

UNIVERSIDAD ISRAEL



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

“DISEÑO DE UNA REVISTA INFORMATIVA SOBRE LAS ACTIVIDADES DE LA CARRERA EN CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA, DEPORTES Y RECREACIÓN (CAFDER), DE LA ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO EN LA CIUDAD DE QUITO”

Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de Ingeniera en Diseño Gráfico

AUTORA

Carla Paola Barahona Vargas

TUTORA

Ing. Carol Velasteguí E.

QUITO-ECUADOR

2013

UNIVERSIDAD ISRAEL

APROBACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación certifico:

Que el Trabajo de Graduación “DISEÑO DE UNA REVISTA INFORMATIVA SOBRE LAS ACTIVIDADES DE LA CARRERA EN CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA, DEPORTES Y RECREACIÓN (CAFFDER), DE LA ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO EN LA CIUDAD DE QUITO”, presentado por Carla Paola Barahona Vargas, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado, que se designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, septiembre 2013

TUTORA

Ing. Carol Velasteguí E.
C.C. 171698539-3

UNIVERSIDAD ISRAEL

AUTORÍA DE TESIS

La abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico, declaro que los contenidos de este Trabajo de Graduación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Diseño Gráfico, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, septiembre 2013

AUTORA

Carla Paola Barahona Vargas
C.C. 171851035-5

UNIVERSIDAD ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, aprueban la tesis de graduación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad “ISRAEL” para títulos de pregrado.

Quito, septiembre 2013

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE

MIEMBRO 1

MIEMBRO 2

DEDICATORIA

A Dios y a las dos mujeres de mi vida, mi madre y abuelita, quienes confiaron en mí siempre y hoy con todo mi esfuerzo les dedico y agradezco por haberme dado la oportunidad de ser una gran profesional.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios por las bendiciones que me ha otorgado a lo largo de mi vida, a mi madre Ayquel Vargas y a mi abuelita Luz Coronado que siempre con su amor forjaron mi carácter y apoyaron mis decisiones con comprensión, para motivarme e impulsarme cada vez más a mi desarrollo tanto personal como profesional.

A mi querida Universidad Israel donde conocí los mejores profesores que me impartieron su conocimiento y sabiduría, así como también conocí a los más grandes colegas y amigos.

A mis familiares y amigos, quienes con su amistad incondicional estuvieron en los momentos más duros de mi vida, aconsejándome y brindándome confianza de lo que disfruto hacer.

A todos agradezco infinitamente por todo el cariño, apoyo y confianza que tienen en mí, y que hoy son parte de uno más de mis triunfos.

ÍNDICE GENERAL

	Página
A.- PRELIMINARES	
Portada.....	i
Aprobación de la Tutora.....	ii
Autoría de Tesis	iii
Aprobación del Tribunal de Grado	iv
Dedicatoria	v
Agradecimientos	vi
Índice General	vii
Índice de Gráficos	xv
Índice de Cuadros.....	xvii
Resumen.....	xviii
Abstract	xix
B.- CONTENIDOS	
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema.....	2
Línea de investigación con la que se relaciona	2
Planteamiento del problema.....	2
Contextualización.....	4
Análisis Crítico	5
Prognosis.....	6
Delimitación del objeto de investigación.....	7
Justificación.....	7
Objetivos	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos.....	8

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

Antecedentes investigativos / Estado del arte	9
Fundamentaciones.....	9
La Comunicación	9
Origen de la Comunicación.....	9
Definición de la Comunicación.....	10
Proceso de la Comunicación	11
Clasificación de la Comunicación.....	13

Comunicación por Medios	13
Comunicación por Medios Presenciales	13
Comunicación por Medios Representativos	15
Comunicación Visual y Diseño Gráfico	16
Definición de Comunicación Visual	16
Definición de Diseño Gráfico	17
Responsabilidad Social del Diseño	18
Elementos Básicos del Diseño Gráfico	19
El Color	20
Diagnóstico de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación - CAFDER.....	20
Reseña Histórica de la CAFDER	20
Misión y Visión.....	21
Misión	21
Visión	21
Perfil Profesional.....	22
Competencias Genéricas	22
Competencias Específicas	22
Marco Conceptual	23
Diseño Gráfico y Publicación Impresa	23
El diseño y las nuevas tecnologías en impresión	23
Aproximación Histórica del Diseño Editorial.....	24
El Diseño Editorial.....	25
Importancia del Diseño Editorial	26
Objetivo del Diseño Editorial.....	27
Factores del Diseño Editorial	27
La forma	27
La tensión	28

La repetición y la fluidez.....	28
La escala.....	29
El contraste.....	29
El equilibrio.....	29
La sencillez.....	30
Elementos Editoriales.....	30
El titular.....	30
El cuerpo de texto.....	31
Pie de foto	31
Fotografía e ilustración	31
Marca.....	32
Espacios en blanco	33
Publicación.....	33
Secciones y partes de las publicaciones	33
La imagen en periódicos y revistas	34
Revista.....	34
Aproximación Histórica de la Revista	35
Tipos de Revistas	36
Revista Deportiva.....	37
Hipótesis de trabajo.....	38
Señalamiento de Variables.....	39
Enfoque de la modalidad.....	39
Tipos de trabajo de investigación.....	39
Referencia estadística.....	41
Presupuesto de la investigación	43

CAPÍTULO III

RESULTADOS

Análisis e Interpretación de datos	44
Encuestas.....	44
Verificación de datos.....	52
Brief de la revista	52

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Desarrollo de la Propuesta	58
Introducción	58
Justificación del Producto	59
Objetivos del Producto.....	60
Objetivo General	60
Objetivos Específicos.....	60
Segmentación del Mercado	60
Variable Geográfica	60
Variable Demográfica	61
Variable Psicográfica	61
Causa-Efecto	61
Método Creativo de Diseño	62
Fase Analítica.....	64
Problema gráfico	64

Programación	65
Obtención de Información.....	65
Fase Creativa.....	72
Análisis.....	72
Implicaciones	72
Formulación de Ideas Rectoras	72
Síntesis	72
Desarrollo.....	73
Idea Básica	73
Fase Ejecutiva	73
Comunicación	73
Solución	74
Herramientas Técnicas.....	74
Herramientas Gráficas.....	74
Hardware	74
Software	75
Políticas de la Revista	76
Tendencia de la Revista	76
Línea Editorial.....	77
Formato de la Revista.....	77
Papel.....	77
Páginas	78
Brainstorming.....	78
Identificador	80
Justificación del Identificador	81
Sistema reticular del identificador	81
Cualidades y valores del identificador	82
Cromática del identificador.....	83

Tipografía del Identificador	85
Verificación y validación del identificador	86
Portada.....	87
Identificador de la Revista	88
Fotografía de portada	89
Tema principal	89
Avances de contenido	90
Códigos de Registro	90
Estructura Reticular.....	90
Disposición de elementos en la retícula	91
Elementos de Destaque	91
Contraportada.....	91
Páginas internas.....	92
Páginas informativas	92
Páginas de desarrollo del contenido	93
Páginas destinadas a la publicidad	93
Créditos	94
Página de Contenidos.....	94
Secciones Editoriales	95
Sección Vida CAFDER	95
Sección Tema Central	95
Sección Deportes.....	95
Sección Eventos	96
Sección Salud.....	96
Sección Investigación.....	96
Sección Galería	96
Cromática por Secciones.....	97

Plan de periodicidad	99
Contenido fijo y contenido rotativo	99
Contenido Fijo.....	99
Contenido Rotativo	100
Cuerpo del Documento	100
Fotografías	100
Tipografía y manejo	100
Titulares.....	101
Subtitulares.....	101
Cuerpo de Texto.....	101
Entradilla.....	101
Articulista.....	102
Pie de foto	102
Pie de página	102
Tratamiento de las imágenes.....	102
Manual de Estilos.....	103
Diseño del manual.....	103
Usabilidad del Producto	104
Análisis de factibilidad de implementación de la propuesta.....	105
Impacto y receptividad del producto.....	106
Cotización del Producto	107
Conclusiones	108
Recomendaciones.....	110
 C.- MATERIALES DE REFERENCIA	
BIBLIOGRAFÍA	111
ANEXOS	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Pintura Rupestre	10
Gráfico N° 2	Elementos de la Comunicación	12
Gráfico N° 3	Radio y Televisión	14
Gráfico N° 4	Página Web Personal	14
Gráfico N° 5	Afiche Gamboina	15
Gráfico N° 6	Composición Música	20
Gráfico N° 7	Logo de la CAFDER	21
Gráfico N° 8	Biblia de Gutenberg	24
Gráfico N° 9	Folletos turísticos y postales	26
Gráfico N° 10	The Gentleman's Magazine	35
Gráfico N° 11	Revista InForma	38
Gráfico N° 12	Metodología del Diseño por Bruce Archer	41
Gráfico N° 13	Método Creativo de Diseño por Bruce Archer	62
Gráfico N° 14	Identificador de E Ciencia	67
Gráfico N° 15	Identificador de Espectativa	67
Gráfico N° 16	Identificador de Espiando	67
Gráfico N° 17	Identificador de Ciencia CEINCI	67
Gráfico N° 18	Identificador de Biogénesis	68
Gráfico N° 19	Identificador DECC – Report	68
Gráfico N° 20	Identificador de ESPE Ciencia y Tecnología	68
Gráfico N° 21	Identificador de Maskay Electrónica	68
Gráfico N° 22	Identificador Emprendedorismo	69
Gráfico N° 23	Identificador Ingeniería de Estructuras	69
Gráfico N° 24	Identificador de Geoespacial	69
Gráfico N° 25	Identificador de Escuela Politécnica Nacional	70

Gráfico N° 26 Identificador de PUCE	70
Gráfico N° 27 Identificador de Universidad Central del Ecuador	71
Gráfico N° 28 Identificador de Universidad San Francisco de Quito.....	71
Gráfico N° 29 Identificador CAFDER ACTIVA	80
Gráfico N° 30 Sistema Reticular del Identificador CAFDER ACTIVA....	82
Gráfico N° 31 Cromática del Identificador CAFDER ACTIVA	84
Gráfico N° 32 Tipografía IMPACT	85
Gráfico N° 33 Tipografía TERMINATOR TWO	86
Gráfico N° 34 Identificadores para la Revista	86
Gráfico N° 35 Validación del Identificador	87
Gráfico N° 36 Portada de la Revista	88
Gráfico N° 37 Identificador de la Revista	89
Gráfico N° 38 Contraportada de la Revista	92
Gráfico N° 39 Cromática por secciones	97
Gráfico N° 40 Portada y Contraportada Manual de Estilos.....	103

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	Señalamiento de Variables	39
Cuadro N° 2	Cálculo Poblacional	42
Cuadro N° 3	Presupuesto de la Investigación	43
Cuadro N° 4	Competencia General	55
Cuadro N° 5	Competencia Directa	55
Cuadro N° 6	Problema Gráfico	64
Cuadro N° 7	Cuadro Comparativo de la Competencia Directa	66
Cuadro N° 8	Cuadro Comparativo de la Competencia Indirecta	70
Cuadro N° 9	Validación del Identificador	87
Cuadro N° 10	Validación del Producto a Especialistas y Expertos	105
Cuadro N° 11	Validación del Producto al Usuario Final	106
Cuadro N° 12	Cotización del Producto	107

UNIVERSIDAD ISRAEL

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

“DISEÑO DE UNA REVISTA INFORMATIVA SOBRE LAS ACTIVIDADES DE LA CARRERA EN CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA, DEPORTES Y RECREACIÓN (CAFDER), DE LA ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO EN LA CIUDAD DE QUITO”

AUTORA

Carla Paola Barahona Vargas

TUTORA

Ing. Carol Velasteguí

RESUMEN

La Escuela Politécnica del Ejército (ESPE) y la mayoría de sus carreras prestan atención a la difusión de sus labores académicas mediante diferentes productos gráficos. Por esta razón, la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación (CAFDER), considera primordial mostrar gráficamente sus actividades tanto a sus estudiantes como al público en general. En el transcurso de la investigación, se establece que la Carrera requiere realizar una revista, ésta tiene el identificador de “CAFDER ACTIVA” y ha sido diseñada para transmitir los propósitos que esta carrera tiene en sus diferentes ámbitos: académico, laboral y personal. Este material gráfico visual está dirigido especialmente para aquellos jóvenes que asisten a esta carrera, con la finalidad de que sea un medio que les posibilite permanecer en constante información. La elaboración de una publicación siempre estará sujeta a variaciones, debido al proceso de retroalimentación entre los estudiantes, miembros de la carrera y el diseñador gráfico.

Palabras Clave: Producto gráfico, CAFDER, revista, identificador, información.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

GRAPHIC DESIGN CAREER

TOPIC:

"DESIGN OF A NEWSMAGAZINE ABOUT THE ACTIVITIES OF THE CAREER IN SCIENCE PHYSICAL ACTIVITY, SPORT AND RECREATION (CAFDER) OF POLYTECHNIC ARMY AT QUITO"

AUTHOR

Carla Paola Barahona Vargas

TUTOR

Ing. Carol Velasteguí E.

ABSTRACT

The Army Polytechnic School (ESPE) and the majority of their careers pay attention to the dissemination of academic work through different printing products. For this reason, the Career in Science of Physical Activity, Sport and Recreation (CAFDER) considers a priority to display their activities graphically to both their students and the general public. In the course of the investigation it was established that the career requires making a magazine, such magazine is identified as "CAFDER ACTIVA" and has been designed to convey the purposes that this career has within its different areas of study: academic, professional and personal. This visual graphic material is intended especially for those young people who are studying this career, in order to make it a means to enable them to remain informed at all times. The development of a publication is always subject to variations due to the process of exchanging feedback between students, members of the career and the graphic designer.

KEYWORDS: Graphic material, CAFDER, magazine, identified, informed at all times.

INTRODUCCIÓN

La sociedad se sumerge cada vez más en el conocimiento y la imagen, donde las disciplinas gráfico visuales hacen referencia a propuestas de uso inmediato a la misma, que por una parte, responden a intereses empresariales y, por otro lado, existen aquellas propuestas que no persiguen propósitos comerciales ni de ingresos económicos en la que se riñen la funcionalidad del objeto construido y la actitud moral de quien la elaboró.

El manejo técnico y metodológico de las tecnologías audiovisuales brinda un adecuado nivel de beneficio para la difusión del conocimiento, así como también, el acceso a soportes tradicionales tales como libros, folletos y revistas especializadas que avalan la construcción y el debate de nuevos enfoques y contribuciones a la sociedad. La imagen como código del lenguaje visual se ha desplegado como uno de los instrumentos de la comunicación más propagada, configura la realidad de la comunidad en la que se implanta por lo que las indagaciones sobre su utilización y polisemia se hacen indispensables dentro de una cultura que transita desde el logos (palabra) hacia el imago (imagen) con mayor premura. Los medios de comunicación en el Ecuador tienen la particularidad de ser inacabables, pues la acelerada evolución en que viven diariamente hace que su estudio, entendimiento y comprensión; sean esenciales para la sociedad actual y para las generaciones futuras.

CAPÍTULO I

PROBLEMA

Tema

Diseño de una revista informativa sobre las actividades de la carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación, de la Escuela Politécnica del Ejército en la ciudad de Quito.

Línea de investigación con la que se relaciona

Según las normativas planteadas por la Universidad Israel, ésta posee cuatro líneas de investigación vigentes desde el año 2012 hasta el 2015. El presente trabajo se relaciona con la cuarta línea de investigación: Cultura, Educación y Comunicación en la Perspectiva del Buen Vivir.

Planteamiento del problema

La Escuela Politécnica del Ejército (ESPE) es una institución de educación superior, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, de derecho público, con domicilio en la ciudad de Quito y sede principal en el Valle de los Chillos en Sangolquí. Dicha institución superior utiliza medios de comunicación como roll ups, afiches, trípticos, pantallas electrónicas, carteleras, página web y revistas.

En el campo editorial, maneja medios impresos y digitales, la ESPE como tal posee su revista institucional llamada Espectativa, además publica la revista Ciencia y Tecnología y su revista de divulgación científica E-Ciencia, mientras

que algunas carreras y sus departamentos publican sus propias revistas tales como la carrera en Ingeniería Geográfica y del Medio Ambiente tiene su revista Geoespacial; en la carrera en Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio la revista Espiando; la revista Internacional de Ingeniería de Estructuras; Emprendedorismo y Estrategia Organizacional; el Departamento de Eléctrica y Electrónica con su revista MASKAY Electrónica; el Departamento de Computación con su revista DECC - Report Tendencias en Computación; Ciencia CEINCI publicada por el Centro de Investigación Científica y Vinculación; Ciencias de la Vida con su Boletín Técnico Serie Zoológica y la Revista Biogénesis de la carrera de Biotecnología. La periodicidad de la mayoría de estas publicaciones es semestral.

En general estas revistas abarcan diferentes contenidos como por ejemplo su editorial, su historia, información acerca de su personal administrativo, docente y alumnado, algunos proyectos y actividades realizadas, artículos de carácter científico-tecnológico sin olvidar el aspecto social que otros apartados poseen, espacios publicitarios, un sinnúmero de tópicos tratados en cada uno de estos medios impresos.

La ESPE también cuenta con un Repositorio Digital donde pone a disposición de los estudiantes información y contenido digital, orientado a fortalecer la investigación científica y el desarrollo profesional tanto para docentes como para estudiantes y así solventar la demanda de conocimiento de la nación ecuatoriana. En este espacio se encuentra acceso a bases de datos digitales con infinidad de contenido de información, documentos producidos en la propia universidad como proyectos de TESIS y publicaciones de los docentes sirviendo de esta manera como referente para próximos proyectos y artículos.

La ESPE cuenta con una infinidad de carreras a escoger, las mismas que se dan a conocer por medio de los soportes mencionados anteriormente, sin embargo son muy pocas las que se interesan por hacerlo. La carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación (CAFDER) no tiene un medio a través del cual tanto sus docentes como su alumnado y las demás facultades en general se informen acerca de las actividades que ofrece.

Cabe mencionar, que la carencia de una revista informativa conlleva a que las tres partes fundamentales de la institución: la parte administrativa, la parte docente y el estudiantado de la CAFDER como de la ESPE en general, estén en permanente desinformación. Cuando se realiza alguna actividad deportiva existe una deficiencia comunicativa, muchas veces todos desconocen el evento por cuanto no existen normativas de publicación, esto se ve reflejado al encontrar afiches publicados por todo lado: en la puerta del gimnasio, en el coliseo y en las carteleras.

Existen carreras que se han preocupado por recopilar sus proyectos en un medio impreso, donde el nombre de dicha revista es un genérico derivado del nombre de la carrera, sin creatividad e innovación lo que provoca que los integrantes de dichas carreras no se sientan identificados con la misma, debido a que unos estudiantes desconocen del identificador de su revista y otros no saben que existe dicha publicación; la causa de esto es que dichos productos impresos no obedecen a conceptos de diseño especialmente en el manejo de la composición a través de la combinación de imagen y texto (existe mucho texto llegando al punto de parecer libros con tipografía muy grande), en la cromática que utilizan los titulares (no causa impacto, es decir, no llama la atención), imágenes pixeladas, fotografías sin pie de foto, la retícula no es la misma así que existe una ruptura de la unidad gráfica, en fin un sinnúmero de observaciones; motivo por el cual no cumplen con el objetivo de comunicar a los estudiantes.

Contextualización

En primer lugar, la Asamblea Nacional expide en el Reglamento de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) mediante diferentes artículos lo siguiente: que es derecho de los estudiantes contar y acceder a los medios y recursos adecuados para su formación superior; participar en el proceso de evaluación y acreditación de su carrera, asimismo participar en el proceso de construcción, difusión y aplicación del conocimiento (Art. 5). En segundo lugar, la educación superior tendrá que aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas; así como también, contribuir al conocimiento,

preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura nacional. (Art. 8). Aparte, menciona las funciones del Sistema de Educación Superior como son garantizar el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad, y asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia; y promover la creación, desarrollo, transmisión y difusión de la ciencia, la técnica, la tecnología y la cultura (Art. 13). Igualmente, indica que el financiamiento de las instituciones del sistema de educación superior estará constituido por los beneficios obtenidos por su participación en actividades productivas de bienes y servicios, siempre y cuando esa participación no persiga fines de lucro y que sea en beneficio de la institución; los ingresos provenientes de la propiedad intelectual como fruto de sus investigaciones y otras actividades académicas (Art. 20). Finalmente el artículo 38 dicta que las instituciones de educación superior de carácter público y particular asignarán obligatoriamente en sus presupuestos, por lo menos, el seis por ciento (6%) a publicaciones indexadas.

Cabe recalcar, que de lo mencionado anteriormente es indispensable el fomento a la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico basado en el principio de calidad (búsqueda constante y sistemática de la excelencia, pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento) para la difusión clara y precisa de la promoción de carreras o programas académicos. Es por esta razón, que la elaboración de la revista servirá como recurso para la acreditación de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación; ya que en el contexto actual nacional se solicita este tipo de recursos, el desarrollo de piezas editoriales, de revistas indexadas, de revistas especializadas donde se involucren tanto los estudiantes como los docentes.

Análisis Crítico

La desinformación relacionada con las actividades que realiza la CAFDER afecta a los estudiantes que forman parte de la carrera (internos) así como también a los grupos de estudiantes (externos) que buscan una alternativa de estudio superior, por lo que es necesario emprender medidas de control mediante el diseño de una revista informativa que mejore esta situación.

