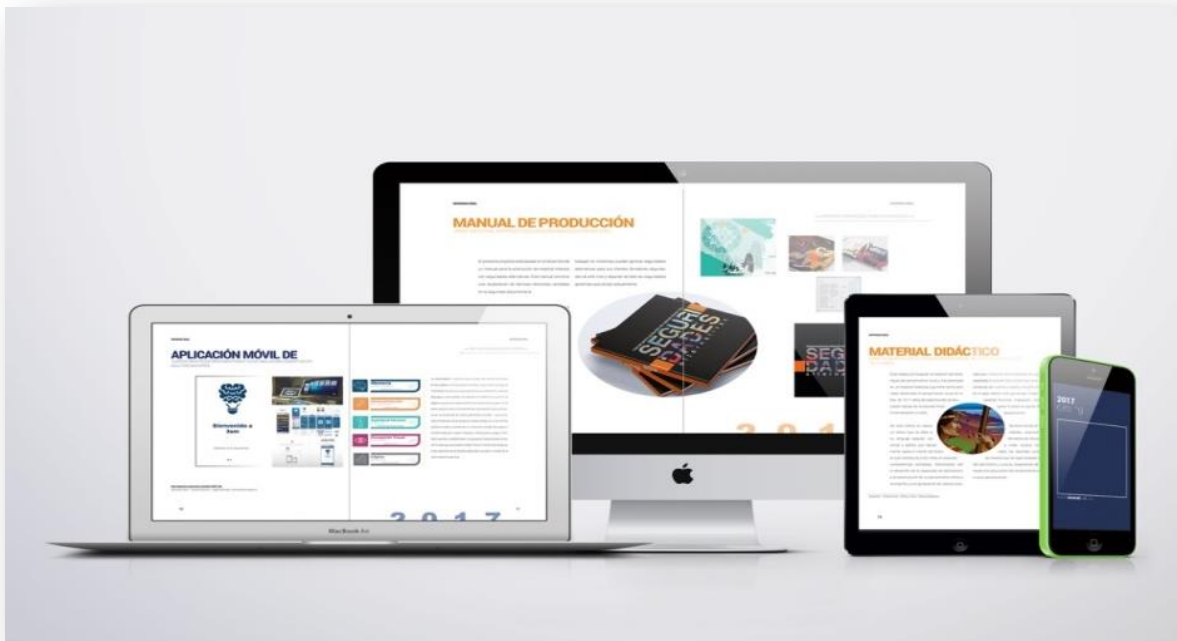


Figura 26: Catálogo digital imagen 7
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua



Figura 27:

Catálogo digital imagen 8
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua



Figura 28: Catálogo digital imagen 9
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua



Figura 29: Catálogo digital imagen 10
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Duque Joshua

4. Conclusiones

En este catálogo se recopiló la información sobre proyectos de titulación de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Israel, con la finalidad de dar a conocer los mejores proyectos de titulación de la carrera de Diseño Gráfico; además de dar a conocer el trabajo profesional y conocimientos aplicados por los estudiantes durante su formación profesional estos mismos han sido publicados y aplicados para el desarrollo del catálogo digital utilizando un diseño minimalista con una estructura adecuada. La cual nos servirá como referentes para nuevas publicaciones.

Se ha mostrado la importancia de tener un catálogo físico o digital con la misma línea gráfica en cada carrera universitaria para uso interno de la institución y para conocimiento externo en instituciones públicas y privadas con miras a valorar el nivel académico que ofrece la institución.

Al hacer un sondeo público del catálogo digital a gerentes, dueños de empresa, profesionales relacionadas en el medio y gente común se pudo observar que tuvo un excelente recibimiento y apertura, por lo cual se pudo concluir que este proyecto de titulación es pertinente, y que aporta con conocimiento práctico, útil y profesional para el desarrollo, con conocimiento de nuevas propuestas académicas.

5. Recomendaciones

Se recomienda implementar un cronograma anual para que otro estudiante continúe con otro tiraje de este catálogo digital es decir otra edición de años venideros para que se encuentre actualizado y que siga brindando información actual.

Incluir en el catálogo digital otras carreras que ofrece la Universidad Israel y que también desean hacer conocer los productos que se realiza en la universidad como proyecto de titulación, en especial la carrera de producción audiovisual.

La última recomendación es que proyecte a realizar una producción de este catálogo de modo físico, es decir imprimir el catálogo para hacer llegar a posibles gerentes o personajes influyentes ligados al diseño gráfico con el fin de que conozcan el talento de la UISRAEL y así buscar el nexo y fidelidad de la empresa pública y privada con los estudiantes de la universidad.

