



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

**TEMA: DISEÑO DE UN PRODUCTO EDITORIAL DIGITAL SOBRE LA RUTA DE
LAS IGLESIAS DE QUITO**

AUTOR/ A: JUAN FRANCISCO JACHO PILLALAZA

**TUTOR/ A: Phd. Elfio Pérez
TOTOR TÉCNICO: Mg. Darío Arboleda.**

AÑO: 2016

Dedicatoria

El presente documento va dedicado a mi padre a sus consejos, su apoyo incondicional, su lucha por sacarme adelante, hacer que nada me falte. A mi abuela Beatriz Barrera por infaltable dedicación hacia mi persona. A Yolanda Barrera y Rodolfo Pillalaza, pilares importantes en mi niñez, tíos muchas gracias.

Dedicado a Dios. En especial para el ser que me ilumina día a día, a la persona que fué, es y será siempre un pilar muy importante en mi vida, a quien le debo tanto. Mi madre amada, gracias a sus bendiciones, su valentía, esfuerzo, lucha constante por sacarme a delante, a enseñarme a sobrellevar adversidades y siempre estar con la cabeza en alto. Gracias a los valores inculcados a lo largo he logrado culminar una de tantas metas. A la promesa que realizamos días antes de su partida, a su anhelo de ver a su hijo ser un profesional.

Esto va dedicado a ti señora mía Silvia Esther Pillalaza Condor.

Agradecimiento

Mediante este escrito quiero agradecer a Dios por darme sabiduría, madurez y fuerza para nunca decaer y tener mi meta clara. A mis padres por darme lo mas valioso que se le puede regalar a un hijo, la educación. A los profesores, quienes supieron guiarme profesionalmente. A la Universidad Israel por su acogida durante estos años. A todos los que de alguna u otra forma colaboraron con mi persona para lograr esta importante meta.

FACULTAD DE DISEÑO

CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo Juan Francisco Jacho Pillalaza, en calidad de egresado de la Universidad Tecnológica Israel, doy fé de ser el único autor del trabajo de titulación “Diseño de un producto editorial digital sobre las rutas de las iglesias de Quito”, requisito previo para la obtención de la Ingeniería en Diseño Gráfico Empresarial.

Quito, Octubre del 2016

AUTOR

Juan Francisco Jacho Pillalaza
CI: 1719650259

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

FACULTAD DE DISEÑO

CARRERA INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

APROBACIÓN DEL TUTOR

Certificado de Aprobación del Tutor

En la calidad de tutor , certifico que el señor Juan Francisco Jacho Pillalaza, ha desarrollado el trabajo de titulación “Diseño de un producto editorial digital sobre las rutas de las iglesias de Quito”, rigiéndose bajo los parámetros metodológicos, técnicos e institucionales; por lo que procedo a la autorización del mencionado egresado y este pueda ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado, y pueda proceder a la respectiva exposición del mismo.

Quito, Octubre del 2016

TUTOR

Phd. Elfio Pérez

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo contiene la elaboración de un producto editorial digital sobre la ruta de las iglesias, ubicadas exactamente en el Centro Histórico de la ciudad de Quito en la provincia de Pichincha.

En este sector existe gran cantidad de turistas, tanto nacionales como extranjeros que visitan a diario las iglesias del Centro Histórico por su arquitectura, cuadros, esculturas; pero no poseen una información instantánea de cada una de ellas.

La ruta de las iglesias empieza desde la Basílica y termina en la Iglesia de San Blas ubicada en la avenida 10 de agosto. El producto editorial digital, se caracteriza por poseer dicha ruta de las diferentes iglesias con el contenido:

- Interactivo
- Informativo
- Cultural
- Fotografías
- Esculturas
- Mapas

Con tan solo descargar en su dispositivo móvil la revista digital se podrá disfrutar de las iglesias, estén o no estén dentro de ellas en la comodidad de su hogar o en cualquier lugar que se encuentre el usuario.

Con el producto editorial digital planteado en las iglesias del Centro Histórico de Quito, se proyectará a convertirse en futuro en una herramienta informativa útil para turistas, estudiantes o guías turísticos; agregando posteriormente mayor contenido informativo e interactivo.

Y de esta manera permitir incrementar, fomentar el turismo. Tener conocimiento de los grandes riquezas culturales y artísticas que se encuentran dentro de las diferentes iglesias de este sector.

SUMARY

The present work contains the elaboration of a digital editorial product about churches route located exactly on historic center of Quito's city in Pichincha province.

In this place there are a lot of tourists that visit dialy the churches of historic center due to its architecture, paintings and sculptures, but they do not have instantaneous information of each one of them.

The churches route begin from La Basilica and finish in San Blas church located on 10 de Agosto avenue. The digital editorial product is characterized to own its route in differents churches with the content:

- Interactive
- Informative
- Cultural
- Photographs
- Sculptures
- Maps

Just download in your movil device the digital magazine you can enjoy about churches whether or not they inside them in the confort of your home or anywhere the user is.

With the digital editorial product proposed in the churches of historic center of Quito, it will Project to become in a informative tool the future useful for tourists, students or tour guides adding later more informative and interactive content.

And in this way it lets to increase, promote tourism. To have knowledge about big cultural and artistic riches that located inside different churches in this place.

ÍNDICE

I: INTRODUCCIÓN	1
PROBLEMA	3
OBJETIVOS	3
II.- FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO METODOLÓGICA	3
ANTECEDENTES	3
CONCEPTUALIZACIÓN	5
METODOLOGÍA	11
III.- PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	21
TABLA DE RESULTADOS DE VALIDACIÓN.....	38
CONCLUSIONES	40
RECOMENDACIONES	41
BIBLIOGRAFÍA	42

I.- INTRODUCCIÓN

Partiendo de que la función del diseño gráfico es transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas que llegan al público por medio de diferentes soportes ya sean digitales o impresos se escogió el tema del presente proyecto que se refiere a la creación de una aplicación para identificar las distintas iglesias que existen en el Centro Histórico de la ciudad de Quito – Ecuador. A esta ruta se la denominó “ruta de las iglesias”.

El Centro Histórico de Quito posee una arquitectura construida desde el siglo XVI, construidas en parte con material volcánico edificios republicanos, monasterios, conventos, iglesias. Tienen una estética barroca y gótica y es el hogar de museos llenos de la representación de su historia.

Ahí se encuentran las más bellas iglesias, entre las más populares, la iglesia y plaza de la Merced es un ejemplo perfecto de la estética barroca y gótica que abarca la ciudad. Otras iglesias son: La Iglesia de La Compañía de Jesús, la Iglesia y Plaza de San Agustín. La Iglesia de la Catedral fue construida en el siglo XVI, posee una variedad de piezas artísticas en su interior, una de ellas es el coro catedralicio realizado por Manuel Caspicara además posee esculturas y obras de Manuel de Samaniego, Bernardo Rodríguez, Miguel de Santiago y Bernardo de Legarda. Aquí descansan los restos del Mariscal de Ayacucho, Antonio José de Sucre, y los de algunos presidentes del país.

La Iglesia de San Francisco, la más antigua de todas, se empezó a construir a poco tiempo de la fundación de Quito. Tiene en su interior la escultura de la Virgen Alada de Quito, de Bernardo de Legarda.

La Compañía de Jesús es considerada la iglesia más importante del Quito colonial, su construcción tardó 163 años, resistió dos terremotos y un incendio. En su fachada resalta el barroco americano y su interior contiene siete toneladas de pan de oro que cubren cada centímetro de sus paredes y tumbado.

Para el siglo XVI, la iglesia de Santo Domingo es una de las edificaciones religiosas más importantes de la ciudad. Se destaca en su interior la capilla del Rosario. La iglesia de el Sagrario fue construida en los siglos XVII y XVII con un estilo renacentista italiano donde destaca en su interior la mampara, obra de Legarda y una de las expresiones más ricas del barroco quiteño.

Existe información de ciertas iglesias en productos impresos como flayers, infogramas, pequeños documentales que dan a notar las características de ciertas iglesias y por información de guías, pero en sí una información compilada de un solo

producto ya sea impreso o digital, no se encuentra en el mercado. Ya que no se evidencia una información instantánea de estos sitios, se tomó en cuenta realizar un producto digital que facilitará la información a los turistas tanto nacionales como internacionales, los cuales podrán descargar y disfrutar de la revista digital en sus celulares o tablets con una conexión wifi o con el uso de datos móviles. Cada una de las iglesias tiene su propia historia, diferentes rasgos arquitectónicos, diferentes rasgos culturales que se combina el catolicismo y las creencias indígenas; poseen pinturas, esculturas realizadas por diferentes artistas coloniales.

Por lo que una revista digital es una buena opción para documentar y recopilar esta amplia información. Se pensó en realizar una revista digital con el interés de resaltar el valor cultural que posee Quito con sus iglesias, también para dar a conocer tanto nacional como internacionalmente este patrimonio de los ecuatorianos. El internet y los dispositivos móviles son la manera más rápida y eficiente de llegar a las personas dando a conocer este producto.

Se realizó encuestas para el correspondiente diagnóstico del producto digital. Las encuestas se las realizaron a personas naturales en la ciudad de Quito.

Para llegar a un producto final y que sea de interés, como Diseñador Gráfico se busca transmitir las ideas de una forma clara, directa y entendible hacia los destinatarios por medio de elementos y estructuras gráficas, sirvió como objetivos planteados, la identificación de las iglesias que se tomó en cuenta para este proyecto, la investigación y compilación de los diferentes elementos que se encuentran dentro de las iglesias, su historia y ubicación; fueron muy importantes para que el producto final de este proyecto sea del agrado de las personas.

Obtenidos todos estos elementos de investigación y su compilación se inició el producto final en diferentes softwares y posteriormente la publicación del producto digital para su correspondiente validación.

TEMA:

Diseño de un producto editorial digital sobre la ruta de las iglesias de Quito.

PROBLEMA:

Los turistas nacionales y extranjeros que visitan el centro histórico de Quito desconocen o no reciben una información efectiva e inmediata sobre una ruta de iglesias para poder guiarse.

OBJETIVOS**- Objetivo General**

Diseñar un producto editorial digital para dispositivos móviles que contenga la información sobre la ruta de las iglesias en la ciudad de Quito.

- Objetivos Específicos

- Identificar las iglesias que serán incluidas en el producto.
- Identificar los diferentes elementos que se encuentran dentro de las iglesias, su historia y ubicación.
- Diseñar la información en un producto editorial digital acerca de las rutas de las iglesias del centro histórico de Quito, su localidad e información disponible.
- Valorar mediante criterio de especialistas la propuesta.

