



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: DISEÑO GRÁFICO

**TEMA: DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN DE UN LIBRO FOTOGRÁFICO EN
TELA, DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE CUENCA**

AUTOR: GEOVANNY FABIÁN DUTÁN PAUTA

TUTOR: DIS. PAÚL ARÉVALO

2013

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, Dis. Paúl Arévalo, certifico que el Señor Geovanny Fabián Dután Pauta con C.C. N° 0102937646 realizó la presente tesis, con título “**Diseño y diagramación de un libro fotográfico en tela, de las zonas turísticas de la ciudad de Cuenca**”; y que es su autora intelectual del mismo, que es original, auténtica y personal.

Dis. Paúl Arévalo

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICADO DE AUTORIA

El documento de tesis con título “**Diseño y diagramación de un libro fotográfico en tela, de las zonas turísticas de la ciudad de Cuenca**”; ha sido desarrollado por Geovanny Fabián Dután Pauta con C.C. N° 0102937646 persona que posee los derechos de autoría y responsabilidad, restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.

Dis. Paúl Arévalo

Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme la vida y permitirme caminar con su guía hasta llegar a este momento de mi existencia.

Gracias a mi familia por compartir conmigo el camino hacia una de mis metas, por ser mis confidentes y mi mayor soporte cuando estuve a punto de desfallecer.

Gracias a mi amada esposa, por ser una amiga, compañera y cómplice de mis sueños y de mi vida, pero sobre todo por enseñarme a amar cada día y cada minuto como si fuese el último, sin ti amor este logro no sería igual.

También agradezco a cada uno de mis maestros, compañeros y todos aquellos quienes forman parte de la Universidad Tecnológica Israel, pues son ustedes quienes hacen de la institución un templo de formación, de logros, y de sueños cumplidos. Gracias por su esfuerzo y dedicación, pero sobre todo porque hoy me siento un profesional completo.

Finalmente agradezco a todas las personas que forman parte de mi vida, cada uno de ustedes ha contribuido en mi camino con un elemento para hacerlo transitable, ha sido nuestro destino construir cosas grandes y finalmente he logrado una meta de la cual todos somos cómplices.

Fabián Dután

Dedicatoria

Dedico este trabajo a:

Mi familia:

Por su apoyo, por creer en mí, y por enseñarme que lo más importante, no son las cosas materiales, si no los sentimientos que unen a las personas y nos hacen mejores seres humanos, porque solo con humildad se puede crecer y con ustedes lo he logrado.

Mi esposa:

Por ser mi compañera fiel, por su amor infinito y por ser la bendición más hermosa que Dios me ha dado, porque sin ti el camino sería más duro. Tu llegada a mi vida no fue casualidad, eres mi destino, mi principio y final.

Mis amigos:

Por su amistad, por sus palabras, por aquellos buenos momentos, por tantas experiencias compartidas en las aulas, por ser parte de este reto y por apoyarnos día a día para lograr nuestra meta.

La Universidad Tecnológica Israel:

Por constituirse como un centro de formación integral, capaz de educar a los nuevos talentos de la patria y por no escatimar recursos ni esfuerzos en nuestra preparación académica.

Fabián Dután

Resumen

El trabajo de tesis titulado “Diseño y diagramación de un libro fotográfico en tela, de las zonas turísticas de la ciudad de Cuenca”; ha sido desarrollado con el objetivo de promover los espacios turísticos en la ciudad de manera alternativa a la publicidad convencional, de forma que resulte atractivo para los turistas nacionales y extranjeros. Los mismos que consideran atractiva la propuesta por su funcionalidad y por lo llamativo que resulta el material.

El libro en tela se constituye en una herramienta de comunicación capaz de promover los lugares turísticos de Cuenca, mediante la fotografía profesional de los mismos, en un material que resulta fácil de manipular y por ende de conservar. Además reúne diversas técnicas que permiten obtener un trabajo artístico publicitario de gran calidad.

Palabras clave: Serigrafía, Fotografía, Turismo, Promoción, Publicidad.

Abstract

The thesis entitled "Design and layout of a photographic book in cloth, from the tourist areas of the city of Cuenca", has been developed with the aim of promoting tourism in the city alternatively to conventional advertising, way that is attractive to domestic and foreign tourists. They considered that the proposal attractive for its functionality and so striking that it is the material.

The book cloth is a communication tool capable of promoting tourist attractions of Cuenca, by the same professional photography, a material that is easy to handle and thus to maintain. Also combines several techniques to obtain an advertising art work quality.

Keywords: Screen Printing, Photography, Tourism, Promotion, Advertising.

INDICE DE CONTENIDOS

Portada	1
Certificado de responsabilidad	2
Certificado de autoría	3
Agradecimientos	4
Dedicatoria	5
Resumen	6
Abstract	7
Índice de contenidos	8
Índice de tablas	10
Índice de gráficos	10

Capítulo I Introducción

1.1. Tema de investigación	13
1.2. Planteamiento del problema	13
1.2.1. Antecedentes	13
1.2.2. Planteamiento de la problemática general	14
1.2.2.1. Causa y efectos	14
1.2.2.2. Pronóstico y control del pronóstico	14
1.2.3. Formulación de la problemática específica	16
1.2.4. Sistematización del problema	16
1.3. Objetivos	16
1.3.1. General	16
1.3.2. Específicos	16
1.4. Justificación	17
1.4.1. Justificación Teórica	17
1.4.2. Justificación Práctica	17
1.4.3. Justificación Metodológica	18

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Turismo	20
2.2. Teoría de la Promoción Turística	20
2.3. Teoría de espacios turísticos	20
2.4. Las motivaciones de los turistas para hacer turismo	21
2.5. Análisis de los usuarios	21
2.6. Turismo en la Ciudad de Cuenca	22
2.7. Diseño gráfico y turismo	33
2.8. Historia del Libro	34
2.9. Partes de un libro	35
2.10. Publicidad	36
2.11. Foto libros	38
2.12. Serigrafía	39
2.13. Técnicas impresión sobre tela	43
2.14. Fotografía de paisajes	45
2.15. Marco conceptual	47

Capítulo III

Diagnóstico situacional

3.1. Métodos y herramientas	51
3.2. Unidad de análisis	52
3.3. Población y muestra	52
3.3.1. Cálculo de la muestra	53
3.4. Tipo y nivel de investigación	53
3.5. Técnicas e instrumentos	54
3.6. Organización y análisis de los datos	54
3.7. Trabajado de campo	55
3.8. Resultados de la investigación cuantitativa	57

Capítulo IV

Propuesta de Diseño

4.1. Lugares turísticos seleccionados para el libro_____	64
4.2. Proceso para el diseño del libro en tela_____	72
4.3. Validación del material_____	75

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones_____	78
6.2. Recomendaciones_____	79
 Bibliografía_____	 80
 Anexos_____	 82

Índice de Tablas

Tabla 1 Población_____	52
Tabla 2 Muestra_____	53

Índice de Gráficos

Figura 1 Museo de las Conceptas_____	23
Figura 2 CIDAP_____	24
Figura 3 Museo de la Historia de la Medicina_____	24
Figura 4 Museo del sombrero_____	25
Figura 5 Museo arqueológico universitario_____	26
Figura 6 Parque Calderón_____	26
Figura 7 Plaza del Herrero_____	27
Figura 8 Parque de San Blas_____	27
Figura 9 Parque de San Sebastián_____	28
Figura 10 Plaza la Cruz del Vado_____	29
Figura 11 Parque Luis Cordero_____	30
Figura 12 Barrio de Todos Santos_____	31

Figura 13 Baños	31
Figura 14 Puente Roto	32
Figura 15 Calle Larga	32
Figura 16 Partes del libro	36
Figura 17 Foto libro	38
Figura 18 Foto libros	38
Figura 19 Marco con una malla abierta en ciertas zonas	39
Figura 20 Técnica de serigrafía	40
Figura 21 Serigrafía en camisetas	43
Figura 22 Toma de paisaje	46
Figura 23 Análisis de la muestra	52
Figura 24 Edad del informante	57
Figura 25 Procedencia	57
Figura 26 Razón por la que escogió un destino turístico	58
Figura 27 Principales atractivos turísticos	59
Figura 28 Medio por el que se informa	60
Figura 29 Ha visto libros de promoción turística diseñados en tela	60
Figura 30 Usted accedería a un libro de promoción turística diseñado en tela	61
Figura 31 Características que debería tener el libro en tela	61
Figura 32 Imágenes de Cuenca	72
Figura 33 Imágenes de Cuenca durante el día	73
Figura 34 Edición del libro	73
Figura 35 Impresión en Tela	74
Figura 36 Armado del libro	74

Capítulo I

Introducción

1.1. Tema de investigación

Diseño y diagramación de un libro fotográfico en tela, de las zonas turísticas de la ciudad de Cuenca.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Antecedentes

1.2.2.

Al no existir proyectos similares al tema sugerido, la única información relevante al área turística se refiere al flujo migratorio de la ciudad de Cuenca pues el proyecto estudiado hace referencia al diseño de un libro fotográfico en tela con los principales lugares turísticos de la Ciudad de Cuenca, como solución a la captación de mayor número de turistas a diversos destinos que muchas veces no son promovidos debido a la escases de recursos gráficos (fotografías).

Así la ciudad de Cuenca en el año 2011 obtuvo un promedio de 200.000 visitantes, para el año 2012 el crecimiento en el flujo turístico aumentó en un 27% respecto al anterior y se prevé de acuerdo a los datos oficiales del Ministerio de Turismo que en el 2013 el crecimiento en el sector turístico sea del 35% o más respecto al último periodo pues la promoción de la ciudad como destino de descanso en la edad adulta para extranjeros ahora incluye programas incluso de vivienda, es decir las facilidades para la acogida del turista están en auge.

La importancia de ofrecer productos de promoción turística innovadores que despierten el interés de las personas no solo en el producto si no en las opciones culturales y recreativas que ofrece en su interior, es altamente necesario para mejorar la acogida de los visitantes.

El diseño de un libro en tela, es una alternativa para la realización de diversos proyectos y en el ámbito turístico proporciona un medio atractivo donde los usuarios encuentren información visual y escrita de la ciudad destino, por ello el Diseño Gráfico en combinación con la fotografía y la serigrafía se convierten en técnicas asociadas para generar una alternativa de promoción turística que a

su vez resulta ser una herramienta de comunicación poderosa que sugiere creatividad e innovación en la prestación de un servicio necesario para la ciudad.

1.2.2. Planteamiento de la problemática general

1.2.2.1. Causa y efectos

La situación actual indica:

- Los productos de promoción turística son los tradicionales, es decir, folletos, trípticos, flyers, entre otras variedades del material POP, por lo que el turista no recibe nada novedoso para informarse de los atractivos de la ciudad.
- La mayoría de los productos de promoción turística utilizan imágenes comercializadas en el medio es decir no son de la autoría de cada diseñador, por tanto la circulación de las mismas se vuelve repetitivo y poco atractivos
- Existen diversas propuestas de promoción cultural y turística, lo que ocasiona poca atención del turista a determinados materiales.
- No existen proyectos o propuestas actuales que sugieran el uso de libros en tela para promocionar el ámbito turístico e incluso en otros ámbitos.

1.2.2.2. Pronóstico y control del pronóstico

- **Pronóstico**

- Debido a la falta de productos innovadores para la promoción turística de la ciudad de Cuenca el turista no recibe nada novedoso para informarse de los atractivos de la ciudad y poco a poco pierde el interés en la visita e incluso su estadía se reduce al no encontrar otros sitios a los cuales visitar provocando un declive en el flujo migratorio y la economía del sector.

- Muchos de los productos de promoción turística utilizan imágenes repetitivas y poco atractivas para el turista desencadenando un aburrimiento visual, pues siempre miran un destino bajo la misma perspectiva y finalmente genera la pérdida de interés por recorrer dicho destino.
- Al existir diversas propuestas de promoción cultural y turística, el visitante se carga de información que muchas veces desecha o no comprende, es decir que se genera un desgaste de esfuerzos y el cometido de informar, comunicar y promocionar no se cumple.
- La inexistencia de proyectos o propuestas actuales que planteen la promoción turística en un libro fotográfico en tela demuestra la falta de uso de recursos tradicionales para crear elementos innovadores, puesto que en nuestro medio existen elementos textiles únicos que pueden ser empleados en el diseño y a su vez potenciarlos para evitar su desaparición.

- **Control del pronóstico**

Para poder alcanzar el objetivo, el paso inicial es realizar un análisis sobre las necesidades del público objetivo, además de determinar los recursos necesarios para la estructuración de un libro fotográfico en tela cuyo contenido posibilite la promoción turística de la ciudad de Cuenca y resulte atractivo para el visitante. Para ello se plantean las siguientes soluciones:

- Diseñar un producto innovador para la promoción turística de la ciudad de Cuenca en la que el turista reciba información de los atractivos de la ciudad y despierte su interés por visitarlos e incluso su estadía se extienda debido a la variedad de posibilidades para mejorar su experiencia en la ciudad.
- Realizar la toma de fotografías atractivas para el turista, mediante la captura de imágenes inéditas que permitan la visualización de la Ciudad desde una perspectiva diferente.
- Proporcionar una fuente de información actualizada y diversa que no solo sugiera los mismos lugares turísticos que normalmente se promocionan, si

no que ofrezca otras opciones con sus respectivas referencias históricas y culturales, concentrando la información esencial y no recargando de información al turista.

- Utilizar recursos materiales originales y propios de la cultura Cuencana que planteen la promoción turística en el libro fotográfico en tela no solo a través de los registros visuales y la información de determinadas zonas, además mediante la utilización de elementos innovadores, como textiles tradicionales de la ciudad.

1.2.3. Formulación de la problemática específica

¿Será una contribución significativa el diseño y diagramación de un libro fotográfico en tela de las zonas turísticas de la ciudad de Cuenca al desarrollo local del sector turístico para promocionar la ciudad?

1.2.4. Sistematización del problema

- ¿Cuál es la fundamentación teórica que sustenta el diseño y diagramación de un libro fotográfico en tela?
- ¿Cómo determinar la aceptación de los turistas nacionales y extranjeros por el libro fotográfico?
- ¿Cómo elegir los sitios turísticos que deben incluirse en el libro fotográfico en tela?

1.3. Objetivos

1.3.1. General

- Diseñar un libro fotográfico en tela, de las zonas turísticas de la ciudad de Cuenca que permita la promoción y difusión del turismo local.

1.3.2. Específicos

- Fundamentar teóricamente la implementación de un libro fotográfico en tela de los atractivos turísticos de la ciudad de Cuenca.