6. Bibliografía.

- Alquibla. (4 de julio de 2012). *Los Catálogos: concepto, clases y fines*. Obtenido de <https://www.alquiblaweb.com>: <https://www.alquiblaweb.com/2012/07/04/los-catalogos-concepto-clases-y-fines-46-2/>
- Ambrose, H. (2007). *Fundamentos de la tipografía*. Barcelona: Norma de América Latina.
- Aucapiña, M. (2016). “*Desarrollo de un catálogo digital multimedia para la venta de productos a través de dispositivos móviles*”. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec>:
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25282/1/tesis.pdf>
- Brockmann. (2015). *Sistemas de Retículas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Buen Unna, J. (2000). *Manual de Diseño Editorial*. México. México: Santillana S.A.-
- Cajamarca, M. (2011). *DISEÑO DE UN CATÁLOGO CON ILUSTRACIONES DIGITALES PARA EL MEJORAMIENTO DEL DISEÑO ARTESANAL EN EL ÁREA DE LA CERÁMICA, VIDRIERÍA Y MARMOLERÍA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec>:
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1117/1/T-UTC-0778.pdf>
- Caldwell, & Zappaterra. (2014). *Diseño Editorial - Periódicos y revistas/Medios impresos y digitales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Catapodis. (2014). *Tipometría - Las medidas en diseño gráfico*. Valencia.
- Domestika. (2017). *Cambiar de resolución una imagen*. Obtenido de <https://www.domestika.org>: <https://www.domestika.org/es/forums/940-produccion->

impresa/topics/117991-se-puede-cambiar-la-resolucion-de-una-imagen-sin-cambiar-el-tamano

Eguaras, M. (9 de enero de 2018). *¿Qué es diseño editorial?* Obtenido de <https://marianaeguaras.com>: <https://marianaeguaras.com/que-es-el-diseno-editorial/>

Francés, A. (2016). *El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas*. Madrid.

Gilli. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Timothy: Samara.

González, A. (2017). *Metodología de la Investigación*. Quito: Jurídica del Ecuador.

Granizo, G. (2018). *Diseño editorial*. Obtenido de <https://prezi.com>: https://prezi.com/gx7ku_vrunhs/diseno-editorial/

Instituto de economía digital. (21 de diciembre de 2017). <https://www.icemd.com>. Obtenido de <https://www.icemd.com>: <https://www.icemd.com/digital-knowledge/articulos/comunicacion-visual-que-es-y-como-aplicarla-desde-el-design-thinking/>

Martin. (1994). *El diseño en el libro*. Madrid: Piramide.

Michail. (27 de septiembre de 2017). *Fundamentos de diseño*. Obtenido de <https://es.scribd.com>: <https://es.scribd.com/document/360092218/Fundamentos-del-disen-o-pdf>

Muller, J. (2012). *Sistemas de retículas*. Obtenido de <https://ggili.com>: <https://ggili.com/sistemas-de-reticulas-libro-9788425225147.html>

Munari, B. (1985). *Cómo nacen los objetos*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.

Natura Print. (junio de 2018). *¿Qué es papel couche tipos y usos?* Obtenido de <https://impresaonline-naturaprint.com>: <https://impresaonline-naturaprint.com/riqueza-del-papel-couche>

- Pereira. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: *Electrónica educare*, 15-29.
- Proyecto TSP. (2015). *Herramienta: Flipsnack*. Obtenido de <http://www3.gobiernodecanarias.org>:
<http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursosdigitales/2015/09/29/herramienta-flipsnack/>
- Quentin, N. (2002). *¿Qué es el diseño gráfico Manual de diseño?* México: GG.
- Real Academia de la Historia. (2019). *Real Academia de la Historia*. Obtenido de <http://dbe.rah.es>:
http://dbe.rah.es/?gclid=Cj0KCQiAp7DiBRDdARIsABIMfoABcwkEnhV2-KgXaKWKWKGWucwV_qrUB_yD6hUBza43_2_xP04FYAgaAnT3EALw_wcB
- Tuning Marketing. (2019). *¿Qué tipos de papel se usan en impresión digital?* Obtenido de <http://blog.tuning.marketing>: <http://blog.tuning.marketing/trece21/tipos-de-papel-en-impresion-digital>
- Universidad Israel. (2017). <https://uisrael.edu.ec>. Obtenido de <https://uisrael.edu.ec>:
<https://uisrael.edu.ec/nosotros/>
- Valles, M. (2007). *Entrevistas cualitativas*. Madrid: CIS.
- Vandrell, N. (2015). *Diseño Editorial. Propuesta de diseño para la revista de tendencias Yorokobu*. Valencia.
- Wucius Wong. (2002). *Fundamentos del diseño*. España: GG.

