



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: DISEÑO GRAFICO EMPRESARIAL

TEMA: REGISTRO FOTOGRÁFICO DE LA PROVINCIA DE LAS ALTAS

CUMBRES – CHIMBORAZO

AUTOR/ A: RICHARD HERNAN MACHUCA TUCANES

TUTOR/ A: MG. DARIO ARBOLEDA

AÑO: 2015

Agradecimientos:

Agradezco a mi señor Padre por ser un hombre ejemplar para mi, por su apoyo incondicional y la perseverancia que a tenido a pesar de los momentos difíciles que hemos pasado.

A mi Madre querida por ser siempre el hombro donde puedo apoyarme siempre si temor a caer, a ti por ser una mujer llena de amor para con tus hijos, por nunca desmayar y ayudarme en todo momento a ti madrecita te quedo eternamente agradecido.

A mis hermanos, a mi sobrino y a mi hijo por ser la alegría de la familia y ser ese motor que siempre impulsa nuevos retos.

También agradezco a todos mis profesores que me han ayudado de una u otra forma a lo largo de mi carrera impartíendome su conocimiento, así mismo a mi tutor por el tiempo que a dedicado para ayudarme en el desarrollo de este proyecto.

Resumen:

La siguiente investigación proyecta el desarrollo de un registro fotográfico que se realizó en la Provincia de Chimborazo conocida también como la Provincia de las Altas Cumbres el mismo que tiene como propósito principal, impulsar y desarrollar el turismo por medio de un registro fotográfico.

Para la realización y desarrollo de este proyecto se tomo en cuenta respectivamente a su capital Riobamba y a los Cantones de Colta y Guano que son los lugares que poseen mayor diversidad y atractivos turísticos.

Este registro fotográfico tienen como misión mostrar las características y de cada ciudad tales como : arquitectura, cascadas, ríos, lagos y flora que de cierta forma nos ayudo a trasmitir el mensaje de impulsar y desarrollar el turismo existente en la Provincia de Chimborazo que lo realizamos por medio de la fotografía y que se encuentra recopilada en un orden secuencial y organizado que corresponde al de un material gráfico visual debidamente elaborado.

Hay que tomar en cuenta que para cada uno de los diferentes pasos a seguir para la correcta elaboración del siguiente registro fotográfico, se tomó como referencia a productos editoriales que nos sirvieron de guía para que nuestro producto final tenga características primordiales y elementos de un producto editorial de calidad ejemplo: revistas, libros, folletos, videos y demás material bibliográfico tomando en cuenta que todos estos materiales poseen los

conocimientos e información que posteriormente se aplicaron para la ejecución de nuestro proyecto editorial.

Summary:

The following research projects the development of a photographic record that was made in the province of Chimborazo. Which is known as the High Peaks of the same as the main purpose to promote and develop tourism through a photographic record.

For the realization and development of this project it was considered its own capital Riobamba and The Guano cantons of Colta. Which are the places that have greater diversity and interest respectively.

This photographic record, whose mission is to show the characteristics of each city such as : architecture, waterfalls, rivers, lakes and wildlife in a way that helped us convey the message to promote and develop the existing tourism in the province of Chimborazo. This can be perform through photography and it is collected and organized in a sequential order corresponding to a visual artwork properly prepared.

We must take into account that for each of the different steps this kind of development can be a photographic record that was taken as reference to publish products that serve as a guide for our final product which has primary and elementary features of a quality editorial examples such as : magazines, books , brochures , videos and other library materials taking into account that all these materials have the knowledge and information , which are subsequently applied to the execution of our editorial project .

INDICE

1. Introducción	17 - 18
1.1. Planteamiento Del Problema	19 - 20
1.2. Formulación Del Problema	20
1.3. Sistematización Del Problema	21
1.4. Objetivos	21
1.4.1. Objetivo General	21
1.4.2. Objetivos Específicos	22
1.5. Justificación	22 -23
1.6. Premisa	24
1.7. Metodología	24 - 25
1.7.1. Tipo de Estudio	25
1.7.1.1. Estudio Descriptivo	26
1.7.1.2. Estudio Explicativo	26
1.7.2. Método de Investigación	26
1.7.2.1. Método de Observación	26 - 27
1.7.2.2. Método Etnográfico	27
1.7.3. Fuentes y Técnicas para recolección de información	27
1.7.3.1. Fuentes Secundarias	28
1.7.3.2. Fuentes Primarias	28 - 29
1.7.3.2.1. Observación	29 - 30
1.7.3.2.1.1. Observación no estructurada	30
1.7.3.2.2. Encuesta	30

1.7.3.2.2.1. Objetivos	30 - 31
1.7.3.2.2.2 Selección de Muestra	31 - 33
1.7.3.2.2.3 Ficha Técnica	33 - 34
1.7.3.2.2.4 Tabulación	34
1.7.3.2.2.5. Problemas detectados	34 - 35
1.7.3.2.2.6 Análisis del grupo objetivo	35 - 36
1.7.3.2.2.7 Beneficios buscados por el público objetivo	36
1.7.3.2.3 Entrevista	37
1.7.3.2.4. Análisis de las entrevistas	37
1.7.3.2.5 Conclusión de análisis:	38
1.8 Presupuesto	38 - 39

CAPITULO I

2. Marco de Referencia	
2.1. Fundamentación Teórica	40 - 41
2.2. La Comunicación	41 - 42
2.2.1. La Comunicación Visual	42 - 45
2.2.1.1. Descomposición del Mensaje Visual	45
2.2.1.2. Elementos de la Comunicación Visual	45 - 46
2.3. Diseño Gráfico	46 - 49
2.3.1. Evolución del Diseño Gráfico	49 - 51
2.3.2. Estilos y Tendencias del Diseño Gráfico	51 - 52

2.3.3. El Diseño Gráfico en la Actualidad	53 - 54
2.3.4. Importancia del Diseño Gráfico	54 - 55
2.3.5. Diseño Editorial	55
2.3.5.1. Qué es el Diseño Editorial	55 - 56
2.3.5.2. Importancia del Diseño Editorial	57 - 58
2.3.5.3. Estructura del Diseño Editorial	58 - 59
2.3.5.4. Formatos del Diseño Gráfico	59 - 61
2.3.5.5. Elementos del Diseño Editorial	61
2.3.5.5.1. El Libro	61 - 62
2.3.5.5.1.1. Formatos de Libros	62 - 63
2.3.5.5.1.2. Partes del Libro	63 - 66
2.3.5.5.1.3. La Página	66 - 68
2.3.5.5.2. La Retícula	68 - 70
2.3.5.5.3. La Diagramación	70 - 71
2.3.5.5.3.1. Aspectos y Elementos de la Diagramación	71 - 72
2.3.5.5.4. Los Márgenes	72 - 73
2.3.5.5.5. La Tipografía	73 - 74
2.3.5.5.5.1. Formas de una terminal	74 - 75
2.3.5.5.6. Legibilidad Tipográfica	75 - 76
2.3.5.5.7. Grosor de la Tipografía	76 - 77
2.3.5.5.8. Elementos Compositivos del Diseño Editorial	77 - 80
2.3.5.5.9. Importancia del diseño editorial	81 - 82
2.3.5.5.10. El color aplicado al diseño gráfico	82 - 84
2.3.5.5.10.1. Psicología de color	85 - 87

2.3.5.5.10.2. Modelo de color RGB y CMYK	87
2.3.5.5.11. El Papel	87 - 89
2.3.5.5.12. El soporte	89 - 90
2.3.5.5.13. Sistema de impresión	90 - 92
2.3.5.5.14. Acabados gráficos	92 - 93
2.3.5.5.15. La encuadernación	93 - 94
2.4. La fotografía	95 - 96
2.4.1. La fotografía en la actualidad	96 - 97
2.4.2. Importancia de la fotografía	97 - 98
2.4.3. Evolución de la fotografía	98 - 101
2.4.4. Géneros fotográficos	102 - 111
2.4.5. Planos en la fotografía	112 - 117
2.4.6. Composición fotográfica	118
2.4.6.1. Principios de la composición fotográfica	118 - 122
2.4.7. Exposición fotográfica	123 - 126
2.4.8. Enfoque fotográfico	126
2.4.9. Profundidad de campo	126 - 127
2.4.10. Encuadre	127 - 128
2.4.10.1. Ángulos de Encuadre	128
2.4.10.1.1. Toma a nivel	128
2.4.10.1.2. Toma ha picado	129
2.4.10.1.3. Toma en contrapicado	129
2.4.10.1.4. Toma en cenital	129
2.4.10.1.5. Toma en nadir	129

2.4.11. Retoque fotográfico	139 - 130
2.4.12. Equilibrio y peso visual en la fotografía	130
2.5. El turismo en la Provincia de Chimborazo	131 - 132
2.5.1. Importancia del Turismo en la Prov. de Chimborazo y sus principales cantones Riobamba, Colta y Guano	132 - 133
2.5.2. Desarrollo Turístico de los principales cantones de la Prov. De Chimborazo Riobamba, Colta y Guano	133
2.5.3. Principales Cantones turísticos de la Prov. de Chimborazo	134
2.5.4. Cantón Riobamba	136
2.5.5. Cantón Colta	135
2.5.6. Cantón Guano	135 - 136
2.6. Diagnóstico	136

CAPITULO II

3. Fundamentación del Producto	137
3.1. Introducción	138
3.2. Justificación	139
3.3. Objetivo General	140
3.3.1. Objetivos Específicos	140
3.4. Viabilidad	140
3.5. Proceso Creativo	141 - 145
3.6. Diseño del Libro	145
3.6.1. Formato del Libro	146 - 147

3.6.2. Diagramación	147
3.6.3. La Mancha	148
3.6.4. Espacio en Blanco	148
3.6.5. La retícula	149 - 150
3.6.6. El campo reticular	151
3.6.7. Partes de la retícula	151 - 152
3.6.8. Tipografía	153
3.6.8.1. Tipografía (para títulos y numeración de páginas)	153 -154
3.6.8.1.1. Tamaños mínimos y máximos de la tipografía	154 - 155
3.6.8.1.2. Tamaños de tipografía aplicados	155
3.6.8.1.3. Las cajas a utilizar	155 - 156
3.6.8.2. Tipografía general (para textos principal)	156 - 157
3.6.8.2.1. Tamaños mínimos y máximos de la tipografía	157
3.6.8.3. Tipografía (para títulos de portadas)	158
3.6.8.3.1. Tamaños mínimos y máximos de la tipografía	158 - 159
3.6.8.3.2 Las cajas a utilizar	159
3.6.8.3.3. Color de la tipografías	160 - 162
3.6.8.3.4. Ancho de línea	162
3.6.8.3.4.1. Espacio entre caracteres y líneas	162 - 166
3.6.8.4. Legibilidad	166
3.6.8.5. Alineación	167 - 169
3.6.8.6. Partición de palabras	169 - 170
3.6.8.7. Ubicación de texto (bloque de texto en la retícula)	170 - 172
3.6.8.8. Recorrido Visual	173 - 174

3.6.8.9. Elementos compositivos empleados en el libro	175 - 178
3.7. Elementos el libro	178
3.7.1. Elementos del exterior del libro	179
3.7.1.1. Tapa o cubierta (pasta)	179 - 180
3.7.1.2. Lomo	181
3.7.1.3. Contratapa	181 - 182
3.7.2. Elementos del interior del libro	182
3.7.2.1. Guardas	182
3.7.2.2. Anteportada o Portilla	182
3.7.2.3. Portada	183
3.7.2.4. Editorial	183 - 184
3.7.2.5. Índice	184 - 185
3.7.2.6. Pie de foto	185
3.7.2.7. Folio	186
3.7.2.8. Texto central	186
3.7.2.9. Introducción	186 - 187
3.7.2.10. Título y capítulos	187 - 190
3.7.2.11. Fotografía	190 - 191
3.7.2.12. La composición fotográfica	191 - 195
3.7.2.13. El encuadre	196 - 197
3.7.3. El retoque fotográfico	197
3.7.4. Sistema de impresión	198
3.7.4.1. Sistema de impresión Offset	198 - 199
3.7.5. Material implementado	199

3.7.6. Acabados Gráficos	199 - 200
3.7.7. Análisis de la competencia	200
3.7.8. Software	201 - 202
3.7.9. Presupuesto de elaboración	203
3.7.10 Validación	204
3.7.10.1 Objetivo	204
3.7.10.2 Selección de Personas para la Validación del Producto	204 - 206
3.7.10.3. Perfil de Expertos	206
3.7.10.4. Diseño del instrumento	206 - 207
3.7.10.5. Metodología	207
3.7.10.6. Análisis	207

CAPITULO III

4. Conclusiones y recomendaciones	208
4.1. Conclusiones	208 - 209
4.2. Recomendaciones	209
5. Bibliografía	210 - 214
6. Anexos	216 – 237

INDICE DE GRÁFICOS

1. Fuente: Méndez Álvarez Calos Eduardo, Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación.	25
2. Imagen de Formatos de diagramación	60
3. Gráfico de Cuadro de colores	83
4. Imagen de la Aplicación del Plano General	113
5. Imagen de la Aplicación del Plano Conjunto	113
6. Imagen de la Aplicación del Plano Entero	114
7. Imagen de la Aplicación del Plano Americano	115
8. Imagen de la Aplicación del Plano Medio	115
9. Imagen de la Aplicación del Primerísimo Primer Plano	116
10. Imagen de la Aplicación del Plano Detalle	117
11. Imagen de la Aplicación del Primer Plano	117
12. Formato: 32cm x 22cm (tamaño oficio)	147
13. Gráfico de un ejemplo de diagramación	147
14. Gráfico de ejemplo de los espacios en blanco	148
15. Gráfico de Retícula 3 columnas y 3 filas (9 cajas reticulares)	150
16. Gráfico retícula 2 columnas y 3 filas (6 cajas reticulares)	150
17. Gráfico de los márgenes utilizados	151
18. Gráfico indicador de columnas, módulos, márgenes y demás elementos	152
19. Gráfico de cajas de texto en la familia Palatino Linotype	156
20. Gráfico de cajas de texto en la familia Choktoff Oblique	159

21. Gráfico aplicativo del kerning	164
22. Gráfico aplicativo del Leading	165
23. Gráfico demostrativo de la legibilidad	166
24. Gráfico aplicativo de la Justificación en el producto	169
25. Gráficos sobre la ubicación del texto	171 - 172
26 y 27 . Imágenes sobre la aplicación del recorrido visual	174
28. Imágenes Sobre los elementos compositivos(Mapas)	175
29. Imagen de la aplicación del equilibrio asimétrico	176
30. Imagen de la aplicación de la simetría	176
31. Imagen de la aplicación de la asimetría	177
32. Imagen de la aplicación de la armonía	177
33. Imagen de la aplicación del contraste	178
34. Imagen de la pasta o cubierta	180
35. Imagen del la parte del lomo del producto	181
36. Imagen del la parte de la contratapa del producto	182
37. Imagen del la portada del producto	183
38. Imagen del Editorial del producto	184
39. Imagen del Índice del producto	185
40. Imagen del Ejemplo del pie del producto	185
41. Imagen del Ejemplo de la introducción del producto	187
42. Imagen de la portada capitular del la ciudad de Riobamba	188
43. Imagen de la portada capitular del la ciudad de Colta	189
44. Imagen de la portada capitular del la ciudad de Guano	190

45. Imagen de un ejemplo del relleno de encuadre de una fotografía.	191
46. Imagen de un ejemplo del centro de interés de una fotografía.	192
47. Imagen de un ejemplo de dirección en una fotografía.	193
48. Aplicación de elementos de repetición de una fotografía	193
49. Aplicación de los colores de una fotografía	194
50. Aplicación de la ley de tercios de una fotografía	194
51. Aplicación del frente y fondo de una fotografía	195
52. Aplicación de la ley de horizonte en una fotografía	195
53. Aplicación del encuadre vertical en una fotografía	196
54. Aplicación del encuadre horizontal en una fotografía	197
55. Ejemplo de un retoque fotográfico en una fotografía	197

1. Introducción

El Ecuador posee una variedad de recursos turísticos muy importantes y significativos en la región sierra, específicamente en la provincia de Chimborazo llamada también Provincia de las Altas Cumbres, su ubicación específicamente está en el centro del callejón interandino que se extiende sobre la hoya¹ del Chambo parte de la región montañosa de Pallatanga y también parte de la hoya del Chanchan.

La provincia de Chimborazo es un pueblo lleno de historia, cultura, arte y un territorio que posee una flora espectacular donde podemos rescatar sitios como: lagos, cascadas, volcanes, paisajes y lagunas que pone a disposición, tanto como para el turismo nacional como extranjero.

Su Capital Riobamba así como sus principales cantones Colta y Guano son los seleccionados para la realización de este proyecto debido a que poseen una gran variedad de lugares donde podemos explotar un turismo importante y por ende ayudar a un desarrollo sostenible del turismo de esta provincia.

¹ **Hoya:** Llano extenso rodeado de montañas.

Riobamba se ha caracterizado por ser una ciudad llena de belleza y tradición², que guarda celosamente un importante legado histórico, también es conocida como “La Sultana³ de los Andes” debido a que en su ubicación geográfica se encuentra rodeada de grandes volcanes como son El Chimborazo, El Altar, El Tungurahua y El Carihuairazo y reconocida también por ser protagonista de hechos históricos y fundamentales en la vida del Ecuador.

Colta sin duda considerada unas de las ciudades más altas del país que se caracteriza por majestuosa laguna rica en su arqueología⁴; historia y arquitectura, guardianes de la identidad Puruhá⁵; El famoso cantón Guano conocido por su valioso aporte artesanal de tejidos de lana con su especialidad en la elaboración de alfombras.

De tal forma que aprovechando las características de las ciudades de Riobamba Colta y Guano nos centramos en documentar fotográficamente las principales plazas, parques, paisajes, arquitectura, historia y demás lugares que se pueda rescatar a lo largo de nuestro recorrido y que posteriormente nos servirán como material de información para lograr el propósito que es el de promover un turismo eficaz con la ayuda de la comunicación visual.

² **Tradición:** es un conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad.

³ **Sultana:** Mujer del sultán, o la que sin serlo goza de igual consideración.

⁴ **Arqueología:** Es la ciencia que estudia las sociedades antiguas a través de sus restos materiales.

El análisis de los objetos y construcciones permite conocer la cultura y los modos de vida de los pueblos de antaño.

⁵ **Puruhá:** Fueron numerosas de indígenas que ocupaban las provincias de Chimborazo, Bolívar, Tungurahua y parte de Cotopaxi de la república del Ecuador.

1.1. Planteamiento Del Problema

En la provincia de Chimborazo existe el desconocimiento por parte de los turistas, de la variedad de lugares que ofrece esta provincia conjuntamente con los principales cantones donde existe una variedad de recursos que son de vital importancia para poder explotar un turismo importante, esto según el Ministerio de Turismo por medio de una herramienta llamada Plandetur 2020 que ayuda a la planificación orientación y desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador.

Las estadísticas en esta herramienta nos indica que en el Ecuador existen tres líneas de productos claves para el turismo que son : Ecoturismo-Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes-Aventura que son las de mayor volumen de oferta , esta variedad de productos es muy heterogénea que se dividen como un grupo de productos estrellas , productos A y productos B estos últimos productos tienen un valor potencial bajo que son utilizados como una oferta complementaria de un turismo interno.

En donde ubican tan solo al ferrocarril andino de Riobamba y a la Reserva de Producción Faunística Chimborazo en el puesto 16 y 31 respectivamente dentro de la categoría de los productos B.⁶

(Ministerio de Turismo, 2012, Pág. 32)

⁶ **MINISTERIO de Turismo.**(2012) .*“Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020”*,Internet
http://www.turismo.gob.ec/documentos/plandetur_2020.pdf

Es aquí donde se ve la necesidad de implementar un material de información ya que según los datos recolectados no existe un manejo de información donde se especifique los principales lugares turísticos en los cantones que estamos trabajando según la información que consta en Plandetur 2020.

Con esto se busca tener un medio informativo para que las personas que deseen conocer y disfrutar de la diversidad de lugares y actividades que nos ofrece de cada uno de nuestros cantones y que lo hagan a manera de una ubicación con la ayuda de nuestro material de información, con esto se logra un avance en bien del turismo de esta provincia que se pondrá en marcha consecuentemente con la ayuda de las herramientas del diseño gráfico con el fin de difundir esta información para posteriormente lograr realzar e impulsar esta provincia con sus respectivos cantones.

1.2. Formulación Del Problema

¿Cuál sería el material visual más adecuado a desarrollar para exponer todas las características y diversidad turística que posee la provincia de Chimborazo y sus cantones?

1.3. Sistematización Del Problema

- ¿El vínculo que tiene la fotografía con la comunicación de que forma nos podría ayudar para el desarrollo turístico de la provincia de Chimborazo?
- ¿Qué tipo de soporte gráfico se requiere para elevar el turismo en estos cantones de la Provincia de Chimborazo?
- ¿Cuál es la funcionabilidad que puede tener este trabajo en las personas que viven del turismo en la provincia de Chimborazo?
- ¿Qué personas de la provincia Chimborazo tendrán la apertura y el conocimiento para facilitarnos toda la información requerida?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Diseñar un registro fotográfico en el cual se encuentre expuesto la variedad turística que posee cada uno de los principales cantones de la provincia de Chimborazo con el principal propósito de impulsar el turismo y que este sea más activo en beneficio de la provincia.

1.4.2. Objetivos Específicos

Aplicar el método analítico sintético, recopilando información necesaria con el objetivo de solucionar el problema; las técnicas, como: entrevistas y encuestas para obtener un resultado e información verdadera y aplicable.

- Recopilar la teoría y conceptos del diseño gráfico y comunicación para su aplicación directamente en la elaboración de un producto.
- Diseñar un material gráfico que nos exponga de manera clasificada todos los sitios turísticos de la provincia por medio de la fotografía.
- Validar el proceso de desarrollo del proyecto y producto por medio del criterio del soporte.

1.5. Justificación

A partir de los siguientes antecedentes y problemas se necesita impulsar el turismo en la provincia de Chimborazo, mediante un registro fotográfico y utilizando las herramientas que nos brinda el diseño gráfico y por medio de este el diseño editorial y fotografía, que son instrumentos importantes para la comunicación y sus formas de aplicación, pueden ser manejados desde el punto de vista del diseño para brindar atributos a manera de que producto y la presente investigación tengan todos los elementos que necesita un material -

editorial. Para que esto tenga una funcionabilidad, se considera al plano de la comunicación como un ser emisor de mensajes que tienen el derecho de expresar los discursos que han sido expuestos con la herramienta de diseño.

Así mismo es primordial vincular las herramientas técnicas y conceptuales que brinda el diseño gráfico para de esta forma trabajar a la par con el propósito que de cómo resultado un producto que sea funcional y ayude a difundir toda esa riqueza turística e imagen en la Provincia de Chimborazo y tomando en cuenta que los soportes que se aplican de acuerdo a los avances tecnológicos, que hoy en día lo han llevado al plano digital ejemplo, los catálogos multimedia, el video, la animación, los mismos que permiten llevar a la comunicación visual a transformarse en una herramienta importante que facilite la prolongación del mensaje y de esta forma poder aportar al impulso de turismo.

Es de vital importancia también recalcar las técnicas de fotografía que facilite a capturar imágenes con mayor realismo y calidad aplicando variedad de formatos, perspectivas y colores ya que la imagen es una herramienta que ayuda a construir un lenguaje visual que atrae el interés del público y teniendo en cuenta que este soporte gráfico tiene una fuente importante de información para turistas tanto nacionales o extranjeros y para estudiantes en próximas generaciones.

1.6. Premisa

El diseño del registro fotográfico de nombre “Caminando por la Provincia de las Altas Cumbres” es un medio por el cual se logra enviar un correcto manejo del lenguaje visual en el cual transmitirá por medio de la fotografía todas las variedades turísticas que posee la provincia de Chimborazo, de manera que este producto tiene un valor significativo para el desarrollo del turismo en esta provincia.

1.7. Metodología

El presente proceso de investigación a realizar requiere la aplicación del método científico, por medio del cual nos facilita adjuntar información aplicable y fehaciente para desenvolvimiento correcto del proyecto de investigación.

La investigación es una actividad de búsqueda que principalmente se caracteriza por ser reflexiva, sistemática y metódica la cual mediante la aplicación del método científico nos ayuda a encaminarnos con el objetivo de conseguir información apreciable y valedera para poder concebir, comprobar ,corregir o emplear el conocimiento resultado de la investigación.⁷

Por lo consiguiente esta metodología permite al investigador manejar los datos obtenidos con una mayor seguridad de tal manera que nos permita revisar y modificar en caso de que se presenta alguna duda o inconveniente.

⁷ **MARGOT Avalos**,(2013). “*Metodología de la investigación*”, Internet, <http://margotavalos.blogspot.com>



1. Fuente: Méndez Álvarez Calos Eduardo, Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación.

1.7.1. Tipo de Estudio

La actual investigación tiene como propósito principal describir la situación actual que confronta la " Provincia de las Altas Cumbres " específicamente su Capital Riobamba y sus principales Cantones que son Guano y Colta, que son ciudades que se destacan por su altísimo valor turístico a pesar de no ser exploradas correctamente desde el campo de la comunicación visual y gráfica.

Por consiguiente se diseño un estudio descriptivo y explicativo, para que ayude a comprender la situación actual y así mismo los resultados a obtener, del tal manera que estos datos posteriormente sean adaptados a un registro fotográfico y que este expuesto para las personas en general.

1.7.1.1. Estudio Descriptivo

Este estudio se realizó con el principal objetivo de describir y detallar los diferentes aspectos que se identificaron en los lugares donde se realizó el proyecto de investigación como son: lagunas, volcanes, rutas turísticas de transporte, sitios de belleza arquitectónica como iglesias, avenidas y plazas.

1.7.1.2. Estudio Explicativo

Este estudio se empleara tomando en cuenta los resultados que arroje la investigación descriptiva y demostrar cuales son los espacios de mayor representación de las 3 ciudades donde se va a realizar el estudio que son La Capital de Riobamba conjuntamente con sus Cantones Guano y Colta para poder trabajar en beneficio del turismo de la Provincia.

1.7.2. Método de Investigación

Para la selección del método de investigación más óptimo para el presente proyecto se realizó un análisis profundo, concluyendo que se tomara en cuenta el método de observación y etnográfico como uno de los más viables para su desarrollo ya que por la naturaleza del mismo fenómeno colabora a la recopilación de información empírica y fundamentada.

1.7.2.1. Método de Observación

Una vez que obtuvimos una participación activa y una eficiente familiarización con el entorno, es indispensable la aplicación del método de observación (Observación no estructurada), llevando un registro de apuntes-

personales y de campo sobre los lugares más sobresalientes a visitar de cierta forma que obtiene una información sobre las ciudades que se va a trabajar para este proyecto de investigación.

1.7.2.2. Método Etnográfico

Teniendo como referencia e información de los lugares a visitar, características y demás, procedemos a la recolección de datos que se efectúa en cada uno de los lugares tanto en su capital Riobamba como en sus cantones Colta y Guano con el fin de que los datos recopilados arroje como resultado información detallada de los lugares a visitar y de esta forma brinde la ayuda respectiva para obtener el objetivo general planteado inicialmente en beneficio de la Provincia de Chimborazo.

1.7.3. Fuentes y Técnicas para recolección de información

El presente trabajo investigativo brinda un alto grado de facilidad siempre y cuando este establezca un sistema que use todos los recursos mayormente posibles y que estén al alcancé.

Es muy importante mantener un monitoreo continuo de los lugares y actividades más sobresalientes donde se puede explotar turismo tanto en la capital y sus dos cantones seleccionados.

Por consiguiente se tiene dos tipos de información que son: Primarias y Secundarias.

1.7.3.1. Fuentes Secundarias

Como fuentes secundarias podemos observar que existe información que se encuentra disponible debido al trabajo investigativo realizado anteriormente por investigadores que han tenido el interés de alguna forma ayudar con información para el desarrollo del turismo en la provincia de Chimborazo.

“Se definen como aquellas que contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados.”⁸

(Buenacore Domingo, 1980, Pág 41)

Como otras fuentes que nos brindan información básica también se utilizó el Internet, índices, revistas de resúmenes, videos y bibliografías.

1.7.3.2. Fuentes Primarias

Estas fuentes son muy importantes debido a que brindan abundante información y que posteriormente ayudara a cumplir con los objetivos planteados para el desarrollo de este proyecto investigativo, para esto se investigó fuentes estadísticas del desarrollo turístico en la provincia Chimborazo y así también se realizaron encuestas y entrevistas.

⁸ **BUENACORE Domingo**, (1980). *“Diccionario de Bibliotecología”*. (2 ed.). Buenos Aires, Argentina: Marymar.

Se define a las fuentes primarias como aquellas que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, monografías, entrevistas, manuscritos, encuestas. Se las llama también fuentes de información de primera mano.⁹

Esta investigación también se basó en todo el material e información que facilitó por medio del municipio de Riobamba, Colta, Guano y también toda la información que logramos compilar sobre el tema.

1.7.3.2.1. Observación

La técnica de la observación la utilizamos principalmente porque nos permitió tomar los datos relevantes e importantes sobre las tres principales ciudades de la provincia de Chimborazo a investigar en modo directo.

La Observación consiste en examinar directamente algún hecho o fenómeno según se presenta espontáneamente y naturalmente, teniendo un propósito expreso conforme a un plan determinado y recopilando los datos en una forma sistemática. Consiste en apreciar, ver, analizar un objeto, un sujeto o una situación determinada, con la orientación de un guía o cuestionario, para orientar la observación.¹⁰

⁹ **BUENACORE Domingo.** (1980). *"Diccionario de Bibliotecología"*. (2 ed.). Buenos Aires, Argentina: Marymar.

¹⁰ **ECUARED,** (2013). *"Observación Científica"*, Internet, http://www.ecured.cu/index.php/Observaci%C3%B3n_cient%C3%ADfica

Así mismo con la ayuda de esta técnica se pudo evidenciar notablemente los problemas existentes de la falta de comunicación e información hacia los turistas extranjeros y nacionales que visitan la Provincia de Chimborazo.

1.7.3.2.1.1. Observación no estructurada

Aquí se recogen todos los datos que no poseen una organización debidamente establecida y van apareciendo a lo largo de todo el proceso investigativo.

1.7.3.2.2. Encuesta

La encuesta es la técnica que facilita para la recolección de información por escrita y detallada sobre el tema de investigación por consiguiente aprovechando los beneficios que nos brinda esta técnica se realizó a la aplicación de un cuestionario debidamente estructurado y elaborado, que se realizó a una cierto número de personas de la provincia y que conocen de los problemas y bondades de estas ciudades en el sector turístico.

1.7.3.2.2.1. Objetivos

- Examinar el nivel de relación y conocimiento que poseen las personas sobre el turismo en la provincia principalmente de las ciudades investigadas.

- Identificar el tipo de información que sería de utilidad y brinde beneficios para los habitantes.
- Manejar e interpretar la información recolectada de tal manera que nos ayude al desarrollo del producto.

1.7.3.2.2 Selección de Muestra

Tema Investigado:

Lugares de mayor riqueza y variedad turística en las ciudad de Riobamba y sus dos cantones principales Colta y Guano.

Población y Muestra:

Como referencia para las encuestas se tomaron en cuenta a la ciudad de Riobamba y dos de sus cantones que son Colta y Guano los cuales conjuntamente cuentan con 313.563 habitantes (según la proyección de la población ecuatoriana por área y años calendarios, periodo 2001 – 2010, del instituto nacional de estadística y censos, INEC), sin embargo el segmento que se tomo es de 20 a 69 años debido a que son personas conocen y saben de los problemas existentes en la provincia tales como economía, turismo y lugares de mayor valor plusvalía¹¹ para el turismo.

¹¹ **Plusvalía:** Aumento del valor de una cosa, especialmente terrenos o valores inmobiliarios, sin que se produzcan cambios en ella.

La población de la ciudad de Riobamba conjuntamente con los cantones de Guano y Colta entre hombres y mujeres de una edad promedio de entre 20 y 69 años es de 170.576 personas (Según la proyección de la población de la provincia de Chimborazo, por grupos de edad, del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC)

Aplicando la fórmula de muestreo se obtiene que:

$$N = 170.576$$

$$\text{Error de Muestreo} = 5\%$$

$$n = \frac{N}{1 + N * E^2}$$

$$n = \frac{N}{1 + N (0.05)^2}$$

$$n = \frac{170.576}{1 + 170.576 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{170.576}{1 + 170.576 (0,0025)}$$

$$n = \frac{170.576}{1 + 426.44}$$

$$n = \frac{170.576}{427.44}$$

n= 399,06 = 400 encuestas

1.7.3.2.2.3 Ficha Técnica

Universo: individuos de ambos sexos, de 20 a 69 años residentes en Riobamba, Colta y Guano.

Nivel de Confianza: El nivel de confianza es de 95% y el margen de error \pm 5% para el análisis global.

Población: 170.576 personas

Tamaño de la muestra: Padres de familia, profesionales, estudiantes y turistas.

Alcance: Ciudad de Riobamba y los cantones de Colta y Guano.

Tiempo: 11 y 12 de enero del 2013

Formato de Encuesta: (Ver Anexo #4)

1.7.3.2.2.4 Tabulación

Durante los días 11 y 12 de enero del año 2013 se realizó la encuesta a 400 personas de una muestra de un total de 170.576 habitantes de la ciudad de Riobamba y los cantones de Colta y Guano comprendidos entre las edades de 20 y 69 años de edad.

(En horario 8h00 a 18h00)

(Ver anexo # 5 tabulación de la encuesta)

1.7.3.2.2.5. Problemas detectados

- Siendo los encuestados personas que residen en la Provincia Chimborazo y específicamente en los Cantones de Riobamba, Colta y Guano y que tiene la capacidad de brindar información puesto que son testigos diarios de los avances y retrocesos en todos los campos ya sea sociales, turísticos y económicos entre otros.

Se logró deducir que los habitantes tiene la necesidad de promover el turismo de forma seria, constante y profesional con la ayuda de estudios y materiales adecuados pues tiene la firme idea que esto es un aporte económico en bien de la Provincia seguido de la mano de sus Cantones y por ende la creación de fuentes de empleo para sus habitantes Chimboracenses.

- Otro de los puntos de análisis que logramos obtener es que el turismo en la Provincia de Chimborazo no tiene la difusión correcta ni con los herramientas con el cual nos podría arrojar resultados ya que la información que se da sobre el turismo en la Provincia es por medio de afiches, periódicos, hojas volantes entre otros los mismo que por su estructura no pueden ser coleccionados y además son difundidos a nivel cantonal y provincial disminuyendo notablemente el alcance de la información.

1.7.3.2.2.6 Análisis del grupo objetivo

Segmentaciones:

Segmentación geográfica:

País: Ecuador

Provincia: Chimborazo

Capital: Riobamba

Cantones: Colta y Guano

Segmentaciones Demográficas:

- Profesión: Toda clase de profesionales
- Edad: Oscila entre una edad de 20 a 69 años (en base a la segmentación por grupos de edad del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC)
- Estado civil: Todos los estados civiles

- Sexo: todos
- Nivel socio – económico: Media, media alta y alta.
- Nivel de educación: Básica, media y superior.
- Estilo de vida: Personas que gusten del turismo, naturaleza, arquitectura e historia.

1.7.3.2.2.7 Beneficios buscados por el público objetivo

Las personas pueden acudir a los diferentes lugares y atractivos turísticos que nos brinda la Provincia de Chimborazo en la búsqueda de:

- Disfrutar de paisajes naturales así también como de la arquitectura, cultura, historia y comida típica que nos brinda esta provincia.
- Conocer las actividades para el desarrollo económico que realizan las personas de la provincia.
- Descubrir nuevas experiencias realizando actividades que salen de la rutina diaria de las personas.
- Desarrollar relaciones interpersonales y familiares por medio del esparcimiento.¹²

¹² **Esparcimiento:** Diversión o distracción, especialmente para alejarse por un tiempo de un trabajo o preocupación.

1.7.3.2.3 Entrevista

Es la técnica más eficaz para poder obtener de forma directa datos de importancia y relevantes para la investigación por ende hemos visto la necesidad de implementar esta herramienta para la elaboración del presente proyecto de investigación.

El procedimiento se lo realiza por medio de una guía semi estructurada que nos ayuda de cierta forma a la indagación del o los individuos que están involucrados al turismo que se realiza tanto en Riobamba como sus principales cantones.