- Identificar los atractivos turísticos de la ciudad de Cuenca considerados por el turista nacional y extranjero.
- Emplear la materia prima, herramientas, técnicas y procedimientos adecuados para que el diseño del libro en tela sea un producto exclusivo e innovador.
- Validar la funcionalidad y originalidad del Diseño propuesto de acuerdo al criterio de profesionales locales en el área de Turismo y Diseño Gráfico.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación Teórica

El presente proyecto permitirá indagar sobre los fundamentos teóricos que sustenten la creación de un libro fotográfico en tela, es decir conceptos del diseño gráfico que fortalezcan la propuesta además de técnicas de impresión en tela.

Al indagar en la teoría será posible identificar conceptos propios del comportamiento del consumidor que pueden ser asimilados por el diseño para una mejor propuesta gráfica. El fin es diseñar un elemento de promoción turística cuyo atractivo visual, a través de la fotografía impresa en tela, permita la promoción turística de diversas zonas de la ciudad de Cuenca y genere una un mayor flujo de visitantes.

1.4.2. Justificación Práctica

El producto final se presenta de tal forma que es el resultado de la aplicación de una serie de conocimientos adquiridos por lo cual su estructura, diseño y presentación lo condicionan a ser un elemento único capaz de lograr su contenido en cuanto es un instrumento de comunicación visual, escrita y cultural.

El proyecto plantea la importancia de una correcta aplicación de técnicas fotográficas pues se requiere la captura de imágenes que no solo tengan la resolución adecuada, si no que su composición logre captar la esencia de lo que se desea promocionar por medio de ella. En este sentido la práctica de la

fotografía implica la asociación de conocimientos teóricos con la ejecución de las fotos para conseguir imágenes de calidad.

El desarrollo del libro en tela sugiere además la aplicación de conocimientos específicos en el diseño y en técnicas de serigrafía, sublimado e impresión digital, como una combinación para obtener un producto único cuya estructura también propone un reto al diseñador en cuanto plantea el formato de la presentación final, los materiales en los que se plasmarán las imágenes y otros elementos que resultan llamativos al momento de diseñar la propuesta.

1.4.3. Justificación Metodológica

En el desarrollo del tema expuesto se realizará la recopilación bibliográfica por medio de la técnica del fichaje que permite rescatar en síntesis la información más relevante de los textos investigados, además de que favorece al orden de los registros de acuerdo a los criterios elegidos para su procesamiento.

Para el levantamiento de información en campo se aplicará un proceso de toma de información directa al informante, procediendo a aplicar encuestas estructuradas, las mismas que contendrán interrogantes respecto a las necesidades y exigencias del turista en cuanto a información sobre los lugares turísticos en Cuenca, su procesamiento será dirigido bajo parámetros propios de la estadística que permite el registro de datos en bases numéricas para su posterior análisis.

En el diseño del libro en tela se seguirán rigurosamente los pasos requeridos para obtener un producto final de alta calidad, partiendo desde el registro de imágenes por medio de fotografías inéditas, procesamiento y selección de imágenes, edición mediante el programa correspondiente, impresión digital y su posterior trabajo en tela empleando técnicas de serigrafía y sublimado.

Capítulo I

Marco Teórico

2.1. Turismo

La palabra Turismo proviene de “tour o turn”, derivación de latín “tornare” y del sustantivo “tornus”, que significa volver, girar o retornar. (OMT, 2011)

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2011), “el turismo comprende todas aquellas actividades realizadas por las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio u otros motivos”.

A más de ello es preciso indicar que el turismo es comprendido como un fenómeno social que lo practican las personas por diversos motivos, llevándolo a desplazarse de un lugar a otro, tomando en cuenta que lo hacen sin ejercer ninguna actividad remunerada, de tal forma que generan para las localidades o comunidades receptoras, beneficios de orden social, económico y cultural.

2.2. Teoría de la Promoción Turística

La promoción turística, según Víctor Middleton (2010), son “todas aquellas formas utilizadas para hacer con que las personas conozcan y tomen en cuenta los productos de una localidad, de tal forma que se estimule su demanda”; Manuel Blanco (1990) añade que se trata de una “actitud compuesta por acciones e instrumentos, cuya función es favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como al crecimiento y mejora de las operaciones de la industria.”

La promoción turística se comprende como el conocimiento proporcionado a los viajeros, sobre los atractivos naturales y culturales que diferencian un destino de otro.

2.3. Teoría de espacios turísticos

El espacio turístico se lo considera a la zona que es delimitada y dispuesta física y socialmente para recibir visitas de turistas. Este abarca zonas en las que se evidencia la práctica de actividades turísticas; por lo tanto puede ser real o potencial, pero es preciso considerar que uno de los elementos claves para su zonificación hace referencia a los atractivos.

2.4. Las motivaciones de los turistas para hacer turismo

El interés de las personas por visitar una zona geográfica se comprende como la motivación o conjunto de razones que despiertan su interés o deseo y la impulsan a tomar decisiones, emprender una acción o adoptar un comportamiento. Las motivaciones de un turista pueden ser:

Motivaciones Básicas del Turista (exógenas)

- Descanso y esparcimiento
- Salud
- Religión
- Negocios y motivos profesionales
- Visita a familiares y amigos

Motivaciones Específicas del Turista (endógenas)

- Conocer y relacionarse con otras culturas
- Apreciar testimonios históricos
- Practicar deportes
- Asistir a espectáculos y eventos, practicar actividades específicas

Tomando en cuenta estos factores, es lógico pensar que si se desea ofrecer un servicio de calidad a los turistas, se precisa conocer sus motivaciones y aquello que los impulsa a viajar a un determinado destino, todo ello con el fin de adecuar los servicios, actividades y actitudes a sus características, necesidades y expectativas.

2.5. Análisis de los usuarios

Dentro del proceso de investigación es necesario mencionar que el proyecto se desarrolla en la ciudad de Cuenca, la misma que es reconocida como Patrimonio Cultural de la Humanidad y hoy en día se encuentra entre las principales ciudades del mundo consideradas de descanso, por ello anualmente recibe millones de turistas que aumentan con el paso del tiempo debido a su acelerado desarrollo y el gran interés de sus pobladores por convertirla en una ciudad llamativa al turista.

Es posible encontrar gran variedad de servicios, entre los cuales se destacan los restaurantes, bares, parques, centros comerciales, hoteles coloniales, entre otros comercios, e incluso se han implementado servicios de recorrido turístico como el bus de dos pisos; todo ello demuestra el gran potencial de la ciudad como destino turístico, por lo tanto en la oferta al visitante deben incluirse propuestas atractivas e innovadoras que promocionen sectores que el turista puede visitar o recorrer.

Por todo ello es importante considerar el análisis de los usuarios, es decir turistas nacionales y extranjeros, además de la población local, con edades comprendidas entre los 12 a 70 años, respecto a la implementación de un libro en tela que promocióne los principales lugares turísticos de la ciudad.

2.6. Turismo en la Ciudad de Cuenca

Cuenca es la capital de la provincia del Azuay y fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO. Se caracteriza por su belleza arquitectónica, sobre todo en el centro histórico debido a sus iglesias, parques, casas coloniales, calles adoquinadas, vestigios arqueológicos y el tradicional Barranco en las orillas del río Tomebamba, caracterizándola como una ciudad atractiva al turismo.

La ciudad, conocida como Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, en la actualidad, se proyecta como un centro turístico de primer orden a nivel nacional, en tanto alberga a turistas nacionales y extranjeros, por tal motivo su promoción se enfoca en recalcar las posibilidades de distracción y entretenimiento como aspectos fundamentales para satisfacer al turista.

Cuenca, se caracteriza por ser el centro de desarrollo regional, en tanto reúne a turistas provenientes del norte del Perú, del Oriente Ecuatoriano y quienes vienen de las provincias del norte, convirtiéndose en el paso obligado para todo este grupo de personas que de una u otra forma buscan hacer turismo. Además, la ciudad cuenta con otros servicios entre los que se destacan: piscinas ubicadas en el sector de la parroquia Baños, comida típica, centros comerciales, comisariatos y atractivos en sus alrededores que muchas veces no son difundidos.

Cuenca, es reconocida por sus iglesias, pero sobre todo por la Catedral de la Inmaculada Concepción, considerada una de las más grandes y hermosas en América Latina; a partir de esta edificación se refieren otros templos religiosos cuya historia

resulta una herencia para los cuencanos. Por otra parte sus calles con estilo republicano convierten a la ciudad en un espacio de encuentro, de historias y de gran belleza arquitectónica. Entre los mayores atractivos turísticos de Cuenca están:

a) Museos

- Museo Pumapungo: sus salas concentran piezas arqueológicas, arte religioso del siglo XIX, etnografía y numismática. Su nombre se debe a la ubicación que posee, junto al complejo arqueológico de ruinas incásicas Pumapungo.
- Museo de las culturas aborígenes: éste expone 5.000 piezas de los períodos de la historia aborígen del Ecuador, por tal motivo es conocido como el Museo Arqueológico más completo de la ciudad y de la región.
- Museo Manuel Agustín Landívar: ubicado en el sector de Todos Santos, en él se encuentran piezas que dan testimonio de las culturas cañari, incásica e incluso española debido a los molinos de piedra localizados en el sitio.
- Museo de las Conceptas: su construcción data de 1682 hasta 1729, en sus salas se expone la vida cotidiana de las madres Conceptas, así como piezas de arte religioso y objetos utilitarios de la época.



Figura 1 Museo de las Conceptas
Fuente: www.flickr.com

- Museo del CIDAP o Centro Interamericano de Artes y Artesanías Populares: en él se exponen colecciones de arte popular americano.



Figura 2 CIDAP

Fuente: sistemaecuatorialnomuseos.blogspot.com

- Museo Remigio Crespo Toral: este museo guarda cautelosamente el archivo Municipal de Historia de Cuenca, en el constan todos los documentos que refieren a la edificación de la ciudad. La casa en la que se encuentra el museo, corresponde a una edificación patrimonial de la ciudad, ubicada en el Barranco.
- Museo de Arte Moderno: la edificación en la que encuentra corresponde a la antigua Casa de la Temperancia, ésta fue restaurada a partir de 1976 hasta 1981. El museo expone frecuentemente obras de arte moderno y contemporáneo, además exhibe permanentemente obras en propias del patrimonio del museo.
- Museo de historia de la medicina: se encuentra en lo que fue el antiguo hospital de la ciudad, en él se expone permanentemente acerca de la trayectoria médica en la ciudad.



Figura 3 Museo de la Historia de la Medicina

Fuente: sistemaecuatorialnomuseos.blogspot.com

- Museo de la identidad cañari: parte de su muestra expone piezas arqueológicas cuyo origen corresponde al periodo precolombino de la cultura cañari. También cuenta con una colección de arte, ésta se conforma por pinturas y esculturas

coloniales del siglo XVIII y XIX; cuadros costumbristas de artistas cuencanos y piezas etnográficas.

- Museo Taller del Sombrero: en él se recrea un taller de compostura, además se exhiben las herramientas empleadas para transformar la paja toquilla en sombrero, ello demostrado en el proceso de elaboración de éste objeto.



Figura 4 Museo del sombrero
Fuente: www.ballenitasi.org

- Amaru zoológico Cuenca: en él se mantiene y expone más de 120 especies de animales vivos, en su mayoría nativos del Ecuador. Sus administradores tienen como principal objetivo educar a la población acerca de los recursos naturales.
- Museo de esqueletología: cuenta con una colección de más de 150 osamentas de especies de animales nativos como peces, anfibios, reptiles, aves, y mamíferos. La exposición de estos esqueletos se realiza por dioramas y recreaciones del medio ambiente físico en el que se desarrolla cada especie.
- Museo arqueológico universitario: el espacio expositivo dispone de cuatro salas, en las que se desarrolla de forma secuencial la muestra arqueológica constituida por aproximadamente 5.000 objetos pertenecientes a la totalidad de los períodos y fases culturales del Ecuador precolombino.
- Museo del Colegio Nacional Benigno Malo: Las instalaciones del museo forman parte de una de las edificaciones más emblemáticas de la ciudad. Las colecciones del museo constan de dos secciones: Ciencias Naturales y Arqueología, cada una de ellas con su propia área de exposición.



Figura 5 Museo arqueológico universitario
Fuente: www.cuencamagazine.com

b) Parques y plazoletas

- Parque Abdón Calderón: se encuentra en el centro de Cuenca y a partir de él se rige la construcción de la ciudad en sus primeros años. En sus alrededores se levantan edificios como la Catedral, el Municipio y la Fundación Turismo para Cuenca. En medio del parque se encuentra la estatua de Abdón Calderón y a su alrededor se disponen 8 pinos de procedencia chilena. El parque está ubicado entre las calles Simón Bolívar, Mariscal Sucre, Benigno Malo y Presidente Córdova.



Figura 6 Parque Calderón
Fuente: <http://www.gringosabroad.com/>

- Plaza San Francisco: en ella se comercializa tejidos del norte del país sobre todo provenientes de Otavalo además de calzado y otros artículos para el hogar. Se encuentra entre las calles Presidente Córdova, Padre Aguirre y General Torres.

- Plaza del Herrero: ubicado en el Barrio de las Herrerías, su razón de ser es en homenaje a los artesanos del fuego quienes elaboran hermosas artesanías en metal fundido.



Figura 7 Plaza del Herrero
Fuente: www.elmercurio.com.ec

- Plaza del Carmen o Plazoleta de las flores: en ella se ubican las comerciantes de flores, que le han dado una característica singular a la plazoleta y a la ciudad. Se ubica junto a la Catedral y frente al templo del Carmen de la Asunción.
- Parque de San Blas: se encuentra frente a la iglesia del mismo nombre, entre las calles Simón Bolívar y Manuel Vega. En el centro del parque se levanta el monumento a Manuel Calle, el cual está rodeado por pileta.



Figura 8 Parque de San Blas
Fuente: www.elmercurio.com.ec

- Plazoleta El Rollo: se ubica al norte de la ciudad, en el barrio conocido como El Vecino, su principal atractivo es la Picota, elaborada en 1787, en la cual se colgaba a los ajusticiados.

- Parque San Sebastián: se ubica frente al Museo de Arte Moderno y en su centro se encuentra la estatua del poeta cuencano Miguel Moreno. Junto a él se edificó la iglesia de San Sebastián y la casa con portal Larrazabal, además como parte de la modernización se construyó una hermosa pileta que da vida a la zona.