II.- FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO METODOLÓGICA**ANTECEDENTES**

Los productos digitales se han desarrollado e intervenido en la información y comunicación que están disponibles en la actualidad, y más aun con las nuevas tecnologías que están a la mano del ser humano.

Una de las ventajas de tener un producto digital es el ahorro de costo, ya sea desde su creación y desarrollo hasta el lanzamiento y comunicación debido a que el internet facilita su divulgación y por ende sus costos. También la rentabilidad que da un producto digital es importante porque queda disponible en internet.

Algunos ejemplos de productos digitales son los libros electrónicos o Ebook, audio libros o videocursos que tienen una temática en específico, tienen como objetivo resolver la falta de conocimiento y solucionar un problema específico.

Para poner en desarrollo un producto digital se tomó en cuenta los distintos tipos de plataformas que existen, todos cuentan distintas ventajas:

- Ebook
- Audio book
- Webinario
- Tutoriales
- Cursos online
- Blog

(B. Marta, 2013)

Para este proyecto se mencionó al producto digital llamado Ebook. Se trata de un libro en formato digital, el número de páginas está a gusto del autor al igual que el contenido. Se pueden visualizar en cualquier dispositivo digital ya sea este un ipad, teléfonos móviles, ordenadores o lectores de libros electrónicos.

El Ebook o libro electrónico empieza a tomar fuerza con el proyecto Gutemberg que trataba de editar los libros en computadoras; empieza a tomar fuerza a finales de la década de los 70 y principios de los 80.

Surge el **proyecto Gutemberg** de digitalización de libros. (Román Salazar, 2011).

En esa época el principal problema era leer los libros digitales, ya que los monitores no tenían una buena calidad y resolución. Gracias a las mejoras de las pantallas los ebook tuvieron popularidad y se podía distribuir por mail, páginas web; por lo que en los 90 la gente empezó a utilizar este medio digital y dejó atrás el medio impreso, el 1995 la empresa Amazon comienza a vender libros electrónicos.

Para el 2000 se desarrollaron tecnologías para que la lectura electrónica sea más cómoda e inventan en el 2002 la “tinta electrónica” que trata de una tinta que no cansa la vista, consume poca energía, permite hacer dispositivos finos y de poco peso.

El ebook o libro electrónico se crea en el siglo XXI y cuenta con un gran prestigio en sistemas como la educación. Puede ser leído y oído a través de un dispositivo capaz de ello. El coste de un ebook es inferior al de un libro impreso, es un método eficaz para ahorrar espacio y tinta. (Menéndez, 2012).

En los años 2006-2007 las empresas Sony, Amazon y Papyre lanzan al mercado sus ereaders que tenían como novedad la tinta electrónica.

“Los e-reader forman parte de nuestro día a día; casi ya como los teléfonos móviles.” (Menéndez, 2012).

Con la salida de las tablet al mercado en el 2010 surge un nuevo nombre que es el e-reader el cual Apple perfecciona la posibilidad de leer de una forma mucho más cómoda con su tablet.

CONCEPTUALIZACIÓN

Se elaboró bajo los siguientes conceptos.

Semiótica

La semiótica fue necesaria para comprender el significado y significante, lo que implica una serie de códigos, signos, símbolos, mensajes para transmitir ideas y desarrollar un proceso de información y comunicación.

Saussure fue el primero que habló de la semiología y la define como: una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social; añade inmediatamente: Ella nos enseñará que con los signos y cuales son las leyes que lo gobiernan... (Gonzalez, 2003).

Resulta importante dentro del análisis de comunicación visual la forma en que el ser humano se desenvuelve ante los distintos fenómenos que se presentan y el significado que se da a los sucesos diarios. Representa el complemento diario a la hora de diseñar por tener estructuras significativas de los lenguajes visuales.

“La moda, las costumbres, los espectáculos, los ritos y ceremonias, los objetos de uso cotidiano... el concepto de signo y sus implicaciones filosóficas, la naturaleza y clases de signos, el análisis de códigos completos, son objeto de estudio de la semiótica o semiología” (Gonzalez, 2003).

Para que los perceptores participen en el acto comunicativo, tengan una información correcta y sea fácil entender el mensaje se requiere de los signos; con la introducción de formas o una serie de estructuras que generan sensaciones para la mente la cual se la conoce como leyes de Gestalt.

La semiótica se aplica al diseño en la manera de proyectar lo pensado para plasmarlo en alguna propuesta gráfica o un producto. Por tanto se ocupa en los diferentes contextos en lo que implica la cultura y la comunicación; por lo que intervienen signos en el comportamiento del individuo e interpretaciones que dan significados, formaciones de una identidad y un sistema común entre integrantes.

Retórica de la Imagen

Implica una comprensión ideológica de los mensajes según lo plantea Ricupero en su libro “Diseño Gráfico en el aula”:

“...Toda imagen está cargada de contenido retórico, en mayor o menor grado, y por eso la sociedad crea maneras de anclar ese entramado de significados, tanto controlando el contexto como la situación de lectura o el grupo de receptores al que nos dirigimos, ya que a la propia intención en la comunicación se suma la subjetividad del receptor” (Ricupero, 2007).

Se puede diferenciar figuras retóricas que están relacionadas con la parte abstracta del mensaje, es decir, que comprenden de un análisis ideológico que depende del contexto donde se encuentre el individuo.

El diseño gráfico optimiza la información para evitar la saturación de espacios con algo poco funcional.

“Gyorgy Kepes dice que los colores, 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 sentidos; éstos son, a su vez, análogos de pensamientos e ideas” (Gonzalez, 2003).

La generación de ideas y pensamientos se debe a la percepción de todo lo que se encuentra en el mundo, manteniendo un contexto cultural donde existe un significado y un significante.

Diseño Editorial

Pertenece a una rama del diseño gráfico, trata de la elaboración, distribución y publicación de productos como revistas, libros, periódicos, entre otros.

Los elementos de mayor importancia dentro de un trabajo editorial son:

- **Texto:** Se puede encontrar titulares, subtítulos, bloques de texto, pie de foto, pie de página, de acuerdo al tema.
- **Titulares:** Son los que nombran al artículos o a cada tema.
- **Pié de foto:** Aparece en la parte inferior de una imagen fotográfica, aportando información sobre la imagen.
- **Bloque de texto:** También llamado cuerpo de texto, el cual posee toda la información de los artículos sobre la imagen.

Se continuó con el desarrollo de investigación obteniendo conceptos, características y elementos de la tipografía y a su vez de la retícula. Es importante dentro de la construcción de mensaje visuales, libros, revistas o publicaciones.

Tipografía

Se utiliza en cualquier composición, herramienta fundamental de un libro, o revista. Se puede utilizar con el fin de transmitir o comunicar un mensaje.

Dentro de la amplia clasificación tipográfica ofrecida por Alex Brown en su libro *Autoedición Texto y Tipografía en la edición electrónica*, en donde encontramos tipografías:

- **Palo Seco o Sans-Serif:** No tienen ninguna terminación, no son adecuadas para un texto largo ya que la lectura resulta incómoda pues se identifica este tipo de letras como una secuencia de palos verticales.
- **Serifas o Remates:** Poseen pequeños rasgos que se encuentran en las terminaciones de los trazos verticales o diagonales de las letras. Facilita la lectura, crean una línea horizontal por la que se desplaza la vista a leer.

Es necesario establecer los siguientes puntos para una mejor elección de una tipografía y lograr mejores resultados.

- **La Forma:** Si se quiere una buena legibilidad en el texto, se necesita tipografías carentes de complejidad innecesaria, y que sea lo más simple posible. Así se fija la atención a lo que se está leyendo.
- **El peso:** Mantiene una relación entre el negro que emite la forma y la luz que entra entre las letras que en este caso es el blanco de la página.
- **El Contraste:** Es la diferencia del grosor entre los trazos más gruesos con los más delgados, estos son verticales y horizontales.
- **Altura:** Muestra de qué tamaño es el cuerpo legible a la letra. Pueden ser ascendentes, descendentes o largas.

Retícula

Ayuda a organizar y ubicar un texto, imágenes y otros elementos de una forma correcta; se logra resolver problemas visuales, tiene beneficios como por ejemplo da mayor claridad, eficiencia y continuidad en el caso de un producto editorial a la vez facilita la lectura del lector.

“Facilitan y simplifican el proceso creativo; aporta mayor coherencia. Permiten que el diseñador organice efectivamente los elementos de una página, la retícula aporta orden y estructura a los diseños” (Harris, 2008).

Como se menciona las retículas dan una mejor presentación al trabajo o al producto editorial, posee un orden y estructura, aporta armonía que le permite el lector encontrar los elementos fácilmente.

Puede crearse a partir de relaciones de proporcionalidad. Para obtener proporciones que dividan a una página se puede utilizar la serie numérica de Fibonacci. Es una serie numérica en la que cada número es la suma de los dos precedentes; o el diseño de Karl Gerstner. Que es una retícula modular flexible con divisiones en columnas, lo que permite producir con rapidez distintas estructuras. Pueden dividirse en distintas unidades o módulos. La retícula puede estructurarse en columnas de 3x18, 4x13, 5x10, 6x8. (Harris, 2008).

Estas estructuras que sirven para obtener proporciones hacen que la retícula sea estructurada de una forma coherente y precisa a la vez que se identifican las zonas áureas que llamarán la atención del lector, es importante identificar estos puntos de atracción para poder ubicar los elementos que marquen el estilo del producto para crear un equilibrio estéticamente agradable.

Tipos de Retículas

- Retícula Simétrica
- Retícula Asimétrica
- Retícula Modular:
 - Retícula Modular Simétrica
 - Retícula Modular Simétrica
- Retícula Compuesta:
 - Guías de Columnas
 - Retícula de Imagen
 - Línea Base

Tenemos muchas opciones a la hora de realizar composiciones, organizando el texto encontramos algunos tipos de retículas que va en directa proporción a la flexibilidad del diseño y a la combinación que se quiera lograr. Esto se puede utilizar en imágenes, información compleja o grandes cantidades de bloques de texto.

Anatomía de una Página

Las páginas se estructuran de varias partes, cada una tiene una función y es importante identificar cual son estas partes para ubicar correctamente los elementos a la hora de crear un producto editorial.

La anatomía de una página está compuesta por:

- Margen exterior: Ayuda a enmarcar la presentación del texto de un diseño.

- Medianil: Es el margen que se encuentra en el centro de una doble página. También es el espacio del texto entre dos columnas.
- Módulos de imagen: Son espacios que se encuentran en la retícula, sirve para situar elementos de ilustración
- Línea base: Es una estructura básica, sirve de guía para situar el texto y otros elementos en un diseño.
- Columna: Ayuda a que el texto sea más legible.
- Margen inferior: Está más cerca del centro de la doble página (medianil).

(Harris, 2008).