En esta investigación la técnica a utilizar nos ayudara a saber las diferentes formas y actividades que utilizan para promocionarse a nivel turístico y así mismo de todos los materiales gráficos y medios que utilizan las personas, autoridades y municipios de Riobamba, Colta y Guano.

1.7.3.2.4. Análisis de las entrevistas

Las siguientes entrevistas arrojan como resultado una relación con temas importantes y claves que contienen el propósito firme y práctico para el desarrollo de proyecto de manera selectiva.

(Ver anexo # 9)

1.7.3.2.5 Conclusión de análisis:

En definitiva se concluye que la capital de Riobamba conjuntamente con los cantones Colta y Guano que fueron escogidos para el presente proyecto de investigación tienen un problema en cuanto a la difusión de información, sitios turísticos y demás características de estos lugares, ya que como se pudo observar en diferentes estancias de la investigación, que no cuentan con un material visual que especifique netamente de las bondades turísticas que posee esta provincia, por ende el propósito principal crear y difundir un material completo que contenga toda la información debidamente-estructurada y ordenada de manera visual y por medio de esto captar el interés del público tanto nacional como extranjero.

1.8 Presupuesto

Detalle:	Gastos:
Adquisición de libro	\$ 150.00
Materiales de Oficina	\$ 150.00
Servicio de Internet	\$ 100.00
Servicio de reproducción	\$ 80.00
Anillado y Empastado	\$ 60.00
Impresiones del Proyecto	\$ 250.00
Hojas de Prueba	\$ 25.00
Otros Gastos	\$ 250.00
Subtotal	\$1.165.00

Aranceles Universitarios

Detalle:	Gastos:
Derechos de grado y TTP	\$ 900.00
Subtotal	\$ 900.00

Logística

Detalle:	Gastos:
Transporte	\$ 250.00
Alimentación	\$ 180.00
Hospedaje	\$ 150.00
Subtotal	\$ 580.00

Tecnologías

Detalle:	Gastos:
Equipo Fotográfico	\$ 800.00
Subtotal	\$ 800.00
Total Presupuesto	\$ 3.445.00

CAPITULO I

2. Marco de Referencia

2.1. Fundamentación Teórica

Para poder tener algún tipo de respaldo sobre la investigación se tomo en cuenta ciertas teorías y criterios de los autores que aportaron con sus principios investigativos para el desarrollo de este proyecto de investigación, así tenemos por ejemplo en lo que respecta a procesos de investigación nos basamos en el autor Juan Carlos Sabino, también en los principios básicos de comunicación, comunicación visual y diseño se considero los criterios de Jorge Frascara y Arfuch , Rómulo Moya y Bruno Munari, así también en lo que se respecta a la fotografía y al ámbito editorial tuvimos buenos referentes tales como Tort Salvador y Zanon David quienes con sus pensamientos escritos aportaron a nuestra investigación.

A continuación se tomará en consideración algunos de los temas y subtemas que se utilizaron y fueron un aporte para la investigación:

Como primer punto se realizó la recopilación de datos e investigación para sustentar el producto final, uno de los temas importantes que aborda el trabajo es la comunicación visual, según Frascara, Arfuch Rómulo Moya y Bruno Munari en sus ejemplares de : Diseño y comunicación “planifican y organizan mensajes visuales dirigidos a afectar el conocimiento, actitudes y comportamiento de la gente”. Es así que el Registro fotográfico tienes varios elementos visuales como las fotografías que es un símbolo de realismo y-

manifiesta sentimientos, transmitiendo información sobre características de ciertos lugares que tal vez no se tomó en cuenta en un primer plano, esto que ayuda a que las personas tengan una percepción diferente de dichos lugares y se crea una expectativa.

El diseño editorial según Zanon David, en el libro: Introducción diseño editorial nos describe que es un “escrito impreso como un libro, una revista, un periódico, etc., que ha sido publicado” pero no solo un escrito impreso el diseño editorial, también requiere de elementos, recursos gráficos, composiciones para solucionar los problemas visuales, facilitando la comprensión del contenido para que el producto sea atractivo y didáctico. Según el argumentación todos estos “requieren de desarrollos muy diferentes, pero con una misma finalidad: comunicar “

2.2. La Comunicación

La comunicación constituye una plataforma importante para el desarrollo continuo de la humanidad, con el origen de la comunicación se dio paso a una relación e interacción entre los seres humanos y que nos dio como resultado una evolución importante en el aprendizaje.

Esto nos facilitó a encaminar una serie de actividades y técnicas que nos ayuda a facilitar y agilizar los flujos de mensajes que se realizan dentro de un conjunto de personas u organización.

El hombre es esencialmente un animal comunicativo; la comunicación constituye una de sus actividades esenciales.

Desde el principio, el ser humano se caracterizó por la facultad de aprender de experiencias pasadas.¹³

La comunicación puede intentar un cambio en el comportamiento de una persona; si ese es el caso, existe una intención en la comunicación. En este sentido se considera a la comunicación dentro de un proceso de enseñanza y aprendizaje.

(Domínguez, 1987, Pág 36,37)

La comunicación en la actualidad tienen un rol muy importante en todos nosotros debido a la funcionabilidad y ayuda que nos brinda para mantener un vínculo de información que con el pasar de los tiempos ha evolucionado notablemente gracias a las diferentes formas de comunicación entre estas se puede destacar a la comunicación visual.

2.2.1. La Comunicación Visual

La comunicación visual es un proceso en el cual predominan las imágenes a manera de una representación visual para la construcción de un mensaje que consta de las características y elementos como son las formas, colores, símbolos y fotografías.

¹³ **DOMÍNGUEZ Héctor A**, (1987). *“Una aplicación de la tecnología de la educación a la enseñanza de la física”*. UNAN, México D.F.

Este tipo de comunicación tiene como propósito principal enviar información para la construcción del mensaje con la ayuda de imágenes, para un receptor sin que este mensaje pierda las características de la comunicación en general. El receptor se interna en un mundo de imágenes que le ayudan a comunicarse en una forma diferente a la oral y escrita donde los conocimientos, prácticas y valores toman forma de carácter crítico y creativo.

“Se entiende por comunicación visual aquellos procesos comunicativos que utilizan códigos que afectan al sentido de la vista. Esta comunicación entra dentro de la que se ha descrito como comunicación no verbal.”¹⁴

(López, 1994, Pág 139)

De tal manera podemos decir que la comunicación visual ha evolucionado constantemente a tal punto de convertirse en un tipo de lenguaje con la capacidad de transmitir información y mensajes sin que el idioma del receptor sea un inconveniente.

A partir de este punto es cuando el diseñador es un profesional importante para el manejo de este tipo de lenguaje llegando a convertir al diseño gráfico en la principal herramienta que por medio de la comunicación visual estudia en sus principales campos como por ejemplo: la fotografía, la publicidad, la ilustración entre otros.

¹⁴ **LÓPEZ Martín Julián**, 1994). “*En el espíritu y la verdad*”. 2. Introducción antropología. Ediciones Secretario Trinitario, Salamanca,

“Todo el mundo recibe continuamente comunicaciones visuales, de las que puede extraerse consideraciones, y por tanto conocimientos, sin utilizar las palabras.

No solamente las imágenes que forman parte normalmente de las artes visuales, son comunicaciones visuales, sino también el comportamiento de una persona, su manera de vestir, el orden o desorden de un ambiente, la manera como una persona utiliza un instrumento, un- conjunto de materias y colores que pueden dar un sentido de miseria o de riqueza.”¹⁵

(Munari, 1985, Pág. 75)

Según la conceptualización de autor Bruno Munari nos indica que la comunicación visual puede ser casual o intencional.

Es así que decimos que la comunicación casual es a manera de interpretación que la forma libre en la que el receptor recibe el mensaje o información. A diferencia de la comunicación Intencional donde el receptor debe obtener un conocimiento previo para de esta forma poder entender y decodificar el mensaje.

La comunicación intencional la podemos clasificar por el tipo de información que contiene es así que tenemos la información estética y practica:

La información estética nos brinda una información superficial al receptor como por ejemplo: la relación armónica entre líneas que componen una forma.

¹⁵ **MUNARI Bruno**, (1985). “*Diseño y Comunicación Visual*”, Editorial Gustavo Gili, Barcelona

La información práctica estética se refiere a un información que comunica lo necesariamente y puede ser entendida sin dificultad alguna por el receptor por ejemplo: los noticieros en la TV, un señal de tránsito otros.

2.2.1.1. Descomposición del Mensaje Visual

El mensaje visual se encuentra dividido en dos componentes principales que son el soporte visual y el mensaje o información:

El soporte visual es la manera de hacer visible al mensaje y que este sea claro y tenga coherencia para que el receptor tenga la idea claro del mensaje que se le envía y el mensaje viene a ser la información propiamente dicha.

2.2.1.2. Elementos de la Comunicación Visual

Para poder especificar los elementos de la comunicación visual primero hay que tomar en cuenta la importancia que tiene la persona que manipula todos estos elementos que en este caso vendría a ser el diseñador- que es la persona que posee la capacidad de utilizar correctamente estas herramientas importantes y que dan como resultados ciertos efectos en la comunicación.

“No hay que confundir los elementos visuales con los materiales de un medio, como la madera, el hierro, el yeso, la pintura, los acrílicos etc. Los elementos visuales constituyen la sustancia básica de lo-

que vemos y su número es reducido, línea, punto, contorno, dirección, tono, color, textura, dimensión, escala y movimiento¹⁶

(Dondis, 2000, Pág 18)

Por consiguiente el comunicador visual o diseñador siente la libertad de construir el mensaje con todos los conocimientos adquiridos sobre la construcción elemental de todas las formas y sus respectivos elementos para que el mensaje sea correcto.

2.3 Diseño Gráfico

El diseño gráfico es una herramienta muy importante para la comunicación, por ende posee todos los fundamentos y principios como las leyes, teorías, y recomendaciones que son necesarias para la debida organización y creación de la información visual de tal manera que el mensaje llega al receptor de una forma clara y directa.

La expresión “Diseño Gráfico” abarca aquellas disciplinas de la comunicación visual que permite crear, usando herramientas informáticas, documentos que integran textos e imágenes, destinados a leerse en pantalla o en soporte impreso. El diseño gráfico no es la información, pero se encarga de su eficiencia, su estilo, su forma visual; en definitiva, su personalidad. ¹⁷

(Dehan, 2007, Pág 14)

¹⁶ **DONDIS, Donis**, “*La Sintaxis de la Imagen*”, Editorial Gustavo Gili, Barcelona

¹⁷ **DEHAN Thierry y otros**, “*Iniciación del diseño gráfico*”. Ediciones ENI. Barcelona

El funcionamiento y manejo de estos principales elementos como el (formato, estilo, y presentación) son fundamentales para el desarrollo y éxito de la comunicación.

Estos elementos son producto de un trabajo de análisis profundo y su funcionamiento y aplicación se lo hace de forma aleatoria para su correcto desempeño dentro de la comunicación.

“La palabra “diseño” se usara para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales. La palabra “diseño” se usará también en relación con los objetos creados por esa actividad. La palabra “diseño” califica a la palabra “diseño” y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos.”

“(…) En función de proponer una definición inicial, se podría decir que le diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por los medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.”¹⁸

(Frascara, 2006, Pág 23)

Como parte de una definición podemos decir que el diseño gráfico es un conjunto de ideas lógicas debidamente organizadas que con la ayuda de-

¹⁸ **FRASCARA Jorge**, *“El diseño de la Comunicación”*, Ediciones Infinito, Buenos Aires

imágenes y aspectos tipográficos emiten un mensaje directo por medio de ciertos canales específicos de comunicación.

También podemos decir que el diseño gráfico es la manera de comunicar o transmitir un mensaje bajo parámetros y técnicas visuales, interactuando de cierta forma con el receptor, esto nos facilita de cierta forma comunicar gráficamente nuestras ideas.

“El diseño es una disciplina proyectual. Diseñar es prever, programar, planificar acciones futuras y crear cosas que aún no existen”.¹⁹

(Frascara, 2000, Pág 5)

La comunicación es la consecuencia de una transformación que va desde una realidad existente a una realidad deseada.

“Nos envuelve comunicando, decorando o identificando, aporta significados y trasfondo a nuestro entorno vital; lo encontramos en las calles, en todo lo que leemos, nuestros cuerpos; nos topamos con en las señales de nuestras calles y carreteras; la publicidad, las revistas, los paquetes de tabaco...”²⁰

(Newark, 2002, Pág 6)

Es acertado entonces pensar que nosotros estemos constantemente ligados al mundo del diseño gráfico ya que todas las personas indiferentemente de la-

¹⁹ **FRASCARA Jorge**, “*Diseño Gráfico para la gente*”, Ediciones Infinito, Buenos Aires

²⁰ **NEWARK Quentin**, “*Que es el Diseño Gráfico*”, Ediciones Gustavo Gill, Barcelona

actividad que realice, están día a día observando (afiches, volantes, vallas,- revistas, rótulos, empaques de productos etc.) Todos estos medios de comunicación exigen que el diseñador gráfico sea cada vez más competitivo y capaz realizar trabajos de muy buena calidad.

“El Diseño Gráfico circula en todas partes pero remite a la ciudad, su carácter de comunicación es siempre colectivo y social en tanto plantea, a públicos masivos, comunicaciones de entidades públicas o privadas”²¹

(Arfuch, 1997, Pág 47)

En la comunicación se puede medir el grado de importancia por los siguientes aspectos: La influencia del mensaje por medios de los efectos que causa en las personas así como también la eficacia que posee el medio a utilizar para la difusión del mensaje.

Esto tiene como objetivo incrementar el impacto de comunicación que va directamente desde el emisor al receptor, por diferentes canales de información como por ejemplo una imagen, signos o tipografía.

2.3.1 Evolución del Diseño Gráfico

En el gran camino de evolución que ha tenido el diseño gráfico podemos decir que ha sido gracias a los métodos y tecnologías que se utilizaron a lo largo del tiempo, esto ha sido un pilar fundamental para que el-

²¹ ARFUCH, L. , CHAVEZ, N. ,LEDESMA, M., “*Diseño y Comunicación*”, Ediciones Paidós, Buenos Aires

desarrollo y evolución sea constante en el campo ya aplicado de las empresas y productos.

La competencia ha ido de la mano con la evolución del diseño gráfico es por esto que los profesionales en esta área de la comunicación nos vemos en la obligación de cada vez seguir innovando para poder acaparar el máximo mercado posible es aquí justamente donde nace la publicidad y junto a ella la evolución del diseño gráfico como una manera de comunicación lo que nos da como resultado una forma acertada de ganarnos un cliente en el mercado.

“El diseño gráfico al como lo conocemos ahora, desarrolla sus elementos esenciales en los años 20 y llega a obtener su perfil actual en los años 80, cuando a causa de la influencia de nuevos conocimientos desarrollados en sicología, sociología, lingüística y comercialización, el objetivo del diseñador deja de ser la creación de una obra artística y pasar a ser la construcción de una comunicación eficaz.”²²

Como sabemos el Diseño Gráfico es una profesión que está constantemente en evolución y avanza muy rápidamente junto a las nuevas lógicas digitales, esto significa que los diseñadores cada vez tienen que ser más completos en el sentido que tienen que abarcar más información y así mismo el manejo software que no abarca la carrera del diseño gráfico.

²² **ARTEDINAMICO**,(2013). “Evolución del Diseño Gráfico”, Internet, www.artedinamico/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=717&categoria=1

Esto lógicamente cambia nuestra manera de informarnos y por ende también de comunicar, de aprender, de enseñar, en otras palabras pienso que la innovación y el aprendizaje de las nuevas lógicas digitales enriquecen a la cultura digital transformándonos en profesionales con nuevos conocimientos.

2.3.2 Estilos y Tendencias del Diseño Gráfico

Para iniciar la realización de un diseño el diseñador realiza todo un proceso en donde obtienen toda información posible que posee en su memoria y posteriormente plasmar en su creación.

Es necesario que para que el diseño tome forma exista una serie de elementos como son las imágenes, signos, formas, colores todos estos elementos asociados de manera correcta que dan como resultado un diseño totalmente aplicable y funcional.

Las tendencias y estilos son rasgos, colores, formas, figuras que se aplica a un diseño que de una u otra forma hacen que se diferencian entre si, adoptando características propias para cada diseño, estas maneras de hacer un diseño van adquiriendo cambios constantemente a medida que el tiempo pasa.

“La proliferación de libros de Diseño Gráfico en la década de los ochenta y noventa hizo que todas las tendencias surgieran prontamente listas para la inmediata imitación. Las publicaciones gráficas comenzaron a informar sobre tendencias en diseño como-

columnistas de moda observando dobladillos. Las tendencias eran noticia. Hasta la prensa general podía comprenderlos.”²³

(Méndez, 2001, Pág 169)

Con las nuevas tendencias y estilos que aparecen constantemente en el campo del Diseño Gráfico, se puede decir que este mercado esta día a día en constante innovación y evolución.

Esta forma de plantear diseños personalizados utilizando las tendencias y estilos ayuda a que los diseñadores futuros tengan el deber profesional de crear y aplicar sus formas personales de diseñar, esto ayuda para que se termine la clonación o modificación de diseños haciendo que el diseñador tenga un nivel de exigencia fuerte y sea más competitivo.

Si bien es cierto y acertado que cada diseñador tenga su propio estilo al momento de trabajar también hay que tener en cuenta que hay que manejar los parámetros lógicos como por ejemplo un bien contraste de colores, una distribución correcta y no exagerada de elementos, trabajar bajos conceptos entre otros, esto ayuda para que cada producto tenga la funcionabilidad correcta en el mercado.

²³ MENDEZ M. Carlos. A. (2001), “*Ensayos Sobre Diseño (Diseñadores influyentes de la AGI)*”, Ediciones Infinito, Buenos Aires

2.3.3. El Diseño Gráfico en la Actualidad

La importancia que va ganando la carrera de Diseño Gráfico día a día es muy importante para el desarrollo de la economía dentro de una institución o empresa ya que el Diseño Gráfico da un valor agregado en la parte comunicacional y visual.

El Profesional el Diseño Gráfico tiene que estar en capacitación constante debido a que las tecnologías y software que se emplea avanzan rápidamente, conjuntamente con la competencia.

Hoy en día la Globalización demanda que el Diseño Gráfico sea utilizada como una herramienta que debe ser comprendida por cualquier persona sin importar su cultura, tradición o modo de vida, ya que la utilización de la comunicación visual o también llamado Diseño Gráfico es indispensable para poder mantener un nexo de comunicación entre una persona o empresa y un mercado.

“El diseño gráfico ha ido cobrando, paulatinamente, mayor relevancia en el campo de la comunicación y de las ideas convirtiéndose hoy en día en un verdadero poder de persuasión, ya que su objetivo es influir en el modo de pensar de las personas, inducir al consumo y creación de expectativas, se mueve entre la realidad y ambigüedad de la realidad, la ficción y la ética”²⁴

(Moya, 2006, Pág 6)

²⁴ **MOYA Rómulo**, “*Diseño Gráfico Latinoamericano*“, Ediciones Trama, Quito

Con el paso de las décadas el Diseño Gráfico ha adquirido una importancia muy relevante todo gracias a los logros de los diseñadores que con esfuerzo, preparación y dedicación, se ha ganado el respeto de las demás profesiones y lo más importante es que cada vez más personas se dan cuenta que sin diseño todo sería más monótono y hasta aburrido. El diseño gráfico atrae cada vez más a gente que se inclina por el arte de crear, y dar a conocer perspectivas desde diferentes puntos de vista de las cosas cotidianas del mundo.

2.3.4. Importancia del Diseño Gráfico

Hablar de la importancia que tiene del diseño gráfico es hablar de un tema muy extenso y del cual podríamos pasar horas de horas hablando, hoy en día el diseño gráfico constituye una nueva forma de comunicación utilizando formas, imágenes, textos en fin elementos que se usaba de forma empírica antes de la aparición del diseño gráfico.

La esencia del diseño gráfico tiene como objetivo principal establecer un vínculo de comunicación de forma clara y directa con un específico mercado, a manera de análisis podemos decir que la comunicación ha ido simplificándose cada vez, haciendo que la comunicación sea recibida por el receptor de forma rápida y eficaz.

Otros de los canales utilizados para enviar un mensaje y que ha logrado que el diseño gráfico gane terreno e importancia es la utilización de piezas gráficas

publicitarias difundidas en las redes sociales e Internet, también ha sido de gran ayuda los diferentes medios de difusión masiva.

Cada vez más personas, empresas, instituciones en fin, la sociedad en general se dan cuenta que el diseño gráfico es una forma de comunicación muy importante e indispensable para el desarrollo económico y social de un mundo globalizado que está en constante innovación de alternativas para comunicar o publicitar un servicio o producto.

2.3.5. Diseño Editorial

2.3.5.1. Qué es el Diseño Editorial

El diseño editorial se basa en la maquetación y composición de piezas gráficas que van dirigidas a la impresión, hay que considerar que el diseño editorial tiene sus elementos y etapas que deben ser tomadas en cuenta para que el producto final tenga un estructura y funcionalidad óptima.

Como unos de los principales elementos podemos enunciar los siguientes: la tipografía, contraste, tipo y tamaño de fotografías, retículas, logotipos, tipo de papel, proporción y tipografía estos elementos son muy importantes que hay que tomar en cuenta al momento de elaborar un producto editorial.

También de manera general se puede decir que las etapas del diseño editorial son: creación, edición, diseño y producción.

“Se encarga de organizar en un espacio, texto, imágenes y, en algunos casos, multimedia; tanto en soportes tradicionales como electrónicos. Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y los espacios“.²⁵

(Zanon, 2007, Pág 9)

El diseño Editorial consiste en la elaboración de un soporte gráfico con el fin de llegar a un lector, que constituye un base de una agrupación de información que componen un publicación, por lo tanto todos los proyectos de naturaleza editorial presentan diferentes aspectos diferenciadores, y que van dirigidos a directamente a un específico perfil de lector.

“El estudio del diseño editorial observa, la forma, el formato, efectividad y funcionalidad del medio para transmitir un mensaje. No solo es importante el contenido de una artículo u historia, todos los elementos de diseño y producción determinan que tan bien recibido es nuestro mensaje”²⁶

(Universidad de Londres, 2013, Pág 3)

Los profesionales que constantemente están vinculados con el diseño editorial tiene un objetivo principal es el de mantener una unidad armónica entre el texto, la imagen y la diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido manteniendo el valor estético del producto editorial.

²⁵ **ZANON David**, (2007). *“Introducción al Diseño Editorial”*, Ediciones Visión Net, (Madrid) España

²⁶ **Universidad de Londres**,(2013) Compilador: L.D.G MANJARREZ Juan, “Diseño Editorial”http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologías/diseño_editorial.pdf

2.3.5.2. Importancia del Diseño Editorial

El Diseño Editorial con el pasar de los años y en innovación constante de tendencias y herramientas ha tenido una evolución muy considerable, la importancia del diseño editorial empieza por la necesidad de captar la atención de un lector ya que existen muchos productos editoriales permitiendo que el lector elija, ya sea por su diseño, tema o contenido respectivamente.

Nosotros como diseñadores gráficos tenemos el deber de utilizar todos conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera universitaria y laboral para- la elaboración de un producto editorial de óptima calidad y un control de variables de diseño, para de cierta forma generar un diseño coherente en todos sus aspectos y dimensiones.

“Dado que el mundo actual presenta una cantidad enorme de estímulos visuales, el diseño editorial es fundamental para que el lector potencial de una publicación se convierta en un comprador-real. Hay que prestar especial atención sobre todo al diseño exterior de la publicación, así se trate de un libro, una revista o un periódico, ya que la tapa, contratapa, solapas, faja, sobrecubierta, lomo y título son determinantes para que una persona se decida o no por una publicación.”²⁷

²⁷ **BOOK Designonline**, (2013).“Diseño de Libros – Importancia del Diseño Editorial”, Internet, espana.bookdesignonline.com/importancia-editorial.aspx

Como conclusión la importancia del diseño editorial se dirige en tener una portada y contraportada bien elaborada teniendo en cuenta la aplicación de parámetros primarios del diseño gráfico y también hacia qué grupo objetivo va dirigido el producto editorial, de ahí podemos decir que este medio de adquirir información y conocimientos es importante para el desarrollo de las personas.

2.3.5.3. Estructura del Diseño Editorial

El diseño editorial consta de elementos fundamentales e indispensables como el formato, la retícula, los márgenes, el tamaño y la estructura de la página- todos estos elementos se los utiliza de acuerdo al tipo de publicación que se va a realizar.

Para tener una referencia de los formatos y tamaños que se podría usar en una publicación hay que tomar en cuenta ciertos factores como por ejemplo:

- El grupo objetivo ha quien va dirigido la publicación.
- Tipo de publicación.
- Elementos gráficas, imágenes, infografías...
- Si se trata de una colección.

Para tener una referencia de la utilización del tamaño en una publicación hay que utilizar las diferentes formas básicas que son:

- **Cuadrado.**- Este elemento es ideal para el trabajo de maquetar los diferentes elementos gráficos utilizándolos tanto verticalmente como horizontalmente y nos denota estabilidad, equilibrio, seguridad, dureza y frialdad.
- **Vertical.**- Es una forma natural y fácil de manejar el estilismo de un diseño. Los tamaños más adecuados para optimizar la utilización estándar de los papeles es de 15 x 21 centímetros y 17 x 24 centímetros.
- **Horizontal.**- Esta forma es recomendable para las imágenes panorámicas de gran tamaño y que son utilizadas generalmente en la diagramación de dos páginas seguidas.²⁸
(Zanon, 2007, Pág 16)

Una recomendación muy importante para las personas que realizan la diagramación es que no se debe colocar elementos gráficos que obliguen al lector a desviar su lectura natural.

2.3.5.4. Formatos del Diseño Gráfico

El formato que se utiliza en los diferentes tipos de publicaciones tiene mucho que ver de acuerdo al tema o uso que se le va a dar al material editorial

²⁸ **ZANON David**,(2007). *“Introducción al Diseño Editorial”*, Editorial Visión Net, (Madrid) España

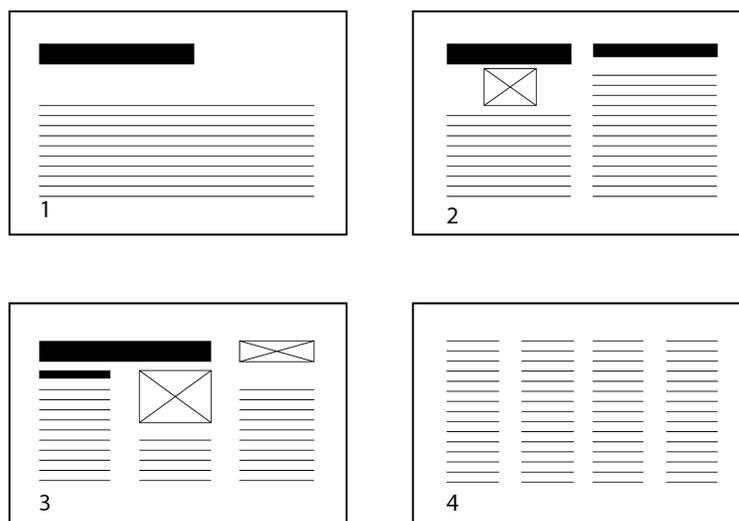
pero por lo regular el formato ya viene especificado y lo único que tiene que hacer el diseñador es adaptarse.

“Definiremos al formato como el tamaño del área que tenemos para realizar una composición, es decir para diseñar “²⁹

(Bravo, 2005, Pág 20)

En la diagramación lo más importante es ubicar a los elementos de la mejor manera posible tales como imágenes y textos que se las coloca de acuerdo a la relación del formato.

Los formatos se pueden dividir en diferentes estructuras:



Elaborado por: Richard H. Machuca

2. Imagen de Formatos de Diagramación

²⁹ Tecnológico Pascual Bravo, (2005) “Diseño Editorial y Publicitario”, Op. Cit. Pdf.

1. Los formatos de una columna.- por lo regular se emplea para libros y que su contenido sea netamente textual, una imagen acompañada de texto o solo imagen.
2. Formato de dos columnas.- Nos ofrece un abanico de posibilidades para poder combinar textos e imágenes.
3. Formato de tres columnas.- Nos facilita de cierta forma para que podamos combinar imágenes y textos de diferentes tamaños.
4. Formato de cuatros columnas.- Este formato se lo usa habitualmente en periódicos y revistas ya que nos facilita y mejora la composición cuando se trata de abundante texto.³⁰

(Bravo, 2005, Pág 21)

2.3.5.5. Elementos del Diseño Editorial

2.3.5.5.1. El Libro

Podemos decir que un libro manera de definición es un obra impresa, manuscrita o sencillamente pintada, de índole literario, científico o cualquier otro tipo que cuente con la extensión necesaria para formar un volumen.

“Son publicaciones más extensas, de más de 50 hojas. Están unidas por un lado y protegidas con tapas.

Podemos encontrar distintos tipos de libros, por ejemplo: libros de arte, científico, libros de texto, recreativos, novelas, de referencia, de viaje, biografías entre otros.”³¹

³⁰ **Tecnológico Pascual Bravo**, (2005). “*Diseño Editorial y Publicitario*”, Op. Cit. Pdf.

Un libro es el pilar más importante para la adquisición de conocimientos y sabiduría que de cierta manera hace enriquecer la cultura del hombre, pues- como dice un adagio un hombre sin sabiduría no está preparado para el poder, también nos brinda ayuda para el desarrollo continuo de una comunidad o país, es aquí donde hombres trasladan sus conocimiento sobre ciertos temas y compartirlos.

2.3.5.5.1.1. Formatos de Libros

A la hora de aplicar un formato previo a la realización de un libro hay que tomar en cuenta como el que un libro debe ser lo más ligero y no innecesariamente grande, también hay que tener muy en cuenta que el libro va a estar directamente relacionado al tamaño del pliego del papel a utilizar por motivo de ahorro de material y costos pero esta forma de planificar el formato puede variar de acuerdo a las especificaciones del cliente.

“Para un tamaño de tipos de 9 o 10 puntos, la amplitud de los renglones debe ser de 18 a 22 cíceros. De ello resulta un ancho de página de 11 o 12 cm. Si buscamos una relación estética entre ancho y alto, podemos adoptar la proporción áurea con los formatos de 11 x 18 cm, 11 x 19 cm, o 12 x 20 cm.

³¹ **Diseño Editorial**, (2013).“*Shelline Rosas Diseño Editorial*”, Internet, dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf

Para poder ubicar en los libros científicos y especializados que, a menudo, usan amplias tablas, fórmulas e ilustraciones, puede requerirse un formato más amplio. En estos casos debería buscarse la proporción 2: 3, que da formatos de 14 x 21 cm, 16 x 24 cm, o 18 x 27cm.

En los volúmenes ilustrados el formato obedece al tamaño de las ilustraciones por ejemplo 21 x 24 cm, o 24 x 27 cm.³²

Se puede decir que el formato que tiene un libro es manejable desde diferentes puntos de vista pero hay que considerar los tips mencionados pues nos servirá de mucho para que el producto final no tenga ningún problema al momento de realizar los terminados gráficos.

2.3.5.5.1.2. Partes del Libro

Cada parte de un libro es muy importante ya que nos sirve para un correcto del mismo, se conforman de varios elementos que se detallaran a continuación con una breve introducción:

Tapa o Cubierta: La tapa o cubierta nos ayuda a de alguna forma proteger al libro casi por lo regular la tapa va unida al libro y es aquí donde se coloca el título de la obra y nombre de autor.

³² **ALBERT Kapr**, (2013). "101 Reglas Para el Diseño de Libros" Internet, www.sid.cu/galerias/pdf/sitios/ecimed/reglas_diseno.pdf,

Las guardas: las guardas aparecen en los ejemplares de cubierta dura estas aparecen al momento de abrir el ejemplar y ayudan a la protección de páginas interiores.

Portada: La portada por lo regular tiene información como título de la obra, autores, editorial o a su vez el logotipo de misma, el sitio y año de impresión, nombre del prologuista y méritos de autor.

Anteportada y Portadilla: Este elemento toma el lugar en una hoja antes de la portada en la que va simplemente el título de la obra.

Índice: El índice va ubicada al principio de la obra o también puede ir ubicada al final de la obra son ningún inconveniente.

Prefacio, Introducción y/o presentación: Es la precedencia del tema que se trata en la obra.

Cuerpo de la Obra (texto principal): Es la parte central del libro u obra, que consta de los caracteres tipográficos es decir la información que consta el libro, por lo regular se divide en capítulos para de esta forma poder organizar la información adecuadamente para el lector y su capítulo final contiene conclusiones y recomendaciones.

Cabezal: En este espacio del libro se coloca el nombre del autor y capítulo, se lo ubica en parte superior de cada página que correspondiere al texto principal.

Pie de Página: Son citas que corresponden al texto principal y casi siempre se las coloca en la parte inferior de las páginas.

Pie de fotos: Es aquí donde se coloca información netamente de la fotografía y esta información es clara y concisa, el tamaño del cuerpo va desde 6,7 o 8

puntos, hay que tomar en cuenta que esta información es la que más toca el cuenta el lector.

Glosario: Nos ayuda a definir los términos que talvez las personas desconozcan de su vocabulario y que se han usado en la obra.

Contratapa: Esta se encuentra ubicada en la parte posterior del libro y no tiene un uso predeterminado, también puede ser usado para ahí colocar el resumen de la obra.

Apéndices o Anexos: Son el complemento del libro y que se constituyen por documentos, datos o cuadros.

Camisa o Forro: Es una cubierta de papel que no ayuda a la protección del libro en este elemento se imprime generalmente la portada a full color.

Solapa: es una extensión lateral extra de la cubierta que se dobla hacia adentro y ahí se imprime datos del autor, fotos, u otras obras publicadas.

Página Legal o de Derechos: Esta página se encuentra en la parte posterior a la portada, donde se imprime los derechos de la obra y datos de producción de la obra, año, número de la misma y nombre se colaboradores (diseñador ilustrator, fotógrafo etc.)

Agradecimientos: En esta parte de la obra es donde el autor da sus agradecimientos a gente que le colaboro de alguna forma con la publicación, investigación elaboración de la obra.

Epílogo o Ultílogo: Es la parte que va a manera de añadidura donde se coloca alguna consideración general o un breve desenlace de alguna acción que no ha sido concluida.

Bibliografía: Aquí es donde se coloca una lista de obras que el autor ha utilizado como medio de investigación para la realización de su obra.

Lista de Abreviaturas: aquí se representa símbolos o abreviaturas que se han usado en la obra, está se encuentra organizada en orden alfabético.

Dedicatoria: Mediante este texto el autor dedica la realización de la obra a alguna persona en especial.

2.3.5.5.1.3. La Página

La página por lo general se encuentra formada por algunos elementos que ayudan para que el lector pueda recibir la información correctamente por ejemplo: la tipografía, diseño, imágenes, estructura y su-retícula entre otros a continuación vamos a desglosar estos contenidos con el fin de comprender a cada elemento y su definición.

Para determinar el formato de una página se debe tener en cuenta:

- *El contenido y la cantidad de texto de esa página.*
- *El gramaje y el formato papel.*
- *La presencia de imágenes (fotos, dibujos, gráficos, cuadros, mapas, forma, color, tamaño).³³*

(Sagastizabal, 2002, Pág 148)

Elementos que componen una página:

³³ **SAGASTIZABAL Leonardo**, (2002) “*El Mundo de la Edición de libros*”, Editorial Paidós, Buenos Aires

- Elementos Tipográficos
- Elementos Decorativo
- Folios
- Proporciones de Blancos

Elementos Tipográficos

EL titular: Este es el elemento más importante del libro o publicación pues tiene como deber llamar la atención del lector, generalmente es muy corto de caracteres.

El Cuerpo del Texto: Por lo general el cuerpo de texto es muy extenso por esto motivo hay que tener en cuenta que puede tornarse un poco cansado la lectura.

Los Subtítulos: Su principal función es adelantar la información de la obra e pocas palabras a manera de sinopsis.

Pie de Fotos: Este es el elemento aun que muchas personas le restan importancia son embargo es el elemento que más se lee ya que consta de información muy detallada y precisa de la fotografía.

Elementos Decorativos

Fotografías: Las fotografías son imágenes que nos brindan información de un realismo y veracidad muy alto.