Figura 9 Parque de San Sebastián
Fuente: www.cuencamagazine.com

- Plaza Sangurima o Rotary: Ubicada en el sector conocido como 9 de octubre por el mercado del mismo nombre, en ella se encuentran artesanías en mimbre, hierro y arcilla. Su principal atractivo son las ollas de arcilla hechas a mano, traídas de Jatumpamba.
- Parque María Auxiliadora: este parque fue el eje de la vida dominical de la zona y era el punto de encuentro de las personas y de reuniones sociales tiempo atrás. Posee amplias zonas verdes con jardines y una gran explanada en la parte central dominada por la estatua en honor al Padre Salesiano Carlos Crespi que fue un devoto de la educación y la investigación arqueológica.
- Plaza Cruz del Vado: Se encuentra en uno de los barrios más tradicionales de Cuenca y se constituye en un verdadero balcón desde el cual se puede apreciar la parte baja y moderna de la ciudad. La cruz se levantó como símbolo de protección para los viajeros que debían cruzar las aguas del Tomebamba cuando este crecía.



Figura 10 Plaza la Cruz del Vado
Fuente: www.cuencamagazine.com

- Parque de la Madre: ubicado a las riveras del Tomebamba en la Av. Federico Malo y 12 de Abril. Este parque fue destinado a la recreación y al deporte por lo que cuenta con espacios verdes y juegos infantiles, además tiene un sendero para atletas. Dentro del parque se encuentra las instalaciones de la Escuela de Marcha y el Planetario Municipal.
- Plaza de las Monjas: es una pequeña plaza en la mitad del centro histórico junto al Convento e Iglesia de las Conceptas ubicado en las calles Presidente Córdova y Presidente Borrero. Es una plaza pequeña recubierta de piedra con una pequeña pileta en el centro.
- Parque Víctor J. Cuesta: se ubica en la zona este del centro histórico entre las calles Presidente Córdova y Tomas Quiñónez, en él se encuentra el monumento al Apóstol Cuencano. Posee amplias zonas verdes y área de recreación infantil.
- Parque Mary Corile: este pequeño parque se halla en el extremo este de la ciudad dentro de una zona residencial. Con zonas de juegos infantiles y áreas verdes es una zona muy tranquila. Está ubicado en las calles Miguel Estrella y J. Stihle.
- Parque Luis Cordero: se caracteriza porque en él se encuentra el monumento al ex presidente de la república Luís Cordero. En los alrededores del parque se encuentra la Oficina Regional de Registro Civil. Este parque cuenta con amplias zonas verdes y área de recreación infantil.



Figura 11 Parque Luis Cordero
Fuente: www.elmercurio.com.ec

c) Barrios

- Barrio de las Herrerías: se ubica cruzando el Puente de El Vergel, en él se destaca la Calle de las Herrerías y los locales de artesanos que trabajan con la fragua y el yunque. También se destaca la Plaza del Herrero y el monumento a Vulcano, la Casa de Chaguarchimbana la cual es la actual sede del "Museo de las Artes del Fuego".
- Barrio de El Vado: inicia al subir la calle La Condamine, en su parte alta se observa la ciudad moderna y se tiene una hermosa panorámica del Río Tomebamba. El sector concentra algunos de los últimos talleres de artesanos hojalateros, refaccionarios de sombreros de paño y paja toquilla, además de costureras que elaboran trajes típicos bordados, sobre todo las polleras.
- Barrio de Todos Santos: éste fue el sector de ingreso a la ciudad desde el Suroriente, en la actualidad aún conserva su cruz como hito. En él se edificó la Iglesia de Todos Santos, además es conocido como el tradicional "barrio de las panaderías" debido a los artesanos que elaboran panes en hornos de leña.



Figura 12 Barrio de Todos Santos

Fuente: www.userfirstweb.com

d) Otros atractivos

- El Cajas: tiene muchas especies exóticas como las llamas y otros animales, también es caracterizado por sus montañas coloridas aquí se practica la pesca deportiva.
- Aguas termales de baños: es un lugar turístico por sus aguas medicinales, en él se encuentran hosterías con todos los servicios necesarios, además en el sector se encuentra comida típica como empanadas y el chancho hornado.



Figura 13 Baños

Fuente: <http://danoinec.blogspot.com/>

- Puente Roto: es uno de los lugares más importantes de la ciudad debido a su historia y hermosa arquitectura, además en sus alrededores funcionan diversos sitios de distracción.



Figura 14 Puente Roto

Fuente: <http://danoinec.blogspot.com/>

- Los 3 puentes: esta zona se encuentran en la parroquia Yanuncay en el sector de la avenida Don Bosco. Se caracteriza por los locales de comida ubicados a lo largo de la avenida.
- La calle larga: se trata de una de las calles céntricas de la ciudad en la cual se encuentran lugares de diversión por lo que se le denomina la "zona rosa", en ella se ubican diversos bares y discotecas.



Figura 15 Calle Larga

Fuente: <http://www.cuencanos.com/>

2.7. Diseño gráfico y turismo

En la actualidad el mercado turístico se encuentra en constante expansión, esta situación va de la mano con el incontrolable crecimiento económico y para muchos grupos poblacionales con la mejora en la calidad de vida. Las personas, ya sea por vacaciones o por negocios realizan viajes a diferentes partes del mundo, convirtiendo al turismo en una fuente inagotable de consumo.

En este contexto el Marketing turístico y la comunicación gráfica, son herramientas fundamentales en la promoción y comercialización de espacios turísticos, es por ello que se precisa tener en cuenta el lenguaje que caracteriza al ámbito turístico y los rasgos particulares que hacen la diferencia entre éste y otros mercados.

El objetivo principal es despertar el interés del destinatario, por medio de la provocación de sensaciones y fantasías, de tal forma que se estimule su deseo y se sienta transportado a escenarios en los que experimente placer, confort, felicidad, aventura, descanso u otras experiencias. Para ello es primordial considerar la percepción visual a través del mensaje

Una imagen correctamente comunicada puede valer más que las palabras y en promoción turística es indispensable mostrar los lugares y personas en las zonas que se desean promover, de tal forma que se provoque un viaje imaginario al potencial turista.

Cuando una pieza de diseño logra una comunicación efectiva con el receptor, se puede decir que ha alcanzado la diferencia entre una marca y su competencia. Es por ello que la comunicación gráfica de una empresa, marca, producto o servicio debe cumplir con ciertos atributos que la hagan diferente para lograr que se destaque de entre las demás.

Ante esta realidad, el diseño es un instrumento mejorador y potenciador de la promoción turística, en tanto a través del arte sugerido se hacen visibles las virtudes, atributos y los valores culturales de una ciudad.

2.8. Historia del Libro

Los libros son una puerta para la creación y construcción de la Historia, el conocimiento y otros fines sociales, de tal forma que a través de él se puede crear, comprender y construir.

La historia del libro tiene mucha relación con la innovación tecnológica pues a medida que se presentan descubrimientos en esta área, se han descubierto también nuevas formas para mejorar la calidad de conservación de los textos y el acceso a la información, inclusive mejorando la manejabilidad y el costo de producción.

Inicialmente la piedra fue el soporte más antiguo de escritura, luego la madera, seguido de las tablillas de arcilla utilizadas en Mesopotamia, estas últimas se cocían para quedar solidificadas.

En China, en el segundo milenio (AC) los libros se hacían con láminas de bambú unidas por cuerdas, luego se empleó la seda en la que se escribía con pinceles. Otros soportes fueron utilizados con el paso del tiempo, entre ellos el hueso, bronce, cerámica, escamas etc. Por otra parte en la India se emplearon hojas de palma seca. A continuación se detallan algunos materiales importantes en la historia de la conservación de textos escritos:

- **El papiro:** son rollos de papel escritos con tinta, empleados principalmente en el antiguo Egipto, como en Grecia y Roma.
- **El pergamino:** se deriva de la piel de los animales como el cordero, vaca, asno, antílope, entre otros, debido a la posibilidad de conservación y por las mejores condiciones para ello; además permitía borrar el texto. Era un soporte muy caro dada la materia empleada así como el tiempo de su preparación.
- **El papel:** éste fue inventado en el siglo I por Ts'ai Louen, sin embargo se considera que su utilización fue más antigua. Los textos se reproducían con la ayuda de sellos grabados en relieve. El libro en forma de manuscrito fue impreso en papel aparece a finales del siglo XV. A los libros impresos antes del 1 de enero de 1501 se les llama incunables, puesto que se hallaban en la "cuna" en relación a las actuales técnicas de hacer libros a través de la imprenta.

- **Tela:** son escasos los registros de libros en tela, pero en la actualidad se realizan publicaciones sobre todo orientadas a los niños, cuyas temáticas tratan temas de aprendizaje. El libro en tela es considerado como un material didáctico e inclusive producirlo es tomado como una manualidad o en un nivel de mayor valor, como una artesanía.

2.9. Partes de un libro

El libro es considerado como una obra impresa, manuscrita o pintada en una serie de hojas de papel, pergamino, vitela u otro material, unidas por un lado, es decir, encuadernadas y protegidas con tapas, también llamadas cubiertas. Sus partes son:

- **Cubierta o pasta:** esta es consistente en tanto es la parte externa del libro formada por la cubierta, lomo y la contracubierta.
- **Lomo:** en este se imprime el título, número o tomo de una colección, autor, logotipo de la editorial u otros datos de interés.
- **Guardas:** son las hojas que unen las tapas con el resto del libro.
- **Anteportada:** es la hoja que va antes de la portada y tiene impreso el título del libro.
- **Contraportada:** Página posterior a la anteportada, generalmente es una hoja en blanco.
- **Portada:** hoja en la que se indican los datos del libro.
- **Página de derechos de propiedad o de créditos;** está en el reverso de la portada. Es la página de propiedad literaria o copyright, en la que consta el editor, fecha de la edición del libro o reimpressiones, título en original si es una traducción, créditos de diseño, país en el que se realizó la impresión u otros datos.
- **Cuerpo de la Obra:** se refiere al conjunto de hojas que constituyen el texto del libro.
- **Prólogo o introducción:** Es el texto previo al cuerpo literario de la obra.
- **Índice:** es la lista en la que se muestra los capítulos, artículos materias u otros elementos del libro.
- **Biografía:** dependiendo del tipo de texto, en algunos se agrega la biografía del autor o ilustrador de la obra.
- **Dedicatoria:** Es el texto con el cual el autor dedica la obra, se suele colocar en el anverso de la hoja que sigue a la portada.

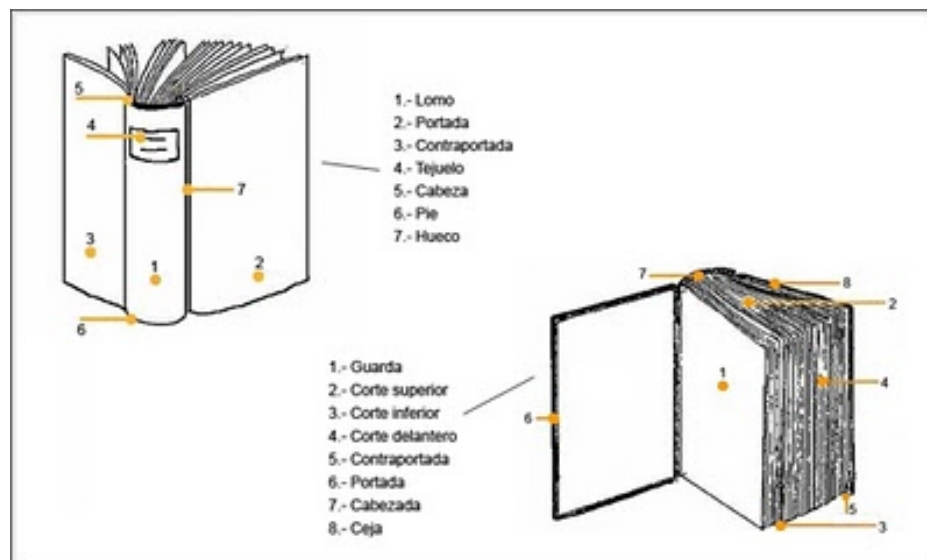


Figura 16 Partes del libro
Fuente: karen-ellibroysuspartes

2.10. Publicidad

La actividad publicitaria consiste en la comunicación que establece una empresa, marca, producto o servicio con su público con el fin de reforzar las opiniones existentes, constituyendo un auténtico producto de la experiencia humana.

“La publicidad no inventa los deseos del público. Los descubre, reflejándolos, y procura servirlos. Los anuncios no crean las aspiraciones de la gente; los simbolizan. En última instancia, los estimula...es la civilización la que provoca más deseos de los que satisface. En todo caso, lo que habría que reprochar a la publicidad es ser instrumento de ella.” (Ferrer 2010)

En la actualidad, la publicidad es una forma de medir a la sociedad en tanto concentra las formas de vida de las personas. El fundamento de la publicidad se encuentra en el deseo, pues no solo es una forma de exponer las cosas, además las representa y promueve la libertad de elección.

Algunas de las funciones económicas de la publicidad:

- Incrementa la demanda.
- Acelera el ciclo económico debido al incremento en la rotación de mercancías.
- Permite el conocimiento de los mercados y mide sus posibilidades de expansión.
- Educa al público en mejores hábitos de uso y consumo de productos y servicios.

- Diferencia productos de una misma línea.
- Impulsa el mejoramiento de la calidad de productos o servicios.
- Constituye una fuente de trabajo.

- **Tipos de Publicidad**

Ámbito

- Local
- Nacional
- Internacional

Audiencia

- Consumidor
- Intermediario
- Mayorista, etc.

Medio

- Revistas, TV, radio, publicidad exterior, etc.

Orientación

- Publicidad relacionada con un producto (demanda específica o selectiva)
- Publicidad Institucional (imagen de empresa)
- Publicidad Genérica, demanda genérica global, varias marcas de un mismo producto. Ejemplo: denominación de origen.

Legal / Ilícita

- Desleal (comparativa)
- Subliminal

2.11. Foto libros

El Foto libro es un concepto nuevo en la fotografía, se trata de una obra de arte digital que guarda los recuerdos de una manera novedosa, atractiva y elegante de acuerdo a la temática o decoración elegida, ya sea con fines personales, o promocionales.

El diseño de cada lamina permite la composición de fotografías panorámicas a doble página, las fotografías pueden ser ordenadas de manera secuencial. En cuanto a la tapa y la caja las mismas también se diseñan de manera exclusiva y personalizada de acuerdo a los fines que persigue el foto libro.



Figura 17 Foto libro

Fuente: <http://www.cendeac.net>

Este tipo de libro se compone de imágenes o fotos digitales que suelen estar acompañadas de texto. Éste es creado o diseñado desde una computadora donde se acomodan las fotos digitales en las diferentes páginas que lo forman, finalmente se expone como un trabajo artístico.



