



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

TEMA: Material editorial impreso sobre la jerga juvenil como elemento de la identidad nacional para uso turístico.

AUTOR/A: Darío Omar Rojas Zerna

TUTOR/A: Ing. Darío Arboleda Jordán

AÑO: 2014

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL AUTOR

En mi calidad de Tutor de Titulación, nombrado por la Comisión Académica de la Universidad Tecnológica Israel, certifico:

Que el Trabajo de Investigación “Material editorial impreso sobre la jerga juvenil como elemento de la identidad nacional para uso turístico.”, presentado por el Señor, Darío Omar Rojas Zerna, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Empresarial, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado que la Comisión Académica de la UISRAEL designe.

Quito, Marzo 2014

TUTOR

Firma:

Ing. Darío Arboleda Jordán

C.C.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quien firma en el presente documento, en calidad de estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico Empresarial, declaro que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniero en Diseño Gráfico Empresarial, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, Marzo 2014

ESTUDIANTE

Firma:

Darío Omar Rojas Zerna

CC: 0919357145

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, designado por la Comisión Académica de la UISRAEL, aprueban el Trabajo de Titulación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica "ISRAEL" para títulos de pregrado.

Quito, Marzo 2014

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

FIRMA PRESIDENTE

FIRMA MIEMBRO 1

FIRMA MIEMBRO 2

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado a mi familia, personas que me apoyaron y me transfirieron toda la fuerza para continuar; como pilar fundamental de mi familia, a mis padres por todo el apoyo incondicional y cariño que me brindaron durante todo el camino, hasta llegar al momento culmine de esta importante etapa de mi vida.

Madre querida, gracias por darme el regalo de la vida y acompañarme hasta ahora, brindándome todo el cariño y comprensión que una persona puede ofrecer a otra. Mujer de excelentes principios y valores que forjaron el ser que soy ahora, no existen palabras para expresar el inmenso amor que siento hacia todo lo que representa tu figura. Este trabajo es reflejo de tus esfuerzos dedicados a mi futuro personal y profesional.

Padre querido, por ser siempre el mejor ejemplo de como debe ser una persona, por tu apoyo y consejos vivenciales, por brindarme siempre tu experiencia y sabiduría que parecen infinitas, por todo el esfuerzo que cada día entregas por el bienestar de tu familia. Este trabajo está dedicado a vos viejito.

Hermano, por la ayuda que me brindas todos los días en cualquier requerimiento, por todos los maravillosos momentos que compartimos con tu familia. Te dedico este trabajo a ti, a mi querida cuñada y al más grande regalo que me pudieron dar en la vida, mi hermosa y maravillosa sobrina Arianita.

Dedicado a toda mi familia!

AGRADECIMIENTO

Agradecimientos infinitos a esta noble institución “Universidad Israel”, por todos estos años de formación académica y preparación profesional.

A todo los excelentes profesionales que dedicaron su tiempo, esfuerzo y conocimientos para formarme, a mi Tutor Darío Arboleda Jordán, gracias por toda la paciencia y ayuda brindada para que logré culminar esta etapa.

A toda mi familia, mi madre, padre, hermano, sobrina, tíos, primos.

Agradecimiento especial a mi Tía Janeth y a toda la familia Casares por acompañarme a mi y a mi familia en lo que hoy son los mejores momentos de mi vida, gracias por darme siempre ese empujón de responsabilidad, con el excelente humor y buena onda que los caracteriza.

Para finalizar quiero agradecer a todas esas personas maravillosas a las cuales considero amigos y amigas. Gracias por todas las alegrías y momentos gozadores. Amigos de época colegial, universitaria y a mis amigos queridos y colegas de Latinmanagers Ecuador. Gracias por todas sus ocurrencias y ayudas.

Abrazos desde el corazón a todas esas persona importantes para mi.

RESUMEN

La presente investigación se orienta en la necesidad de considerar a la jerga como parte importante de la cultura y la identidad de la ciudad de Quito, y darla a conocer a un público extranjero que visita la ciudad en calidad de turistas, reforzando su experiencia; por medio de la elaboración de un producto editorial, de carácter gráfico visual que incorpora varios términos que conforman la jerga con sus respectivas definiciones, así lograr una comunicación más efectiva entre habitantes de la ciudad y los turistas.

La recopilación de información de la presente investigación está dada por medio de fuentes de referencia tales como: criterio de expertos, sitios web, bibliografía de autores, conceptos y metodologías obtenidas a lo largo de la de la formación académica, que hacen referencia a teorías, elementos de Comunicación y Diseño Gráfico, como base argumentativa para el desarrollo y análisis del trabajo.

La investigación, en relación a la importancia de las jergas dentro de la cultura de la ciudad, se realizó aplicando metodologías y técnicas e instrumentos de estudio como: entrevistas a expertos acerca de antropología, sociología y diseño, encuestas dirigidas a personas, extranjeros y locales, que visitan diariamente el sector de La Mariscal al norte de la ciudad de Quito. Con estos procesos se establecieron las pautas correspondientes para problemática de visualización y conocimiento de la jerga.

El producto gráfico visual como material de apoyo, está constituido por un libro – diccionario llamado “¡Habla serio! Guía para entender al quiteño”, suplementos que permiten al usuario aumentar la colección de términos por medio de la experiencias vivenciales; para la elaboración de los mismos se aplicaron teorías referentes a Diseño Grafico, Editorial y Digital, así como también la metodología seleccionada previamente para el procesos gráfico y material de comunicación; todos estos, importantes para el desarrollo del producto final.

Como resultado del trabajo, proyecto final de grado, se establece una matriz de entrevistas a diseñadores expertos, en la que las teorías, metodologías y conceptos aplicados a la investigación, los cuales se complementan con el producto gráfico visual, en el que se evalúa el proceso para aceptación, comprensión y funcionalidad del mismo.

ABSTRACT

The following investigation is based on the need to consider slang as an important part of the cultural heritage in the City of Quito and to enhance its international public awareness among the tourists to improve their experience by developing more visual and graphical approach that incorporates the most commonly used jargon terms with their respective definitions, as the most effective way to achieve a better communication between the locals and the tourists.

The compilation of information for the present investigation is given by referral sources, such as: experts criteria, web sites, bibliography from specific authors, concepts and methodologies obtained in the course of the academic formation that make reference to communication and design theories and elements as an argumentative line of reference for this work's development and analysis.

The investigation, regarding the importance of the City's slang, was done by applying methodologies, techniques and tools of study such as: interviews with experts in antropology, sociology and design areas, surveys targeted to foreigners and locals whom daily visit the Mariscal, a northern Quito's City sector. With this processes were established the corresponding guidelines for the visualization and knowledge of the City of Quito slang.

The visual and graphic support material has a dictionary-book called "¡Habla serio! Guía para entender al quiteño", supplements to this project that enable the user to augment their slang terms collection by real-life experiences. Some Graphic Design, Editorial and Digital theories were applied for this product elaboration, as well as the selected methodology processes for the graphic and communication materials, all this, crucial for the final product development.

As a result of the work, this final degree project, a matrix of interviews to expert designers is established, in which theories, methodologies and concepts are applied to the investigation are the perfect complement for the evaluation of the acceptance, comprehension and functionality of this graphic and visual product.

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Metodología del Diseño, Universidad de Londres.....	7
Imagen 2: Proceso de diseño elaborado por Bruce Archer.....	9
Imagen 3: Diagrama Comunicación.....	14
Imagen 4: Comunicación visual.....	15
Imagen 5: Significado y significante.....	17
Imagen 6: Muestra de fórmula para cálculo poblaciones finitas.....	24
Imagen 7: Publicación digital 1.....	29
Imagen 8: Publicación digital 2.....	30
Imagen 9: Publicación digital 3.....	30
Imagen 10: Publicación digital 4.....	31
Imagen 11: Publicación impresa, internacional 1.....	31
Imagen 12: Publicación impresa, internacional 2.....	32
Imagen 13: Tipografía - Helvética.....	37
Imagen 14: Tipografía - Lighthouse.....	37
Imagen 15: Pantones.....	38
Imagen 16: Retículas páginas internas.....	39
Imagen 17: Cubierta del libro.....	39
Imagen 18: Uso tipografía - Lighthouse.....	40
Imagen 19: Retícula para elementos gráficos.....	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Gastos.....	41
Tabla 2: Matriz de Evaluación experto 1.....	46
Tabla 3: Matriz de Evaluación experto 3.....	47
Tabla 4: Matriz de Evaluación experto 3.....	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico1: Pregunta 1 encuesta.....	70
Gráfico 2: Pregunta 2 encuesta.....	71
Gráfico3: Pregunta 3 encuesta.....	72
Gráfico4: Pregunta 4 encuesta.....	73
Gráfico5: Pregunta 5 encuesta.....	74
Gráfico6: Pregunta 6 encuesta.....	75
Gráfico7: Pregunta 7 encuesta.....	76
Gráfico8: Pregunta 8 encuesta.....	77

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE IMÁGENES	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
INTRODUCCIÓN	1
Tema de Investigación.....	2
Planteamiento del Problema.....	2
Antecedentes.....	2
Diagnóstico o problema principal.....	3
CAPITULO I	
1. DISEÑO GRÁFICO.....	12
1.1. Teorías del diseño gráfico.....	12
1.1.1. Aproximación al diseño gráfico en general.....	12
1.1.2. Teoría de la comunicación.....	13

1.1.2.1. Percepción y comunicación visual.....	14
1.1.2.2. Comunicación visual en el diseño.....	16
1.1.3. Comunicación escrita.....	17
1.1.3.1. Comunicación escrita del diseñador.....	18
1.1.4. Semiótica.....	18
1.1.4.1. Semiótica del color.....	19
1.1.5. Antropología.....	20
1.1.6. Diseño Editorial.....	22
1.1.7. Tipografía.....	23
CAPITULO II	
2. ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN Y RESULTADOS.....	24
2.1. Análisis de investigación y resultados.....	24
2.1.1. Determinación del universo.....	25
2.1.2. Encuesta.....	25
2.1.3. Aplicación de la encuesta.....	25
2.1.4. Conclusión de la encuesta.....	26
2.1.5. Entrevistas de expertos.....	26
2.1.6. Conclusión de las entrevistas.....	27
CAPITULO III	
3. FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	28
3.1. Presentación de producto.....	28
3.2. Planeación y diseño.....	28
3.2.1. Aplicación del método creativo proyectual.....	28
3.2.1.1. Problema.....	28
3.2.1.2. Componentes del problema.....	28
3.2.1.3. Recopilación de datos.....	29
3.2.1.4. Análisis de datos.....	32

3.2.1.5. Creatividad.....	33
3.2.1.5.1. Concepto gráfico del libro.....	33
3.2.1.5.2. Distribución del libro.....	34
3.2.1.6. Materiales y tecnología.....	34
3.2.1.7. Experimentación.....	35
3.2.1.8. Modelo.....	35
3.2.1.9. Verificación.....	36
3.2.1.10. Construcción de gráfica y diagramación del libro.....	37
3.2.1.10.1. Tipografía.....	37
3.2.1.10.2. Cromática.....	38
3.2.1.10.3. Diagramación.....	38
3.2.1.10.4. Especificaciones físicas del libro.....	41
3.2.1.10.5. Material complementario o suplemento.....	41
3.2.1.11. Costos de investigación.....	41
3.2.1.11.1. Gastos.....	41
3.2.1.12. Publicación, distribución y producción.....	42
3.2.1.12.1. Costos de producción.....	43
3.3. Validación.....	43
4. Conclusiones.....	49
5. Recomendaciones.....	50
6. Bibliografía.....	51
7. Anexos.....	55

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, en base a parámetros de investigación, se orienta a la jerga como parte importante de la cultura y la identidad de la ciudad de Quito, para darla a conocer a un público extranjero que visita la ciudad en calidad de turistas, sus expresiones culturales, tradiciones y actividades al contexto; mediante un estudio ordenado, sistematizado y metodológico previo la selección y aprobación de la temática, misma que identifica la necesidad del contexto dado.

El proceso comprende el desarrollo del marco metodológico en el que se formula la problemática específica, los objetivos, justificación, premisa y la metodología para el proceso de la investigación. Enseguida se presenta el cuerpo teórico de la investigación, estableciéndose de la siguiente manera:

Capítulo I, se rige en la fundamentación teórica, en este se describe y analiza fuentes teóricas de autores en referencia a conceptos de diseño gráfico y comunicación, así como información de lo cultural; marcos conceptuales que a su vez sirven de sustento para la investigación.

Capítulo II, se desarrolla el diagnóstico, abarca recopilación de información acerca del objeto de estudio; en este se describe el estado actual de las características según el tema al contexto de la problemática planteada. De igual manera, se analiza la información obtenida mediante la técnica de observación, encuestas y entrevistas. Estos datos directos de la fuente o grupo de estudio son el sustento para la validación de la investigación y su producto.

Capítulo III, fundamentación del producto, se explica el proceso de creación del producto y los elementos gráficos componentes, a su vez este proceso es el resultado del estudio y análisis de la información recopilada anteriormente.

Finalmente, previo a la validación del producto, se registran las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Tema de investigación:

Material editorial impreso sobre la jerga juvenil como elemento de la identidad nacional para uso turístico.

Planteamiento del problema:

Antecedentes

Según el diccionario de la Real Academia Española, la jerga es un lenguaje familiar y representativo que usan entre sí individuos de ciertas profesiones y oficios.

De igual manera la jerga se define como la variedad de léxico que existe dentro de un conglomerado social o de ciertos grupos sociales.

Dentro del léxico de los jóvenes ecuatorianos existe gran variedad de palabras con múltiples significados.

La jerga de diferentes países son parte importante de su identidad cultural, y si bien dentro del Ecuador sus habitantes tienen amplio conocimiento sobre el tema no podemos clarificar lo mismo con los extranjeros que visitan el país en calidad de turistas y que muchas veces no entienden el léxico ecuatoriano a pesar de haber estudiado el idioma castellano con anterioridad.

A pesar de que no está definido el origen de las jergas juveniles, existen muchas razones por las cuales existe ese tipo de comunicación como la delimitación de la edad de los individuos, separando así a los adultos. Es un lenguaje con el que fácilmente pueden identificarse y comunicarse con mayor eficacia, sin olvidar que tiene ciertos rasgos de humor.

Lo cierto es que los jóvenes revolucionan la forma de comunicarse y aunque se trate de el uso incorrecto del idioma, ellos se apropian de ese lenguaje y lo transforman en parte de la identidad de los ecuatorianos.