Para la formulación de la problemática específica, se recurre a realizar preguntas tanto del problema principal: ¿Cuál es la razón que conduce a la desinformación acerca de los eventos realizados por la carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación?; como de los problemas secundarios: ¿Cuáles el efecto que provocará sobre los nuevos alumnos que ingresan a la CAFDER? y ¿Qué efecto tiene un medio informativo carente de conceptos de diseño?

La carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación (CAFDER) tiene la necesidad de difundir tanto su conocimiento como los eventos que realiza y proporcionar a la comunidad universitaria alternativas de solución a problemas tanto de la colectividad como específicas de su rama, para de esta manera promover el desarrollo integral de dicha carrera mediante un medio impreso con su respaldo digital que aportará positivamente al Repositorio Digital de la ESPE; en virtud de que en el mundo de la globalización es necesario el desarrollo y progreso de las instituciones por medio de la incorporación de nuevas tecnologías.

Prognosis

Con el desarrollo de la pieza editorial, la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación tendrá un medio impreso donde mostrar las actividades que realiza mensualmente e incluso sirve como material de vinculación de los estudiantes con la CAFDER.

Una vez obtenida la revista de la CAFDER se pronostica que si se proporciona una revista mensual la carrera será más conocida a nivel general por todas las demás carreras y se controlará cada período académico al incluir nuevos artículos que enriquezcan día a día el sitio digital con nueva y variada información, a fin de impulsar el desarrollo en base a conocimiento actual y confiable; es así que los beneficiarios serán por un lado, los estudiantes internos y las siguientes generaciones de la CAFDER y por otro, el alumnado de otras carreras.

Delimitación del objeto de investigación

La investigación se realizará en la Escuela Politécnica del Ejército de la ciudad de Quito ubicada en el Valle de los Chillos en Sangolquí, hecha a los estudiantes de la carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación los mismos que están categorizados en una clase media, media-baja y baja.

Justificación

En relación a la contextualización antes planteada, se verifica que dentro de esta institución se necesita el diseño de una pieza editorial que tenga las características técnicas adecuadas. Además, es fundamental realizar esta investigación porque permitirá resolver un problema inmediato, mediante la aplicación de conceptos y teorías del diseño gráfico y editorial con sus respectivos autores para la elaboración de un producto impreso.

El carácter del presente trabajo tiene su razón de ser debido a que se empleará la investigación de mercados en cuanto a la fórmula que permitirá obtener la muestra y de esta forma, se aplicarán métodos, técnicas e instrumentos de origen cuantitativo y cualitativo que ayudarán a la elaboración del producto editorial.

La CAFDER a través de esta revista expresará su permanente calidad de trabajo, creatividad, perseverancia, solidaridad, compromiso con la institución y la sociedad, pensamiento crítico, liderazgo, emprendimiento y excelencia.

Por último, es indispensable realizar este proyecto porque brindará identidad a los estudiantes de la CAFDER así como también será viable ya que servirá como herramienta útil desde el punto de vista científico y educativo para la institución; además que la ESPE contará con un novedoso instrumento de carácter informativo.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una revista informativa de la carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación de la ESPE, aplicando los conocimientos de diseño gráfico y editorial para la implementación de un medio informativo institucional representativo de los estudiantes.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico del problema por medio de una recopilación de información necesaria a través de técnicas de investigación a los estudiantes y docentes de la CAFDER en la ESPE (Sangolquí).
- Aplicar los conceptos de diseño gráfico y editorial para la elaboración del producto editorial.
- Diseñar una publicación editorial impresa con su respectivo respaldo digital donde la relación entre diseño gráfico, fotografía y editorial sea armónica y funcional.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

Antecedentes investigativos / Estado del arte

El diseño editorial se basa en la estructuración de piezas gráficas impresas basadas en un manual de estilos y que sean técnicamente realizadas.

Fundamentaciones

La Comunicación

Origen de la Comunicación

La comunicación debe analizarse partiendo del estudio de diferentes modelos, en esta ocasión se basará en el primero de ellos, y posiblemente el más conocido; se refiere al modelo retórico del filósofo Aristóteles, quien definió científicamente la comunicación, por primera vez, como la “búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance”. (Fournier, 2002, p.26)

Tomando en cuenta el punto de vista de Aristóteles, se podría decir que el origen de la comunicación inicia desde que el ser humano aparece en el mundo, debido a que sintió necesidad de expresar sus ideas, pensamientos y sentimientos con otros seres humanos comenzando a utilizar ademanes y sonidos, al pasar los años desarrolló distintos mecanismos para conseguir el mismo objetivo, usando diferentes materiales como piedra, arcilla, madera (señales de humo y fuego); que posteriormente, originó gráficas en las pinturas rupestres de las cuevas, al pasar

los años es de esta manera como se ha ido perfeccionando los recursos para llegar al mismo propósito de Aristóteles y poder comunicarnos con nuestro entorno.



Gráfico N° 1. Pintura Rupestre
Adaptado por: Carla Barahona

Sin embargo, independientemente del autor y su momento histórico donde se desenvuelven las ideas, concuerdan en que la comunicación es un proceso a través del cual las personas se relacionan entre sí, ya que todo el tiempo interactuamos en un mundo con situaciones similares.

Definición de la Comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información entre dos o más personas. Su intención es adquirir una sociabilidad entre hombres, el intercambio de mensajes, que puede ser verbal o no verbal, permite al individuo influir en los demás y al mismo tiempo ser influido, de tal manera que la comunicación se vuelve entendible.

El desenvolvimiento de las sociedades humanas, ha sido en parte gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de los mensajes entre los individuos. Etimológicamente la palabra comunicación deriva del latín “communicare”, que significa compartir algo, poner en común. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto. (Fonseca, 2002, p.4)

María del Socorro Fonseca Yerena, expone su punto de vista sobre la naturaleza de la comunicación mencionando cuatro características que la determinan; por un lado, se integra, en virtud de que las personas tienen la posibilidad de relacionarse y conocerse para lograr un fin común y entender las expectativas de ambos; además, es transaccional por la interacción pues sin el intercambio de ideas no se lograría compartir experiencias; también, es dinámica porque la comunicación fluye continuamente y por último, es recíproca por cuanto el hombre no está solo existen otros seres conviviendo con él.

Por otra parte, la comunicación es “la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”. (Pasquali, 2007, p.101) Corroborando el discurso de Antonio Pasquali, efectivamente la comunicación está presente en nuestra convivencia diaria a causa de la sociedad dentro de la cual nos desenvolvemos, recalando una vez más que para que se ejecute el proceso comunicativo existen mensajes en los que intervienen mutuamente tanto los emisores como los receptores.

Es por esta razón, que en el proceso de la comunicación se debe contemplar las partes que actúan en la misma para evitar dificultades al instante de remitir la idea que se ansía transmitir.

Proceso de la Comunicación

Al modelo comunicativo básico se lo define como el proceso por medio del cual actúa quien envía el mensaje denominado emisor y quien recepta el mensaje denominado receptor, a través de un canal establecido.

En un proceso de comunicación humana puede haber uno o varios canales artificiales pero siempre habrá un canal generador del mensaje y otro canal natural como receptor y decodificador final. La comunicación es siempre humana independientemente del medio que exista entre emisores y receptores. (Sexe, 2001, p.59)

Existen varias posturas que explican el proceso comunicacional, sin embargo en esta ocasión se tomó en cuenta a la formalizada por José María González-Serna Sánchez quienes muestran que el proceso comunicativo consta de factores imprescindibles como el emisor, referente, código, mensaje, canal, receptor, y contexto; mientras que los factores prescindibles son el ruido y la redundancia.

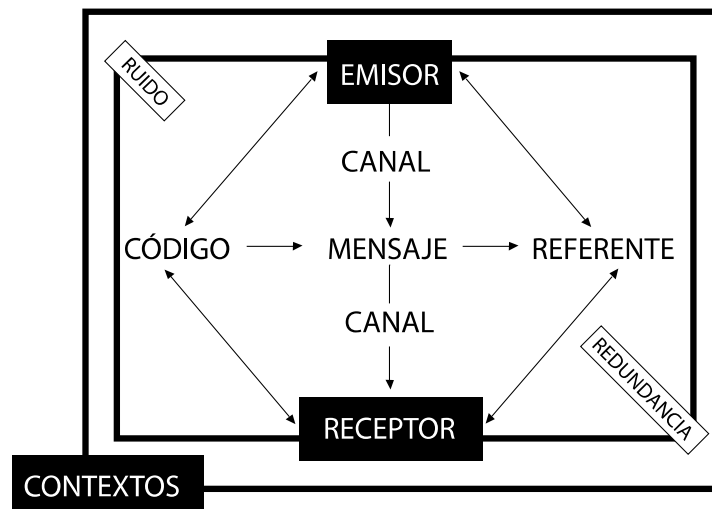


Gráfico N° 2. Elementos de la Comunicación
Tomado de: José María González-Serna Sánchez
Adaptado por: Carla Barahona

Emisor: Sujeto que produce el acto comunicativo.

Referente: La realidad extralingüística que insinúa el mensaje comunicativo; es decir, comprende no solo el mundo real sino cualquier universo posible. Por ejemplo, cuando se habla del unicornio aquello no existe en el mundo real pero se lo imagina.

Código: Conjunto de signos relacionados entre sí, que están a disposición del emisor y receptor.

Mensaje: Resultado de la codificación, portador de la información que transmite el emisor.

Canal: Medio físico por medio del cual circula el mensaje.

Receptor: Sujeto que descodifica y recibe el mensaje.

Contexto: Factores y circunstancias en las que se produce el mensaje, siempre y cuando sean conocidas tanto por el emisor como por el receptor.

González distingue distintos tipos de contexto: el contexto situacional el cual está formado por circunstancias espaciales y temporales en las que se produce el acto comunicativo, el contexto socio histórico es el conocimiento de la época en la que se producen los mensajes y por último, el contexto lingüístico en el que lo mencionado antes o después de un enunciado puede condicionar su interpretación.

Ruido: Disturbios que no se perciben y que afectan en la transmisión del mensaje.

Redundancia: Aquellos elementos innecesarios dentro del mensaje que ayudan a combatir el ruido.

Al considerar el discurso de José María González, se puede encontrar dos tipos de procesos comunicacionales, por un lado la comunicación puede ser unilateral cuando se emite el mensaje y no existe respuesta (el receptor sólo percibe) y bilateral cuando existe una respuesta (el receptor se convierte en emisor de un nuevo mensaje que captará el emisor anterior).

Clasificación de la Comunicación

El hombre para poder comunicarse con sus semejantes usa diferentes lenguajes verbales y no verbales, Rafael Quintana Orozco en su compilación Introducción al Estudio de la Comunicación de la Universidad de Londres, subordina a la comunicación en tres grupos: comunicación por número de participantes, por códigos y por medios, pero se prestó atención a este último.

Comunicación por Medios

Comunicación por Medios Presenciales

En esta clasificación están incluidos los medios masivos como son la radio que es más económica e interactiva y la televisión con su gran capacidad de sensibilización y persuasión al público.



Gráfico N° 3. Radio y Televisión

Tomado de: Essence Fitness Group y Active Fitness Gym

Adaptado por: Carla Barahona

Comunicación por Medios Tecnológicos

Hoy por hoy, la tecnología proporciona dos características primordiales que se busca a la hora de comunicarse, interactividad y agilidad, de esta manera se ha podido abaratar los costos, acortar distancias e incrementar los tiempos de respuesta en lo que a la transmisión de los mensajes se refiere. Cabe recalcar, que el internet es una convergencia de medios por cuanto en él se encuentran la televisión, la radio, los periódicos y las revistas.



Gráfico N° 4. Página Web Personal

Elaborado por: Carla Barahona

Comunicación por Medios Representativos

Medios tradicionales impresos, tales como periódicos, libros, folletos y demás impresos, los mismos que deben suplir la necesidad de sonidos e imágenes en movimiento que utilizan otros medios como la televisión, mediante una buena calidad de redacción de texto acompañada de fotografías atrayentes que cumplan con el objetivo de comunicar; al mismo tiempo genera confianza en sus lectores. Dentro de esta calificación también se encuentra la revista, la cual es un medio de comunicación impreso, de carácter informativo que se publica periódicamente, se presenta generalmente en secciones las mismas que poseen diversidad de contenidos dependiendo de su temática y al público a la que va dirigida.

Concluyendo que existe un sinnúmero de medios de comunicación, cada uno transmite sus mensajes de distinta forma en virtud de que poseen un lenguaje específico debido a la tecnología que emplea produciendo múltiples impactos al público a quien va dirigido.



Gráfico N° 5. Afiche Gamboina
Elaborado por: Carla Barahona

Comunicación Visual y Diseño Gráfico

Definición de Comunicación Visual

Toda comunicación requiere de un amplio algoritmo, por este motivo la comunicación visual es un proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales y se la “define como todo aquello que capta nuestra vista, desde una simple flor hasta un cartel”. (Sexe, 2001, p.8) En ella influyen: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el medio o canal y el referente. En efecto, es un medio de trasmisión de mensajes estructurados.

La comunicación visual como su nombre lo indica, es toda aquella información que puede captar nuestro sentido de la vista, cada una de las imágenes que se ve todos los días de una u otra forma transmiten un mensaje y se las interpreta dependiendo del entorno en el que se desarrollen, para ratificar esta definición se toma como referencia los siguientes conceptos:

“Prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, un dibujo [...] Imágenes que, como todas las demás, tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes”. (Munari, 2000, p.79)

“La comunicación visual depende en todo momento de hasta qué punto el diseñador es capaz de adaptarse, entender y responder ante la situación concreta para dar una respuesta efectiva a las necesidades del cliente”. (Hembree, 2008, p.41)

Una efectiva comunicación visual es aquella que emplea un buen lenguaje visual basado en los diferentes recursos tales como tipografía, cromática, composición, estilo y creatividad. Una vez analizada esta información se puede definir como comunicación visual a todo lo que nos rodea, debido a que cada elemento tiene un mensaje previamente configurado y que depende del soporte visual para su comprensión.

Definición de Diseño Gráfico

¿Qué es el Diseño Gráfico? Definir al Diseño Gráfico se ha convertido en un paradigma ya que algunos autores lo definen como arte, en cambio otros como disciplina; sin embargo antes de averiguar, qué concepto es el más apropiado, es conveniente conocer la raíz de dicha palabra.

En primer lugar, la Real Academia Española (RAE) define la palabra diseño, cuyo origen es italiano (disegno), a su vez de origen latino (designare), como: dar nombre o signo a algo, busca particularizar algo entre lo general. Así como también, lo hace Yves Zimmermann (1998) que en español significa designar, marcar, dibujar o destinar algo para un fin determinado.

Por su lado, Jorge Frascara define al diseño como:

Una actividad humana volitiva, una actividad abstracta que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo invisible en visible, en definitiva, comunicar. Incluye juicios de valor, aplicaciones de conocimiento, adquisición de nuevos conocimientos, uso de intuiciones adecuadas y toma de decisiones. (Frascara, 2000, p.33)

Por otro lado, Alice Twemlow afirma que “el diseño gráfico es una clase de lenguaje que sirve para comunicar.” (Twemlow, 2007, p.6)

“El diseño es un concepto tan amplio que no puede encasillarse en una sola definición; por el contrario, la diversidad de definiciones expresa su riqueza y sus múltiples posibilidades”. (Bellucia, 2007)

El diseño gráfico crea elementos que desarrollan una efectiva comunicación visual para satisfacer las necesidades del target a quien va dirigido el servicio o producto. Por esta razón, al diseño en la actualidad se lo toma como innovación, novedad, avance, la solución renovadora, un modo de relacionar un número de factores, como una nueva forma de expresión y según quien lo emplee puede significar diferentes cosas. El diseñador gráfico es quien realiza esa acción innovadora que cumple una funcionalidad la cual puede ser de nivel intelectual o

material con diferentes propósitos: comunicacionales, estéticos y económicos.

Por otra parte, cabe mencionar que el mundo en que vivimos es diseño, de hecho cuando caminamos por la acera vemos vallas publicitarias enormes promocionando a diferentes marcas; entramos a un almacén y vemos afiches de moda; entramos al supermercado y vemos las perchas abastecidas de productos cada uno de estos con su logotipo, colores, packaging, precio y promoción; entramos a un hospital y vemos la señalética que nos ayuda a ubicarnos dentro del mismo; compramos un CD de nuestro artista favorito y éste tiene diseño de empaque; para esto se han creado diferentes ramas cada una con su especialidad tales como el diseño publicitario, el diseño de identidad corporativa, el diseño web, el diseño tipográfico, el diseño multimedia, el diseño de empaques y el diseño editorial.

Por las consideraciones anteriores, el diseño gráfico es el empleo adecuado de imágenes y textos con el motivo de transmitir un mensaje, contemplando distintas necesidades que pueden ser informativas, publicitarias, políticas, entre otras.

Responsabilidad Social del Diseño

El diseñador abarca diferentes tipos de responsabilidades entre estas están la responsabilidad profesional que tiene frente al cliente y al público, de diseñar un mensaje que convenza; responsabilidad ética cuando vela por crear mensajes que apoyen valores humanos básicos; responsabilidad cultural cuando crea productos visuales que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los fines comerciales del proyecto y no podría faltar la responsabilidad social que se encarga de producir mensajes que contribuyan positivamente a la sociedad o por lo menos, que no aporte una contribución negativa.

El rol que debe cumplir un diseñador gráfico dentro de la sociedad es muy importante en cuanto a conocer la responsabilidad que abarca su profesión, la realidad de su ciudad, su cultura, su país, su problemática en sí para entender lo que sucede, porqué sucede y cómo se puede contribuir a que algunas situaciones cambien, para mejorar, prevenir e implementar políticas tendientes a disminuir los siniestros que puedan acontecerse en un conglomerado a través de mensajes claros y definidos teniendo

presente que cuenta con una herramienta fundamental para comunicar de forma audio y visual una información relevante. (Frascara, 2004, p.23)

El diseño a más de elaborar productos netamente comerciales, elabora productos orientados a solucionar necesidades de la sociedad, en ciertas ocasiones esto ha sido bastante criticado debido al costo que dichos diseños requieren, han causado polémica pero eso no ha importado ya que lo que realmente interesa es la efectividad de los resultados que se han obtenido. Por esta razón, unas campañas o productos han tenido más aceptación que otros.

Algunas situaciones tienen que ver con solventar una necesidad básica como por ejemplo el acceso al agua, salud, comida y en otras, concientización por desastres naturales como el calentamiento global. El éxito de cada campaña no está en manos del mercado sino de si son efectivos y viables para mejorar la calidad de vida de la gente, exactamente la misma gente que usualmente ignora el mercado masivo.

Desde nuestro quehacer como diseñadores gráficos debemos poner al diseño gráfico en función de la sociedad, cuestionando al sistema y proponiendo soluciones alternativas que mejoren las relaciones entre los individuos y entre el medio ambiente y el hombre. Resulta oportuno mencionar si el diseño servirá para salvar al mundo o qué mismo sucederá, desde mi punto de vista el diseño no salvará al mundo pero contribuye para que nosotros lo salvemos, para que el diseño se transforme en un agente de cambio para un mejor futuro.

Elementos Básicos del Diseño Gráfico

Los elementos del diseño gráfico son la principal materia prima de una composición, cada uno de estos posee varias características que los modifican y condicionan, entre los que se destacan: “el punto, la línea, el plano, el contorno, la textura y el color. Cada uno tiene características diferentes, lo que les permite desempeñar funciones determinadas dentro de la composición”. (Newsartesvisuales.com, 2009) Sin embargo, en el producto editorial primará el color.

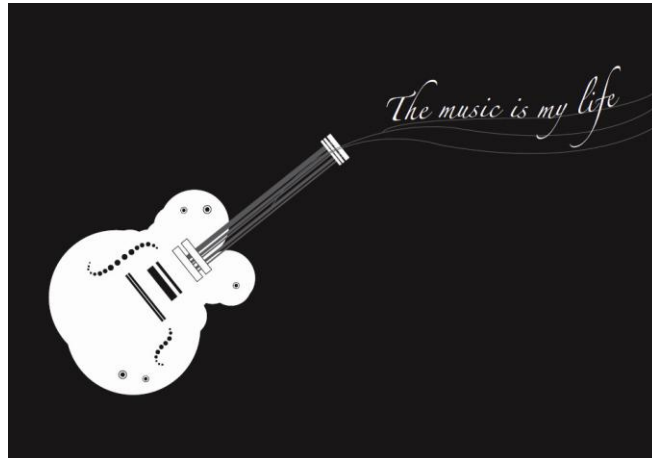


Gráfico N° 6. Composición Música
Elaborado por: Carla Barahona

El Color

Las representaciones monocromáticas que aceptamos con tanta facilidad en los medios visuales son sustitutos tonales del color, de ese mundo cromático real que es nuestro universo tan ricamente coloreado. Mientras el tono está relacionado con aspectos de nuestra supervivencia y es, en consecuencia, esencial para el organismo humano, el color tiene una afinidad más intensa con las emociones.

En realidad, el color está cargado de información y es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común. Por tanto, constituye una valiosísima fuente de comunicadores visuales, son estímulos comunes porque se asocian con un significado.

Diagnóstico de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación - CAFDER

Reseña Histórica de la CAFDER

El 4 de junio de 1998 en resolución de O.R. 980061-ESPE-a-2 se modifica el nombre de Facultad de Educación Física por el de Facultad de Educación Física, Deportes y Recreación (FEFDER), en vista de que el pensum de estudios recibido por el profesional es compatible con la Licenciatura en estas tres áreas de la actividad física.