Formas de una Página

Los elementos como son el texto e imágenes se los trata como figuras para crear un diseño eficaz para poder captar la atención del lector. Existen distintas composiciones las cuales son atractivas a la vista. Entre las más comunes tenemos:

- Agrupación: Separa los bloques en distintas zonas de la página.
- Perímetro: Puede ser utilizado para dar movimiento a una pieza.
- Horizontal: Se logra dividiendo una retícula en secciones o módulos.
- Vertical: Dirige la vista de arriba y debajo de la página.
- Apaisado: se utiliza para presentar datos tabulados.
- Angular: Se presentan inclinadas, puede utilizarse en ángulos de 45°, 30° o 60°.
- Orientación axial: Están alineados respecto a un eje.
- Paspartú: la imagen domina el espacio de la página con un borde exterior.

(Harris, 2008).

Estas estructuras, composiciones son de gran ayuda a la hora de elaborar un producto multimedia el cual permite la interacción de texto e imágenes para lo cual se abordará a continuación.

Multimedia

El término se utiliza para referirse a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión digitales para presentar o comunicar información. Los medios pueden ser variados, desde texto e imágenes hasta animación, sonido, video, entre otros.

“ La multimedia se encuentra en el punto medio entre los medios editoriales tradicionales (texto, gráficos, fotografías) y el medio audiovisual (animaciones, sonido y video) dado que emplea ambos de forma entrelazada. Es pues un medio capaz de integrar texto, imágenes (estáticas o dinámicas), sonidos y voz dentro de un entorno único.” (Ulizarna, 2009).

Cuando se combina adecuadamente aun programa multimedia, un documento o una presentación, los medios se mejoran notablemente y llaman mayoritariamente la atención , la comprensión y el aprendizaje que emite; ya que se acercará más a la manera habitual en que los seres humanos nos comunicamos, cuando empleamos varios sentidos para comprender un mismo objeto para informarnos sobre él.

“ La información multimedia incorpora ciertas cualidades ausentes en otras formas menos complejas de composición informativa ” (Salaverría, 2005).

Según Salaverría los elementos multimedia son:

Texto: Sirve para mostrar títulos, menús, sistemas de navegación, información a nivel de conceptos generales y ayudas sobre el manejo del material.

“Gran número de informaciones multimedia tienen al texto como uno de los elementos informativos protagonistas. La información que se presenta en el texto debe ser sintética, clara y expresada de forma directa.” (Salaverría, 2005).

El usuario puede tener una información completa y detallada sobre un asunto determinado. En la elaboración de los títulos, menús botones. Se debe usar una información textual en la pantalla, tratando de buscar el equilibrio: muy poco texto requiere de muchos cambios de página para expresar ideas o conceptos mientras que demasiado texto hace que la pantalla se sobrecargue haciendo agotadora su lectura y poco motivante.

Animación: La animación puede ser bidimensional es decir la animación tiene movimientos únicamente horizontales, hacia delante y atrás, verticales hacia arriba y hacia abajo; o tridimensional que tiene un nivel de calidad y detalle, pueden moverse más cerca o más lejos de la persona que mira la animación.

Fotografía

La fotografía no tiene un concepto definido, debido a que tiene múltiples usos por ejemplo en periódicos, para publicidad, retratos; por lo que su significado varía mientras cambia de contexto en el que se encuentre.

“La fotografía cambia constantemente y resulta difícil de definir. Su naturaleza discursiva y, en cierta medida, ha confundido a muchos usos, todos ellos muy variados.” (Bright. 2005).

Según Freeman (2014). Existen 6 características que determinan a una fotografía:

Una buena composición o composición inteligente se transmite con lo que quiero transmitir, diferenciar entre un error de enfoque y errar por ignorancia y saber el cuando de desenfocar para lograr un efecto determinado, saber lo que se está haciendo genera una buena fotografía.

Provocar una reacción o llamar la atención se consigue con una fotografía estimulante, que invite a mirarla y generar interés. Pero esto no quiere decir que se generen imágenes calculadas, al contrario deben ser imágenes no obvias, que sean naturales no calculadas.

Tiene que ver también con la historia que se quiera contar, protagonistas que se encuentren.

Colocar información en las fotografías permite organizar una composición, tener distintos planos expresivos.

Tener un contexto cultural en una fotografía enriquece la imagen, ya que se puede explicar historias, personajes, objetos en tu alrededor.

Una buena fotografía debe contener una buena idea, esto no quiere decir que toda fotografía es de reflexión sobre algún tema. Puede ser también una fotografía en la que muestra la realidad, la idea es transmitir algo. Tener un concepto original, tener ideas claras y poder transmitirlos.

METODOLOGÍA

La investigación fue de tipo descriptivo. Describe rasgos sobre las distintas iglesias que se tomaron en cuenta y los objetos que hay en cada una de ellas.

Es, además, una investigación documental porque se compiló la información sobre los elementos que se encuentran dentro de las iglesias como son esculturas, pinturas, arquitectura e historia.

Los métodos teóricos empleados son: histórico – Lógico y el deductivo e inductivo. El proyecto se aplica a la historia, lo que ayudó a establecer relaciones existentes entre las diferentes iglesias que se tomaron en cuenta. Con este método se establecen hechos, dependencias históricas y se puede extraer conclusiones sobre hechos del pasado que expliquen vínculos con hechos del estado actual.

De igual manera se usó el método analítico – sintético, considerando que este método descompone al objeto de estudio en cada una de sus partes y así poder estudiarlo de una manera individual.

TÉCNICAS: LA ENCUESTA

La encuesta es una técnica utilizado en la investigación, permite obtener una amplia información a través de preguntas estructuradas en un cuestionario.

Las preguntas de una encuesta se dirigen a una muestra o al total de la población estadística en estudio, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Existen varios tipos de encuestas según el medio que se utiliza para la realización de la encuesta:

- Encuestas cara a cara: Consisten en entrevistas directas y personales con cada encuestado.
- Encuestas telefónicas: Este tipo de encuesta consiste en una entrevista vía telefónica con cada encuestado.
- Encuestas por correo: Consiste en el envío de un cuestionario a los potenciales encuestados, pedirles que lo rellenen y hacer que lo devuelvan completado.
- Encuestas por Internet, encuestas online: Este tipo de encuesta consiste en colocar un cuestionario en una página web o crear una encuesta online y enviarla a los correos electrónicos. (Thompson, 2006)

Para la obtención de la información, se realizó un cuestionario para los encuestados, en un total de 6 preguntas que abordarán el tema si es factible realizar una revista digital para dispositivos móviles.

La metodología del diseño tiene por objeto aumentar el conocimiento de las cosas y dar mayor sostén al hecho creativo, y permite ampliar los puntos de vista sobre un problema dado, aumentando el conocimiento del mismo y facilitando una perspectiva creativa global hasta la resolución del problema. (Fuentes. 2005).

El diseñador debe hacer uso de una metodología para la creación de sus mensajes visuales y así captar la atención de la gente por lo tanto es importante conocer, comprender, analizar muy bien al cliente y de esa forma llenar sus expectativas.

En la encuesta se toma en cuenta el número de turistas que visita el centro histórico de Quito; 50 visitantes diarios que al mes equivale a 1500. Para la determinación de la muestra se toma en cuenta que una familia promedio consta de

4 miembros que corresponden a madre, padre e hijos. La aplicación va dirigida a las personas adultas y adolescentes, para ello se consideró tomar en cuenta la cantidad de 750 turistas.

(Fuente: Agencia Pública de Noticias de Quito, 2014)

TURISTAS QUE FRECUENTAN EL CENTRO HISTÓRICO	PORCENTAJE DE TURISTAS ACTIVOS	TOTAL
1500 turistas	50%	750 posibles consumidores

VARIABLE	SIGNIFICADO
N	Población
e	Error
p	Probabilidad de ocurrencia
q	Probabilidad de no ocurrencia
Z	Nivel de confianza

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(750)}{(750)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

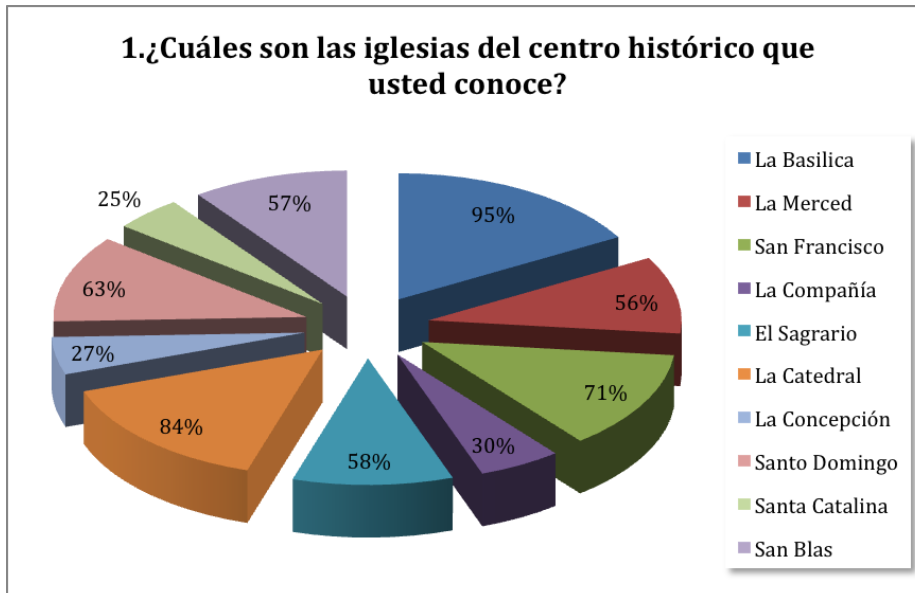
$$n = \frac{720.30}{2.8351}$$

$$n = 254.03$$

Encuestas a realizar: 254

Tabulación

Pregunta N° 1

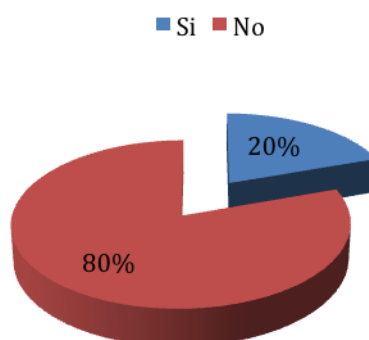


Opciones	Respuestas	vPorcentaje
Basílica	241	95%
La Merced	142	56%
San Francisco	181	71%
La Compañía	76	30%
El Sagrario	147	58%
La Catedral	213	84%
La Concepción	69	27%
Santo Domingo	160	63%
Santa Catalina	63	25%
San Blas	144	57%
Total	254	100%

Tras analizar las encuestas, en esta pregunta de opción múltiple, se determinó que los turistas encuestados tienen mayor conocimiento de las siguientes iglesias: La basílica 95% de un total de 254 encuestados, La Catedral 84%, San Francisco 71%, Santo Domingo 63%, El Sagrario 58%, San Blas 57%, La Merced 56%. Estas iglesias se tomarán en cuenta para el producto a realizarse.