Figura 18 Foto libros

Fuente: www.cendeac.net

Entre los primeros foto libros se reconocen ediciones muy pequeñas que se lanzaron como fascículos coleccionables a una red de lectores bien informados y privilegiados. Pocos ejemplos originales de estos libros han sobrevivido hasta hoy, debido a su vulnerabilidad a la luz y los daños causados por manipulación frecuente.

2.12. Serigrafía

La palabra serigrafía del griego Serikós = seda y Graphé = escribir, dibujar, esto hace referencia al sistema de impresión, el cual se deriva de la antigua técnica de estarcido en la cual se empleaba una matriz formada por un marco con una malla abierta en ciertas zonas y cerrada en otras.

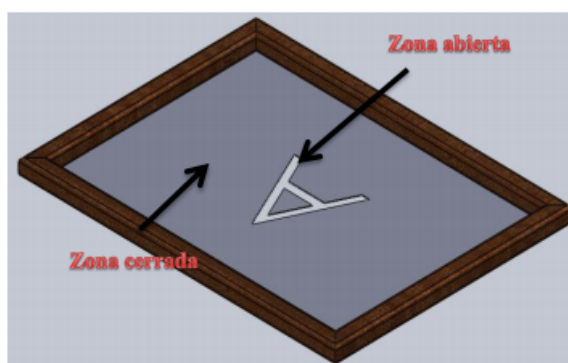


Figura 19 Marco con una malla abierta en ciertas zonas
Fuente: Navarrete Luis 2011

La tinta tenía cierta densidad por lo que requería ser arrastrada y presionada por una espátula de goma llamada racleta, de tal forma que atravesaba la malla y se depositaba en el soporte. Estos soportes se colocaban bajo la matriz, luego se procedía a la impresión y finalmente se retiraba para su secado. En el caso de la impresión sobre tela, esta permanece en el mismo lugar para la aplicación del siguiente color sobre el anterior. El proceso serigráfico comprende cuatro etapas básicas y consecutivas:

- Original
- Películas
- Matrices
- Impresión

De un original se obtiene una película, con la película se confecciona una matriz y con la matriz se imprime un soporte. Las tres primeras etapas son de preparación y la última corresponde a la impresión. La serigrafía cuenta con varias ventajas propias:

- Impresión sobre diversos materiales como: papel, vidrio, madera, plásticos, tela natural o sintética, cerámica, metal etc.
- Impresión sobre soportes de variadas formas: plana, cilíndrica, esférica, cónica, cúbica, etc.
- Impresión en exteriores o fuera de taller: vehículos, puertas, vitrinas, máquinas, etc.
- El soporte o pieza que se imprime recibe solo una débil presión al estamparse.
- Logra fuertes depósitos de tinta, obteniendo colores vivos con resistencia y permanencia al aire libre.
- Amplia selección en tipos de tintas: sintéticas, textiles, cerámicas, epóxicas, etc.
- Obtención de colores saturados, transparentes, fluorescentes, brillantes, mates o semi brillantes.
- Relativa simplicidad del proceso y del equipamiento.
- Variedad de equipos altamente automatizados para todas las etapas del proceso garantizando rapidez y calidad en altas producciones.
- Es rentable en tirajes cortos y largos.

La serigrafía encuentra aplicación en las siguientes áreas:

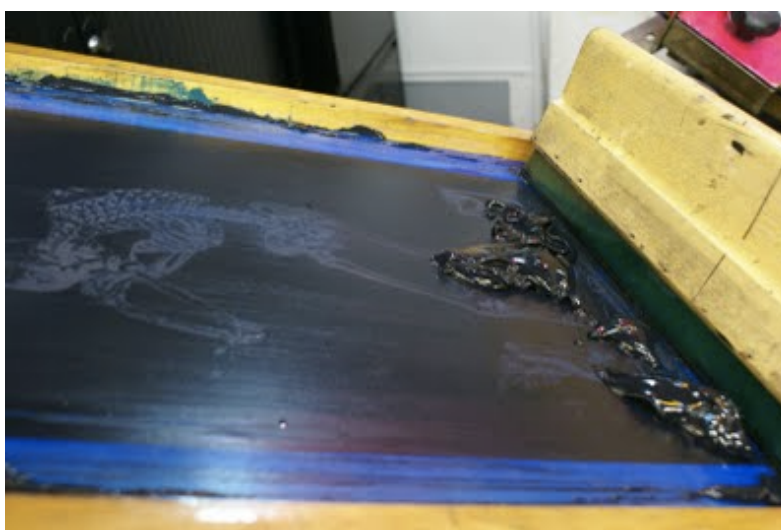


Figura 20 Técnica de serigrafía
Fuente: antidoto28serigrafia.blogspot.com/

- Artística para la producción numerada y firmada en cortos tirajes, de obras originales en papeles de calidad.
- Artesanal en la decoración de cerámicas, o en la impresión y posterior grabado al ácido.
- De metales para objetos decorativos
- Educativa; como actividad manual en la cual es posible observar y modificar directamente los resultados impresos, utilizando un equipamiento simple.
- Industrial; en la marcación de piezas, envases y placas de metal, plástico, madera o cerámica.
- Electrónica en la impresión y posterior grabado de placas para circuitos impresos, y en la impresión de paneles de aparatos electrónicos
- Publicitaria; en la personalización con una imagen de marca de elementos de uso común (jarros, ceniceros, encendedores, llaveros. etc.) o en la impresión de soportes de vía pública (letreros y paneles) o de punto de venta (displays, autoadhesivos, afiches. etc.).
- Textil; en la decoración y estampado de telas ya sea en piezas, como en remeras, camisetas, toallas o por metraje (cortinas).

a) Proceso serigráfico

Para iniciar con el proceso serigráfico se requiere de un soporte y dependiendo del estampado final que se desee se puede requerir muselina, con aproximadamente 20 hilos para un cartel, o si se desea un dibujo minúsculo se usa seda sintética para serigrafía, con más de 100 hilos debido a que los orificios son más pequeños.

Es preciso reconocer que la preparación del bastidor es similar a la de un lienzo para pintura al óleo. Para ello se tensa la muselina o la seda serigráfica al bastidor de madera o al marco metálico, con el fin de que la tensión quede pareja en todas las esquinas.

En la actualidad existen diversas emulsiones en el mercado, la más común es la emulsión foto serigame de color azul, la cual se usa para estampar con tintas con base de agua y con base de bencina (varsol), además está la emulsión roja para imprimir con tintas con base de PVC, ésta no es resistente a las tintas con base en agua, estas emulsiones son activadas con bicromato de amonio.

Otro aspecto a considerar corresponde a las planchas de impresión, las cuales deben hacerse en la oscuridad o penumbra, o con ayuda de lámparas de seguridad. Se le adiciona a la emulsión el bicromato de amonio en la cantidad que indique el fabricante, normalmente son unas pocas gotas, cabe recordar que estos materiales son fotosensibles, lo más recomendable es almacenarlos en un sitio oscuro o dentro de bolsas plásticas de color negro, una vez preparada la emulsión se extiende de manera pareja con una canal o una espátula sobre el bastidor con la seda tensionada y se deja secar en un sitio oscuro o con la ayuda de un secador de cabello, una vez seca, la emulsión se torna algo transparente.

Para quemar las planchas se usa una fuente de luz, normalmente una mesa de dibujo para calcar, la emulsión reacciona dependiendo de la cantidad de luz por esto es importante hacer pruebas para determinar el tiempo de exposición, habitualmente para una mesa de dibujo se expone durante no más de un minuto, también se puede usar el foco de un cuarto, para ello se debe exponer por aproximadamente 20 minutos o usar lámparas de cajón construidas para este fin, con varias lámparas fluorescentes.

Teniendo el bastidor con la emulsión seca se ubica el fotolito, también llamado arte, realizado debajo de él, el objetivo es que las partes negras del fotolito no dejen pasar la luz hacia ciertas partes de la seda emulsionada, por lo tanto, en estas partes la emulsión no se curará y podrá ser lavada posteriormente, hay que tener en cuenta que no debe de quedar espacio entre el fotolito y la plancha, para esto se usan libros o cualquier elemento que presione la seda sobre los fotolitos.

Después de la exposición de la plancha se procede a revelar, en este momento se puede salir del cuarto oscuro hacia un fregadero, suavemente se frota la seda con la mano o con un pincel, las partes que no fueron expuestas a la luz se diluirán fácilmente dejando la seda en blanco, no se debe frotar mucho porque toda la emulsión se caerá. En caso de que no se revelen las partes de la plancha es debido a que la plancha quedó sobreexpuesta, de lo contrario si toda la plancha queda en blanco es porque quedo subexpuesta y necesitaba más tiempo para reaccionar.

Después del proceso de revelado hay que dejar secar la plancha, en ocasiones quedan partes en que la emulsión se ha limpiado pero que no son parte del dibujo, para esto se puede pintar usando un pincel con la emulsión sobrante, una vez seca, la plancha podrá ser usada para imprimir. En caso de que se requiera recuperar una plancha arruinada se puede usar lejía para diluir la emulsión así ésta ya está curada.

2.13. Técnicas impresión sobre tela

Además de la serigrafía y las técnicas que requieren del teñido de la tela para su realización, existen otras que permiten la impresión, sin necesidad de teñir. Cada una de estas técnicas tiene sus características particulares. No obstante, pueden combinarse entre sí o con las técnicas de teñido por reserva, como el Batik o las técnicas de Shibori.

Devoré: Esta técnica, también conocida como devorado se emplea generalmente, sobre terciopelo o tejidos con texturas similares. Se trata de aplicar una pasta que quema el tejido, marcando un determinado diseño. Cuando se retira la pasta, el dibujo queda delimitado por la diferencia de textura, entre el terciopelo no alterado y el devorado que se ve liso.

Marbling: Mediante este procedimiento se logra un efecto de mareas de color. El producto se mezcla con diferentes tintes en un recipiente con agua y mediante formas diversas se logra producir efectos y dibujos muy interesantes, sobre los que se apoya la tela que se desea imprimir.

Heliografía: En este caso la tela se pinta con el modo y el motivo que se prefiera. Antes de que se seque la pintura, se cubren determinadas partes con plantillas y se expone al sol. El sol no afectará las zonas cubiertas, dejando impresos los diseños de las formas utilizadas.



Figura 21 Serigrafía en camisetas
Fuente: www.serigrafia.mobi

Serigrafía: Su nombre proviene de la seda, ya que antiguamente se realizaba usando este material. Sin embargo, en la actualidad quizás sea el método más empleado, en todas sus variantes técnicas, sobre una gran variedad de superficies. Consiste en filtrar la tinta a través de una malla, que ha sido obturada en determinadas áreas, para delimitar un diseño.

Sublimación: Sistema de impresión mediante transfer de papel en serigrafía o impresión digital transferido con calor y presión. La sublimación es por definición un cambio de estado físico; es decir el pasaje del estado sólido (tinta seca en el papel) al estado gaseoso (por acción del calor de una prensa térmica) sin pasar por el estado líquido.

Las tintas de sublimación, tienen como característica principal, la capacidad de realizar una unión química con ciertos materiales cuando se encuentran en estado gaseoso.

El método de impresión de estas tintas puede realizarse mediante el proceso tradicional de serigrafía, recomendado para medianas y grandes producciones de gran formato que no requieran de imágenes de alta definición (ej.: fotografías), siendo la estampación de camisetas de fútbol la aplicación clásica de este proceso; o bien mediante el proceso de sublimación digital utilizando impresoras o plotters adaptados para tal fin. Este sistema es indicado para pequeñas imágenes en grandes o pequeñas producciones, o para grandes formatos de pequeñas tiradas, o para medianos producciones de grandes formatos que requieran alta definición.

El proceso de sublimación se completa con la utilización de una termo estampadora, que mediante la aplicación de presión y temperatura realiza el proceso de sublimación propiamente dicho.

Existen 3 variables principales en todo proceso de transferencia: Presión, tiempo y temperatura. El valor adecuado de cada una de ellas depende del tipo de transfer y del material sobre el cual se realiza la transferencia

La durabilidad de este método de estampación es de por vida, antes se estropea la prenda que la estampación ya que la tinta entra gasificada entre los hilos, penetrando completamente. Consiguiendo que imágenes en alta resolución aparezcan brillantes y ricas en color. Se obtienen resultados asombrosos sin tacto y sin problemas a los lavados y con una gran potencia de colores vivos

La diversidad de materiales en los que se ha registrado información a manera de libro demuestran la evolución de la sociedad y de su capacidad de crear y producir, sin embargo a lo largo de los años es difícil encontrar registros en tela, los pocos hallazgos muestran como la humanidad en su intento de trascender con su conocimiento y vivencias, plasmó momentos de su vida en materiales como la tela. A más de ello hoy en día conocemos una tipo de manifestación artística que representa imágenes en tela, las artes plásticas logran este cometido mediante la pintura en óleo, acrílico, etc., a pesar de ello no asemeja esta producción a un libro y por otra parte no sugiere la combinación de con la fotografía.

La propuesta del proyecto sugiere una impresión digital en tela, mediante la técnica de la serigrafía lo cual permita que la imagen quede registrada en el material mencionado y pueda ser manipulado con facilidad incluso a través del tiempo sin perder calidad y minimizando el riesgo de deterioro para lograr su permanencia en el tiempo.

Además de ello la fotografía será actualizada es decir que serán imágenes inéditas tomadas por el ejecutor del proyecto, referentes a zonas turísticas de la Ciudad de Cuenca cuyo potencial promocional despierte el interés del turista, por ello el diseño innovador del libro fotográfico en tela tendrá un alto contenido de creatividad y originalidad, además de contener datos esenciales de los lugares representados como fuente de información.

2.14. Fotografía de paisajes

La fotografía de paisajes consiste en la representación de un gran espacio natural o de una parte específica de un país. Dentro de este tipo de fotografía también se consideran la toma de imágenes de algunos lugares urbanos.

- **Composición:** la regla de los tercios otorgan al fotógrafo una primera base sólida para componer una imagen. El fotógrafo debe tomar en cuenta la ubicación de uno o de varios sujetos, de la línea de horizonte y de cada elemento de componer la foto. Asimismo, debe cuidar que la línea de horizonte esté bien derecha.
- **Objetivo:** el gran angular es la distancia focal predilecta en la fotografía de paisajes. Este objetivo permite captar información al máximo y conservar un ángulo de campo lo suficientemente amplio.

- **Velocidad de obturación:** la mayoría de los fotógrafos especializados trabajan con tiempos de exposición largos. Esta técnica permite crear un efecto de hilo estático. Asimismo, permite hacer resaltar varios detalles de los diversos elementos de la composición.
- **Profundidad de campo:** con una profundidad de campo tan corta, se corre el riesgo de desenfoque en una parte de la imagen, en primer o segundo plano. Cerrar el diafragma permite aumentar la profundidad de campo y asegurar una imagen nítida en todos los planos.