Hoy en día, es conocida como la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación (CAFDER), es un proceso de formación científica-técnica-humanística de tercer nivel, orientada a formar profesionales capaces de fomentar la salud mediante la actividad física, el deporte formativo-competitivo y la recreación, así como también, en el ámbito técnico deportivo a fin de masificar, desarrollar y alcanzar el alto rendimiento deportivo, con las suficientes habilidades y destrezas para desempeñarse eficientemente en la prestación de servicios competitivos y de alta calidad.



Gráfico N° 7. Logo de la CAFDER
Tomado de: Web Site de la CAFDER

Misión y Visión

Misión

Carrera es una unidad operativa creada para formar profesionales de tercer nivel con el título de Licenciados en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación para satisfacer las necesidades de la sociedad con práctica de valores pensamiento crítico y calidad e innovación, con cobertura nacional e internacional con los recursos asignados con transparencia eficacia y eficiencia.

Visión

Al 2016 ser una carrera líder por la excelencia académica investigativa y de vinculación con la sociedad, a nivel nacional e internacional, resaltando nuestra identidad basado en la aplicación del código de ética apoyando a la ESPE para ser una de las mejores universidades con alta conciencia ciudadana.

Perfil Profesional

El Licenciado en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación, es un profesional con formación científica, técnica y humanística, capaz de demostrar capacidades para gestionar el entrenamiento deportivo, gerenciar organizaciones deportivas, liderar proyectos de actividad física, recreacionales y desarrollar el proceso didáctico, con conciencia social, respeto a la interculturalidad, género y conservación del ambiente.

Competencias Genéricas

- Demuestra en su accionar profesional valores universales y propios de la profesión, demostrando inteligencia emocional y creatividad en el desarrollo de las ciencias, las artes, el respeto a la diversidad cultural y equidad de género.
- Interpreta y resuelve problemas de la realidad aplicando métodos de investigación, métodos propios de las ciencias administrativas, herramientas tecnológicas y diversas fuentes de información en idioma nacional y extranjero, con honestidad, responsabilidad, trabajo en equipo y respeto a la propiedad intelectual.
- Demuestra cualidades de liderazgo y espíritu emprendedor para la gestión de proyectos empresariales y sociales, en los sectores públicos y privados.
- Promueve una cultura de conservación del ambiente en la práctica profesional y social.

Competencias Específicas

Gestiona procesos de entrenamiento deportivo y de actividad física, aplicando los fundamentos científicos y técnicos con responsabilidad y ética profesional. Gerencia de Empresas e Instituciones deportivas y de actividad física con criterios técnicos con eficiencia en beneficio del deporte y la actividad física. Ejecuta programas recreacionales y de tiempo libre atendiendo a las necesidades sociales con conciencia social. Desarrolla el proceso didáctico aplicando fundamentos metodológicos, científicos y técnicos con responsabilidad.

Marco Conceptual

Diseño Gráfico y Publicación Impresa

El diseño y las nuevas tecnologías en impresión

La globalización forma parte primordial del mundo, así como también las nuevas tecnologías y por supuesto, los medios de comunicación sean estos tradicionales como la prensa y la televisión o alternativos (BTL) como las vallas publicitarias sin embargo, ambos poseen un fin primordial: transmitir un mensaje a la sociedad. En lo que se refiere a la comunicación que imparten estos medios, la imagen toma radical importancia debido a que ahora ya no sólo se envía información a través de la comunicación verbal sino que *una imagen vale más que mil palabras*. Las nuevas tecnologías han ido evolucionando hasta la actualidad, y hasta cierto punto resulta complicado dar una determinada definición.

Paulo Porta dice que “la reproducción de imágenes es un mundo que no deja de evolucionar. Hoy día es posible obtener copias de gran calidad mediante una variedad de tecnologías en las que renace lo mejor de los sistemas clásicos, desde la tipografía tradicional hasta las técnicas digitales, pasando por la impresión fotográfica y los recursos de las artes gráficas.” (2007)

En el entorno de las nuevas tecnologías de impresión y la nueva era de los materiales de impresión, la impresión funcional se perfila como el enlace directo entre el presente y el futuro para la industria gráfica. El uso de las tecnologías de impresión para la deposición de materiales con propiedades funcionales (conductoras, foto luminiscentes, etc.) comienza a ser una realidad que abre las puertas al nacimiento de una nueva gama de productos tecnológicamente avanzados como tintas conductoras, etiquetas inteligentes, papel electrónico, células orgánicas fotovoltaicas, tejidos inteligentes. Las tecnologías de impresión funcional permitirán dar el salto de una producción de laboratorio a una de gran escala con el consiguiente abaratamiento de costes, reducción de tiempos de producción y del impacto medioambiental.

Aproximación Histórica del Diseño Editorial

El diseño editorial se origina en el siglo XV durante la época del Renacimiento, pero cabe distinguir que el hombre siempre tuvo la necesidad de tener constancia material de sus ideas y pensamientos, es de esta forma que comienza a desarrollarse.

David Zanón en su obra “Introducción al Diseño Editorial”, indica que su inicio se remonta al año 960 en China donde se usaron tipos móviles de madera. (p.11) Mientras tanto en Europa se buscaba una técnica para la producción de libros por medio de un molde con letras sueltas que evitara estamparlo en bloques de madera grabada. Por otra parte, Johannes Gutenberg (Alemania 1399-1468), perfeccionó la reproducción en serie de libros mejorando los elementos de imprenta, ideados por los chinos. Los tipos móviles que diseñó optimizaron tiempo y recursos, produciendo uno de los ejemplares más importantes en aquel entonces, la Biblia de Gutenberg (1454). Además, en Alemania también se publica el primer periódico impreso llamado Gazzette y en 1663 se publica Erbauliche Monaths-Unterredungen, considerada la primera revista de la historia. Estos inicios de reproducción gráfica son los que posteriormente darán paso a lo que conocemos actualmente como diseño editorial, rama del Diseño que se encarga de la elaboración y diagramación de productos impresos. Así, el diseño editorial fue tomando forma hasta llegar al desarrollo de software e internet que han permitido que el diseñador tome sus propias decisiones en cuanto a los formatos, colores, formas y utilización de imágenes dentro de las publicaciones.



Gráfico N° 8. Biblia de Gutenberg

Tomado de: Biblioteca Estatal de Murhard en Kassel (Alemania)

El Diseño Editorial

El diseño editorial consiste en la edición visual de la información, es decir, la diagramación de textos e imágenes las mismas que son aplicadas en distintos formatos de publicación tales como revistas, periódicos, libros, folletos, boletines, catálogos, entre otros.

Determinar en qué consiste el diseño editorial y en qué se diferencia de otras áreas del diseño, es el punto de partida necesario a la hora de emprender su análisis. Una manera simple de acotarlo es considerarlo como una forma de periodismo visual, en la medida en que esa etiqueta lo distingue más fácilmente de otros procesos de diseño gráfico, como el marketing, o el diseño de packaging, que suelen orientarse exclusivamente a la promoción de un punto de vista o de un producto. Una publicación editorial, por el contrario, puede entretener, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones. Generalmente, consiste en la combinación de texto e imágenes, pero también en uno de ambos elementos exclusivamente. No es raro encontrar diversidad de opiniones en una misma publicación, si bien todas tienden a pertenecer a una línea de pensamiento determinada (los periódicos son buena muestra de ello. (Zappaterra, 2008)

Martin Vezky, Director Artístico de la Revista Norteamericana Speak, cita del libro “Diseño Editorial: Periódicos y revistas” de Yolanda Zappaterra menciona que “el diseño editorial es el marco en el que una historia dada es leída e interpretada. Abarca tanto la arquitectura general de la publicación [...] como el tratamiento específico de la historia [...]” (p.7)

Para la elaboración de dichas publicaciones es indispensable conocer para qué tipo de consumidor va dirigido, en virtud de que la diagramación varía con respecto a este parámetro. Por ejemplo, no es lo mismo diseñar una revista de deportes enfocada para adultos, que una revista de tecnología para jóvenes.

Así como también, es primordial utilizar de manera crítica la herramienta fundamental para la edición de la información; en este caso, existe software que lo hace como el Adobe Indesign. Por otro lado, se debe tener nociones básicas sobre tipografía, tratamiento de párrafos, jerarquización de información, legibilidad y

maquetación; y así el diseñador podrá defenderse en una sociedad competitiva y multifacética por la que transcurrimos hoy en día.



Gráfico N° 9. Folletos turísticos y postales
Parque Histórico de Guayaquil
Tomado de: AQUELARRE Comunicación Visual
Adaptado por: Carla Barahona

Importancia del Diseño Editorial

La importancia del diseño en el medio editorial radica en su contribución en base a funciones substanciales como por ejemplo suministrarle expresión y personalidad a la publicación para cautivar la atención de los lectores, conjuntamente organiza el material de forma correcta y entendible. Es por esto, si se desea cumplir con un producto final atractivo, útil e informativo; el diseño editorial sirve de escenario para todo tipo de innovaciones que hacen esto posible.

El diseño editorial es significativo debido a que hoy por hoy la sociedad se maneja por estímulos visuales y los lectores requieren ser motivados para generar en ellos ese deseo de consumo, por cuanto se trata de transmitir la importancia que tiene la portada dentro de las publicaciones impresas.

Asimismo, es importante hacer un uso correcto de los fundamentos teóricos (teoría del color, tipografía, legibilidad, formato, imágenes y su uso, entre otros) con el fin de estructurar, jerarquizar y conseguir llegar al público objetivo exitosamente.

Actualmente, alcanza una notable importancia debido a que se ha desarrollado extraordinariamente por la competencia que existe entre medios gráficos y audiovisuales. Las publicaciones precisan mostrar una diagramación atrayente para sobresalir entre los demás medios de comunicación.

Objetivo del Diseño Editorial

El objetivo del diseño editorial es transmitir un mensaje mediante la organización de imágenes y textos; cada elemento tiene una función diferente, por ejemplo, en una revista, lo que tiene que llamar la atención del lector es el titular, por otro lado la redacción y diagramación tienen su propio objetivo, en cambio la imagen apoya el cuerpo de texto, dentro de la misma se debe tratar uno o varios temas y la elección de ellos depende en gran medida a qué tipo de público está dirigido.

En resumen, el diseño editorial tiene objetivos que deben cumplirse al momento de la maquetación: dotar de expresión y personalidad a los contenidos, atraer y retener la atención de los lectores y estructurar el material de una manera nítida, clara y concisa.

Factores del Diseño Editorial

Yolanda Zapatterra da a conocer que para que una maquetación tenga el éxito deseado en su composición debe estar compuesta por varios elementos, cada uno con sus propias funciones y características.

La forma

El manejo de la forma consiste en una adecuada distribución de los elementos en el espacio, lo que permite que la maquetación sea óptima, guiándole al lector para que genere en él diferentes sensaciones y significados. También, genera equilibrio, armonía, y discordancia, debido a que sus patrones contribuyen a la fluidez de la maqueta. Es así que, cuando “se miran las maquetas entrecerrando los ojos puede observarse cómo todos los elementos configuran formas. La tipografía se transforma en bloques grises, las ilustraciones y las fotografías conforman rectángulos o cuadrados [...]” (Zapatterra, 2008, p.34)

Hay tres maneras de que la forma realce su disposición. Primero, la forma ayuda a sostener interés del lector. Las formas se pueden utilizar para romper hacia arriba una página que contenga mucho texto. En segundo lugar, la forma se utiliza para organizar y para separarse. Una parte del texto se puede poner en una forma con un fondo colorido y agregará variedad a la página. Podemos utilizar la forma para conducir el ojo del lector con el diseño. Según las disposiciones, el ojo busca un lugar para comenzar y seguir con el diseño al extremo. La forma puede ayudarle a guardar la atención de éste. (Manjarrez, s.f.)

La tensión

La tensión es uno de los instrumentos más efectivos para dotar de fuerza y dinamismo a una postura editorial, generada a partir de la distribución de los elementos dentro de la página, se encarga de atraer la atención del espectador. A su vez, puede estar configurada de forma que propague una sensación de movimiento diagonal entre páginas, asimismo dinamismo por la utilización del texto e imágenes. Una magnífica manera de generar tensión en la maqueta es cuando se usa conjuntamente color, texto e imagen, ya que el color y el tono pueden repeler o atraer a los elementos y las formas.

Manjarrez publica que existen distintas formas para conseguir la tensión entre estas tenemos: el método sugestivo que consiste en dirigir la mirada a un punto concreto a través de otros elementos; el método rítmico que consiste en aprovechar la tendencia que tiene el ser humano en completar secuencias de elementos y el método mecánico que consiste en dirigir la atención del receptor de una forma obligada. (s.f.)

La repetición y la fluidez

Cuando se habla de repetición y fluidez, se habla de continuidad visual, utilizada con el propósito de mantener la armonía en la publicación. El uso de recursos gráficos como la posición tipográfica, imágenes, colores y tamaños son factores que refuerzan la fluidez y repetición en una maqueta. La reiteración de elementos posibilita el posicionamiento de los mensajes en la mente del público al

que va dirigido, mientras que en el campo de la publicidad, son muy frecuentes para producir pregnancia en la identidad corporativa.

La escala

Recurso destinado para dar guía visual al lector a lo largo de toda la publicación gráfica, no solo se encarga de hacerla atractiva sino también le da énfasis, dramatización, jerarquización y protagonismo al mensaje editorial; es decir, cuando con solo una palabra o imagen de gran tamaño se puede enfatizar el significado de toda la página.

El contraste

En las publicaciones editoriales el contraste ayuda a resaltar por lo general los enunciados, o títulos, y siempre ayuda al usuario a identificar fácilmente el mensaje que se transmite. Factor que permite resaltar el peso visual de los elementos de una composición, se lo consigue por medio de un efecto de oposición entre ellos, que particularmente atraen la atención del lector. Se puede generar contraste de diferentes maneras: mediante el tamaño de los elementos (contraposición de elementos a diferentes escalas de las normales o el uso de proporciones irreales); puede ser definido por el color (colores cálidos-fríos); además, por los contornos irregulares (una forma abstracta atrae más que una forma geométrica conocida); y a través de la utilización de tonos muy contrastados, claridad-oscuridad (el mayor peso tonal lo tendría aquél elemento con mayor oscuridad o intensidad tonal, a medida que pierde tono, el elemento perdería fuerza y dimensión dentro de la composición).

El equilibrio

Criterio de simetría o asimetría que posee el diseño editorial, su importancia dentro de la publicación radica en atribuirle el mismo valor visual a la página par como a la impar. Por otro lado, el equilibrio distribuye los elementos visualmente fuertes de una forma coherente. El equilibrio de una página se consigue a través del uso de determinados recursos, el más común es aquel que compensa los

elementos dominantes (titulares y fotos) con espacios en blanco a su alrededor y con bloques de texto de una longitud adecuada a la superficie utilizada.

Se conocen dos tipos de equilibrios, el denominado estático, cuando todos los elementos gráficos se encuentran en una relación armoniosa y el dinámico, que atrae el interés visual del lector (suele ser el titular para conseguir una comprensión fácil del mensaje).

La sencillez

Como su nombre lo indica, únicamente se utilizan aquellos elementos que se consideran esenciales para el diseño de la página, eliminando todo lo innecesario. Al mismo tiempo, esto ayuda a que la publicación obtenga un espacio limpio que libera la tensión y el ruido para una mejor legibilidad.

Elementos Editoriales

La maquetación se refiere a la distribución de los elementos dentro de la composición. Cada uno de estos elementos posee su respectiva función dentro del diseño editorial y a su vez, su grado de importancia.

Primeramente, antes de diseñar se plantean una serie de preguntas como: ¿qué se va a comunicar?, ¿cuál es el objetivo del diseño?, ¿qué elementos son los más efectivos? Posteriormente, se decide cómo desarrollar la composición, y por consiguiente, cómo transmitir el mensaje.

El titular

El titular es el elemento lingüístico principal de la composición, porque su misión es llamar la atención e introducir al resto del contenido.

Puede ser largo, corto, más o menos grande, no hay normas sobre este tema; sin embargo, algunos autores recomiendan las frases y palabras cortas, que los titulares estén compuestos de mayúsculas y minúsculas, que se use tipografía con serifa para mejor legibilidad, que el texto no esté en negativo, o que no se utilicen elementos de puntuación en los titulares cortos. Si bien es cierto que todos estos

parámetros facilitan la lectura, atención y mejoran el diseño en general, pero todo depende de cómo se traten y dispongan los elementos.

El cuerpo de texto

El lector normalmente no le presta mucha atención “nadie lo lee”, por cuanto resulta pesado y aburrido, o por el simple motivo de que a veces con la imagen y el titular ya parece que se han desarrollado los elementos fundamentales para la comunicación. A pesar de todo esto, siempre debe tener presente que aunque un mínimo porcentaje de personas lean el texto, para el otro porcentaje de personas que si lo leen se debe tener sumo cuidado en el cuerpo de texto porque en algunas ocasiones éste puede ser el mejor vendedor. Por esta razón, el bloque de texto debe ser lo más legible y claro posible, procurar que no sea pesado o denso, para de esta manera hacer cruzar la barrera del desinterés de los lectores mediante un bloque que visualmente invite al receptor.

Pie de foto

La función de este elemento es brindar información acerca de la fotografía, y habitualmente es preciso y no muy denso. Aunque pueda parecer de poca importancia, es uno de los elementos que más se leen, por lo que se debe aportar una información suplementaria a la imagen para que pueda despertar más interés en otros elementos de la composición.

Comúnmente al pie de foto se le aplica un cuerpo pequeño (6 - 8 puntos), no se debe pensar que eso suprime su poder de atracción o visibilidad, en virtud de que el receptor se siente atraído tanto por tipografía grande como por pequeña en la que tiene que esforzarse para leer.

Fotografía e ilustración

Los elementos que más llaman la atención son estos dos, la fotografía y la ilustración. Conforman la parte de la composición que el lector seguro mira. La presencia de una imagen proporciona información, enseña el producto tal como es, hace la comunicación más real y creíble, así como también, sugiere, expresa sensaciones, estimula al lector.

La fotografía, aporta realismo y constituye en la mayoría de los casos un modelo de la realidad, por tanto, debe tener fuerza y un sentido específico y claro. Se debe procurar que las fotografías utilizadas no contengan información innecesaria, debido a que esto puede provocar confusión y desinterés. Hay que tener una idea concisa de lo que se desea comunicar por medio de la fotografía para que el contenido de esta sea exactamente lo que se busca. A su vez, las fotografías pueden ser clasificadas por su impacto o llamada de atención. “Por ejemplo, si se quiere representar la seguridad de un coche familiar con la imagen de una o varias personas, puede que la presencia de un niño pequeño sea más eficaz e impactante que la de un adulto.” (Manjarrez, s.f.)

Otra forma de transmitir una idea es la ilustración. Puede ser tan eficaz como la fotografía y de igual forma transmite sensaciones dependiendo de la composición o estructura que tenga, por ejemplo: “Las curvas pueden expresar movimiento, belleza, flexibilidad. En muchos casos muestra una gran dosis de originalidad.” (Manjarrez, s.f.)

El objetivo de una ilustración es llamar la atención, comunicar un mensaje o ambas cosas. Todos los elementos que compongan la ilustración deben tener un aspecto atractivo, pero además debe expresar las cualidades de lo que queremos comunicar.

Marca

Es el elemento del diseño que representa a la empresa (utilizado en publicidad impresa o digital), el producto, servicio del anunciante, en definitiva, la imagen de la empresa.

Puede estar compuesto de texto e imagen o solo de texto. La marca debe presentarse de una forma clara y visible, aunque normalmente se ubica al final, en el caso de los anuncios, su posición puede ser perfectamente otra, siempre que sea coherente y equilibrada con la composición.

Espacios en blanco

Tienen más importancia de lo que parece, aunque algunos anuncios casi prescindan de ellos, transmiten claridad, libertad, espacio, y ayudan en muchos casos a equilibrar la composición.

Publicación

Una publicación consiste en poner determinada información o determinado contenido, en conocimiento general del público. Existen varias publicaciones gráficas entre estas: periódicos, revistas, libros, folletos, boletines, catálogos.

Se compone de una diversidad de artículos sobre diferentes tópicos o sobre uno en especial. Producida habitualmente por una editorial, su periodicidad puede ser semanal, bisemanal, quincenal, mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual y el formato puede ser a full color o a blanco y negro (estas variantes van de acuerdo al público al cual está dirigido).

Secciones y partes de las publicaciones

Al instante de elaborar una publicación se debe analizar todos los factores que se ha mencionado anteriormente (tipo de lector, contenido, objetivos) pero siempre pensar en la finalidad principal de acercar el contenido de la publicación al lector por lo que será fundamental construir una estructura que invite y sirva de apoyo para navegar fácilmente por las distintas partes o secciones que constituyen una publicación (seleccionar el mejor entorno visual y tipográfico que cumpla la tarea de persuadir al lector).

En el momento que se habla de secciones, se refiere a las partes en que un libro, una revista o un periódico están divididos. Existen algunas secciones que son universales, otras son más específicas de acuerdo al tipo de publicación que se escoja. Por ejemplo: una revista puede constar de portada, contraportada, editorial, sumario o contenido, en el que se puede encontrar diferentes temas y anuncios. Sin embargo, un libro puede tener infinidad de partes como: portada, contraportada, página de guarda, presentación, prólogo, bibliografía, la cubierta, lomo, solapas, página de créditos, dedicatoria, prefacio, nota de agradecimientos,

sumario, el texto con sus partes, capítulos e ilustraciones, y materiales finales como apéndices, notas bibliográficas, páginas de créditos de las ilustraciones, glosarios, índices, en fin un sinnúmero de secciones.