Pregunta N° 2

2. ¿Se siente a gusto con la información brindada con respecto a las iglesias del centro histórico?



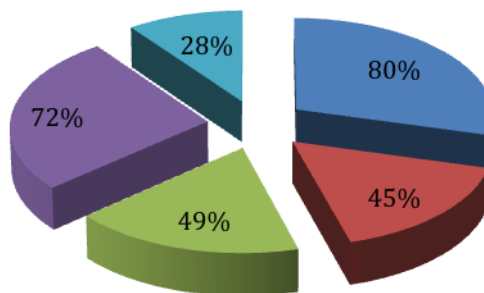
opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	50	20%
No	204	80%
Total	254	100%

El 80% de los turistas encuestados en el centro histórico no se sienten a gusto con la información brindada, esto requiere recurrir a otros medios de información sobre las iglesias del centro histórico.

Pregunta N° 3

3. ¿Qué le motiva más a la hora de visitar las iglesias del centro histórico?

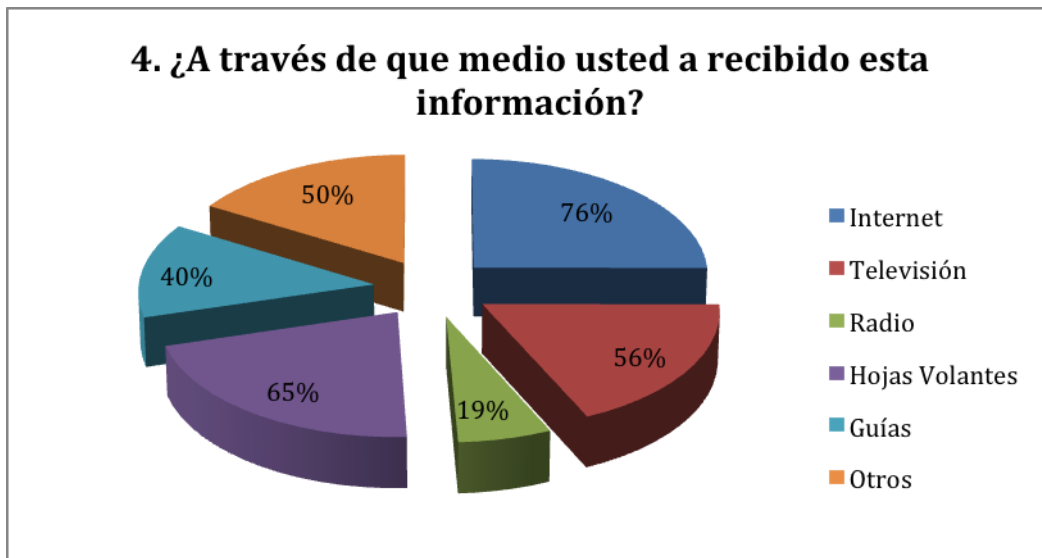
■ Su arquitectura ■ Sus esculturas ■ Sus pinturas ■ Su Historia ■ otras



opciones	Respuestas	Porcentaje
Su arquitectura	203	80%
Sus esculturas	114	45%
Sus pinturas	124	49%
Su Historia	183	72%
otras	70	28%
Total	254	100%

Al momento de realizar las visitas a las iglesias los turistas se centran en su arquitectura en un 80%, esculturas 45%, pinturas 49% y por su historia 72% por lo que necesitan recibir información de cada una de estas.

Pregunta N°4

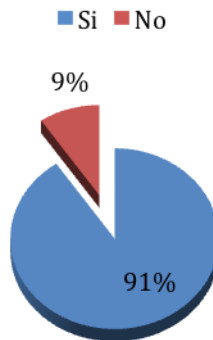


Opciones	Respuestas	Porcentaje
Internet	194	76%
Televisión	141	56%
Radio	47	19%
Hojas Volantes	164	65%
Guías	102	40%
Otros	127	50%
Total	254	100%

El 76% de los turistas encuestados en el centro histórico consideran al internet como medio de información sobre las iglesias, por lo que realizar una aplicación para dispositivos móviles es ideal para tener una información instantánea.

Pregunta N°5

5.¿Considera como una vía la utilización de aplicaciones móviles para esta información?

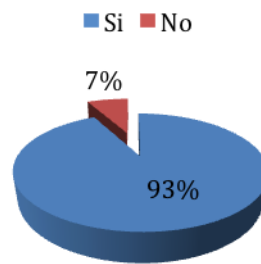


Opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	230	91%
No	24	9%
Total	254	100%

El 91% de los encuestados respondieron que si es viable la utilización de una aplicación móvil para publicar información acerca de las iglesias del centro histórico. Ya que es información instantánea y accesible para todos.

Pregunta N°6

6.¿Estaría de acuerdo en descargar una aplicación móvil gratuita que le brinde conocimiento sobre las iglesias del centro histórico?

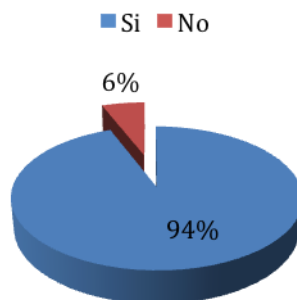


Opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	235	93%
No	19	7%
Total	254	100%

El 93% de turistas que visitan el centro histórico está de acuerdo con descargar una aplicación móvil gratuita, la cual brinde información y fotografías de las iglesias.

Pregunta N°7

7.¿Cree que la aplicación móvil le brinde beneficios a la información turística sobre la ruta de las iglesias?



Opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	239	94%
No	15	6%
Total	254	100%

El 94% de encuestados si cree que la aplicación móvil brinde beneficios a la información turística sobre la ruta de las iglesias tanto a turistas nacionales como a extranjeros.

Los resultados evidencian de las encuestas aplicadas evidencian que el problema estructurado es válido.

III.- PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Cromática

Para el producto final se utilizó los siguientes colores: negro, blanco, amarillo, marrón en dos tonalidades. Con la ayuda de la psicología del color se determinó el significado de cada uno de ellos para su utilización.



H:	31°	L:	0
S:	99%	A:	0
B:	0%	B:	0
R:	0	C:	84%
G:	0	M:	83%
B:	0	Y:	73%
		K:	80%



H:	51°	L:	88
S:	75%	A:	2
B:	96%	B:	83
R:	244	C:	0%
G:	215	M:	16%
B:	60	Y:	92%
		K:	0%



H:	31°	L:	37
S:	58%	A:	15
B:	43%	B:	30
R:	109	C:	51%
G:	79	M:	74%
B:	46	Y:	91%
		K:	21%



H:	31°	L:	100
S:	0%	A:	0
B:	100%	B:	0
R:	255	C:	0%
G:	255	M:	0%
B:	255	Y:	0%
		K:	0%



H:	38°	L:	65
S:	47%	A:	11
B:	70%	B:	37
R:	178	C:	30%
G:	148	M:	44%
B:	95	Y:	73%
		K:	0%

Los significados de cada color fueron tomados por la propuesta de: (Heller, 2015) en su libro “Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón”.

Negro:

Es el color de la elegancia, un color favorito de la juventud y diseñadores. Simboliza también prestigio, valor, poder, sofisticación, combinando con colores dorados, blanco y plata simboliza elegancia, por lo que es un color denominado individual y serio. El color negro fue elegido para la portada de la revista digital. El Negro se lo utiliza más en las siguientes áreas como son tecnología, alimentación, en vehículos, naturaleza, ropa y vivienda.

Blanco:

Es un color inocente, simboliza espiritualidad, es un color positivo, el color perfecto ya que es la suma de todos los colores de la luz. Se asocia a sentimientos, se puede decir que es el comienzo de un todo, por ejemplo es el color de la resurrección. El color blanco asociado con el oro o amarillo tienen significado de verdad, honradez. El blanco se lo utiliza más en las siguientes áreas: en líneas aéreas, se lo puede usar para artículos tecnológicos, en la vivienda, ropa, medicina, naturaleza.

Amarillo:

Es el color del optimismo, un color cálido se lo asocia a la diversión y entendimiento. Está relacionado con el sol, la luz y el oro. El amarillo junto con el blanco se muestra más radiante. Este color sereno, anima, irradia, sonríe; es el color de la amabilidad. Simboliza sabiduría, espiritualidad, belleza, de la madurez idealizado como dorado. Se lo puede combinar con negro o con blanco.

Se lo utiliza para la energía, alimentación, naturaleza, vivienda.

Se lo utilizó para la decoración de la portada y de las hojas internas, con una transparencia del 15% para no distraer la atención del lector hacia el punto de interés que es el texto y las fotografías.

Marrón:

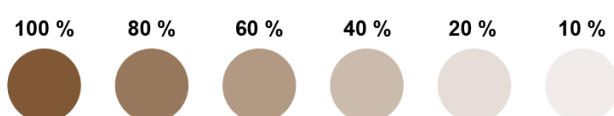
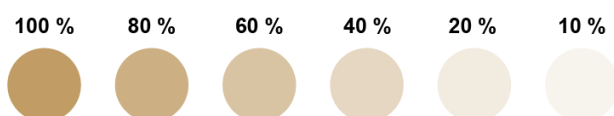
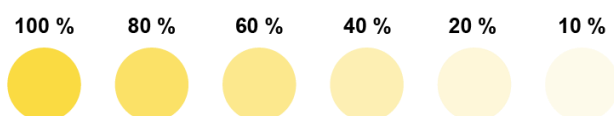
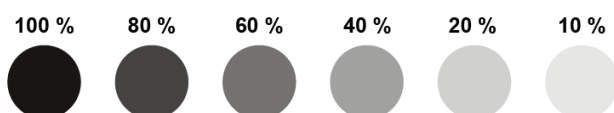
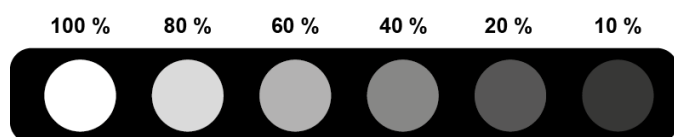
Color que connota necesidad, de materiales robustos, es corriente y anticuado. Se utilizó el marrón color tierra y un marrón sepia para la creación del logo de la revista digital.

Es el color de la tierra en todos sus matices. Tiene su propio simbolismo y sirve para todas las ocasiones. Es un color acogedor para espacios habitables y materiales rústicos como la madera, da la sensación de calidez aunque no es un color cálido. Es un color simple, corriente y honrado. Se lo utiliza en la energía, vestimenta, alimentos, en la naturaleza, productos masculinos, productos para el hogar.