Figura 22 Toma de paisaje

Fuente: <http://es.kioskea.net/faq/7644-fotografia-de-paisajes>

- **Accesorios:** el uso de un trípode en exposiciones largas es indispensable así como también es necesario contar con un mando a distancia (control remoto) que permita minimizar las vibraciones durante el disparo. Asimismo, algunas cámaras permiten mantener el espejo levantado lo cual también permite evitarlas vibraciones. Un nivel de burbuja (en el trípode o sobre el porta flash) permite controlar la horizontalidad perfecta de la cámara. Los filtros enroscables (grises neutros, polarizadores o de colores) permiten perfeccionar el resultado final.
- **Iluminación:** es un factor más de la fotografía de paisajes. El fotógrafo debe prestar mucha atención a la intensidad y a la orientación de las luces. Durante la salida o la puesta del sol, el uso de una luz suave permite obtener buenos resultados, siempre que los elementos no se encuentren muy a la sombra. La contra-luz debe evitarse, siempre que no se esté buscando un fin artístico específico.

- Sensibilidad: para evitar un ruido de imagen muy marcado, es necesario trabajar con un sensibilidad reducida (50 a 200 ISO). El uso de un trípode y de un tiempo de exposición largo permite exponer correctamente la imagen.

a) Técnicas avanzadas

- La técnica hiperfocal: consiste en aumentar al máximo la profundidad de campo gracias una pequeña apertura del diafragma (f/22 por ejemplo). Gracias a esta técnica, con un gran angular, el fotógrafo puede obtener una imagen nítida desde una distancia X hasta el infinito.
- La técnica panorámica: además del uso de un gran angular, el fotógrafo puede recomponer un espacio amplio juntando una serie de imágenes horizontales (pudiendo alcanzar 360°) ya que esta técnica consiste en: tomar varias fotos, escoger las más resaltantes y luego unir las a través de un programa informático. Asimismo, es posible re-encuadrar la imagen para obtener un panorámico menos extenso.
- El HDR (High Dynamic Range): el fotógrafo dispara varias veces a diversas exposiciones con el fin de tomar en cuenta los tonos más claros y los más oscurecidos. Al unir estos tonos se obtiene una fotografía de amplia gama dinámica que puede presentar separaciones de luminosidad muy marcadas.

2.15. Marco conceptual

- Adobe: Adobe Systems Incorporated es una empresa de software, fundada en 1982 por John Warnock y Charles Geschke cuando salieron de Xerox Parc. Son los creadores de PDF, y de programas como Photoshop, Illustrator, Acrobat, entre otros.
- Ángulo de toma: Angulo cubierto por un objetivo. En una cámara de 35mm., el objetivo normal de 50mm., cubre un ángulo de unos 45°, más o menos equivalente al de la visión normal humana (se entiende por normal el ángulo sobre el que los ojos ven una imagen enfocada: el ángulo realmente cubierto por la visión humana es de 150° -170°, pero los objetos de la periferia aparecen indistintos).
- Atractivo turístico: Lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.
- Catálogo turístico: Lista selectiva de los sitios, objetos y acontecimientos de interés turístico de una localidad, región o país.

- **Contraluz:** Luz, natural o artificial, situada por detrás del motivo. El contraste elevado que casi siempre le es característico dificulta el cálculo de la exposición. Como la lectura medida de toda la escena suele provocar sobre o sub exposición, es aconsejable tomar una lectura independiente de la parte del motivo que se quiera reproducir de forma normal. El contraluz, aunque crea problemas, tiene gran valor creativo y permite crear siluetas y halos en torno al cabello, por ejemplo.
- **Corriente turística:** Conjunto de personas que con fines turísticos, se desplaza de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de rutina.
- **Demanda:** Pedido o encargo de mercancías. En términos económicos es: cantidad de un bien o servicio que los sujetos económicos están dispuestos a adquirir para un precio dado.
- **Diagramar:** Ordenamiento de textos e imágenes en un original o en una película.
- **Espacio turístico:** Comprende a aquellas partes del territorio donde se verifica o podría verificarse, la práctica de actividades turísticas, cuyo elemento clave para ser delimitado son los atractivos.
- **Estampado:** En ciertos países proceso o impresión serigrafía sobre telas.
- **Extranjero:** Ciudadanos de un país, que se trasladen temporalmente a otros países por distintas razones.
- **Guía turística:** Fascículo, libro u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial suministrar información histórica, artística y de servicios de un lugar al turista.
- **Malla:** Tejido sintético homogéneo muy fino y resistente utilizado para confeccionar pantallas en serigrafía.
- **Marketing turístico:** Conjunto de técnicas relativas a la transferencia y servicios turísticos del producto al consumidor. Constituye la política y la demanda con la preparación de producto turístico para su venta con la distribución del mismo, con la satisfacción óptima de necesidades de segmentos determinados de consumidores.
- **Monumentos naturales:** Áreas legalmente declarada para la conservación indefinida de fenómenos geológicos, biológicos y otras manifestaciones de la naturaleza existentes en un país. Generalmente no tienen la variedad de atractivos que caracterizan a los parques nacionales.
- **Objetivo:** Se designa así en fotografía al lente o conjunto de lentes que enfocan un objeto.

- Producto turístico: Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico.
- Pruebas de lavado: Pruebas combinando detergentes en diferente temperatura, frote y agitación para determinar la resistencia de la impresión textil.
- Pulpo: Máquina similar a un carrusel para estampar varios colores sucesivamente y con buen calce, a prendas colocadas en una base llamada camilla o paleta.
- Simetría: Equilibrio armónico consistente reflejar la misma imagen a izquierda y derecha de un eje imaginario.

Capítulo II

Diagnóstico Situacional

3.1. Métodos y herramientas

El método consiste en la forma en la cual se va a alcanzar un propósito. La elección de un buen método garantizará el máximo aprovechamiento o rendimiento en la enseñanza aprendizaje en menos tiempo y con menos esfuerzo.

El tipo de estudio corresponde a analítico y de intervención cualitativa para investigar las necesidades de información turística en la ciudad de Cuenca.

Tomando como guía a Chávez (2008), el presente estudio se ajusta al tipo de investigación sustantiva, orientada a describir, explicar, predecir la realidad por la cual se busca principios y leyes generales que permiten organizar una teoría científica. El estudio sustantivo combina las características de la investigación pura y aplicada; es decir, se asume una perspectiva teórica para describir y explicar un problema y al mismo tiempo los resultados del estudio pueden ser de utilidad para la población sobre la que se realiza la investigación.

La estrategia metodológica cualitativa, muy vinculada al enfoque hermenéutico-crítico, es un tipo de estrategia que se sirve principalmente de los discursos, las percepciones, las vivencias y experiencias de los sujetos.

Las técnicas de recopilación de la información son:

La Encuesta: permite, por medio de preguntas que pueden ser cuantificadas, identificar las preferencias, percepciones, conocimiento, entre otros factores, de las personas que informan.

La Entrevista: se trata de una conversación que se establece bajo ciertos parámetros que permite conocer a fondo sobre una temática, se caracteriza por estar dirigida bajo un esquema de preguntas que persiguen un fin.

Fichaje bibliográfico: consisten en obtener, documentación escrita para soportar las afirmaciones, análisis o estudios realizados por los auditores.

Tabulación: Es la técnica de auditoría, mediante la cual se agrupan los resultados logrados, en las áreas, segmentos, o elementos examinados, de manera que se facilite la elaboración de las conclusiones.

Focus Groups: Como corresponde a toda técnica motivacional, apuntan a un tipo de información exploratoria o explicativa. Esta se lleva a cabo a manera de una conversación entre un número determinado de personas y permite identificar comportamientos respecto a una temática.

3.2. Unidad de análisis

La unidad de análisis comprende los turistas que visitan la ciudad de Cuenca, tanto nacionales como extranjeros, es decir 59.749 turistas extranjeros y nacionales que la ciudad de Cuenca recibió en el primer semestre del 2013, de acuerdo a las estadísticas del Ministerio de Turismo (MINTUR) y la oficina de Información Turística de Cuenca (I-TUR).

3.3. Población y muestra

La población de turistas se detalla a continuación:

Procedencia	Turistas	%
Nacional	14.340	24%
Extranjero	45.409	76%
Total	59.749	100%

Tabla 1 Población
Fuente: MINTUR, 2013

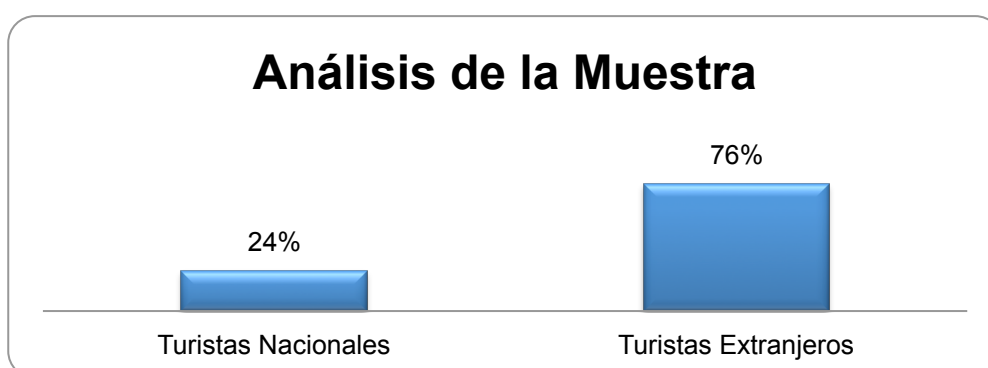


Figura 23 Análisis de la muestra
Fuente: El Autor

3.3.1. Cálculo de la muestra

- **Fórmula:**

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

- **Donde:**

N= Población (59.749)

P= Proporción de elementos de la población con una característica (50%)

e= Margen de Error (5%)

Z= Nivel de Confianza (95% = 1,96)

- **Reemplazando:**

$$n = \frac{59.749 \times (1,96 \times 1,96) \times 50(1-50)}{(5 \times 5) \times (204.923 - 1) + (1,96 \times 1,96) \times 50 \times (1-50)}$$

$$n = \frac{1928718882}{5132461,92}$$

- **Resultado:**

n = 379 Turistas, distribuidos de la siguiente forma:

Procedencia	Turistas	%
Nacional	91	24%
Extranjero	288	76%
Total	379	100%

Tabla 2 Muestra
Fuente: El Autor

3.4. Tipo y nivel de investigación

Enfoque: El presente estudio es de carácter cualitativo – cuantitativo. En primera instancia es una investigación cualitativa referida al individuo, a lo particular, analizando la realidad e interpretándola.

Nivel o tipo de investigación: Esta investigación posee carácter exploratorio, ya que es una temática escasamente estudiada en nuestro medio, por lo que es necesario realizar un estudio que entregue mayor conocimiento sobre la implementación de un libro fotográfico en tela para la promoción turística de Cuenca. Se aplicará la investigación de campo, es decir encuestas para obtener la información de la realidad donde se desarrollan los hechos o fenómenos investigados.

La recopilación de información teórica será mediante la investigación bibliográfica y la investigación científica, en bibliotecas virtuales y de la ciudad, lo que permitirá plantear lineamientos para sustentar el trabajo realizado.

3.5. Técnicas e instrumentos

Las técnicas utilizadas serán fichas bibliográficas, entrevistas a profundidad, encuestas de preguntas cerradas, además de recursos estadísticos como programas para tabulación y análisis.

Para la documentación bibliográfica será el fichaje que permite recopilar en forma ordenada y clara las ideas de los autores más representativos. Para la documentación de la información proporcionada por los turistas se realizará una encuesta de preguntas cerradas pues permite recabar la percepción, necesidades e incluso sugerencias del público objetivo ubicándose en su realidad.

Las entrevistas a profundidad tienen el fin de obtener aportes de personas expertas en determinados temas que permitan tener una mejor orientación respecto al proyecto, por ello se dirige a autoridades como la Cámara de turismo de Cuenca, la Alcaldía.

Por otra parte la utilización de recursos estadísticos sugiere el correcto procesamiento de la información y su fácil manipulación, por ello se utilizará una base de datos diseñada para el ingreso de los datos de la encuesta, los mismos que posteriormente serán analizados y procesados en tablas de frecuencia y porcentajes además de gráficas explicativas.

3.6. Organización y análisis de los datos

La información bibliográfica fue redactada en forma ordenada de acuerdo a cada tema desarrollado, permitiendo establecer criterios de importancia sobre los datos

recopilados por lo que se seleccionó solamente lo más relevante en función del tema de tesis.

Los datos se registraron en una base de datos que permitió su procesamiento, esta base fue depurada mediante una corrida de verificación, posteriormente se trabajó con tablas dinámicas para facilitar el procesamiento de la información y obtener cuadros de salida en términos de frecuencia y porcentaje que fueron representados con gráficas porcentuales.