La imagen en periódicos y revistas

Las imágenes impresas en periódicos no tienen alta resolución debido al sustrato que utilizan (poroso y absorbente), además que algunos de sus detalles se pierden. En muchas ocasiones, en las páginas impresas a color pueden fácilmente producirse problemas como el “fuera de registro” por lo que las planchas no coincide. Esto hace que el medio no sea el más apropiado para los productos que necesiten lucir su color o que necesiten dar una imagen viva del producto que manejan. Es por esta razón, que casi todos los diarios poseen dominicales, convirtiéndose en una extensión del periódico.

Sin embargo, las revistas son medios en los que se puede explotar de mejor manera a la imagen, ya que tiene un peso mucho mayor y debido a que existe sumo cuidado al instante de seleccionar las imágenes para la edición de las mismas. Eso quiere decir, que en las revistas hay que ser más exigente en cuanto a la manipulación de la imagen gráfica para publicitar una empresa, producto o servicio.

Cuando se maneje imágenes tanto en periódicos como en revistas, se debe tener conocimiento sobre el formato que se utilizará para la publicación, el tamaño que tiene el medio, el tamaño contratado por el cliente y la ubicación que tendrá dentro de la publicación (si será en página izquierda o derecha o si irá sangría). Todos estos factores hay que tenerlos en cuenta a la hora de realizar la composición del diseño.

Revista

La palabra *revista* (re-vista), tiene su significado en el “volver” a ver. Además, revista es la traducción textual de la palabra inglesa *magazine*, empleada para designar publicaciones con una periodicidad determinada en la que se puede

encontrar todo tipo de artículos, fotografías, imágenes, etc., con un precio específico o de distribución gratuita.

Esta palabra proviene del árabe makhzan, referente al magazzino, que en italiano se refiere a un lugar de almacenaje, y que entre los años de 1575-1585 toma relevancia con la venta de periódicos en bodegas o magazzinos, y que en años posteriores (1640) se usa para nombrar a los novedosos semanarios europeos, hasta el nacimiento de la primera revista moderna, The Gentleman's Magazine en 1731.

La finalidad de la revista es informar y crear opinión pública, es una publicación que revisa, registra y repasa, detenidamente lo que acontece en un período de tiempo, destaca lo más relevante, importante, significativo y de impacto; busca lo recóndito de la noticia, procura profundizar y actualizar la información.

Para poder realizar una revista basada en el ámbito editorial es necesario estudiar su nacimiento, desarrollo y progreso.



Gráfico N° 10. The Gentleman's Magazine

Tomado de: Yesterday's Papers por E. M. Sánchez - Saavedra

Aproximación Histórica de la Revista

Marco Zink (2005) en la revista electrónica NetMag Editorial mediante su artículo ¿Cuándo surgió la primera revista del mundo?, menciona que la historia de la revista comienza en el año de 1663, con la aparición de publicaciones periódicas que no eran solamente informativas sino en forma de almanaques. Una revista editada por años, en la que se entregaba datos útiles sobre el clima,

comunicaciones, población y más contenidos informativos, junto con prosa literaria y poemas de breve extensión. Siendo su propósito era tanto de entretenimiento como para amenizar el ocio de los lectores, dependiendo del tipo de información. Durante el mismo siglo, nacieron los semanarios, que incluían descripciones de modas y costumbres, acompañadas de crítica social y moral. Las primeras revistas reunían una gran variedad de material que era de interés para los lectores. Una de las primeras fue una publicación alemana: *Erbauliche Monats-Unterredungen* (Discusiones Mensuales Edificantes), que apareció entre los años 1663 y 1668. Pronto surgieron otras revistas que se fueron conociendo periódicamente en otros países como: Francia, Inglaterra e Italia; para la década de 1670 se dieron a conocer al público algunas más divertidas. Sin embargo, la más conocida de todas ellas en esa época fue *Le Mercure Galant*, que se conoció en el año de 1672, que más tarde cambió de nombre por *Mercure de France*. A comienzos de siglo XVIII, Joseph Addison y Richard Steele crearon *The Tatler* (1709-1711), la cual aparecía tres veces por semana. La Enciclopedia Británica las define como una colección de textos (ensayos, artículos, reportajes, poemas) muchas veces ilustradas.

La publicación de revistas se fue consolidando como actividad altamente rentable en todo el planeta. Debido a la gran expansión de la televisión y los medios audiovisuales. Cabe recalcar, que las revistas tuvieron un crecimiento bastante similar al de los periódicos, hoy en día es uno de los medios escritos más vendidos y utilizados.

Tipos de Revistas

En la actualidad, las revistas son los medios impresos más vendidos debido a que abordan variados temas; dirigidos a un público selecto que comparten los mismos gustos e intereses. Es por este motivo, que existe una infinidad de revistas especialidad en diferentes temas como: belleza, tecnología, moda, cultura, economía, política, música, literaria, deporte, etc.

En esta instancia se conocerá cuáles son los factores que caracterizan a la revista deportiva.

Revista Deportiva

Las revistas deportivas se encargan de difundir las diversas prácticas deportivas como: fútbol, básquet, tenis, voley, karate, entre otras disciplinas deportivas. Además, es una publicación que pretende dar cabida a la difusión y debate de las actuales líneas de investigación dentro del área deportiva: la psicología, turismo y gestión/dirección de entidades y eventos deportivos.

Los manuscritos presentados como artículos más orientados a la práctica deben mostrar nuevos conceptos, preguntas, problemas, soluciones y aportes al deporte. Se debe tomar en cuenta que los artículos de investigación deben aportar una contribución relevante y significativa a la teoría y a la práctica; es decir, deben estar teórica y metodológicamente bien fundamentados.

Abarca temáticas sobre organización deportiva, órganos deportivos públicos, voluntarios y comerciales, tanto aficionados como profesionales, empresas que producen productos relacionados con el deporte y las organizaciones de servicios en la industria del deporte. También explora los organismos deportivos, tales como el estado, las autoridades reguladoras, los patrocinadores y además, las estructuras y los procesos de las organizaciones deportivas. La revista acepta trabajos con una perspectiva internacional, con una distribución geográfica amplia y anima a los estudios y artículos comparativos. Sirve como una salida para la difusión de la información deportiva tanto para académicos como profesionales en el deporte.

Las revista deportiva se desarrolla con los mismos lineamientos que se desarrolla cualquier publicación; trata temas de una misma disciplina, toma en cuenta las bases de diagramación editorial como son realización de una maqueta, un sistema reticular, organización del contenido, sus partes principales (portada, contraportada, páginas interiores, y obviamente, características como el sustrato, formato, estilo de diseño, función e importancia de las fotografías, entre otros aspectos).

En el país se han publicado revistas deportivas que han ganado gran prestigio al pasar los años, todo esto gracias a sus lectores, a sus promociones

(ofertas, publicidad), pero sobre todo a su nivel de contenido y a los elementos gráficos que generan el atractivo para el lector (fotografías, reportajes). Un claro ejemplo es la revista Estadio, la misma que enfatiza en temas del deporte nacional, cada una de sus páginas sirven de referencia para el desarrollo de cualquier producto comunicacional impreso.



Gráfico N° 11. Revista InForma

Tomado de: Facebook Revista InForma por Zayda Molina

Hipótesis de trabajo

- Si se realiza un diagnóstico del problema por medio de una recopilación de información necesaria a través de técnicas de investigación a los estudiantes y docentes de la CAFDER en la ESPE, entonces se obtendrá datos reales para poder realizar el proyecto planteado.
- Si se aplica los conceptos de diseño gráfico y editorial para la elaboración del producto editorial, entonces la pieza editorial planteada tendrá bases técnicas para su realización a posterior.
- Si se diseña una publicación editorial impresa con su respectivo respaldo digital donde la relación entre diseño gráfico y editorial sea armónica y funcional, entonces la pieza editorial será viable.

Señalamiento de Variables

Variables Dependientes	Variables Independientes
CAFDER	ESPE
El producto editorial	Diseño gráfico y editorial
Armonía y funcionalidad del diseño gráfico y editorial	Medios impresos

Cuadro N° 1. Señalamiento de Variables

Elaborado por: Carla Barahona

Enfoque de la modalidad

El presente Trabajo de Graduación maneja dos enfoques: por un lado, el enfoque cuantitativo debido a que se obtuvo datos tanto de fuentes primarias como de fuentes secundarias a través de encuestas y por otra parte, el enfoque cualitativo por las entrevistas a especialistas y al experto y en las interpretaciones de los resultados.

Tipos de trabajo de investigación

El desarrollo del Trabajo de Graduación comprende la posibilidad de distinguir cuatro fases o momentos que indican las diferentes acciones que se ejecutan durante el proceso investigativo.

Existe un primer momento denominado proyectivo donde se indaga sobre la problemática que tiene lugar en la carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación (CAFDER).

Mientras que, para el momento metodológico se seleccionan sistemas de comprobación con alto porcentaje de confiabilidad, así se tiene los métodos cuantitativo y cualitativo para lograr una mejor comprensión del problema estudiado.

Posteriormente, en el momento técnico se emplea encuestas y entrevistas (ver anexos) así como también la observación con sus respectivos instrumentos con la finalidad de interpretar los resultados.

Finalmente, en el momento de síntesis como su nombre lo indica se estructura la propuesta en forma global; además, para la redacción final del trabajo de graduación se recurrió tanto al texto Manual de Escritura Académica y Normativa de Raúl Vallejo como al Formato APA - Sexta Edición que brindan las pautas adecuadas para evitar de esta forma la colisión y el plagio, del mismo modo, fue fundamental la Guía para la presentación del trabajo de graduación proporcionada por la Universidad Israel; una bibliografía especializada en la investigación realizada por Carlos Sabino.

El tipo de investigación es de carácter aplicada porque busca solucionar un problema visual relacionado con la desinformación sobre las actividades que realiza la CAFDER. De igual manera, es cuantitativa en virtud de que se obtuvieron datos de fuentes primarias como de fuentes secundarias mediante la aplicación de los instrumentos seleccionados en el momento metodológico, a la vez es cualitativa debido a que se interpretaron los resultados obtenidos, adicionalmente es una investigación eminentemente explicativa ya que su propósito es dar razones del porqué de los fenómenos, se centra en determinar los orígenes o las causas de la investigación. Por otro lado, es descriptiva porque su preocupación primordial radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma, se pueden obtener los datos que caracterizan a la realidad estudiada. Adicionalmente es de campo, motivo por el cual la investigación se realiza en el lugar de los hechos es decir donde ocurre los fenómenos estudiados.

El método que se aplicará es el método integral (cuantitativo y cualitativo), de todo esto, se desprende la elaboración del producto una vez interpretados los datos obtenidos de encuestas y entrevistas.

Para la línea creativa se empleará el Modelo de Guillermo González Ruiz del texto “La práctica del Diseño Gráfico” de Rodolfo Fuentes, quien cita el enfoque de Bruce Archer dividiendo el proceso en tres fases: analítica, creativa y ejecutiva; dado que, permite el acercamiento al problema y la elaboración del producto.

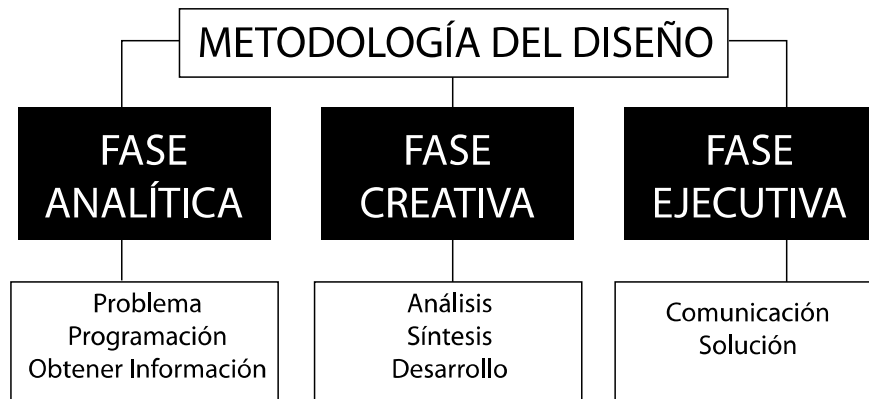


Gráfico 12. Metodología del Diseño por Bruce Archer
González Ruiz, Guillermo, *Estudio de diseño*
Adaptado por: Carla Barahona

La información necesaria para un mejor entendimiento del problema amerita aplicar técnicas entre las cuales se encuentra la encuesta para la obtención de datos a partir de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa (población en estudio) con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos; por ende, la entrevista a especialistas y a un experto en el tema de investigación para conocer la problemática más a fondo y por lo tanto, proponer su solución, así como también la técnica de observación; cada una de éstas con sus respectivos instrumentos (cuestionarios) ayudarán a la elaboración del producto como tal.

Referencia estadística

La población que comprende esta investigación abarca a 173 alumnos de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación de la Escuela Politécnica del Ejército de Quito y a través de la fórmula para determinar el tamaño de la muestra* arrojó una cantidad de 120 alumnos a encuestar.

$$* n = \frac{N \times p \times q}{E^2/Z^2 (N-1) + p \times q}$$

Donde:

N = Universo de la población o tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra (personas por encuestar)

p = Varianza poblacional de probabilidad de éxito = 0.5

q = Varianza poblacional de probabilidad de fracaso = 0.5

E = Error admisible de muestreo = 0.05

Z = Nivel de confianza = 1.96 (95% confiable)

Variables	Datos Obtenidos
N	173 estudiantes
n	120 encuestados
p	0.5 = 5% proporción esperada
q	0.5 = 5%
E	0.05 = 5% de error
Z	1.96 = 95% confiable

Cuadro N° 2. Cálculo Poblacional

Elaborado por: Carla Barahona

Presupuesto de la investigación

Gastos de Materiales	
3 resmas de papel Bond (P/U \$3,50)	\$ 10,50
1 anillado (revisión) (P/U \$2,00)	\$ 2,00
1 empastado	\$ 10,00
Fotocopias B/N	\$ 17,00
Impresiones	\$ 65,00
Escaneos	\$ 6,00
Esferográficos y lápiz	\$ 1,00
Subtotal 1	\$ 111,50
Gastos de Movilización	
Transporte (x 6 meses P/U \$21,00)	\$ 126,00
Otros gastos	\$ 15,00
Subtotal 2	\$ 141,00
Gastos de Oficina y Servicios	
Teléfono convencional y celular (P/U \$18,00)	\$ 108,00
Internet (x 6 meses P/U \$23,00)	\$ 138,00
Energía Eléctrica (x 6 meses P/U \$15,00)	\$ 90,00
Agua (x 6 meses P/U \$12,00)	\$ 72,00
Adobe Creative Suite Master Collection y Microsoft Office	\$ 0,00
Subtotal 3	\$ 408,00
Gastos de Derechos y Aranceles	
Derechos de Grado	\$ 850,00
Subtotal 4	\$ 850,00
Gastos de Alimentación	
Alimentación (x 6 meses P/U \$43,00)	\$ 258,00
Subtotal 5	\$ 258,00
Gastos de Investigación	
Observación de Campo	\$ 11,00
Encuestas, Entrevistas y Sondeos	\$ 120,00
Subtotal 6	\$ 131,00
Subtotal Gastos	\$ 1899,50
Imprevistos 7%	\$ 132,97
COSTO TOTAL	\$ 2032,47

Cuadro N° 3. Presupuesto de la Investigación

Elaborado por: Carla Barahona

CAPÍTULO III

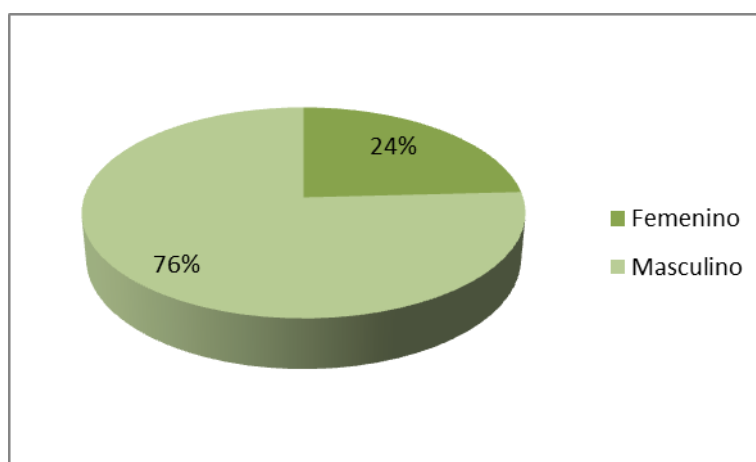
RESULTADOS

Análisis e Interpretación de datos

Encuestas

Se tuvo la participación de ciento veinte estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación de la ESPE, los cuales contestaron una encuesta con preguntas cerradas, abiertas y de selección múltiple mostrando los resultados en una tabla simple con el detalle, frecuencia y porcentaje de los datos obtenidos. La misma que ayudó a obtener los parámetros necesarios para la respectiva investigación y desarrollo del producto final. El censo arrojó los siguientes resultados.

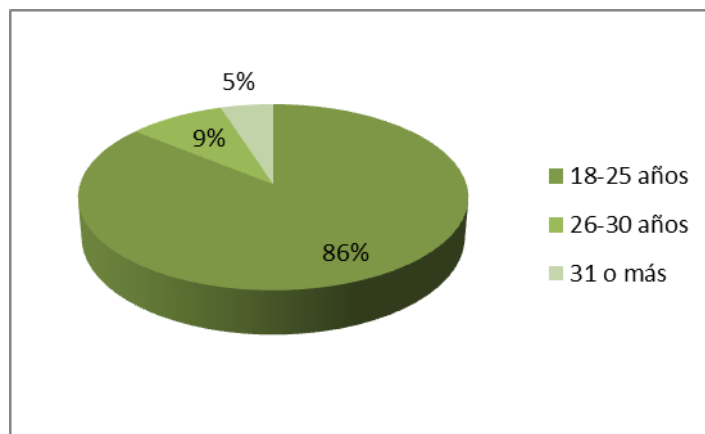
1. Género



Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	29	24%
Masculino	91	76%
Total	120	100%

Análisis e Interpretación: El 76% de los estudiantes de la CAFDER encuestados son hombres, mientras que un 24% son mujeres. Se puede concluir que en su mayoría hay público masculino.

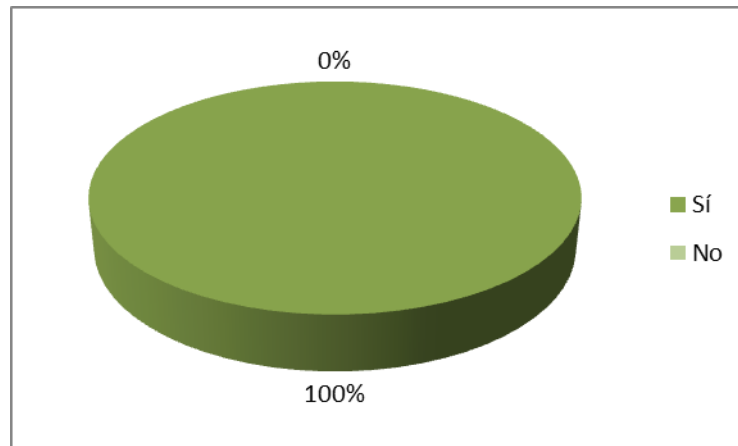
2. Edad



Detalle	Frecuencia	Porcentaje
18-25 años	103	86%
26-30 años	11	9%
31 o más	6	5%
Total	120	100%

Análisis e Interpretación: El 86% de los estudiantes de la CAFDER comprenden edades desde los 18 a 25 años. El alumnado de la CAFDER en su mayoría es un público joven.

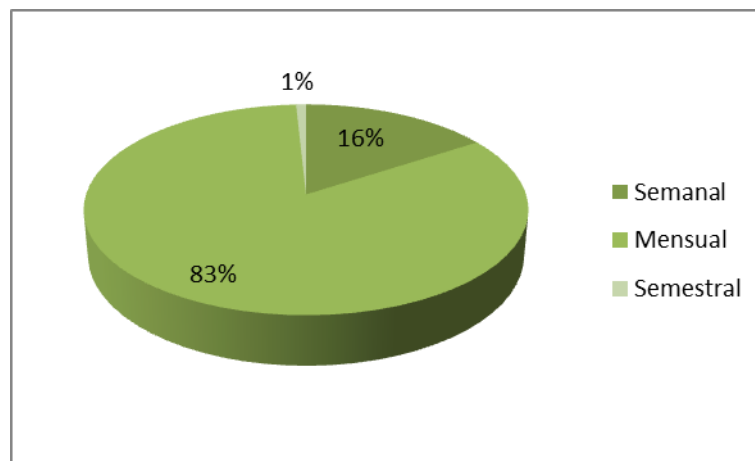
3. ¿Necesita la CAFDER material gráfico que sea el encargado de llevar información a los alumnos acerca de la misma?



Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	120	100%
No	0	0%
Total	120	100%

Análisis e Interpretación: Todos los estudiantes de la CAFDER encuestados consideran que la carrera necesita una propuesta gráfica para transmitir información acerca de la misma.