Diagnóstico o planteamiento de la problemática general:

Causa – efecto

- a) Escases de material con información sobre el tema.
- b) Falta de interés por informar la jerga dentro de los centros turísticos.

Formulación de la problemática Específica:

Problema principal

La poca difusión y conocimiento sobre la jerga de los ecuatorianos hacia un público extranjero, genera confusión y falta de comprensión en dicho público, dando como resultado un experiencia cultural incompleta dentro del país.

La falta de información y material impreso sobre el tema en centros de atención turística ha generado que los extranjeros ignoren la amplitud de expresión de los ecuatorianos, parte importante de la identidad nacional del Ecuador.

Problemas secundarios

Se pueden definir los problema secundarios por medio de la formulación de la siguientes preguntas:

¿Cómo el diseño gráfico ayuda a representar o mostrar estas expresiones juveniles quiteñas?

¿La comunicación visual permite representar visualmente como se desarrollan eventos sociales donde se hace uso de este léxico?

¿Recurrir a imágenes ilustradas del léxico juvenil aporta a interiorizar, clasificar, ordenar y posicionar el contexto dentro de los eventos sociales en los cuales se aplican?

¿Cómo beneficiaría el diseño editorial en la creación de un producto gráfico-textual en servicio turístico?

¿Cómo ayudaría una publicación sobre la jerga juvenil quiteña para fortalecimiento cultural de la ciudad?

¿Cuáles son los efectos originados ante la ausencia de una publicación sobre la jerga a la comunicación y entendimiento de extranjeros y locales?

Objetivos:

Objetivo general

Desarrollar un material editorial que explique la jerga juvenil ecuatoriana utilizada en el sector “La Mariscal”, teniendo en cuenta a la jerga como los diversos términos o palabras utilizadas para la comunicación entre individuos, norte de Quito con el propósito de facilitar el entendimiento y la fácil comunicación entre el público extranjero y local.

Objetivos específicos

- a) Investigar los diferentes términos empleados en la jerga juvenil y describirlos dentro del trabajo final por medio de ilustraciones y las definiciones correspondientes de dichos términos.
- b) Analizar al grupo objetivo para comprobar lo factible del diseño de este material editorial para el uso de los extranjeros en el sector de la Mariscal.
- c) Realizar un estudio en base a la opinión profesional de un antropólogo, ilustrador, diseñador y sociólogo recolectada por medio de las entrevistas.
- d) Diseñar el material editorial con una presentación atractiva usando diferentes ilustraciones para explicar el contenido del mismo.

Justificación:

Teórica

Este trabajo investigativo está dirigido a la población extranjera radicada o en calidad de turista, al igual que la población quiteña comprendida en una preferencia de entre los 18 a 40 años de edad que residen y frecuentan el sector de la Mariscal en la ciudad de Quito. Dicha investigación pretende generar un nuevo enfoque a la jerga quiteña representandola de manera gráfica y escrita con la utilización de un material atractivo permitiendo que el público extranjero sienta atracción y haga uso del léxico para un buen entendimiento y una experiencia cultural mas enriquecedora, mediante el uso de ilustraciones, buen uso de la tipografía, elementos semióticos tales como la

psicología del color y así generar mayor interés en el público extranjero hacia la cultura local y facilite el proceso de comunicación entre las dos partes.

Premisa

El presente trabajo sobre la jerga quiteña como identidad cultural para uso turístico, establece una de las primeras investigaciones acerca de la visualización ilustrada del mensaje verbal como problemática que afronta el sector extranjero dentro de la cultura popular ecuatoriana, específicamente en la ciudad de Quito. Se plantea un producto editorial que contribuya al reconocimiento y representación del léxico y cumpla como herramienta para la creación de nuevos proyectos editoriales que definan las jergas de los demás sectores del país y sean parte de la identidad nacional.

Delimitaciones y Alcance

Esta investigación se realizó en el sector de la Mariscal de la parroquia Mariscal Sucre del cantón Quito perteneciente a la provincia de Pichincha de la República del Ecuador con 1383 habitantes según el censo de población publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y censos (INEC, 2010).

Metodológica

La presente investigación hará uso de diversas técnicas y métodos los cuales serán de gran ayuda para el desarrollo de la problemática planteada:

Investigación descriptiva:

Es un estudio de rasgos, cualidades, o atributos de la población u Objeto de estudio. Con el objetivo de conocer las costumbres, situaciones y las actitudes que predominan de acuerdo a sus actividades, personas y procesos.

Observación

La función primordial del método de observación es recolectar información acerca de la tema a investigar.

Es el método por el cual se establece se relaciona de forma concreta al investigador, el hecho social y actores sociales, de los cuales es posible la obtención de datos para proceder a la sintetización y desarrollo de la investigación.

La observación tiene un aspecto contemplativo debido a que el investigador tiene conocimientos acerca del problema y el objeto de investigación, estudiando su curso natural.

Práctica

Es por esa razón que surge la necesidad de crear un producto editorial del léxico juvenil ecuatoriano con propósitos turísticos y con el objetivo de llegar a un buen entendimiento verbal entre los jóvenes del país con los extranjeros.

Marco referencial

Marco teórico

CONCEPTOS:

- 1.- Imaginario Urbano
- 2.- Comunicación visual y verbal
- 3.- Cultura Urbana
- 4.- Identidad nacional
- 5.- Tipografía
- 6.- Ilustración editorial
- 7.- Diagramación

Marco espacial

Sector "La Mariscal" Norte de Quito

Marco temporal

De Octubre de 2013 hasta Febrero 2014

Metodología y cronograma

Esta investigación de culminación de la carrera universitaria comprende cuatro momentos establece Carlos Sabino en su texto "Proceso de la investigación". En el momento proyectivo se formulan los problemas básicos de toda indagación para darle

racionalidad y coherencia a la propuesta de investigación y por lo cual también generar lógica al marco teórico.

“A partir de este punto el investigador debe tratar de fijar su estrategia ante los hechos a estudiar, es decir, debe formular un modelo operativo que le permita acercarse a su objeto y conocerlo, en lo posible, tal cual es.” (Sabino, 1992)

Para el segundo Momento se determinó que esta investigación es de tipo integral ya que en primera instancia se estableció la necesidad de obtener información de fuentes primarias mediante la aplicación de entrevistas dirigidas a habitantes de el sector de “La Mariscal” norte de Quito, es fundamental la observación y la entrevista a expertos tales como sociólogos.

Para el proceso creativo de la construcción del soporte visual se aplicará la propuesta de Bruce Archer que parte de una fase analítica, creativa y ejecutiva conforme el gráfico siguiente:

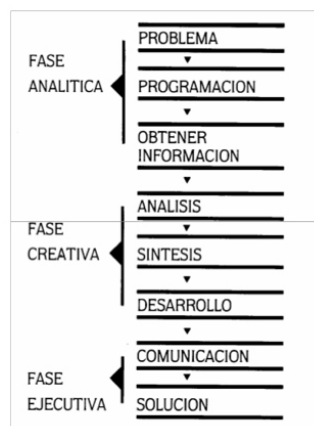


Imagen 1: Metodología del Diseño, Universidad de Londres

Metodología

Proceso de Investigación

Para el desarrollo ordenado y sistematizado del presente trabajo de titulación de grado se orientó a partir del eje esquemático de investigación por (Sabino, 1992) en su texto “El proceso de la investigación”, que puntualiza al escrito en cuatro momentos:

Momento Proyectivo

En este primer momento se realizó el análisis situacional de los conocimientos iniciales respecto al tema, determinándose la problemática actual, relacionada con el Diseño gráfico desde el área de la comunicacional visual, planteándose la debida justificación del por qué el establecimiento de la presente la investigación, su importancia y objetivos a perseguir, además de establecer las delimitaciones correspondientes.

Momento Metodológico

Como segundo momento permitió establecer una estrategia ante el evento festivo popular a estudiar, estructurado con pasos claves como la definición del tipo de investigación y métodos convenientes que permitieran acercarse al evento en estudio conociéndolo tal cual es y realizando el respectivo análisis, desarrollo de temáticas como sistema de comprobación, método de redacción y proceso de diseño gráfico.

Tipo de Investigación

El tipo de investigación aplicada es la cuantitativa y cualitativa, debido a que en la primera se utilizan datos estadísticos concretos enfocados a obtener una descripción general o comprobar hipótesis determinando necesidades en el contexto de la intervención del diseño gráfico en el evento cultural popular religioso; en cuanto al segundo utiliza datos de cualidades y análisis de materiales históricos, es decir estudiando de forma global cómo se desarrolla el evento estudiado en la investigación el cual comprende entorno y participantes.

Método de Investigación

El método que se utilizó en la investigación es el analítico-descriptivo que se emplea para observar y analizar un hecho en particular, en este caso la fiesta popular religiosa

en estudio y las causas y efectos de la problemática que presenta desde el enfoque de la comunicación visual, para luego recoger, organizar, analizar la información recopilada y presentar datos que determinen una idea de cómo esta la situación, comprender su comportamiento, esencia y establecer nuevas teorías.

Método de Redacción Académica

Respecto a la redacción del escrito de la investigación se aplicó el método de escritura académica APA (American Psychological Association), con el propósito de evitar el uso incorrecto del contenido teórico y gráfico a usar de propiedad de sus autores.

Método Creativo de Diseño Gráfico

Para el desarrollo del proyecto gráfico-visual se aplicó el método sistemático de diseño formulado por Bruce Archer (Gráfico 1); se apoyó en la investigación y recopilación de datos históricos y actuales del evento festivo religioso, su entorno y tomando en cuenta datos que comprendan su divulgación y descripción gráfico-visual (fase analítica), para obtener conocimientos necesarios, puntualizar lineamientos creativos, emplear soportes y herramientas tecnológicas tales como Adobe Suite entre otros (fase creativa) para de esta manera cuadrar la idea y materializar el producto gráfico (fase ejecutiva).

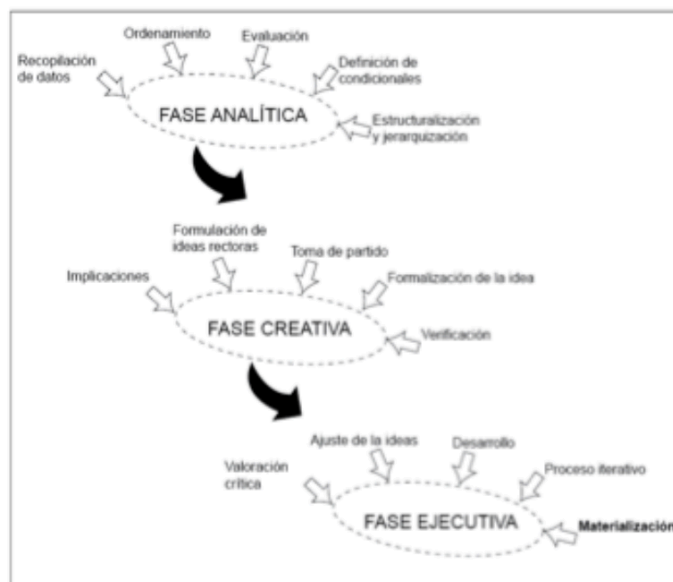


Imagen 2: Proceso de diseño elaborado por Bruce Archer

Momento Técnico

Los datos investigativos son comparados en el análisis y diagnóstico de las personas que habitan y que visitan el sector de la Mariscal en la ciudad de Quito, además especialistas que dieron su opinión acerca del tema de la investigación. Este ejercicio práctico aporta a la recolección de datos específicos que permitan tomar decisiones ante la elaboración del material gráfico-visual y el establecimiento de nuevas teorías. La obtención de datos es registrado bajo técnicas e instrumentos como:

Entrevista

Esta técnica se aplicó para obtener datos donde, la información que emana de ella describe los valores culturales y las conductas de los individuos en situaciones sociales específicas (J. Frascara, 2004: 117), permitiendo aclarar dudas, orientar situaciones y resolver dificultades que se presentaron en el desarrollo de la investigación; se aplicaron a profesionales en el ámbito del diseño gráfico, ilustración, sociología y antropología.

Encuesta

Es una técnica de recolección de datos aplicada con la razón de, medir en qué grado ciertas conclusiones –formadas durante el contacto con un pequeño grupo representativo de una población pueden extenderse a la población en general (J. Frascara, 2004: 121), se aplicó para obtener información directa de los habitantes del sector de la mariscal y personas que la visitan diariamente. Para el cálculo poblacional se aplicó la -Fórmula para cálculo de la muestra poblaciones finitas-.

Análisis Bibliográfico

La recolección de datos también se da a través de la análisis de bibliografías como fuentes impresas (libros, ensayos, tesis, entre otros) así como medios digitales (documentos PDF, Sitios Web, audiovisual y libros digitales) para la obtención de contenidos aplicados en todo el desarrollo de la investigación.

Focus Group

Es un tipo de entrevista que se realiza a un grupo de personas para obtener información sobre sus opiniones, experiencias o explicitar sus expectativas, el mismo

que se aplicó en una primera instancia para la tener información actual de la situación del tema y en un segundo instante para la validación del producto.

Cuestionario

Este instrumento permitirá diagnosticar y responder a las necesidades Individuales y/o colectivas de los habitantes y vistantes del sector y así cumplir con los objetivos establecidos en el proceso de desarrollo de la presente investigación.

Momento de la Síntesis

Ya recolectados los datos y hasta organizados, se retorna a las teorías y se realiza las conclusiones desde los datos recabados, conclusiones que en conjunto formarían una teoría fundada la cual se aplicó para la solución de cuya problemática que rodeaba al tema central de la investigación y el desarrollo y funcionalidad del material editorial.

CAPITULO I

1.- REFERENTE TEÓRICO

1.1.- Teorías del diseño gráfico

1.1.1.- Aproximación al diseño gráfico en general

El Diseño Gráfico apareció a la par con el desarrollo de la civilización, como muchas otras actividades surgió cuando el ser humano tiene necesidad de comunicarse y expresarse de acuerdo a las necesidades primarias de supervivencia.

Los expertos discrepan sobre las raíces del diseño gráfico. Algunos Se suele identificar como sus raíces a las pinturas rupestres como ejemplos ancestrales de los signos gráficos.

Algunos autores consideran por lo contrario que el diseño gráfico surge con el desarrollo de la imprenta y la producción en masa, momento de la historia en la que surge la necesidad de promoción de productos y servicios en un mercado cada vez mas amplio y competitivo.