Es un color neutro, es decir que se adapta a todo; por lo que se lo combinó con el fondo negro de la portada con un trazo blanco en el logo para que no se pierda con el fondo.

Gama Cromática

Da variación tonal utilizando en grafismos o trazos en distintos diseños de la aplicación, no se puede aplicar dentro del identificador o en la tipografía. La gama cromática tiene una gradación del diez, veinte, cuarenta, sesenta, ochenta por ciento de su color puro.



Imagotipo

Se creó un imagotipo para poder identificar a la revista digital y que tenga una identidad visual en las distintas plataformas de descarga que existe en los teléfonos móviles y tablets.

Se compone de un logotipo, símbolo y cromática. Establece una estabilidad perceptiva, es decir es legible y visible. Cada componente tiene su respectiva importancia expresiva frente a las demás y se lo explicará detalladamente.



ruta de las iglesias

- **Logotipo**

El logotipo ocupa una función de designar y referir a algo más explícitamente (connota y denota).

El logotipo como marca verbal connota lo simbólico como el estilo, diseño, distinción; el nombre es breve, pronunciable, recordable, creíble.

Como marca gráfica cumple con los requerimientos estructurales como son la simplicidad, normatividad y originalidad. Para su construcción se utilizó la tipografía “AMERIKA” regular, esta tipografía no fue modificada. Sus trazos tienen una relación con las iglesias al igual que sus astas, brazos, ápices que tienen forma de las columnas, cúpulas, arcos de medio punto.

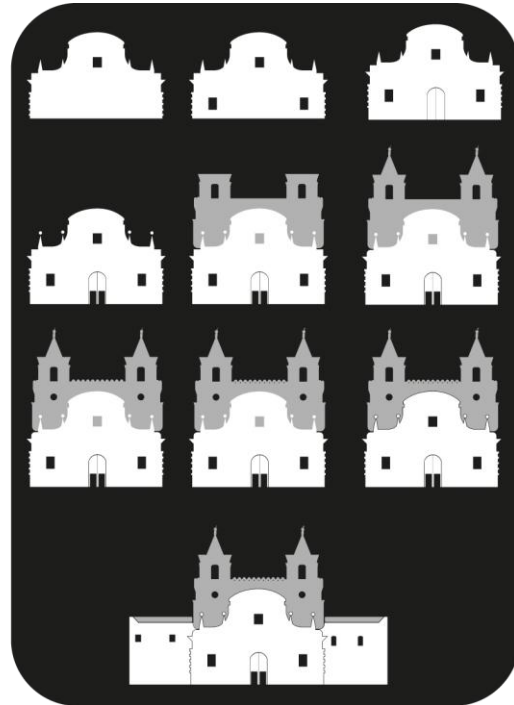
ruta de las iglesias

- **Isotipo**

El isotipo o símbolo es una abstracción gráfica de un localizador GPS con una iglesia dentro; dentro lleva la síntesis de la iglesia de San Francisco de Quito.

Es fácilmente reconocible dentro de lo simbólico, funciona en un contexto interno y externo del Ecuador. Se lo puede utilizar para diferentes diseños de aplicaciones.

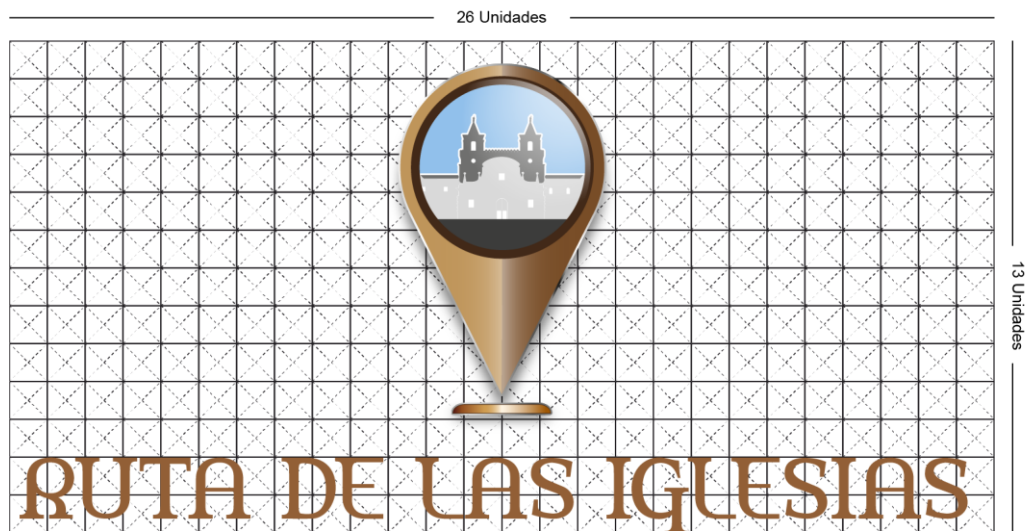
Para la síntesis de la iglesia se tomó como referencia una fotografía, en la siguiente imagen se muestra el proceso; para posteriormente tener como resultado final el isotipo:



Planimetría de la marca

Por medio del plano técnico de identificador y de sus partes es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos.

La unidad establecida dentro del plano es un cuadrado “X” (entero, medio o cuarto). El número representa las veces que la medida está en las diferentes partes que componen la retícula.



Portada

Para la elaboración de la portada se identificaron zonas áureas para ubicar el texto dentro de la mancha. Se tomó como punto de partida un color negro de fondo, se lo decoró con trazos de color amarillo con una opacidad del quince por ciento, los cuales no distraen a los puntos de interés que son el logo y los botones de las iglesias.



Maquetación de la aplicación

La aplicación móvil cuenta con un formato de un ipad, es decir una resolución de 768 x 1024 px (píxeles) en formato vertical. Se creó dos páginas maestras “A y B” con las mismas dimensiones, este margen ayuda a diferenciar el tamaño entre un móvil y una tablet.

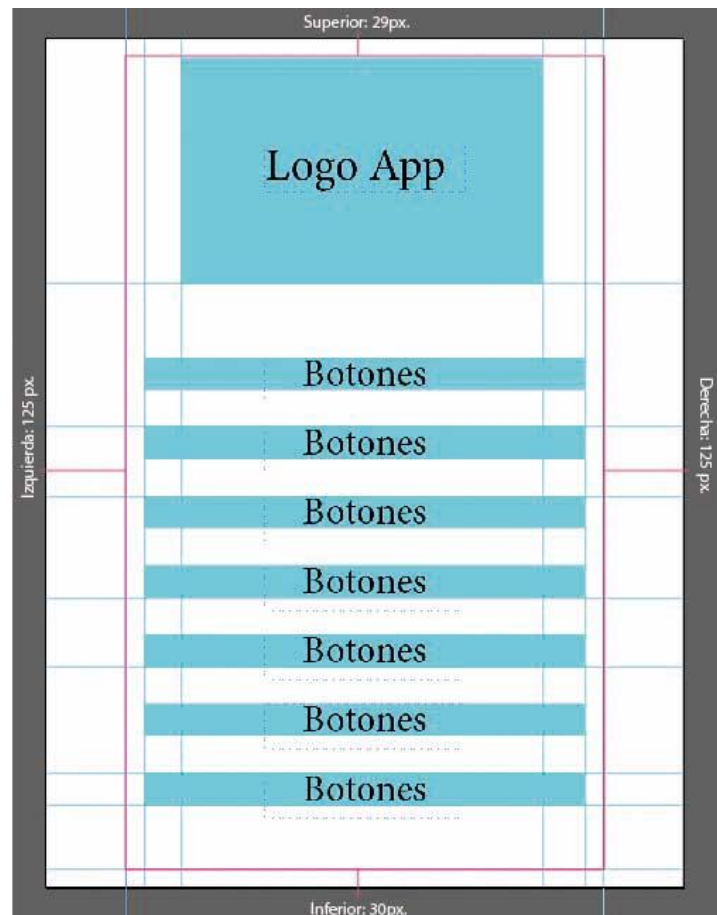
Superior: 29px.

Inferior: 30px.

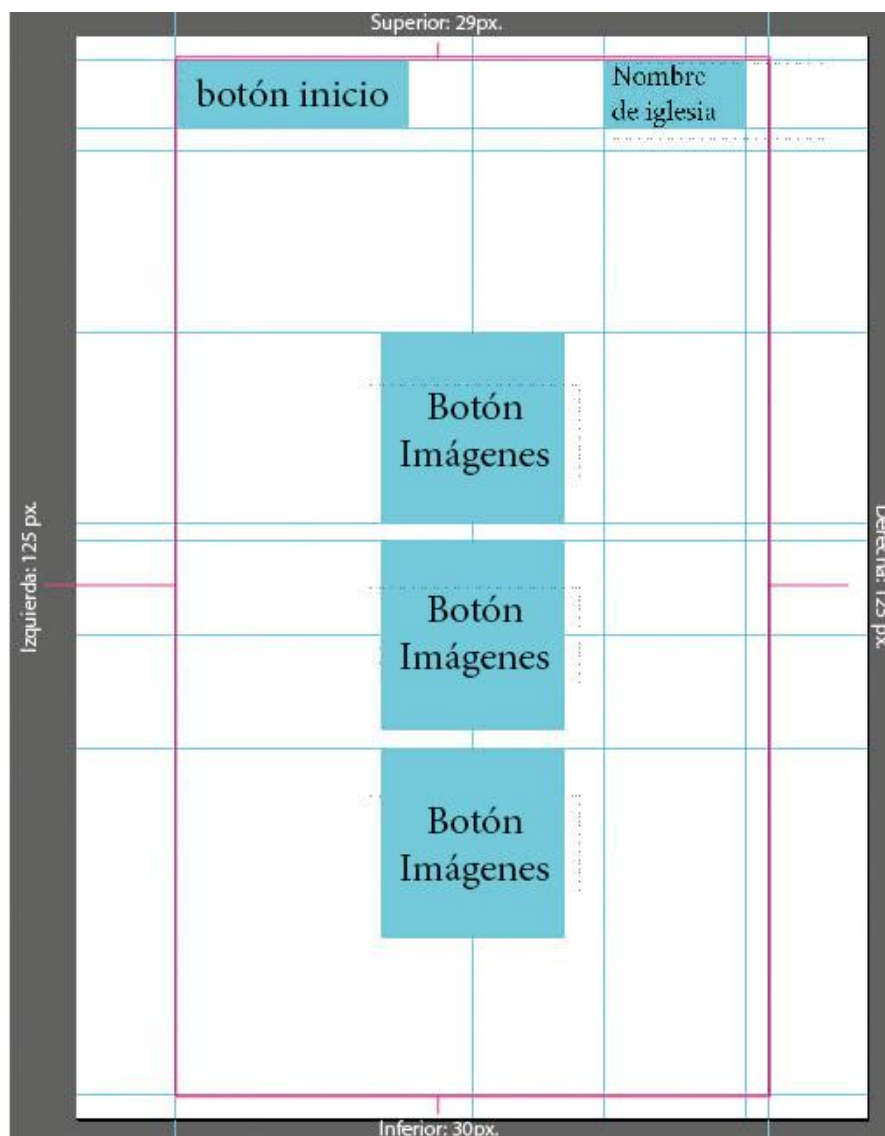
Izquierda: 125 px.