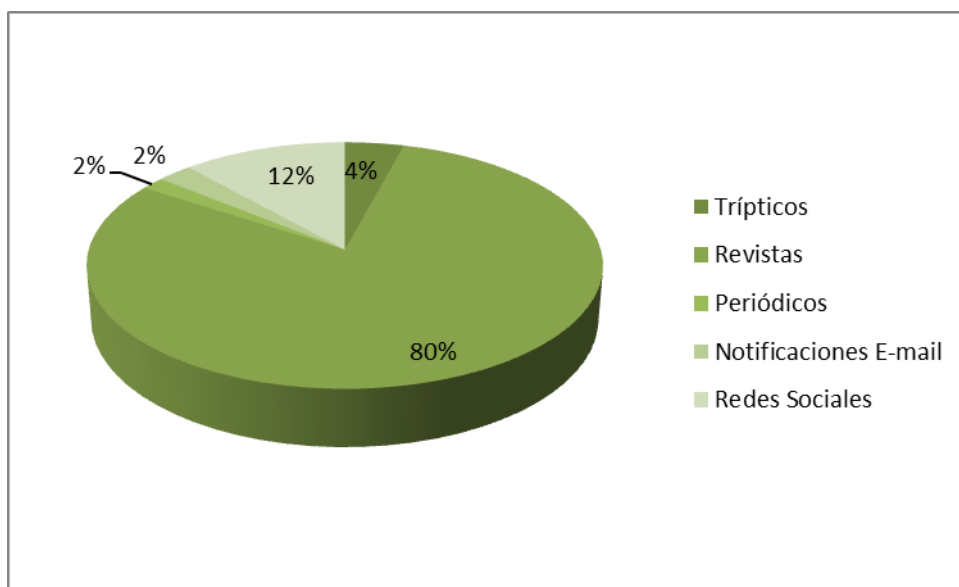
4. ¿Con qué frecuencia le gustaría que sea publicada esta información?



Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	19	16%
Mensual	100	83%
Semestral	1	1%
Total	120	100%

Análisis e Interpretación: El 83% de los estudiantes de la CAFDER encuestados consideran que la publicación de la información debe ser mensual, mientras que una pequeña parte representada por el 16% opina que debe ser semanal, sin embargo una mínima parte, el 1% desea que sea semestral.

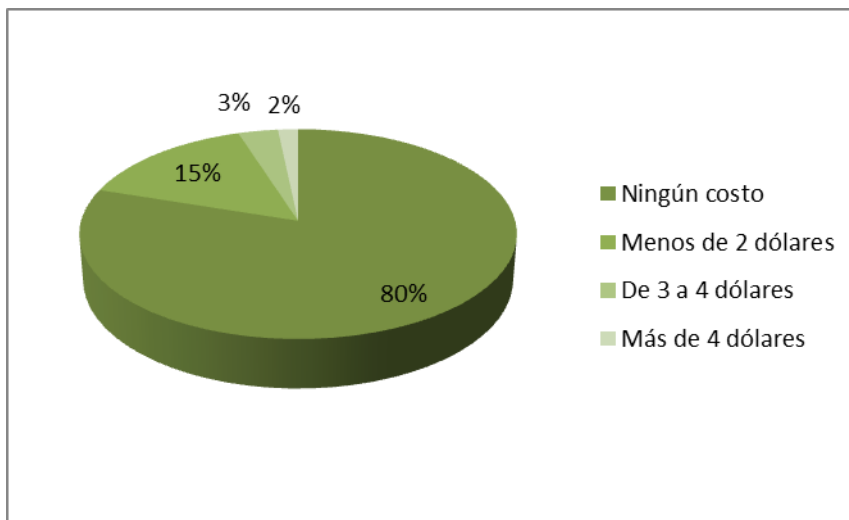
5. ¿En qué prefieres que venga la información?



Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Trípticos	5	4%
Revistas	96	80%
Periódicos	2	2%
Notificaciones E-mail	3	2%
Redes Sociales	14	12%
Total	120	100%

Análisis e Interpretación: El 80% de los estudiantes de la CAFDER encuestados prefieren que la información sea publicada mediante revistas. La difusión de las actividades de la CAFDER la mayoría desea que se lo haga a través de revistas, sin embargo, existe un mínimo porcentaje que desea que sea emitida por medio de redes sociales.

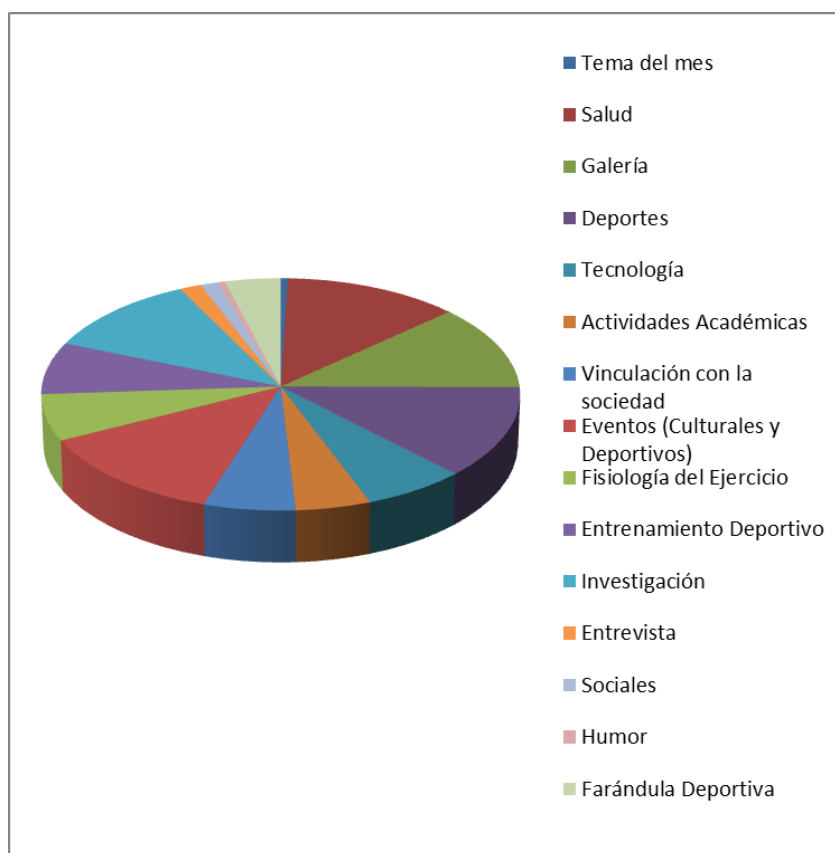
6. Si este material cumpliera con sus expectativas, estaría dispuesto a pagar:



Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Ningún costo	96	80%
Menos de 2 dólares	18	15%
De 3 a 4 dólares	4	3%
Más de 4 dólares	2	2%
Total	120	100%

Análisis e Interpretación: El 80% de la carrera, es decir, la mayoría desearía que la publicación sea distribuida de forma gratuita. Sin embargo, existe un 15% que estarían dispuestos a pagar hasta dos dólares por dicho medio impreso.

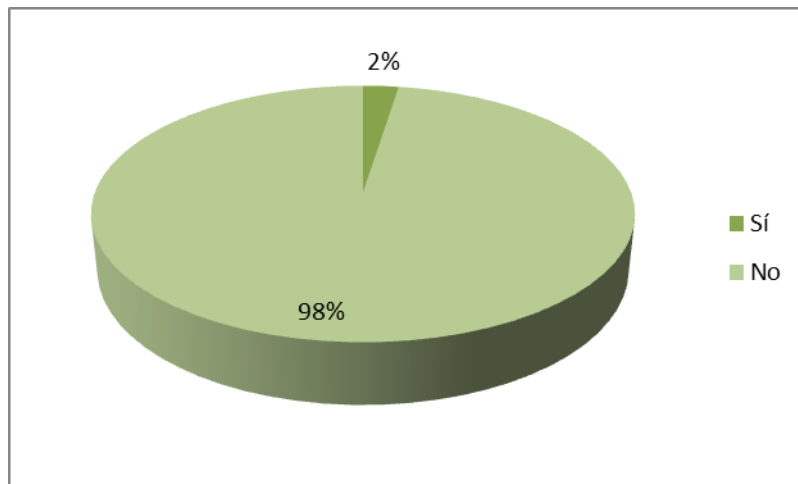
7. Marque con una x 5 contenidos que debería tener dicho material gráfico.



Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Temas
Tema del mes	5	4%	
Salud	120	100%	1
Galería	113	94%	2
Deportes	120	100%	3
Tecnología	62	52%	
Actividades Académicas	45	38%	
Vinculación con la sociedad	55	46%	
Eventos (Culturales y Deportivos)	120	100%	4
Fisiología del Ejercicio	61	51%	
Entrenamiento Deportivo	69	58%	
Investigación	108	90%	5
Entrevista	15	13%	
Sociales	12	10%	
Humor	5	4%	
Farándula Deportiva	38	32%	

Análisis e Interpretación: La mayoría del alumnado de la CAFDER desearía que la publicación trate tópicos relacionados con salud, deportes, eventos culturales y deportivos, investigación y galería.

8. ¿Conoce usted algún material gráfico de la CAFDER con esta información?

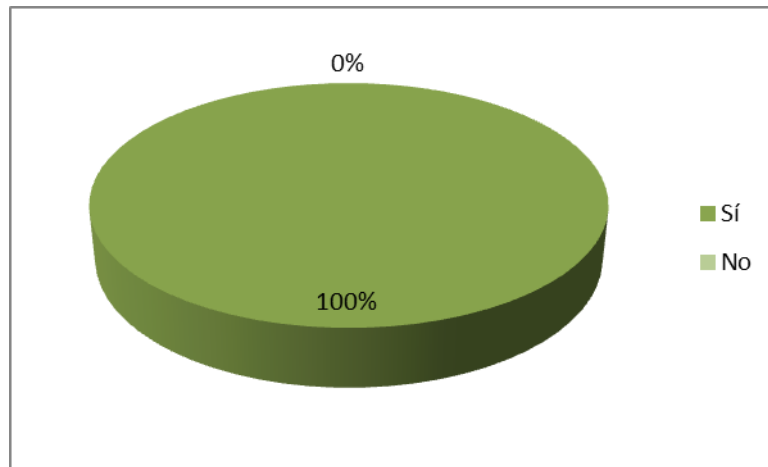


Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	3	2%
No	118	98%
Total	120	100%

Si su respuesta es sí mencione cuáles: biblioteca virtual, cartelera, trípticos de natación y gimnasia.

Análisis e Interpretación: El 98% de los estudiantes, casi la mayoría no conoce ningún material gráfico que brinda información sobre la carrera; mientras, un 2% menciona que dicha información la ha encontrado por medio de la biblioteca virtual, la cartelera, distintos trípticos pero únicamente con eventos de natación y gimnasia.

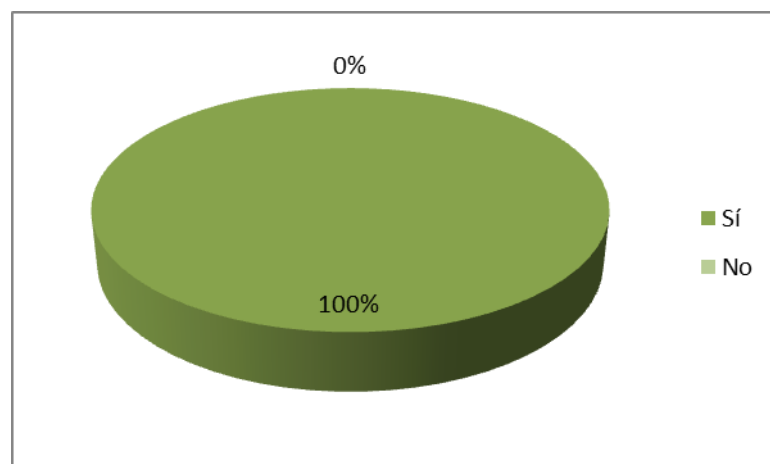
9. ¿Cree usted que los alumnos de la CAFDER necesitan un material gráfico que se oriente a responder las expectativas de la carrera?



Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	120	100%
No	0	0%
Total	120	100%

Análisis e Interpretación: Todos los estudiantes de la CAFDER encuestados consideran que necesitan de un material gráfico que responda sus expectativas.

10. ¿Está dispuesto a colaborar en la elaboración de dicho material gráfico?



Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	120	100%
No	0	0%
Total	120	100%

Análisis e Interpretación: Todos los estudiantes encuestados están dispuestos a colaborar en la elaboración del material gráfico para un mejor desarrollo y difusión de la CAFDER.

Verificación de datos

Brief de la revista

Primera Parte: Datos de identificación

- **Producto:** Revista
- **Nombre del producto:** CAFDER ACTIVA
- **Fecha de circulación:** 2013
- **Tema general que trata la revista:** Actividad Física, Deportes y Recreación
- **No. de páginas:** 24
- **Formato Revista Cerrada:** 21.6 cm x 27.9 cm
- **Formato Revista Abierta:** 43.2 cm x 27.9 cm

Segunda Parte

Tema del proyecto: Diseño de una revista informativa sobre las actividades de la carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación, de la ESPE en la ciudad de Quito.

Objetivo general de la revista: Diseñar una revista informativa para la carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación de la ESPE, aplicando los conocimientos de diseño gráfico y editorial.

Objetivos específicos:

- Investigar el problema por medio de una recopilación de información necesaria a través de técnicas de investigación a los estudiantes y docentes de la CAFDER en la ESPE (Sangolquí).
- Conocer la importancia de la adquisición de un material gráfico impreso con información de la carrera.
- Conocer si el nombre del material gráfico impreso transmite a la juventud de la CAFDER el campo de acción que tiene.
- Explorar en qué periodicidad los estudiantes de la CAFDER están dispuestos a adquirir el material gráfico impreso.
- Investigar la competencia directa del producto dentro del mercado.
- Diagnosticar las temáticas a ser tratadas dentro del producto gráfico impreso.
- Elaborar una publicación editorial impresa con su respectivo respaldo digital donde la relación entre diseño gráfico y editorial sea armónica y funcional.
- Aplicar los conceptos de diseño gráfico y editorial, para la elaboración del producto editorial.

Información general:

Antecedentes

La carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación (CAFDER) tiene la necesidad de difundir tanto su conocimiento como los eventos que realiza y proporcionar a la comunidad universitaria alternativas de solución a problemas tanto de la colectividad como específicas de su rama, para de esta manera promover el desarrollo integral de dicha Facultad mediante un medio

impreso con su respaldo digital que aportará positivamente al Repositorio Digital de la ESPE; en virtud de que en el mundo de la globalización es necesario el desarrollo y progreso de las instituciones por medio de la incorporación de nuevas tecnologías. Además, que es un requisito para la acreditación de las Universidades.

Mercado

La mayoría de las facultades de la Escuela Politécnica del Ejército poseen publicaciones que informan acerca de las actividades que realizan, en medios impresos como digitales.

Producto

Revista con la ventaja que utiliza el diseño para identificar a la carrera diferenciándose de la competencia.

Distribución

- Distribución gratuita al 100%
- Mercado potencial: estudiantes de la CAFDER
- Distribución directa

Consumidor

Hombres y mujeres jóvenes, de 18 o más años de edad, estrato social medio, medio-bajo y bajo, algunos deportistas, y otros con un estilo de vida saludable. La recolección de datos se realizó por medio de encuestas y entrevistas.

Competencia

Competencia general.- La revista es un medio impreso que ayuda a la publicación de información académica.

Revistas Universidades Categoría A		
Universidad	Nombre	Periodicidad
Escuela Politécnica Nacional	Revista Politécnica EPN Journal	Semestral
Pontificia Universidad Católica de Ecuador	Actualidad	Semestral
Universidad Central del Ecuador	Latitud Central	Semestral
Universidad San Francisco de Quito	Avances	Semestral

Cuadro N° 4. Competencia General

Elaborado por: Carla Barahona

Competencia directa.- Diferentes publicaciones de las distintas carreras de la ESPE.

Revistas de la ESPE	
Nombre	Periodicidad
E Ciencia	Trimestral
Espectativa	Semestral
Espiando	Semestral
Ciencia CEINCI	Semestral
Biogénesis	Semestral
DECC – Report Tendencias en Computación	Semestral
ESPE Ciencia y Tecnología	Semestral
Maskay Electrónica	Semestral
Emprendedorismo y Estrategia Organizacional	Semestral
Revista Internacional de Ingeniería de Estructuras	Semestral
Geoespacial	Anual

Cuadro N° 5. Competencia Directa

Elaborado por: Carla Barahona

Tiempos

La periodicidad de la revista será mensual.

Tercera Parte

Proceso Creativo

El producto editorial, en este caso revista, siendo de carácter informativo, investigativo y científico, luego de un análisis técnico sobre la realización de piezas editoriales, tiene las siguientes características:

Portada

Marca de la revista: CAFDER ACTIVA, irá ubicada en la parte superior.

Imagen: la imagen tendrá el mismo formato de la portada entera (20.8 x 27.9 cm), no invade la marca debido a que ésta tiene una franja blanca que le permite contrastar.

Avances: el tema central tendrá una tipografía en palo seco que no interfiera con la de la marca y los avances de igual forma pero diferenciándose del tema central, su cromática contrastará con la imagen de fondo de la portada, y su ubicación será al lado inferior derecho.

Códigos de registro: su fecha de circulación está programada para el año 2013, con un costo de distribución gratuita, No. de edición 01.

Portada interna: estará conformada por los créditos y por la editorial de la revista.

Contraportada

En la contraportada externa se puede realizar diferentes artes relacionados con la parte institucional de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación. En cambio, la contraportada interna está destinada para publicidad o para actividades lúdicas.

Hoja índice o página de contenidos

Se manejará texto e imágenes para el índice acompañados del nombre de la sección y su indicador de página.

Secciones editoriales

Sección Vida CAFDER

Esta sección está conformada por las primeras páginas de la revista que se encuentran a manera de introducción, bienvenida de la Carrera, debido a que se describe la misión y visión de la CAFDER e información de la historia y del diario vivir de la carrera.

Sección Tema Central

Esta sección describe el evento o temática más relevante a lo largo del mes.

Sección Deportes

Esta sección está reservada para los diferentes clubes deportivos de la ESPE, así como también, deportes del mundo entero.

Sección Eventos

Esta sección detalla los temas relacionados con los distintos eventos culturales, artísticos y deportivos realizados mensualmente.

Sección Salud

Esta sección se identifica por tratar tópicos relacionados con respecto al bienestar del ser humano.

Sección Investigación

Esta sección es la encargada de publicar artículos de relevancia científica deportiva.

Sección Galería

Esta sección está destinada a la galería fotográfica de la carrera.

Publicidad

Las políticas de manejo de publicidad será únicamente la contraportada interna, mientras haya más ediciones y por consiguiente se contacte auspiciantes.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Desarrollo de la Propuesta

Introducción

Se busca crear un producto que difunda las actividades deportivas, culturales, artísticas, investigativas, científicas de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación de la ESPE, a través de un producto editorial, donde se aproveche tanto la cromática como las fotografías para difundir información a grandes masas, en tiempos más cortos.

Para la elaboración de un material editorial impreso, se requiere la respectiva diagramación y maquetación de dicha publicación, realizando el respectivo banco de información y de imágenes de los artículos, los mismos que son el soporte principal para el material gráfico.

Se pretende cumplir con los objetivos planteados y apoyados en la investigación antes realizada, se propone crear los siguientes productos: publicación impresa y su respectivo manual de estilos, dichos materiales poseen el sustento teórico adecuado antes desarrollado con el propósito de resolver los problemas que surgieron en el Trabajo de Graduación.

Justificación del Producto

La elaboración de una revista que funcione como apoyo y que consolide la imagen de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación resulta de la necesidad de aprovechar e incorporar aquellas estrategias del diseño gráfico que sirvan para potenciar el trabajo y resaltar la gestión de la carrera en servicio con la comunidad. Partiendo de un trabajo de validación y evaluación hasta la conformación de un grupo de trabajo que dirija el diseño y publicación para garantizar que el producto cumpla con las expectativas a partir de las cuales fue elaborado.

La revista es un instrumento de gran utilidad a la hora de proyectar las cualidades, características y funcionalidad de una carrera, es por ello que su uso resulta muy común al momento de solventar y manejar un esquema informativo en relación con su público objetivo.

La creación de un producto editorial de la CAFDER se genera con la finalidad de difundir las actividades que realiza la carrera, de modo que tanto sus estudiantes como docentes puedan tener acceso a la información de manera continua.

Además, se busca que el público en general, otras carreras y nuevas generaciones que desconocen el propósito de la carrera, puedan conocer en qué consiste.

La búsqueda y aplicación de dicho medio impreso, fue utilizado de acuerdo a la investigación previa, obtenida en el marco teórico y en los resultados obtenidos con la aplicación de encuestas y entrevistas.

Para la revista informativa de la CAFDER se fundamenta la estructura en uno de los fundamentos básicos del diseño gráfico, el color; elementos dinámicos como la dirección, ritmo, movimiento, tensión, sin olvidar los elementos escalares como son el formato, dimensión, escala y proporción.

Tomando como antecedente esta información, se desea comunicar de manera visual un manejo fotográfico como elemento principal que refuerce el texto de

cada artículo y apoye el mensaje. Por lo tanto, las ideas de la cuales se parte se materializan en una propuesta creativa que comunicará de una manera directa. Es ahí en donde interviene “CAFDER ACTIVA” proponiendo soluciones reales.

Objetivos del Producto

Objetivo General

Diseñar una revista gráfica impresa que muestre las actividades que desarrolla la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación de la ESPE, a través de las fuentes de información generadas dentro de la CAFDER para que presente a esta carrera como una alternativa de estudio no sólo deportiva sino también investigativa y científica.