A pesar de que el ser humano siempre tuvo la necesidad de comunicarse, el Diseño Gráfico adopta su posición dentro de la comunicación visual como actividad moderna avalada a partir del gran desarrollo industrial y toma su función dentro de las grandes sociedades.

El Diseño Gráfico como proceso se basa en la comunicación y en su estructura para, por medio de recursos visuales, transmitir efectivamente un mensaje desarrollado para ayudar a provocar una retroalimentación al espectador, tomando en cuenta las necesidades del mismo.

Existe un pensamiento actual de que el diseño es una disciplina dedicada exclusivamente al embellecimiento del exterior de “algo”, sin duda el embellecer es parte fundamental del diseño pero además es un proceso de creación visual con el propósito de expresar la esencia de ese “algo”, sea producto o mensaje, logrando su conformación, fabricación, uso, distribución y relación con su ambiente. Es decir que el diseño no solo tiene que lograr la estética sino también debe ser funcional.

“Muchos piensan en el diseño como en algún tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas. Ciertamente, el solo embellecimiento es una parte del diseño, pero el diseño es mucho más que eso. Miremos en nuestro derredor. El diseño no es sólo adorno. La silla bien diseñada no sólo posee una apariencia exterior agradable, sino que se mantiene firme sobre el piso y da un confort adecuado a quien se sienta en ella.” (W. Wong, 1995: 41)

El diseño es la representación visual de la esencia de “algo”, lo cual puede ser un producto o un mensaje. La distribución, fabricación y uso de ese “algo” con su ambiente está reflejado con el concepto y funcionalidad aplicada a su estética desarrollada a su vez por el diseño gráfico.

1.1.2.- Teoría de la comunicación

La comunicación es sin duda el proceso más importante por el cual se logró el desarrollo social del hombre a través de varios signos y el lenguaje. Aunque ya en la Antigua Grecia se hablaba de la retórica y plantearon un modelo de comunicación muy elemental, las investigaciones más profundas sobre la comunicación se elaboraron durante el siglo XX.

Existen cuatro vertientes dentro del estudio de la comunicación: a) investigación de los públicos, b) la comunicación de grupos y sus efectos entre los miembros de los mismos, c) el efecto del contenido de la comunicación y d) el cambio de actitudes a través de la comunicación.

“La comunicación es un fenómeno social y antropológico de primordial importancia en el desarrollo de la civilización, de ahí su importancia como objeto de estudio.” (M. Harris, 2004: 22)

El campo de estudio de la comunicación es tan vasto, se puede empezar la investigación y centrar la atención desde el estudio de los signos hasta medios de comunicación de masivos tan actuales como el Internet.

En 1948, Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación, teoría que pensada en función de la cibernética, la cual es el estudio del

funcionamiento de las máquinas. Cuando Shannon se refería a la información, definía un término con un sentido completamente diferente al que generalmente se atribuye en general (noticias que nos traen a diario la prensa, la radio y la TV). Se trataba para él de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje.

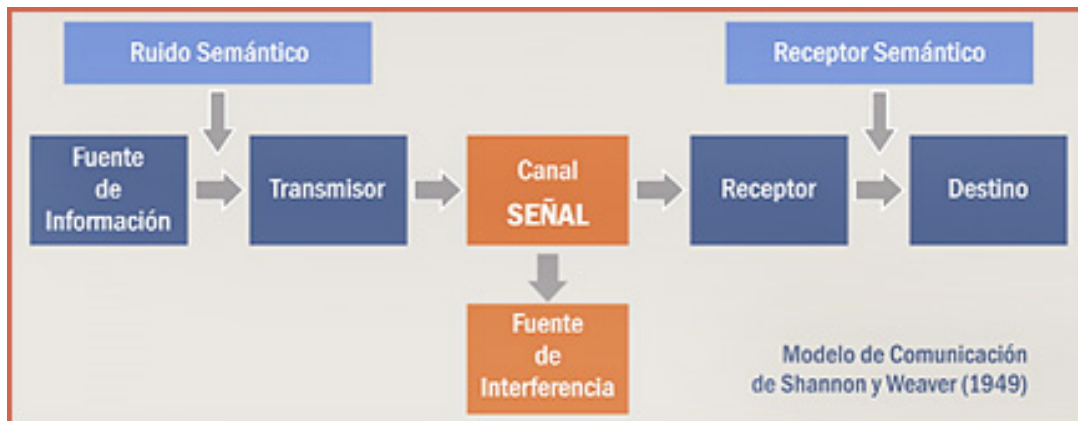


Imagen 3: Diagrama Comunicación (<http://garoueffect.blogspot.com/2011/01/modelo-de-comunicacion-uno-shannon-y.html>)

Entonces dicho modelo es aplicable a cualquier mensaje independiente de su significación. Esta teoría permite, sobre todo, estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio, medido según el sistema binario *en bits (binary digits)* asociados a la velocidad de transmisión del mensaje, pudiendo esta velocidad ser disminuida por el ruido.

Según Shannon la cantidad de información es proporcional al tiempo necesario para que la información sea transmitida, mientras mayor cantidad de información, será necesario mayor tiempo.

1.1.2.1.- Percepción y comunicación visual

La comunicación visual parte esencialmente de todo lo que podemos percibir con la visión tales como formas y colores. La comunicación visual tiene como herramienta principal la percepción.

La percepción visual es la manera de recibir e interpretar las sensaciones a través de los estímulos cerebrales que analizan toda la información y mediante este proceso es posible captar el mensaje dentro de un entorno específico.

El percibir es un acto más completo e implica un acto cerebral más que una simple reacción como en la sensación, pero ambas dependen de cada una para generar la correcta comprensión del mensaje.

La percepción visual es el análisis completo de todo lo que nos rodea, de toda la composición, de cómo se procesa toda la información que hay en ella, análisis de formas, colores, entre otros.

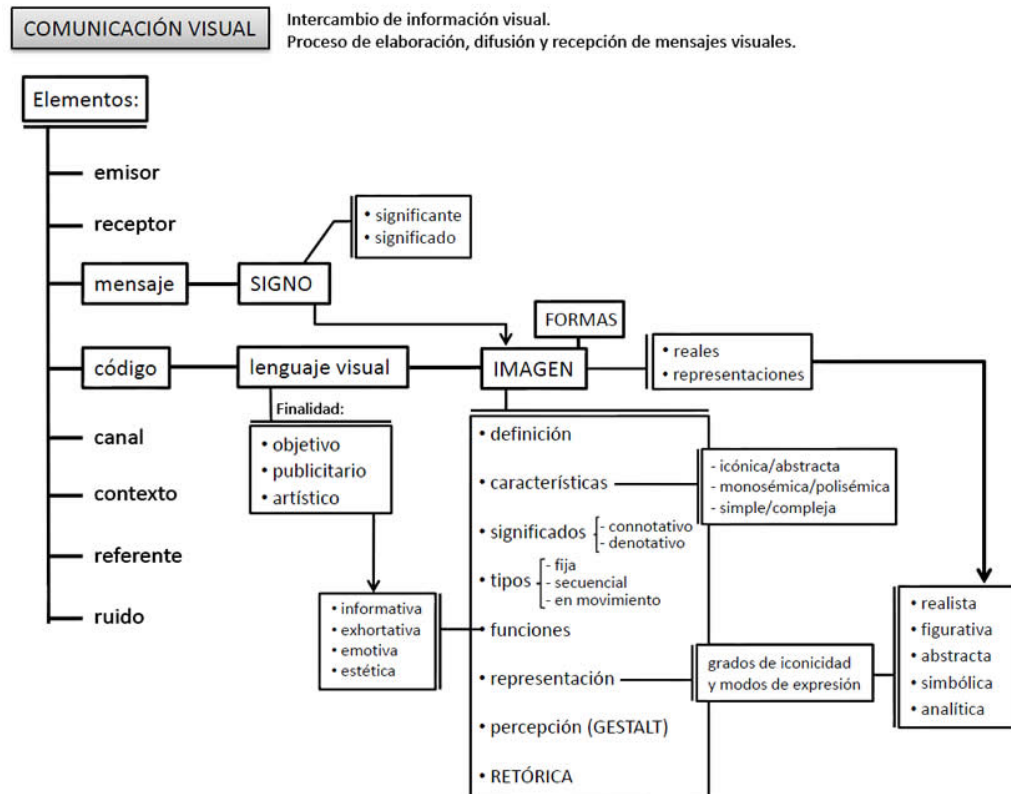


Imagen 4: Comunicación visual (<http://pazcarpintero-epv.blogspot.com/2011/11/comunicacion-visual-esquema.html>)

La percepción visual debe su importancia a su practicidad y rapidez para asociar las imágenes con las emociones logrando que se combinen con anteriores percepciones para el desarrollo de nuevos conceptos y experiencias propias.

“Los colores, las líneas y las formas correspondientes a las impresiones que reciben nuestros sentidos están organizados en un equilibrio, una armonía o un ritmo que se halla en análoga correspondencia con los sentimientos; y éstos son, a su vez,

análogos de pensamientos e ideas.” (G. Kepes, 1968: 2)

Es decir que todo lo percibido en un entorno, está estructurado de cierta manera que está ligado de manera íntima a los sentimientos y pensamientos.

1.1.2.2.- Comunicación visual en el diseño

El trabajo del diseñador gráfico consiste en la transformación y transmisión de mensajes mediante su creatividad tomando en cuenta estos los aspectos importantes de la comunicación visual, los mismos que dan origen a la creación de composiciones gráficas, captadas por el espectador dependiendo al grupo en que está dirigido, para esto el diseñador debe tomar en cuenta aspectos tales como el reconocimiento y estudio del medio, la cultura y el enfoque deseado al mensaje para crear la reacción esperada en la transmisión del mensaje, y según sea el fin de dicho mensaje el espectador hará o no una acción específica como retroalimentación. Las sensaciones del espectador y la percepción están directamente vinculadas con el objeto de diseño visto como un todo.

La ventaja de la comunicación visual es la de ser universal, es decir que el mensaje puede ser percibido por cualquier persona en cualquier parte del mundo, es una forma de comunicación muy eficiente y poderosa a la hora de ser transmitida, y el diseñador gráfico es el encargado generar un excelente y claro mensaje mediante el uso combinado de diferentes recursos dándoles concepto dentro de una sola composición que será el mensaje final a ser transmitido.

Todo mensaje visual se compone de dos elementos que son el significado y el significante. El diseñador debe ser consciente del medio en que se va a desenvolver y manejar de la manera correcta estos dos conceptos. El significado no es más que la representación mental y el significante es la forma en que se representa a ese objeto el cual generalmente se compone de un prototipo social.

SIGNIFICADO

Asiento con respaldo, por lo general con cuatro patas, y en el que solo cabe una persona.

SIGNIFICANTE



Gráfico por Darío Rojas Zerna

Imagen 5: Significado y significante

1.1.3.- Comunicación escrita

La comunicación escrita es muy importante, ya que es una forma de intercomunicación de seres humanos con sus semejantes.

“Sin lugar a duda en la redacción de un escrito se perciben tempranamente las señales de sus códigos y su matices, partes fundamental para el receptor, quien al integrarse en el escrito se interrelaciona como parte activa del mensaje, y responde a un cambio situacional, cumpliéndose de esta manera el proceso de comunicación en un escrito orden el escritor transfiere su mensaje y su receptor lo converge y lo transforma en un nuevo mensaje.”

(Universidad de Londres, 2007:5)

Por esta razón en el desarrollo de un material escrito debe tomarse en cuenta especialmente la importancia del tema al que se refiere y la formulación de ideas debe ser cuatelosa.

1.1.3.1.- Comunicación escrita del diseñador

Es fundamental que el diseñador gráfico sepa sobre la comunicación escrita debido a que su forma de expresión y empleo para el desarrollo de sus obras, muchas veces pueden ser solo de manera visual pero el texto es un gran apoyo y nos ayuda a aclarar un mensaje. Es común encontrar el perfecto equilibrio de estos dos tipos de comunicación en el diseño de afiches, la relación es muy estrecha, su correcto uso y combinación dará como resultado final una herramienta comunicativa muy eficaz.

Si bien el producto final de este trabajo investigativo está dedicado mayormente a un público extranjero con una cultura de lectura alta, también es necesario inculcar la lectura en la cultura ecuatoriana debido a que ultimamente a bajado radicalmente. Para lograr una efectiva comunicación escrita es necesario el estudio de la gramática, redacción y la estructura escrita que facilite a plasmar lo verbal mediante el uso de un texto.

La comunicación escrita está fuertemente relacionada con el idioma donde es necesario hacer uso de la gramática mediante signos de puntuación y pausas, elementos que no son muy notorios al momento de la comunicación verbal pero que son indispensables para el lenguaje escrito y el sentido de su mensaje.

4.1.4 Semiótica

La semiótica o semiología estudia los sistemas de comunicación internas de las sociedades mediante el uso de signos en el centro de la vida social.

Cuyos signos son objetos construidos con el objetivos de transmitir un mensaje observable, siendo algunos parte de sistemas de signos previamente establecidos; entre ellos, algunos se limitan a los sistemas intencionalmente construidos (códigos de ruta, etc...), mientras que otros extienden esas nociones a la investigación de los sistemas de significación implícitos en toda práctica social (los mitos, los ritos, las prácticas culturales, etc).

La Semiótica crea la posibilidad de comunicar en un ámbito social y generar una organización y estructura, ya que lo que la comunicación produce y circula en la significación como eje central de la semiótica.

Cuando se habla de signos, se destacan los signos lingüísticos. Y cuando se habla de signos no lingüísticos, por ejemplo las señales de tráfico, es necesario entender que el estudio de esa clase de signos es imposible sin la participación de los signos lingüísticos.

La Semiótica es una ciencia no muy alejada de la Lingüística. se presenta como una ciencia que carece de sus propios fundamentos propios, la palabra es un signo compuesto de varias partes que según Saussure son: imagen acústica y concepto, significante y significado, y signo e idea. Hjelmslev las llamó expresión y contenido; John Lyons, forma y significado; Ogden y Richards, símbolo y referencia; Ullman, nombre y sentido.

A pesar de la anárquico sistema categorial no solo se alcanza a la representación de las dos partes del signo (Forma y concepto), sino también a la representación de sus relaciones mutuas. Se habla de asociación entre imagen acústica y concepto, del significante como expresión del significado, del pensamiento que se fija a una idea, del nombre que simboliza el sentido, del símbolo que se refiere al referente por medio del concepto. Es evidente que una ciencia no puede fundamentarse sobre representaciones tan confusas y conceptos carentes de definición rigurosa.