Derecha: 125 px.

En la Página maestra “A” se diagramó para posicionar el Logo de la app y los botones correspondientes.



En la Página Maestra “B” se colocó diagramaciones adicionales para el botón de menú de inicio, nombre de la iglesia y los botones que son para las imágenes, información, mapa.



Tipografía

Para la revista digital se utilizó la familia tipográfica HELVÉTICA NEUE que denota a una tipografía actual, fácil al momento de leer por su notoria legibilidad.

“Fue diseñada por Max Miedinger con el fin de modernizar la tipografía Haas Grotesk a finales del siglo XIX. Para los 60 fue cambiado su nombre a Helvética. En los años 80 rediseñan Neue Helvética proporcionando variedad de anchos, pesos y un diseño más actual. La Helvcética es una tipografía con alta legibilidad y eficaz en todo tipo de situaciones.” (Miedinger, 2008).

Se escogió esta tipografía debido a la variedad de estilos que se puede obtener con Helvética Neue, y su diseño moderno.

Helvética Neue Bold

Esta tipografía se utilizó para los títulos de la app móvil.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!"@·#\$%&/()=?¿¡;:~+*

Helvética Thin

Por sus formas de fácil manejo y adaptabilidad, dan una mayor frescura y legibilidad al texto, esto permite que el nivel de recordación del mismo sea mucho más sencillo. Por lo que se escogió para el texto.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!"@·#\$%&/()=?¿¡;:~+*

Helvética Light

Este tipo de tipografía se eligió para los subtítulos por no ser tan gruesa se adapta perfectamente.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!"@·#\$%&/()=?¿¡;:~+*

Como Segunda tipografía, la cual se utilizó para el logotipo se llama “AMÉRIKAS”.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!@#\$%^&/()=?~:;+*

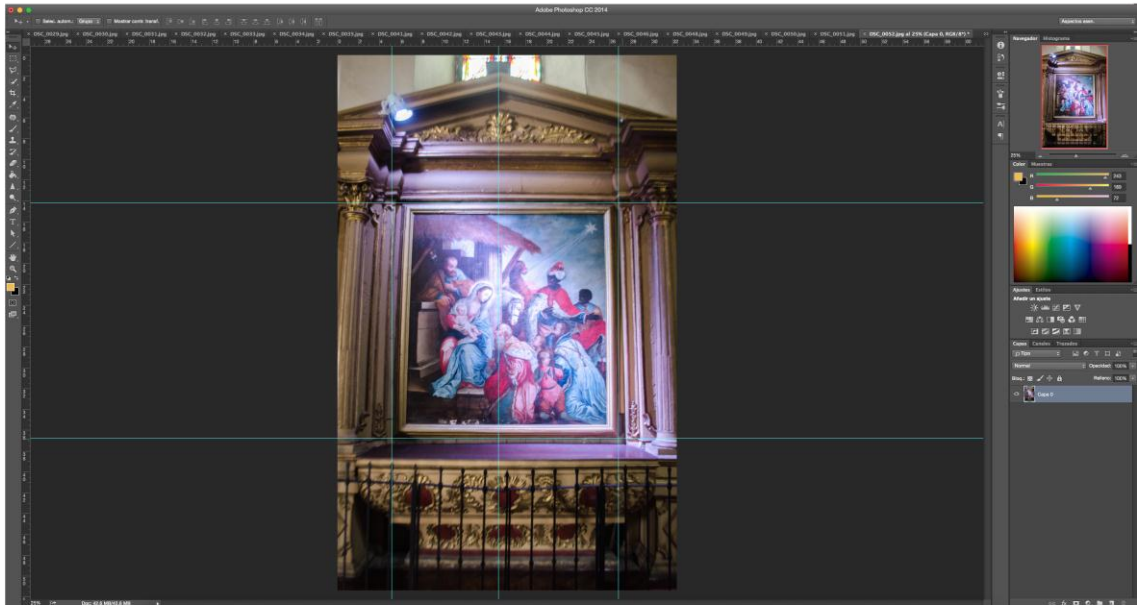
Adobe Photoshop Lightroom 5

Se utilizó Photoshop Lightroom, que es el software ideal para la manipulación y corrección de tonos, iluminaciones, contraste, filtros de fotografía, esto dio una mejor presentación a las fotografías de pinturas, esculturas de cada una de las iglesias seleccionadas.



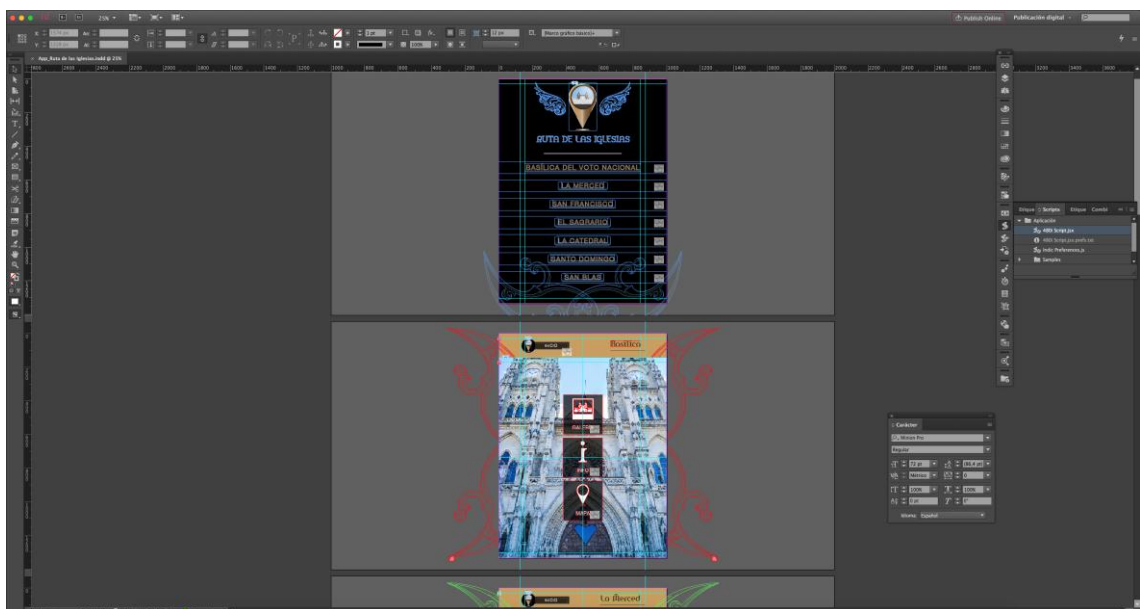
Adobe Photoshop CC

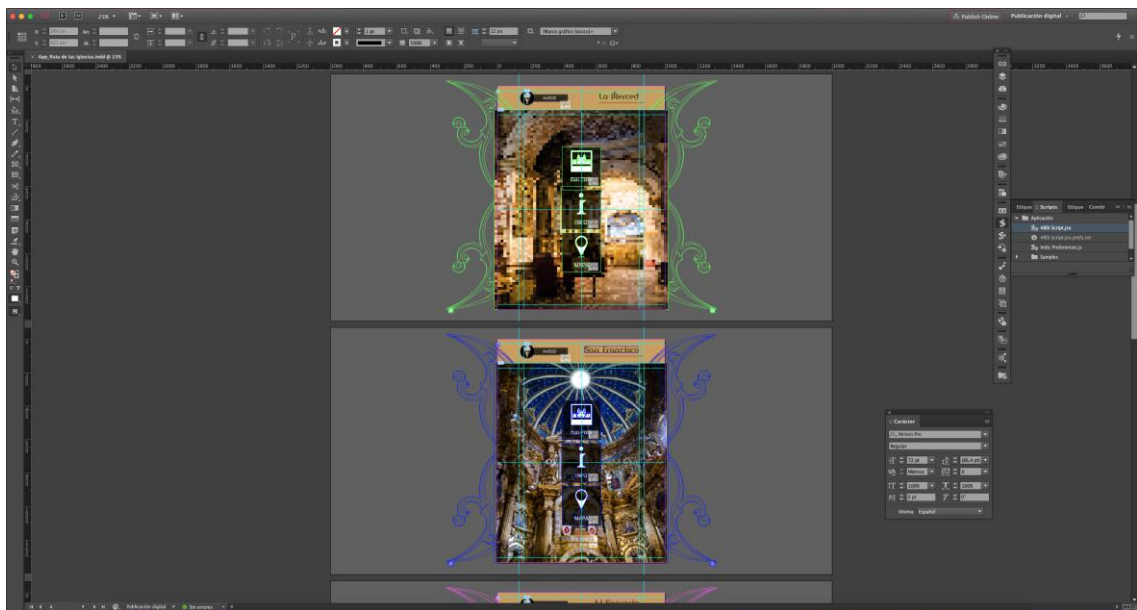
Adobe Photoshop Creative Cloud sirvió para editar las fotografías tomadas en las iglesias. La edición tuvo que ver con corrección de planos, centrar fotografías, correcciones, cambio de tamaño y pixeles para acoplar a la revista digital.



Adobe Indesign CC

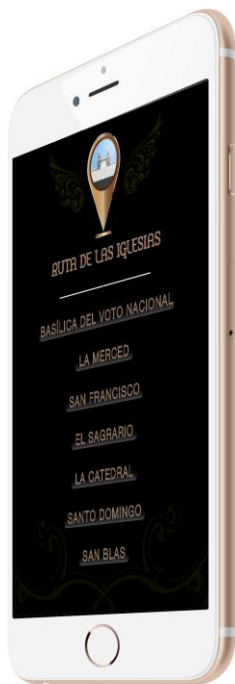
Sabiendo que este programa sirve para componer y maquetar páginas digitalmente y por tener relación directa con la plataforma 480 interactive se utilizó este software en donde se implementó botones, scrolls, texto e imágenes de cada una de las iglesias y lo que cada una tiene en su interior. De esta manera se dio forma a la aplicación móvil.