Objetivos Específicos

- Elaborar una retícula que facilite la diagramación de las imágenes y texto de los artículos emitidos por la CAFDER.
- Sustentar la línea gráfica utilizada en base a la información de la investigación e interpretación de datos de las encuestas y entrevistas hechas tanto al experto como a los especialistas.
- Diseñar un manual de estilos que reglamente el uso adecuado de los elementos de la revista evitando disfuncionalidades y aplicaciones dispares en próximas publicaciones.

Segmentación del Mercado

Variable Geográfica

- **Ubicación:** Ecuador
- **Provincia:** Pichincha
- **Ciudad:** Quito
- **Cantón:** Rumiñahui
- **Parroquia:** Sangolquí
- **Sector:** Valle de los Chillos

Variable Demográfica

- **Género:** Hombres y mujeres
- **Edad:** Jóvenes y adultos mayores de 18 años.
- **Nivel Socioeconómico:** Medio, medio-bajo, bajo.
- **Ingresos:** Independientes y económicamente dependientes.
- **Nivel de Educación:** Secundario y superior.
- **Estado Civil:** Casados y solteros

Variable Psicográfica

El público que asiste a la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación posee un perfil orientado a las actividades deportivas, artísticas y culturales, es decir, sus preferencias se enfocan en todo aquello relacionado a la actividad física como tal; al igual tienen un estilo de vida saludable. Los valores del potencial cliente son artísticos, tolerantes e imaginativos.

Causa-Efecto

La poca información, tanto en medios impresos como digitales, sobre las actividades de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación causan una deficiente difusión continua de la misma como carrera de la ESPE de Quito.

Causas

- El trabajo y las actividades diarias ocupan la mayor parte de tiempo.
- Deficiente investigación.
- Falta de medios visuales accesibles al alumnado y al público en general.

Efectos

- Falta de tiempo para difundir las actividades de la CAFDER.
- Información dudosa fuera del enfoque deportivo.
- Desinterés por conocer nuevas alternativas de difusión gráfica.

El descuido que se ha dado a la inversión en mensajes visuales y el uso de publicidades, donde se crea distintas imágenes de la CAFDER que no mantienen unidad gráfica, ha provocado que las personas no logren identificar, ni ubicar esta carrera; por lo que resulta urgente mostrarla de forma gráfica.

Método Creativo de Diseño

En la línea creativa, se empleará “El método sistemático para diseñadores” desarrollado por Bruce Archer propone como definición de diseño: “seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles” (Archer, 1968), donde se presenta un esquema de tres fases: analítica, creativa y de ejecución.

En la fundamentación del producto, es importante tener un método creativo de diseño, que permita visualizar el recorrido que se debe realizar para obtener una solución gráfica, que cubra todas las necesidades que se hacen evidentes en la investigación.

Las fases se subdividen de la siguiente forma:

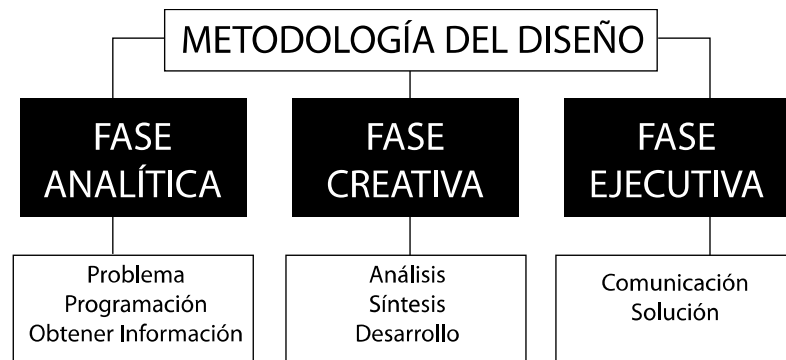


Gráfico 13. Método Creativo de Diseño por Bruce Archer
González Ruiz, Guillermo, *Estudio de diseño*
Adaptado por: Carla Barahona

Para el desarrollo de la metodología del diseño se estructurará lineamientos y procesos tanto para el cumplimiento como desarrollo de cada fase en la fundamentación y creación del producto gráfico.

Fase Analítica

- Definición del problema gráfico.
- Preparación del programa detallado.
- Obtener información y datos relevantes, preparar especificaciones y con base en éstas retroalimentar la fase.

Fase Creativa

- Análisis.
- Implicaciones.
- Formulación de ideas rectoras.
- Síntesis.
- Desarrollo de prototipos.
- Idea básica.

Fase Ejecutiva

- Comunicación.
- Solución.

Una vez realizadas cada una de las fases mencionadas anteriormente, se conseguirá notoriamente una idea básica que servirá como directriz en el desarrollo del producto facilitando la producción de dicha pieza gráfica, gracias a la estilización y conceptualización de los signos visuales encontrados en el proceso.

Fase Analítica

Problema gráfico

El problema gráfico se hallará por medio del esquema planteado por Bruno Munari, en el cual se identifican los medios de difusión y los problemas que se desencadenan.

MEDIOS DE DIFUSIÓN	PROBLEMAS
<ul style="list-style-type: none">• Flyers• Trípticos• Cartelera• Página Web	<ul style="list-style-type: none">• Poca difusión gráfico visual en medios tradicionales• Bajo nivel de difusión gráfica• Información fuera del enfoque deportivo, escasez de medios gráficos.• Desactualización de información en los pocos medios de difusión.

Cuadro N° 6. Problema Gráfico
Elaborado por: Carla Barahona

Por otra parte, los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a un grupo de 120 alumnos, de acuerdo a la muestra del cálculo poblacional de personas mayores de 18 años en la ciudad de Quito que estudian la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación, revelan que el descuido en el manejo de una difusión gráfico visual ha desencadenado problemas específicos como:

- Poco reconocimiento de la CAFDER frente a otras carreras de la ESPE debido a que no cuentan con medios gráficos visuales que la diferencien de las demás.
- Desconocimiento de las actividades que se presentan y desarrollan en la CAFDER, por la poca difusión y periodicidad de un medio accesible a los estudiantes.
- La generación de información falsa o errónea en la mente de los estudiantes y docentes, al no contar con los suficientes medios gráficos que sustenten el desarrollo de la carrera.

Programación

Se determinarán los pasos a seguir en la obtención de información para el desarrollo del producto, partiendo de un entorno general, donde se establecerán los medios de difusión utilizados, un estudio de marcas de la competencia directa (otras carreras) e indirecta (Universidades con categoría A), referentes gráficos de la CAFDER que sirvan de aporte en la generación de conceptos gráficos, hasta determinar el medio de difusión.

Obtención de Información

Medios de difusión de la CAFDER

Antes de iniciar con el desarrollo de un producto, es importante conocer qué medios han difundido a la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación anteriormente, cuál ha sido su enfoque y qué conclusiones se pueden obtener, esta información servirá como guía en la búsqueda del medio más adecuado para la difusión de la CAFDER.

Para ello, se hizo una búsqueda en los medios, para conocer los productos que se han realizado en torno al caso de estudio y se pudieron obtener los siguientes resultados: flyers de eventos deportivos, trípticos informativos de la carrera, cartelera y su página web.

Competencia directa

Cuadro Comparativo de las Revistas de la ESPE			
Nombre	Identificador	Características	Periodicidad
E Ciencia	Logotipo Isotipo	Texto Imagen 44 págs. Full Color 3 columnas	Trimestral
Espectativa	Logotipo	Texto Imagen 68 págs. Full Color 2 columnas	Semestral
Espiando	Logotipo Isotipo	Texto Imagen 17 págs. Full Color 1 columna	Semestral
Ciencia CEINCI	Logotipo Isotipo	Texto Imagen 212 págs. B/N 1 columna	Semestral
Biogénesis	Logotipo Isotipo	Texto Imagen 40 págs. Full Color 3 columnas	Semestral
DECC – Report Tendencias en Computación	Logotipo Isotipo	Texto Imagen 94 págs. B/N 1 columna	Semestral
ESPE Ciencia y Tecnología	Logotipo Isotipo	Texto Imagen 82 págs. B/N 1 columna	Semestral
Maskay Electrónica	Logotipo Isotipo	Texto Imagen 94 págs. B/N 2 columnas	Semestral
Emprendedorismo y Estrategia Organizacional	Logotipo Isotipo	Texto Imagen 88 págs. B/N 2 columnas	Semestral
Revista Internacional de Ingeniería de Estructuras	Logotipo	Texto Imagen 120 págs. B/N 1 columnas	Semestral
Geoespacial	Logotipo	Texto Imagen 80 págs. B/N 1 columna	Anual

Cuadro N° 7. Cuadro Comparativo de la Competencia Directa
Elaborado por: Carla Barahona

Identificadores de las revistas de la ESPE



Gráfico 14. Identificador de E Ciencia



Gráfico 15. Identificador de Espectativa



Gráfico 16. Identificador de Espiando

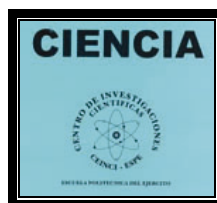


Gráfico 17. Identificador de Ciencia CEINCI



Gráfico 18. Identificador de Biogénesis



Gráfico 19. Identificador de DECC - Report Tendencias en Computación



Gráfico 20. Identificador de ESPE Ciencia y Tecnología



Gráfico 21. Identificador de Maskay Electrónica



Gráfico 22. Identificador de Emprendedorismo y Estrategia Organizacional



Gráfico 23. Identificador de Revista Internacional de Ingeniería de Estructuras



Gráfico 24. Identificador de Geoespacial

Competencia indirecta

Cuadro Comparativo de las revistas de otras Universidades Categoría A				
Universidad	Nombre	Identificador	Características	Periodicidad
Escuela Politécnica Nacional	Revista Politécnica EPN Journal	Logotipo	Texto Imagen Full Color	Semestral
Pontificia Universidad Católica de Ecuador	Actualidad	Logotipo	Texto Imagen Full Color	Semestral
Universidad Central del Ecuador	Latitud Central	Logotipo Isotipo	Texto Imagen Full Color	Semestral
Universidad San Francisco de Quito	Avances	Logotipo	Texto Imagen Bicolor	Semestral

Cuadro N° 8. Cuadro Comparativo de la Competencia Indirecta
Elaborado por: Carla Barahona



Gráfico 25. Identificador de Escuela Politécnica Nacional del Ecuador



Gráfico 26. Identificador de Pontificia Universidad Católica de Ecuador



Gráfico 27. Identificador de Universidad Central del Ecuador



Gráfico 28. Identificador de Universidad San Francisco de Quito

Referentes Gráficos

Los referentes gráficos que se utilizan en la creación de identificadores y piezas gráficas deportivas, son aquellas tipografías de palo seco para connotar seriedad y elegancia acompañado de su cromática fuerte y de alto contraste, pero al mismo tiempo, usa formas o íconos que brindan dinamismo en las propuestas del identificador. Este tipo de disposiciones son apreciadas en las revistas deportivas de la actualidad.

Los elementos visuales que la CAFDER aporta en el desarrollo de signos y rasgos útiles en la construcción del identificador, la idea básica no puede mantenerse ajena de las formas características del deporte.

Entre las formas y signos visuales más destacados hay que mencionar al deportista, un personaje duro y fuerte de carácter.

Fase Creativa

Análisis

Las distintas revistas de otras carreras de la ESPE son la competencia directa de la CAFDER, sus respectivos identificadores no cuentan con un identificador establecido, que en ciertos casos carecen de legibilidad, debido a la cromática y posicionamiento del texto, el cual impide su correcta visualización.

La CAFDER puede valerse de estas falencias, para generar un identificador que sea legible y pueda ser identificado con claridad. Realizando un manejo adecuado del identificador, basándose en los principios y fundamentos del diseño gráfico, se puede posicionar a la CAFDER en la mente de sus estudiantes y docentes.

Implicaciones

Desarrollar un producto editorial basado en los referentes gráficos observados en la CAFDER, donde se toma en cuenta al signo visual importante como el deportista.

Formulación de Ideas Rectoras

Para la creación y desarrollo del producto editorial se deben establecer las ideas rectoras que guiarán los procesos a realizarse.

Partiendo de la idea de buscar medios de difusión como la revista, nace la idea de diseñar un producto editorial donde se pueda alojar toda la información de la CAFDER, tomando en cuenta los referentes gráficos que se obtuvieron para la construcción del concepto gráfico. En el Repositorio Digital de la ESPE, adicionalmente se colocará la respectiva revista digital.

Síntesis

La síntesis que se realizó en base al logotipo de la CAFDER, se puede reflejar en la simplificación del deportista como parte del isotipo del identificador de la revista.

Desarrollo

Esta síntesis pudo evidenciar un patrón de formas que se repite. Los rasgos rectos de la tipografía del logo de la CAFDER. Por lo cual la tendencia será minimalista.

Estas estilizaciones fueron hechas en base a los fundamentos y principios del diseño gráfico: equilibrio, hay un centro de gravedad en medio de dos pesos; regularidad, favorece la uniformidad de elementos y desarrollo del orden; unidad, equilibrio adecuado de los elementos que son perceptibles visualmente; simetría, armonía de posición de las partes, unos respecto de otros; continuidad, repetición de formas para la generación de elementos visuales más complejos y elaborados.

Idea Básica

Basado en la creación de un producto editorial que contenga características proporcionadas de las ideas rectoras, se formulará una idea básica, para el desarrollo del producto.

“Diseño de un producto editorial a partir de los referentes gráficos visuales obtenidos de los elementos que conforman la CAFDER”.

Fase Ejecutiva

Una vez consolidada la idea básica, que se obtuvo con la ayuda de la síntesis y estilización de los signos visuales obtenidos del logo de la CAFDER; se procede a ejecutar la idea en un lenguaje visual, que el público asistente y posibles usuarios puedan identificar con claridad.

Comunicación

Para ello, tomaremos en cuenta el esquema de María Acaso, en su análisis referente al lenguaje visual.

Estas herramientas de configuración fijadas por el tamaño, forma, color, iluminación y textura serán las bases del desarrollo gráfico visual, las cuales guardarán características de configuración tanto reposada como dinámica.

Dependiendo el objetivo de comunicación visual; en unos casos será reposada, es decir constante, simétrica, recta y centrada cuando se trate del manejo de piezas corporativas; y por otro lado, será dinámica, es decir inconstante, asimétrica, oblicua y descentrada, para aplicaciones publicitarias e informativas que no requieren de un manejo formal de la imagen sino que dan cabida a alternativas visuales.

Solución

La solución gira en torno a la idea de diseñar un producto editorial que maneje un concepto gráfico de formas, con la finalidad de construir un lenguaje visual configurado de manera reposada como dinámica, sin deslindarse de los elementos representativos que fueron abstraídos de la investigación, síntesis y estilización de formas. De esta manera, el público como las personas que desconocen o no han asistido a la carrera, tengan un referente gráfico que la represente.

Herramientas Técnicas

Para la elaboración del producto se utilizaron un sinnúmero de herramientas tanto gráficas como virtuales (programas).

Herramientas Gráficas

Para la creación del identificador de la revista se realizaron bocetos mediante la utilización de papel bond, lápiz y borrador. Una vez terminado el proceso de bocetaje se seleccionó el software especializado que ayude en la digitalización y maquetación del producto gráfico.

Hardware

- Computador Plataforma PC
- Impresora Canon
- Cámara Fotográfica
- Flash Memory 8 GB

- Filmadora
- Grabadora de Voz
- Scanner Canon

Software

- **Adobe Photoshop**

Para el proceso de tratamiento de imágenes y fotomontajes.

- **Adobe Ilustrador**

Para el proceso de elaboración del identificador y las ilustraciones decorativas que acompañan las imágenes y el texto.

- **Adobe Indesign**

Para el proceso de maquetación de la revista y del manual de estilos.

- **Adobe Acrobat**

Para la visualización de la revista al momento de exportar con formato PDF.

- **Microsoft Word**

Para la elaboración del informe del Trabajo de Graduación y fue el formato en el que se requirió a los escritores pasaran los artículos.

- **Microsoft Excel**

Para la tabulación de las encuestas.

- **Prezi**

Para la presentación del Trabajo de Graduación.

Políticas de la Revista

- a) La revista es un medio impreso informativo, de divulgación institucional, creada para la comunidad estudiantil de la CAFDER.
- b) El consejo editorial estará conformado por:
 - Edición General - Tcnl. E.M.C. Marco Ayala
 - Edición - Dr. Enrique Chávez / Lic. Aracely Obando
 - Diseño y Diagramación - Carla Barahona
 - Colaboración - Ing. Carol Velasteguí E.
 - Corrección - Ing. Carol Velasteguí E.
 - Fotografía - Docentes y estudiantes
- c) Su publicación es mensual.
- d) No tiene intención comercial, por lo tanto su difusión será gratuita.
- e) La revista consta de 24 páginas incluyendo portada y contraportada.

Tendencia de la Revista

Uno de los atributos característicos de la sociedad contemporánea, es la síntesis, la influencia de la tecnología y su preferencia a reducir el uso del espacio, el tamaño de los artículos e instrumentos como una economía que permite simplificar la relación sujeto objeto establece a la vez una estética que minimiza a diferencia de otras el manejo de recursos visuales, tratándose de productos gráficos o físicos, como por ejemplo en el diseño industrial.

La estética minimalista proyecta una relación equilibrada entre esta mencionada dinámica social contemporánea y las formas en que sus integrantes perciben su entorno, debido a que utiliza una geometría elemental de las formas, carece de ruido y peso visual, se fija sólo en el objeto y aleja toda connotación pretendiendo expresar lo máximo posible con el mínimo de elementos, tiene un estilo determinado en lo que se desea comunicar, con espacios oxigenados y formas estilizadas.

Por otra parte, aquellos elementos que caracterizan la imagen que la carrera proyecta en relación a su público objetivo directo y su imagen en general, es por esta razón que el producto está al mismo tiempo influenciado por elementos de

otras tendencias de acuerdo a las necesidades tanto de acercamiento como de vinculación con su público objetivo, de tal forma que se considerará también el simbolismo presente en la construcción del identificador de la revista (isotipo) y algunos elementos extraídos del Pop Art que permiten la aproximación a un público juvenil, considerando que la publicación está dirigida a un público diverso y heterogéneo cuyo lugar común es la institución.

Línea Editorial

El enmarque del desarrollo del texto en el cual la revista se despliega, radica en trazar tópicos sobre la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación en sí, investigativos, actuales, experiencias propias del diario vivir. Las secciones están redactadas a través de entrevistas y encuestas realizadas a la autoridad, docentes y estudiantes; de esta forma, este medio de comunicación va propuesto al público escogido.

Formato de la Revista

Se escogió el tamaño de formato carta, es decir, 21.6 cm x 27.9 cm, por cuanto es un formato que no desperdicia papel, además como característica de funcionalidad y una particular distinción ante la competencia siendo un aspecto general de la misma y estableciendo un sello distintivo marcando de esta forma un diseño independiente aplicado a cada uno de sus artículos.

- Formato Revista Cerrada: 21.6 cm x 27.9 cm
- Formato Revista Abierta: 43.2 cm x 27.9 cm

Papel

Al igual que el tamaño, existe un uso estandarizado en relación con los materiales, así como también con el número de páginas. El gramaje del sustrato se escogió para garantizar la funcionalidad del mismo.

Se propone utilizar Couché Brillante de 115 gramos para las páginas internas y Couché Brillante de 150 gramos para la portada y contraportada. El material tiene

la característica de ser elegante, simple y a su vez económico, su pliego en el mercado mide 90 x 130 cm y es el adecuado para la impresión de la revista.

Páginas

Las páginas marginadas y organizadas a partir de una retícula base condensan la información de cada uno de los temas, ya sea de temas principales o secundarios. En relación a su tamaño y estableciendo las proporciones del tamaño de la tipografía desde los 8 hasta los 20 puntos.

La revista consta de 24 páginas divididas de la siguiente manera portada y contraportada y 22 carillas de páginas, este número se tomó en cuenta de acuerdo a los contenidos establecidos por el consejo editorial y a su periodicidad. Este número es el adecuado para la usabilidad de una persona que se desenvuelve en un ambiente universitario, es muy útil y facilita su manejo, el principio de economía determina el uso y gasto del papel a manera de bloques necesarios para realizar un tiraje, éstas y otras son las especificaciones que se consideran al instante de establecer los costos de una publicación.

Brainstorming

Se realizó un brainstorming previo para la obtención del identificador de la revista, en el cual hubo diferentes ideas para el nombre del producto gráfico.

- Actívate
- CAFDER Activa
- Activa
- Vida Activa
- Movimiento
- Muévete
- Rinde más
- Más Movimiento
- Pasión

- Relájate
- Siempre Activos
- Levántate y corre
- 30 minutos
- Pilas
- Pásala
- Ama lo que haces
- Vive, Ejercítate
- Vida Saludable
- Aventura
- Mafia Deportiva
- Picadita
- Deportes y más
- Más Deportes
- Ejercítate
- Exercise
- MÁS Salud, Deporte, Vida.
- Apasionate
- Más Metas, Más logros, Más Vida
- Juventud Activa

Se validó mediante un sondeo aplicado al 10% de la muestra (12 estudiantes), en el que se obtuvo al nombre CAFDER Activa como identificador de la revista.

Identificador

Para el manejo y difusión de las actividades de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación de la ESPE mediante un material impreso, se creó un identificador que logre distinguir a la carrera, en base al signo visual abstraído de su logotipo actual, de manera que sea reconocido por los estudiantes con facilidad. El identificador de la revista CAFDER ACTIVA, fue obtenido gracias a un proceso de bocetaje, en el que se plasmó una lluvia de ideas que se mantenían con la información del grupo específico al cual va dirigida.