La semiótica presenta tres funciones básicas:

- Expresiva
- Referencial
- Significativa

4.1.4.1 Semiótica del color

El momento de diseñar supone el uso de los colores, los cuales tienen diferentes funciones al rato de comunicar algún mensaje. Esto no se debe precisamente a los colores como tal sino a la capacidad comunicativa e intencionalidad expresiva del diseñador.

La imagen puede clasificarse en policromática, bicromática, monocromática; de esta manera se puede representar fielmente los colores naturales, modificarlos o bien inventarlos.

“El color incluye significados diversos en el mundo de las imágenes funcionales y el diseño; por supuesto incluye a su vez resonancias psicológicas.”

La semiótica del color es el sentido que el mismo aporta a una imagen o a un diseño en función de dos componentes muy importantes como lo son la psicología del color definiendo lo que evoca o representa; y la iconicidad cromática, lo cual explica la relación entre el color y la forma con la realidad a representarse.

La teoría psicológica de los colores toma a los mismos y los convierte en objeto de estudio, tomando a la vez los contextos y la realidad que presentan los colores.

“Las cosas de la realidad están siempre en contexto, y un rojo no lo vemos en estado puro ni aislado de otros colores. Esta yuxtaposición hace que cada color adquiera un valor distinto: no es lo mismo el color rojo sobre blanco que sobre negro o sobre diferentes tonos.” (J. Costa, 2003: 65)

1.1.5 Antropología

La antropología es el estudio de la humanidad, definiendo los estilos de vida de pueblos antiguos y modernos. Las diferentes ramas de la antropología se enfocan en las dimensiones o aspectos de la experiencia humana.

Algunos antropólogos centran su rama su investigación en la facultad, exclusivamente humana, para el lenguaje, el desarrollo y diversificación de los lenguajes y los modos en que las lenguas modernas satisfacen las necesidades de la comunicación entre individuos.

Otra rama en la cual se puede centrar la investigación antropológica son las tradiciones aprendidas de pensamiento y conducta denominadas “*culturas*”, investigando el surgimiento y la diferenciación de culturas antiguas, por qué y cómo varían o se mantienen intactas las culturas modernas. Dando como resultado cuatro campos de estudio:

- Antropología cultural o social
- Arqueología

- Lingüística antropológica
- Antropología física

La rama de la antropología en la cual se basa esta investigación es la Lingüística antropológica que aporta una perspectiva muy importante: el estudio de la gran diversidad de lenguas habladas por los seres humanos.

El lenguaje influye y es influido por otros aspectos de la vida humana, por la relación entre la evolución del lenguaje y la evolución del ser humano propiamente dicho (*Homo sapiens*), así también como por la relación existente entre evolución de las diferentes culturas y la evolución de las lenguas.

Llamemos cultura a los estilos de vida y el conjunto aprendido de tradiciones, socialmente adquiridas de los miembros de una sociedad, incluyendo sus repetitivos y específicos modos de pensar, sentir y actuar (conducta).

“La cultura... en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad. La condición de la cultura en las diversas sociedades de la humanidad, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, constituye un tema apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción humanos.” Edward Burnett Tylor.

La cultura se refiere a los estilos de vida de los miembros de una sociedad mas no a la estructura grupal de ésta. Las relaciones mutuas de los grupos sociales se consideran aspectos de la cultura. Poniendo comunmente a la familia como ejemplo de grupo social, la cual se ajusta a la cultura de la vida doméstica de una sociedad concreta, pero que también la refleja.

Definiendo a la sociedad como un grupo de individuos compartiendo un hábitat común y tienen dependencia entre sí para lograr la supervivencia y el bienestar.

La cultura de una sociedad suele ser similar en muchos aspectos de una generación a otra. Esta continuidad en los estilos de vida se mantiene debido a un proceso conocido como *“endoculturación”* que se refiere a una experiencia de aprendizaje parcialmente consciente y parcialmente inconsciente por la cual una generación mayor incita, induce

y obliga a la generación más joven a adoptar estos modos de pensar y comportamientos tradicionales.

La base de la endoculturación es principalmente el control que la generación mayor ejerce sobre los medios de recompensar y sancionar a los más jóvenes. Cada generación está proyectada para replicar la conducta su generación predecesora y también para premiar la conducta que se ajuste a las normas de su experiencia de endoculturación y repudiar la conducta que se desvía de éstas.

Existe otro elemento el cual designa la transmisión de rasgos culturales de una cultura y sociedad a otra distinta. la difusión, este proceso es tan común que muchos de los rasgos que se pueden encontrar en cualquier sociedad han sido originados en otra.

1.1.6 Diseño Editorial

Desde el punto de vista del Diseño Gráfico, el diseño editorial recoge todos los elementos de análisis en el desarrollo de una publicación y les genera el objetivo primordial de satisfacer a todo un equipo de colaboradores y desarrolladores (escritor, editor, publicista, director de arte) y principalmente al lector.

Una publicación se convierte en un proyecto de imagen y diseño propiamente dicho. El cual se debe analizar tomando en cuenta el tipo de producto a publicar (periódico, folleto, revista, etc) y tomando como referencia importanten el contenido y el tipo usuario o lector al que está dirigida dicha publicación.

La publicación debe estar regida por forma y reglas de las que el diseño va a atenerse y así poder definir el estilo de la publicación (tipografía, tipo de papel, retícula, tipo de fotografías, logotipo, nombre, acomodo de texto, etc).

El estilo determina los límites de la creatividad, ya que se puede usar todos los elementos de diseño, fotografía y funcionalidad, mientras no se pierda la concepción de mensaje limitada por el estilo.

Dentro de la etapa de diseño se determinan los espacios desde el tamaño y proporción de la hoja hasta el disposición de los elementos mediante el uso de retículas, mancha tipográfica, espacios blancos, etc.

Tomando en cuenta muchas de las reglas de composición del diseño gráfico tradicional (punto, línea, forma, contraste, etc.) llegando así a una solución estética y principalmente, funcional.

1.1.7 Tipografía

Son los símbolos del desarrollo industrial desde finales del siglo XIX, expresados vívidamente en la arquitectura, la pintura, la fotografía, el cine y la escultura, así como en los medios publicitarios. Desde la época de creación de la imprenta de Gutenberg, la fundición de tipos fue el principal método de composición.

Hacia finales del siglo XIX, la composición manual que utiliza tipos fundidos fue reemplazada por la introducción de máquinas de composición tipográfica que permitían grabar los caracteres directamente en el taller tipográfico.

La relación que existe entre la escritura y la tipografía se ve influenciada por los orígenes históricos las formas escriturales sobre las familias tipográficas modernas, tomando en cuenta la evolución de la escritura, formas fonográficas, alfabeto, uso social de la comunicación escrita y familias tipográficas.

El tipo es un carácter de impresión, una tipografía está compuesta por los conjuntos de caracteres representados por todos los tamaños y grosores de una determinada clase de letra los cuales son indispensables en el diseño gráfico. Los tipos se pueden clasificar en fuentes, familias y series, clasificación dada a partir del estudio de sus rasgos característicos y estilos.

CAPITULO II

2.- ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN Y RESULTADOS

2.1.- Análisis de investigación y resultados

Los resultados arrojados a partir de las investigaciones realizadas mediante censos investigativos a los habitantes y demás personas que visitan diariamente el sector de la Mariscal de la ciudad, dicha investigación se inicia por la definición del universo dando como resultado un total de 96 personas a las cuales se realizó la investigación.

Para la determinación de la herramienta se tomó en cuenta el número total del universo (1383) y la fórmula para cálculo de poblaciones finitas, la alternativa para la investigación fue la *encuesta* mediante el cual después de la determinación del problema se inició la esquematización y elaboración de un banco de preguntas.

nivel confianza	0,93			
error e=	0,05			
probabilidad ocurrencia	50,00%	probabilidad		
no ocurrencia	50,00%	probabilidad		
		F(m)		
ministerio turismo	100		19	
ministerio hidrocarburos	100		19	
sector construccion	100		19	
sector comercio	100		19	
sector educación	100		19	
N=	1383		95,978	
P=	50,00%			
q=	50,00%			
Z=	-1,81191067	-1,81191067		
n=	265,47		n =	$\frac{Z^2 * P * q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 * P * q}$
				a mayor nivel de confianza mayor muestra
				a mayor nivel de error menor muestra
para el muestreo estratificado se utiliza		Fracción de muestreo = F(m) =	n/N	
F(m)=	0,19			

Imagen 6: Muestra de fórmula para cálculo poblaciones finitas.

2.1.1.- Determinación del universo

Tomando en cuenta el sector de la Mariscal en la ciudad de Quito como sitio escogido para la investigación, se procedió a la determinación del universo, después a la segmentación del grupo, es decir, la población extranjera radicada o en calidad de turista, al igual que la población quiteña comprendida en una preferencia de entre los 18 a 40 años de edad que residen y frecuentan el sector de la Mariscal.

2.1.2.- Encuesta

La encuesta es el resultado de la búsqueda y definición de la herramienta para aplicar en la investigación, la misma que se desarrolló tomando como base al problema de comunicación que existe entre el público extranjero y local en la ciudad de Quito, y la falta de materiales visuales que ayuden a la mayor comprensión de la jerga quiteña y su papel dentro la cultura local.

2.1.3.- Aplicación de la encuesta

Mediante la encuesta se pudo observar si el público extranjero conocía sobre el tema de esta investigación que es la jerga juvenil quiteña y el significado de los términos que la conforman, de igual manera si los habitantes del sector de la Mariscal consideran a la jerga como parte de su cultura y su función dentro de la comunicación; así de esta manera poder definir la presentación del desarrollo de un producto editorial que de a conocer el significado de dichos términos y su significado. Para motivo de la encuesta se realizaron preguntas puntuales en cuanto a lo estético del material propuesto para esta investigación, también en el campo técnico y teórico del diseño gráfico generar ideas para la elaboración de una herramienta diferente para uso turístico, preguntas sobre la existencia de material actual apropiado para que exponga el tema en cuestión, es decir, si es atractivo para el público y exponiendo alternativas editoriales para su desarrollo.

En la etapa de recepción de datos y proceso de resultados se pudo obtener información definitiva con el resultado para la creación del material editorial. Información como la de existencia de material insuficiente y no atractivo arrojó el resultado final del proceso investigativo como también de la definición del soporte editorial siendo el *el libro ilustrado* de mayor y amplio número de votos por parte de las personas investigadas, los cuales se pueden observar a manera de resumen en los gráficos siguientes.

2.1.4. Conclusión de la encuesta

Como resultado final del proceso de investigación mediante la encuesta se pudo conocer que los habitantes y visitantes del sector de la Mariscal están de acuerdo con el proceso de esta investigación y el desarrollo del producto final. Según los resultados expuestos en las encuestas muy pocas personas aseguran conocer alguna publicación sobre el tema de la investigación, en especial productos editoriales, entre sus respuestas la más común eran publicaciones en redes sociales. Mediante la tabulación de los resultados, los encuestados están de acuerdo en la realización de un producto editorial con ilustraciones, como alternativa diferente y atractiva para el desarrollo del tema frente al problema expuesto en esta investigación.

Además se consideró a la jerga como parte importante dentro de la cultura de la ciudad y como medio por el cual se puede llegar a una comunicación más efectiva entre los habitantes y visitantes de la ciudad.

2.1.5.- Entrevistas de expertos

El producto final de la investigación se desarrolló mediante el criterio de profesionales dentro del campo educativo y gráfico, el resultado se obtiene de la experiencia de cada uno siendo el de antropólogo el más cercano al problema comunicacional entre extranjeros y locales, por medio de la jerga de los locales, se expone el soporte a desarrollarse y cada profesional da su punto de vista en el cual se puede observar la factibilidad de crear un soporte editorial, según la docente se valen de otros medios de la línea editorial y digital para la obtención de información pero es importante una recopilación con un soporte editorial, en cuanto al contenido la redacción y la ilustración es importante en el criterio del ilustrador gráfico de debido a que las ilustraciones ayudarán a la recepción de los términos presentados en el soporte y potenciar su significado, además, gracias a las ilustraciones se marca un estilo propio con el uso de colores e incluso texturas, siempre y cuando se tome en cuenta el rango de edad para así poder establecer un estilo de ilustración entendible y agradable; El diseñador gráfico expone la importancia de los requerimientos y objetivos del soporte para poder lograr una diagramación efectiva, basándose en los aspectos como la fácil lectura y atracción del producto final.

Las recomendaciones profesionales expuestas en las entrevistas se verán reflejadas al final del proceso de investigación para poderla definir.

5.1.6.- Conclusión de las entrevistas

Haciendo un análisis general de las entrevistas a profesionales y tomando en cuenta sus criterios se concluye que el uso de un soporte editorial es viable con respecto al tema de la investigación, dependiendo del estilo utilizado para su presentación, con respecto al diseño se debe marcar un estilo teniendo en cuenta el público al cual está dirigido el para no generar confusión en la transmisión del mensaje y atractivo visualmente, el resultado de un libro ilustrado marca una manera diferente de presentación de los términos que conforman la jerga, a la vez de establecer un material que ayudará a la efectiva comunicación entre extranjeros y locales que se interrelacionan en el sector de la Mariscal en la ciudad de Quito, siendo importante transmitir el mensaje, con una sola redacción y a su vez con una misma comunicación visual para su efectivo funcionamiento.

CAPITULO III

3.- FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO

3.1 Presentación de producto

La jerga juvenil quiteña presentada en esta investigación como parte importante de la cultura de la ciudad no cuenta con un soporte físico mediante el cual se pueda acudir a los diferentes significados de las palabras comunmente utilizados entre los habitantes y que aporte a una comunicación más fluida entre los mismos y las personas que visitan la ciudad en calidad de turistas, los cuales a pesar de sus conocimientos del idioma, ignoran la jerga y el significado de las diferentes palabras que se utilizan.

Este libro está planteado como un producto editorial físico que documenta, registra y transmite una parte de la cultura de la ciudad de Quito, mediante el uso de ilustraciones y descripciones concisas; dicho material editorial está dirigido hacia mujeres y hombres, residentes y turistas, que esten interesados en las diferentes variaciones de comunicación.