Las ilustraciones: Estos son elementos que pueden ser representados por su autor de diferente manera que juegan con la imaginación del lector.

Filete: Los filetes específicamente nos ayudan a delimitar un área específica a ocuparse por ilustraciones, imágenes o simplemente separar partes de un texto siendo esta una herramienta funcional para una mejor organización de elementos dentro de una página.

Folios

Los folios deben ser ubicados de manera funcional y estética para un correcto funcionamiento y organización numérica de la obra.

2.3.5.5.2. La Retícula

La función específica de la retícula es mantener un orden visual óptimo manteniendo un orden en la colocación de texto, imágenes y demás elementos que se vayan a utilizar. Esto nos brinda una correcta comprensión de las páginas y así mismo tiempo ayuda al diseñador gráfico a lograr un maquetación estructurada de la diagramación.

“Una retícula de diseño divide el área en la que se está realizando el diseño de la forma que la caja de texto se componga de una retícula de campos (capos de retícula) donde se puede organizar los elementos estilísticos implicados, como el texto y las ilustraciones”.³⁴

(A.A.V.V, 2008, Pág 42)

³⁴ **A.A.V.V.**, (2008). “*El Pequeño Sabelotodo*”, Sentido Común para Diseñadores, Editorial Índex Book, Barcelona

A la hora de comenzar a diagramar y división del espacio de la retícula tenemos que tomar un aspecto muy valioso como el de saber que tipo de publicación se va a realizar, a que grupo objetivo va dirigido y características de la tipografía e imágenes de estos aspectos se válida para poder determinar el tipo de retícula que va a ser utilizada.

“La retícula en el diseño editorial supuso una innovación a la hora de maquetar. Al contrario de lo que algunos piensan, nos ayuda a dinamizar y posibilita una forma de trabajo más rápida en productos seriados con bastantes páginas.

Su estructura visible pero no imprimible unifica, equilibra las páginas y da coherencia a la publicación”³⁵

(Zanon, 2007, Pág 25)

Entre los tipos de retícula más importantes podemos nombrar a los siguientes:

Retícula Manuscrita: Este tipo de retícula es recomendable utilizarla para libros netamente textuales, podemos decir que es uno de los más peligrosos por que consta tan solo un rectángulo sobre la mayor parte de la página con una sola caída de texto y el lector tiende a cansarse y finalmente aburrirse, para evitar este tipo de inconvenientes es preferible ajustar el tamaño de los márgenes dependiendo de lo que quiere transmitir el diseñador al lector.

³⁵ ZANON David, (2007). “*Introducción al Diseño Editorial*”, Editorial Visión Net, (Madrid) España

Retícula de Columnas: Consta de columnas son fácilmente independientes pero también pueden depender unas de las otras para una mejor organización de información hay que tener en cuenta el ancho de cada columna para definir el cuerpo de texto y facilitar su lectura.

Retícula Modulada: Se caracteriza por tener una muy claro el orden de la información, claridad y sencillez consta de gran cantidad de columnas lo que hace que sea adecuada en la utilización de libros de gran número de páginas y elementos.

Retícula Jerárquica: Esta retícula se la utiliza frecuentemente en la realización de páginas web se caracteriza por que su estructura de columnas variadas facilita la información a manera de interacción visual.

2.3.5.5.3. La Diagramación

La diagramación básicamente se encarga de la distribución de elementos dentro de una página, por medio de la composición y el uso de colores, formas, caracteres y tramas se logra que el mensaje a enviar por medio del texto sea recibido de manera jerarquizada y lógica.

“Diagramar es distribuir, organizar del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización, buscando funcionalidad del mensaje bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografía y colores)”³⁶

(Cumpa, 2002, Pág 12)

³⁶ CUMPA Luis, (2002). “*fundamentos de diagramación*”, Editorial de la Unmsm, Lima

La diagramación entonces es de vital importancia, por lo tanto debemos ser muy cuidadosos al momento de desarrollar en un libro ya que de una u otra manera es la base para desarrollar el equilibrio, la tensión, la armonía, la simetría, la regularidad, la actividad, la neutralidad que son elementos que ayudan a la complementación de un texto.

2.3.5.5.3.1. Aspectos y Elementos de la Diagramación

Estos son elementos de vital importancia para que una diagramación tenga la funcionabilidad correcta dentro de un texto.

Las imágenes:

- Fotografías
- Fotomontajes
- Infografías
- Ilustraciones Manuales
- Ilustraciones Digitales
- Diagramas / Cuadros Estadísticos
- Logotipos
- Viñetas.

Los Textos:

- Títulos
- Subtítulo
- Gorro
- Capitular

- Leyendas
- Extractos
- Cuerpo de Texto
- Autores de Texto y Fotografía
- Número de páginas
- Encabezado de sección
- Cintillos

Los Recursos Gráficos

- Recuadros de Texto
- Fondos Texturados
- Marcadores de Leyendas
- Signos Señaléticos
- Tramas
- Líneas³⁷

(Cumba, 2002. Pág 84)

2.3.5.5.4. Los Márgenes

Son limitaciones de espacio que se da en una página en todas sus direcciones como son la parte superior, inferior, izquierda y derecha el objetivo de esto es para mantener una estética completamente direccionada al orden de elementos y texto además que es de vital importancia para tener un correcta lectura.

³⁷ **CUMBA Luis**, (2002) .“*Fundamentos de Diagramación*”, Editorial de la Unmsm, Lima

“La utilización de los márgenes depende del trabajo a realizar, si el uso de texto e imágenes es simétrico es acertada la utilización de estos, si por el contrario es asimétrico y con más elementos, es recomendable realizar un retícula con la estructura pertinente para el uso correcto”³⁸

(Zanon, 2007, Pág 22)

En la mayoría de trabajos editoriales hay que tomar en cuenta la utilización de una doble página de tal manera que la utilización de esta página extra haga que la composición en general sea más atractiva.

Los márgenes tiene utilidades muy importantes a continuación se detalla las más relevantes:³⁹

(López, 2008,129)

- Disimula posibles errores o imperfecciones al momento de la impresión.
- Evita la perdida de información al momento de cortar el papel.
- Facilita al lector la visualización del texto para su lectura.
- Facilita la manipulación del papel mediante los espacios en blanco.

2.3.5.5.5. La Tipografía

El término llamado tipografía se le asigna debido a que se dedica al estudio y clasificación de los llamados tipos o letras conjuntamente con sus respectivas familias. Independiente de la clase de trabajo o desempeño que

³⁸ ZANON David,(2007). *“Introducción al Diseño Editorial”*, Editorial Visión Net, (Madrid) España

³⁹ LOPÉZ Alberto, HERRERA Carolina, (2008) *“Introducción al Diseño”*, Editorial Vértice S.L., Málaga

tenga la tipografía esta es de gran ayuda para que el lector tenga una legibilidad clara y un entendimiento completamente al ciento por ciento.

Cada tipo o letra pasa a ser un elemento tipográfico, estos ayudan de cierta forma a conformar una composición que en su contexto tenga todos los parámetros técnicos de una obra, por otra parte no es aconsejable la utilización de varias tipografías porque esto tiende a ser de cierta forma caótico y confunde al lector.

2.3.5.5.1. Formas de una terminal

Estas formas tienden a ayudar a la expresión de conceptos, ideas o cosas, es un reflejo de la época.

“Hay cinco elementos que nos sirven para clasificar a las familias tipográficas:

- La presencia o ausencia de serif o remate
- La forma de serif
- La relación de curva o recta entre bastones y serifas
- La uniformidad o variabilidad del grosor del trazo.”⁴⁰

(Ricupero, 2007, Pág 42)

Por lo tanto podemos mencionar que la tipografía se divide en dos tipos de familias que son: Serif y San serif o también llamadas tipografías de palo seco.

⁴⁰ **RICUPERO Sergio**, (2007).“*Diseño Gráfico en el Aula Guía de Trabajos Prácticos*” 1ª ed. Buenos Aires: Nobuko

Serif: El principio de las fuentes serif se remonta a la antigüedad debido a que al tallador se le dificultaba que los detalles y extremos de las letras fueran rectos por ende se denotaba sus bordes muy característicos muy reconocidos con el nombre de serif.

Las fuentes serif son recordables para la utilización de textos extensos y de párrafos seguidos, debido que por sus contextura de trazo fino y remates son de gran ayuda para el ojo ya que ayudan a fijar la línea de un texto seguido facilitando de esta forma que la persona que está siguiendo la lectura lo haga de una forma rápida y rompiendo con la monotonía.

San serif o palo seco: El tipo de fuente San Serif es todo lo contrario de la serif pues carece de toda remate consta de vértices rectos y trazos totalmente uniformes, este tipo de fuentes son muy utilizados en impresos.

“Las fuentes san serif son típicamente de espaciado proporcional a menudo tiene menor variación entre los rasgos finos y gruesos” ⁴¹

2.3.5.5.6. Legibilidad Tipográfica

La legibilidad es un parámetro muy importante dentro de un producto editorial pues nos permite identificar y diferenciar un carácter de otro, para poder tener un legibilidad correcta depende de algunos aspectos como por ejemplo: ancho de un línea, el espacio entre caracteres, tracking, leading etc., estos elementos son lo que nos facilita la lectura de una obra.

⁴¹ **SIDAR**, (2013).“15 Fuentes”, Internet, <http://www.sidar.org/recur/desdi/traduc/es/css/fonts.html#sans-serif-def>

“Debemos escoger caracteres que sean abiertos y bien proporcionados, con regularidad en los tipos y con remates clásicos. Los caracteres que contienen afectaciones estilísticas o irregularidades son menos legibles, por lo que son menos recomendables utilizarlos en bloques de textos y son más adecuados para los textos cortos o titulares.”⁴²

(Netdisseny, 2013, Pág 9)

2.3.5.5.7. Grosor de la Tipografía

Podemos clasificar el grosor de letra dependiendo del grosor del trazo y son las siguientes: extrafina, fina, redonda, negra y súper negra. Hay que tener en cuenta que la utilización de grosores de letra en un texto es de mucha ayuda para el lector ya que facilita la visualización y clasificación de títulos, subtítulos momentos puntuales y demás.

“Dentro de una familia tipográfica hay ciertos caracteres que la diferencian entre sí, como son:

- Proporción entre ejes verticales y horizontales: se clasifican en redonda (cuando son iguales), estrecha (cuando el horizontal es menor al vertical) y expandida (cuando el horizontal es mayor).

⁴² **NETDISSENY**, (2013). “Fundamentos de Diseño, Tipografía”, Internet. Pdf., <http://www.weblogicnet.com/descargas /tipografia.pdf>.

- Inclinación del eje vertical: son las llamadas itálicas o cursivas generalmente esta inclinación es de 15 grados.
- Cuerpo: Es el tamaño de la letra, se mide en puntos tipográficos⁴³

2.3.5.5.8. Elementos Compositivos del Diseño Editorial

Depende mucho del tipo de composición para aplicar las funciones de los diferentes elementos para de está forma poder transmitir un correcto y adecuado mensaje.

“El modo de situar los elementos comunica visualmente al espectador las intenciones y el significado de las páginas”⁴⁴

(Zanon, 2007, Pág 30)

El propósito principal que tiene una composición es transmitir un mensaje de una manera mucho más dirigida, correcta y sobretodo estética para de esta forma en lector pueda digerir la información de una manera mucho más fácil y comprensible con la ayuda la aplicación elementos como las líneas, colores, formas, tramas entre otros.

A continuación desglosaremos algunos elementos que ayudan a una composición editorial:

⁴³ **DESARROLLO WEB**, (2013). “*Diseño y tipografía*”, Luciano Moreno, Internet, <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1691.php>

⁴⁴ **ZANON David**, (2007).“*Introducción al Diseño Editorial*”, Editorial Visión Net, (Madrid) España

- **Repetición y ritmo**

Los conceptos que ayudan a mantener una repetición y un ritmo son: alternancia, comprensión, simetría, reflejo, expansión, rotación y traslación todo este conjunto elementos son de vital importancia para que en un proyecto editorial exista un repetición y ritmo.

“Es capaz de transmitir movimiento dentro del área del diseño, gracias a la aproximación de elementos semejantes”⁴⁵

- **Jerarquización**

La jerarquización no es más que un orden secuencial que se coloca a un elemento con el fin de enfatizar su importancia de acuerdo a la necesidad que tenga el diseñador gráfico o en su contexto. A este elemento se le trata de diferenciar por medio de la utilización de tamaños, orientación, opacidad manteniendo un orden jerárquico entre los demás elementos de la página.

- **Balance**

Es la aplicación de la gravedad en el diseño, es decir mantener un balance de elementos dentro de un producto editorial ya que siempre la percepción humana localiza un punto de gravedad entre dos elementos.

⁴⁵ **Universidad de Londres**, (2013) Compilador. L.D.G MANJARREZ Juan, “Diseño Editorial”, http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/disenio_editorial.pdf.

- **Tensión**

Es la fuerza que se le da a cada uno de los elementos que compone un diseño, las líneas son herramientas que con la ayuda de formas tanto agudas como irregulares dan tensión a un diseño, ya que son las que dan movimiento con la finalidad de dirigir la mirada del lector y causar tensión.

- **Equilibrio**

En un producto editorial los elementos deben estar distribuidos de tal forma que tenga un peso visual exacto a cada lado para lograr este debemos tener un orden secuencial y clasificado de elementos como por ejemplo imágenes, texto, ilustraciones, etc.

Hay dos tipos de equilibrio simétrico y asimétrico:

El equilibrio simétrico se produce cuando hay una distribución igualitaria de elementos en ambos lados de la página o composición y la asimétrica es cuando no existen la misma cantidad de elementos en la composición ya sea por tamaño o color pero existe aún el equilibrio entre sus elementos.

- **Proporción**

La proporción no es más que formas circulares que ayudan a que el diseño tenga una suavidad y perfección para esto depende mucho de la cantidad de elementos que se coloquen en el espacio gráfico, todo esto arroja un resultado distinto en significados.

- **Contraste**

El contraste nos ayuda de cierta forma resaltar los elementos que constan en un diseño dependiendo mucho de la composición, esto quiere decir que también ayuda a que el lector a denotar las partes más importantes de un texto o diseño.

Hay diferentes tipos de contraste por ejemplo:

- Contraste de escala
- Contraste de contornos
- Contraste de colores
- Contraste de tonos

- **Armonía**

Para que una composición sea agradable al público debe tener un balance y equilibrio que son elementos primordiales para que el producto final sea agradable a la vista.

- **Simetría**

Es una distribución igualitaria de elementos a los dos lados de una página partiendo desde un eje central dando un orden general a la composición.

- **Asimetría**

Es todo lo contrario de la simetría, hay desigualdad de distribución de elementos y carece de orden y peso visual.

2.3.5.5.9. Importancia del diseño editorial

El éxito e importancia que el lector le pueda dar a una publicación depende mucho el diseño de la portada, contraportada, solapas, sobrecubierta, lomo y título de la obra, estos elementos son de vital importancia para que una personas se decida o no por la compra de una publicación.

“Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permite expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.”⁴⁶

La importancia que posee el diseño editorial en la comunicación es muy valiosa pues es el medio más eficiente y la información que consta en un libro es de trascendencia y sirve para la que el conocimiento vaya de persona en persona, si bien es cierto que la parte exterior de un libro sirve de enganche para un futuro lector de un libro, también podemos decir que el éxito radica en escoger un tema de polémica e importancia al momento de comenzar a realizar una publicación.

“El diseño del interior también reviste gran importancia, ya que la elección del formato, tipografía y organización de las imágenes depende la lectura del texto. Un buen diseño consiste en lograr la

⁴⁶ **Design it's you**, (2013)“Diseño editorial”, Internet, <http://designitsyou.wordpress.com/2008/02/12/diseno-editorial> ,

coherencia gráfica y comunicativa entre el interior y el contenido de una publicación”⁴⁷

Hay que tomar en cuenta que al momento de comenzar a diseñar de una publicación se debe saber a que grupo objetivo va dirigido esto es una parte fundamental para la utilización de un cierto porcentaje de imágenes de texto, tipo de diagramación y tendencias.

2.3.5.5.10. El color aplicado al diseño gráfico

El color es un elemento fundamental en el diseño, se emplea de acuerdo a la clase de mensaje que requiere enviar ya que cada color tiene una diferente interpretación de acuerdo a cada persona, cultura, etc.

El exceso o carencia de color en un diseño atrae muchos inconvenientes pues es el color quien da una especie de equilibrio visual y estilización es recomendable siempre mantener una correcta combinación de colores y no redundar en los mismos matices de colores utilizados en los diseños editoriales tradicionales.

El color es un elemento básico a la hora de elaborar un mensaje visual. El color puede llegar a ser la traducción visual de nuestros sentidos o despertar estos mediante la gama de colores utilizados.

⁴⁷ **Design It's you**, (2013) “Diseño editorial”, Internet, <http://designitsyou.wordpress.com/2008/02/12/disenoeitorial> ,

Podemos dar la sensación de frío de apetecible, de rugoso de limpio”⁴⁸

(Ricupero, 2007, Pág 13)

La color posee una categoría de significados simbólicos de cada color estos nos ayudan a poder expresar emociones, sentimientos. Esta significación a cada color crea un lenguaje directo, es decir podemos dar a notar peligro a la calma tan solo utilizando colores.

Munsell (1905) identifico tres atributos:⁴⁹



Elaborado por: Richard H. Machuca

3. Gráfico de Cuadro de colores

El tono: Hace referencia a lo que llamamos generalmente color de cierta forma para poder diferenciar uno color de algún objeto se los ha clasificado en 11 familias los blancos, los negros, los grises, los rojos, los verdes, los amarillos, los anaranjados, los azules, los violetas, los rosados y los marrones.

⁴⁸ **RICUPERO Sergio**,(2013) “*Diseño gráfico en el aula: guía de trabajos prácticos*”, Editorial Nobuko, Buenos Aires

⁴⁹ **RICHART Luis**, (2013), “Teoría del color”, Internet, <http://www.vectoraula.com/articulos/color/> ,

Tonos cálidos y fríos: Los tonos se dan simplemente por la temperatura del color y se les da esta clasificación para calificar estas cualidades que nos dan los tonos.

Los cálidos se desde el rojo hasta el amarillo y los fríos desde el azul al verde, los tonos cálidos y fríos se complementan igual como ocurre entre los colores primarios y secundarios.

La saturación: La saturación no es más que una cantidad determinada de color neutro que son blancos y grises que puede tener cualquier color.

La luminosidad: Son las escalas de puede tener un color es decir claro, medio u oscuro también podemos decir que es una ventaja que puede tener un color neutro o de color para poder emitir más o menos luz.

Se puede encontrar:

- **Colores primarios.– Rojo, azul y amarillo**

Son colores puros que no se los pueden lograr bajo ninguna mezcla de colores.

- **Colores secundarios.– Verde, violeta y naranja**

Estos colores nacen por la mezcla de dos colores puros o primarios.

Azul + Amarillo = Verde

- **Colores terciarios. – Rojo – violeta, rojo – anaranjado, amarillo – anaranjado, amarillo – verdoso, azul – verdoso, azul – violeta.**

Estos colores se obtienen de las dos partes de un color primario u una parte de un color secundario.

2.3.5.5.10.1. Psicología de color

Cada color posee un significado este puede ser variante dependiendo de un país, cultura o forma de vida. Estos son capaces de poder transmitir sentimientos a través de un color.

A continuación realizaremos una percepción de significados de algunos colores:

Amarillo: Es el color que desprende luz se lo puede interpretar como joviales, efectivos, excitantes e impulsivos además que tienen una relación con la naturaleza y psicológicamente las personas lo asocian con el deseo de liberación, en el diseño gráfico o imagen es recomendable utilizar el amarillo para provocar sensaciones alegres y agradables.

Naranja: El color naranja actúa como estimulante de los tímidos tristes o linfáticos es un color que se lo recomienda utilizarlo en pequeñas partes aunque es un color muy útil es atrevido utilizarlo en áreas grandes.

Rojo: Este color simboliza sangre, fuego, calor, revolución, alegría, acción, pasión, fuerza, disputa, desconfianza, destrucción e impulso, este color tiene la capacidad de causar una atención excesiva por este motivo hay que controlar su extensión e intensidad por su potencia de excitación la utilización en gran cantidad cansa rápidamente.

Violeta: Este color tiene una significación de madurez, delicadeza, profundidad, misticismo, misterio, melancolía y en su tonalidad púrpura,

realeza, suntuosidad y dignidad: es un color delicado, fresco y de acción algo sedante.

Azul: El color azul es asociable rápidamente con el cielo, mar así mismo denota profundidad y estabilidad, psicológicamente las personas le dan una representación de lealtad, confianza, sabiduría, inteligencia, fe, la verdad, la paz y quietud actúa como calmante.

Verde: Es su color que posee un equilibrio porque está compuesto de colores de emoción y juicio como son el amarillo y azul y por su situación transicional en el espectro.

También tiene un rápida asociación con la naturaleza por ello es ideal aplicarlo en productos de jardinería, turismo rural y actividad de aire libre o productos ecológicos.

Blanco: Es un color que posee un gran sensibilidad frente a la luz es un síntesis de todos los colores y el símbolo de lo absoluto tiene un significación de seguridad, pureza y limpieza así mismo tiene un connotación positiva.

Gris: Es un transición entre blanco y negro y el producto de la mezcla de ambos, simboliza neutralidad sugiere tristeza y es un fusión de alegrías y penas del bien y el mal.

Negro: Este el color más oscuro que existe carece de luz y color nos trasmite nobleza, elegancia, autoridad, fortaleza, intransigencia, prestigio y seriedad, su aplicación usualmente es museos, galerías y colecciones de fotos on – line debido a que resalta el resto de colores y tienen un contraste con colores brillantes.

Marrón: Es un color masculino, severo, confortable evoca a un ambiente otoñal y da la impresión de gravedad, profundidad y equilibrio, es realista ya que es semejante al color de la tierra.

Ocres: El color ocre es un pigmento que se encuentra entre colores de mayor antigüedad, data de la prehistoria se la usaba en murales y construcciones, estos colores son resultados de la combinación de marrones y colores cálidos como el amarillo, naranja y el rojo que dan origen a los colores tierra.

2.3.5.5.10.2. Modelo de color RGB y CMYK

RGB: Este modelo de color es ideal para representar imágenes que pueden ser mostradas en monitores de computadores debido a que su constitución es de colores primarios luz.

CMYK: Este modelo tiene como cualidad absorber y rechazar luz de los objetos.

En el modo CMYK de Photoshop, a cada píxel se le asigna un valor de porcentaje para las tintas de cuatricromía la utilización de este modo se destina a la impresión en tintas aunque puede ser variable dependiendo del rango exacto de los colores representados, dependiendo de la imprenta y las condiciones de impresión.

2.3.5.5.11. El Papel

La decisión de emplear una calidad de papel costosa o económica en una producción depende mucho del presupuesto que se tenga para la-

edición, pero hay que tomar en cuenta que la calidad del producto final en un alto porcentaje va a depender en la calidad del papel.

Tipos de papel: según su color, gramaje y uso existe una gran variedad de papeles entre los cuales citare los más utilizados en el ámbito gráfico.

Papel autocopiante: Especialmente se encuentra en los talonarios de facturas.

Papel biblia: Es liviano con alta opacidad y recibe el nombre por su frecuente uso en la impresión de biblias.

Papel carta: Actualmente, es equivalente a lo que se denomina “papel Offset”, cuya calidad permite una impresión con bordes definidos pero carece de algún tipo de recubrimiento.

Papel cebolla o papel vegetal: Llamado así al papel de seda

Papel couché: Fabricado con un revestimiento suave ya sea en una o las dos caras con ello se obtiene una superficie mucho más compacta, lisa y con mejores propiedades de reflexión de la luz.

Este papel se utiliza frecuentemente en la impresión de revistas, libros fotográficos, folletos y catálogos.

Papel calco: Es aquel que posee tinta por un lado y al momento de escribir sobre el calca de manera instantánea.

Papel celofán: Es un papel transparente que tiene una simulación al cristal conjuntamente con una gran variedad de colores.

Papel fotográfico: Su uso es directamente para la impresión de fotografías.

Papel Kraft: Este papel es utilizado principalmente para empaquetar trabajos impresos o material de impresión.

Papel moneda: Papel empleado en la producción de billetes.

Papel periódico: Se utiliza principalmente en la elaboración de periódico y diarios.

Papel reciclable: Pedazos de papel o cartón clasificados separados de otros desperdicios sólidos, tras una operación de transformación destinada a convertirse en pulpa estos pueden ser neutralizados como materia prima.

Papel de seguridad: Este papel tiene un fondo protector que utilizado en la elaboración de cheques y documentos importantes.

Papel térmico: Elabora en rollos para fax o máquinas registradoras.

Papel transfer: Sirve para transferir imágenes y demás en una tela.

Papel Bond (Offset): Este papel es utilizado en las fotocopiadoras e impresoras láser con ligeras diferencias de calidades con una gran gama de colores.

Papel vinilo: Es un tipo de papel plástico con un lado de adhesivo.

2.3.5.5.12. El soporte

El soporte principal de una publicación es el papel, es por esto que los profesionales especializados en acabados gráficos dan un abanico de posibilidades a los diseñadores recopilados en catálogos y muestras en cartón, papel couche, brillante, mate, corrugado, ecológico, texturado etc.

Por lo general el soporte viene a constituir una parte fundamental e indispensable para el desarrollo eficaz de un proceso de elaboración.

“En la elección del soporte puede estar la clave del diseño y la correcta adecuación del proyecto a las condicionantes industriales de los materiales (formatos de corte, comportamientos frente a los- diversos métodos de impresión y disponibilidad del mercado, etc.) La respuesta a problemas o ventajas presupuestarias.”⁵⁰
(Fuentes, 2004, Pág 96)

También hay que tomar en cuenta que antes de realizar un proyecto de magnitud hay que tener un presupuesto exacto de costos y calidades de soportes a ser utilizados.

2.3.5.5.13. Sistema de impresión

Con el pasar de los años los sistemas de impresión ha evolucionado enormemente mejorando cada vez más su calidad entre los principales sistemas de impresión citaremos los más importantes:

Offset: este sistema de impresión tiene un principio que nos dice que el agua y el aceite no se mezclan, el sistema de Offset consiste en la imagen de una placa reciba la tinta y el resto la repele y recibe agua como siguiente paso la imagen entintada se transfiere a otro rodillo llamado mantilla, el cual a su vez transfiere al sustrato por este motivo este sistema es considerado indirecto.

El sistema offset es el más utilizado en ámbito de la impresión pues posee características de buena calidad, versatilidad y sobre todo económico.

⁵⁰ **FUENTES Rodolfo**, (2004). “*La práctica del diseño gráfico: una metodología creativa*”, Editorial paidós Ibérica, S.A, Barcelona

Digital: la impresión digital se clasifica en 3 tipos que a continuación conceptualizaremos:

- **Láser:** Este tipo de impresión tiene como elemento fundamental a la carga electrostática y su funcionamiento consiste en la creación de imágenes utilizando la mezcla de polvo de tinta seca en un tambor de metal, con el uso del rayo láser.
- **Inyección de tinta:** la información es digitalizada en un computador para dirigir esta información hacia unos canales muy diminutos y luego formar patrones alfanuméricos o a su vez puntos que luego son rociados para formar una imagen sobre el papel.
- **Plotters:** Este tipo de impresión tiene la capacidad de incluir nuevas tintas que contiene colores como el gris, plateado y dorado que son de utilidad para dar nuevos e innovadores matices a las imágenes.

Serigrafía: La tiene un método de impresión que funciona mediante la aplicación de tinta en un estencil montado sobre un malla fina de fibras sintéticas o hilos de metal sobre un bastidor para luego mediante su aplicación plasmar una imagen sobre un material determinado.

Es una impresión muy versátil ya que se puede plasmar en casi todo los materiales como el metal, vidrio, plástico, papel, tela o madera.

Flexografía: Esta forma de impresión posee un relieve su funcionamiento básico consiste en que el área de la imagen que están en relieve se entintan y son transferidas directamente al sustrato.

Para esta impresión se utilizan placas muy flexibles de plástico suave y tiene la característica de tener un secado rápido.

2.3.5.5.14. Acabados gráficos

Este es el último paso de la producción y abarca todos los procesos de acabados hoy en la actualidad se ofrecen soluciones para distintos acabados, debido al avance de la tecnología y maquinaria para este trabajo el tiempo que se invertía es mucho más rápido.

Proceso de acabado: Podemos llamar a acabado a toda pieza que conforman un elemento gráfico impreso y que de cierta forma sirve de protección a una pieza gráfica.

Tratamiento de superficie: el tratamiento de una superficie tiene como fin único de colocar un material adicional y que esta sirva ya sea de protección o que el impreso no sufra daño alguno al momento de la manipulación a continuación detallare algunos tratamientos que se usa con frecuencia:

- **El barnizado**

El barniz es el material que sirve especialmente para protección del impreso, es recomendable realizarlo cuando fotografías de gran tamaño ya que da un realce y vistosidad al impreso.

- **El plastificado**

El plastificado es una capa plástica que se coloca sobre el papel de manera uniforme según la necesidad o diseño que tenga el impreso.

- **El barniz UV**

El barniz UV es una lámina plástica con brillo que se coloca en una parte o todo el impreso depende de la necesidad que tenga el diseñador gráfico de resaltar el impreso.

2.3.5.5.15. La encuadernación

Para que la encuadernación puede ser un solo elemento compacto hay varias alternativas como por ejemplo: coserlos o encolarlos logrando así que todas las hojas formen un solo cuerpo compacto a lo que también se le llama libro.

Las encuadernaciones más usadas son encuadernación rústica, encuadernación de tapas de cartón duras, la encuadernaron de piel, la encuadernación espiral y taladro.

- **Encuadernación rústica:** esta encuadernación consiste en coser y encolar el libro para luego forrar con un cubierta de cartón blanda y pegarla al lomo.
- **Encuadernación tapa dura:** En este tipo de encuadernación se cose o encola las hojas pero la cubierta es de un material rígido que va pegada al lomo y comúnmente la arte interior del lomo es de tela.
- **Encuadernación de piel:** hoy en día este tipo de encuadernación es poco usada debido a la falta de talleres capacitados para realizar este tipo de trabajo, consiste en forrar la cubierta de piel de becerro, cabra e incluso de animales exóticos, generalmente esta piel es trabajada con el objetivo que sea un superficie plana y lisa en la cubierta.
- **Encuadernación en espiral:** Este tipo de encuadernación se la realiza formado bloques de hojas para posteriormente perforarlas en el izquierdo del lomo y pasar un espiral de alambre o plástico por los orificios.
- **Encuadernación con taladro:** Este tipo de encuadernación es el más eficiente en lo que tiene que ver con el desgarrar de las hojas debido a la fortaleza de su encuadernamiento pues se lo realiza perforando con brocas delgadas para luego coserlas.

2.1. La fotografía

La fotografía es el proceso de la captura de una imagen con la ayuda de un dispositivo tecnológico que posee una sensibilidad a la luz y que tiene como principio la cámara oscura, esta fue descrita e ilustrada en su totalidad así como en su funcionamiento en los manuscritos de Leonardo da Vinci.

“La fotografía podemos definirla como el arte de pintar con luz, concepto más apropiado que escribir con luz”⁵¹

(Salvador, 1972, Pág 5)

La palabra fotografía etimológicamente proviene de griego foto (luz) y grafos (escritura), la idea de crear la fotografía a manera de síntesis proviene de dos experiencias muy antiguas, la primera el descubrimiento de alguna substancia que sea sensible a la luz y la segunda se radico en el descubrimiento de la cámara oscura.

“Quien, entre otros muchos trabajos, nos legó valiosos croquis sobre la cámara oscura y las imágenes invertidas a causa de una rayo de luz que penetraba por el agujero de la cerradura de una puerta”⁵²

(Salvador, 1972, Pág 6)

⁵¹ **TORT Salvador**, (1972). *“La fotografía”, Orígenes de la fotografía*, Editorial Bruguera S.A., Barcelona

⁵² **TORT Salvador**, (1972) *“La fotografía”, Orígenes de la fotografía*, Editorial Bruguera S.A., Barcelona

La fotografía a lo largo de los avances tecnológicos nos ha brindado infinitas posibilidades que nos ha permitido el estudio de objetos que difícilmente hubieran podido ser estudiados y analizados por el ojo desnudo del ser humano en los diferentes campos.

Por todo esto es que la fotografía es de mucha utilidad debido a que contribuye de manera eficaz al desarrollo de la sensibilidad estética, a avivar la imaginación creativa y estimular una apreciación reflexiva de los aspectos visuales que nos rodean cotidianamente.

2.1.1. La fotografía en la actualidad

La fotografía en la actualidad se ha convertido en una herramienta para muchos indispensable pues es la fuente principal del avance científico, industrial y tecnológico es por esto que la fotografía hoy en día evoluciona a pasos agigantados. Esto presiona cada vez más a las empresas y corporaciones creadoras de cámaras fotográficas a crear estas herramientas con características como por ejemplo definición, tamaños, implementación de materiales a prueba de agua, en fin tratar de llegar con la fotografía donde nunca la retina el hombre pueda llegar de una manera clara y de alta definición.

En la actualidad la fotografía también está ligada de cierta forma con las realidades del mundo actual, es decir con sus problemáticas y bondades, así también podemos decir que la fotografía tiene una trascendencia muy

importante en el campo de la historia pues es debido a la fotografía es que tenemos una imagen de nuestros antepasados.

Una fotografía habla más que mil palabras es por eso que todos son conscientes de la importancia y ayuda que puede brindar una fotografía como medio de información en los diferentes campos de la vida cotidiana y así mismo de la importancia de realizar medios de impresos de información que se basen en la fotografía ya que estos medios de son los que perduran por muchos más tiempo.

2.4.2. Importancia de la fotografía

Hoy en día la importancia de la fotografía es indiscutible bajo cualquier parámetro, todos sabemos que la fotografía con el pasar del tiempo ha ido ganando veracidad e importancia dentro de una sociedad que se basa en el principio de la comunicación para su desarrollo.

La fuerza de comunicación que puede tener una imagen es verdadera importante en el desarrollo de una acontecimiento por que tiene el poder de convertir una realidad lejana en lo más cercano posible, que desde un cierto punto provoca en las personas un análisis y reflexión profundo del acontecimiento.

El posicionamiento que ha tenido la fotografía por la manera de comunicar es muy importante hoy en día incluso en un texto periódico o cualquier medio de información donde hay una fotografía como fuente de información lo primero

que hace el lector es observar únicamente las fotografías haciendo a un lado al texto, esto quiere decir que estamos viviendo un momento donde el estímulo visual está siendo usado y practicado por las personas.

2.4.3. Evolución de la fotografía

Su primera aparición fue el en siglo XVI que era simplemente una caja de vidrio esmerilado que reemplazaba de cierta forma a la habitación, con la utilización de esta caja se cayó en cuenta que la imagen tenía más nitidez cuando se eleva la luz hace el objetivo o un punto específico. Juan Bautista se plantea el objetivo de mejorar la visualización de una imagen introduciendo un lente en una determinada posición en el agujero de la caja.

Con el pasar del tiempo y después de muchos experimentos se llegó a la conclusión de reemplazar la pared de vidrio esmerilado por una hoja de papel impregnado de nitrato de plata, lo que se consideró como el primer negativo de una imagen pero tenía una gran deficiencia ya que al poco tiempo las imágenes desaparecían.

En el año de 1879 John Herschell, fue quien descubrió los efectos de la sal de sodio aplicada en la revelación de una fotografía o también llamada prueba de velada, con este material químico logro que la imagen se fije de manera permanente y no desaparezca.

“La fotografía fue posible desde esa fecha, pues si una imagen desapareciera luego de cierto tiempo no podríamos siquiera hablar de la existencia de la fotografía como tal.”⁵³

(Centro de la imagen alianza francesa, 2008, Pág 7)

“La mesa servida fue la primera fotografía obtenida por Nicéphore Niepce en 1823 había empleado catorce horas de exposición para impresionar el clise”⁵⁴

(Salvador, 1972, Pág 12)

Después de 3 años Nicéphore Niepce tiene una relación de amistad con Luis Jacobo Mandé Daguerre, posteriormente intercambiando ideas y experiencias logran un perfeccionamiento en la fotografía haciendo de este un arte que tiene la capacidad de reproducir una realidad objetiva.