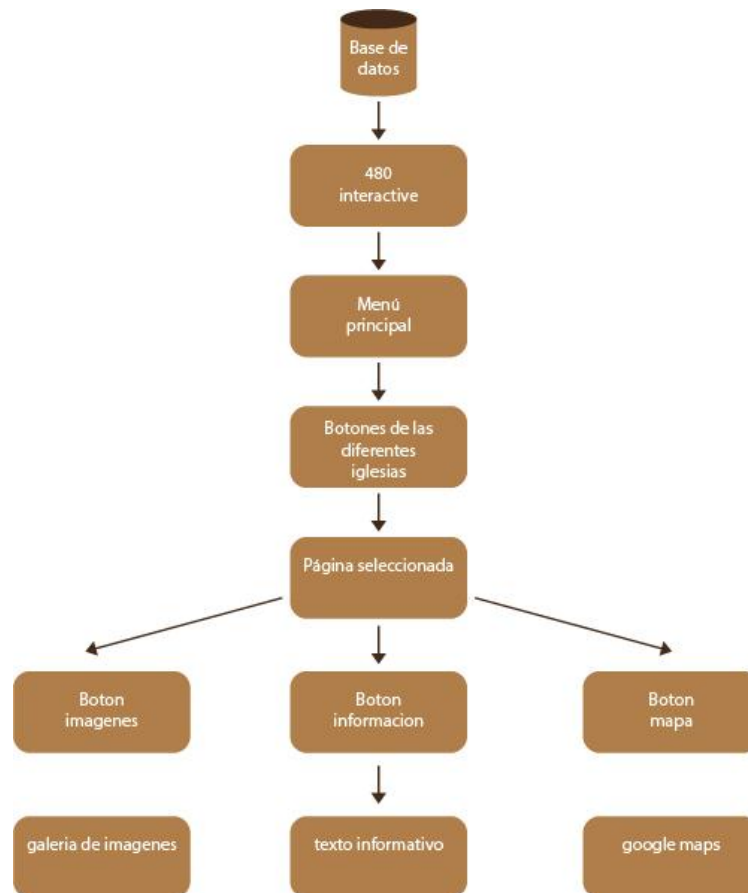
480 interactive

Con la utilización de este software se convirtió el documento que se realizó en Indesign a una aplicación interactiva para dispositivos móviles. Se distribuirá en las plataformas de App Store y Google play.



Producto

La aplicación móvil es apta para dispositivos IOS y Android, ajustándose al tamaño de pantalla del dispositivo móvil o Tablet. Su formato es Vertical para facilitar la lectura de texto que se encuentra en el menú Información. Esta aplicación está por el momento como un producto protipo por lo que está ubicado en una plataforma llamada 480 interactive donde se la puede previsualizar ya como una aplicación móvil.



El producto tiene una tendencia minimalista, presenta texto e imágenes de forma directa, se enfoca en simplificar las tareas del usuario teniendo como resultado una interfaz fácil de usar y comprender.

Cuenta con un menú principal o portada que tiene el logo de la aplicación y de bajo de este los siete botones los cuales dirigen a la página correspondiente. Se eligió el color negro como fondo para el menú principal porque denota elegancia, es un color serio y tecnológico. Contrasta con el color marrón de las tipografías. Se escogio poner el nombre de cada iglesia como botón para que al usuario le sea fácil la interacción y el aprendizaje de cada iglesia.



La página seleccionada desde el menú principal cuenta con un fondo de color marrón que asimilan materiales robustos y anticuados como los que existen dentro de las Iglesias; es cun color neutro, simple y acogedor. En el encabezado se encuentra un botón llamado inicio que redirige al menú principal, y el nombre de la iglesia en la que se encuentre. En el cuerpo de página posee tres menús los cuales son: Galería, Información y mapa de ubicación.



Se realizaron estos iconos al igual que los cuadrados por el estilo minimalista y dan un ambiente más amplio, moderno y funcional a la aplicación, son iconos de síntesis formal simple, atractivos y sugerentes. Los cuadrados son de color negro porque contrastan con el fondo de las imágenes y con una transparencia para resaltar al icono y que no se pierda la visibilidad de las fotografías de fondo.

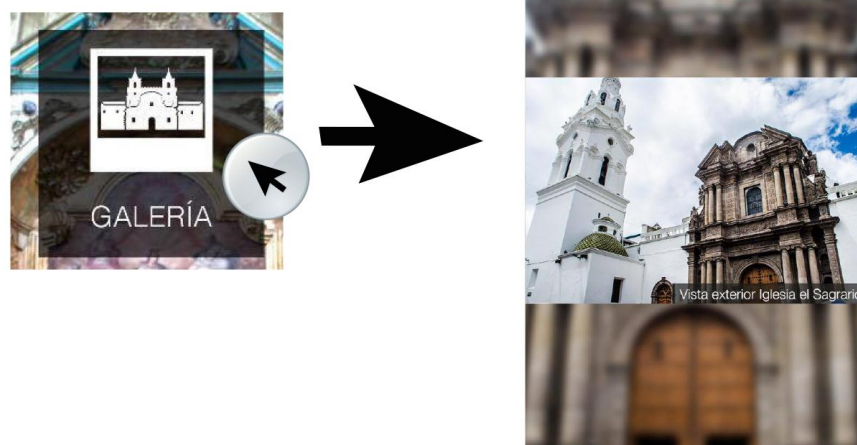
El icono de galería se tomó de la síntesis que se realizó de la iglesia de San Francisco para el isotipo, se lo aumentó un cuadro para asimilar una fotografía. Para realizar el icono de información se escogió la letra “i” de la tipografía “AMERIKA” que se usa para el logotipo y el nombre de la iglesia que se encuentra en el encabezado.

Al igual que con el icono de galería se seleccionó una figura de el isotipo para el icono de mapa; se lo hizo de un color plano que en este caso es blanco.



Tanto para el menú galería, info y mapa la fotografía de fondo se desenfoca, esto se lo hizo para tener un cierto juego con las capas y la jerarquía de la interfaz que da al usuario una clara comprensión de superposición de objetos.

El menú Galería cuenta con un botón de inicio que redirige al menú principal o portada, muestra el nombre de la iglesia en la que se encuentra. Un botón de salida del menú y un cuadro en el centro donde se exhiben las diferentes fotografías que hay en cada una de las iglesias como sus pinturas, arquitectura, fachadas y esculturas. A lado del menú salir (X) posee uso pequeños círculos que van de la mano el número de fotografías cargado de la galería.

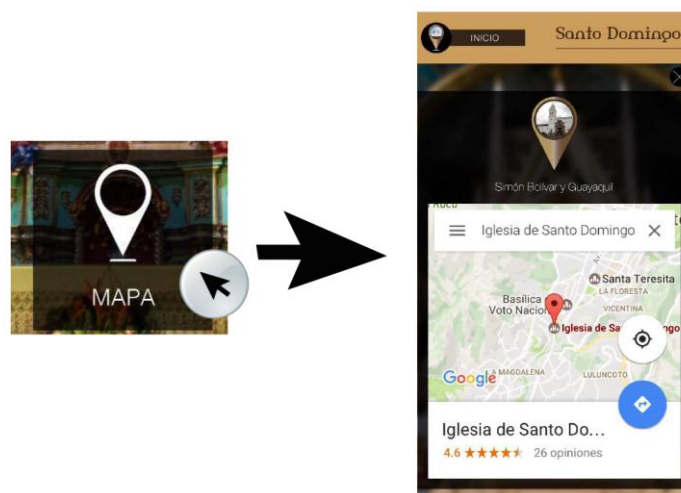


El menú info cuenta con un botón de inicio en la parte superior que redirige al menú principal o portada, muestra el nombre de la iglesia. Para resaltar al texto se colocó un rectángulo de color negro con una transparencia del 50%; la transparencia sirve para

que el fondo difuminado no se pierda y el texto de color blanco da un buen contraste y con un tamaño de 30 puntos lo hace legible y adaptable tanto para dispositivos móviles como para tablets. El texto da a conocer la historia, artistas que intervinieron e información general de cada iglesia.



Al igual que los demás menús, el menú mapa tiene un botón de inicio en la parte superior que redirige al menú principal o portada, muestra el nombre de la iglesia. En este menú se puede ubicar el sitio exacto de donde se encuentra la iglesia seleccionada con la ayuda de el google maps que proveerá la geolocalización por su conexión directa con el internet. Está ubicado dentro de un cadre que facilita la vista de este mapa.



El resultado de este trabajo se sometió a criterio de especialistas con el siguiente resultado.

PREGUNTAS	VALIDACIÓN 1			VALIDACIÓN 2			VALIDACIÓN 3		
	MB	B	R	MB	B	R	MB	B	R
Originalidad del diseño.	X				X		X		
Diagramación de Revista digital.		X		X				X	
Cromática.	X				X			X	
Funciones de botones e interactividad.	X				X		X		
Uso de la información y fotografías utilizadas en Revista digital.	X			X			X		
Calidad de fotografías.	X			X			X		
Tamaño y tipografías usadas en Revista Digital.	X				X		X		
Logotipo.		X		X			X		
Tamaño de Revista Digital.	X			X			X		
Calidad de Revista digital.	X			X			X		

Como resultado es un proyecto aceptable por su originalidad tanto en contenido multimedia como en la temática establecida. Así mismo la diagramación, cromática, funciones e interactividad son muy buenas y fáciles de usar. Con respecto a la fotografía y tipografía la validación fue muy buena tanto para su tamaño como para la

legitibilidad tipográfica. El tamaño es muy bueno ya que se puede usar en cualquier pantalla móvil.

CONCLUSIONES

- Se identificaron a siete iglesias ubicadas en el centro histórico de la ciudad de Quito, las que tienen gran valor cultural que centran el interés del usuario. Estas son: Basílica, La Merced, San Francisco, El Sagrario, La Catedral, Santo Domingo y San Blas.
- El producto editorial digital cuenta con la información pertinente mediante la investigación y documentación de los diferentes elementos tales como esculturas, pinturas, información que se encuentran dentro de las iglesias. Con esto se pretende informar e incentivar al turismo en este sitio de la ciudad.
- Se diseñó un producto editorial digital que contiene la información obtenida por medio de la investigación, que aportará a la información de la ruta de las iglesias. La información compilada en el producto digital editorial contiene documentos, fotografías, arquitectura, murales de las diferentes iglesias que se encuentran en el Centro Histórico de Quito.
- Con la ayuda, calificación y recomendaciones de los especialistas se valoró el producto. Quedó claro de la importancia de esta revista digital, la cual puede ayudar al turismo con su información didáctica. La valoración realizada por los especialistas arrojó que la revista digital es un gran aporte para la ciudadanía en general por su contenido informativo cultural multimedia.