Esta publicación permitirá, también, conocer el significado de ciertas palabras por medio de la aplicación de ilustraciones que representan de manera gráfica la definición de dichos términos.

3.2 Planeación y diseño

3.2.1 Aplicación del método creativo proyectual

En referencia al proceso de elaboración del material editorial, se aplicó el proceso creativo de Bruce Archer (1968)

3.2.1.1 Problema

Diseño de un libro ilustrado sobre la jerga quiteña empleada por los jóvenes que habitan la ciudad, presentada de tal manera que el público extranjero pueda entenderla.

3.2.1.2 Componentes del problema

- ¿Cuál será el titular del libro?
- ¿Qué línea gráfica se aplicará?

- ¿Cuál será el estilo de ilustración a utilizar?
- ¿Qué formato físico se utilizará?
- ¿Cuál será el esquema reticular a utilizar en la diagramación?
- ¿Cuál será la cromática y tipografía a usar?
- ¿Cómo será distribuido el contenido en las páginas?
- ¿Qué puntos estratégicos son los preferibles para distribuir el libro?

3.2.1.3 Recopilación de datos

De acuerdo a las indagaciones realizadas en librerías y documentos digitales, no se encontró un producto similar al planteado en la presente investigación; a diferencia, se encontraron publicaciones digitales a manera de registro bibliográfico y noticiero, por otro lado, se encontró diccionarios de jergas a nivel internacional.

Publicaciones digitales:



Publicación de diario Andes
Gráfico por: Dario Rojas Zerna

Imagen 7: Publicación digital 1



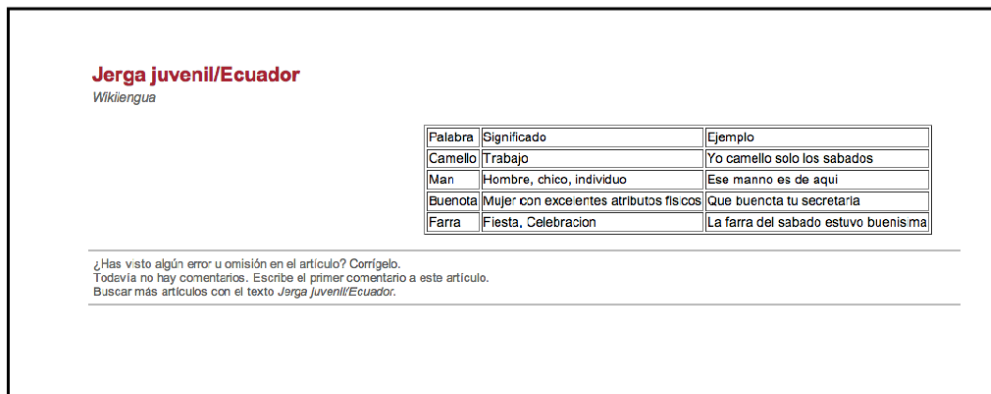
Publicación digital, diario La Revista
Gráfico por: Darío Rojas Zerna

Imagen 8: Publicación digital 2



Publicación digital, diario Hoy
Gráfico por: Darío Rojas Zerna

Imagen 9: Publicación digital 3

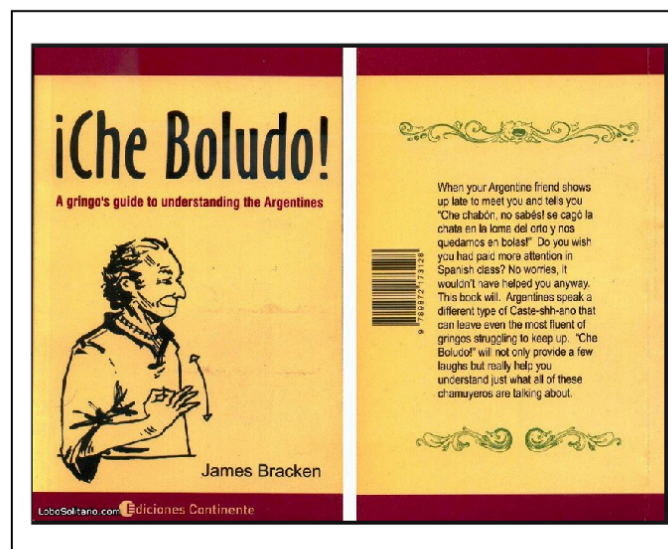


Publicación Blog Wikipedia
Gráfico por: Darío Rojas Zerna

Imagen 10: Publicación digital 4

Estas publicaciones contienen datos acerca de las palabras que conforman la jerga juvenil a nivel de país, se enmarcan en documentar en que sectores y a que momentos los jóvenes las utilizan, la cantidad de las palabras publicadas en promedio es inferior a 20; debido a estas razones se afirma que no cumplen un requisito para ser un diccionario de jergas o parte del mismo.

Publicaciones Impresas, internacional:



Publicación impresa jerga Argentina
Gráfico por: Darío Rojas Zerna

Imagen 11: Publicación Impresa, internacional 1



Publicación impresa jerga Española
Gráfico por: Dario Rojas Zerna

Imagen 12: Publicación Impresa, internacional 2

Las publicaciones internacionales impresas, como referentes del producto del presente trabajo, pertenecen a una publicación argentina y una española, mismas que fueron desarrolladas en un libro impreso como soporte.

Presentan ilustraciones, fotos y la diagramación del cuerpo de texto está basado en una retícula modular simple.

3.2.1.4 Análisis de datos

- Las producciones y publicaciones editoriales permiten la conservación del material expuesto en las mismas y llaman la atención a un público interesado en la lectura.
- La ilustración es un recurso esencial para la representación visual de diferentes términos expuestos en este material, y muestra la visión general que tienen los habitantes de la ciudad hacia dichos término.

- Las ilustraciones son un elemento importante dentro de la propuesta final del producto, sin embargo el material está basado en las palabras que conforman la jerga, por lo tanto, el texto ocupa el espacio protagónico dentro del producto final, el cual mediante el diseño se equilibra con el uso de las ilustraciones.
- Respecto a la cromática, se utilizó una tonalidad del color primario amarillo, en el área utilizado por las ilustraciones, acompañado de una textura para generar equilibrio y armonía entre los elementos gráficos de la composición, texto, tramas e ilustración.
- El formato del material es estándar, el cual está orientado a su fácil traslado, manipulación y archivado.
- Respecto a la implementación de la tipografía, se empleó la Helvetica con sus respectivas variables; por otro lado se empleó la fuente Lighthouse para el desarrollo de la portada.

3.2.1.5 Creatividad

3.2.1.5.1 Concepto gráfico del libro

Se manejó un concepto gráfico minimalista en el que a pesar del protagonismo que ocupa el texto, las ilustraciones ocupan parte importante dentro del contexto del material, generando equilibrio entre los elementos principales del libro. Las páginas con cuerpos de texto se mantienen en blanco para permitir una mejor legibilidad de la tipografía, lo cual genera contraste con las páginas empleadas para la presentación de las ilustraciones, las cuales por otro lado hacen uso de un fondo con tonalidad y texturizado.

El libro revelará la recopilación escrita de los diferentes términos populares que conforman la jerga quiteña empleada por los jóvenes en el sector de La Mariscal al norte de la ciudad, las cuales se obtuvieron de manera vivencial, empleando la técnica de observación, por la cual se establece una relación de forma concreta entre el

investigador, el hecho social y actores sociales, de los cuales es posible la obtención de datos para proceder a la sintetización y desarrollo del producto del presente trabajo.

3.2.1.5.2 Distribución del libro

La distribución del contenido del libro, se planteó de la siguiente manera:

- **Páginas preliminares:**

Introducción: ¡Habla serio! Guía para entender al quiteño, breve explicación sobre el contenido del libro en idioma castellano e inglés.

- **Contenido:**

El cuerpo de texto está conformado por las palabras que forman parte de la jerga juvenil quiteña, y fueron ordenadas alfabéticamente; en referencia a la cantidad, involucra 200 palabras y sus significados correspondientes.

Se incluyen 35 ilustraciones, mismas que hacen referencia a ciertos términos ya descritos en el cuerpo de texto.

- **Páginas finales:**

Se detallan datos del autor y agradecimientos.

3.2.1.6 Materiales y tecnología

Hardware:

Laptop Macbook Pro 13.3-inch. Late 2010

Computador de escritorio iMac 21.5-inch, late 2013

Escaner HP LaserJet Pro 200 MFP M276n

iPhone 5

Software:

Adobe Illustrator CS6 y Creative Cloud

Adobe Photoshop CS6 y Creative Cloud

Adobe Acrobat X

Adobe InDesign CS6 y Creative Cloud

Microsoft Word 2011

Microsoft Excel 2011

3.2.1.7 Experimentación

En la prueba de impresión existieron dificultades y permitió establecer las siguientes recomendaciones:

- Utilizar formatos estandarizados, que permita la impresión tanto digital-láser, así como en otros sistemas por ejemplo en ófset; permitiendo economizar papel, realizar impresiones que permitan las diferentes formas de encuadernado y la impresión en un tamaño manejable para el lector.
- Uso de colores intensos, no pasteles ni ajustados, estos reflejan a gusto frente a la temática planteada.
- Consideración en el tamaño de letra de los cuerpos de texto, ya que cada tipografía comprende tamaños distintos a otras, así fuere el mismo tamaño en porcentajes.
- Tamaño de la portada, exceder unos milímetros para evitar que los bordes del cuerpo del libro sufran daños.

3.2.1.8 Modelo

Tomando en cuenta la experimentación y las recomendaciones antes descritas, el producto final fue diagramado en base a su uso y duración.

Formato:

- Portadas A5 en sentido horizontal (21cm x 14,8cm)
- Cuerpo de libro A5 (21cm x 14,8cm)

Márgenes

Debido al tipo de encuadernado se aplicó un sistema de márgenes específico en producto:

- Superior 1cm; en el inferior 1 cm; al borde interno 2,5 cm y al borde externo 1,5cm.

Retícula

Base y compuesta, para texto a dos columnas.

Cromática

Colores complementarios y tonalidades de los mismos.

Tipografía

Como base se estableció el uso de la fuente Helvética para el cuerpo de texto y lighthouse para textos cortos y portada.

El libro está dividido en secciones, mismas que son referentes a cada letra del alfabeto, las cuales están representadas por la letra en cuestión sin color de relleno.

La numeración, que solo se ubica en las páginas con texto, se encuentra centrado en el margen inferior.

3.2.1.9 Verificación

El formato estándar A5, es favorable debido que permite reducir los desechos de papel y su tamaño es ideal para el objetivo y formas de uso del material impreso final, además es un tamaño de papel estándar apto para cualquier tipo de impresión.

El estilo manejado en la numeración crea unidad gráfica en las composiciones.

3.2.1.10 Construcción de gráfica y diagramación del libro

3.2.1.10.1 Tipografía

Para la diagramación del cuerpo de texto del libro, se utilizaron dos fuentes tipográficas y sus variantes:

Helvética: tipografía sencilla, de fácil legibilidad y de tipo san-serif, es una de las más utilizadas a nivel mundial y de diseño gráfico. Se utilizó para titulares y subtítulos.

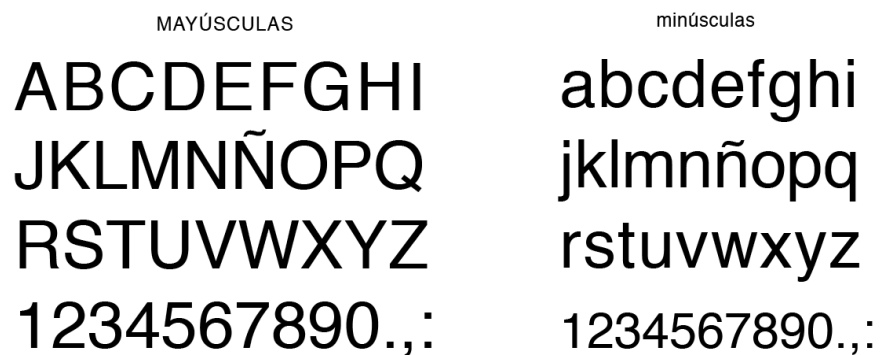


Imagen 13: Tipografía - Helvética

Lighthouse: tipografía de característica oblicua o inclinada, de anatomía tipo romana moderna; utilizada especialmente para titulares.

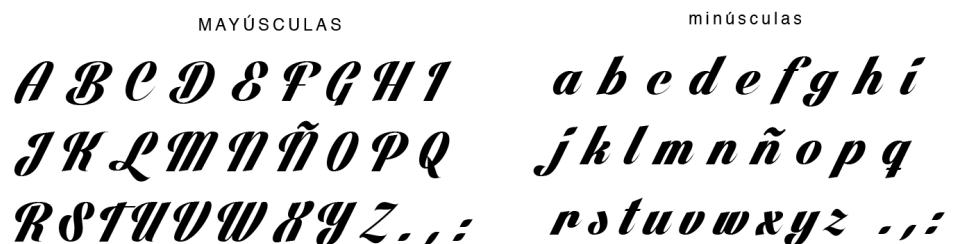


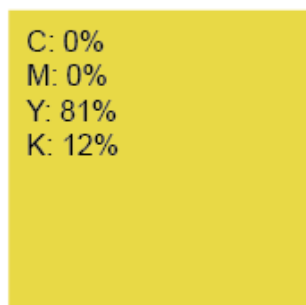
Imagen 14: Tipografía - Lighthouse

Jerarquía Tipográfica:

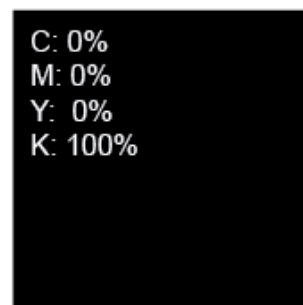
- Titulares y subtulares: Helvética (Bold Oblicue) 30 y 12 Pts.
- Cuerpos de texto largo: Helvética – Regular – 10 Pts.
- Pié de páginas e imágenes: Lighthouse – 18 Pts.

3.2.1.10.2 Cromática

Para la aplicación de colores en el producto, se uso una tonalidad del color primario amarillo en contraste a la ausencia de luz conocida como color negro. La paleta elegida fue PANTONE + CMYK Coated, está generalmente utilizada en la impresión de materiales brillosos, esta paleta contiene una gama de colores intensos que permite la selección de las tonalidades deseadas sin dificultad.