Con el fallecimiento de Niepce, Daguerre continuó las investigaciones llevándolas mucho más allá y que como resultado dio un descubrimiento fundamental:

“Un método que se basaba en las propiedades sensibles del yoduro de plata y en la existencia y en la existencia de una imagen latente”.⁵⁵

(Salvador, 1972, Pág 14)

⁵³ **CENTRO DE LA IMAGEN ALIANZA FRANCESA**, (2008). “*Manual de la fotografía digital*”, Tercera edición, Editor CIAF, Quito

⁵⁴ **TORT Salvador**, (1972). “*La fotografía*”, *Orígenes de la fotografía*, Editorial Bruguera S.A., Barcelona

⁵⁵ **TORT Salvador**, (1972). “*La fotografía*”, *Orígenes de la fotografía*, Editorial Bruguera S.A., Barcelona

Aunque muchos anunciaban que el daguerrotipo era un procedimiento lento, posteriormente el daguerrotipo sustituyó algunos elementos, por consiguiente el proceso cambiaba es decir ahora la exposición duraba menos de treinta minutos, aunque seguía siendo un tiempo extenso.

Un descubrimiento casual realizado por Daguerre permite disminuir enormemente el tiempo de exposición.

“Para burguesía victoriana las fotografías se situaban sobre la repisa, el altar familiar que sacraliza a la familia y la hace respetable en una mezcla de religión y consumo.”⁵⁶

(Lister, 1997, Pág 181)

De esta forma es como la fotografía se establece como un arte y una burguesía de la época, puesto que esto no estaba al alcance de muchos en el mundo, ya que los llamados daguerrotipos eran obras de una sola ejemplar.

En el año de 1861 es cuando se dan los primeros ensayos utilizando el color a la mano del ingeniero francés Charles Cross quien fue la persona quien logró obtener fotografías siguiendo un proceso indirecto, llamado fototricomía.

“Fototricomía: Procedimiento que consiste en obtener tres imágenes monocromáticas del objeto a reproducir, en los tres colores fundamentales, o sea el rojo, amarillo y azul.”⁵⁷

(Salvador, 1972, Pág 21)

⁵⁶ **LISTER Martin, otros**, (1997). “*La imagen fotográfica en la cultura digital*”, Primera Edición, Ediciones Paidós, 1997, **SLATER Don**, “*La fotografía doméstica y la cultura digital*”, Barcelona

⁵⁷ **TORT Salvador**, (1972). “*La fotografía*”, *Orígenes de la fotografía*, Editorial Bruguera S.A., Barcelona,

Ya en los años de 1904 y con la evolución constante de la fotografía se comenzaron a utilizar unas placas de cristal llamadas Autochromes Lumière, el tipo de cámaras que se utilizaban para tomar las fotografías en color se tomaban con cámaras de tres exposiciones, en poco tiempo la fotografía llegó a tener muchos adeptos convirtiéndose en un instrumento de documentación muy- importante de índole expresivo, interpretativo, poéticos y situaciones diarias de una sociedad o población.

“Todas las fotografías son momento morí (expresión latina que significa recuerdo) hacer una fotografía es participar en la mortalidad, vulnerabilidad, mutabilidad de otra persona (o cosa). Precisamente cortando y congelando este momento todos los fotógrafos dan testimonio de una fusión incesante de tiempo.”⁵⁸

(Sontag,1996, Pág 15)

Hoy en día debido al avance tecnológico que se llegó a obtener hasta el siglo xx alcanzo e hizo evolucionar aún más esta invención logrando obtener imágenes digitales de cierta forma facilita la obtención de imágenes y su debido almacenamiento ya sea este en un disco duro, un computador o simplemente utilizar un espacio cibernético como las redes sociales con todas sus respectivas aplicaciones.

⁵⁸ **SONTAG Susan**, (1996).“*Sobre la fotografía*”, (traducido la castellano), Madrid

2.4.4. Géneros fotográficos

Son características estilísticas que tiene una fotografía y que son utilizadas para poder identificar una imagen y tener clasificación ordenada de fotografías para una localización rápida.

“Los géneros fotográficos son abordados desde varios puntos de vista como evolución natural de los géneros pictóricos, por la función que cumplen, como receptáculos que recogen necesidades expresivas del hombre”⁵⁹

(Perea, 2013, Pág 61)

Con la aparición de la fotografía de desarrollo un vínculo importante con la pintura y el dibujo por este motivo se creó la necesidad de tener una clasificación por géneros en la fotografía teniendo en cuenta los géneros pictóricos más representantes de aquella época que son:

- Retrato
- Paisajes
- Naturaleza muerta

El retrato: se estableció por que al momento de realizar la fotografía las personas aparecían movidos por el motivo que el tiempo de exposición era muy extenso, pero con la aparición de la luz excesiva o también llamada flash

⁵⁹ PEREA Joaquín, (2013) “*Los géneros fotográficos*”,
<http://www.ucm.es/info/univfoto/num2/pdf/perea.pdf>

se redujo el tiempo de exposición ya que generaba suficiente luz para poder capturar la imagen del sujeto en menor tiempo.

“El retrato fotográfico se debe al retrato pictórico gran parte de su composición, sus poses y su retórica. Los primeros fotógrafos tomaban sus modelos iconográficos de los retratistas consolidados pero la pintura también le deberá mucho a la fotografía ya que muchos pintores, utilizaban la fotografía para que sus modelos no pasaran largas horas posando.”⁶⁰

(García, 2006, Pág 159)

El retrato tanto en su comienzo hasta la actualidad ha tenido gran acogida y demanda, pues las personas buscan inmortalizar sus imágenes así como el de sus seres queridos ya que son estos los que capturan los momentos cotidianos individuales de cada persona.

“Los retratos fotográficos entran en la sentimentalización de las relaciones personales, por una parte, y por otra, en las modas (por ejemplo, la fiebre de tarjetas fotográficas personales en la década de 1860)”⁶¹

(Lister, 1997, Pág 181)

⁶⁰ **GARCIA Silva**, (2006). “*Fotografía y memoria*”, Editorial Univ. De Casilla, La Marcha

⁶¹ **LISTER Martin**, (1997).“*La imagen fotográfica en la cultura digital*”, Primera Edición, Edición Paidós,

Los retratos en aquella época eran entregados como regalo, el tipo de retrato que se realizaba en la época era considerado de poco valor fotográfico ya que eran de cuerpo entero y sus posturas eran forzadas y rígidas.

En el siglo xx la técnica fotográfica avanza siendo de cierta forma más ligera y rápida donde el fotógrafo tiene la oportunidad de hacer un retrato fuera de un estudio como en el interior. Donde se toma en cuenta no solo la postura del retrato sino a través de la fotografía tratar de reflejar una personalidad, cualidades físicas y sobre todo la expresión de la mirada.

El paisaje: al igual que el retrato este género tiene una relación fuerte con la pintura ya que en su estructura constituye una proporción de naturaleza previamente seleccionada por el fotógrafo, además de tener un enfoque a la flora, fauna y la naturaleza en su esencia.

“La fotografía es única en su habilidad para revelar los secretos de la naturaleza ilustrando relaciones que de otra manera pasaran inadvertidas.”⁶²

(Hedgecoe,1995, Pág 183)

La creatividad para crear y buscar escenarios es infinita tanto naturales como urbanos, esto ha dado lugar que los fotógrafos creen imágenes muy innovadoras y sobretodo creativas, hay que tomar en cuenta que uno de los

⁶² **HEDGECOE John**, (1995). “*Nuevo manual de la fotografía*”, Grupo Editorial Ceac, S.A. 3ra Edición, Barcelona

más importantes atractivos de la fotografía en el género paisajes se basa en que se desarrolla en excursiones y viajes.

“El paisaje da lugar a uno de los más desafiantes tipos de fotografía principalmente por que el fotógrafo depende de las variaciones meteorológicas cuando trata de capturar las cualidades esenciales de la escena”.⁶³

(Hedgecoe,1995, Pág 128)

El género fotográfico paisaje tiene que poseer una correcta distribución equilibrio y armonía entre sus elementos y además tener en cuenta tres zonas importantes como el: primer plano, media distancia y fondo.

“Hay que mirar también la luz para ver si es la adecuada, tres cuartos o contraluz, según las circunstancias. La luz frontal o la del sol que está demasiado alto no suelen ser muy buenas. Las primeras y las últimas del día sueñen ser las mejores, cuando el sol no está muy alto.”⁶⁴

Naturaleza muerta o bodegón: Consiste en realizar una composición utilizando la creatividad y como propósito principal dar a expresar lo que se quiere transmitir en la imagen fotográfica.

⁶³ HEDGECOE John, (1995). “*Nuevo manual de fotografía*”, Grupo Editorial Ceac, S.A. 3ra Edición, Barcelona

⁶⁴ Tu objetivo: (2012). “Curso de fotografía”, Tema IV-Paisaje, marina y cielo, Internet http://www.tuobjetivo.com/website/curso_t4.asp?seccio=curso+de+fotograf%EDa ,

“La naturaleza muerta es una rama de la fotografía en la que los resultados dependen por completo de la destreza del fotógrafo”⁶⁵

(Hedgecoe, 1995 Pág 244)

En el siglo XVI este género fotográfico tubo su mayor influencia debido a que en la mayoría de fotografías de este género se encontraban realizadas en locaciones de interiores, posteriormente se les dio en nombre de bodegón debido a la representación de elementos que se encontraban en las cocinas o despensas (frutas, botellas de vino, pan etc.

“La iluminación es uno de los factores más importantes de la fotografía de naturaleza muerta. Ya sea mucha o poca la iluminación tiene un profundo efecto en el realismo y en la clima de la imagen”⁶⁶

(Hedgecoe, 1995, Pág 242)

Es por esta situación el bodegón es utilizado con mucha frecuencia en el ámbito publicitario donde el principal objetivo es vender un objeto, producto o servicio por ende tiene que ser una fotografía de óptima calidad y muy bien elaborada en todo su contexto con la ayuda de una buena escenografía, iluminación y una cámara de gran calidad.

Los tres géneros que fueron determinados como el retrato, paisaje y bodegón fueron designados por la necesidad de diferenciar las fotografías por su

⁶⁵ HEDGECOE John, (1995).“*Nuevo manual de fotografía*”, Grupo Editorial Ceac, S.A. 3ra Edición, Barcelona

⁶⁶ HEDGECOE John, (1995).Ibid, Pág. 242.

contenido y su necesidad de expresión. Habría que añadir un cuarto género considerado estrictamente fotográfico, que se creó llamado reportaje.

El reportaje: Tiene como objetivo principal recopilar imágenes en secuencia sobre un tema específico, en la mayoría de ocasiones un conjunto de imágenes en secuencia sobre un determinado tema ayuda de cierta forma a que el espectador forme parte de una opinión sobre el tema que se documenta.

“La importancia de las imágenes para brindar información en nuestra sociedad visualmente condicionada es enorme. La fotografía de reportaje es el principal responsable del papel permanente que tiene el medio en la comunicación de sucesos.”⁶⁷

(Hedgecoe, 1995, Pág 156)

Un fotógrafo tiene que tener una percepción de verse a sí mismo como un testigo ocular de la realidad a manera de poder implantar un reportaje de dos diferentes modos:

- Realizar un enfoque directo y objetivo que conste de un realismo e manera que pueda limitar a colocar y cámara y fotografiar.
- Realizar un enfoque tomando en cuenta en la implicación del fotógrafo Dentro de los hechos.

Hay que tomar en cuenta que independientemente de la importancia que pueda tener el tema, el fotógrafo se enfrenta a dos situaciones que darán como resultado trabajos distintos.

⁶⁷ HEDGECOE John, (1995). “*Nuevo manual de la fotografía*”, Grupo Editorial Ceac, S.A. 3ra Edición, Barcelona

- El fotógrafo tiene una idea de lo que quiere
- Busca el momento decisivo
- No es planificado

“El impacto de este género hace que sea suficiente la publicación de una sola foto: sin embargo, es factible difundir el hecho registrado en secuencia.”⁶⁸

(Castellanos, 2004, Pág 40)

El reportaje requiere siempre de una organización muy bien elaborada de todas las imágenes capturadas para por medio de estas imágenes transmitir una lectura ordenada de las mismas, es decir que ofrezca imágenes secuenciales para su correcta comprensión.

Aquí en este género es donde la mayoría de imágenes se logran vincular con medios de comunicación, también hay que recalcar que por lo general hay un texto de información atrás de cada fotografía en este género, es por este motivo que casi en todas las ciudades del mundo se empezó a trabajar en la edición de revistas netamente ilustradas, lo que fue posible gracias a dos hechos de vital importancia:

- La aparición de cámaras más pequeñas y totalmente didácticas y que permitieron tomar imágenes instantáneas y mucho más naturales.

⁶⁸ **CASTELLANOS Ulises.** “*Manual de fotoperiodismo: retos y soluciones*”, Universidad Iberoamericana, A.C. 2da Edición, México D.F, 2004, Pág. 40.

- La gran libertad de iniciativa que empieza a tener un fotógrafo.

Hoy en día el recurso fotográfico del reportaje es muy utilizado en periódicos y revistas especializadas, combinando texto con fotografía donde las fotografías- juegan un papel muy importante y son los principales protagonistas utilizando de esta forma la mayor parte del reportaje.

Al ser el reportaje fotográfico uno de los géneros más extensos José Llovera y Máximo Bambrilla proponen la siguiente la siguiente calificación de reportajes fotográficos.⁶⁹

(Castellanos, 2004, Pág 43)

- *Geográficos muestran localidades y paisajes.*
- *De costumbres:* se examina un rasgo característico de un pueblo o persona.
- *De acción:* Se presenta gráficamente un suceso o acontecimiento.

*Por otro lado, dependiendo del enfoque o tratamiento que el autor presente y dependiendo de las modalidades y funciones, según la teoría de Mariano Cebrián Herreros indica que los más relevantes son:*⁷⁰

(Castellanos, 2004, Pág 43)

- **Reportaje de Noticia:** Profundiza en los acontecimientos más relevantes de una noticia completa e inmediata.

⁶⁹ CASTELLANOS Ulises, (2004). "Manual de fotoperiodismo: retos y soluciones", Universidad Iberoamericana, A.C 2da Edición, México D.F

⁷⁰ CASTELLANOS Ulises,(2004). Op. Cit.

- **Reportaje de Denuncia:** En este caso se trata de llamar la atención del lector con fotografías impactantes, delatando una situación, amenazas, delitos, etc.
- **Reportaje de Archivo:** Por lo general las fotografías de acontecimientos ocurridos en el pasado, que se las relacionan con fotografías de actualidad en forma de comparación o recuerdo sobre algún suceso.
- **Reportajes Espectaculares:** Se trata de resaltar un hecho o suceso que de por si es interesante, como un accidente, desastres naturales, etc.
- **Reportajes Costumbristas:** Este tipo de reportaje es muy utilizado en los suplementos dominicales, tratando hechos que se repiten con periodicidad.

Otros géneros fotográficos fueron naciendo y evolucionando a través del tiempo conjuntamente con la necesidad de clasificar y diferenciar a las nuevas formas, estructuras y temas de una fotografía.

Fotografía Científica:

Este tipo de fotografías el fotógrafo no da a notar sus sentimientos además que las fotografía tiene que estar limpia y clara.

Fotografía Publicitaria:

Este es uno de los géneros que más se ha trabajado en el XX ya que como todos sabemos nosotros nos basamos en la publicidad en nuestra mundo cotidiano, si bien es cierto la publicidad tiene un aliado muy importante como el diseño, su utilización es variable se la usa para posicionamiento de marcas o para la venta de un producto o servicio.

En este género el fotógrafo tiene una misión especial que es el de persuadir al espectador por medio de una fotografía que este elaborada con todos los

parámetros requeridos para que esta imagen sea una influencia sobre el espectador.

Abstracción Surrealista:

La imagen se aleja totalmente de la realidad creando un ambiente de expresionismo.

Realismo Formal:

Este es un género donde el autor no muestra su lado sentimental, da lugar cuando se hace una investigación de forma, textura, luz, color, perspectiva, encuadre y composición.

Abstracción Formal:

Pierde el referente con la realidad, es decir la forma llega a perder la conexión con el modelo que lo origino.

Fotografía Nocturna:

Es aquella fotografía que se realiza bajo un margen de tiempo cuando no se encuentra sol por encima del horizonte, en este tipo de fotografías por lo regular es muy difícil el manejo de la iluminación por ende se trabaja en velocidades muy bajas.

Fotografía Documental:

Este género documenta las acciones y condiciones de un medio en el que se desenvuelve el hombre tanto en forma social como individual, tiene un propósito de relatar una historia y brindar información de un hecho.

Fotografía de Autor:

En este tipo de fotografía no se avalúa la técnica, ni la fotografía en particular, sino el manejo artístico y el trabajo más amplio del fotógrafo.

2.4.5. Planos en la fotografía

Los planos fotográficos son los diferentes encuadres en los que se capta una imagen, dependiendo de lo que el fotógrafo quiera representar y de la manera que vea conveniente.

“Se habla del plano cuando se quiere expresar la proporción que tiene el tema dentro del encuadre, los cuales en gran medida nos indican que porción de la imagen debe aparecer en la toma y cuáles son los mejores cortes que se puede realizar sin que se descuide la proporción adecuada y que la misma conserve la estética de la imagen”⁷¹

En los planos fotográficos hay que tomar en cuenta que es casi nulo que se respetó las distancias focales debido a que a medida que nos acercamos al objetivo los planos se cierran. La emotividad ocupa un lugar en la información referencial y los detalles tienden a agrandarse y magnificarse.

Plano General:

Su objetivo es mostrar completamente los elementos de una escena y que el objetivo central de la fotografía no sufra ningún tipo de recorte, la escena es un conjunto y no un detalle en particular.

⁷¹ **Artes Visuales**, (2013).“Los planos fotográficos”, <http://artesvisuales31.blogspot.com/2008/09/en-fotografa-igual-que-en-cine-se-habla.html>



4. Imagen de la Aplicación del Plano General

Plano general conjunto:

Este plano tiene la misión de encerrar los personajes en una zona más restringida.



5. Imagen de la Aplicación del Plano Conjunto

Plano entero:

Se toma como referencia a una persona de pies a cabeza y tienen la limitación de arriba hacia abajo de pies a cabeza y de los bordes inferiores y superior del cuadro de la imagen.



6. Imagen de la Aplicación del Plano Entero

Plano Americano:

En este tipo de plano existe un corte a nivel de las rodillas y su nombre se debe a que surgió en el cine estadounidense especialmente en las escenas de duelo al estilo del viejo oeste ya que permitían ver las pistolas de los protagonistas colgadas en la cintura.



7. Imagen de la Aplicación del Plano Americano

Plano medio:

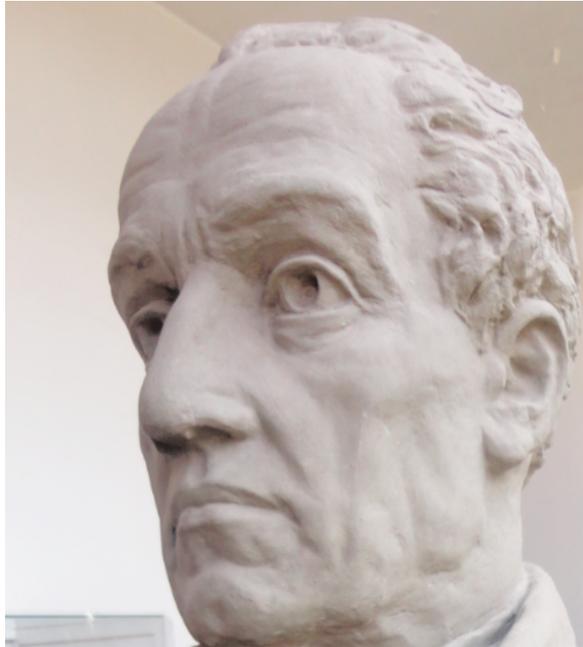
En este plano se utiliza el corte a nivel de la cintura y es por muchos también considerado un plano retrato, este plano tiende a dar más importancia al sujeto y a sus emociones.



8. Imagen de la Aplicación del Plano Medio

Primerísimo primer plano:

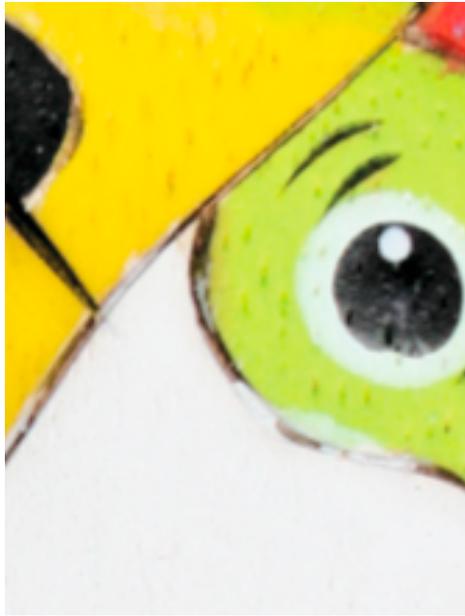
En este plano la cabeza llena aproximadamente toda la fotografía se caracteriza por la desaparición de la parte superior de la cabeza y la fijación del límite inferior en la barbilla del personaje.



9. Imagen de la Aplicación del Primerísimo Primer Plano

Plano detalle:

Este tipo de plano sirve de mucha ayuda para agrandar al máximo la carga emocional alcanzada por un punto supremo, son difíciles de emplear con certeza ya que tienden a confundir al espectador al no poder alguna referencia del entorno y del mismo personaje.



10. Imagen de la Aplicación del Plano Detalle

Primer plano:

Este plano es muy utilizado para retratar rostros, agranda el detalle de la miniaturización y abarca en si todo el conjunto de la escena eliminando en cierta parte el fondo de la imagen.



11. Imagen de la Aplicación del Primer Plano

2.4.6. Composición fotográfica

Es la manera como el fotógrafo ordena los elementos que van a formar estructura total de la imagen según su criterio y creatividad.

“Las imágenes fuertes se apoyan hasta cierto punto el uso de recursos compositivos que ayudan a dar imagen una estructura y un centro de interés que la destaca de sus alrededores.”⁷²

(Hedgecoe, 1995, Pág 52)

Uno de los factores que son de gran ayuda para realizar una correcta composición fotográfica es el color ya que intuitivamente son los colores más intensos los que captan la atención de las personas, así también como las figuras fuertes bien detalladas seguido de una equilibrio de tonos que vienen a hacer elementos de vital importancia al momento de elaborar una fotografía.

La retina del hombre es un órgano que debido a su trabajo tiende por instinto el orden y la sencillez, enemigo de la desorganización.

2.4.6.1. Principios de la composición fotográfica

Existen principios fundamentales y de vital importancia para tener y exponer una correcta composición que conste con todos los parámetros que posee una fotografía a continuación detallaremos algunos de los principios más elementales:

⁷² HEDGECOE Jhon,(1995) “*Nuevo manual de la fotografía*”, Grupo Editorial Ceac, S.A 3 ra Edición, Barcelona

Centro de interés:

Este elemento mantiene el mayor interés dentro de la fotografía, que necesariamente no siempre es un objeto que se encuentre en la parte central ni que ocupe el mayor espacio de la fotografía.

Rellenar el encuadre:

En una fotografía existen puntos de interés tanto así que suelen volverse confuso identificar el punto de interés así como sus elementos, es por ello que el elemento o elementos que van a hacer fotografiados ocupe la mayor parte de la fotografía, asegurándose que de este modo puede ser la parte mas representativa de la imagen y eliminar cualquier elemento que le pueda restar importancia.

Apoyo de líneas:

Las líneas son muy importante en una composición porque son las herramientas que ayudan de cierta forma para dirigir la mirada al espectador, ya sean estas horizontales, verticales ya que estas también aportan a que las imágenes tengan su significado.

Trabajo de flujo:

Es el modo con la que la mirada del espectador se dirige o se desplaza de un lugar a otro en la fotografía, la manera de dirigir el flujo en una fotografía es utilizando líneas y de cierta manera también crea una ilusión de movimiento en todo el contexto de la fotografía o imagen.

Jugar con la dirección:

La dirección en una fotografía crea una ilusión de movimiento que es muy similar a al flujo, existe una elemento en la fotografía que parece estar en movimiento y posee una dirección en la que se mueve.

Los elementos repetidos:

La repetición de uno o los elementos de mantener una relación de las diferentes partes de la imagen y en ocasiones aporta factores psicológicos denotando unión y compañerismo.

Los colores:

El color juega un rol muy importante en una composición existen dos clasificaciones que son colores cálidos y fríos:

Los colores cálidos se relacionan directamente con colores amarillos, anaranjados y rojos así mismo los colores fríos se relacionan en cambio con los colores azules, verdes y violetas.

Grupo de tres:

Es la percepción de los números impares en la fotografía y en especial de los grupos de tres elementos:

Pueden transmitir soledad o aislamiento y podemos decir que una fotografía que conste de dos elementos puede quedar demasiadamente equilibrada y estática y cuatro elementos pueden ser talvez demasiados para distribuir.

Ley de tercios:

Para poder situar una ley de tercios en una imagen se traza tres líneas horizontales y tres líneas verticales perfectamente diferenciadas, los-

principales puntos de interés deben estar justo donde se cruza cada línea, esto evita que la imagen sea estática.

“Cuando hay dos o más puntos de interés debemos tratar de que no tengan la misma importancia, porque entonces la vista no tendría la facilidad de descansar en uno u otro y discurrirá permanentemente, provocando cansancio al observador”⁷³

(Centro de imagen Alianza Francesa, 2008, Pág 110)

Este inconveniente se lo soluciona subordinando elementos o uno de los puntos, logrando de cierta forma que la imagen sea más agradable.

El espacio negativo:

El espacio negativo no es más que espacios vacíos que usualmente se ubican a un lado de un objeto en blanco o negro, esto nos muestra una especie de información adicional de soledad, aislamiento o calma de la imagen.

Frente y fondo:

El contenido que puede tener una fotografía tanto frontalmente como de fondo es muy importante que no existan demasiados detalles ya que pueden distraer la vista del espectador del centro de interés.

⁷³ **Centro de la Imagen Alianza Francesa**,(2008) *“Manual de la Fotografía Digital”*, Tercera Edición, Editor CIAF, Quito,

El enmarcado natural:

Cualquier elemento que logre el interés de la parte céntrica de una fotografía nos servirá de ayuda para tener una base y poder enmarcar la fotografía dirigiendo de esta forma la atención hacia el elemento deseado.

Las curvas en s:

Las curvas en s no son más que componentes que son muy utilizados en la fotografía, tienden a transmitir movimiento y ayudan a conducir la mirada a un punto determinado, así mismo está relacionado con la sensualidad.

Ley del horizonte:

Para obtener de una manera rápida un horizonte se traza tres líneas horizontales de igual distancia entre sí.

A los elementos o puntos de interés se los debe ubicar entre las dos divisiones y posteriormente a los elementos secundarios en la división restante.

“Es importante destacar, que esta regla no solo se aplica cuando está presente el horizonte, sino en toda imagen que tenga una línea más o menos horizontal que divida a la composición en dos espacios significativamente diferenciados”⁷⁴

Ley de la mirada:

Para fotografiar a un objeto o persona hay que tomar en cuenta que tiene que mantenerse un espacio considerable en la parte frontal y un espacio reducido en la parte de atrás.

⁷⁴ Foto Nostra : (2013)“La ley del horizonte la primera regla fotográfica”, <http://www.fotonostra.com/fotografia/leydelhorizonte.html>

2.4.7. Exposición fotográfica

Es la cantidad de luz que recibe una fotografía en el caso de la fotografía química es llamada (material fotosensible) y en la fotografía digital es llamada (sensor de imagen), la exposición tiene una relación muy estrecha con el obturador y diafragma ya que son las funciones que controlan el tiempo y el nivel de iluminación.

“Se consigue una exposición correcta cuando se combinan adecuadamente la abertura y velocidad de obturación, lo que marca una diferencia crucial en la calidad de la imagen”⁷⁵

(Daly, 2005, Pág 48)

La correcta exposición de puede tener una fotografía es directamente responsabilidad del fotógrafo que es quien controla y regula la velocidad de obturación y el nivel de apertura del objetivo, a estos dos factores combinados se les denomina valor de exposición.

Abertura del diafragma:

La apertura del diafragma tiende a ser muy variable y es quien controla directamente la cantidad de luz que pasa al sensor a través del objetivo.

“Según nuestras necesidades respecto a las condiciones de luz en el momento de realizar la toma, escogemos el diafragma más apropiado entre todos los que nos permite la escala”⁷⁶

(Salvador, 1972, Pág 52)

⁷⁵ DALY Tim, (2005), “Manual completo de fotografía”, Barcelona

⁷⁶ TORT Salvador, (1972), “la fotografía”, *Orígenes de la fotografía*, Editorial Bruguera S.A., Barcelona

Los objetivos en su mayoría poseen un diafragma tipo iris, donde los valores numéricos tienen la misión de indicar la abertura del mismo, mientras mayor sea el número más cerrado estará el diafragma.

“Los diafragmas son casi siempre de un tamaño estándar en todos los objetivos para adaptarse a una escala internacional descrita como números f (f/2.8, f/4, f/5.6, f/8, f/11, f/16, f/22) A f/2.8 la abertura es máxima y deja pasar toda la luz posible.

En el otro extremo de la escala, f/22 (y a veces, hasta f/32) la abertura es mínima y deja pasar la menor cantidad de luz posible”⁷⁷

(Daly, 2005, Pág 48)

Velocidad del obturador:

La velocidad en las cámaras digitales poseen un obturador electrónico, al contrario de las cámaras análogas que por su estructura poseen un obturador mecánico.

El tiempo durante el cual el sensor de la cámara captura la luz en un lugar determinado es llamado tiempo de obturación y tiene el trabajo de expresar en segundos y fracciones de segundos.

“Las velocidades o tiempo de obturación están provistas de una escala numérica en la que sus cifras representan segundos o

⁷⁷ DALY Tim, (2005), “Manual completo de la fotografía”, Barcelona

fracciones de segundo siendo cada uno de ellos el doble que el anterior y la mitad del siguiente”⁷⁸

(Centro de imagen Alianza Francesa, 2008, Pág 62)

Por consiguiente la apertura de diafragma y la velocidad del obturador son inversamente proporcionales y se define que un uso correcto y acertado de estos elementos da como resultado final una fotografía con una correcta exposición.

Sensibilidad:

En la actualidad en las cámaras fotográficas digitales han cambiado las indicaciones de sensibilidad del sensor por un sistema nuevo llamado ISO (International Estándar Organization), esto se debe a que gran parte del sistema se encuentra en los últimos tiempos en desuso como DIM (Deutsche Industrie Norm) y ASA (American Standard Association)

“La escala ISO ajusta la sensibilidad de la película y actúa de idéntico modo en las cámaras digitales al calibrar el captador de imagen”⁷⁹

(Daly, 2005, Pág 48)

Para poder obtener una fotografía de buena calidad tanto en su contraste tanto como en la saturación de colores, se debe mantener el ISO o también llamada-sensibilidad en un nivel bajo, al contrario es cuando nos encontramos en

⁷⁸ **Centro de la imagen alianza francesa**,(2008) “*Manual de la fotografía digital*”, Tercera edición, Editor CIAF, Quito

⁷⁹ **DALY Tim**, (2005)“*Manual completo de fotografía*”, Barcelona

lugares de poca luz o cerrados ahí en cambio es recomendable aumentar la sensibilidad.

2.4.8. Enfoque fotográfico

Por lo regular siempre en una fotografía en objetivo o centro de interés siempre debe estar bien enfocado, como constancia de que un enfoque está bien realizado se toma en cuenta las siguientes características como por ejemplo que no estén borrosas y que estén totalmente nítidas.

“Cada objetivo tiene una distancia mínima entre el objetivo y el sujeto, por debajo de la cual no es capaz de enfocar”⁸⁰

2.4.9. Profundidad de campo

Un beneficio de utilizar la profundidad de campo en una fotografía es que identifica de manera eficiente y rápida el centro de interés y de igual forma enfatiza el motivo seguida de una creación de imágenes con una intensidad mucho mayor e intensa.

“Profundidad de campo es un término que describe el plano de nitidez entre las partes más próximas y alejadas de una escena, y puede variar desde milímetros a infinito.”⁸¹

(Daly, 2005, Pág 50)

⁸⁰ **Foto Nostra** (2013).“Exposición y Enfoque”, Internet , <http://www.fotonostra.com/fotografia/exposicionyenfoque.html>

⁸¹ **DALY Tim**, (2005) “*Manuel completo de fotografía*”, Barcelona

Debemos tomar en cuenta que si la apertura de diafragma es reducida como resultado obtendremos una mayor profundidad de campo, todo lo contrario sucede cuando la apertura del diafragma es mayor limita la profundidad de campo.

“El control de la apertura de campo puede brindar un efecto dramático en la composición, en especial cuando se trata de temas que contienen objetivos cercanos y distantes”⁸²

(Hedgecoe, 1995, Pág 40)

2.4.10. Encuadre

El encuadre tiene una relación con todas las teorías del centro de impacto visual en una imagen o fotografía, si tomamos como ejemplo en una imagen centramos nuestra retina en un punto de interés este queda ahí, por lo tanto quiere decir que si colocamos varios puntos de interés en el misma imagen este recorrerá toda la contexto.

“Básicamente consiste en situar al sujeto dentro del marco del visor de nuestra cámara”⁸³

(Centro de imagen Alianza Francesa, 2008, Pág 108)

El secreto para poder lograr un correcto encuadre es aprovechar el marco de cierto modo que la imagen pueda crear una composición dinámica,

⁸² HEDGECOE Jhon,(1995)“.Nuevo manuel de la fotografia”, Grupo Editorial Ceac, S.A. 3ra Edición, Barcelona

⁸³ Centro de Imagen Alianza Francesa, (2008).“Manual de fotografía digital”, Tercera Edición, Editor CIAF, Quito

generalmente se usan dos tipos de formatos de encuadre que son los cuadrados y rectangulares, ya en la aplicación directa a la imagen los encuadres más utilizados son los encuadres rectangulares que son los que denotan una sensación de tensión y energía.

“El formato paisaje, es decir, el formato horizontal, produce un sentimiento de seriedad y de espacio, mientras que el formato retrato, o sea vertical, tiende a sugerir un sentimiento de fuerza.”⁸⁴

(Hedgecoe, 1995, Pág 50)

Se deduce entonces que el encuadre horizontal, sugiere quietud, tranquilidad y suele utilizarse generalmente para capturar imágenes de paisajes y retratos de grupo.

El encuadre vertical en cambio propone fuerza, firmeza y es el más apropiado para retratos de personas que tienden a ser muy altos o muy anchos

2.4.10.1. Ángulos de Encuadre

2.4.10.1.1. Toma a nivel

La toma de nivel es utilizada frecuentemente cuando el fotógrafo quiere mostrar en su imagen una naturalidad, por lo regular este tipo de toma se la realiza al mismo nivel del objeto tomado.

⁸⁴ HEDGECOE Jhon,(1995).“*Nuevo manual de fotografía*”, Grupo Editorial Ceac, S.A. 3ra Edición, Barcelona

2.4.10.1.2. Toma ha picado

Este tipo de toma se la realiza desde la parte de arriba hacia la parte de abajo, es decir que la imagen se la captura desde una posición más alta que la del objetivo.

2.4.10.1.3. Toma en contrapicado

En este tipo de toma se requiere que el objeto a ser fotografiado se encuentre arriba del nivel de la cámara, regularmente de la realiza desde un lugar más bajo que le nivel del elemento tomado.

2.4.10.1.4. Toma en cenital

Este tipo de toma se la realiza desde un ángulo superior hacia un ángulo inferior de forma perpendicular calculando un ángulo aproximado de 90 grados.

2.4.10.1.5. Toma en nadir

Es todo lo contrario de la toma cenital la cámara necesariamente tiene que tomar una posición de contrapicado extremo, desde la parte superior hacia la parte inferior con ángulo igualmente de 90 grados.

2.4.11. Retoque fotográfico

El retoque fotográfico es una técnica que nos ayuda y permite modificar una imagen de tal manera que esta cree una distorsión que de cierta manera lleve de una realidad visual ayudando también a mejorar su calidad. Para llevar correctamente estos procesos se necesita la ayuda de la aplicación de un conjunto de técnicas que nos proporcionan el diferente software de edición.