Para la construcción del identificador se utilizó fuentes de palo seco o Sans Serif, debido a que en su logotipo institucional predomina la tipografía sin remate. Adicionalmente, posee un isotipo sintetizado representado por un deportista. Con respecto a la cromática, se utilizó un contraste entre colores complementarios: un color frío y un color cálido, o a su vez un color primario con un color secundario (azul y naranja respectivamente).



Gráfico 29. Identificador CAFDER ACTIVA

Elaborado por: Carla Barahona

Justificación del Identificador

El identificador está compuesto por un logotipo (juego tipográfico) y un isotipo (elemento icónico) que busca reforzar y posicionar a la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación de la ESPE, fue diseñado en función a las ideas rectoras y referentes gráficos que se obtuvieron durante la investigación.

El logotipo está formado por fuentes que no tienen remates, es decir, con terminaciones cuadradas que a través de sus trazos limpios y elegantes connotan calidad y confianza; por otro lado, estas tipografías fueron usadas para mayor legibilidad del lector; además, creadas en base a la parte seria, formal, responsable e intelectual que como carrera de educación superior refleja. Sin embargo, su disposición tipográfica clara y dinámica expresa como la palabra lo indica dinamismo, rapidez y vitalidad; atributos que la CAFDER desea posicionar en la mente de sus alumnos, de las otras carreras y del público en general (aquel que desconoce acerca de la carrera).

Con respecto al elemento icónico (isotipo), éste apela a un referente gráfico deportivo (un deportista), que se utiliza para connotar dinamismo, movimiento, actividad física y energía expresados por el alumnado y los docentes de la CAFDER. Al mismo elemento, se lo utilizará como cabecera de la sección, para personalizar (dar unidad), llamar la atención y posicionarlo en la mente del lector.

Sistema reticular del identificador

El identificador fue creado mediante un sistema reticular seccionado por cuadrantes exactos “x”, con un valor de 0.5 cm, para tener una proporcionalidad de elementos y tamaños entre las letras que forman parte del logotipo y el elemento que constituye el isotipo, de modo que el identificador sea legible y estéticamente proporcionado.

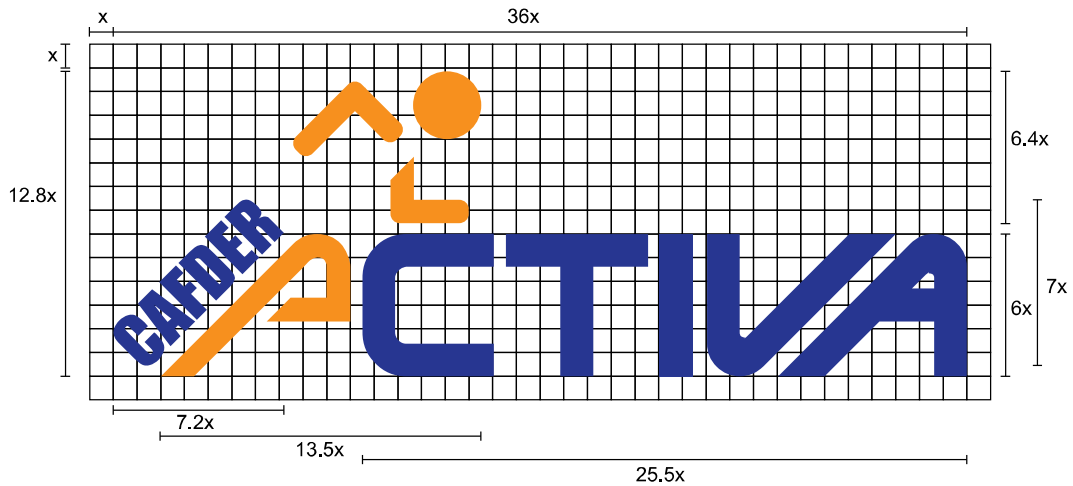


Gráfico 30. Sistema Reticular del Identificador CAFDER ACTIVA
Elaborado por: Carla Barahona

Cualidades y valores del identificador

El identificador refleja un gráfico conjunto, constituido por su logotipo y por su isotipo, connotando las siguientes cualidades y valores.

Características formales

- Naturalidad
- Estética
- Legibilidad
- Visibilidad
- Simplicidad
- Impacto visual

Características conceptuales

- Movimiento
- Fluidez
- Dinamismo
- Sobriedad
- Seguridad
- Fuerza
- Modernidad

- Innovación
- Versatilidad
- Funcionalidad

Para la CAFDER, es importante, que sus estudiantes perciban los valores estéticos, que alcancen llamar su atención y conjuntamente con la pieza gráfica diseñada logre mostrar las actividades que ofrece como carrera de la ESPE.

Cromática del identificador

La cromática del identificador CAFDER ACTIVA fue elaborada con colores complementarios: un color frío y un color cálido, o a su vez un color primario con un color secundario, es decir, se utilizó el azul para el logotipo mientras que para el isotipo se usó el naranja; para que de esta manera se ajusten a los atributos y valores que la carrera desea transmitir a su alumnado y público en general. Existe una sola aplicación del identificador, sobre fondo blanco (limpieza, frescura, respeto, precisión y simboliza conciencia pura) para que contraste asegurando de esta manera legibilidad y enfatización tanto del logotipo como isotipo.

Para la justificación cromática del identificador se ha realizado un análisis en cuanto al significado de cada color utilizado y a las diferentes sensaciones que produce, establecidas por medio de la teoría y psicología del color. Es así que mediante estos estudios se determinaron los siguientes colores, los mismos que cumplen los requisitos para la representación del identificador.

En este caso, se escogió al azul, un color frío que calma, tranquiliza y refresca, connota lealtad (Fernández, s.f.), sabiduría, inteligencia, verdad, serenidad, estabilidad, unidad, limpieza, orden, confianza, protección, simboliza responsabilidad y liderazgo. (Quintana, s.f.) Como se puede observar anteriormente, el azul ayudará a transmitir todos estos valores que se constituyen como la parte formal de la carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación, debido a su reconocimiento y a la cantidad de logros conseguidos durante su vida académica.

Además, se escogió el color naranja que según Fernández (s.f.) es un color magnético, cálido que activa y anima, connota movimiento, actividad, alegría, bienestar, compañerismo, placeres compartidos, creatividad; posee fuerza activa, radiante y expansiva, goza de un carácter acogedor, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y energética.

Adicionalmente, Quintana menciona que el naranja representa fortaleza, atracción, éxito, extroversión, motivación, nacimiento de una idea; connota entusiasmo, amistad, diversión, realización, exaltación. (s.f.) Un sinnúmero de connotaciones con este color cálido, claramente se lo empleó para representar al alumnado y a la docencia que poseen este tipo de características.

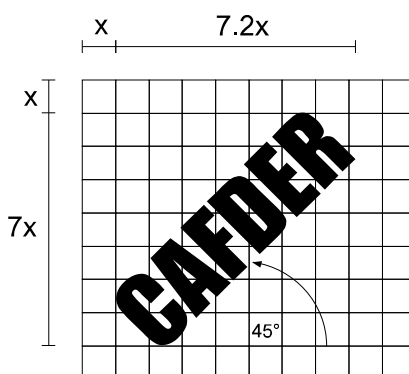


AZUL	<p>Pantone 2735 C</p> <p>CMYK 100 / 95 / 0 / 3</p> <p>RGB 39 / 54 / 145</p> <p>HTML # 273691</p>
NARANJA	<p>Pantone Hexachrome Orange C</p> <p>CMYK 0 / 52 / 100 / 0</p> <p>RGB 247 / 144 / 30</p> <p>HTML # F7901E</p>

Gráfico 31. Cromática del Identificador CAFDER ACTIVA
Elaborado por: Carla Barahona

Tipografía del Identificador

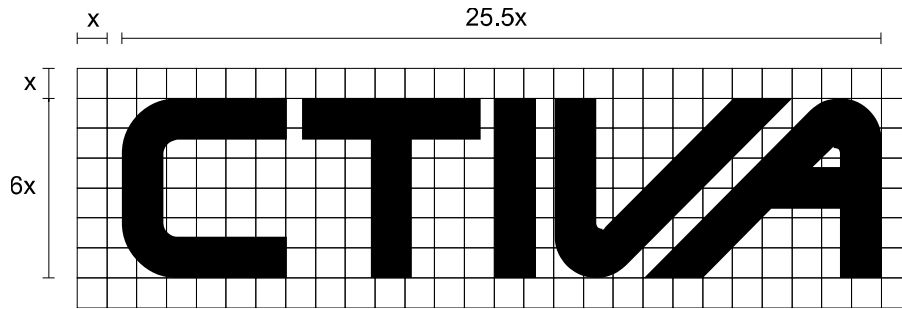
Luego de un estudio de la carrera y su competencia con referencia casi siempre a elementos impresos, se ha constituido al identificador por dos tipografías. La tipografía más óptima para formar la palabra “CAFDER” es la Impact en caja alta, caracterizada por tener terminaciones sin serifa, la cual fue modificada en su posición para colocarla en una disposición oblicua (ángulo de 45°) al extremo izquierdo inferior del isotipo, se utilizó esta fuente para dar mayor fuerza (mayor volumen por su tipografía sólida), sobriedad y legibilidad a las siglas de la carrera por sus rasgos rectos y sencillos. Este cambio se hizo en base a una retícula que asegura una disposición equilibrada de elementos.



Impact | **ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789!"\$%&/()=?+-. ,;:

Gráfico 32. Tipografía IMPACT
Elaborado por: Carla Barahona

Adicionalmente, para completar la palabra “ACTIVA” se empleó la tipografía Terminator Two en caja baja, identificada también por poseer un estilo sencillo de tipo Sans Serif o de palo seco, lo que permite una mejor legibilidad y cierre gráfico del identificador. Esta tipografía va muy acorde con la carrera pues posee una imagen fuerte y dinámica al mismo tiempo, debido a las variantes oblicuas que tiene en algunas letras evocando cierto dinamismo y denotando modernidad.



TERMINATOR TWO | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 0123456789!"\$%&/()=?+-.,:;

Gráfico 33. Tipografía TERMINATOR TWO

Elaborado por: Carla Barahona

Verificación y validación del identificador

La verificación y validación del identificador se realizó mediante un sondeo o estudio de opinión, técnica que se realizó a una pequeña parte de la muestra de estudio, tomando en cuenta al 25%, es decir, la investigación de mercado fue ejecutada a 30 estudiantes de la CAFDER. Dicho sondeo permitió conocer qué identificador llama más la atención de los estudiantes de la CAFDER para la revista.



Gráfico 34. Identificadores para la Revista

Elaborado por: Carla Barahona

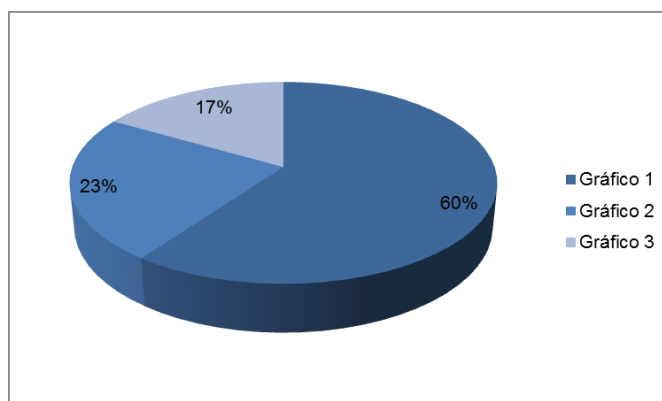


Gráfico 35. Validación del Identificador

Elaborado por: Carla Barahona

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Gráfico 1	18	60%
Gráfico 2	7	23%
Gráfico 3	5	17%
Total	30	100%

Cuadro N° 9. Validación del Identificador

Elaborado por: Carla Barahona

En cuanto al análisis e interpretación del sondeo, se consiguió que la mayoría de los estudiantes encuestados de la CAFDER (83%) llamara su atención el primer gráfico del identificador, mientras que un mínimo porcentaje les corresponde a los dos identificadores restantes.

Portada

Las partes de la portada se establecen de acuerdo al lugar que ocupan en el espacio físico de la composición, su diseño se basa en la retícula base con una ligera variación en su margen lateral derecho de 3.2 cm ya que su formato es de 20.8 x 27.9 cm, en relación al resto de páginas internas; los elementos a distribuirse son: el identificador, la fotografía de la portada, el tema principal, la ficha técnica y los avances del contenido. La ubicación de cada elemento será fija.

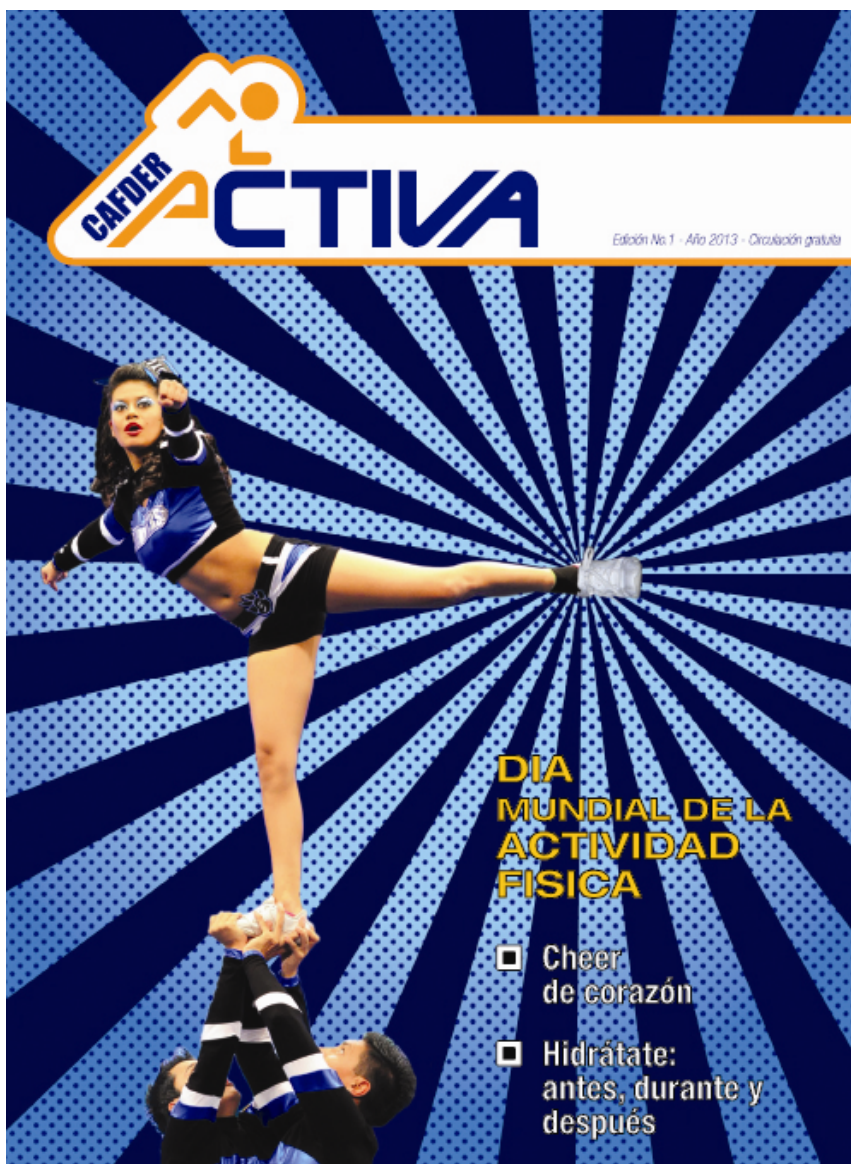


Gráfico 36. Portada de la Revista
Elaborado por: Carla Barahona

Identificador de la Revista

El nombre de la revista ocupa un lugar definido en la portada de la publicación en la parte superior y será aplicado sobre una franja de color blanco perfilando la silueta del identificador con un delineado que sigue la misma cromática del isotipo (naranja), ésta tiene disposición horizontal que se conjuga con la composición en general tanto de imagen, como preliminares y tema central, se utiliza éste primero por su dinamismo y segundo porque de esta forma se podrá

trabajar cualquier fondo sea claro u oscuro dependiendo de la fotografía, pero ya no se perderá el identificador debido a que al mismo tiempo explota su isotipo.

El identificador siempre será en estos colores sobre el fondo blanco con esta estructura, tiene 19.5 cm de ancho x 5 cm de alto y va acompañado de los datos técnicos correspondientes a su lado derecho.



Gráfico 37. Identificador de la Revista

Elaborado por: Carla Barahona

Fotografía de portada

La fotografía de portada tiene un tamaño de 20.8 x 27.9 cm a full color, resolución de 300 dpi en CMYK. En la composición se tomará en cuenta la ley de tercios.

Además, puede ser un montaje con un fondo diferente siendo tratada con distintos efectos si el caso lo amerita para evidenciar el pop art tanto en la fotografía como en el fondo. En ocasiones podrá ser una ilustración.

Tema principal

El tema principal será detallado en páginas internas con mayor relevancia que los demás temas.

Se ubicará sobre la foto principal en la parte inferior derecha de la portada, si el caso lo amerita se utilizará un juego tipográfico en relación al tamaño de las palabras, con la fuente Helvética Neue en su estilo 73 Bold Extended en caja alta y el color será aplicado tomando en cuenta el fondo de la fotografía principal siempre y cuando maneje un contraste adecuado. Si se requiere se puede usar color en el stroke (línea).

Avances de contenido

Se mencionarán un par de temas que actúen como invitación para leer las páginas internas de la publicación.

Se ubicarán sobre la foto principal en la parte inferior derecha de la portada debajo del tema principal, también se utilizará la fuente Helvética Neue estilo 77 Bold Condensed con la distinción que será en caja baja, de igual forma su cromática será aplicada dependiendo del fondo de la fotografía principal y de su contraste. Si se requiere se puede usar viñetas y color en el stroke.

Códigos de Registro

Los códigos de registro, calendario o conocido también como ficha técnica contienen los datos del número de edición, año y tipo de ejemplar (circulación gratuita).

El texto está ubicado en la parte superior derecha sobre la franja blanca del identificador. Se utiliza la tipografía Helvética Neue estilo 37 Thin Condensed Oblique en caja baja (sans serif) con un tamaño de 8 puntos, color azul y alineado a la derecha.

Estructura Reticular

- Los márgenes: el margen lateral interno de 2.5 cm, el margen lateral externo de 4 cm, el margen superior e inferior de 2 cm.
- Retícula establecida por tres columnas y seis filas, que conforman 18 campos reticulares de 4.7 cm de ancho x 3.6 cm de alto.
- Las separaciones de columnas (medianil) de 0.5 cm, tanto en filas como en columnas.
- El área modular es de 15.1 cm de ancho por 23.9 cm de alto.

Disposición de elementos en la retícula

- La portada es uno de los recursos visuales más importantes en la presentación de la revista, en donde se brinda una primera impresión en los consumidores, de tal forma que es vital el tratamiento gráfico, basada en una estructura reticular que cumpla con el estilo interno de la revista.
- La disposición del identificador en la portada será en la parte superior.
- Las fotografías deben estar a 300 dpi en CMYK.
- Los titulares son colocados en la parte inferior derecha de la portada.

Elementos de Destaque

- El identificador, la cromática y la distribución de los elementos gráficos es lo más trascendental puesto que representan la imagen de la revista.
- La ubicación de elementos gráficos en las zonas áureas del formato como el identificador y los titulares.
- Se destaca el titular de cada artículo, de acuerdo a su tratamiento cromático, forma y tamaño.

Contraportada

El sistema reticular de la contraportada será el mismo de las páginas interiores, ocupando 18 campos reticulares. En la contraportada se enfoca netamente a un arte gráfico relacionado con la parte institucional de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación, siempre y cuando mantengan el estilo pop art y utilice una tipografía acorde al diseño. La parte inferior de la página está destinada para los datos de contacto con la tipografía Helvética Neue estilo 43 Light Extended con 9 puntos alineado a la derecha o izquierda según sea el diseño y el respectivo logotipo de la CAFDER al lado derecho o izquierdo dependiendo de la alineación de los contactos. Cromática que contraste con el arte. Se maneja de esta manera, en virtud de promover el sentido de pertenencia de los estudiantes.

Páginas de desarrollo del contenido

Las páginas de desarrollo son aquellas que detallan los temas que se expusieron en el índice y son el objetivo principal de la diagramación, ubicando en ellas las fotografías y artículos de cada tema y sección.

Páginas destinadas a la publicidad

Las páginas destinadas a la publicidad son aquellas en las que se exponen empresas, auspiciantes, lugares, servicios, entre otros; y que se relacionan con el contenido de la publicación, destinan un presupuesto para ser publicados y financian en parte los costos de la elaboración de la revista. Pueden variar en ubicación en las páginas o mantenerse periódicamente.

Las páginas destinadas a publicidad son las únicas que difieren en la retícula del resto de páginas internas.

Al proponer un soporte que haga factible que las empresas relacionadas con el desarrollo de la actividad física, deporte y recreación, se promocionen, se destina un porcentaje fijo del espacio de la revista para la publicidad de auspicios en la contraportada y dependiendo de la cantidad de auspiciantes se destinará más páginas para su publicidad en futuras ediciones.

Se debe tomar en cuenta como referencia dos puntos clave: el presupuesto destinado a la realización del producto a cargo de la carrera y la forma de autogestión.