PANTONE P1-15C



PANTONE P Process Black C

Imagen 15: Pantones

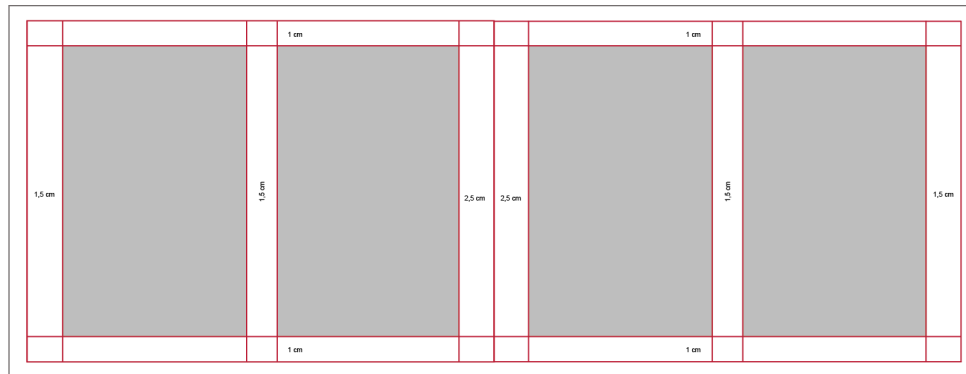
3.2.1.10.3 Diagramación

Formato: el formato aplicado fue A5 horizontal: cerrado 21 cm x 14,8 cm (abierto 42 cm x 29,6 cm).

Márgenes: los márgenes obedecen a dimensiones en la parte superior 1cm; en el inferior 1cm; al borde interno 2,5cm y al borde externo 1,5cm.

Páginas Internas

La distribución del contenido textual se ajusto a una retícula simple y la ubicación de las ilustraciones obedecen a la regla de los tres cuartos con tendencia a establecerlos hacia el margen derecho.



Reticula simple para distribución de contenidos
Creado por: Darío Rojas Zerna

Imagen 16: Retícula página internas

Cubierta del Libro: La composición impresa en la cubierta del libro es compuesta por un fondo y dos elementos principales, siendo el título y subtítulo del producto en tipografía lighthouse con variaciones en su diseño y la ilustración de la basílica como lugar turístico de la ciudad.



Imagen 17: Cubierta del libro

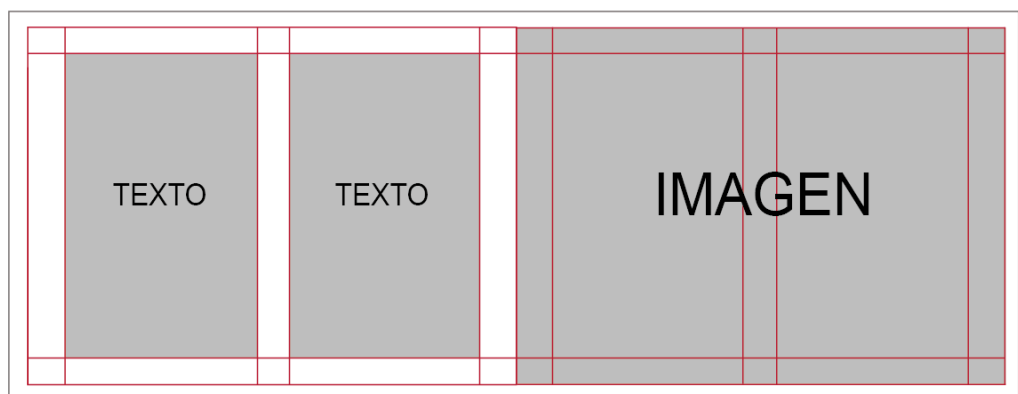
La fuente “lighthouse” fue la escogida para el título del libro, con variaciones de forma y símbolos de exclamación diseñados exclusivamente para la portada debido a que la fuente carecía de los mismos, está adornado por un por un ornamento inspirado en los vitrales de las iglesias del centro histórico de Quito.



Imagen 18: Uso tipografía - Lighthouse

Retícula para Elementos Gráficos

En la siguiente gráfica se expone el modelo de distribución de los elementos gráficos de la composición. Las ilustraciones se ubican generalmente a la derecha, al no tener relleno se fusionan con el fondo texturizado, creando una sola imagen.



Reticula simple para distribución de contenidos
Creado por: Dario Rojas Zerna

Imagen 19: Reticula para elementos gráficos

3.2.1.10.4 Especificaciones físicas del libro

Las especificaciones del libro están establecidas de acuerdo a los cálculos en gramajes de papel y formatos, esto para que el lector tenga facilidad en la manipulación del libro.

- **Cubierta:** Pasta Dura, impresión en papel couché brillante de 150 gramos (Tiro), con plastificado mate.
- **Páginas internas:** Papel Couché Mate de 200 gramos. (Impresión tiro y retiro).
- **Guardas:** Papel oxford cover blanco 216 gramos.
- **Encuadernación:** Papel couché, colado, cartón con papel plastificado mate.

3.2.1.10.5 Material complementario o suplemento

Conformado por un bloc de notas anillado en formato A7 con esferográfico, cuya función consiste en aumentar la colección de términos de acuerdo a las vivencias del usuario en su visita al país.

3.2.1.11 Costos de investigación

3.2.1.11.1 Gastos

Tabla 1: Gastos

N	Detalle	P. Unitario	Cantidad	P. Final
Gastos Principales				
1	Transporte interno	0.25	125	31.25
5	Alimentación	4.00	32	128.00
6	Material Tecnológico1	1,400.00	1	1,400.00
7	Material Tecnológico2	1,780.00	1	1,780.00
8	Material Tecnológico3	500.00	1	500.00

11	Anillados e Impresiones	40.00	2	80.00
12	Fotocopias	0.03	230	6.90
13	Boceto de ejemplares	95.60	2	191.20
14	Cds- Dvds	10.00	4	40.00
15	Empastados	20.00	3	60.00
16	Impresión de Producto Final	72,25	3	216.72
Gastos Secundarios				
19	Imprevistos	50.00	1	50.00
20	luz eléctrica	14.00	6	84.00
21	Internet	32.00	6	192.00
22	Telefonía Móvil	35.00	6	210.00
TOTAL				4970.07

En referencia al producto final, se imprimió en la Imprenta Mariscal debido a las garantías en calidad y entrega.

3.2.1.12 Publicación, distribución y producción

Para la publicación del libro, se plantea la presentación formal del libro por parte de auspiciantes, dueño del local y autor. El lugar seleccionado es en un bar – restaurant de nombre “Finn Mc’cool’s”; lugar previamente seleccionado debido a la asistencia en su mayoría de extranjeros. La presentación dará fecha una semana antes de las festividades de fundación de la ciudad de Quito.

Para la ejecución y financiamiento de este proyecto, se propone buscar como auspiciantes como el Ministerio de Turismo, librerías e instituciones afín.

Referente a la comercialización y distribución del producto, se plantea la entrega gratuita de ejemplares a bibliotecas privadas y públicas; sujeto el producto a ventas, a

nivel provincial, se propone realizar alianzas con librerías que tengan copado el sector de lectores a nivel local.

Dado el caso de distribución gratuita o venta internacional, es recomendable que las instituciones públicas relacionadas directamente con temas turísticos, sean las primeras en dar a conocer el material editorial por medio de conferencias y exposiciones internacionales, en la región y otros continentes.

3.2.1.12.1 Costos de producción

Para el cálculo tentativo del precio del material, se entregó la especificaciones del producto a la imprenta encargada de realizar la oferta, misma que por los costos unitarios fue aprobada. Los costos son verídicos y su valor puede aumentar debido a que es menester considerar la utilidad y gastos extras.

Según los costos generados y especificados en la cotización el libro como precio inicial y sin los recargos, llegaría a costar \$6.13 ctvs., donde la producción sería por 10.000 libros con un costo final de \$56,105.00.

3.3 Validación

En la presente investigación, la validez del producto se realizó, por medio de una matriz de evaluación, que cumple con el diseño de instrumentos de evaluación como: escala valorativa e indicadores, con la finalidad de que se establezca, la verificabilidad teórica y metodológica, en procesos de construcción y elaboración del soporte gráfico visual.

- **Objetivo**

Validar el proceso de desarrollo del producto gráfico visual, mediante el criterio de expertos que corroboren la validez del producto.

- **Selección de los Expertos**

En la presente investigación, se seleccionó a tres expertos en el área de Diseño Gráfico y Comunicación, para la validación del soporte gráfico visual; mediante el criterio de los profesionales se establece, la verificabilidad del proceso investigativo, en relación a teorías y metodologías aplicadas.

- **Perfil de Expertos**

A continuación, se detalla la información de los perfiles de expertos en el área de Diseño Gráfico y Comunicación:

Experto 1

- Nombre: Bertha Molina
- Experiencia: 8 años
- Título: Diseñadora gráfica e industrial
- Lugar de trabajo: Latinmanagers Ecuador

Experto 2

- Nombre: José Luis Revelo Sarmiento
- Experiencia: 2 años
- Título: Ingeniero en Diseño Gráfico Empresarial.
- Lugar de trabajo: Enclave Comunicación.

Experto 3

- Nombre: Alexis Basantes
- Experiencia: Director de arte, 2 años.
- Título: Licenciado en publicidad.
- Lugar de trabajo: Latinmanagers Ecuador.

- **Metodología**

La matriz de evaluación, se realizó a tres expertos en el área de Diseño Gráfico y Comunicación, con la finalidad de que su criterio aporte con la viabilidad del proyecto de investigación, se entregó a cada experto una copia del producto y una ficha de validación.

- Escala Valorativa:

La escala valorativa estuvo dada por las opciones: excelente, bien y regular.

- Indicadores:

En la presente investigación, se tomó como referencia a cuatro indicadores como: novedad, actualidad, aplicabilidad y funcionalidad; estos se incorporan en la matriz de evaluación, para la validación y verificabilidad del proceso metodológico y teórico, en la creación de un soporte gráfico visual, mediante el criterio de expertos.

A continuación se detalla, en qué consiste los cuatro indicadores de la matriz de evaluación:

- Novedad:

Se relaciona con la recreación de soportes gráficos visuales convencionales, que abordan temas que no se tomen en cuenta con frecuencia, para la transmisión de mensajes destinados a la sociedad; es decir, enfocados en estrategias de difusión de la problemática que se genera, en la presente investigación, como la visibilización de las actividades sobre la erradicación de la mendicidad de adolescentes.

- Actualidad

Se refiere a que la presente investigación, incorpore temáticas de actualidad, que no se hayan desarrollado con frecuencia, con la finalidad de establecer necesidades, frente a una problemática para determinar acciones innovadoras para la sociedad.

- Aplicabilidad

Se refiere a la aceptación y medición de los procesos metodológicos y teóricos desarrollados en la presente investigación y a su vez, que estos sean factibles para el

desarrollo y difusión de información, que incorpora el soporte gráfico visual, en relación con la problemática planteada sobre, la visibilización de las actividades de erradicación de la mendicidad de adolescentes, en procesos de inclusión social.

- Funcionalidad

Se refiere a la gestión de calidad y aplicabilidad práctica y utilitaria del producto gráfico visual; que refleje en forma adecuada a los destinatarios, el significado real de la problemática de la presente investigación.

• **Tabla con Resumen de resultados**

Datos de resultado de información de la matriz de evaluación.

Tabla 2: Matriz de Evaluación Experto 1				
CRITERIO	Excelente	Bien	Regular	Observación
Novedad		x		
Actualidad	x			
Aplicabilidad	x			
Funcionalidad	x			

Tabla 3: Matriz de Evaluación Experto 2				
Novedad	x			
Actualidad		x		
Aplicabilidad	x			
Funcionalidad	x			
Tabla 4: Matriz de Evaluación Experto 3				
Novedad		x		
Actualidad	x			
Aplicabilidad	x			
Funcionalidad	x			

De acuerdo al criterio de los 3 expertos mencionados con anterioridad, se determina que el proceso de investigación teórica y metodológica de la investigación, se aplica en la creación del soporte editorial “¡Habla serio! Guía para entender al quiteño”, estableciendo que los indicadores de novedad, actualidad, aplicabilidad y funcionalidad, cumplen con la viabilidad y verificabilidad del producto gráfico visual, como soporte para la correcta exposición de los diferentes términos que conforman la jerga juvenil y quiteña, al igual que todas los significados correspondientes a dichos términos.

A continuación, se detalla un análisis de los indicadores establecidos en la matriz de evaluación, según la opinión de los tres expertos en el área de diseño gráfico y comunicación:

- La innovación de la presente investigación, se muestra en la manera de exponer los resultados de la misma; que ha sido trabajada desde una estructura gráfica de transmisión y difusión de mensajes informativos; que logra ser proyectado de una manera armónica, porque maneja recursos teóricos y metodológicos de composición como: recursos tipográficos, simbólicos, cromáticos y el uso de la ilustración, que se apoyan en leyes y fundamentos del Diseño Gráfico.
- La elaboración del proyecto, aborda una temática actual, en el, es trabajada con una herramienta convencional; pero, valiosa en la comunicación visual como lo es el Diseño Editorial; que permite que la estructura de publicaciones escritas como “¡Habla serio! Guía para entender al quiteño”, funcionen como soporte para la correcta exposición, transmisión y difusión de los diferentes términos que conforman la jerga juvenil y quiteña, al igual que todas los significados correspondientes a dichos términos.
- En cuanto a la aplicabilidad del producto, se evidencia un trabajo de investigación indagatorio, que incorpora la aplicación de técnicas metodológicas; que apoyan la ejecución del mismo a la práctica, lo cual hace que sea aplicable.
- Dentro de la funcionalidad del producto, trabajos de investigación como estos permiten al Diseño Gráfico mostrar la solución a un problema mediante la Comunicación visual.

4. Conclusiones

La jerga juvenil, dentro de la ciudad de Quito representa parte importante de la cultura, y un método efectivo de comunicación entre sus habitantes. La jerga cumple un rol de expresión cultural, el cual lamentablemente no es captado de forma efectiva por las personas que visitan la ciudad en calidad de turistas, generando una experiencia incompleta para dichas personas.

El objetivo de la presente investigación, se cumple en su totalidad, mediante la creación de un soporte gráfico visual, que permita visualizar la variedad de términos empleados por los jóvenes quiteños para comunicarse entre los mismos; en el que se establece un sentido de un contexto cultural y de construcción social, a través de procesos de diseño y comunicación.