Hoy en día en el mercado actual hay una gran variedad de programas para realizar un retoque de fotografías, por nombrar entre algunos software podemos destacar por su calidad y gran número de funciones son:

- Photoshop: El Photoshop de adobe es un software de retoque por excelencia debido a todas las bondades y funciones que nos ofrece. Actualmente se encuentra en su versión actual que es CS6.
- The Gimp: Aplicación multiplataforma gratuita similar a Adobe Photoshop con una interfaz de manejo muy parecida y de carácter profesional.
- Photo editor online: Este no es programa de escritorio, pues se trata de una aplicación online similar a la anterior que permite el retoque de imágenes.

2.4.12. Equilibrio y peso visual en la fotografía

El equilibrio y peso visual son elementos importantes para la imagen como tal pues sirven para mantener una correcta distribución de los elementos que a su vez influyen mucho de acuerdo con sus colores, formas y luminosidad.

El equilibrio en una fotografía se define como el capturar los elementos suficientes en un orden específico con el principal propósito de lograr una imagen con una armonía estética que se logra trazando una línea imaginaria justo a la mitad de la imagen.

2.2. El turismo en la Provincia de Chimborazo

El turismo en la provincia sin lugar a duda posee una gran variedad de lugares turísticos, debido a sus bondades geográficas se caracteriza por ser unas de las provincias con un índice considerable de personas que visitan esta provincia con regularidad convirtiéndose en una oportunidad para poder explotar y crecer el sector turístico.

El turismo en la Provincia de Chimborazo actualmente se encuentra en un proceso de desarrollo, sin embargo hay de decir que el flujo de turismo tanto nacional como extranjero es considerable debido a la variedad de actividades que nos ofrece, uno de los atractivos que más llama la atención de esta provincia es el nevado Chimborazo y por el cual esta provincia es conocida mundialmente pues es conocido como el nevado más alto medido desde el centro de la tierra con una altura de 6.310 m.s.n.m y el cual es visitado por andinistas profesionales, esto puede servir de mucho para elevar aún más el turismo en esta provincia.

También existen otros atractivos turísticos como por ejemplo en el Cantón Guano que es la cuna de la artesanía elaborada en base al cuero y alfombras, así también podemos encontrar arquitectura antigua, artesanías en cabuya y totora, museos, lagunas y una gran Reserva de Producción Faunística y demás.

El Cantón Colta también nos ofrece una variedad turística como la Iglesia Balbanera que constituye una de la primeras iglesias cristianas dentro del Ecuador seguido entre otras iglesias evidentemente joyas arquitectónicas de mucho valor histórico, así mismo existen museos, ruinas arqueológicas, pero sin duda laguna el mayor atractivo de este cantón es la Laguna de Colta en donde se puede observar una flora y fauna espectacular seguida de una línea férrea que pasa por la orilla de la laguna.

Riobamba también es una de las ciudades donde se puede admirar muy de cerca de ciertos volcanes de nieve perpetua además posee una riqueza arquitectónica colonial que forma parte del patrimonio de la ciudad pero sin duda unos de los máximos atractivos es el ferrocarril ofreciendo una ruta donde se puede captar imágenes únicas.

2.5.1. Importancia del Turismo en la Prov. de Chimborazo y sus principales cantones Riobamba, Colta y Guano

El turismo en la provincia de Chimborazo y especialmente en los Cantones principales que poseen mayor cantidad de atractivos turísticos como son: Riobamba, Colta y Guano son muy importantes debido a los beneficios que puede traer por medio de la realización de un trabajo dirigido a impulsar y elevar el turismo en estos cantones de cierto modo que la economía tenga una estabilidad para sus habitantes.

De cierta manera el turismo viene a constituir una parte importante para el desarrollo económico, social, y cultural que beneficia a la Provincia de Chimborazo y sus habitantes pues pueden emprender microempresas que puedan brindar un producto o servicio a los turistas.

2.5.2. Desarrollo Turístico de los principales cantones de la Prov. De Chimborazo Riobamba, Colta y Guano

El desarrollo turístico en la Provincia de Chimborazo actualmente no ha tenido una evolución constante e importante debido a que está en una etapa de desarrollo lenta, es evidente que está haciendo un trabajo arduo por parte de las mismas comunidades, empresas privadas y municipios con el fin de que los habitantes de las comunidades se integren de alguna manera a esta alternativa de desarrollo turístico.

Uno de los factores que influye en el desarrollo turístico en la Provincia de Chimborazo son lugar a duda es que está situada de una manera estratégica localizada en la parte central dentro de la distribución territorial de país y su amplia diversidad de climas provocado por una situación geográfica que combina las mayores altitudes hasta descender a tierras cálidas y bajas.

2.5.3. Principales Cantones turísticos de la Provincia de Chimborazo

En la Provincia de Chimborazo existe gran cantidad de lugares turístico, no desmereciendo a ninguno de sus diferente cantones nos hemos centrado en el cantón de Riobamba, Colta y Guano debido a los sitios de renombre y de características únicas que poseen estos cantones, así también como la variación de actividades como las artesanías, comidas típicas, ferias, arquitectura e historia.

2.5.4. Cantón Riobamba

El cantón de Riobamba se encuentra ubicado en la zona sierra centro, al sur de la capital de la república, tiene una altitud de 2754 m.s.n.m con una superficie 2.900 hectáreas de perímetro urbano, el clima de esta provincia es templado seco con una variable de frío en las noches.

Posee una población de 263.412 habitantes según el último censo realizado por el instituto nacional de estadísticas y censos, políticamente se encuentra compuesta de 5 parroquias urbanas y 11 rurales.

Su principal actividad económica está ligada al campo de la agricultura y ganadería, así como también a la comercialización de productos de primera necesidad, productos e insumos para la agricultura y tan solo un pequeño porcentaje al turismo.

2.5.5. Cantón Colta

El cantón Colta se encuentra ubicado al sur de la ciudad de Riobamba ocupa la parte noroccidental de la provincia de Chimborazo, tiene una superficie de 840 km² y se encuentra conformado por pequeños valles, mesetas, cerros y depresiones.

Cuenta con una población total de 44.971 habitantes según el último censo realizado por el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC) y consta de 6 parroquias urbanas y rurales.

Como principal actividad económica de los habitantes de este cantón tenemos la comercialización de productos para la agricultura y productos de primera necesidad como hortalizas, ropa y herramientas en las ferias que se realizan en Colta como en sus alrededores.

2.5.6. Cantón Guano

El cantón Guano de encuentra ubicado en la provincia de Chimborazo en la región sierra centro sobre una altitud de 2,728 m.s.n.m. con u clima templado con variaciones de 6 a 18 grados centígrados por su cercanía al nevado Chimborazo, posee una población activa de 42.851 habitantes según el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC)

Entre las principales actividades económicas que realizan los habitantes de este cantón esta la elaboración de artesanías como las famosas alfombras-

tejidas a mano en obrajes, así también podemos encontrar artículos en cuero como carteras, zapatos, cinturones, chompas entre otros.

2.3. Diagnóstico

Con la ayuda de la información que se recolecto a lo largo de nuestra investigación y haciendo buen uso de los métodos de investigación se logro de llegar a diagnosticar que efectivamente hay un problema que es el de falta de información que no a sido debidamente utilizada, ya sea por parte los centros turísticos, entidades públicas turísticas de la provincia y personas que de una u otra manera dependen del turismo para su economía.

Esta información tiene que básicamente ir dirigida a denotar las principales características de los lugares turísticos de la provincia, de tal manera que el turista se informe de una manera visual de los lugares que puede visitar, para lo cual se tiene programado construir con registro fotográfico donde conste toda la información antes mencionada.

De esta manera se piensa lograr un número considerable de turistas que se dirijan hacia está provincia con el propósito de conocer y disfrutar de los atractivos turísticos de la misma, esto debido a la información que contiene y se a implementado en nuestro material visual y que lógicamente los visitantes lo observaron y se informaron por medio de registro fotográfico.

CAPITULO II

3. Fundamentación del Producto

3.1. Introducción

El Ecuador es un país que posee una variedad de lugares turísticos y de características únicas, otra de las bondades que tenemos es que ocupamos una posición geográfica importante debido al cruce de la línea equinoccial por nuestro país lo que nos da como resultado la variedad de climas de las diferentes regiones haciendo que cada región represente un ecosistema único.

Sin lugar a duda la serrana ecuatoriana poseedora de una encanto y enigma de la Cordillera Andina, abarca entre su manto a prados, paramos, valles y montes de belleza y naturaleza única la mágica combinación del frío viento y su vida silvestre.

En el Ecuador existe una riqueza turística excepcional que brinda a quienes visitan la región de la serranía en la Provincia de Chimborazo específicamente los cantones de Riobamba, Colta y Guano podrán observar paisajes y sitios llenos de hermosura natural y única que nos ofrecen estos cantones.

Hoy en la actualidad en nuestro entorno existe una concienciación hacia los valores que el patrimonio cultural encierra en sí mismo. Esto demuestra el porqué de un crecimiento de forma muy rápida en el llamado turismo cultural.

El desarrollo del turismo no tiene aún una evolución constante y directa sin embargo es una de las actividades económicas que genera mucho beneficios para sus habitantes y por ende con lleva un crecimiento desordenado que no permite que personas que están en la capacidad de emprender algún tipo de fuente de empleo por medio del turismo no lo hagan, si se manejaría una correcta planificación turística y que de alguna forma logre involucrar a todos los actores de una sociedad se lograría contribuir de alguna forma al desarrollo económico y sociocultural de esto cantones.

El propósito de esta investigación tiene como finalidad elaborar un material visual gráfico donde se encuentre expuesto por medio de la fotografía los siguientes cantones como son: Riobamba, Colta Y Guano

Tratando de rescatar las principales bondades turísticas de cada cantón tomando en cuenta que un material impreso es un legado histórico por el cual se recopila información que puede trasladarse a lo largo de generaciones.

Para el desarrollo del presente propósito de realizar un libro fotográfico juega un papel importante el diseño gráfico y de ahí la rama correspondiente que es el diseño editorial estas son herramientas que nos ayudara a realizar un producto que conste de todas características y parámetros de un buen libro fotográfico y que este transmita el mensaje de forma correcta al lector.

3.2. Justificación

Dentro de los diferentes medios de comunicación existentes podemos decir que la fotografía es un medio por el cual se plasma un realismo de la existencia de un objeto, sujeto o un hecho en determinado lugar para diferentes situaciones es así como también la fotografía a estado estrechamente ligada con la historia y sus acontecimientos.

La fotografía turística tiene como objetivo mostrar las cualidades características y bondades, en este caso de la Provincia de Chimborazo y sus cantones para que de cierta forma las personas tengan el conocimiento de la existencia de lugares que pueden desconocer y puedan sentirse identificados e incluidos como parte primordial para el desarrollo del turismo.

El presente proyecto pretende plasmar los diferentes sitios turísticos que posee cada uno de los cantones con el fin de que el lector enriquezca su conocimiento y revalorice el valor turístico que tiene el Ecuador en su región sierra específicamente en la Provincia de Chimborazo en los cantones de Riobamba, Colta y Guano.

Este libro fotográfico también tiene como propósito ser un fuente de información y referencia para estudiantes, turistas y público en general que tenga interés por descubrir y conocer la Provincia de Chimborazo y sus cantones antes mencionados.

3.3. Objetivo General

Diseñar un libro fotográfico en el cual se exponga todos los lugares turísticos de relevancia e importancia que posee la sierra Ecuatoriana específicamente de la Provincia de Chimborazo en los cantones de Riobamba, Colta y Guano, este objetivo de lo va a lograr con la ayuda y aplicación de conceptos y herramientas del diseño gráfico y diseño editorial, ofreciendo información clara, directa y específica.

3.3.1. Objetivos Específicos

- Dotar de información al lector por medio del libro fotográfico sobre los lugares turísticos más relevantes que posee cada cantón investigado.
- Exponer las imágenes de riqueza turística que posee los cantones de Riobamba, Colta y Guano.
- Aplicar el proceso creativo desarrollando un estilo gráfico para la elaboración del producto.

3.4. Viabilidad

La viabilidad que va dirigida a este libro fotográfico es buena y optima, ya que el resultado final que nos arrojó las encuestas conjuntamente con la investigación nos da como consecuencia que las personas se inclinan por el documento físico donde pueden obtener información sobre el tema netamente turístico.

3.5. Proceso Creativo

Para realizar y definir el proceso creativo es necesario materializar las ideas que estamos proyectando, tomando en cuenta que nos ayuda a no caer en la realización de un trabajo totalmente mecánico ya que es un proceso totalmente lineal, de tal forma que para poder hacer este proceso debemos tomar en cuenta los siguientes pasos:

(Frasas del proceso creativo aplicadas al diseño gráfico, de Mauro Rodríguez Estrada)

“Distinguimos en el proceso creativo seis etapas

1. El cuestionamiento
2. El acopio de datos
3. La incubación
4. La iluminación
5. La elaboración (ejecución y/o verificación)
6. La comunicación y/o publicación ”⁸⁵

Etapas 1. Cuestionamiento:

En la etapa del cuestionamiento se da sugerencias de ideas y el interés que se le brinda a determinado tema, se receptan los primeros inconvenientes pero se organiza ideas con el objetivo de resolver los problemas presentados.

⁸⁵ **Universidad de Londres**, *Compilador Lic. Lucia Velasco Tapia*, “Desarrollo del Pensamiento Creativo”, pdf, Pág.13

Etapas 2. Acopio de datos:

En esta etapa es donde se procede a recolectar toda la información necesaria como datos, lecturas, acopio de libros, entrevistas, encuestas que es información que de alguna manera facilita el entendimiento del tema. Los métodos que se usaron para la recopilación e investigación que se detallaron anteriormente en el método de investigación.

Todo el proceso sirvió para dilucidar incógnitas sobre el tema investigado.

Etapas 3 y 4. La Incubación e iluminación

Estas etapas tiene mucho en común por lo que se les considera como una sola, previamente se realizó un análisis de todo tipo de información que se recopiló a lo largo de la investigación a nivel de los municipios cantones de la provincia de Chimborazo, entrevistas y demás.

Se procedió a realizar un exhaustiva recolección y selección de material de investigación el mismo que nos sirvió como materia fundamental para la elaboración y creación del presente proyecto. Posteriormente se logran concretar y madurar las ideas que se tenía planteadas e inconcretas para el diseño del producto final, las mismas que son colocadas en un boceto para poder tener una idea más clara y profunda de las características y detalles del producto final.

(Ver anexo # 1 y 3, bocetos)

Técnicas de creatividad:

Estas técnicas son de mucha ayuda para entrenar y de cierta forma poner en práctica las habilidades creativas, las técnicas que se tomaron en cuenta para el desarrollo de la imagen y concepto son:

Mapas mentales

Tormentas de ideas (proceso creativo para el origen del nombre)

Mapas mentales: Estos mapas fueron desarrollados con el fin de desarrollar algún elemento que pueda ser parte de la portada del producto.

(Anexo # 2 mapa mental)

Proceso creativo para el origen del nombre:

El nombre designado para el libro “Caminando por la Provincia de las Altas Cumbres” se lo implementó por medio del uso de la técnica creativa utilizada con frecuencia llamada (Brainstorming), lluvia o tormenta de ideas.

Principalmente se inició con este proceso creativo lanzando palabras referentes con el tema turístico y lugares donde se lo realiza sin considerar si son o no viables y aplicables, se anotó todas las palabras en un registro y se procedió a clasificar y organizar las ideas conjuntamente con las palabras posteriormente se concluyó escogiendo las palabras más acordes para el nombre del producto final.

(Ver anexo # 2 lluvia de ideas)

Caminando: Dicho de un hombre o de un animal: Ir andando de un lugar a otro.

Provincia: Cada una de las grandes divisiones de un territorio o Estado, sujeta por lo común a una autoridad administrativa.

Altas: Calificativo que se da a personas nevados de grandeza.

Cumbres: Mayor elevación de algo o último grado a que puede llegar

El nombre que lleva el libro fotográfico expresa en tu totalidad su contenido ya que hace alusión a incursionar en el turismo escondido de la Provincia de Chimborazo.

Etapas 5. La Elaboración

La etapa de elaboración constituye la parte más esencial e importante de todo el proceso creativo ya que conlleva toda la parte esencial del proyecto de investigación.

Esta es la parte donde se materializa el producto final conjuntamente con las ideas de una manera detallada que se van a usar en el mismo, hay que tomar en cuenta que los elementos primarios como por ejemplo los colores, estilos, tipografía, formas tienen que tener un correcto manejo y aplicación ya que de esto depende para que un producto sea de bueno y sobre todo de calidad.

Para el desarrollo del libro así mismo se elabora una serie de bocetos que ayudan de cierta forma a pulir la ideas y perfeccionar el producto final (diseño del libro).

Etapas 6. La Comunicación

Es la parte final del proceso creativo, pero no por este motivo la menos importante una vez concluido el producto final solo nos queda dar a conocer la obra por medio de su respectiva publicación.

Existen dos medios por los cuales se publica una obra:

- Vía tradicional: Fotoduplicación, impresión (impresión), etc.
- Vía digital: Página web, blogs, etc.

Para la publicación de esta obra se hace uso de la vía tradicional, puesto que se reproducirá una cierta cantidad de ejemplares para su posterior distribución.

3.6. Diseño del Libro

El diseño de un libro tiene que tener una estructura y elementos suficientes para que el producto tenga características tales como el formato, contenido de páginas y sobre todo jerarquía entre los elementos ya que ayudan a que el producto denote unidad, siguiendo los patrones de estilos y haciendo q se diferencien entre producciones.

En este caso el libro es *“un objeto físico que adopta diferentes formas, tamaños y aspectos”*⁸⁶ dependiendo de su contenido.

(Erausquin, 2004, Pág 31)

⁸⁶ **ERAUSQUIN Manuel**, (2004). *“El libro es un libro: la edición, primer medio de comunicación de masas”*, Ediciones de la Torre, Madrid

3.6.1. Formato del Libro

El formato de un producto editorial siempre se lo determina dependiendo del tipo de información que este contenga es decir si la publicación tiene cierta cantidad de información textual y cierta parte contenga imágenes, gráficos, fotografías o a su vez elementos gráficos.

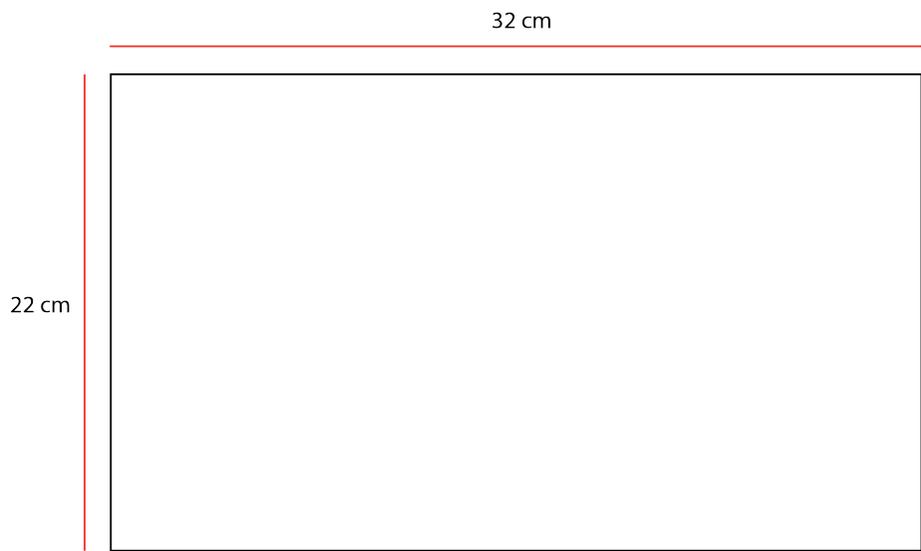
Las formas básicas del tamaño son:

- *Cuadrado: Este trasmite dureza, frialdad, estabilidad, seguridad, equilibrio y es apropiado cuando se requiere maquetar elementos tanto en vertical como en horizontal.*
- *Vertical: Es de uso muy habitual, fácil de manejar.*
- *Horizontal: Este formato es el más adecuado para imágenes panorámicas de gran tamaño.⁸⁷*

(Zanon, 2007 Pág 16)

En la elaboración de este proyecto editorial se ha tomado en cuenta todos los aspectos, así mismo los resultados que nos arrojaron las encuestas realizadas y las características del producto, por lo siguiente se hace uso del formato del papel oficio.

⁸⁷ **ZANON David**, (2007) “*Introducción del Diseño Editorial*”, Editorial Visión Net, (Madrid) España



Elaborado por: Richard H. Machuca

12 .Formato: 32cm x 22cm (tamaño oficio)

3.6.2. Diagramación

Para poder tener una diagramación que logro distribuir todos los elementos del producto como son fotografía y texto se procedió a utilizar una diagramación con criterios jerárquicos, funcionales y de armonía, así mismo se adecuo varios elementos como la tipografía, colores, simetría entre otros.



13. Gráfico de un ejemplo de diagramación

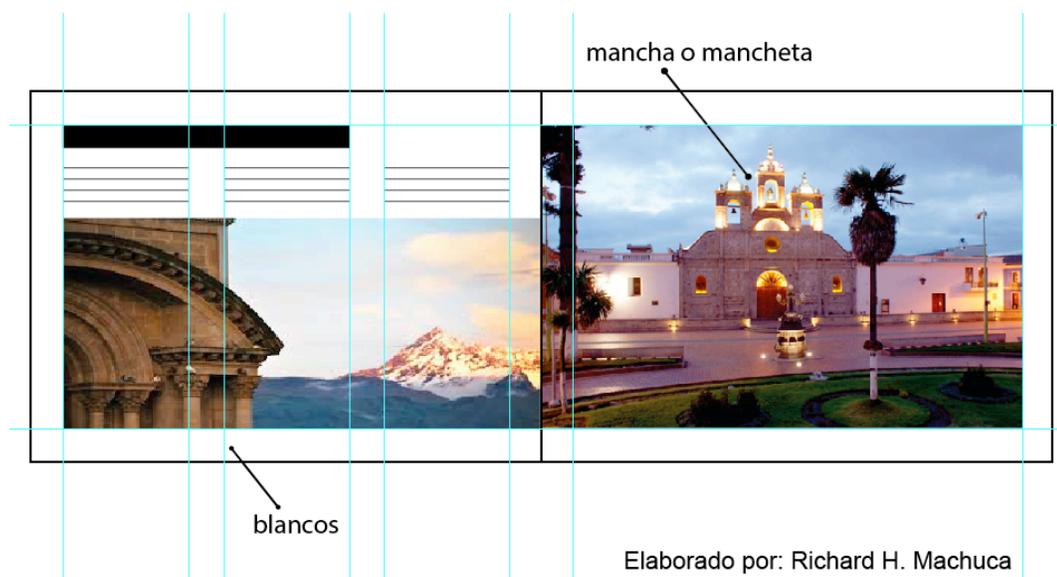
3.6.3. La Mancha

Para poder determinar la mancha antes de todo hay que definir los cuatro márgenes que es justamente la zona donde se encuentran ubicados los textos, fotografías, entre otros elementos de la publicación.

La mancha es equivalente al tamaño de la página menos los márgenes.

3.6.4. Espacio en Blanco

El espacio en blanco es el que carece de texto y de cualquier otro elemento dentro de la publicación, juega un papel muy importante pues es el elemento que ayuda al lector a tener una sensación de tranquilidad, brinda oxigenación y equilibrio a la composición.



14. Gráfico de ejemplo de los espacios en blanco

3.6.5. La retícula

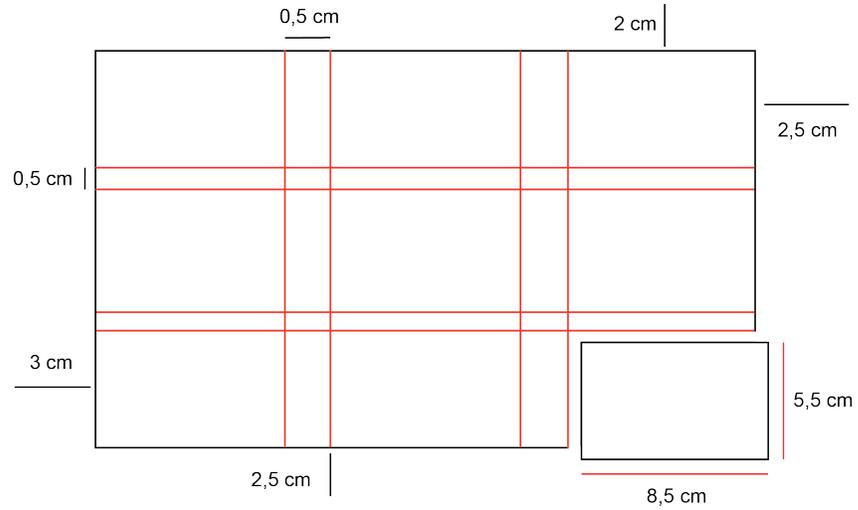
La retícula tiene una función principal mantener una organización y división de espacios en diferentes módulos de menor tamaño en forma de rectángulos, estos nos sirven de pauta para la ubicación correcta de elementos en este caso fotografías y texto para de esta manera mantener una organización total en la composición.

Si logramos realizar una estructura adecuada previamente estudiada, esta nos permitirá tener una claridad, legibilidad y funcionabilidad de nuestra composición facilitando de cierta manera el trabajo creativo, también ayuda a que el lector tenga una mejor visualización y legibilidad con mucha más rapidez y retenga en su mente de manera fácil la información que está recibiendo.

Por las características que tiene la publicación y de acuerdo al tipo de información que se está manejando se decidió utilizar la retícula de 3 y 2 columnas alternativamente según el formato seleccionado.

Ejemplo:

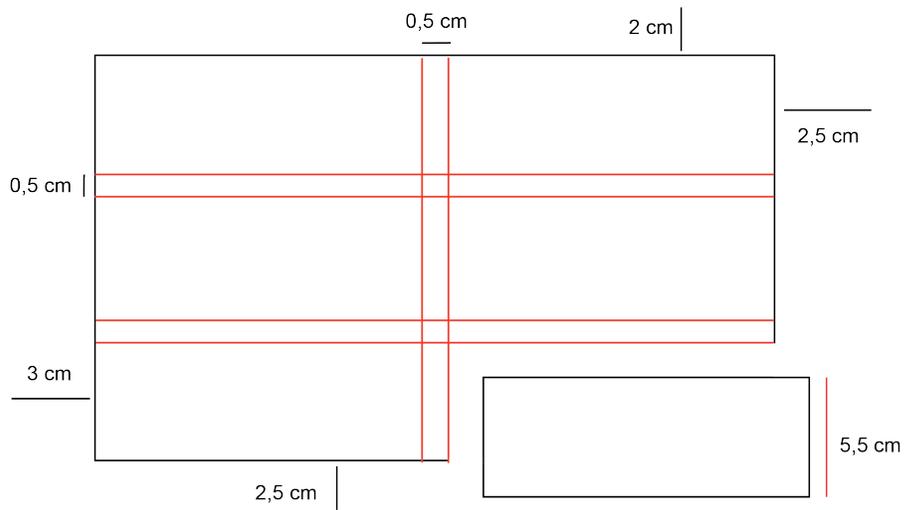
Retícula 3 columnas y 3 filas (9 cajas reticulares)



Elaborado por: Richard H. Machuca

15. Gráfico de Retícula 3 columnas y 3 filas (9 cajas reticulares)

Retícula 2 columnas y 3 filas (6 cajas reticulares)



Elaborado por: Richard H. Machuca

16. Gráfico retícula 2 columnas y 3 filas (6 cajas reticulares)

3.6.6. El campo reticular

El campo reticular está conformado por una serie de divisiones de forma horizontal y vertical que tiene la misión al igual que la retícula de mantener una estructura en el diseño de la página.

3.6.7. Partes de la retícula

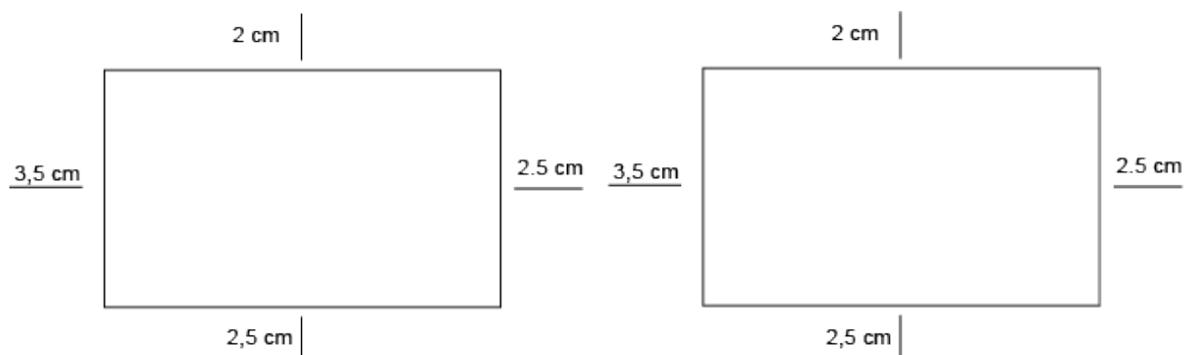
La retícula consta de partes importantes que vamos a destacar y definir de una manera básica:

Los márgenes: el margen constituye desde el borde del formato hacia el contenido, nos brinda oxigenación y en algunas ocasiones puede ocupar información secundaria.

Margen fijado:

Superior: 2 cm Inferior: 2,5 cm

Inside: 3,5 cm Outside: 2,5 cm



Elaborado por: Richard H. Machuca

17. Gráfico de los márgenes utilizados

Líneas de flujo: estas líneas ayudan a que la retina del lector se guíe a través del formato de la publicación creando de esta forma los puntos de inicio para colocar tanto el texto como las fotografías.

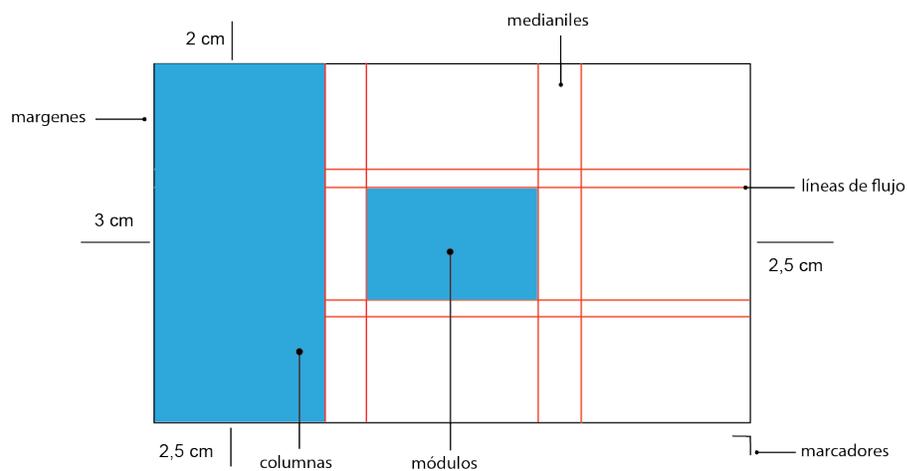
0,5 cm distancia entre línea de flujo

Los marcadores: Los marcadores no son más que indicadores que indican la posición del texto y este caso para este trabajo editorial su principal trabajo será indicar la posición de los números de página ya que ocupan un solo lugar dentro de la maqueta.

Los módulos: Los módulos son espacios individuales que se encuentran separados por intervalos regulares que cuando se repiten forman columnas y filas.

Las columnas: Son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones entre los márgenes.

Medianil: El medianil es el espacio que se encuentra entre columnas su función es lograr que la información no se observe sobrepuesta.



Elaborado por: Richard H. Machuca

18. Gráfico indicador de columnas, módulos, márgenes y demás elementos

3.6.8. Tipografía

3.6.8.1. Tipografía (para títulos y numeración de páginas)

Para una correcta elección de la tipografía recogimos ejemplos e información de algunos libros fotográficos ya elaborados y que están expuestos ya en el mercado así mismo tomamos en cuenta las características del libro y se llegó a concluir que la tipografía de la Familia Romana ya que es una tipografía legible y de fácil lectura.

Características de la Familia Romana

- Su peso visual es ligeramente intenso.
- Sus trazos son variables y ascendientes finos y descendientes gruesos.
- La dirección del eje de engrosamiento es oblicua.
- Su terminación es aguda y de base ancha.

La tipografía escogida de la Familia Romana fue la tipografía Óptima y Palatino Linotype, que por sus características como sus trazos, espaciado y demás es apropiada para nuestro libro fotográfico.

El creador de algunas tipografías importantes entre ellas las que vamos a utilizar nuestro producto editorial, como son Optima y Palatino Linotype, es un importante referente del arte tipográfico a nivel mundial su nombre es Herman Zapf nacido en Nuremberg, Alemania en el año de 1918 pionero y defensor de las nuevas tecnologías con las cuales ha creado uno de sus recientes proyectos como son optima nova y zapfino extra en el año del 2003.

Palatino Linotype: Esta tipografía fue diseñada en el año de 1948 tomando como referencia las formas y figuras clásicas del renacimiento en Italia, esta tipografía tiene legibilidad incluso en tamaños pequeños y papeles de baja calidad, hoy en día esta tipografía es considerada como una obra clásica moderna.

Tipografía: Palatino Linotype

Autor: Herman Zapf

Familia: Romana Antigua

Palatino Linotype

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

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . / - = : ! @ # \$ % ^ * () - +

3.6.8.1.1. Tamaños mínimos y máximos de la tipografía

Hay que tener en cuenta que los tamaños de tipografía en un producto editorial son muy importantes son los principales elementos textuales que se disponen en la composición, donde se puede aplicar diferentes tamaños a la tipografía, dependiendo de la extensión y estructura del contenido.

El siguiente producto editorial se encuentra conformado por diferentes elementos como son títulos, subtítulos, numeración de páginas hay que tomar en cuenta que cada uno de estos elementos tendrán diferentes tamaños y tipos de letras.

3.6.8.1.2. Tamaños de tipografía aplicados

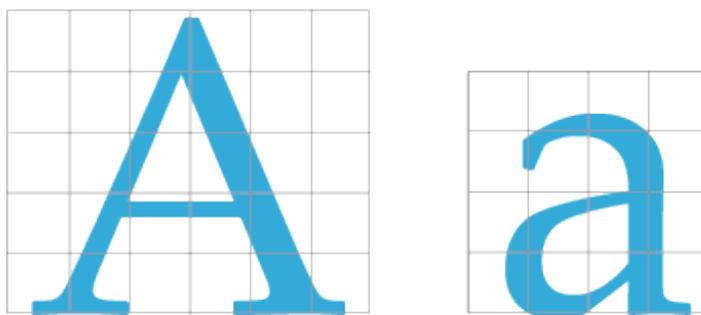
Tipografías Utilizadas en el interior del libro

Aa 11pts Tipografía destina a la numeración de páginas

Aa 12 pts Tipografía destinado para los articulos (el, la, los) del título y también para los títulos del interior del libro

3.6.8.1.3. Las cajas a utilizar

Para la elaboración del siguiente proyecto editorial se utilizó dos tipos de cajas de texto como son: caja alta y baja los cuales se puede observar su aplicación tanto en la portada del libro como en su cubierta.



Elaborado por: Richard H. Machuca

19. Gráfico de cajas de texto en la familia Palatino Linotype

3.6.8.2. Tipografía general (para textos principal)

Se utilizó la tipografía óptima ya que es una tipografía legible y va acorde con el tema que se va a manejar así mismo con las características que se requiere para nuestro tipo de producto que es un registro fotográfico.

Optima: Esta tipografía era la preferida por Zapf ya que fue la tipografía que uso en las invitaciones de su boda, esta tipografía se sometió a un rediseño en el año del 2002 con la ayuda de Arika Kobayashi dando como resultado la tipografía Optima Nova.

Hay que resaltar que el diseño de la tipografía óptima sigue los parámetros de la tipografía humanista pero su variante itálica es una oblicua.

Tipografía: Optima

Autor: Hermann Zapf

Familia: Romana Antigua

Optima

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

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . / - = : ! @ # \$ % ^ * () - +

3.6.8.2.1. Tamaños mínimos y máximos de la tipografía

El tamaño que se usó para texto en general y pie de foto va entre 11 pts. y 12 pts. que es un tamaño estándar que se usa para libros y revistas.