RECOMENDACIONES

- Utilizar el producto digital o aplicación móvil ante la falta de información inmediata.
- Trabajar con más contenido informático para el mejoramiento de la revista en sitios turísticos del país.
- Utilizar la ruta de las iglesias para procesos de formación y capacitación, inclusive para los diseñadores gráficos que actualmente ejercen la profesión.
- Promover este tipo de diseños digitales como un recurso estratégico para el desarrollo económico, social y cultural.

BIBLIOGRAFÍA

- Ambrose, H. (2008). *Retículas*. Barcelona, España: Editorial Parramon.
- Beltrán, S. (2009). *Iglesias del centro histórico de Quito*. Recuperado de <http://blog.espol.edu.ec/licitur/2009/08/08/iglesias-del-centro-historico-de-quito/>
- Behar Rivero, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Ed. Shalom.
- Bright, S. (2005). *Fotografía hoy*. Ed. Nerea.
- B. Marta. (2013). *Productos digitales*. Recuperado de <http://pymmerang.com/tecnologia/productos-digitales/342-crear-un-producto-digital>.
- Cabrero Rubio, C. (2005). *Periodismo digital en Bolivia*. Bolivia: Ed. Plural.
- Centro Histórico Quito. (2014). *Centro Histórico*. Recuperado de <http://quito.com.ec/que-visitar/centro-historico>.
- E P Metropolitana Quito Turismo. (2014). *El centro histórico es el más visitado por los turistas extranjeros*. Recuperado de: http://prensa.quito.gob.ec/Noticias/news_user_view/el_centro_historico_es_el_mas_visitado_por_los_turistas_extranjeros--12312
- Fernandez Menéndez, M. (2012). *eBooks Creación de libros electrónicos*. España: RC Libros.
- Freeman, M. (2014). *La visión del fotógrafo: entender y apreciar la buena fotografía*. Ed. Blume.
- Fuentes, R. (2005). *La práctica del diseño gráfico: una metodología creativa*. Barcelona: Ed Paidós.
- Heller, E. (2015). *Psicología del color: como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona, España: Ed. Gill Gustavo.
- L.D.G. González Mothelet M. (2003). *Semiótica*. (s/o/d/e)
- L.D.G. González Mothelet Mónica (2003). *Teoría conceptual de diseño*. (s/o/d/e)
- Miedinger, M. (2008). *Helvética*. Recuperado de: <http://es.letrag.com/tipografia.php?id=6>.
- Ricuperio, S. (2007). *Diseño gráfico en el aula*. Buenos Aires: Ed. Nobuko.
- Rodríguez, Elisabet. (2014). *¿Qué son los infoproductos o productos digitales ?*. Recuperado de <http://unimooc.com/que-son-los-infoproductos-o-productos-digitales/>.
- Román Salazar Pedro. (2011). *Libros electrónicos (ebooks)*. Recuperado de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/equipamiento-tecnologico/hardware/954-libros-electronicos-ebooks->.
- Thomson, Ivan. (2006). *Tipos de encuesta*. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-tipos.html>

Ulizarna Gracia. *Nuevas tecnologías aplicadas a la enseñanza*.

Recuperado de <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n10/n10art/art104.html>

Ulizarna Gracia, J. (2009). *Tecnologías multimedia en ámbito educativo*.

Recuperado de <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n10/n10art/art104.htm>

ANEXOS

ANEXO 1

Preguntas de Encuestas

1. ¿Cuáles son las iglesias del centro histórico que usted conoce?

- La Basílica
- La Merced
- San Francisco
- La compañía
- El Sagrario
- La Catedral
- La Concepción
- Santo Domingo
- Santa Catalina
- San Blas

2. ¿Se siente a gusto con la información brindada con respecto a las iglesias del centro histórico?

- Si
- No

3. ¿Qué le motiva más a la hora de visitar las iglesias del centro histórico?

- Su arquitectura
- Sus esculturas
- Sus pinturas
- Su Historia
- otras

4. A través de qué medio usted a recibido información :

- Internet
- Televisión
- Radio
- Hojas volantes
- Guías
- Otros

5. ¿Considera como una vía la utilización de aplicaciones móviles para esta información?

- Si
- No

6. ¿Estaría de acuerdo en descargar una aplicación móvil gratuita que le brinde conocimiento sobre las iglesias del centro histórico?

- Si
- No

7. ¿Cree que la aplicación móvil brinde beneficios a la información turística sobre la ruta de las iglesias?

- Si
- No

ANEXO 2

Validación de Producto por Profesionales de Diseño Gráfico

Nombre: José Guillermo Tamayo Tigasi

Información Profesional: Ingeniero en Diseño Gráfico Empresarial (Universidad Israel)
Diseñador Gráfico-Estudio Gráfico Zigzag; Diseñador Gráfico-Marketing,
Diseñador Gráfico-Freelancer; Estudiante de Elisava en Maestría de Diseño y Comunicación
1 Nivel Del Barcelona

INDICADORES	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	OBSERVACIONES
Originalidad del diseño	✓			Facilitación en las propuestas con tendencias actuales
Diagramación de Revista digital		✓		Controlar maquetación con puntos sueltos o ley textos
Cromática	✓			Selección de cromáticas acorde a las necesidades
Funciones, botones e interactividad	✓			No existe problema
Uso de la información y fotografías utilizadas en Revista digital	✓			Cuidado fotográfico acorde a sus correctos edición y manejo de caja de texto
Calidad de fotografías	✓			No hay problemas; hacer fotografías con estándares
Tamaño y Tipografías usadas en Revista digital	✓			Revisar el tracking, y el kerning hacer más pruebas a futuro
Logotipo		✓		Mover en negativo primero ver su efectividad
Tamaño de Revista digital	✓			Hacer pruebas con plataformas estándar.
Calidad de Revista digital	✓			Excelente!

¿Cuál es su opinión sobre la revista digital?

Es interesante en la actualidad innovadora y motivar a propuestas locales, utilizando estereotipos locales

¿Siguiere la utilización y difusión de esta revista digital como aplicación móvil?

Es muy importante cultivar el valor propio, el valor a lo nuestro, saber de qué estamos rodeados. Recomendaría difundir y aplicar una plataforma para no videntes

En una escala del 1 al 5, ¿qué tan interesante le pareció la revista digital ?. Donde 5 es muy interesante y 1 es nada interesante

5. (Cinco)

Como profesional valida el producto realizado para Proyecto Integrador de Carrera: Si



Firma
 CI: 172174796-0

Validación de Producto por Profesionales de Diseño Gráfico

Nombre: José Luis Herrera Silva

Información Profesional: Ingeniero en Diseño Gráfico

INDICADORES	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	OBSERVACIONES
Originalidad del diseño		X		Una idea factible y necesaria para satisfacer necesidades informacionales
Diagramación de Revista digital	X			Facilidad en la lectura, con el uso de una estructura adecuada para relajar la vista
Cromática		X		Armonía entre colores y sus respectivos tonos
Funciones, botones e interactividad		X		Se entiende fácilmente cómo utilizar los botones y estos orientan eficazmente al lector a encontrar lo que necesite
Uso de la información y fotografías utilizadas en Revista digital	X			Congruencia y complementación correcta entre información y fotografías
Calidad de fotografías	X			Buena resolución de material fotográfico
Tamaño y Tipografías usadas en Revista digital		X		Existe armonía y congruencia entre las fuentes tipográficas empleadas
Logotipo	X			Transmite correctamente los valores del producto y la empresa
Tamaño de Revista digital	X			Se emplea un tamaño estándar de manera eficaz para una buena apreciación del producto visual
Calidad de Revista digital	X			Producto final de calidad con una buena imagen

¿Cuál es su opinión sobre la revista digital?

Es una revista moderna, a favor del medio ambiente, que transmite conocimiento útil y llamativo para un grupo objetivo correctamente seleccionado.

¿Sugiere la utilización y difusión de esta revista digital como aplicación móvil?

Claro que sí, porque así se actúa a favor del medio ambiente.

En una escala del 1 al 5, ¿qué tan interesante le pareció la revista digital ?. Donde 5 es muy interesante y 1 es nada interesante
4 porque cumple con los requisitos que una revista requiere para ser aceptada y promovida por su grupo objetivo, además de que tiene una imagen e identidad que connota valores fuertes y positivos.

Como profesional valida el producto realizado para Proyecto Integrador de Carrera:

A handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to be 'J. Hernández'.

Firma
CI: 172094577-1

Validación de Producto por Profesionales de Diseño Gráfico

Nombre: Erick Santiago Otalima Aldáz

Información Profesional: Analista de Comunicación en Yachay EP.

INDICADORES	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	OBSERVACIONES
Originalidad del diseño	✓			Un producto informativo cultural que esta a disposición de cualquiera de nosotros.
Diagramación de Revista digital		✓		Tener en cuenta la maquetación.
Cromática		✓		La cromática del producto está ligada a la temática.
Funciones, botones e interactividad	✓			Fácil de usar con dinamismo e interactividad.
Uso de la información y fotografías utilizadas en Revista digital	✓			Información clara acerca de las diferentes iglesias. De igual manera en las fotografías.
Calidad de fotografías	✓			Son de buena resolución, acorde al tamaño de la revista.
Tamaño y Tipografías usadas en Revista digital	✓			Uso de la tipografía es adecuada, clara y el tamaño es factible.
Logotipo	✓			Tiene relación a la temática de las iglesias y su ubicación.
Tamaño de Revista digital	✓			Se usó un tamaño estándar de un ipad.
Calidad de Revista digital	✓			Buena calidad.

¿Cuál es su opinión sobre la revista digital?

En un mundo donde la mayoría de personas tiene el internet y un celular a su disposición, esta propuesta de realizar una revista digital es muy interesante; viéndolo por el lado de ahorro no se consume papel.

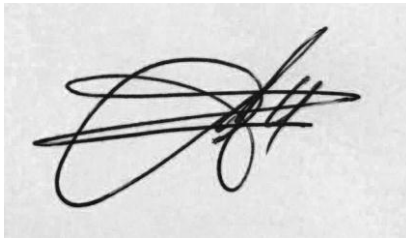
¿Sugiere la utilización y difusión de esta revista digital como aplicación móvil?

Sí, por estar en un medio de difusión en el cual descargarse una aplicación es muy fácil, además por ser un aporte al turismo y a la educación tanto para los ecuatorianos como para las personas que visitan el centro histórico de Quito.

En una escala del 1 al 5, ¿qué tan interesante le pareció la revista digital ?.
Donde 5 es muy interesante y 1 es nada interesante

5. Es una propuesta innovadora para el desarrollo y aprendizaje de la cultura que existe en el país.

Como profesional valida el producto realizado para Proyecto Integrador de Carrera:

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a final flourish, positioned above a horizontal line.

Firma