Mediante métodos e instrumentos de investigación como: entrevistas a expertos en el ámbito de la sociología, antropología y diseño; al igual se hizo uso de encuestas aleatorias a personas, por las se diagnosticó la problemática del tema de investigación; con los datos obtenidos, a través del método analítico descriptivo, se analizó e interpretó la información como sustento base, de la presente investigación.

El material como resultado de la presente investigación se validó mediante el criterio de expertos, en el que se constató, que el soporte editorial cumple métodos creativos de diseño, en relación a bases y fundamentos teóricos referenciales de autores y se verificó indicadores de novedad, actualidad, aplicabilidad y funcionalidad, para la difusión de información que aborda la problemática.

5. Recomendaciones

Las recomendaciones, que se establecen en la presente investigación son las siguientes:

- Es importante que la información que incorpora el soporte editorial, “¡Habla serio! Guía para entender al quiteño”, se recopile y actualice anualmente, añadiendo nuevos términos que formen parte de jerga juvenil creados durante dicho transcurso de tiempo.
- Es fundamental que instituciones públicas relacionadas directamente con temas turísticos, realicen campañas comunicacionales del producto editorial; que difundan la importancia de la jerga y su relación con la cultura de la ciudad
- Para la creación de soportes gráficos visuales, se recomienda tomar en cuenta el proceso creativo que desarrolla un diseñador gráfico; en el que establecen metodologías en relación análisis exhaustivo de grupos de estudio y responsabilidad social. El diseñador gráfico establece acciones para la toma de decisión frente a un conflicto.

6. Bibliografía

Libros y Pdfs:

- Costa J. (2003). *Diseñar para los ojos*. 1ra Edición. Grupo Editorial Design.
- Frascara J. (2000). *Diseño gráfico para la gente*, Ediciones infinito.
- Lupton E. y Miller A. (1994). *El abc de la bauhaus y la teoría del diseño*. Editorial Gustavo Gili, S.L.
- De Saussure F. (1945). *Curso de lingüística general*. Editorial Losada S.A.
- Frascara J. (2006). *El diseño de comunicación*. Ediciones Infinito.
- Nérci Imídeo G. (1985). *Hacia una didáctica general dinámica*. Editorial Kapelusz.
- Harris M (2004). *Antropología Cultural*. Alianza Editorial.
- Crow D. (2007). *No te creas una palabra, Una Introducción a la Semiótica*. Barcelona: Ed. AVA Publishing.
- Wong W (1992), *Principios del diseño en color*, Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Universidad Israel. (2010). *Guía para la presentación del trabajo de titulación de pregrado (TTP)*.
- Normas APA. 5ta. Edición. - Vallejo, Raúl. (2006). *Manual de escritura académica*. Quito, Ecuador: Corporación Editora Nacional.
- Universidad de Londres. (2007). *Gestión del Diseño Gráfico PDF*. Londres,

Inglaterra.

- Frascara, Jorge. (2004). *Diseño Gráfico Para La Gente*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Universidad de Londres. (2007). *Metodología del Diseño PDF*. Londres, Inglaterra.
- Universidad de Londres. (2007). *Percepción y Diseño PDF*. Londres, Inglaterra.
- Universidad de Londres. (2007). *Comunicación Escrita PDF*. Londres, Inglaterra.
- Universidad de Londres. (2007). *Ilustración PDF*. Londres, Inglaterra.
- Universidad de Londres. (2007). *Introducción a la Tipografía PDF*. Londres, Inglaterra.
- Sabino, Carlos (1994). *Como hacer una tesis*. Ed. Panapo. Caracas - Venezuela.
- Sabino, Carlos. (1992). *El Proceso de Investigación*. Caracas, Venezuela: Editorial Panapo.
- Santos A. (2010). *Fundamentos Visuales II, Teoría del Color*. Recuperado: el 15 de abril del 2013 de,

<http://adelossantos.files.wordpress.com/2010/10/teroria-del-color.pdf>

- Rosas S. (2012). *Diseño Editorial*.
Recuperado: 25 de abril 2013 de,
<http://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>
- Suárez A. (2002). *Imagen y Percepción, Departamento de Educación Plástica y Visual I.E.S. Madrid*.
Recuperado: el 22 de marzo del 2013 de,
http://ies.barajas.madrid.educa.madrid.org/d_plastica/apuntes_imagen_expression/imagen_y_percepcion.pdf
- Turnbull, A. (1986). *Comunicación Gráfica: tipografía, diagramación, diseño*.
México: Editorial Trillas.

Sitios Web

- Feedbacknetworks. *Calculó de la Muestra*
<http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>
- Lighthouse. *Font*
<http://www.dafont.com/es/lighthouse2.font>
- Modelo de Comunicación uno: Shannon y Weaver
<http://garoueffect.blogspot.com/2011/01/modelo-de-comunicacion-uno-shannon-y.html>
- Comunicación visual: esquema
<http://pazcarpintero-epv.blogspot.com/2011/11/comunicacion-visual-esquema.html>
- Reporte La Hora, La jerga juvenil siempre varía
http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101218855/-1/La_jerga_juvenil_siempre_var%C3%ADa.html#.U15n9a15NDQ

- Pitonizzaland, Jerga Ecuatoriana
<http://pitonizza.tumblr.com/post/1566499124/jerga-ecuatoriana>
- Wikilengua, Jega juvenil/Ecuador
http://www.wikilengua.org/index.php/Jerga_juvenil/Ecuador
- E-ducativa: Jerga juvenil (Social)
http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/4000/4105/html/21_jerga_juvenil_social.html

7. Anexos

ANEXO 1: ENTREVISTA 1

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Encuesta a Responsables:

Nombre: Hugo Echeverría

Título: Ilustrador

Experiencia: 3 años de experiencia en producción animada, 4 años de experiencia como diseñador

CUESTIONARIO:

1.- ¿Qué opina usted sobre la ilustración en textos para reforzar el concepto de la información presentada?

Creo que refuerza más la experiencia en especial como público objetivo y para más grandes un estilo de gráfica más sobrio.

2.- ¿Qué estética utilizaría usted para ilustrar un texto dirigido a personas de 18 a 35 años de edad sobre la jerga quiteña y por qué?

Haría personajes que reprenden las jergas o tal vez un juego de tipografías con la personalidad de cada jerga

3.- ¿Cómo cree usted que se pueda acaparar la atención del público extranjero en base a la ilustración sobre este tema?

Usaría un estilo internacional stike, gráfica icónica universal con símbolos sencillos y comunes.

3.- ¿Considera usted que sea necesario el uso de personajes distintivos relacionados a la cultura quiteña para representar el tema de la jerga?

Esta pregunta recae en la opinión de la segunda pregunta.

ANEXO 2: ENTREVISTA 2

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Encuesta a Responsables:

Nombre: Camilo Vargas Rincón

Título: Sociólogo

Experiencia: Candidato a magister en estudios urbanos

CUESTIONARIO:

1.- ¿Considera usted que la jerga es parte importante dentro de la cultura de la ciudad?

En mi opinión, la jerga hace parte de un sistema lingüístico que practican los integrantes de una sociedad para establecer códigos verbales mutuos, para darle un significado más trascendente de lo que la propia palabra enunciada evoca. Su importancia radica en que al dotar a las palabras de sinónimos, en este caso mediante la jerga, las personas consolidan pactos lingüísticos, se “entienden mejor” entre ellos,

y entran en la aceptación de un grupo determinado: la cultura, la identidad e incluso la pertenencia a determinada clase social.

Y así pueden representarse ante otra sociedad como sujetos propios de una cultura específica. Por ejemplo, la jerga quiteña configura con el tiempo un sistema de signos y símbolos que son identificados por “la persona de afuera” como algo único y particular, y eso permite referenciar la cultura de una ciudad.

El tema se vuelve más complejo cuando al interior de una ciudad surgen distintas formas de expresión lingüística, lo que convierte a “la jerga” en un asunto ambiguo que solo puede ser explicado mediante el reconocimiento de algo polivalente y heterogéneo: las jergas.

2.- ¿Qué opina usted sobre el uso de jergas en la comunicación?

Son importantes en la medida que permiten a las personas romper con los cánones del manejo lingüístico y construir sus propios sistemas de representación de las cosas. Aunque se corra el riesgo de transmutar el origen etimológico de las palabras y al final la jerga no tenga correspondencia con la palabra enunciada, si provoca un ambiente de cohesión social, donde los sujetos tienen el poder de decir las cosas a su manera y sin embargo entenderse entre ellos.

3.- ¿Qué opina usted acerca de que los extranjeros aprendan la jerga de Quito para comunicarse?

De entrada, el extranjero/a está sometido a la influencia del ambiente lingüístico, y a través del acto de la escucha y del habla comienza a de-construir su propio sistema de comunicación oral, es algo inevitable, porque el escenario de acción-repetición influencia directamente en su modo de comportarse y también en su modo de expresarse.

La jerga (¿o jergas?) de Quito para el extranjero no puede ser aprehendida de la misma forma que lo hace el quiteño/a, aunque éste sepa hacer uso de las palabras en el contexto indicado, su posición de foráneo ante las otras personas, ante los quiteños/as mismos marcará su posición dentro del grupo.

De todas formas es algo inevitable, y significa legitimar su pertenencia, ya sea temporal o indefinida, a un espacio, a una ciudad. La importancia adquiere grandes niveles sociales cuando el extranjero hace uso de la jerga quiteña para relacionarse con personas desconocidas, es un acto de cierta defensa que intenta mostrar algún vínculo y entendimiento con la cultura local.

4.- ¿Considera usted que se generaría una mejor comunicación entre público extranjero y local si ellos tienen conocimientos de estos términos que conforman la jerga?

El uso de los términos que pertenecen a las jergas implica una apropiación previa por parte del extranjero. Sin una idea de lo que significa la palabra enunciada se cae en el riesgo de no darse a entender frente a la cultura local, si no es mal-usar el código lingüístico, lo que sería objeto de mal entendidos, burlas, irrespetos, entre otras reacciones. Esas prácticas toman su tiempo

5.- ¿Cree usted que es necesario el uso de un material distinto y a la vez atractivo para uso extranjero sobre la jerga?

La jerga como parte de un sistema cultural bien amplio no necesita de influencias externas, es algo de lo que las personas se apropian en el diario vivir, el mundo cotidiano hace que ellas aprendan y aprehendan los significados y usos de las palabras. Producto del tiempo y de las interacciones sociales los extranjeros/as comienzan un proceso de reestructuración de su propio sistema del habla, y así sea algo temporal, significa un aprendizaje individual, lo que no quiere decir que la influencia del entorno social sea nula, por el contrario, es allí donde la jerga adquiere materialidad, es algo que se reproduce mediante las conversaciones, encuentros y diálogos.

ANEXO 3: ENTREVISTA 3

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Encuesta a Responsables:

Nombre: Carlos Augusto Guerrero Espinosa

Título: Licenciado en Diseño y Fotografía Digital - Licenciado en Animación Digital

CUESTIONARIO:

1.- ¿Cómo cree usted que se debe presentar la diagramación de un texto ilustrado basado en la jerga quiteña?

Debo decir que la presentación de un texto ilustrado dependerá del contexto en el cual se use, es decir, si uso un titular con jerga quiteña en un libro de cuentos infantiles (como ejemplo), la diagramación se presentará de forma visible, fácil lectura, legible y visualmente atractivo para despertar el interés en el public objetivo con un lenguaje coloquial en el se identifiquen con la lectura y despertar el interés de ellos.

2.- ¿Qué soporte y formato cree que es apropiado para la presentación de un texto basado en la jerga quiteña?

Al igual que la pregunta anterior dependerá en el contexto y el requerimiento que se necesite, ya que una diagramación, soporte o formato depende directamente del requerimiento que se necesite, como en el ejemplo anterior, el requerimiento es para uso infantil y su formato y diagramación será armada para ese público objetivo, de la misma manera con su formato.

3.- ¿Cree usted que el uso de ilustraciones ayuden a reforzar el tema tratado en el texto y llame a su lectura?

Está directamente relacionado la imagen con el texto ya que despierta el interés de nuestro lector, a manera de enganche me parece que es necesario hacerlo y más aún cuando usaremos la jerga quiteña como parte de nuestro texto.

ANEXO 4: ENTREVISTA 4

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Encuesta a Responsables:

Nombre: Milton Flores

Título : Antropólogo, Sociólogo (MASTER POSGRADOS TODO)

Experiencia: Investigación etnográfica y cualitativa

Cuestionario:

1.- ¿Considera usted que la jerga es parte importante dentro de la cultura de la ciudad?

La antropología realiza análisis estructural de los modos de vida y comportamiento humano. Por lo tanto, las ciudades son representaciones humanizadas que genera la cultura y la sociedad. Tienen una vida asignada, ya que nacen, crecen, reproducen y mueren o simplemente se transforman. Dentro de todo este calidoscopio que va más allá de lo urbano, esta entidad produce su modo de vida (su cultura), que socializa a

través del lenguaje como forma de comunicación en lo cotidiano, es ahí que la jerga gracias a la transferencia de significados tiene sentido propio, que identifica en todas sus escalas a sus usuarios, dentro de la referencia y pertenencia al lugar: al barrio.

La jerga cargada de signos, significados y significantes generan un lenguaje que se extiende y es apropiado por los integrantes de un ghetto. Los antropólogos especializados en lingüística antropológica, le han denominado “comunidad de habla”, donde enfatizan las formas cambiantes entre suburbios.

El lenguaje es tan importante en la cultura que a pesar de las constantes transformaciones sociales originadas por la globalización, la jerga es la forma en que resiste ante la aculturación generada por la cultura dominante. Los estudiosos de la lingüística afirman que al perder una lengua se pierde una cultura. Aun así, puedo afirmar que por más de quinientos años algunas lenguas autóctonas se mantienen en la transformación, no solo en los indígenas, gran parte de la sociedad mezcla entre en español castizo y las lenguas indígenas en una clara forma de persistencia. En ese sentido, la jerga es un ámbito específico dentro de la urbe en la que se mezclan las diversas tendencias o regionalismos propias de la vida en ciudad.

2.- ¿Qué opina usted sobre el uso de jergas en la comunicación?

Es la forma más directa para llegar al referente. La jerga elimina la distancia entre grupos, clases y géneros. El mensaje llega de forma ilesa y sin tanto ajetreo permea las fronteras entre convencionalismos. Pero se tienen que cuidar los regionalismos, eso significa que la jerga irá en dependencia al universo al que se pretende transmitir el código.