Tipografías Utilizadas en el interior del libro

Aa 11 pts Tipografía destina a información adicional de fotos

Aa 12 pts Tipografía destinado para el texto en general del interior del libro

Elaborado por: Richard H. Machuca

3.6.8.3. Tipografía (para títulos de portadas)

Se utilizó la tipografía choktoff oblique ya que es una tipografía innovadora, legible y sus rasgos y características cumplen para utilizarla como principal título en la portada tipo de producto que es un registro fotográfico.

Tipografía: Choktoff Oblique

Autor: Graham Meade

Familia: Choktoff Oblique

Choktoff Oblique

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

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

*1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . / - = : ! @ # \$ % ^ * () - +*

3.6.8.3.1. Tamaños mínimos y máximos de la tipografía

El tamaño que se usó para los títulos de las portadas es 24, 48 y 65 pts. que son tamaños manejables estándar que se usa para libros y revistas que tienen los tamaños que estamos manejando.

Tipografías Utilizadas en el Exterior e interior del libro

Aa

24pts Tipografía destina para slogan de las portadas de los Cantones

Aa

48 pts Tipografía destinado para titulos de portadas interiores

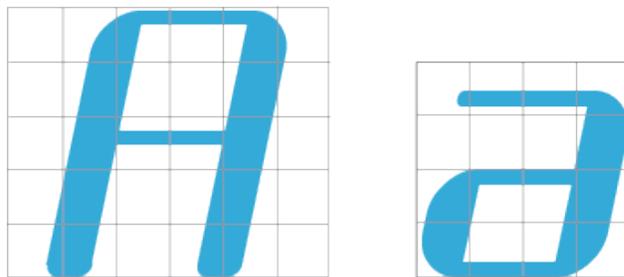
Aa

65 pts Tipografía destinado para titulo de la portada

Elaborado por: Richard H. Machuca

3.6.8.3.2 Las cajas a utilizar

La tipografía choktoff oblique también se usó de igual forma las cajas altas y bajas esto independientemente del texto a utilizar.



20. Gráfico de cajas de texto en la familia Choktoff Oblique

3.6.8.3.3. Color de la tipografías

Para lograr una buena legibilidad al momento de realizar nuestro producto editorial se tomo en cuenta la manipulación correcta de las propiedades del color (tono, saturación y luminosidad) que nos determinó el contraste adecuado entre las letras y el fondo que manejamos en todo el diseño del producto.

Se tomaron en cuenta 6 tonos en particular para toda la tipografía tanto el texto interior y exterior del producto.

Características:



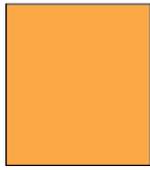
C = 73
M = 26
Y = 2
K = 0

Azul Claro: este pantone se lo utilizo en la título de la portada ya que es un color de da confianza y significa pureza, frescura y va a acorde con el nombre del título de la portada conjuntamente con el tema que abarca el producto.



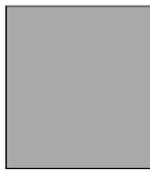
C = 45
M = 0
Y = 100
K = 0

Verde: Este pantone fue utilizado para el titular de la portada del Cantón Riobamba pues es un color que denota naturaleza y esperanza y hace un excelente contraste con los colores de fondo de la portada.



C = 0
M = 48
Y = 88
K = 0

Tomate: Este pantone fue utilizado para el titular de la portada del Cantón Colta pues es un color que da una significación al color del barro quemado y es justamente en este cantón donde hay muchas obras arquitectónicas de mucha antigüedad de este material y dan gran renombre turístico .



C = 0
M = 0
Y = 0
K = 40

Gris: Este pantone fue utilizado para el titular de la portada del Guano pues es un color que da una sensación de brillantez, lujo y elegancia las mismas bondades que se reflejan en sus artesanías de cuero y alfombra y demás.



C = 100
M = 100
Y = 100
K = 100

Negro: Este pantone fue utilizado para el texto de introducción del libro y de los 3 cantones como son Riobamba, Colta y Guano pues es un color que da una legibilidad mucho más intensa y que se lo coloco en el fondo blanco para que se diferencie estas páginas de todo el producto.



C = 0
M = 0
Y = 0
K = 0

Blanco: Este pantone fue utilizado para todo el texto de información del interior del libro pues es un color que profundiza dentro del color negro del fondo.

3.6.8.3.4. Ancho de línea

Para poder considerar un ancho de línea correctamente utilizado hay que tomar en cuenta que tiene que ser de menor longitud de línea para de esta manera poder obtener una mayor velocidad de lectura al contrario que cuando se usa líneas muy cortas logrando una buena distribución de las unidades de significado logrando que el texto sea más comprensible para el lector.

“En líneas muy cortas, es importante la correcta distribución de las unidades de significado, procurando siempre que cada línea ofrezca al lector una entidad significativa propia, lo que hace el texto mucho más fácil de leer y más comprensible.”⁸⁸

3.6.8.3.4.1. Espacio entre caracteres y líneas

El espacio de caracteres no es más que la utilización correcta del espacio entre letras y líneas que conforman el escrito o bloque de texto, una de sus bondades es lograr que el contenido sea mucho más legible, es por esto que se usó tres importantes componentes o conceptos que son el tracking, kerning y leading que a continuación conceptualizaremos de forma rápida:

⁸⁸ UNIVERSIDAD DE OVIEDO. (2013) “*Tipografía*”, Internet, <http://lear.inforg.uniovi.es/sm/descargas/teoria/Tipograf%C3%ADa.pdf> ,

Tracking

“Está alteración afecta a todos los caracteres, como regla general, cuando más grande es el cuerpo más apretado debe ser el tracking. El tracking ajusta el espacio que existe entre los caracteres, abriendo los cuerpos más pequeños y cerrados los más grandes”⁸⁹

La utilización del tracking es indispensable pues es quien consigue de cierta forma alterar la densidad visual del texto en general, nos ayuda también a ajustar los espacios que existen entre los caracteres y hacerlos más legibles dando características en el aspecto estético a un trabajo profesional en el producto final.

La provincia de Chimborazo joya turística del Ecuador	Reducido
La provincia de Chimborazo joya turística del Ecuador	Normal
La provincia de Chimborazo joya turística del Ecuador	Amplio

En el desarrollo del proyecto editorial se fue modificando el tracking en varios textos dependiendo de la función y características que el diseñador le quiera dar al texto conjuntamente con las fotografías.

Kerning

“El kern o kerning es el espacio existente entre dos caracteres individuales, para cuando dos de estos caracteres se encuentran

⁸⁹ DIRCOMSITE, (2013). “*Tipografía: tracking & kerning*”, Internet, <http://dircomsite.blogspot.com/search?q=kerning> ,

demasiado juntos o separados. El kerning es proporcional, ya que es del mismo tamaño en puntos que el cuerpo de los caracteres.”⁹⁰

El kerning ayudo mucho para la elaboración de este proyecto editorial ya que nos ayudó a ajustar los espacios existentes entre letra y letra de una misma palabra y que pertenece a una caja de texto que posteriormente fueron utilizadas en las páginas del libro.



21. Gráfico aplicativo del kerning

El kerning es el que dota en si a todo el texto del libro fotográfico la propiedad del color homogéneo obteniendo que tipografía fluya no dejando de lado al ritmo natural de la tipografía y por consiguiente a la línea de palabras, la aplicación del kerning se lo realizo específicamente en los títulos de cada capítulo.

Leading

“Es el espacio vertical entre las líneas de texto, llamado leading en inglés, proveniente de lead “plomo” (originalmente consistía en

⁹⁰ DIRCOMSITE, (2013) “*Tipografía: tracking & kerning*”, Internet, <http://dircomsite.blogspot.com/search?q=kerning>

franjas de plomo entre las líneas de tipos metálicos).⁹¹ Es muy importante su utilización ya que ayudará al lector a leer correctamente la lectura sin que se equivoque de línea o canse su vista.

(Bacon, 1996, Pág 343)

El espacio evita que los trazos bajos de las letras (como el trazo interior de la g y de la y) choquen con mayúsculas y los trazos altos de otras letras de la línea inferior.⁹²

(Bacon, 1996, Pág 343)

Turismo en Chimborazo

El Ecuador posee una variedad de recursos turísticos muy importantes y significativos en la región sierra, específicamente en la provincia de Chimborazo llamada también Provincia de las Altas Cumbres, su ubicación específicamente está en el centro del callejón interandino que se extiende sobre la hoya del Chambo parte de la región montañosa de Pallatanga.

La provincia de Chimborazo es un pueblo lleno de historia, cultura, arte y un territorio que posee una flora espectacular donde podemos rescatar sitios como: lagos, cascadas, volcanes, paisajes y lagunas que pone a disposición, tanto como para el turismo nacional como extranjero.

Turismo en Chimborazo

El Ecuador posee una variedad de recursos turísticos muy importantes y significativos en la región sierra, específicamente en la provincia de Chimborazo llamada también Provincia de las Altas Cumbres, su ubicación específicamente está en el centro del callejón interandino que se extiende sobre la hoya del Chambo parte de la región montañosa de Pallatanga.

La provincia de Chimborazo es un pueblo lleno de historia, cultura, arte y un territorio que posee una flora espectacular donde podemos rescatar sitios como: lagos, cascadas, volcanes, paisajes y lagunas que pone a disposición, tanto como para el turismo nacional como extranjero.

Amplio

Normal

22. Gráfico aplicativo del Leading

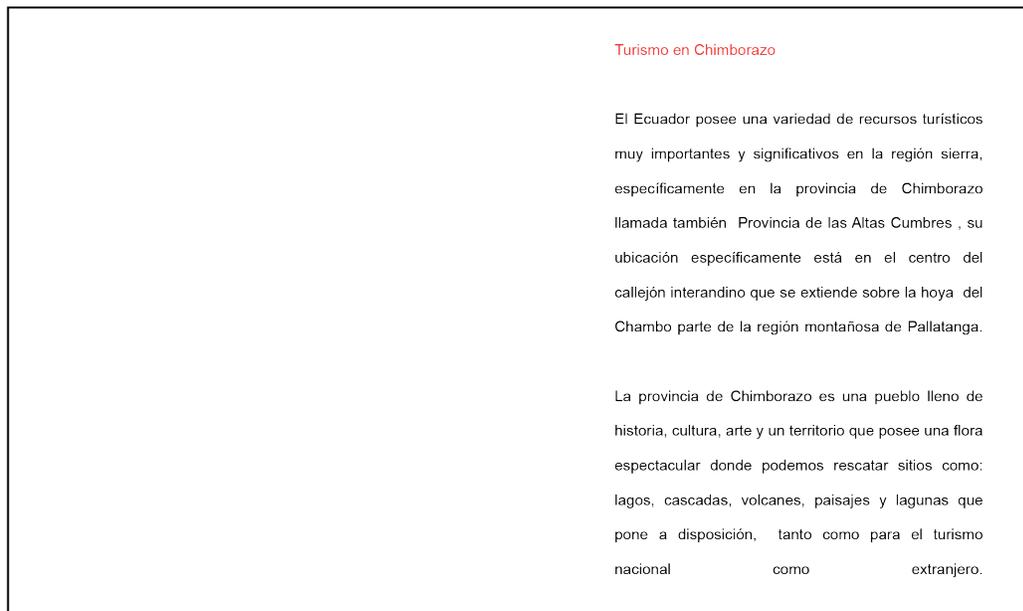
⁹¹ **BACON Mark**, (1996) *“Como hacer marketing directo: Secretos para la pequeña empresa”*, Ediciones Juan Granica S.A. ,Barcelona

⁹² **BACON Mark**,(1996). *“Como hacer marketing directo: Secretos para la pequeña empresa”*, Ediciones Juan Granica S.A. ,Barcelona

El leading es recomendable utilizarlos en general en una interlineado de 1 a 2 pts. Y adicionalmente el valor del cuerpo, es decir en nuestro producto el interlineado estará dado en 13 pts. Ya que el tamaño de la tipografía es de 11 pts., esto nos dará como resultado un blanco apropiado en la interlínea, en nuestro producto el interlineado del texto se modificó dependiendo del espacio de la retícula.

3.6.8.4. Legibilidad

La legibilidad en nuestro proyecto editorial se la logro aplicar mediante la utilización de tipografía de tamaño, grosor y disposición, logrando que sea más visible y fácil de entender la información o texto.



23. Gráfico demostrativo de la legibilidad

3.6.8.5. Alineación

La alineación es muy elemental en el ámbito editorial ya que nos ayuda a obtener una composición ordenada, es utilizada con el propósito de que el lector tenga la facilidad de lectura del texto y que no canse su vista. Otra de las bondades de la alineación es que causa en el lector el interés por la lectura gracias al efecto de equilibrio que nos brinda.

“La opciones de alineación de un diseño de una página tradicional son: Alinear a la izquierda, alinear a la derecha, centrar, alineaciones asimétricas y justificar.”⁹³

Alineado a la Izquierda: La alineación a la izquierda ayuda de cierta forma al lector a que identifique de manera rápida y directa el cambio de línea, se recomienda su uso en la web pues es donde se usa textos muy largos.

Alineado a la Derecha: Se usa en textos cortos y tiene una complejidad al momento de su lectura ya que dificulta que el lector encuentre la nueva línea.

Texto Centrado: Brinda una imagen de texto formal y es muy utilizado para textos pequeños.

Alineación Asimétrica: Si se usa este tipo de alineación con frecuencia en textos largos este tiende a cansar al lector de igual forma también se la usa cuando se desea dar un aspecto expresivo a la página en general.

⁹³ FOTONOSTRA , (2013).“Alineación de los textos”, Internet, <http://www.fotonostra.com/grafico/alineaciontextos.htm>

Texto Justificado: *frecuentemente este texto con estas características es usado en libros, tiene un principio final en la línea donde aparecen alineados, es decir en línea recta.*⁹⁴

El texto justificado tiene como característica principal brindar legibilidad siempre y cuando el uso que se le desea correcto de esta manera ayuda a equilibrar los espacios entre las letras y palabra evitando huecos o ríos.

Para lograr que un texto este correctamente justificado primeramente hay que tomar en cuenta la repartición del espacio que le falta a cada línea y así poder llegar a la medida deseada entre los espacios blancos que separan las palabras.

Para la justificación del presente proyecto editorial hemos tomado en cuenta que el texto de información sea claro y que facilite la lectura, dando un orden que no contenga ningún tipo de interrupciones visuales. Así mismo hay que tomar en cuenta el cuidado que se debe tener al momento de colocar los espacios entre letras y palabras evitando así la formación de espacios en blanco.

⁹⁴ **MILLÁN José**, “ Edición ”, Internet,
http://jamillan.com/v_edicion6.htm , 2013/06/17

Justificación

A partir de los siguientes antecedentes y problemas se necesita impulsar el turismo en la provincia de Chimborazo, mediante un registro fotográfico y utilizando las herramientas que nos brinda el diseño gráfico y por medio de este el diseño editorial y fotografía, que son instrumentos importantes para la comunicación y sus formas de aplicación, pueden ser manejados desde el punto de vista del diseño para brindar atributos a manera de que producto y la presente investigación tengan todos los elementos que necesita un material editorial. Para que esto tenga una funcionalidad, se considera al plano de la comunicación como un ser emisor de mensajes que tienen el derecho de expresar los discursos que han sido expuestos con la herramienta de diseño.

Así mismo es primordial vincular las herramientas técnicas y conceptuales que brinda el diseño gráfico para de esta forma trabajar a la par con el propósito que de cómo resultado un producto que sea funcional y ayude a difundir toda esa riqueza turística e imagen en la Provincia de Chimborazo y tomando en cuenta que los soportes que se aplican de acuerdo a los avances tecnológicos, que hoy en día lo han llevado al plano digital ejemplo, los catálogos multimedia, el video, la animación, los mismos que permiten llevar a la comunicación visual a transformarse en una herramienta importante que facilite la prolongación del mensaje y de esta forma poder aportar al impulso de turismo. Es de vital importancia también recalcar las técnicas de fotografía que facilite a capturar imágenes con mayor realismo y calidad aplicando variedad de formatos, perspectivas y colores ya que la imagen es una herramienta que ayuda a construir un lenguaje visual que atrae el interés del público y teniendo en cuenta que este soporte gráfico tiene una fuente importante de información.

24. Gráfico aplicativo de la Justificación en el producto

3.6.8.6. Partición de palabras

Para obtener una correcta partición de palabras y de la misma forma su aplicación debemos tomar en cuenta algunas reglas en consideración como respetar las leyes ortográficas por ejemplo:

- *“Las palabras se dividen en sílabas: por consiguiente no se puede dividir las vocales que forman un diptongo o triptongo ya que pertenecen a una misma sílaba.*

Correcto: pues – to

Incorrecto: pu – esto

- *Las letras dobles “ch”, “ll” y “n” no se las puede dividir. En cambio, el grupo “cc” ha de dividirse porque cada “c” pertenece a sílabas distintas.*

Correcto: correc – ción

Incorrecto: corre – cción

- *No se debe dejar una vocal sola ni al inicio ni al final de la línea.*

Correcto: apa – recerá

Incorrecto: a – parecerá

- *La vocales que forman un hiato son totalmente inseparables, indiferentemente a pesar que cada vocal forma parte de diferentes sílabas.*

Correcto: caó – tico

Incorrecto: ca – ótico

- *Las palabras que poseen un prefijo tienen la facilidad de dividirse por el prefijo o por sílabas. Hay que tomar en cuenta que este es el único caso en donde se separan dos vocales.*

Correcto: sub – acuático y su – bacuático

Correcto: contra – espionaje y contraes – pionaje⁹⁵

En la elaboración de nuestro producto editorial se tomó en cuenta las reglas principales para una correcta partición de palabras al final de la línea del libro.

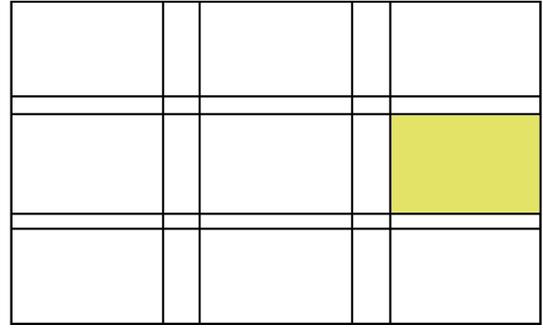
3.6.8.7. Ubicación de texto (bloque de texto en la retícula)

Dependiendo de la ubicación de las fotografías y la cantidad de texto que conforma el libro fotográfico se unifica todos los elementos tipográficos manejando variantes disposiciones de texto denotando en la composición un dinamismo excepcional y haciendo que la visualización del libro en general no canse al lector.

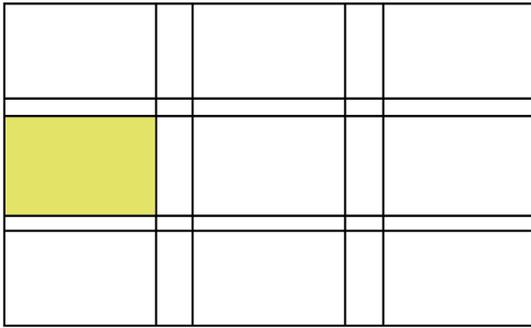
⁹⁵ “Partición de Palabras”(2013), Internet, <http://xavistastra.galeon.com/arxius/partic.htm> ,



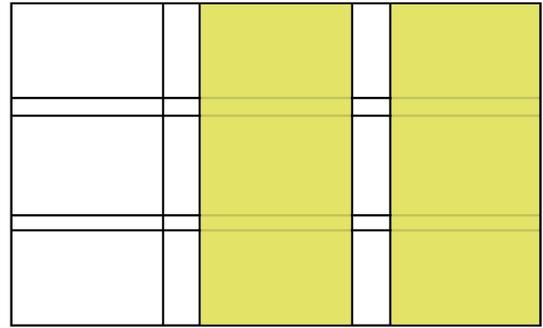
1



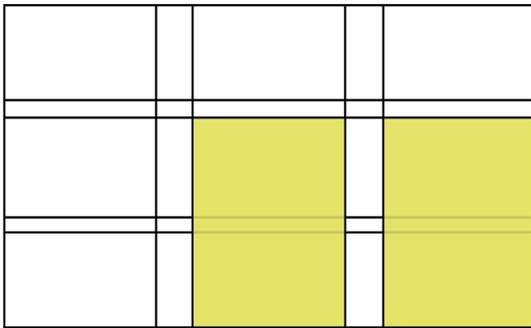
2



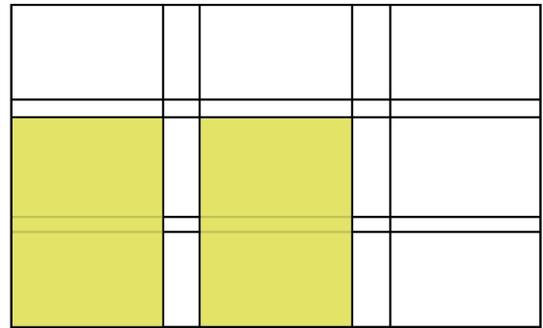
3



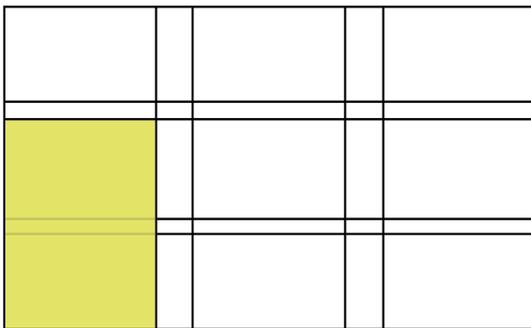
4



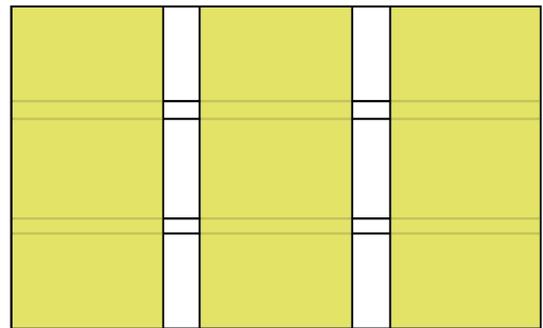
5



6



7



8

9

10

11

12

13

14

15

25. Gráficos sobre la ubicación del texto

3.6.8.8. Recorrido Visual

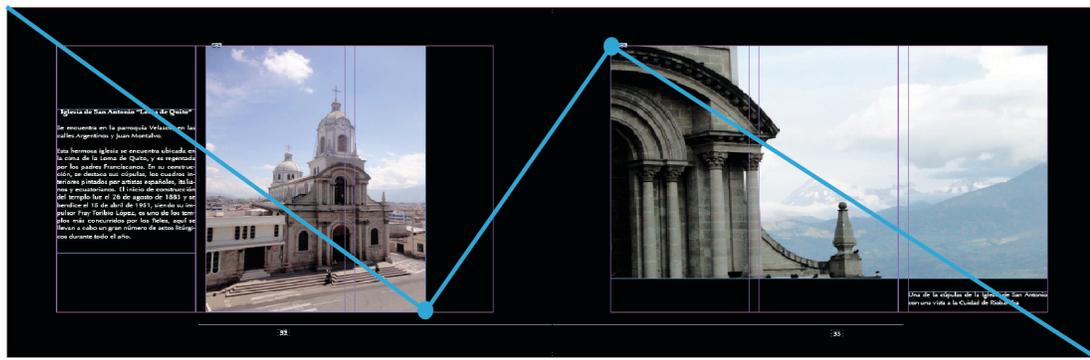
El recorrido visual en el mundo occidental va establecido en sentido horizontal seguido de un trazado de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, hay que tomar en cuenta que al momento de comenzar con la elaboración de un producto editorial hay que tomar en cuenta todos estos parámetros pues las personas tenemos un sistema de percepción visual por lo tanto tenemos una inclinación que es natural de mantener una dirección y decodificación de los mensajes e imágenes.

Tenemos 3 puntos importantes basándonos en las teorías de Dondis que nos habla sobre la composición (1978)

- *La tensión visual: Es cuando el lector tiene una connotación de lo inesperado, irregular, complejo e inestable que suele incrementarse en la zona inferior, justamente porque es ahí donde se encuentra el punto de salida de la lectura*
- *El punto central de importancia en una página se encuentra en la parte superior izquierda porque es justamente ahí donde se inicia el recorrido.*
- *Una imagen tiene la bondad de dirigir el recorrido visual es por esto que debemos tomar en cuenta la utilización de las imágenes en una página ya que dirigen hacia el interior de la composición.*

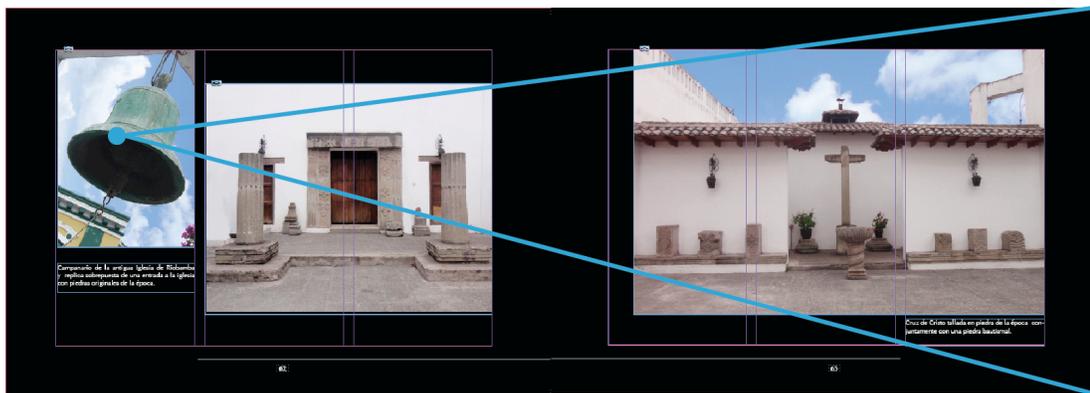
Tomando en cuenta estos principios los elementos dentro de la comunicación podrán ser colocados y distribuidos de la mejor manera para que de esta forma el recorrido visual logre transmitir el mensaje de manera efectiva. Estos principios se los tiene que seguir y practicarlos dentro de en un texto, aunque el resultado es variable ya que la retina del lector tiende siempre a seguir por la zona que llame su atención.⁹⁶

(Udlap, 2013, Pág 79)



26. Imagen sobre la aplicación del recorrido visual

Al cambio de página el sentido de dirección también cambia ejemplo:

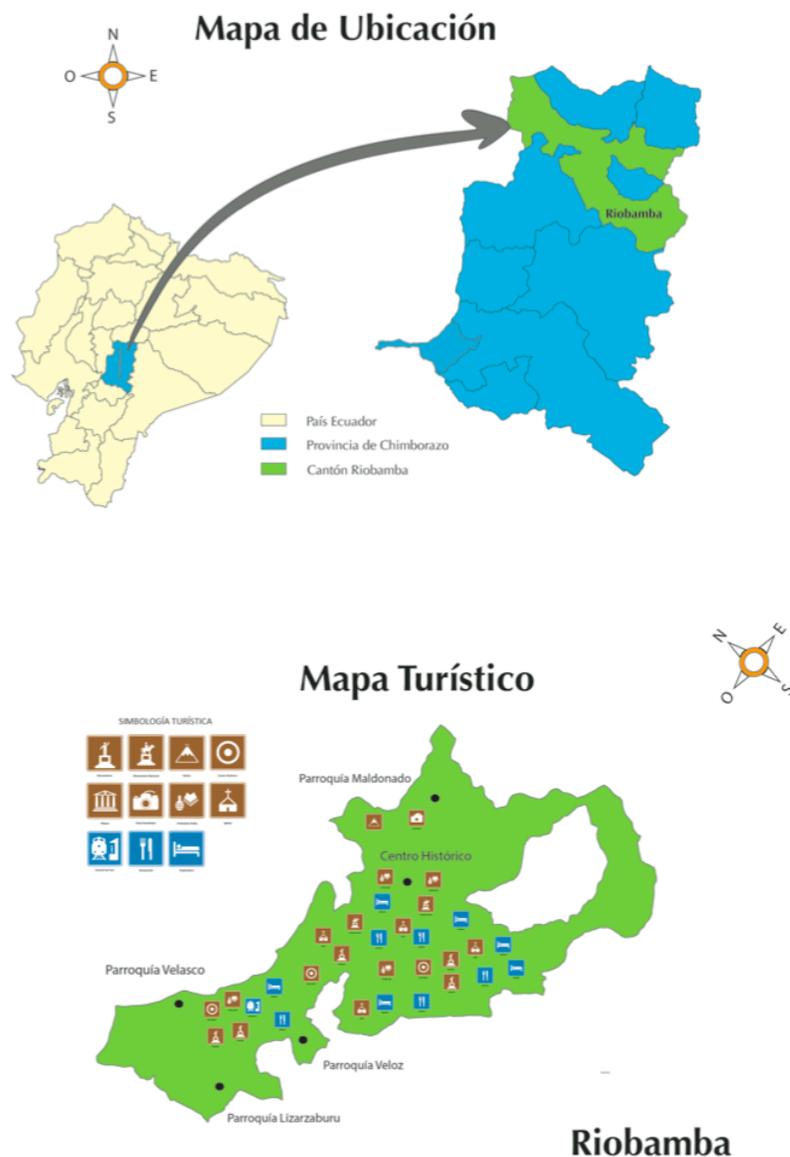


27. Imagen sobre la aplicación del recorrido visual

⁹⁶ UDLAP, (2013)“Persuasión e imagolectura como discurso visual”, Internet, pdf, http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/morante_l_r/capitulo3.pdf ,

3.6.8.9. Elementos compositivos empleados en el libro

Jerarquización: La técnica de la jerarquización fue utilizada en nuestro producto editorial en las imágenes de los mapas pertenecientes a cada cantón destacando los lugares donde hay sitios de flujo turístico, así mismo partes importantes del cantón esto se lo logro utilizando un tamaño significativo y colores primarios y sus derivados.



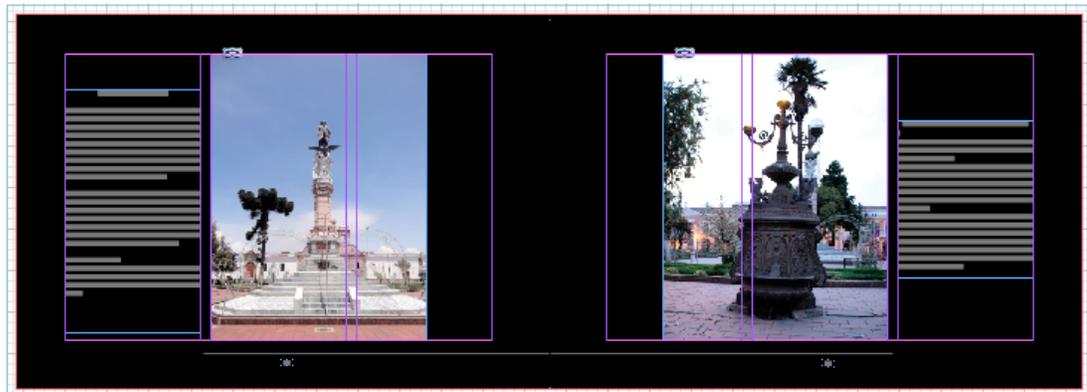
28. Imágenes Sobre los elementos compositivos(Mapas)

Equilibrio Asimétrico: El equilibrio asimétrico se lo puede observar en las portadas de cada cantón que indistintamente de no tener las mismas condiciones y tonos en cada una de las portadas existe un equilibrio de elementos.



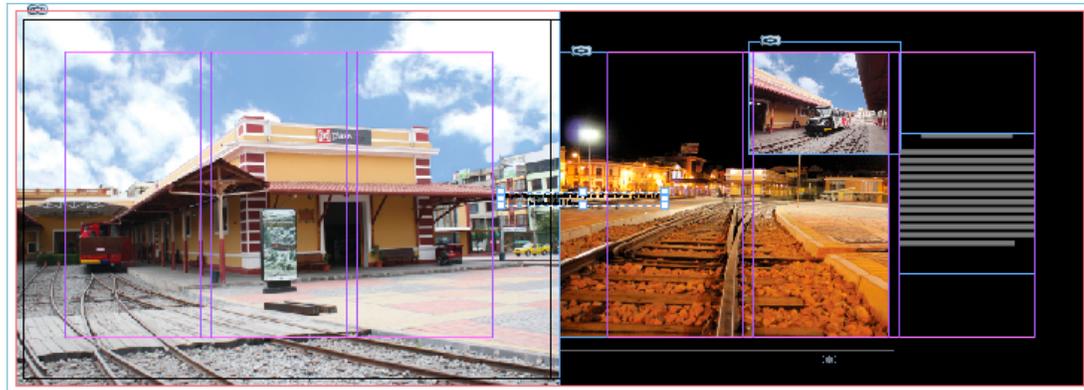
29. Imagen de la aplicación del equilibrio asimétrico

Simetría: La simetría se puede observar en varias de las páginas del producto editorial ya que se utilizó el mismo número de elementos en ambos lados de la composición.



30. Imagen de la aplicación de la simetría

Asimetría: La asimetría utilizo como una variante para poder alternar las imágenes y de igual forma variar el diseño colocando imágenes en ambos lados de la composición pero con diferente proporción tomando como referencia el eje central.



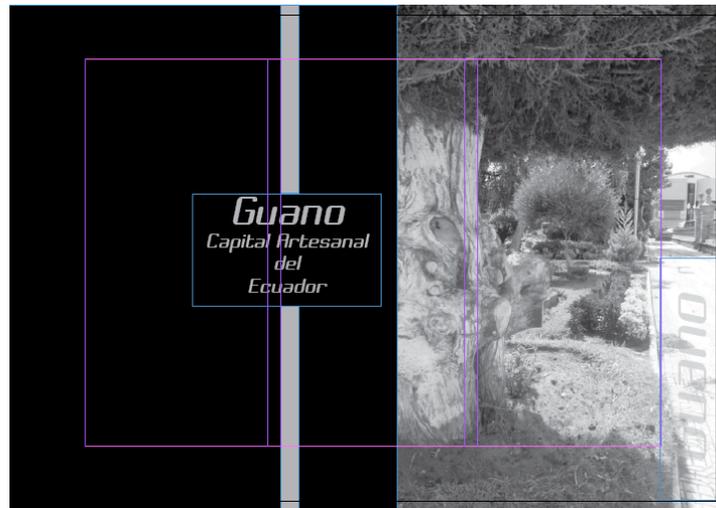
31. Imagen de la aplicación de la asimetría

Armonía: Los elementos que se colocó en la índice general del libro dan un ejemplo de la correcta aplicación del balance y equilibrio.



32. Imagen de la aplicación de la armonía

Contraste: El contraste se lo puede observar en las portadas que se realizó al inicio del capítulo de su respectivo cantón.



33. Imagen de la aplicación del contraste

3.7. Elementos el libro

Un libro es una parte fundamental para el desarrollo del conocimiento e información es por eso que cada detalle o elemento es cuidadosamente trabajado dentro del campo textual como en la parte física del libro, si bien es cierto para algunas personas un libro no es más que un recopilación de hojas impresas que pueden comprender texto, ilustraciones o fotografías para un gran número de personas un libro es un medio y fuente de alimentación de conocimiento lo cual es muy satisfactorio.

Todos los libros sin importar su contenido, se encuentran compuestos por diferentes elementos que tiene una función específica a continuación detallaremos las más importantes.

3.7.1. Elementos del exterior del libro

Cada elemento se analiza muy detalladamente de acuerdo a tipo de publicación que se está realizando ya que es de vital importancia el diseño y componentes del exterior del libro pues el objetivo es lograr que la publicación sea llamativa e impactante para el lector y así lograr un impacto al mismo.

3.7.1.1. Tapa o cubierta (pasta)

Es la parte que cubre y protege al libro que consta de una primordial información como el título de obra, autor, fotografías, ilustraciones o elementos ornamentales.

Los materiales que se usaron para la elaboración del libro fotográfico fueron: en la portada se utilizó cartón o también llamada paste dura que posteriormente se recubrirá con un plastificado laminado mate y UV localizado en el título de libro, el tamaño cubierta es de 32 cm x 22 cm abierta.

Justificación de la parte de la Cubierta

Para la elaboración de la portada o cubierta se tomó en cuenta un principio del diseño que es el de mantener un peso visual exacto tanto a la derecha como a la izquierda de la composición conjuntamente con un equilibrio de la misma.