3.7. Trabajado de campo

El trabajo de campo se realizó mediante un cronograma que permitió controlar el proceso de aplicación de la encuesta. Para el levantamiento de información se procedió a cargar la ficha por medio de redes sociales y el portal Gringo Tree para dirigirse a los turistas. Para el registro fotográfico se utilizó el siguiente esquema de trabajo:

1. Listado de los posibles lugares a incluirse en el libro

a) Museos

- Museo de las Conceptas
- Museo del CIDAP
- Museo de Arte Moderno
- Museo Taller del Sombrero
- Amaru zoológico Cuenca

b) Parques y plazoletas

- Parque Abdón Calderón
- Plaza del Carmen
- Parque San Sebastián
- Plaza Sangurima o plaza Rotary
- Plaza Cruz del Vado

c) Mercados y Barrios

- Mercado de las Flores
- Barrio de las Herrerías

- Barrio de El Vado
- Barrio de Todos Santos

d) Sitios arqueológicos

- Parque Arqueológico de Pumapungo
- Molleturo
- Nulti
- Turi
- Tarqui
- Baños
- Cumbe

e) Otros atractivos

- El Cajas
- Puente Roto
- La Calle Larga
- Iglesias del centro histórico
- El Barranco
- Vista panorámica desde San Pedro

2. Análisis histórico, turístico y funcional de los lugares propuestos

3. Selección de los lugares turísticos a incluirse en el libro

4. Planificación operativa para realizar las fotografías

- 4.1. Acceso al lugar
- 4.2. Horario conveniente
- 4.3. Accesorios necesarios
- 4.4. Posibles impedimentos
- 4.5. Observaciones

5. Gestión de la autorización correspondiente en caso de ser necesario

6. Ejecución de la sesión fotográfica

- 6.1. Ajuste del trípode
- 6.2. Identificación de un centro de interés
- 6.3. Análisis del fondo
- 6.4. Posición adecuada para mantener recto el horizonte
- 6.5. Tener en cuenta el cielo
- 6.6. Cuidado con las líneas de la fotografía
- 6.7. Captura del movimiento para ajustar el obturador
- 6.8. Tomar en cuenta las condiciones climáticas y la hora del día

3.8. Resultados de la investigación cuantitativa

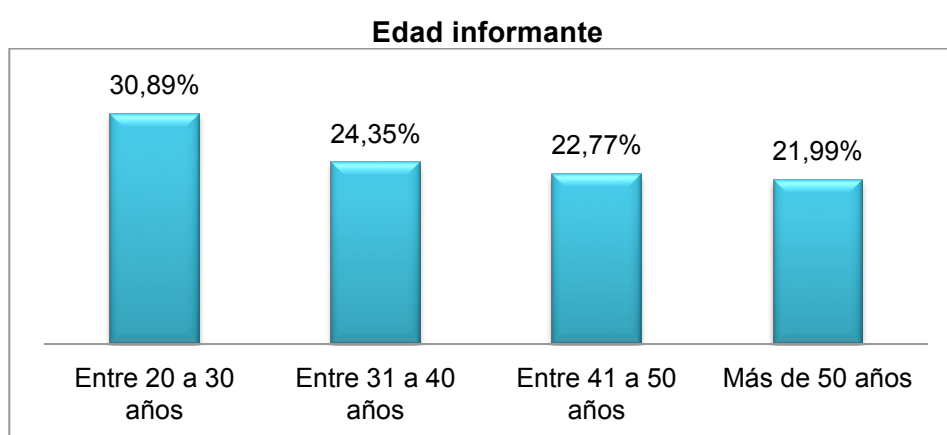


Figura 24 Edad del informante
Fuente: El Autor

La edad predominante de los informantes se encuentra en el rango entre los 20 a 30 años sin embargo la edad promedio es de 33 años, es decir que se trata de personas con cierto nivel de experiencia cuya capacidad de decisión está sujeta a criterios más sólidos, es decir un público capaz de manifestar sus necesidades y preferencias.

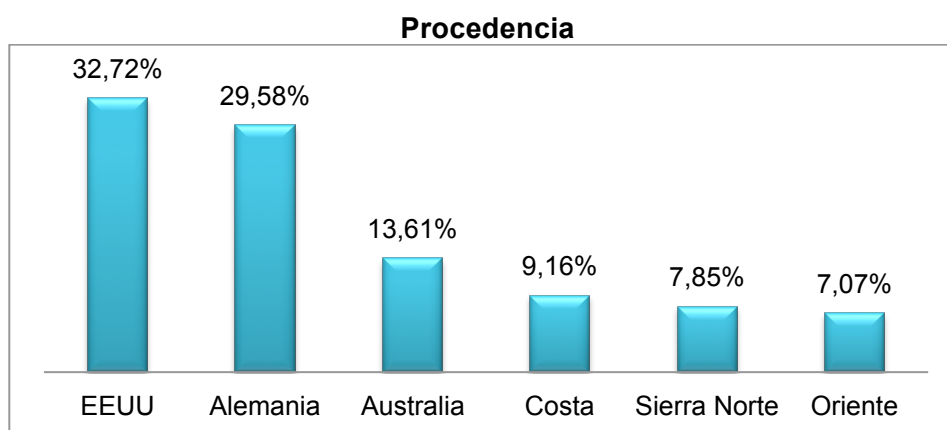


Figura 25 Procedencia
Fuente: El Autor

La procedencia de los turistas se refleja con el 32,72% provenientes de EEUU y el 29,58% de Alemania, esta información se corrobora con el Ministerio de Turismo, quienes manifestaron que en la actualidad la promoción turística en ambos países ha sido intensa debido a que Cuenca es considerada como ciudad de descanso ubicándose, según muchos expertos, como la primera opción para los jubilados.

En el caso de los turistas nacionales, en su mayoría provienen de zonas de la costa, en tanto Cuenca se encuentra relativamente cerca de la provincia del Guayas y El Oro, además la presencia de personas de la sierra centro es notoria de igual forma por la distancia con Cañar y Chimborazo, además gran flujo de Quiteños, por otra parte el Oriente no dista mucho de Morona Santiago o Zamora Chinchipe.

De acuerdo a este contexto es posible considerar a Cuenca como una ciudad multi-étnica y cultural, capaz de acoger diversas propuestas sin perder su esencia, es por ello que los esfuerzos por mantener vivas las tradiciones, costumbres, folklor y otras manifestaciones propias, han sido orientados a cultivar y preservar las raíces del cuencano. Además permite promover al mundo el bagaje cultural que la ciudad y sus pobladores pueden ofrecer.

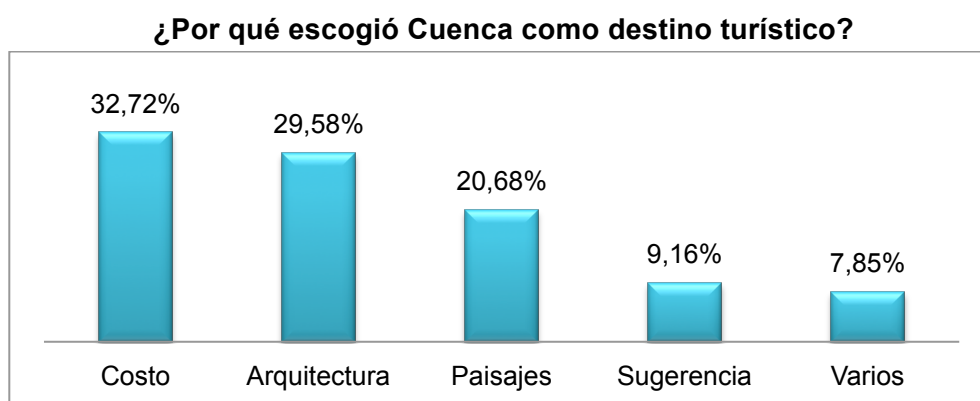


Figura 26 Razón por la que escogió un destino turístico
Fuente: El Autor

Los motivos por lo que los turistas viajan a la ciudad obedecen a razones de costo, en cuanto Cuenca es considerada como una ciudad para hacer turismo pues su recorrido no es dificultoso, existen variedades en ofertas de acuerdo a diversos presupuestos e incluso el incremento de servicios de hospedaje se ha hecho notar en la última temporada con precios accesibles.

Es preciso notar que el 29,58% valora las características arquitectónicas de la ciudad, situación que se justifica en los mensajes de las diferentes promociones turísticas, en

las cuales se destaca la riqueza de las edificaciones, materiales, estilos, entre otros. Por otra parte en cuanto a paisajes, el turista valora mucho las diferentes opciones a dónde acudir, ya sea dentro del cantón o fuera de él, entre los principales lugares están: Baños, Yunguilla, Gualaceo, Paute, entre otros.

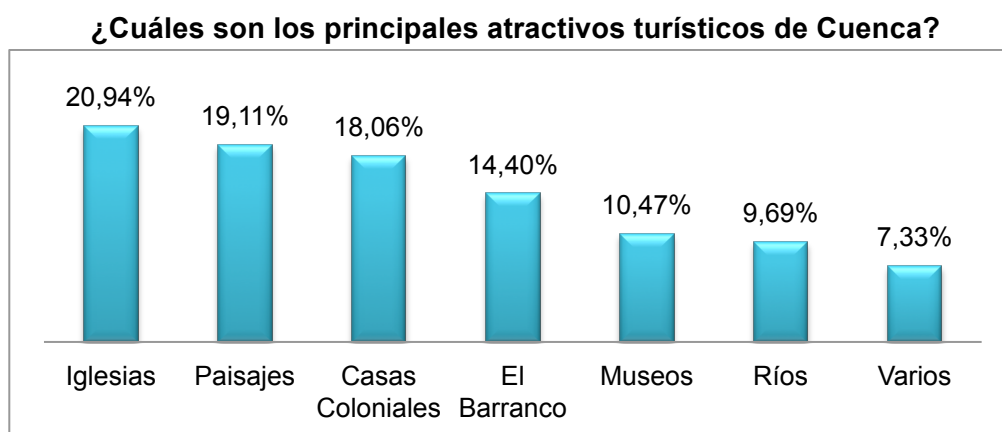


Figura 27 Principales atractivos turísticos
Fuente: El Autor

Entre los principales atractivos valorados en la ciudad, se encuentran las Iglesias, éstas tienen gran presencia en el centro de Cuenca, su imponencia es evidente y destacan entre las demás edificaciones por sus condiciones arquitectónicas y su conservación. Por otra parte los paisajes referidos como sitios de los cuales se puede disfrutar de la naturaleza son unas de las mejores distracciones que encuentra el turista, incluso varios paquetes turísticos ofrecen recorridos especiales que permiten encuentros con zonas paisajísticas de la provincia.

Es indudable que otra de las condiciones de la ciudad se refleja en las casas coloniales, muchas de las cuales son fácilmente identificables por los cuidados en su conservación y restauración, no siendo víctimas de la modernidad. En este sentido el Barranco es una de las áreas más llamativas y mejor conservadas de la ciudad.

¿A través de que medio se informó de los atractivos turísticos de Cuenca?

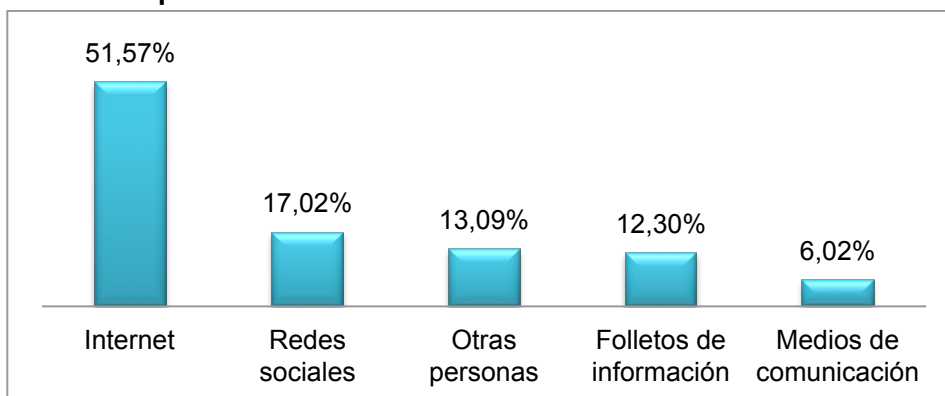


Figura 28 Medio por el que se informa
Fuente: El Autor

Los medios de comunicación juegan un rol primario cuando se trata de difundir y promocionar los destinos turísticos de un país, para el caso de los turistas que visitan Cuenca, se evidencia el masivo acceso a internet a través de las páginas oficiales que promocionan a la ciudad, redes sociales y cuentas creadas con el fin de dar a conocer al mundo sobre las ofertas de turismo en Cuenca.

Se evidencia que el material POP como tal no juega un papel importante, esto se justifica debido a la facilidad del acceso a información por medio de la web, además de la interacción que esta permite con otros usuarios y turistas que refieren a la ciudad como destino turístico.

¿Alguna vez ha visto libros de promoción turística diseñados en tela?

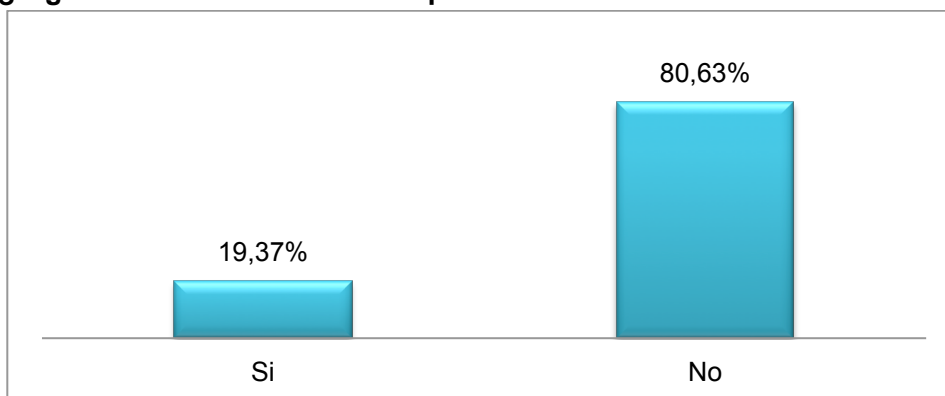


Figura 29 Ha visto libros de promoción turística diseñados en tela
Fuente: El Autor

En la actualidad existen infinidad de propuestas POP para difundir los destinos turísticos, muchos de ellos tienen gran impacto en el público objetivo, otros son solo informantes cuyo efecto es mínimo; en este medio de constante diseño y creatividad las propuestas innovadoras se hacen presentes, sin embargo el diseño en tela para la

promoción turística generalmente ha sido evidenciado en camisetas y prendas de vestir. Los informantes manifiestan su desconocimiento de una propuesta en tela para un libro de promoción turística.

¿Si existiera un libro de promoción turística diseñado en tela, usted accedería a él?

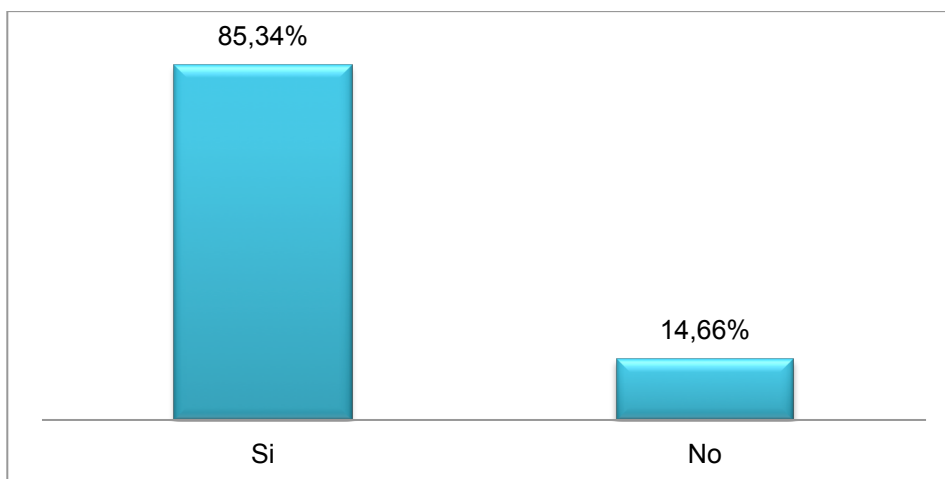


Figura 30 Usted accedería a un libro de promoción turística diseñado en tela
Fuente: El Autor

Al consultar sobre la opción del libro en tela para promover la ciudad, los informantes manifestaron que si lo comprarían debido a su innovación y nueva propuesta, además los turistas extranjeros indicaron que por la facilidad de llevarlo entre la maleta sería interesante contar con este recurso, sin embargo se percibe la preocupación de que éste no soporte las lavadas en máquina debido al constante uso del mismo y por ende desgastamiento de colores e imágenes. Otro aspecto a considerar es la legibilidad de las letras por lo que se siente dudas respecto a su funcionalidad.