3.- ¿Qué opina usted acerca de que los extranjeros aprendan la jerga de Quito para comunicarse?

Los códigos que los extranjeros movilizan en su trayecto, pueden ser mal interpretados, ya que como dije anteriormente las formas en América Latina son cambiantes, y lo que es bueno para una cultura puede ser interpretada como mala para otra. Por lo tanto, aprender las jergas nacionales, te permiten permearte o mimetizarte entre la población o comunidad de habla. Se evita malos entendidos, o en términos más específicos, al apropiarte de los códigos internos el mensaje tiene poca interferencia lingüística.

A nivel personal, puedo afirmar que navegamos en un pluralismo de formas, ya que no siempre uso los códigos nacionales y en ocasiones aporto mi diferencia, ya que irá en dependencia al contexto al que me enfrente. No hablo de oportunismo, lo que quiero transmitir es que hay miles de contextos y eso origina la pluralidad. (p.e. En flacso y en la calle)

4.- ¿Considera usted que se generaría una mejor comunicación entre público extranjero y local si ellos tienen conocimientos de estos términos que conforman la jerga?

Por su puesto, el claro ejemplo son las zonas turísticas, es más, ahí en ocasiones el español como lengua no es la principal canal de comunicación, y si lo hacen es por la presencia de turistas latinos e iberos, donde la diferencia no es un problema, los intereses empresariales del turismo llevan a que en esta área se respete y elimine obstáculos para una comunicación fluida que mantenga los privilegios económicos de este sector.

Si se reprodujera este ejemplo a nivel nacional, en lo referido al respeto de la diversidad de formas de habla, es claro que se generaría una mejor comunicación entre público extranjero y local. Al ser conscientes, se genera la búsqueda de canales alternativos de interpretación.

5.- ¿Cree usted que es necesario el uso de un material distinto y a la vez atractivo para uso extranjero sobre la jerga?

Sí, un pequeño manual que ayude y promocióne el lenguaje local, su uso evitaría las malas interpretaciones y el agotamiento producto del esfuerzo entre hablantes, si esto ayuda a la fluidez creará un ambiente más propio y fácil.

Existen experiencias muy atractivas a lo largo de América Latina, los interesados en este tema crean diccionario de la lengua local, en la que se refiere específicamente a palabras autóctonas, y busca la traducción al español universal de la real academia española de la lengua. Aunque esta tarea sea muy compleja por su diversidad de uso y formas a lo interno (local, regional, y nacional).

ANEXO 4: FORMATO DE ENCUESTA EN ESPAÑOL

ENCUESTA

Tema: Material editorial impreso sobre la jerga juvenil como elemento de la identidad nacional para uso turístico.

*Realización del proyecto final de titulación.
La información que se genere en la presente encuesta
será tratada de manera confidencial y serán utilizados
única y exclusivamente para este proyecto.*

De antemano, agradezco su colaboración.



Instrucción: marque con una [X] o un [√] la respuesta escogida.

Genero: Femenino Masculino

Responda:

1) ¿Qué entiende usted por jerga?

- ~~Lenguaje particular y familiar (diferente de la lengua estándar) que forma parte de la cultura del colectivo.~~
- ~~Variedad lingüística del habla, usada con frecuencia por distintos grupos sociales~~

2) ¿Le interesaría usted conocer más sobre las palabras que forman parte de la jerga juvenil quiteña?

Si No

3) ¿Cree usted que la jerga juvenil quiteña es importante dentro de la cultura de la ciudad como identidad de la misma?

Si No

4) ¿Cree usted que debe hacerse uso de la jerga como parte de la identidad de la cultura quiteña?

Si

No

5) ¿Conoce de alguna publicación (entiéndase como libros, revistas, folletos) donde se hable sobre la jerga juvenil quiteña?

Si

No

6) ¿Cree usted que la jerga juvenil quiteña debe ser publicado en un soporte editorial con fines de impulsar un mejor entendimiento entre lugareños y extranjeros?

Si

No

7) ¿Cuál de los siguientes soportes considera el más adecuado para dar a conocer la jerga juvenil quiteña?

Libro ilustrado

Folletos

Suplemento

Revista

Otros:.....

8) ¿Cómo le gustaría que se establezca la información en la publicación ?

Más texto, menos imagen

Más imágenes, menos texto

Solo texto

Solo imágenes

Otros:.....

ANEXO 5: FORMATO DE ENCUESTA EN INGLÉS

ENCUESTA

Tema: Material editorial impreso sobre la jerga juvenil como elemento de la identidad nacional para uso turístico.

*Realización del proyecto final de titulación.
La información que se genere en la presente encuesta
será tratada de manera confidencial y serán utilizados
única y exclusivamente para este proyecto.*

De antemano, agradezco su colaboración.



Instrucción: marque con una [X] o un [√] la respuesta escogida.

Genero: Femenino Masculino

Responda:

1) ¿Qué entiende usted por jerga?

- Lenguaje particular y familiar (diferente de la lengua estándar) que forma parte de la cultura del colectivo.
- Variedad lingüística del habla, usada con frecuencia por distintos grupos sociales

2) ¿Le interesaría usted conocer más sobre las palabras que forman parte de la jerga juvenil quiteña?

Si No

3) ¿Cree usted que la jerga juvenil quiteña es importante dentro de la cultura de la ciudad como identidad de la misma?

Si No

4) ¿Cree usted que debe hacerse uso de la jerga como parte de la identidad de la cultura quiteña?

Si

No

5) ¿Conoce de alguna publicación (entiéndase como libros, revistas, folletos) donde se hable sobre la jerga juvenil quiteña?

Si

No

6) ¿Cree usted que hace falta publicar un soporte editorial acerca de la jerga juvenil quiteña con fines de impulsar un mejor entendimiento entre lugareños y extranjeros?

Si

No

7) ¿Cuál de los siguientes soportes considera el más adecuado para dar a conocer la jerga juvenil quiteña?

Libro ilustrado

Folletos

Suplemento

Revista

Otros:.....

8) ¿Cómo le gustaría que se establezca la información en la publicación ?

Más texto, menos imagen

Más imágenes, menos texto

Solo texto

Solo imágenes

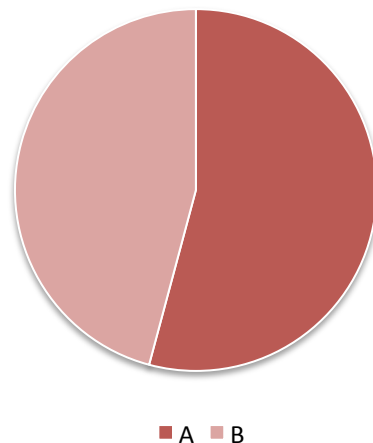
Otros:.....

ANEXO 6: TABULACIÓN DE ENCUESTAS

1) ¿Qué entiende usted por jerga? Gráfico 1

a.- Lenguaje particular y familiar (diferente de la lengua estándar) que forma parte de la cultura del colectivo.

b.- Variedad lingüística del habla, usada con frecuencia por distintos grupos sociales

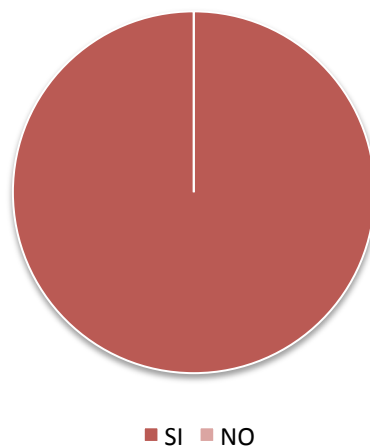


A= 52 personas ; B= 44 personas

ANÁLISIS: Mayor número de las personas que fueron encuestadas asocian la jerga con un lenguaje particular y muy familiar asociado a la cultura que usualmente es usado de forma colectiva, mientras que el resto opina que es una manera de hablar muy frecuente por distintos grupos sociales.

2) ¿Le interesaría usted conocer más sobre las palabras que forman parte de la jerga juvenil quiteña? Gráfico 2

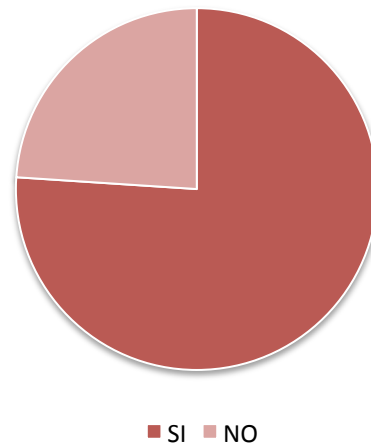
Si No



ANÁLISIS: Todas las personas que fueron encuestadas muestran interés por conocer mas sobre la jerga juvenil quiteña ya que les parece importante entender el verdadero significado de muchas palabras que se usan dentro del colectivo urbano.

3) ¿Cree usted que la jerga juvenil quiteña es importante dentro de la cultura de la ciudad como identidad de la misma? Gráfico 3

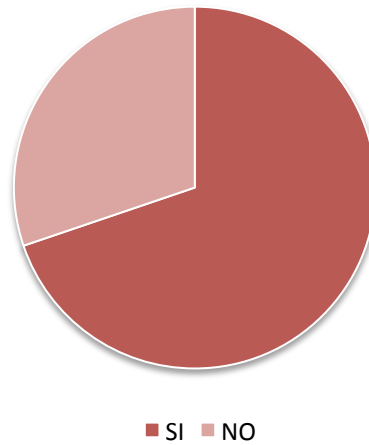
Si No



ANÁLISIS: Mas de la mitad de los encuestados piensa que la jerga es parte de la cultura quiteña y que es importante para la identidad de nuestra ciudad, mientras que el porcentaje que resta piensa que la jerga no aporta culturalmente para nuestra ciudad.

4) ¿Cree usted que se debería hacer uso de la jerga como parte de la identidad de la cultura quiteña? Gráfico 4

Si No

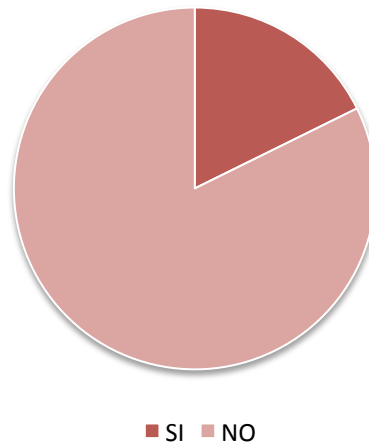


SI= 67 personas; NO= 29 personas

ANÁLISIS: La mayoría piensa que manifestarnos de manera diferente y original hace que resaltemos como cultura quiteña es por eso que creen que usar jergas nos brinda una identidad cultural más sólida.

5) ¿Conoce de alguna publicación (entiéndase como libros, revistas, folletos) donde se hable sobre la jerga juvenil quiteña? Gráfico 5

Si No

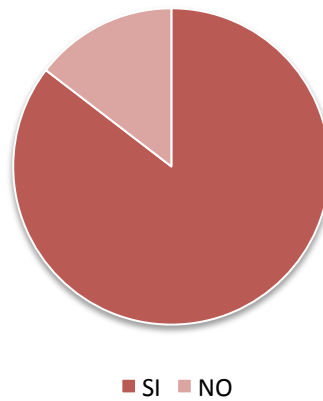


SI= 17 personas; NO= 79 personas

ANÁLISIS: Más del 80% de las personas encuestadas no conocen de ninguna publicación donde se hable de jerga juvenil quiteña, y el resto que conoce de alguna publicación solo ha leído pequeños reportajes en algunos medios impresos.

6) ¿Cree usted que la jerga juvenil quiteña debe ser publicado en un soporte editorial con fines de impulsar un mejor entendimiento entre lugareños y extranjeros? Gráfico 6

Si No

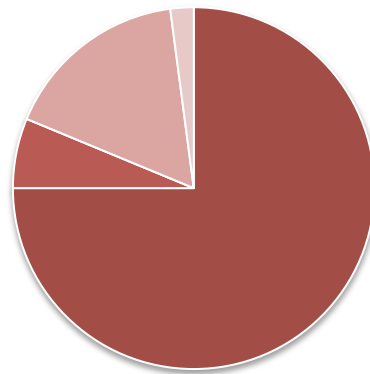


SI= 82 personas; NO= 14 personas

ANÁLISIS: El 85% de los quiteños piensa que sería bueno que exista un soporte editorial que impulse al entendimiento de estas jergas populares, creen que ayudaría a los extranjeros y lugareños a familiarizarse más con la cultura quiteña.

7) ¿Cuál de los siguientes soportes considera el más adecuado para dar a conocer la jerga juvenil quiteña? Gráfico 7

Libro ilustrado	<input type="checkbox"/>	Folletos	<input type="checkbox"/>
Suplemento	<input type="checkbox"/>	Revista	<input type="checkbox"/>



■ Libro ilustrado ■ Folletos ■ Suplemento ■ Revista ■ Otros

Otros:.....

Libro ilustrado= 72 personas; Folletos=6; Suplemento= 0 personas;

Revistas= 16 personas; Otros= 2 personas

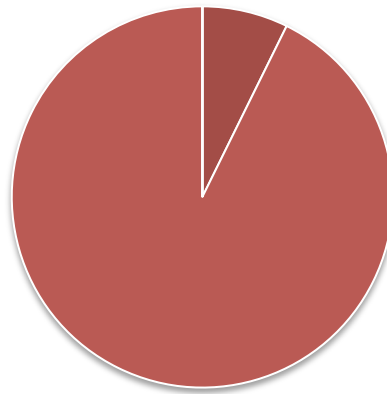
ANÁLISIS: Según la investigación realizada, el soporte más apto para dar a conocer la jerga juvenil quiteña, es un libro ilustrado ya que las personas creen que es una manera mas dinámica de mostrar el contenido del producto final.

8) ¿Cómo le gustaría que se establezca la información en la publicación? Gráfico 8

Más texto, menos imagen Más imágenes, menos texto

Solo texto Solo imágenes

Otros:.....



■ Más texto, menos imagen ■ Más imagen, menos texto ■ Solo texto
■ Solo imagen ■ Otros

Más texto, menos imagen= 7 personas; Más imagen, menos texto= 89 personas; Solo texto= 0; Solo imagen= 0 personas; Otros= 0 personas

ANÁLISIS: La mayoría de personas opina que se debería resaltar mas la ilustración que el texto, de manera que sea mas amigable y de fácil entendimiento.