Para esto realizo una fotografía que va a hacer utilizada como fondo donde se tomó como base de la composición un punto centro en perspectiva de una

calle de la Ciudad de Riobamba haciendo alusión al título de nuestro producto que lleva de nombre “Caminando por la Provincia de las Altas Cumbres”

La fotografía fue trabajada en escala de grises para dar una secuencia con el diseño total del libro fotográfico ya que esta manejado en sus páginas internas con un fondo negro y tipografía en color blanco.

El título de la portada está compuesto por 3 tamaños de tipografía para alternar la información de tal manera que las palabras “Altas Cumbres” sobresalga del titular, el color que se aplicó a la tipografía fue un color azul claro con el siguiente porcentaje en los pantones C=73 M=26 Y=2 K=0 con el fin de tener así una relación con los volcanes, nevados y montañas que rodean a esta provincia.

En la parte inferior de la portada se colocó texto descriptivo de los Cantones que se trabajó que son Riobamba, Colta y Guano en color blanco de esta forma se logra un contraste entre la fotografía de fondo y el texto.

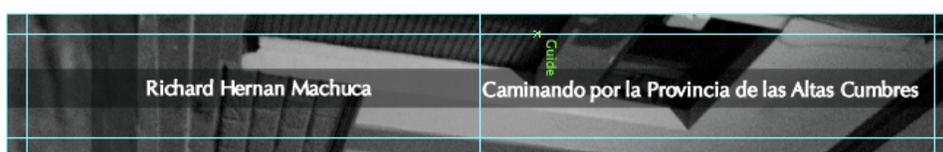


34. Imagen de la Cubierta

3.7.1.2. Lomo

El lomo forma parte de la cubierta y es justamente aquí donde se unen las hojas constituyendo de esta forma el canto del libro también se puede decir que es la parte opuesta al corte de las hojas.

Está compuesto por datos como el nombre libro y autor la tipografía es de color en blanco sobre una franja negra en transparencia.



35. Imagen de la Parte del lomo de producto

3.7.1.3. Contratapa

Esta parte del libro no tiene un fin de uso establecido, en ocasiones se lo usa para colocar le resumen del libro o la bibliografía.

En la contratapa colocamos un fondo negro acompañado de una fotografía panorámica en una proporción adecuada para que sea visualizada como franja y sobre la fotografía una franja de 1 pts. De tamaño de stroke y se utilizó el color gris para dar una dirección a la imagen.



36. Imagen del la parte de la contratapa del producto

3.7.2. Elementos del interior del libro

3.7.2.1. Guardas

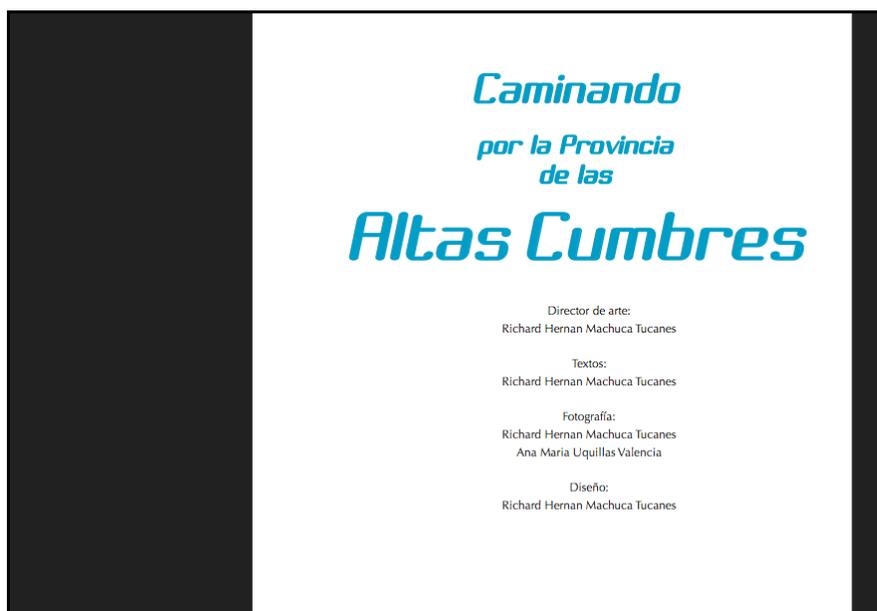
La guarda no es más que la hoja pegada de las cuales la primera se adhiere a la cubierta delantera o a la posterior y la otra es denominada hoja de cortesía, aparece el inicio y al final del libro fotográfico. Las guardas en nuestro producto editorial van en blanco.

3.7.2.2. Anteportada o Portilla

Es la que se encarga de proteger a la portada siendo la primera página impresa del libro carece de folio y en el contiene el título de la obra con las mismas características del título de la cubierta, el nombre del autor es variable y no es obligatorio dependiendo únicamente del diseñador.

3.7.2.3. Portada

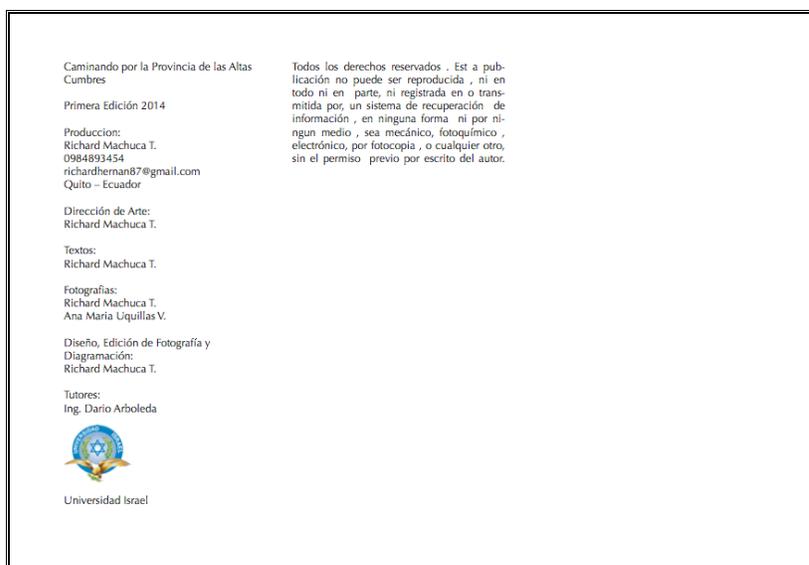
La portada contiene la misma información de la tapa, va colocada en una página impar (derecha), son folio. Es aquí donde van colocados todos los datos de quienes colaboran con la realización del libro y demás personas como por ejemplo: Nombre del autor, diseñadores, fotógrafos y demás.



37. Imagen del la portada del producto

3.7.2.4. Editorial

El editorial consta de datos específicos sobre la edición del libro esta información es totalmente detallada como por ejemplo número de edición, traductores, fotógrafos, diseñadores y personas que colaboraron en la realización del libro.

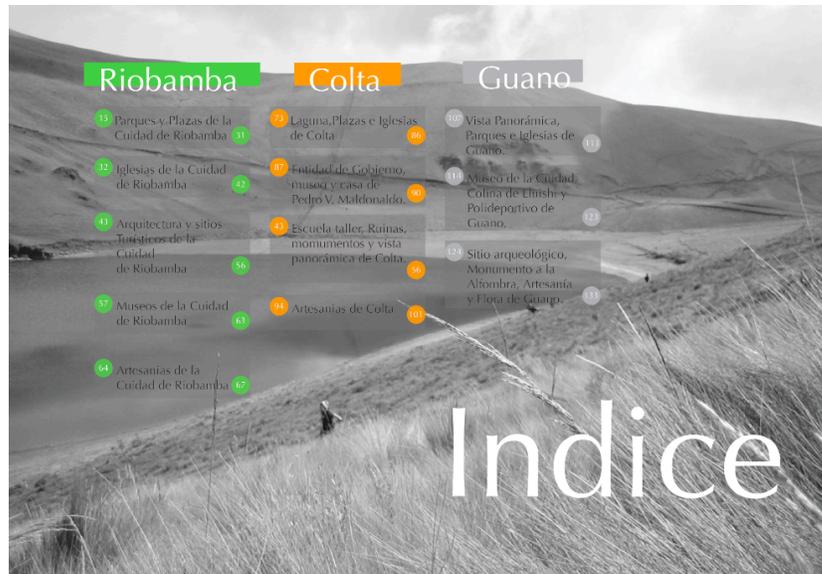


38. Imagen del Editorial del producto

3.7.2.5. Índice

El índice consiste en desglosar toda la información del contenido del libro fotográfico en este caso el índice se divide por cada Cantón y con su respetivo color cada uno como una maneja de diferenciar una cantón del otro y este se subdivide por los principales atractivos y actividades que tenga cada uno de los tres diferentes cantones esto ayuda como una guía para que el lector visualice cada tema la ubicación generalmente va colocada en la parte inicial del texto.

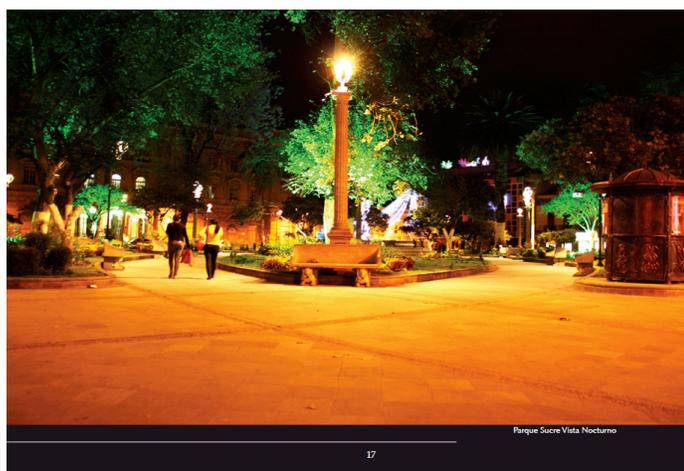
Para su diseño se siguió la línea gráfica que hemos implantado tanto como en la portada y contraportada y demás partes de la obra como por ejemplo los colores y tipografía y demás.



39. Imagen del Índice del producto

3.7.2.6. Pie de foto

La misión principal de pie de foto es brindar información sobre la fotografía como por ejemplo autores, fecha, lugar entre otros generalmente es menos denso y de vital importancia aunque para precepción de muchos es la parte de la obra menos importante es la que más toma en cuenta el lector.



40. Imagen del Ejemplo del pie del producto

3.7.2.7. Folio

El folio es la numeración que se coloca a cada página excepto las páginas que van afuera del texto principal y las hojas que van en blanco como por ejemplo las llamadas hojas de respeto y la portada y contraportada.

Datos específicos del folio:

- **Posición:** Parte inferior derecha dependiendo de la página y diseño.
- **Tipografía:** Palatino Linotype.
- **Tamaño de fuente:** 12 pts.
- **Estilo de fuente:** normal
- **Color de fuente:** blanco

3.7.2.8. Texto central

El texto central o cuerpo de la obra depende mucho del tamaño de la caja tipográfica, interlineado, longitud y la clase de tipografía que se usa ya que por defecto se usa tipografías de la misma familia para poder diferenciar de títulos, subtítulos y texto dentro del texto central.

3.7.2.9. Introducción

La introducción de nuestro libro fotográfico consta de dos columnas que van respectivamente alineadas a lado derecho de la página y que tienen como finalidad establecer el propósito y los objetivos de todo el contenido.



41. Imagen del Ejemplo de la introducción del producto

3.7.2.10. Título y capítulos

El producto editorial se dividió en tres capítulos respectivamente a cada uno de ellos se le colocó información e imágenes referente al tema tratando de destacar los principales atractivos turísticos de cada uno de los cantones.

Para determinar el orden de cada uno de los capítulos se tomó en cuenta la dimensión de cada cantón en escala de mayor a menor en este caso se ubicó en la siguiente manera Riobamba, Colta y Guano respectivamente.

Como otra forma de diferenciar las secciones se colocó una portada a cada una de las secciones con su respectivo diseño que está basado en las características de mayor importancia de cada uno de los cantones.

Riobamba: La tipografía que se usó en las portadas es Choktoff Oblique para el titular principal como para el slogan.

Tamaños: 48 pts. Para el titular, 24 pts. Para el slogan y 65 pts. Para la tipografía vertical en transparencia

Color:



42. Imagen de la portada capitular del la ciudad de Riobamba

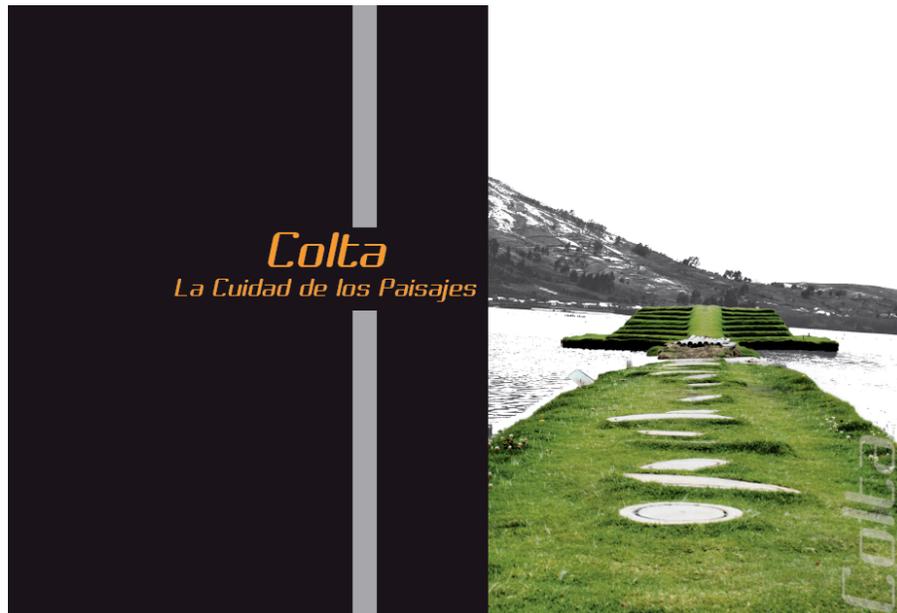
Colta: La tipografía que se usó en las portadas es Choktoff Oblique para el titular principal como para el slogan.

Tamaños: 48 pts. Para el titular, 24 pts. para el slogan y 65 pts. para la tipografía vertical en transparencia

Color:



C = 0
M = 48
Y = 88
K = 0

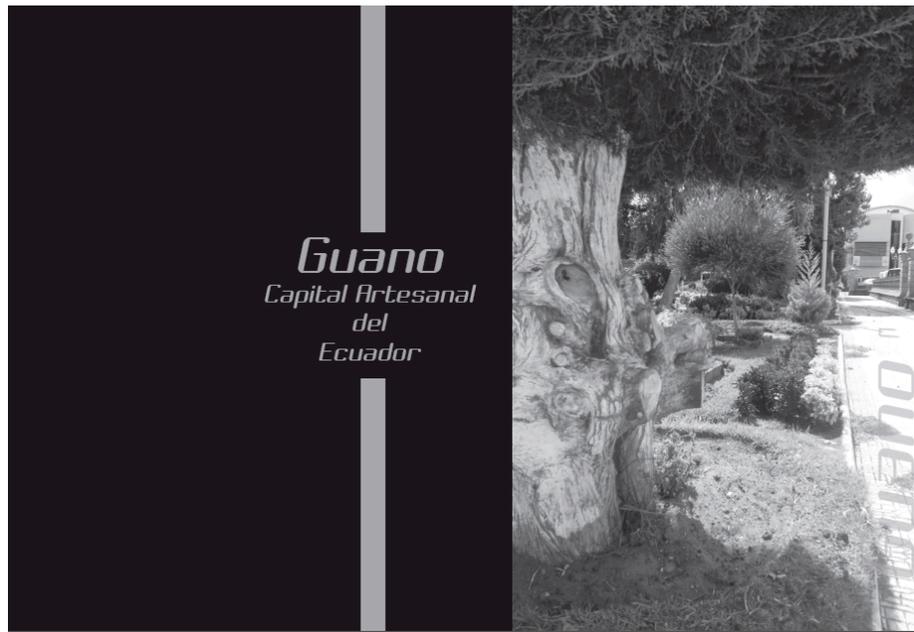
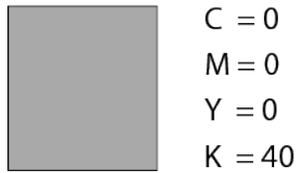


43. Imagen de la portada capitular del la ciudad de Colta

Guano: La tipografía que se usó en las portadas es Choktoff Oblique para el titular principal como para el slogan.

Tamaños: 48 pts. para el titular, 24 pts. para el slogan y 65 pts. para la tipografía vertical en transparencia

Color:



44. Imagen de la portada capitular del la ciudad de Guano

3.7.2.11. Fotografía

En la conformación de una fotografía el fotógrafo no puede encaminarse bajo una sola línea de trabajo ya que para la realización de un proyecto se tiene que tomar en cuenta las características, tipos de estudio y objetivos planteados.

Dentro de la obra se usaron géneros muy bien identificados que son:

- Foto reportaje

- Paisaje
- Retrato

Estos géneros se usaron tomando en cuenta el tipo de producto editorial y a su vez el tema que se relaciona directamente que es el del turismo.

3.7.2.12. La composición fotográfica

La composición que contiene cada una de las fotografías de producto editorial se sustentó en su mayoría en los principios fotográficos y que fueron determinantes e importantes para la realización del mismo.

Relleno de Encuadre: El relleno de encuadre se lo realiza con el fin de confundir el punto de interés y captar la mayor atención del lector con más intensidad.



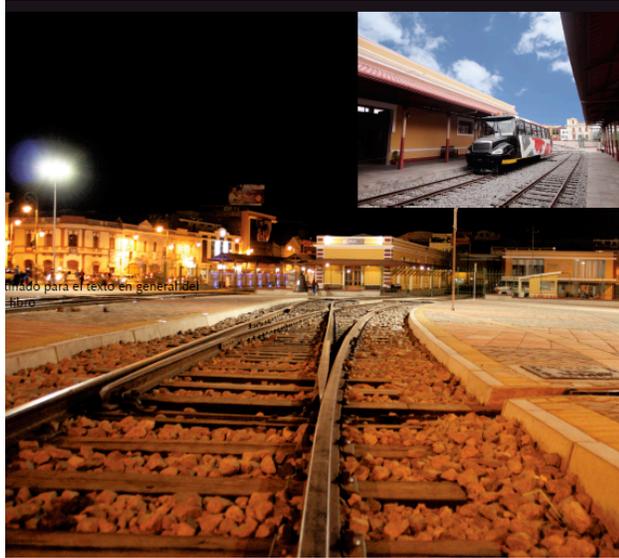
45. Imagen de un ejemplo del relleno de encuadre de una fotografía.

Centro de interés: Se lo realizo con la finalidad de crear un punto de partida o interés en uno o varios elementos de cada una de las fotografías.



46. Imagen de un ejemplo del centro de interés de una fotografía

Dirección: La técnica de dirección es muy parecida a la del flujo es muy utilizada en libros que tratan temas turísticos, demás transmite movimiento y algarabía.



47. Imagen de un ejemplo de dirección en una fotografía.

Elementos de repetición: esta técnica se utilizó con la finalidad de crear una fusión entre los elementos que componen las fotografías.



48. Aplicación de elementos de repetición de una fotografía

Los colores: por las características de nuestro producto y por consecuencia del tema de nuestro producto, el color es una componente muy importante dentro de la fotografía que nos muestra gamas de colores variable.



49. Aplicación de los colores de una fotografía

Ley de tercios: esta ley se la utilizo con el fin de que los elementos que conforman la fotografía no sean estáticas y lograr un correcto manejo y distribución de los mismos.



50. Aplicación de la ley de tercios de una fotografía 198

Frente y fondo: Si bien es cierto los elementos frontales de una fotografía son la parte esencial de la misma también hay que tomar en cuenta que la parte del fondo fotográfico consiste en el complemento de la imagen muy importante.



51. Aplicación del frente y fondo de una fotografía

El enmarcado natural y ley del horizonte: este principio fue utilizado en una cantidad considerable de fotografías debido a las características y al tema que estamos manejando para el desarrollo de nuestro producto editorial.



52. Imagen de un ejemplo de aplicación de la ley de horizonte en una fotografía.

3.7.2.13. El encuadre

En nuestro producto editorial se aplicó dos tipos de encuadre que son vertical y horizontal.

Encuadre vertical: El encuadre se caracteriza principalmente por sugerir fuerza, firmeza normalmente se lo aplica mucho en retratos (entre otras cosas porque los seres humanos somos más altos que anchos).

Este encuadre se lo utilizó para retratar a turistas y demás personas.



53. Aplicación del encuadre vertical en una fotografía

Encuadre horizontal: El encuadre horizontal tiende a sugerir quietud, tranquilidad y se usa principalmente para capturar imágenes de paisajes y retratos de grupo, en nuestro caso se aplicó para fotografías de paisajes ya

que nuestro objetivo es dar a conocer los lugares turísticos que posee la Provincia de Chimborazo.



54. Aplicación del encuadre horizontal en una fotografía

3.7.3. El retoque fotográfico

El retoque fotográfico es una técnica importante para el desarrollo de cualquier producto editorial ya que es en esta etapa en donde se corrige cualquier imperfección que pudiera existir en la imagen, así mismo se puede corregir aspectos como por ejemplo el tamaño, contraste, color, brillo entre otros, este trabajo se lo realizó con la ayuda de software Adobe Photoshop versión CS6.



55. Ejemplo de un retoque fotográfico en una fotografía.

3.7.4. Sistema de impresión

El sistema de impresión es una paso que generalmente se lo realiza a gran escala y es justamente aquí en donde se emplea tinta sobre el papel con la ayuda de una prensa, hoy por hoy con el desarrollo de nuevas tecnologías se usa con más frecuencia el sistema de impresión digital que en su mayoría son utilizados en la impresión de pocos ejemplares.

3.7.4.1. Sistema de impresión Offset

El sistema de impresión offset como cada una de las diferentes técnicas utiliza diferentes mecanismos y que son muy sencillos de aplicar y consisten en la aplicación de sustancias colorantes a un soporte de papel.

Este sistema de impresión también es conocido como sistema plano gráfico debido a la utilización de placas se superficie plana y que al momento de la impresión las imágenes a imprimirse se encuentran al mismo nivel que el resto es decir ni en alto ni en bajo relieve. ⁹⁷

Podemos también decir que el sistema offset es el más extendido, por consiguiente esto significa que gran parte del de productos como: libros, revistas, folletos, etc.

⁹⁷ **TRANFERENCIA TECNOLÓGICA** , (2013)“*Sistema de impresión: los tipos de sistemas, sus usos y el futuro* ”, Internet , http://www.fusalm.org/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=19&itemid=74 ,

Son impresos por el sistema offset tanto como en máquinas de bobina o pliego logrando resultados de imágenes de alta calidad y nitidez siempre y cuando se utilicé el papel apropiado.

3.7.5. Material implementado

(Ver página 87 - 89)

Para la impresión de nuestro producto editorial hemos elegido como material de impresión al Papel Couché mate que debido a sus características y propiedades nos brinda una impresión de óptima calidad y definición, la superficie de este papel nos sirve para que el punto de la tinta al depositarse sobre el área del papel no se expanden y por ende las imágenes no pierden sus características de definición por este motivo hace que el producto editorial sea sobrio y elegante.

El gramaje del papel que se utilizó para el producto editorial utilizó fue de 150 gr. para todo el interior del libro.

3.7.6. Acabados Gráficos

Encuadernación o Tapa Dura: Para elegir el tipo de material y demás características de la cubierta de nuestro producto editorial se tomó en cuenta ciertos parámetros como por ejemplo dimensiones como el ancho y alto y además el trato al que puede estar expuesto entre otros detalles, para de alguna forma evitar daños en el libro y hacer que la vida útil se prolongue se empleó plastificado mate brindándole una plus de realce y elegancia a la cubierta.

También se colocó un Barniz UV justamente en el nombre del libro para poder realzar aún más las cubierta y por ende brindar un peso visual en el nombre del libro.

3.7.7. Análisis de la competencia

Se tomó en consideración 1 libro que está en el mercado y que se asemeja en algo a nuestro producto editorial que representa fotográficamente a Chimborazo a manera de afiches, pero de una forma superficial mas no se refiere netamente al turismo de la provincia.

Nombre: Afiches de Chimborazo

Autor: Jorge Anhalzer

- La observación de este producto editorial es que no se centra netamente en todas las características que tiene el cantón de Riobamba y Colta solo contiene imágenes de los ya renombrados lugares más no de todo lo que abarca cada uno de estos cantones y su importancia.
- Debido a que es un libro de afiches este libro posee en su mayoría fotografías de plano general y gran plano general.

3.7.8. Software

Para la elaboración de nuestra investigación y la realización de nuestro producto se utilizó del paquete de Microsoft office y entre los programas que nos facilita específicamente Microsoft Word, Así también se utilizó en lo que concierne a la elaboración de producto, elaboración de presentación final, edición de fotografías y demás el paquete de Adobe Creative Suite versión CS6 que abarca los software de Adobe illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Flash, Adobe Indesign.

Microsoft Word: Es un programa que se utiliza para la edición de texto y nos permite la creación de documentos como por ejemplo memos, tesis, oficios entre otros, es muy utilizado por estudiantes y profesionales para su trabajo diario ayudando de esta forma a un desempeño efectivo.

Adobe Indesign CS6: Es un software que facilita el trabajo de diseño y maquetación profesional para trabajos de tipo editorial e impresos como por ejemplo libros, folletos, revistas, volantes entre otros, fue desarrollado por Adobe Systems con el fin simplificar de alguna forma el trabajo para los diseñadores gráficos ya que posee la virtud de acoplarse fácilmente con los software de Adobe Photoshop y Adobe Illustrator.

Adobe Illustrator CS6: Es un software que fue desarrollada por Adobe, con el fin de facilitar la elaboración de dibujos basados en gráficos vectoriales y que entre sus principales virtudes podemos decir que tiene opciones de acceso directo a las herramientas que nos ayudan rápidamente a producir de forma rápida gráficos que cuyos usos se dan en publicaciones, maquetaciones, impresión, video, publicaciones en la web, dispositivos móviles y demás.

En lo que respecta el uso que se dio al software en nuestro producto editorial se lo utilizo para la elaboración de portada, índice, mapas de ubicación entre otros gráficos.

Adobe Photoshop CS6: Es el software que nos ayuda principalmente con la edición y retoque de imágenes, tiene una variedad de efectos y herramientas que de cierta manera ayudan a una trabajo de edición mucho más efectivo y rápido.

La función que tuvo el software en la elaboración de nuestro producto fue en la edición de color, tamaños y retoques secundarios en la fotografías.

Adobe Flash: Es una software muy eficiente en lo que concierne a la animación, los archivos de Adobe Flash son muy utilizadas en animaciones de páginas web, sitios web multimedia.

Este software se implementó en la presentación del proyecto.

3.7.9. Presupuesto de elaboración

El presupuesto se lo realizo en base a 1000 ejemplares:

Descripción:

Investigación	250,00
Diseño Gráfico (portada, guardas, mapas)	350,00
Diagramación (250 páginas)	850,00
Fotografía (250 fotografías)	900,00
Sub total:	2.350,00

Producción y Posproducción:

Según las características del producto editorial en la empresa, **Editorial**

Ecuador, presupuesto:

Impresión de 1000 ejemplares

Tamaño oficio (22 cm x 32 cm)

Páginas: 250 páginas a 4 colores en papel couche mate de 150 gr, 4 páginas de guardas a una sola tinta en couche de 150 gr.

Sub Total: 15.000,00

Terminados gráficos 5.150,00

(Pasta Dura)

TOTAL PRODUCCIÓN: 22.500,00

3.7.10 Validación

Tomando en cuenta los resultados que nos arrojaron las entrevistas como las encuestas sobre la necesidad de implementar un material visual para que brinde la información correcta y específica sobre los sitios turísticos de la Provincia de Chimborazo y sus principales Cantones.

Con el proceso de validación se da a conocer el producto a través de las fichas de validación, que se elaboró con la ayuda de 3 personas que están al tanto de la problemática y desarrollo del Sector Turístico en la Provincia.

3.7.10.1 Objetivo

Transmitir y registrar el criterio de dichas personas que están al tanto de toda la problemática del sector Turístico para de esta forma viabilizar el producto en beneficio de la Provincia de Chimborazo.

3.7.10.2 Selección de Personas para la Validación del Producto

Para esto se procedió a seleccionar a tres personas que están trabajando en bien del desarrollo turístico por medio del Ministerio de Turismo, para esta selección también se tomó en cuenta que tengan ciertos conocimientos tales como:

- Qué conozcan de diseño
- Que estén al tanto de la problemática que existe en el sector turístico en esta Provincia.
- Que sean profesionales con mínimo cinco años de experiencia en el área en la cual se desempeñan.

Perfil Personal de Seleccionados

- **Ing. Miguel Pazmiño**

Director Turístico Seccional

Se desenvuelve como promotor turístico, por el cargo que ocupa el está dependencia está al tanto de todos los problemas que tiene esta provincia en el sector turístico para su mejoramiento, y de lo importante que son los proyectos e implementaciones que ayudarían para su mejoramiento en bien del turismo en la Provincia de Chimborazo.

- **Ing. Maribel Villavicencio**

Relacionista Pública y Marketing

Como Jefa de Relaciones Públicas está a cargo de difundir en los medios de forma directa o indirectamente información que en este caso es sobre las innovaciones que el Ministerio de Turismo realiza eventualmente para de alguna forma brindar todo los implementos logísticos que necesita un Turista en la Provincia para que su estancia sea lo mas placentera posible.

- **Ing. Jaqueline Sandoval**

Jefa de Logística

La Ing. Jaqueline Sandoval, como parte del departamento de logística se encarga de brindar toda la viabilidad para las personas que visiten esta Provincia tengan todas las facilidades ya sea transportación, seguridad, hospedaje etc., para de esta forma lograr que el turista en una próxima-

oportunidad regrese y recomiende nuestra provincia como un lugar donde siempre se regresa.

3.7.10.3. Perfil de expertos:

- Nombre y Apellido: Miguel Pazmiño

Perfil académico: Ing. En Turismo y Hotelería

Cargo: Director Turístico Seccional

- Nombre y Apellido: Maribel Villavicencio

Perfil académico: Ingeniera en Negocios Internacionales

Cargo: Relacionista Pública Y Marketing

- Nombre y Apellido: Jaqueline Sandoval

Perfil académico: Ingeniera en Recursos Humanos

Cargo: Jefe de Logística

3.7.10.4. Diseño del instrumento

El instrumento consta de la escala valorativa: excelente, muy bueno, bueno y regular; además se consideraron los siguientes indicadores:

Originalidad del Proyecto: para conocer ...

Viabilidad:

Creatividad:

Estética: ...

Funcionalidad: ...

3.7.10.5. Metodología

A cada experto se entregó una copia del manual y un instrumento de validación.

Se procedió a realizar una tabla con indicadores, los expertos evaluaron el manual, de acuerdo a sus criterios con las valoraciones: excelente, muy bueno, bueno y regular.

3.7.10.6. Análisis

Al indicador de viabilidad los expertos coincidieron al mencionar que el producto es excelente.

En relación a los indicadores de novedad y estética ...

En cuanto al Registro Fotográfico de acuerdo al cuadro de resultados, es validado por los tres expertos que evaluaron el producto, realizando ciertos cambios por las observaciones indicadas en el cuadro de resultados.

CAPITULO III

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusiones

Al hacer un análisis de los cantones más relevantes y conocidas en la provincia de Chimborazo se llegó a la conclusión que:

- Cada cantón mantiene su propia riqueza cultural y turística que de cierta forma se diferencian entre sí, cuyas características se van conociendo en el instante en que el turista nacional o extranjero visita cada uno de los cantones.
- La colaboración a favor, para impulsar el turismo en cada uno de los cantones por parte de sus habitantes es muy importante y como ejemplo observamos que la conservación e inversión en beneficio del campo turístico es muy importante dentro de sus habitantes.
- Las imágenes que se muestran son un legado cultural que tiene como herencia estos cantones y que se ha conservado con el pasar del tiempo, con la ayuda y apoyo de personas que han visto en la explotación del turismo como una fuente importante en beneficio de su cantón.

- Utilizando técnicas del conocimiento propias que nos brinda el diseño gráfico y aplicado la elaboración del producto editorial se logra que el consumidor se familiarice con las características culturales, históricas y turísticas que se visualizan en las fotografías expuestas.

4.2. Recomendaciones

- Con la finalización de este proyecto se puede recomendar que al momento de realizar promociones turísticas de cualquier índole se haga una previa investigación enfocándose en primer orden a entender cada uno de los elementos que lo componen con el fin de que el mensaje que se transmita tenga una correcta información sin perder sus atributos culturales, históricos y turísticos.
- Cada vez que alguien demuestre el interés por el mejoramiento de una provincia desde cualquier punto de vista debe recibir el apoyo de las principales instituciones ya sean públicas o privadas, como por este caso en el que se trata de difundir información en bien de una Provincia y de sus habitantes.
- Compartir la información que por medio de nuestro producto editorial se ha brindado con el fin de que más personas apoyen y trabajen por el mismo propósito en bien del turismo y economía de esta provincia y sus cantones correspondientes.

5. Bibliografía

1. **ARFUCH, L., CHAVEZ, N., LEDESMA, M.**, “*Diseño y Comunicación*”, Ediciones Paidós, Buenos Aires, 1997, Pág. 47
2. **A.A.V.V.**, “*El Pequeño Sabelotodo*”, Sentido Común para Diseñadores, Editorial Índex Book, Barcelona, 2008, Pág. 42.
3. **BUENACORE Domingo**, (1980). “*Diccionario de Bibliotecología*”. (2 ed.). Buenos Aires, Argentina: Marymar.
4. **BACON Mark**, “*Como hacer marketing directo: Secretos para la pequeña empresa*”, Ediciones Juan Granica S.A., Barcelona, 1996, Pág. 343
5. **CUMPA Luis**, “*fundamentos de diagramación*”, Editorial de la Unmsm, Lima, 2002, Pág. 12, 84.
6. **CENTRO DE LA IMAGEN ALIANZA FRANCESA**, “*Manual de la fotografía digital*”, Tercera edición, Editor CIAF, Quito, 2008, Pág.7, 62, 108,110
7. **CASTELLANOS Ulises**. “*Manual de fotoperiodismo: retos y soluciones*”, Universidad Iberoamericana, A.C. 2da Edición, México D.F, 2004, Pág. 40, 43.
8. **DOMÍNGUEZ Héctor A**, “*Una aplicación de la tecnología de la educación a la enseñanza de la física*”. UNAN, México D.F. 1987. Pág. 36,37
9. **DONDIS, Donis**, “*La Sintaxis de la Imagen*”, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2000, pag.18
10. **DEHAN Thierry y otros**, “*Iniciación del diseño gráfico*”. Ediciones ENI. Barcelona, 2007. Pág. 14
11. **DALY Tim**, “*Manual completo de fotografía*”, Barcelona, 2005, pág. 48, 50.
12. **ERAUSQUIN Manuel**, “*El libro es un libro: la edición, primer medio de comunicación de masas*”, Ediciones de la Torre, Madrid, 2004, Pág. 31.
13. **FRASCARA Jorge**, “*El diseño de la Comunicación*”, Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2006, Pág. 23
14. **FUENTES Rodolfo**, “*La practica del diseño gráfico: una metodología creativa*”, Editorial paidós Ibérica, S.A, Barcelona, 2004, Pág.96
15. **FRASCARA Jorge**, “*Diseño Gráfico para la gente*”, Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2000, Pág. 5

16. **GARCIA Silva**, "*Fotografía y memoria*", Editorial Univ. De Casilla, La Marcha, 2006, Pág. 159.
17. **HEDGECOE John**, "*Nuevo manual de la fotografía*", Grupo Editorial Ceac, S.A. 3ra Edición, Barcelona, 1995, Pág. 40, 50, 52, 128,156,183,242, 244.
18. **LOPÉZ Alberto, HERRERA Carolina**, "*Introducción al Diseño*", Editorial Vértice S.L., Málaga, 2008, Pág. 129.
19. **LÓPEZ Martín Julián**, "*En el espíritu y la verdad*". 2. Introducción antropología. Ediciones Secretario Trinitario, Salamanca, 1994. Pág. 139
20. **LISTER Martin**, "*La imagen fotográfica en la cultura digital*", Primera Edición, Edición Paidós, 1997, Pág. 181
21. Ministerio de Turismo del Ecuador 2003. Plan Integral de Marketing -- - Turístico de Ecuador: Fases I, II, III e Informe Final, Barcelona, Editorial Prentice Hall
22. Mauro Ruiz. Trabajo Terminal de Pregrado. 2012. Quito - Ecuador.
23. **MENDEZ M. Carlos. A.**, "*Ensayos Sobre Diseño (Diseñadores influyentes de la AGI)*", Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2001, Pág. 169
24. **MOYA Rómulo**, "*Diseño Gráfico Latinoamericano*", Ediciones Trama, Quito, 2006, Pág.6
25. **MUNARI Bruno**, "*Diseño y Comunicación Visual*", Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1985, Pág. 75
26. **NEWARK Quentin**, "*Que es el Diseño Gráfico*", Ediciones Gustavo Gill, Barcelona, 2002, Pág. 6
27. **RICUPERO Sergio**, "*Diseño gráfico en el aula: guía de trabajos prácticos*", Editorial Nobuko, Buenos Aires, 2007, pág.13
28. **RICUPERO Sergio**, "*Diseño Gráfico en el Aula Guía de Trabajos Prácticos*" 1ª ed. Buenos Aires: Nobuko, 2007, Pág. 42
29. Sabino, C. (1992). Procesos de investigación. Ed. Panapo. Caracas - Venezuela.
30. Sabino, C. (1994). Como hacer una tesis. Ed. Panapo. Caracas - Venezuela.