ANEXOS

Anexo 1 | Formato de entrevista

Sr. Entrevistado

Buenos días, Buenas Tardes

Mi nombre es Joshua Esteban Duque Carrillo, soy estudiante de la Universidad Israel, estoy haciendo el trabajo de titulación relacionado con la Catálogos, donde propongo un “Diseño de un catálogo digital para la difusión de los proyectos de titulación más destacados de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Tecnológica Israel entre febrero de 2017 – agosto de 2018”. Por referencias sabemos que usted es una persona que ha llevado en alto y en vanguardia el tema de diseño para lo cual es un privilegio el que usted me ayude con esta entrevista, antes de nada, agradezco la entrevista y su predisposición, quiero comentarle que la entrevista va a ser grabada, sin embargo, usted puede pedir que se anonimicen sus datos personales, por cualquier criterio que considere necesario. También cabe aclarar que esta entrevista será utilizada con fines académicos.

Nombre:

Cargo:

Empresa:

1. ¿Considera que su empresa o editorial es añadir el número de personas?

Grande ()

Mediana ()

pequeña ()

2. Me ayudaría con una breve narración de su empresa

3. ¿En qué momento decidió trabajar en referencia al diseño gráfico editorial?

- 4. ¿Cuál y donde ha sido su formación en el diseño y diseño editorial?**

- 5. ¿Ha tenido referentes que ha seguido en el diseño editorial y por qué?**

- 6. ¿Tiene algunos consejos o tendencias que cree que existe en el diseño editorial para las nuevas generaciones?**

- 7. ¿Cuál es la estructura del catálogo que utiliza actualmente su empresa?**

- 8. ¿Cuáles han sido sus mejores experiencias en el diseño editorial?**

- 9. ¿Cuál ha sido un diseño editorial (trabajo en especial) que le ha costado trabajo y por qué?**

- 10. ¿Cuál es tu mayor satisfacción en lo que respecta de tu carrera profesional?**

- 11. ¿La tipografía tiene un papel muy relevante en el diseño editorial? ¿Entre las fuentes utilizadas cual recomendarías y por qué?**

- 12. ¿Desde qué año lleva en el trabajo en Diseño Editorial y cuales han sido sus picos laboralmente?**
- 13. ¿A su consideración existe diferencias entre revistas y catálogo y si es así cuáles serían?**
- 14. ¿Cree que Ecuador en especial en Quito, hay tendencias en personas o editoriales que dan una línea referencial?**
- 15. ¿Cómo cree que le aportaría un catálogo digital de proyectos de titulación para su empresa o editorial?**

Anexo 2 | Formato de valoración de producto.

Guía para la valoración de la propuesta mediante criterio de especialistas

I. Valore la guía atendiendo a los siguientes indicadores:

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

II. Ofrezca las recomendaciones que considere oportunas para mejorar la propuesta:

Anexo 3 | Valoraciones de producto por profesionales

VALORACIÓN POR CRITERIO DE USUARIOS

Nombre: Daniela Paola Bustos Poproles

Cargo: Ingeniera Mecánica - PIUTULAC

Guía para la valoración de la propuesta mediante criterio de especialistas

I. Valore la guía atendiendo a los siguientes indicadores:

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Observaciones
Pertinencia	X					
Factible	X					
Calidad artística	X					
Novedad	X					
Creatividad	X					

II. Ofrezca las recomendaciones que considere oportunas para mejorar la propuesta:

Si es posible agregar imágenes con los productos finales de cada una de las propuestas y añadir un tiempo estimado en el cual se podría lograr tener cada una de las propuestas listas para uso público.

VALORACIÓN POR CRITERIO DE USUARIOS

Nombre: Mg. Lourdes Calderón

Cargo: Decano

Guía para la valoración de la propuesta mediante criterio de especialistas

I. Valore la guía atendiendo a los siguientes indicadores:

Indicador	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Observaciones
Pertinencia		X				
Factible	X					
Calidad artística	X					
Novedad		X				
Creatividad	X					

II. Ofrezca las recomendaciones que considere oportunas para mejorar la propuesta:

Revisión ortográfica