¿Qué características debería tener el libro diseñado en tela para que fuese atractivo?

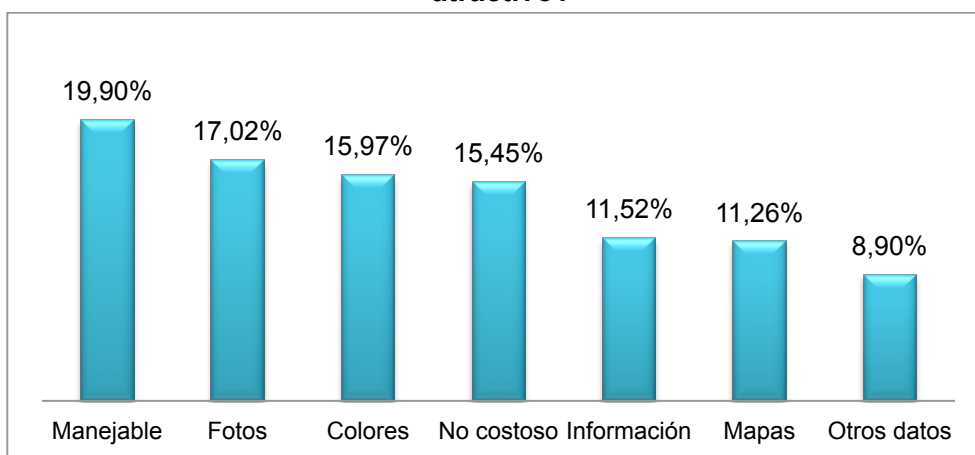


Figura 31 Características que debería tener el libro en tela
Fuente: El Autor

Las características que debería tener el libro en tela, para ser atractivo son: que sea manejable y de fácil guardado de tal forma que pueda ser llevado en la maleta o en bolsos de mano; por otra parte la fotografía debe ser clara y atractiva pues el interés del turista es apreciar la belleza de la ciudad a través de las fotos y los colores de las mismas.

También se toma en cuenta el costo, pues éste debe ser accesible al turista, en tanto el libro puede ser considerado como un recuerdo por lo que no solo se promovería el turismo sino el comercio. Otro tema que cabe destacar es la información que este contenga, pues no solo debe ser de la historia y tradición como generalmente se promueve, debe contener datos exactos de cómo llegar a los diferentes sitios con la ayuda de mapas inclusive puesto que para el turista es difícil ubicarse en una tierra extraña.

Capítulo IV

Propuesta de Diseño

4.1. Lugares turísticos seleccionados para el libro

a) La Cruz del Vado y el monumento del Palo Encebado

Ubicado en las calles Juan Montalvo y calle Larga, se constituye como un verdadero balcón cuencano, pues desde este punto se puede observar la parte baja y moderna de la capital azuaya. La Cruz del Vado se encuentra en uno de los barrios más tradicionales de la ciudad en el cual se levanta el monumento del palo encebado por ser considerado uno de los juegos populares tradicionales del sector. (Alcaldía de Cuenca, 2013)

b) Parque Calderón

El Parque Abdón Calderón está ubicado en el centro de Cuenca entre las calles Simón Bolívar, Mariscal Sucre, Benigno Malo y Presidente Córdova.

Su tradición, cultural y comarca campesina, lo convierten en uno de los principales lugares turísticos de la ciudad. En su interior se observa el monumento al héroe de la Independencia en la Batalla de Pichincha, Abdón Calderón. A su alrededor se levantan edificios como la Catedral, el Municipio y la Fundación Turismo para Cuenca.

c) Iglesia de Santo Domingo

La Iglesia de Santo Domingo se encuentra en la parroquia Gil Ramírez Dávalos, en las calles General Colombia y Padre Aguirre..

Este templo, en cuya fachada se levantan imponentes torres gemelas de 37 metros de altura, empezó a ser construida desde la segunda década del siglo XIX. A su terminación en los años treinta, fue dedicada a la Virgen del Rosario, más conocida como "Morenica del Rosario".

d) Iglesia de San Sebastián

La Iglesia de San Sebastián se encuentra en las calles Bolívar y Coronel Talbot, en el límite oeste del Centro Histórico de Cuenca, en la parroquia San Sebastián.

Frente a la iglesia existe la presencia de un pequeño atrio y al lado sur, se halla la plaza de San Sebastián, Ambos espacios públicos le otorgan un ambiente muy especial al templo. Se destaca, al otro lado de la plaza, el Museo de Arte Moderno, uno de los espacios más importantes del mundo de la cultura de Cuenca.

e) Iglesia de San Blas

La iglesia de San Blas está ubicada al este del Centro Histórico de Cuenca, en la intersección de las calles Simón Bolívar y Manuel Vega. Esta iglesia fue, por casi cuatro siglos, el límite oriental de la pequeña ciudad de Cuenca; en la zona denominada en la época colonial "barrios de abajo". San Blas es el único templo cuencano construido en forma de una perfecta cruz latina.

f) Iglesia de San Alfonso

La Iglesia de San Alfonso está localizada en el Centro Histórico de Cuenca, a una cuadra del Parque Calderón, en la intersección de las calles Simón Bolívar y Presidente Borrero. Esta iglesia es una de las más importantes de la ciudad.

El templo se caracteriza por un estilo neogótico y se destaca por ser un elemento emergente en el entorno urbano. El estado de conservación del atractivo, tanto en su parte estructural como en la ornamental, ofrece las mejores condiciones.

g) Iglesia del Cenáculo

La iglesia del cenáculo se encuentra entre las calles Tarqui y Simón Bolívar. Esta edificación es un símbolo de tradición y religiosidad cuencana. La construcción del templo del Cenáculo fue promovida por el sacerdote Julio María Matovelle, quien fue un destacado escritor y fundador de la Congregación de las Madres Oblatas.

h) Turi

La parroquia de Turi se ubica a cuatro kilómetros al sur de Cuenca; su principal vía de acceso es la avenida 24 de Mayo. Su imagen es la de mirador, pero Turi también tiene otras imágenes: es paisaje propio, tiene cultura propia, una economía artesanal, y una arquitectura propia de Cuenca ubicada al interior de la parroquia.

Turi, que viene del vocablo indígena "kuri" que significa oro, tiene la conformación típica de los asentamientos rurales de la región: la presencia de la plaza, la iglesia y las edificaciones ubicadas en torno a los hitos urbanos son dignos de visitar, por su belleza arquitectónica.

i) Puente Roto

El Puente Roto está ubicado en la bajada de Todos Los Santos y Paseo Tres de Noviembre. Se constituye un hito urbano de Cuenca y un testimonio histórico de la fuerza destructiva del río Tomebamba o como en la antigüedad lo llamaban Julián Matadero, debido a que en ciertas épocas del año, cuando crecía su caudal, se llevaba todo lo que había a su paso.

El Puente está hecho de piedra y hasta de sillares de mármol, todo con mortero de cal y arena. Desde arriba luce a plenitud el que fue antiguamente el puente de Todos Santos, maravillosa y gran obra de construcción, con sus bases de piedra y balaustrada de ladrillo que, en arcos sucesivos llegaba a la otra orilla.

j) El Barranco

El Barranco del río Tomebamba se encuentra entre la calle Larga, 12 de Abril, subida a El Vado y bajada de Todos los Santos y se constituye como la segunda terraza que conforma la ciudad.

El río Tomebamba y el Barranco, como elementos geográficos, marcaron el carácter indeleble de la ciudad histórica. A más del patrimonio urbano, el Barranco contiene alrededor de 120 estructuras arquitectónicas, protegidas como bienes de la ciudad por las autoridades correspondientes y se caracteriza por ser el elemento simbólico más importante de la ciudad.

k) Catedral Vieja

La Catedral de El Sagrario, o como se la conoce, la Catedral Vieja, es un lugar emblemático de Cuenca, se ubica en pleno centro histórico en las calles Mariscal Sucre y Luis Cordero.

Este templo se caracteriza por ser la iglesia más antigua de Cuenca, se construyó apenas 10 años después de la fundación española de la ciudad. Construida en el siglo XVI, mantiene en gran parte de su estructura elementos coloniales que, sin embargo, han sido modificados por ulteriores intervenciones.

La iglesia dispone de otros bienes de interés artístico. Entre ellos están el Púlpito de madera de estilo barroco local, los retablos menores de Santa Marianita y la Virgen de los Imposibles, cuadros de las Estaciones, pinturas, etc.

l) Edificación del Colegio Benigno Malo

Se ubica en la avenida Fray Vicente Solano, la edificación está hecha a base de ladrillos y cal. Su arquitectura es de estilo francés, y en Argentina existe una réplica exacta de este edificio, el cual alberga embajadas y consulados.

En 1964, cuando el establecimiento cumplió 100 años de vida institucional, Correos del Ecuador emitió una estampilla conmemorativa por el centenario de este plantel.

m) Museo Pumapungo

Las ruinas arqueológicas de Pumapungo, también conocidas como Museo del Banco Central, se encuentran ubicadas en medio de la región Ingapirca, al norte de Cuenca.

Pumapungo, significa "Puerta del Puma" y fue fundada por los Incas Túpac Yupanqui después de su victoria sobre la tribu de los Cañaris. Existen vestigios que confirman que alrededor del siglo XV el sitio se había convertido en un lugar sagrado con majestuosos templos y palacios.

La zona arqueológica fue destruida tras la guerra civil entre los hijos de Huayna-Cápac y casi desaparece tras la llegada de los Españoles, ya que casi todas las rocas talladas artísticamente fueron tomadas de las ruinas para construir los edificios e iglesias de la ciudad de la Cuenca.

n) Zoológico Amaru

Esta institución nació como una iniciativa del sector privado para el impulso de la investigación y la difusión de la riqueza faunística de la zona.

Cuenta con una colección de más de 120 especies de animales vivos, de los cuales, la mayoría pertenecen al Ecuador. Dentro de esta muestra se incluyen anfibios, reptiles y peces. Además, en el centro opera el servicio de rescate de animales en tráfico.

Para llegar se debe tomar la Autopista Cuenca – Azogues, en el Km 10 1/2 (sector hospital del río) y subir por una calle lastrada (de segundo orden) 600 m, hasta encontrarse nuevamente al lado derecho con la entrada al parqueadero del zoológico.

o) Ruinas de Todos Santos

El espacio arqueológico de Todos Santos, está localizado en el margen izquierdo del Río Tomebamba, a 100 metros del puente de Todos Santos, en la parroquia de San Blas, barrio Pumapungo, entre la Calle Larga 2-23 y Manuel Vega.

El Sitio de Todos Santos toma el nombre del primer barrio de Cuenca y del antiguo puente construido en 1849, destruido posteriormente por la creciente del Río Tomebamba en 1950.

Cabe destacar que durante las excavaciones arqueológicas que se iniciaron a partir de 1972, se han rescatado alrededor de veinte mil fragmentos y piezas enteras de cerámica, piedra y metal, que se exhiben en el Museo Manuel Agustín Landívar.

p) La Casa Chaguarchimbana

Se ubica en la calle de las Herrerías y calle del Arupo. Su nombre se debe a la zona en donde está edificada, cercana a las orillas bajas del Río Yanuncay. Chaguarchimbana viene de chaguarquero, que indica el lugar menos profundo del río.

En la época, Chaguarchimbana era una de las más elegantes mansiones de la región, en medio de la ciudad y el campo, considerada como una casa-quinta, llena de lujos y comodidades, con amplios corredores, mirador y murales que adornaban la fachada frontal. Fue restaurada en el año de 1992, actualmente hospeda al Museo de la Tierra y las Artes de Fuego, bajo la responsabilidad de la Fundación Paúl Rivet.

q) Baños

La parroquia se encuentra localizada al occidente de la ciudad, su centro parroquial está a 8 kilómetros de Cuenca. La parroquia está enclavada en las estribaciones de la cordillera occidental de los Andes, rodeada de colinas y un hermoso paisaje.

Se caracteriza por su belleza natural, potencialidad humana y económica, así como por su clima y aguas termales convirtiéndola en punto obligatorio para los visitantes y también de los habitantes de Cuenca. Los recursos minerales y las aguas termales le dan tradición a Baños. Este regalo de la naturaleza ha sido aprovechado convenientemente con la construcción de piscinas de aguas calientes con propiedades curativas.

r) Plazoleta de las flores

Se encuentra junto a la Iglesia Carmen de la Asunción, entre las calles Padre Aguirre y Mariscal Sucre. Este lugar se caracteriza por agrupar varios puestos que sirven para la venta de todo tipo de flores. Su variedad de formas y colores generan un contraste espectacular que se conjuga con el entorno colonial.

s) Parque El Paraíso

El parque El Paraíso, una de las áreas naturales más grandes de Cuenca, ubicado atrás del hospital Vicente Corral Moscoso.

Uno de los principales atractivos, es la laguna artificial en la que se pueden realizar paseos en bote a pedal. Los visitantes pueden acceder de manera gratuita, de viernes a domingo en el horario de 09h00 a 17h00.

El parque tiene una extensión de 17 hectáreas, con áreas verdes cercanas a los ríos Tomebamba y Yanuncay, canchas deportivas, juegos infantiles y un parque didáctico de educación vial.

t) Museo del Banco Central

El Museo del Banco Central se encuentra ubicado en Calle Larga S/N y Av. Huayna Capac y tiene un fin fundamental: ofrecer una visión de un país profundo, a través de objetos de uso cotidiano.

En el Museo se organiza exposiciones, en las cuales se puede admirar todas las piezas con las que cuenta entre donadas y encontradas en las excavaciones del área que ocupa el Banco Central (Pumapungo). Además presta servicios de biblioteca, musicoteca, hemeroteca, colección fotográfica de Cuenca, entre otras.

u) Calle Larga

En la Calle Larga, en el Centro Histórico de Cuenca, se conjuga un pasado histórico con un presente agitado por bares, cafés, restaurantes y una suerte de romería de turistas que la recorren día y la noche.

A mediados del siglo pasado se contaban leyendas sobre fantasmas, sobre un cura sin cabeza, una viuda del farol, entre otros. Pero esos relatos ya no asustan a sus visitantes, sino que más bien los atraen.