31. **SONTAG Susan**, “*Sobre la fotografía*”, (traducido la castellano), Madrid, 1996, Pág. 15
32. **SAGASTIZABAL Leonardo**, “*El Mundo de la Edición de libros*”, Editorial Paidós, Buenos Aires, 2002 Pág. 148
33. **TORT Salvador**, “*La fotografía*”, *Orígenes de la fotografía*, Editorial Bruguera S.A., Barcelona, 1972, Pág. 14, 21.
34. **TORT Salvador**, “*la fotografía*”, *Orígenes de la fotografía*, Editorial Bruguera S.A. ,Barcelona, 1972, Pág. 5, 6,12, 52.
35. **Tecnológico Pascual Bravo**, “*Diseño Editorial y Publicitario*”, Op. Cit. PDF., Pág.20,21.
36. Universidad Tecnológica Israel (2011). La guía de informe final del TTP. Quito – Ecuador.
37. **Universidad de Londres**, *Compilador Lic. Lucia Velasco Tapia*, “Desarrollo del Pensamiento Creativo”, pdf, Pág.13
38. **ZANON David**, “*Introducción al Diseño Editorial*”, Ediciones Visión Net, (Madrid) España, 2007, Pág. 9, 16 ,22 ,25 ,30.

Fuentes de Internet

39. **ARTEDINAMICO**, “*Evolución del Diseño Gráfico*”, Internet, www.artedinamico/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=717&categoria=1, 2013 / 02 / 20
40. **ALBERT Kapr**, “*101 Reglas Para el Diseño de Libros*” Internet, www.sid.cu/galerias/pdf/sitios/ecimed/reglas_diseno.pdf , 2013-03-04
41. **Artes Visuales**, “Los planos fotográficos”, <http://artesvisuales31.blogspot.com/2008/09/en-fotografa-igual-que-en-cinse-habla.html>, 2013/05/18
42. **BOOK Designonline**, “Diseño de Libros – Importancia del Diseño Editorial”, Internet, espana.bookdesignonline.com/importancia-editorial.aspx. , 2013-02-26

43. **DESARROLLO WEB**, “*Diseño y Tipografía*”, Luciano Moreno, Internet, <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1691.php> /2013–05–06
44. **Design it’s you**, “Diseño editorial”, Internet, <http://designitsyou.wordpress.com/2008/02/12/disenoeeditorial> , 2013–05–07
45. **Diseño Editorial**, “*Shelline Rosas Diseño Editorial*”, Internet, dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf, 2013-03-03
46. **DIRCOMSITE**, “*Tipografía: tracking & kerning*”, Internet, <http://dircomsite.blogspot.com/search?q=kerning> , 2013/06/12
47. **ECUARED**, “*Observación Científica*”, Internet, http://www.ecured.cu/index.php/Observaci%C3%B3n_cient%C3%A9fica , 2013–01–03
48. **Foto Nostra**: “La ley del horizonte la primera regla fotográfica”, <http://www.fotonostra.com/fotografia/leydelhorizonte.html> , 2013/05/20.
49. **Foto Nostra**: “Exposición y Enfoque”, Internet, <http://www.fotonostra.com/fotografia/exposicionyenfoque.html> , 2013/05/23
50. **FOTONOSTRA**, “Alineación de los textos”, Internet, <http://www.fotonostra.com/grafico/alineaciontextos.htm> , 2013/06/15
51. **MILLÁN José**, “Edición”, Internet, http://jamillan.com/v_edicion6.htm , 2013/06/17
52. **MINISTERIO de Turismo**, “*Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible para ecuador PLANDETUR 2020*”, Internet http://www.turismo.gob.ec/documentos/plandetur_2020.pdf , 2012–04–03
53. **MARGOT Avalos**, “*Metodología de la investigación*”, Internet, <http://margotavalos.blogspot.com>, 2013-02-15
54. **NETDISSENY**, “Fundamentos de Diseño, Tipografía”, Internet. Pdf. <http://www.weblogicnet.com/descargas/typografia.pdf>., Pag.9 / 2013–05–02

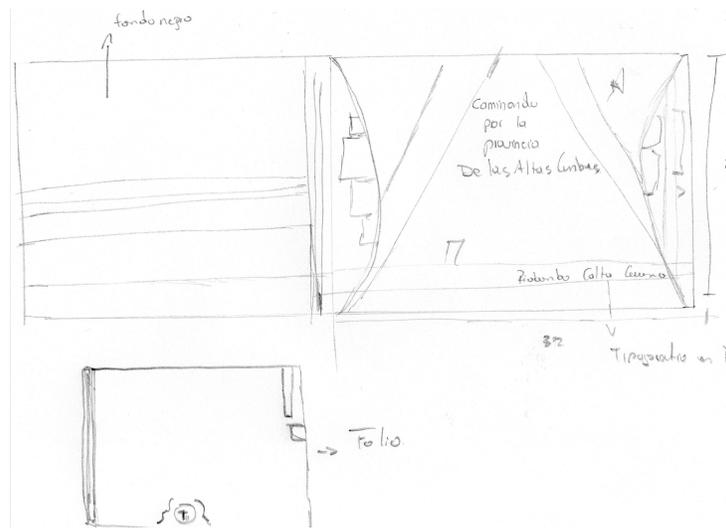
55. **“Partición de Palabras”**, Internet,
<http://xavistastra.galeon.com/arxius/partic.htm> , 2013/06/18
56. **PEREA Joaquín**, “*Los géneros fotográficos*”,
<http://www.ucm.es/info/univfoto/num2/pdf/perea.pdf> ,Pág. 61 , 2013/05/12
57. **RICHART Luis**, “Teoría del color”, Internet,
<http://www.vectoraula.com/articulos/color/> , 2013-05-09
58. **SIDAR**, “15 Fuentes”, Internet,
<http://www.sidar.org/recur/desdi/traduc/es/css/fonts.html#sans-serif-def>,
2013-04-29
59. **TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA**, “*Sistema de impresión: los tipos de sistemas, sus usos y el futuro*”, Internet,
http://www.fusalmo.org/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=19&itemid=74 , 2013/06/30
60. **Tu objetivo**: “Curso de fotografía”, Tema IV-Paisaje, marina y cielo, Internet
http://www.tuobjetivo.com/website/curso_t4.asp?seccio=curso+de+fotograf%EDa, 2012/05/13
61. **UNIVERSIDAD DE OVIEDO**. “*Tipografía*”, Internet,
<http://lear.inforg.uniovi.es/sm/descargas/teoria/Tipograf%C3%ADa.pdf> ,
2013/06/10
62. UDLAP, “Persuasión e imagolectura como discurso visual”, Internet, pdf,
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/morante_l_r/capitulo3.pdf , Pág. 79, 2013/06/19
63. **Universidad de Londres**, Compilador. L.D.G MANJARREZ Juan, “Diseño Editorial”,
http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/disen_o_editorial.pdf.
/2013/05/07
64. **Universidad de Londres**, Compilador: L.D.G MANJARREZ Juan, “Diseño Editorial”
http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologías/diseño_editorial.pdf Pág.3

Anexos

6. Anexos

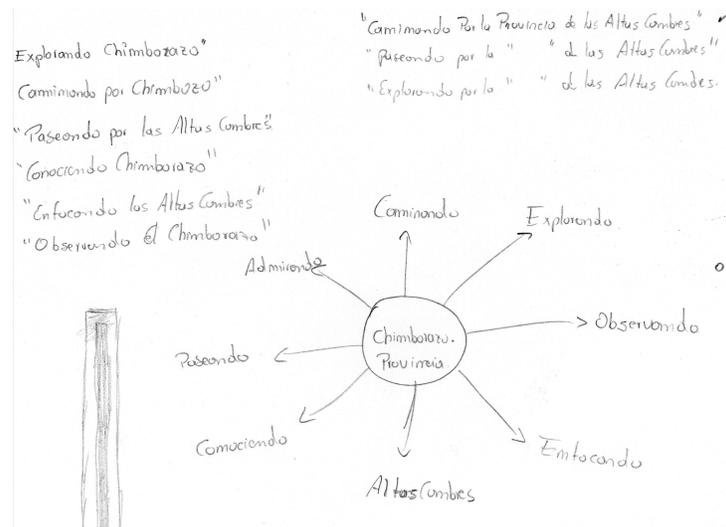
Anexo 1

Bocetos para portada principal



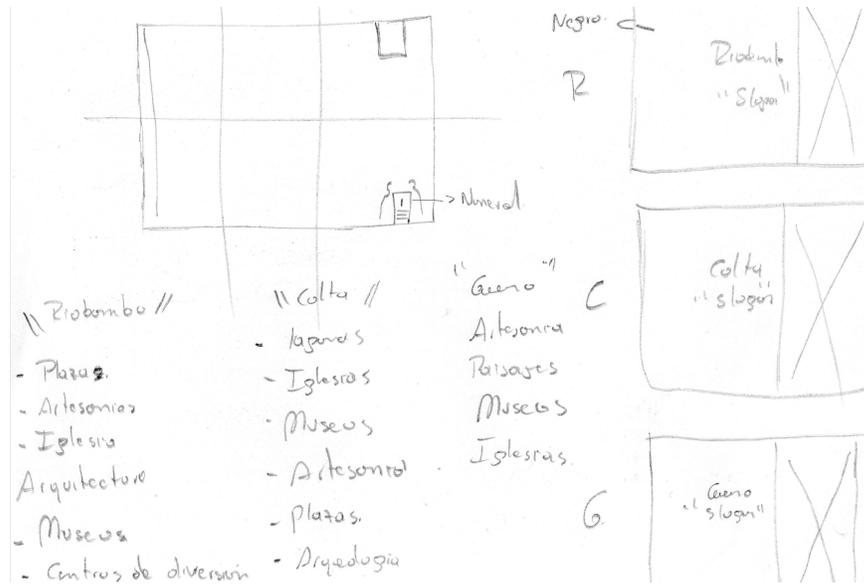
Anexo 2

Lluvia de ideas para el nombre del libro



Anexo 3

Bocetos para portadas internas y contenido de capítulos



Anexo 4

ENCUESTA

Datos Generales

1. Edad:

2. Género: M F

3. Origen: Nacional(pasar preg. 4)

Extranjero..... (pasar preg. 5)

4. Ciudad de Origen.....

5. País de Origen.....

6. Nivel de Instrucción :

Ninguna:

Primaria:

Secundaria:

Tecnología / Tecnólogo:

Superior:

Posgrado:

7. Usted es:

Turista

Residente

Características Sociodemográficas

1. ¿Que ciudades y cantones de la Provincia de Chimborazo considera usted atractivas para visitar?

Riobamba

Chambo

Colta

Penipe

Guano

2. ¿Qué atractivos turísticos le muestran interés a usted?

- Cascadas, ríos y lagos etc.
- Comida Típica
- Arquitectura
- Historia y cultura
- Flora y fauna
- Otros

3. ¿Cómo ve usted el desarrollo turístico en la Provincia de Chimborazo?

Positivo

Negativo (pase a la pregunta 11)

Regular (pase a la pregunta 11)

4. ¿Cuál piensa usted es el principal problema de la Provincia para que su desarrollo no sea completamente positivo?

Falta de:

Material de información)

Variedad de actividades Turísticas

Publicidad

Marketing

5. ¿Le gustaría recibir un material impreso donde se especifique los principales atractivos turístico e información de la provincia de Chimborazo?

SI () NO ()

6. ¿Cuál de estos medios impresos le gustaría para recibir esta información?

- Libro ()
- Folleto ()
- Revista ()
- Cartel ()
- Periódico ()
- Boletín ()

7. ¿Le gustaría que el impreso sea en su mayoría?

- Texto ()
- Imágenes ()

8. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría?

- Fotografías ()
- Ilustraciones ()

9. ¿Cuál formato te parece el apropiado?

- 32cm x 22cm ()
- 25cm x 21cm ()
- 28cm x 28cm ()
- A3 ()

10. ¿De qué número estimado de pag. le gustaría que sea el material de información?

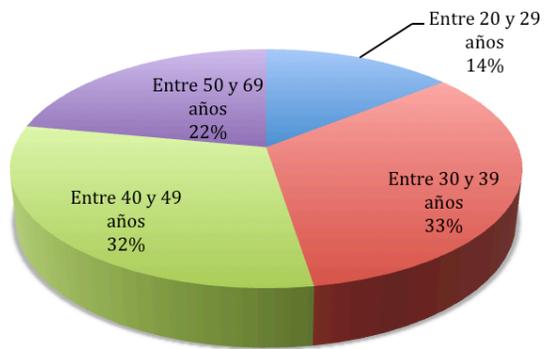
- 80 pág. ()
- 100 pág. ()
- 250 pág. ()

Anexo 5

Datos de Clasificación

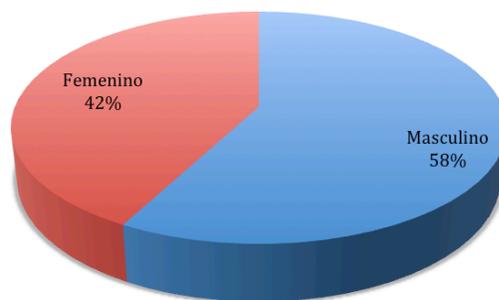
1. Edad

Entre 20 y 29 años	57	14%
Entre 30 y 39 años	133	33%
Entre 40 y 49 años	122	31%
Entre 50 y 69 años	88	22%
Total	400	100%



2. Género

Masculino	231	58%
Femenino	169	42%
Total	400	100%



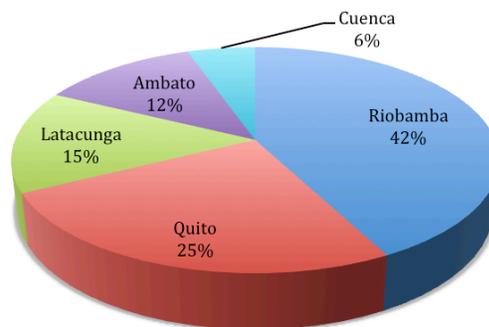
3. Origen

Nacional	373	93%
Extranjero	27	7%
Total	400	100%



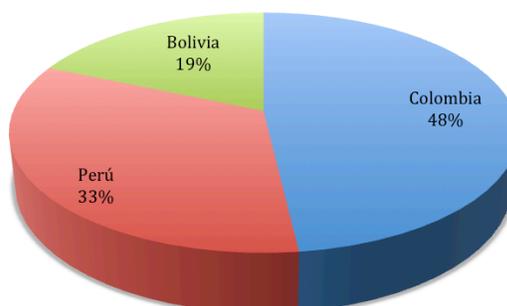
4. Ciudad de Origen (Nacionales)

Riobamba	158	42%
Quito	94	25%
Latacunga	55	15%
Ambato	46	12%
Cuenca	20	5%
Total	373	100%



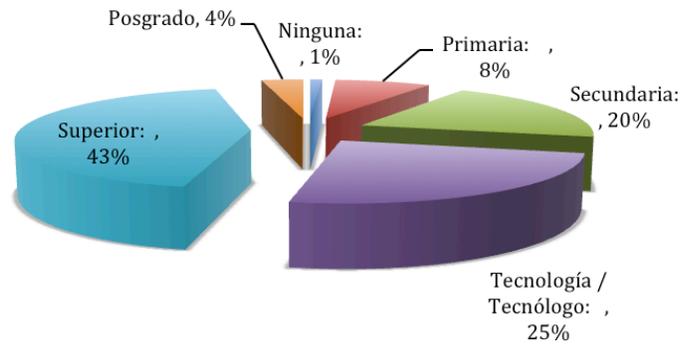
5. País de Origen Extranjero

Colombia	13	48%
Perú	9	33%
Bolivia	5	19%
Total	27	100%



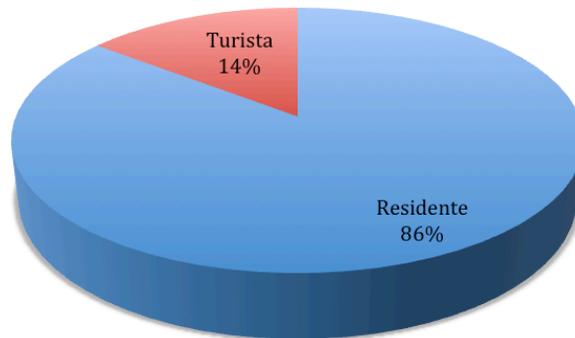
6. Nivel de Instrucción

Ninguna:	4	1%
Primaria:	32	8%
Secundaria:	79	20%
Tecnología / Tecnólogo:	98	25%
Superior:	173	43%
Posgrado	14	4%
Total	400	100%



7. Usted es:

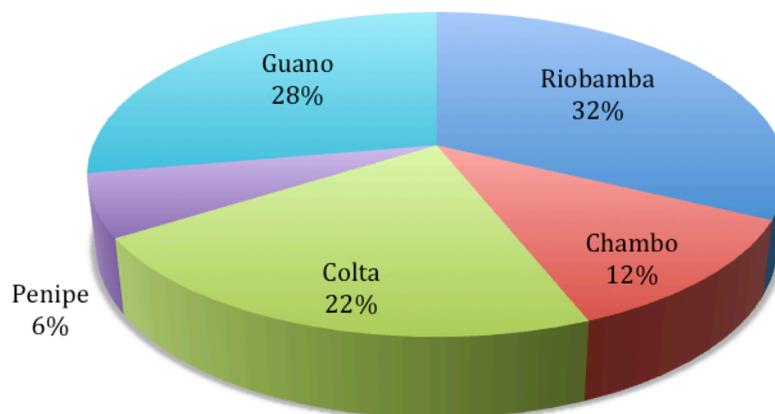
Residente	342	86%
Turista	58	15%
Total	400	100%



Tabulación:

1. ¿Que ciudades y cantones de la Provincia de Chimborazo considera usted atractivas para visitar?

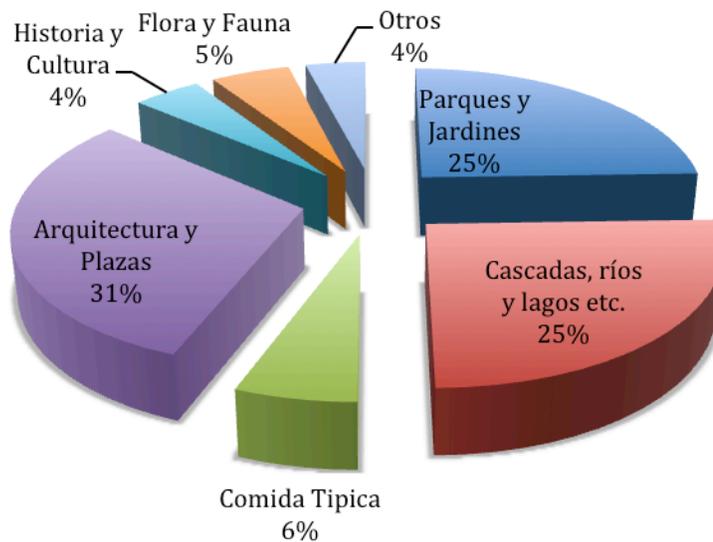
Riobamba	129	32%
Chambo	47	12%
Colta	88	22%
Penipe	25	6%
Guano	111	28%
Total	400	100%



En esta pregunta se tomo como opciones a los cantones de acuerdo a su ubicación geográfica y a sus bondades turísticas aun no exploradas en un 100%, donde se pudo concluir de acuerdo a la encuesta que los cantones electos fueron Riobamba, Colta Y Guano.

2 ¿Qué atractivos turísticos le muestran interés a usted?

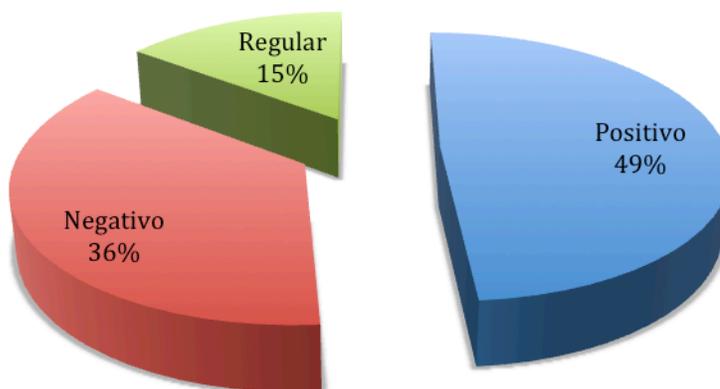
Parques y Jardines	98	25%
Cascadas, ríos y lagos etc.	102	26%
Comida Típica	23	6%
Arquitectura y Plazas	122	31%
Historia y Cultura	18	5%
Flora y Fauna	21	5%
Otros	16	4%
Total	400	100%



En la siguiente gráfica se encuentra los resultados de los principales atractivos turísticos y a los cuales se les tomara mucho mas en cuenta para que formen parte de nuestro producto final.

3 ¿Cómo ve usted el desarrollo turístico en la Provincia de Chimborazo?

Positivo	195	49%
Negativo	146	37%
Regular	59	15%
Total	400	100%

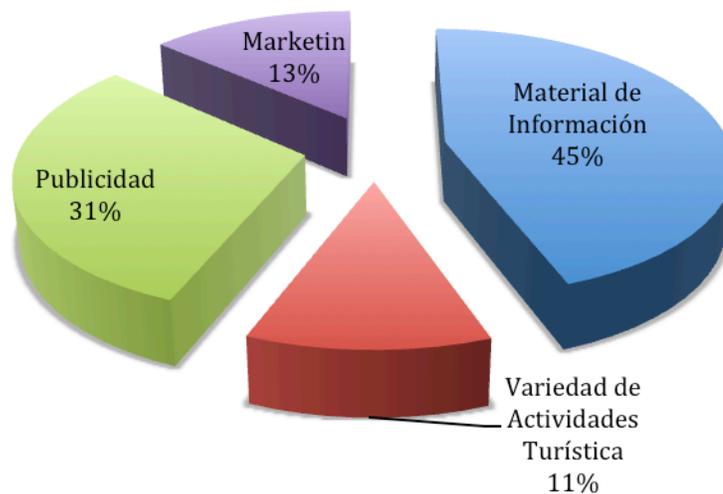


En la siguiente gráfica se encuentra la opinion que tienen los encuestados segun su punto de vista sobre el avance y desarrollo turístico que tiene la Provincia de Chimborazo.

4 ¿Cuál piensa usted es el principal problema de la Provincia para que su desarrollo no sea completamente positivo?

A la Falta de :

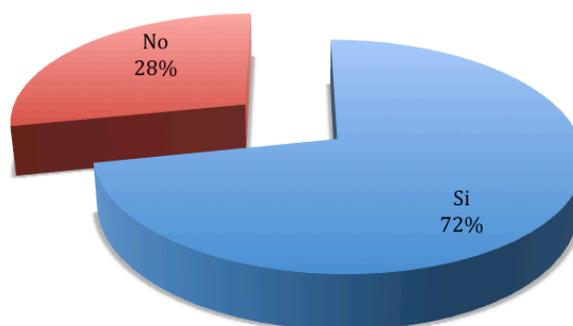
Material de Información	178	45%
Variedad de Actividades Turística	46	12%
Publicidad	122	31%
Marketing	54	14%
Total	400	100%



Un gran porcentaje de encuestados tiene como conclusión que uno de los principales inconvenientes que existe en el campo turístico mucho más halla infraestructura y apoyo gubernamental es el de tener un material de información elaborado con todos loa aspectos profesionales del caso.

5 ¿Le gustaría recibir un material impreso donde se especifique los principales atractivos turístico e información de la provincia de Chimborazo?

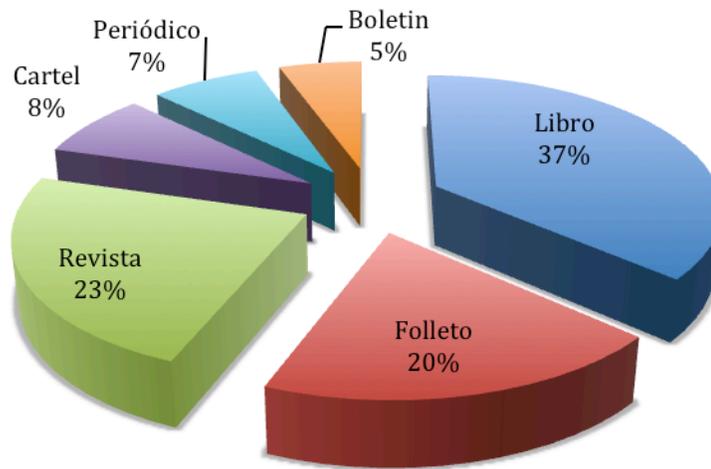
Si	287	72%
No	113	28%
Total	400	100%



De acuerdo a las personas encuestadas en su mayoría dieron como respuesta que seria de gran ayuda recibir un material donde se encuentre en su contenido información de los bondades turísticas que tiene esta provincia.

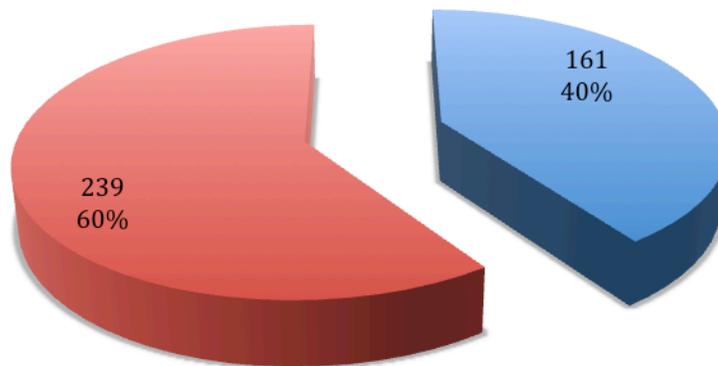
6 ¿Cuál de estos medios impresos le gustaría para recibir esta información?

Libro	146	37%
Folleto	78	20%
Revista	94	24%
Cartel	31	8%
Periódico	29	7%
Boletín	22	6%
Total	400	100%



7 ¿Le gustaría que el impreso sea en su mayoría?

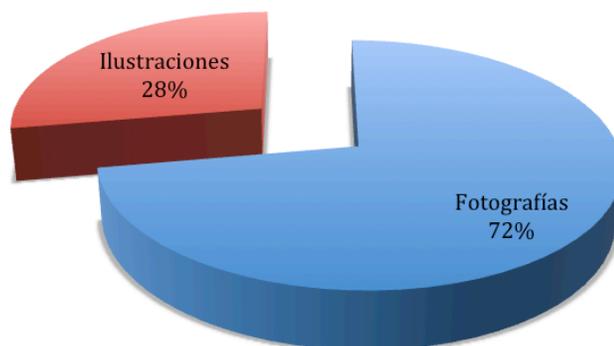
Texto	161	40%
Imágenes	239	60%
Total	400	100%



Como se lo representa en la grafica un 60 % de las personas encuestadas coinciden que el material a elaborarse contenga en su mayoría imágenes pues se concidera que es una manera mas atractiva de promocionar el turismo.

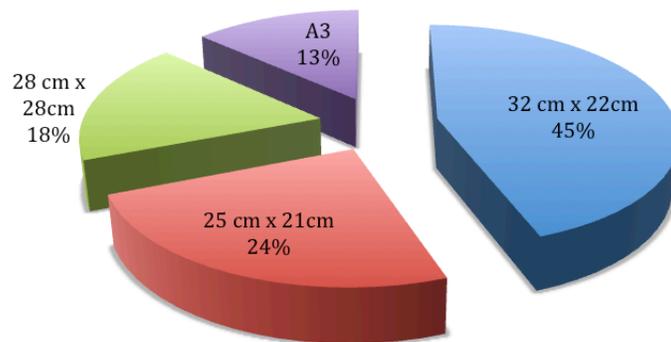
8.¿Qué tipo de imágenes le gustaría?

Fotografías	289	72%
Ilustraciones	111	28%
Total	400	100%



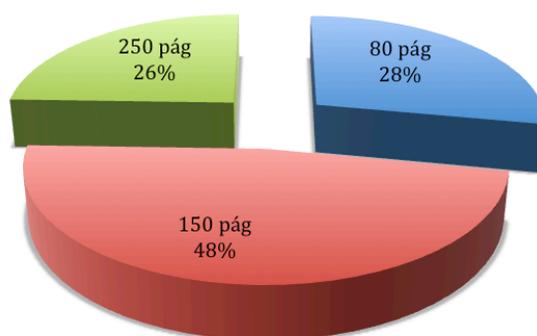
9. ¿Cuál formato te parece el apropiado?

32 cm x 22cm	178	45%
25 cm x 21cm	98	25%
28 cm x 28cm	71	18%
A3	53	13%
Total	400	100%



10 ¿De qué número estimado de pag. le gustaría que sea el material de información?

80 pág.	112	28%
150 pág.	190	48%
250 pág.	98	25%
Total	400	100%



Anexo 6

Guía turística de Riobamba

MUSEO ARQUEOLÓGICO PAQUITA JARAMILLO
Situado en la Casa de la Cultura, contiene 885 piezas de las que pertenecen a los distintos periodos de la historia Ecuatoriana.

MINISTERIO DE TURISMO
Regulador de las actividades turísticas.

CIUDAD DE GUAYAQUIL
Conocido como Parque Infante, está ubicado frente al Estadio Olímpico de la Federación Deportiva de Chimborazo. Es un hermoso lugar con áreas verdes, juegos infantiles, obras de arte, monumentos, una laguna artificial. Por la noche puede pasear en bote, y disfrutar de actividades culturales, artísticas y musicales.

25. PARQUE 21 DE ABRIL-LOMA A QUITO
Emplazado en el lugar donde se libró la Batalla de Riobamba, el 21 de abril de 1822, sobresale el monumento a los héroes que liberaron la ciudad. Frente a la plazoleta hay un mural cerámico que representa la historia de Riobamba. Es un hermoso sitio desde donde se observa la ciudad y su amplio horizonte con nevados y volcanes.

26. IGLESIA DE SAN ANTONIO
Su arquitectura de estilo neoclásico, donde se destacan las cúpulas y los cuadros interiores, pintados por artistas españoles, italianos y ecuatorianos. Es uno de los templos más concurridos por los fieles católicos.

27. MUSEO Y CENTRO CULTURAL DEL BANCO CENTRAL
Ofrece exposiciones permanentes de arqueología, arte colonial y ocasionales eventos sobre diferentes temas culturales.

28. CASA DE BOLÍVAR
Es una construcción típica de la Riobamba del Resacimiento, a la que llegó el Libertador Simón Bolívar en su visita a la ciudad. En este acogedor lugar, el Libertador escribió el poema "Mi delirio sobre el Chimborazo".

ecuador ama la vida
RIOBAMBA

www.ecuadortravel.com

Anexo 7

Guía turística de Guano

ecuador ama la vida **MINISTERIO DE TURISMO**

Dirección Regional Sierra Centro
Avenida Daniel León Borja y Pasaje Municipal
Tel.: (03) 2941 - 213
Riobamba

Dirección Provincial de Cotopaxi
Parque Náutico de Latacunga, Edificio Central 2do piso.
Tel.: (03) 2245-700
Latacunga

Dirección Provincial de Tungurahua
Guayaquil y Rocafuerte, Hotel Ambato.
Tel.: (03) 22821-800
Ambato

Dirección Provincial de Pastaza
Coelao Marín y Juan de Velasco
Tel.: (03) 2885-919
Puyo

Guano ama la vida

Anexo 8

Rutas turística dela Provincia de Chimborazo



Anexo # 9

Entrevistas

Sr. Alejandro Güillín

Presidente de la pre asociación de prestadores de servicios turísticos

Provincia de Chimborazo

1. De que forma ayuda el turismo La Provincia de Chimborazo y a manera de proyección como ve el turismo de aquí a un tiempo mas adelante?

El turismo viene a constituir una fuente importante en la economía de nuestra Provincia pues hay muchas personas que viven directa o indirectamente del-

turismo ya sea brindando algún servicio al turista o como empleado de una entidad dedica al turismo.

Como ustedes sabrán nosotros tenemos una cierta limitación a diferencia de las grandes y principales Provincias al momento de crear fuentes de trabajo y mejorar su economía, entonces nosotros tenemos que procurar impulsar los pocos recursos que tenemos y entre ellos esta el turismo .

Yo pienso que si se hace un trabajo que vaya de la mano con alguna entidad gubernamental o que al mismo tiempo gente común se interese por trabajar en beneficio de la provincia ya sea colaborando con estudios, proyectos de investigación que posteriormente sean aplicados en el ámbito turístico, existe un expectativa muy importante de mejorar el sector turístico de la Provincia Chimborazo.

2. Que problemas tiene actualmente la Provincia de Chimborazo en Ámbito Turístico desde su punto de vista?

Desde mi punto de vista en este momento hace falta una plan de desarrollo turístico bien realizado y que lógicamente este contenga todos los parámetros y pasos como por ejemplo estudios, publicidad, infraestructura, información entre otros. Para esto se necesita la ayuda de algún tipo de entidad privada o pública interesada en invertir en este tipo de estudios y proyectos.

Si bien es cierto en los últimos tiempos el gobierno a impulsado mucho el sector turístico en esta Provincia pero hay mucho por hacer aun y esperamos que esto

vaya mejorando paulatinamente debido a que nosotros tenemos una riqueza turística y cultural muy importante.

3. Existe alguna entidad que se encargue de la Elaboración de algún tipo de material informativo que vaya enfocado hacia el turismo en la Provincia.?

De lo que estoy informado es que en este momento el ministerio de turismo de la provincia esta trabajando en el asunto publicitario de los principales atractivos de provincia como croquis guías turísticas y demás.

Aunque seria de excelente ayuda que el gobierno realice toda una campaña de implementación de este tipo de material ya que solo lo hacen a nivel de la provincia, los que lo hacen trascender la información son las empresas que trabajan en el turismo y las agencias.

4. Cuales cree usted que son los cantones con mayor bondades turísticas y que todavía no han sido explotadas a todo su potencial ?

Bueno aquí en la provincia hay muchos lugares por explorar y muchos atractivos de gran renombre que es un gran punto a nuestro favor , yo pienso que nuestra provincia es tan diversa que seria muy importante explorar muy a fondo cada unos de los cantones como Alausi, Riobamba, Penipe, Colta, Chambo entre otros, en fin hay bastantes lugares donde podemos trabajar.

5. Cree usted como representante de un buen sector turístico de esta provincia, nos seria de gran ayuda tener material de información correctamente elaborado donde se encuentre información fotográfica de ciertos cantones.?

Por supuesto que seria de gran ayuda no solo eso sino que ayudaría a dar una visión diferente de cada uno de los lugares, es decir que los turistas vean que se esta trabajando en bien del campo turístico, que cada vez profesionales de los diferentes campos se preocupen por brindar sus ayuda y conocimientos para solucionar situaciones que van en un bien común en este caso seria muy beneficioso para la provincia de Chimborazo en General.