La comida rápida, árabe, mexicana, ecuatoriana, suiza, alemana, gourmet, forman parte de un variado menú que se ofrece en la calle Larga, además de diversos sitios para compartir entre amigos.

v) Tres Puentes

Los tres puentes se encuentra en la parroquia Yanuncay más conocida como la Don Bosco. Esta una parte muy recurrida por las personas en tanto ofrece una gran variedad de lugares en los que se comercializa comida típica como el cuy, las cascaritas y el mote blanco.

w) Parque de la Madre

Está ubicado a las riveras del Tomebamba en la Av. Federico Malo y 12 de Abril. Es un parque destinado a la recreación y al deporte, cuenta con espacios verdes y juegos infantiles así como de un sendero para atletas. En el interior del parque se encuentran

las instalaciones de la Escuela de Marcha. Además, se puede acceder al planetario municipal en donde se puede disfrutar de documentales a cerca de la tierra y el espacio.

x) Antigua casa del Padre Torres o Casa de la Bajada del Centenario

Se encuentra en la ribera norte del río Tomebamba. Fue construida en 1918 para ser la vivienda del padre Torres. El diseño de su fachada es de corte clásico, y en ella predomina la verticalidad, acentuada por elementos compositivos como columnas de orden gigante.

y) Museo de los Metales

Esta casa fue la antigua Cervecería del Azuay. La construcción de esta casa marcó el proceso de urbanización de la zona, ya que cuando se implantó en el Ejido sólo existían quintas y campos de cultivo agrícola.

“La Nueva Cervecería del Azuay” funcionó desde 1924 hasta la década del 40, así como la fábrica de colas Santa Laura, construida en los años 30, propiedad de la misma familia.

z) Plaza del Herrero

La plaza se inauguró en 1996. El volcán de donde se levanta la escultura que simboliza el torso de un herrero, con un yunque levantado en el brazo derecho, posee un sistema interno de gas, que permite la inflamación de la escultura, como nacida del fuego; y posee además un sistema de agua, que apaga el fuego y cae del volcán recorriendo pequeños senderos de piedra y cerámica.

4.2. Proceso para el diseño del libro en tela

Formato: El formato hace referencia a la forma que adopta el libro, sus dimensiones e incluso la forma de guardado del material, inclusive se relaciona con la comodidad para poder transportar el libro, la apreciación de imágenes y sobre todo la forma de economizar el material. De tal forma que se escogió una tela sintética para la impresión de fotos y para el forro una tela semejante a la de las polleras en la que se incluyen bordados tradicionales de la ciudad.

Por otra parte, el libro cumple con una doble funcionalidad, pues no solo es un material turístico-informativo, además se convierte en una obra de arte el momento que cualquiera de las fotos que lo conforman, pueden ser arrancadas y utilizadas como cuadro tal cual como lo realizan los artistas pintores al plasmar una obra de arte sobre lienzo.

Fotografía: Para realizar la fotografía, se utilizó una cámara profesional Sony a200, un trípode y un mapa de las zonas turísticas de ciudad. Las fotografías fueron tomadas desde las cúpulas de la iglesia más importante de la Ciudad, es decir la Catedral, también desde un bus turístico que realiza un recorrido por los principales lugares desde los cuales muchos fotógrafos aprovechan para captar imágenes inolvidables.

Las fotografías se tomaron durante el día, la tarde o la noche con el fin de aprovechar la luz a diferentes horas y obtener imágenes únicas.



Figura 32. Imágenes de Cuenca
Fuente: El Autor

Se captaron entre unas 2.000 a 4.000 imágenes de la ciudad, con la finalidad de obtener una amplia gama de opciones para el libro, procurando destacar aspectos relevantes en cada una de las imágenes.



Figura 33. Imágenes de Cuenca durante el día
Fuente: El Autor

Textos: Una vez obtenidas las imágenes, se procedió a una pequeña investigación documental y vivencial pues en cada visita se procuró tomar nota de aspectos o características relevantes. Con los textos finales, se realizó la traducción al idioma inglés, tomando en cuenta que en la ciudad existe una gran afluencia de turistas conoedores del mismo.

Diagramación: La diagramación se realizó con la ayuda de programas de diseño como el Photoshop, Illustrator e Indesign, dichos softwares permitieron diseñar el libro para poder imprimirlo posteriormente.

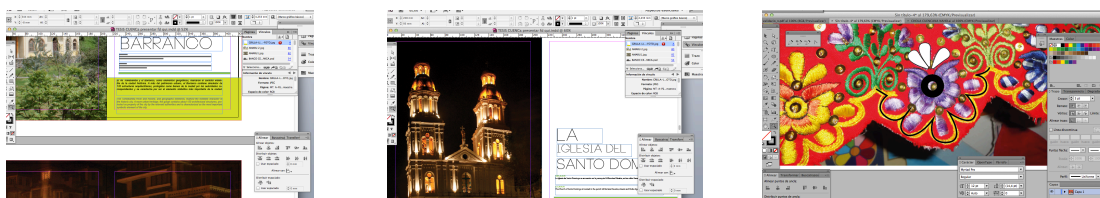


Figura 34. Edición del libro.
Fuente: El Autor

Impresión: La impresión se realizó en una máquina de solventes. La primera prueba se realizó mediante el sublimado, pero se presentaron problemas de aglomeración de tela y por ende el libro triplico su tamaño original, debido a esto se optó por imprimir en tela sintética, sin embargo la apreciación de las autoridades de la Universidad, sugería que la tela no se prestaba para apreciar las fotos, por lo que se procedió a imprimir en otra tipo de tela sintética con un efecto lienzo que permite dar un valor agregado al material, al ser desprendible cada imagen, con el fin de que ésta pueda ser enmarcada y guardada o expuesta como obra de arte.



Figura 35. Impresión en tela.
Fuente: El Autor

Armado: Para realizar el armado se cortó cada imagen con una regla y cuchilla de forma simétrica sin causar daño al material y menos a la fotografía.

El costado izquierdo de la imagen se compuso por un espaciado y perforación que permite que el armado sea más fácil, en tanto la perforación es traspasada con una bincha de fácil manipulación.



Figura 36. Armado del libro.
Fuente: El Autor

Portada: La portada se realizó en tela de pollera, como un forro; tipo paraguas, esto brinda comodidad para llevar el libro en una maleta e incluso en la mano sin que resulte un estorbo.

Valor agregado: el libro tiene un valor agregado, en tanto se trabajan con imágenes con código QR, el mismo que al ser escaneado por un teléfono inteligente, es cargado directamente a internet, llevando a los usuarios a una página de Facebook en la cual podrán acceder a la información de los lugares turísticos promocionados en el libro.

4.3. Validación del material

Para evaluar la funcionalidad de la propuesta y la originalidad, se consultó a personas cuyo conocimiento en las áreas de Turismo y Diseño son u aporte a la presente propuesta. A continuación se exponen las fichas de evaluación.

DATOS DEL VALIDADOR					
Apellidos y Nombres:	DUTAN TAPIA GIL MOISES				
Cédula de Identidad:	0101838225				
Perfil Académico:	Guia Naturalista				
Experiencia Laboral:	Guia Naturalista del Parque Nacional Cajon				
PROCESO DE VALIDACIÓN DEL PROYECTO					
Nº	INDICADOR	VALORACIÓN			
		EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR
1	Originalidad del Proyecto	X			
2	Viabilidad		X		
3	Creatividad	X			
4	Estética		X		
5	Funcionalidad		X		
6	Coherencia con los valores de la institución	X			
4	Funcionalidad	X			
Observaciones:					


FIRMA DEL VALIDADOR(a)

DATOS DEL VALIDADOR

Apellidos y Nombres: BARRERA OREGUANA MARTIN IGNACIO
 Cédula de Identidad: 010407604-7
 Perfil Académico: ESCUELA: LEONCIO COPPOLI T. COLEGIO: FRAY V. SOLANO UNIV. UDA
 Experiencia Laboral: JEFE DISEÑO SENAL X
JEFE PRODUCCION EXAPRINT
DOCENTE SOPAMERICANO INT.
DISCÑO E IMPRESION MAKRO

PROCESO DE VALIDACIÓN DEL PROYECTO

N°	INDICADOR	VALORACIÓN			
		EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR
1	Originalidad del Proyecto	X			
2	Viabilidad		X		
3	Creatividad	X			
4	Estética	X			
5	Funcionalidad				
6	Coherencia con los valores de la institución		X		
4	Funcionalidad	X			

Observaciones:



010407604-7

FIRMA DEL VALIDADOR(a)

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

De acuerdo al material revisado, la investigación realizada y el diseño ejecutado, se concluye lo siguiente:

Los materiales publicitarios empleados en promoción turística son tradicionales, no se observa mayor evolución o propuestas alternativas, por lo que los turistas demandan nuevas opciones que capten su atención y más cuenten con un valor agregado de tal forma que se capte su atención, es por ello que el libro en tela resulta un material potencial para despertar el interés de las personas por visitar la ciudad.

Las imágenes empleadas en los distintos materiales publicitarios son repetitivas por lo que han provocado un mensaje rutinario en el turista, comprendiendo a la ciudad como un limitado sitio en el que puede encontrar lo que realmente busca, por tal motivo las imágenes empleadas en el libro en tela son de autoría propia y son el esfuerzo de capturar una ciudad diferente y más acogedora, capaz de ofertar otras opciones adicionales a lo tradicional.

Es posible indicar que la el diseño y diagramación de un libro en tela es una contribución significativa para promocionar la ciudad de Cuenca, en cuanto se constituye en una propuesta innovadora, altamente llamativa al turista y sobre todo contempla conceptos de funcionalidad pues su impresión se realizó en un material que permite su manipulación, conservación e inclusive mantenimiento por lo que su vida útil es mayor a la del material POP tradicional inclusive convirtiéndose en un elemento con bajos niveles de contaminación al no ser desechable como un tríptico o un flyer.

6.2. Recomendaciones

Para la producción del material se recomienda:

Tener presente el tipo de materiales que se requieren para la creación del libro en tela en tanto no puede imprimirse en cualquier superficie textil no solo por la calidad de la imagen final si no por la manipulación y conservación del mismo.

Es indispensable considerar la promoción del libro en tela a través de instituciones formales como ministerios u otras entidades que puedan solventar la producción del mismo en grandes cantidades, pues el costo podría elevarse si se aumenta el tiraje del mismo.

Para las tomas fotográficas de los lugares turísticos se debe priorizar aquellas zonas en las que la promoción ha sido limitada o sesgada a ciertos atractivos, la meta del libro debería orientarse a promover diversos sitios de la ciudad de una manera diferente, inclusive pasando a segundo plano el aspecto comercializador, y retomando más los criterios de cultura, tradición y educación.

Bibliografía

ALBIÑANA, M., OLIVERAS, R., RUBIO, E., et al. (2011) Estampación. Diferentes técnicas de estampación sobre tejidos (estampado con moldes, serigrafía, devorado y decolorado) Cartoné.

BLANCO, Manuel. Teoría de la promoción turística, Pg. 39

BOWLES, M., ISAAC, C. (2009). Diseño y estampación textil digital. Rústica.

KOTLER, Philip. Teoría de la promoción turística, Pg. 38

CAPRETTI, Griselle. (2009). Libros artesanales. Barcelona: Paidós. Pg. 72

COSTA, Joan. La esquemática. Visualizar la información. 1ª edición. Barcelona: Paidós Ibérica S.A., 222 págs. 1998.

CUMPA, Luis Alberto. (2009). Fundamentos de diagramación: libros. Fondo Editorial.

VALDES, L. RUIZ, A. (2008) Turismo y Promoción de Destinos Turísticos: Implicaciones Empresariales. Universidad de Oviedo, Servicios de Publicaciones.

Web sites:

Constitución de la República del Ecuador. Fecha de consulta: 18 Mar. 2013
< <http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>>

Diseño e ilustración: Definición Adobe Ilustrador. Fecha Consulta: 11 Mar. 2013
<<http://eduardosoria1.blogspot.com/p/definicion-de-adobe-ilustrador.html>>

Diccionario de informática. Definición de Photoshop. Fecha Consulta: 11 Mar. 2013 <
<http://www.alegsa.com.ar/Dic/photoshop.php>>

GARCÍA, H. (2008). La historia del libro. Fecha de Consulta: 11 Mar. 2013
<http://www.proyectosalohogar.com/El_porque_de_las_cosas/historia_del_libro.htm>

Ley de la Propiedad Intelectual, Derechos de propiedad intelectual, legislación nacional del Ecuador. Fecha Consulta: 23 Mar. 2013
<http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/ecuador/L320ind.asp>

RYAN, C. (2000). Turismo recreativo: una perspectiva de las ciencias sociales. Fecha de consulta: 18 Mar. 2013
<http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://books.google.com/books/about/Recreational_Tourism.html%3Fid%3DO74OAAAQAAJ&prev=/search%3Fq%3DRyan%2B1991%26hl%3Des%26biw%3D1366%26bih%3D624&sa=X&ei=jVliUZz2KoSi8gTut4CYBA&ved=0CEAQ7gEwAg>

URUA, M. (2009). La importancia del diseño gráfico en el turismo. Consultar Tecnología y Marketing Turístico. Fecha de consulta: 18 Mar. 2013.
<http://blog.consult-ar.info/grafica_y_turismo/>

ANEXOS

Nº1. Guía de encuestas dirigidas a pobladores de la ciudad de Cuenca

La presente encuesta tiene como objetivo conocer su opinión respecto a los lugares turísticos de Cuenca,. La realización de esta encuesta forma parte de los procedimientos para recabar información para el Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de Ingeniero en Diseño Gráfico. Agradezco su participación y le solicito responder a las siguientes preguntas, recuerde que no existen respuestas incorrectas, sus opiniones se mantendrán en absoluta reserva y serán de gran ayuda para el presente proyecto.

Datos generales

Nombre: _____
 Edad _____ Fecha: _____
 informante: _____
 Género: _____ N° Encuesta: _____
 Procedencia: _____

1. ¿Por qué escogió Cuenca como destino turístico?

2. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de Cuenca?

3. ¿A través de que medio se informó de los atractivos turísticos de Cuenca?

Periódico	<input type="checkbox"/>	Internet	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>	Centro educativo	<input type="checkbox"/>
Enciclopedias	<input type="checkbox"/>	Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>
Reportajes TV	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

4. ¿Alguna vez ha visto libros de promoción turística diseñados en tela?

Si ___ No ___

5. ¿Si existiera un libro de promoción turística diseñado en tela, usted accedería a él?

Sí ___ No ___ ¿Por qué? _____

6. ¿Qué características debería tener el libro diseñado en tela para que fuese atractivo?

Responsable de la información: _____