El plan de autogestión se realiza visitando o contactando telefónicamente o electrónicamente vía e-mail a las empresas que tienen directa relación con el desarrollo de la actividad física en el Ecuador, proponiéndole un espacio que puede ser de cuarto, media o página entera. En dos planes de cancelación: un plan de pago anual, con presencia en 8 números de la revista y un pago mensual con presencia en un número de la revista. La inversión para cada espacio va de acuerdo a su tamaño, es así que establece costos para justificar la producción:

- La inversión para el espacio destinado a la publicidad de cuarto de página es de \$200,00; 5.4 x 7 cm en 1000 ejemplares.
- La inversión para el espacio destinado a la publicidad de media página es de \$800,00; 10.8 x 14 cm en 1000 ejemplares.
- La inversión para el espacio destinado a la publicidad de página completa es de \$1500,00; 21.6 x 29.7 cm en 1000 ejemplares.

De acuerdo al plan de pagos, se efectúa una cartera de auspiciantes y posibles inversionistas, manteniendo la base para la producción mensual de la revista, dando seguimiento y descuentos por contratos a largo plazo.

Créditos

Los créditos no constituyen una página entera, sino una parte de ella, se ubica en la parte derecha del editorial. Describe el equipo de colaboradores, gente comprometida a entregar su asignación en tiempo y forma, involucrándose directamente en la revista, son los docentes, estudiantes, el director de carrera y el diseñador.

Como este es un trabajo no remunerado, los colaboradores tienen que ser motivados a participar. Quizá se pueda organizar un concurso, dar algún reconocimiento, o venderles la idea que al ser colaboradores fijos de la revista ganarán notoriedad en la carrera y su nombre será conocido por todos.

Cada colaborador será responsable de recabar la información, actuar como reporteros si la información surge de la carrera o investigar en fuentes bibliográficas e internet. Si se va a publicar información de internet se debe citar la fuente pero la principal fuente de información es la carrera misma.

Página de Contenidos

Este es un espacio de atención, que induce visualmente a los lectores a recorrer los contenidos de la revista creando una fácil manipulación dentro de la misma.

La tipografía utilizada para la página de contenidos es la Helvética Neue, se ubicará la fotografía que identifique a la sección, su respectivo número y su nombre, respetando la cromática escogida para determinada sección de la revista.

Secciones Editoriales

Las secciones editoriales en este caso pasan a ser el desarrollo de textos de varios tópicos que están enlazados a un ambiente universitario redactado por las autoridades, docentes y los estudiantes de los diferentes niveles de la carrera, además, información de la carrera, sus proyectos, actividades y servicios que brinda.

Sección Vida CAFDER

Esta sección está conformada por las primeras páginas de la revista. En esta sección irá contenido relacionado a la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación de la ESPE. La cuarta página contendrá la filosofía de la CAFDER, es decir, su misión y visión, mientras que la otra página puede variar su contenido con diferentes tópicos entre estos: bienvenida y carta por parte del Director de la carrera, perfil profesional, campo ocupacional, perfil de ingreso y salida, información de su historia, anécdotas, reconocimiento a docentes más destacados o noticias sobre sus logros (acreditación), entre otros temas.

Sección Tema Central

Esta sección describe el evento o temática más relevante a lo largo del mes. En este caso, el tema central a tratar será el Día Mundial de la Actividad Física celebrado el 6 de abril.

Sección Deportes

Un ámbito para los interesados de todos los deportes, para conocer las vidas de los grandes deportistas de todos los tiempos y para mantenerse al tanto de las últimas novedades. Esta sección está reservada para los diferentes clubes deportivos de la ESPE tales como atletismo, cheerleading, fútbol,

fisicoculturismo, bodyfitness, potencia, taekwondo, baloncesto, tratando artículos relacionados con su trayectoria, logros y futuros proyectos.

Además, puede contener artículos con la variedad de deportes que existen. Por otro lado, puede incluir al deporte y sus personalidades, es decir, entrevistas a deportistas, sus historias de éxito, en general.

Sección Eventos

Esta sección detalla los temas relacionados con los distintos eventos culturales, artísticos y deportivos efectuados mensualmente en la carrera. Podemos tener reconocimientos (premios ganados por docentes, estudiantes y atletas), participación en concursos, actividades de vinculación con la comunidad, competencias y carreras atléticas, mañana deportiva, novatada, baile de gala, etcétera.

Sección Salud

Esta sección se identifica por tratar tópicos con relación a la salud tales como nutrición, terapias, beneficios de ciertas frutas o vegetales, todo lo que se refiera al bienestar de la mente y cuerpo del ser humano.

Además, puede tratar temas de capacitación sobre primeros auxilios, prevención de incendios, procesos internos de la facultad.

Sección Investigación

Esta sección es la encargada de publicar artículos de relevancia científica. Temáticas basadas en la fisiología del ejercicio, entrenamiento deportivo, psicología deportiva, fisioterapia, biomecánica, actividad física infantil y del adulto mayor, medicina deportiva, etc.

Sección Galería

Esta sección está destinada a la galería fotográfica de la parte social de la carrera, es decir, se colocarán fotografías realizadas en eventos importantes, excursiones, días señalados, del campus (coliseo, gimnasio), de la participación de

los estudiantes en actividades sociales o deportivas (baile de gala, competencias, eventos recreativos), de los distintos clubes deportivos (atletismo, cheerleading, fútbol, fisicoculturismo, taekwondo, baloncesto, gimnasia) y más eventos sociales.

Cromática por Secciones

Cada una de las secciones de la revista CAFDER ACTIVA, se elaboró bajo una cromática específica, de acuerdo a la teoría del color, tomando en cuenta la connotación y el impacto psicológico que generan los colores en la mente del lector. Las secciones editoriales serán identificadas con distintos colores para facilitar el manejo de la información y la ubicación de cada tema.

Vida CAFDER		Pantone 368 C
Eventos		Pantone 123 C
Deportes		Pantone 1797 C
Tema Central		Pantone Hexachrome Orange C
Investigación		Pantone 2735 C
Salud		Pantone Process Cyan C
Galería		Pantone Process Magenta C

Gráfico 39. Cromática por secciones
Elaborado por: Carla Barahona

A continuación, se presenta de manera gráfica las diferentes secciones de la revista con su respectivo color y significado.

Sección Vida CAFDER

Para esta sección fija por el empoderamiento de la carrera con la universidad se usa el color verde oscuro, debido a que significa generosidad, rejuvenecimiento, equilibrio, esperanza, crecimiento generando armonía y confianza; características que la CAFDER transmite.

Sección Tema Central

Para esta sección se usa el color naranja, ya que es un color cálido, llamativo, brillante, energético cuando se visualiza estimula mucha energía, vitalidad y diversión; debido a que significa igualdad, es estimulante, comunicativo, exótico, exitoso, sabio relacionándolo con el tema del mes.

Sección Deportes

Se usa el color rojo, que representa felicidad, vida, dominio y se considera muy atractivo para la vista de cualquier lector, además es apasionante, extrovertido, vital, revolucionario, valiente, afectuoso, evoca dinamismo, acción y movimiento.

Sección Eventos

El color amarillo, ya que evoca acción, emoción, luz, fuerza, voluntad, estímulo, excitación, impulso y también significa intelectualidad, riqueza, calor, alegría, imaginación, espontaneidad, juventud y optimismo.

Sección Salud

Para esta sección se usa el color cian, debido a que es un color envolvente, refrescante y tranquilizante. Denota necesidad de desintoxicación del cuerpo, la mente y el alma. Es un color, que anima a empezar de nuevo con fuerzas renovadas e ideas nuevas. Sus palabras claves son: conocimiento, lo mental, integridad, poder, seriedad, generosidad, salud, curación, frescor, limpieza.

Sección Investigación

Para esta sección se usa el color azul, debido a que significa serenidad, cuidado, conservador, frescura, honestidad, profundidad y verdad.

Sección Galería

Para esta sección se usa el color magenta que es emocionalmente relajado e influye en los sentimientos convirtiéndolos en amables, suaves y profundos, evoca cariño, protección, entrega total y ayuda al prójimo. Además, armoniza y purifica, entregando alegría, juventud y bienestar por medio de una energía muy sutil. Ayuda a comunicar opiniones y a la motivación.

Plan de periodicidad

La revista “CAFDER ACTIVA” está planificada para ser una publicación periódica, en un plan de edición mensual (30 días), dadas las características de la investigación previamente realizada.

Varios elementos que componen la revista se repetirán en todas las ediciones, como la sección Vida CAFDER en especial su logotipo, su misión y visión. Sin embargo, los elementos restantes que componen la publicación cambiarán de número a número.

Contenido fijo y contenido rotativo

La publicación debe contar con un esquema de diagramación como los rotativos que vemos a diario, esquema que se basa en el contenido exacto que debe ocupar las páginas de la revista, su ubicación, extensión y características.

Contenido Fijo

Para la revista se determinó que el contenido fijo, debe ser aquel que aparezca en todos los números, es netamente informativo y básico, se encuentra ubicado en las mismas páginas y su extensión no varía.

- Portada 1 página
- Página de créditos y editorial (portada interna) 1 página
- Página de contenido 1 página
- Vida CAFDER 2 páginas
- Contraportada interna (publicidad o actividad lúdica) 1 página
- Contraportada (página institucional) 1 página

Contenido Rotativo

El contenido rotativo es aquel que varía de número a número. Si bien mantiene los patrones de organización en cuanto a esquema, extensión y ubicación, varía el contenido redactado y los temas propuestos.

- Tema central 2 páginas
- Deportes 4 páginas
- Eventos 2 páginas
- Salud 3 páginas
- Investigación 3 páginas
- Galería 3 páginas

Cuerpo del Documento

Las páginas del cuerpo del documento conservan un equilibrio visual en cuanto al orden y disposición de elementos buscando siempre espacios de oxigenación y relajamiento para el lector.

Fotografías

Todas las fotografías fueron retocadas en su forma, tamaño, textura y cromática, de acuerdo a los estándares requeridos para el tratamiento estético gráfico de la revista, las fotografías deben tener una resolución a 300 dpi en CMYK, comunicando en concepto acerca del artículo a tratar.

Tipografía y manejo

El manejo de la tipografía comprende todo lo relacionado a la ubicación, tamaño, color, forma, estructura, interlineado, inclinación y familia tipográfica empleado para titulares, subtítulos, cuerpo de texto, pie de página, pie de foto del documento de diagramación.

Titulares

Para definir la utilización de los titulares se utilizará la tipografía Eras Bd Bt en su estilo Bold (sans serif) mediante un juego tipográfico en relación a su tamaño y ubicación, en caja baja excepto en el titular de la sección Tema Central que se emplea en caja alta. Se escoge esta tipografía porque evoca dinamismo y juventud al producto, ese valor agregado que necesita una publicación impresa para sobresalir de lo digital. Su cromática contrasta con la sección a la que pertenezca.

Subtitulares

Los subtítulos permitirán por medio de una frase resumir el tema de lectura, está ubicado debajo del titular con una cromática en gris al 60%. Utiliza la tipografía Helvética Neue en su estilo 35 Thin (sans serif), en caja baja, con un tamaño de 20 puntos.

Cuerpo de Texto

Los cuerpos de texto están predeterminados para trabajarse mediante la estructura reticular base, se utilizarán cuantos módulos fuesen necesarios dependiendo de la extensión del artículo, se emplean párrafos alemanes.

El texto cumple una función informativa y explicativa del artículo, para diseñar el texto se utilizará la fuente tipográfica Helvética Neue en su estilo 45 Light (sans serif), en caja baja, con un tamaño de 11 puntos. Su cromática es el negro excepto cuando el artículo enumere diferentes pasos o tips se utilizará el color que contraste con la sección y su estilo cambia a Helvética Neue 75 Bold.

Entradilla

La entrada, lead o dato es el breve párrafo situado entre el titular y el cuerpo de un artículo para lanzar un gancho al lector. Puede estar o no presente en el artículo. Para su redacción emplea un párrafo en bandera o cuadrado, es decir, una composición de líneas desiguales, no justificadas, en la que no se parten palabras y no lleva sangría en la primera línea. Se puede hacer bandera por la derecha si la

parte justificada es la izquierda y bandera a la izquierda si la parte justificada es la derecha todo depende del diseño de la página.

Utiliza la tipografía Helvética Neue en su estilo 45 Light (sans serif), en caja baja, con un tamaño de 15 puntos. Su cromática es el color que contraste con la sección a la que pertenece.

Articulista

Nombra a la persona que escribió el artículo. Se sitúa arriba de la entradilla. Utiliza la tipografía Helvética Neue en su estilo 37 Thin Condensed Oblique (sans serif), en caja baja, con un tamaño de 10 puntos. Su cromática es el color que contraste con la sección a la que pertenece.

Pie de foto

Es el texto referente al contenido visual de la fotografía, se coloca en la parte inferior o superior de la fotografía con un color negro, diseñado con una tipografía Century Gothic desde 6.5 a 8 puntos según se necesite.

Pie de página

El folio está ubicado sobre un rectángulo redondeado en su extremo con una medida de 3 x 3 cm, su color va acorde a la sección que pertenece, se encuentra en la parte lateral izquierda en la página par y en la parte lateral derecha en la página impar su localización dependerá del diseño de dicha página (superior, inferior o central).

Su tipografía es Helvética Neue estilo Ultra Light, como su numeración empieza con cero éste primer número tiene una rotación de 90° a 40 puntos y el segundo número con 50 puntos. Su color es blanco.

Tratamiento de las imágenes

Las fotografías deben estar a 300 dpi en CMYK. Las fotografías tomadas se obtienen en diferentes ambientes, bajo distintas condiciones climáticas y de luz muy variables, por lo que es indispensable, una vez descargadas al ordenador

darles tratamiento para darles uniformidad entre todas las que se publicarán, debido a que el archivo de imágenes es proporcionada por docentes y estudiantes de la carrera, toda imagen deberá ser retocada en cuanto a disminución de ruido o desenfoque gaussiano, color, brillo y contraste.

Manual de Estilos

El manual de estilos está diseñado con la finalidad de conocer el correcto uso y manejo de la publicación y de las partes que la conforman. La tipografía del manual es Helvética Neue de 9, 10, 11 y 12 puntos, dependiendo de la jerarquía de los textos. La cromática estará normada por 3 colores el blanco, el azul y el naranja. Las dimensiones del manual cerrado son de 17 x 13 cm (ancho x alto).

Para la portada y contraportada del manual se utilizó el color azul, junto con el identificador de la revista.



Gráfico 40. Portada y Contraportada Manual de Estilos
Elaborado por: Carla Barahona

Diseño del manual

Las hojas internas del manual tendrán tres columnas para su retícula base, se utilizará para separadores de temas y para desarrollar los temas.

Formato: Hoja (17 x 13 cm). Su tamaño permite un área de trabajo perfecta para la visibilidad de toda la información que contiene el manual de estilo.

Texto: La diagramación del texto está distribuida en tres columnas. El color del texto es azul. La tipografía es Helvética Neue de 12, 11, 10 y 9 puntos según la jerarquía de los textos, el texto mantiene caja alta y baja.

Títulos y subtítulos: Se emplea el azul estilo bold de 10 puntos, el texto mantiene caja alta para títulos y caja baja para subtítulos.

Numeración y pie de página: Estos elementos se encuentran en el borde inferior al lado izquierdo en la página par y al lado derecho en la página impar.

Usabilidad del Producto

Su uso es altamente demostrable y controlable, debido a que es un medio netamente segmentado y de gran interés por parte de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación; gracias a las encuestas realizadas lanzan datos favorables que demuestran que existe un gran apoyo para una revista de estas características con una periodicidad mensual y de distribución gratuita.

La usabilidad será demostrable al servir de fuente de información de las temáticas que los estudiantes han propuesto y a la vez, cumplirá una función social e institucional por las características que brinda.

La revista responde a las demandas del mercado en calidad, volumen, frecuencia y precio, estos factores han sido determinados por encuestas realizadas en la CAFDER durante el año 2013.

Análisis de factibilidad de implementación de la propuesta

La validación del presente producto fue dada por una matriz desarrollada para los especialistas y expertos en el tema del trabajo de titulación de grado.

Para la validación del producto se les solicitó que llenen los valores en función de la siguiente tabla, con un puntaje del 1 al 5, donde 1 equivale a la viabilidad más baja y 5 a la más alta; llegando a éstos valores promedio:

Características	Valoración
Tipografía legible	5
Cromática de los titulares	5
Cromática de los párrafos	5
Composición Portada	5
Composición Contraportada	5
Composición Páginas Internas	4
Oxigenación	4
Manejo de Zonas Áreas	4
Posición adecuada del folio	4
Tamaño adecuado del folio	5
Tipografía adecuada del folio	5
Cromática adecuada del folio	5
Tamaño de la tipografía	5
Tamaño de los titulares	4
Tamaño de los párrafos	5
Secciones editoriales adecuadas	5
Cromática de las secciones	5
Mancha Tipográfica	4
Total	84
Porcentaje	93.33%

Cuadro N° 10. Validación del Producto a Especialistas y Expertos

Elaborado por: Carla Barahona

Para determinar la propuesta se ha tomado como puntos de análisis a las diferentes características del diseño de la revista estableciendo un 93.33% de factibilidad, pues este porcentaje se encuentra sobre la media.

Impacto y receptividad del producto

También, es necesaria la opinión del usuario final, los estudiantes de la CAFDER, así como también de terceras personas que implican indirectamente.

Para la validación del producto se les solicitó que llenen los valores en función de la siguiente tabla, con un puntaje del 1 al 5, donde 1 equivale a la viabilidad más baja y 5 a la más alta; llegando a éstos valores promedio:

Características	Valoración
Los temas son de interés	4
Le gusta el tamaño de la revista	5
Le gusta el nombre de la revista	5
Ve identificada a la carrera en la revista	5
Le gusta el color de la portada	5
Le gusta el color de las páginas internas	5
Total	29
Porcentaje	96.67%

Cuadro N° 11. Validación del Producto al Usuario Final

Elaborado por: Carla Barahona

El 96.67% es un valor que supera el 50%, por lo tanto, representa a que el producto es viable porque contribuye al enriquecimiento bibliográfico sobre la actividad física, deporte y recreación de la CAFDER.

Cotización del Producto

Diseño	
Identificador	\$ 125,00
Portada y contraportada Full color	\$ 100,00
Diseño de maquetas para la revista	\$ 170,00
Diagramación revista 24 páginas: \$20,00 x página	\$ 480,00
Retoque de fotografías	\$ 45,00
Subtotal 1	\$ 920,00
Artículos y Redacción	
Artículos y redacción (20 páginas P/U \$10,00)	\$ 200,00
Subtotal 2	\$ 200,00
Producción: Tiraje 1000 ejemplares	
Impresión tamaño final 21.6 x 27.9 cm revista cerrada	
Portada: impresión full color en couché brillante 150 gr. T/R + UV	\$ 1200,00
Interiores: 20 páginas impresión full color en couché brillante 115 gr.	
Armado, grapado, grafado y pruebas de color	
Subtotal 3	\$ 1200,00
Gastos de Oficina y Servicios	
Internet (x 6 meses P/U \$23,00)	\$ 138,00
Energía Eléctrica (x 6 meses P/U \$15,00)	\$ 90,00
Agua (x 6 meses P/U \$12,00)	\$ 72,00
Adobe Creative Suite Master Collection y Microsoft Office	\$ 0,00
Subtotal 4	\$ 300,00
Manual de Estilos y CDs	
Formato 17 x 13 cm 13 impresiones Full color (P/U \$1,25)	\$ 16,25
Pasta dura plastificada (\$17,00) y anillado (\$5,00)	\$ 22,00
3 Cds portada impresa (P/U \$1,50)	\$ 4,50
3 porta Cd de plástico transparente + portada T/R (P/U \$1,65)	\$ 4,95
Subtotal 5	\$ 47,70
Subtotal Gastos	\$ 2667,70
Imprevistos 7%	\$ 186,74
TOTAL	\$ 2854,44

Cuadro N° 12. Cotización del Producto

Elaborado por: Carla Barahona

El costo de producción de cada edición además del presupuesto asignado por el Departamento de Marketing de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación, también se sustentará en base a la inversión en publicidad de las empresas de los auspiciantes que compren espacios en la revista, (descrito en el páginas destinadas a la publicidad), espacios predestinados para su publicación y especificados en la distribución del contenido.

Conclusiones

Las conclusiones de la investigación indican que:

- El desarrollo del marco introductorio y teórico ampliaron y aclararon referencias y conceptos importantes en el Trabajo de Graduación.
- La metodología utilizada en el desarrollo de la investigación permitió un correcto desenvolvimiento y control del Trabajo de Graduación.
- Las técnicas de metodología utilizadas (encuestas y entrevistas) permitieron conocer las opiniones y versiones tanto del director, docentes y estudiantes de la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación, información importante para el desarrollo del producto.

Con la elaboración del producto se puede concluir que:

- El producto editorial pudo resolver el problema principal de la investigación, al comprobar que una publicación impresa, en este caso, la revista pudo difundir las actividades de la CAFDER tanto a sus estudiantes y docentes como al público en general.
- La revista “CAFDER ACTIVA”, constituye un material de apoyo para la Carrera en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación de la ESPE, puesto que sirve como material de ayuda para incrementar el conocimiento de sus estudiantes.

- El diseño editorial ha evolucionado, se ha transformado y acoplado según el contexto y las necesidades humanas de comunicación, si bien la CAFDER se desarrolla en un espacio institucional que debe generar medios impresos con los que puedan conocer lo que pasa en su entorno y en el mundo en general.
- Hoy por hoy, se evidencia que el diseñador gráfico al ser parte de un proceso de interacción con una temática se convierte en un ente codificador e intérprete, que enlaza al emisor y al receptor a través de un producto visual. Es por esto, que los diseñadores editoriales, tienen el deber de cumplir con un trabajo de ética y responsabilidad, mediante productos innovadores y atractivos, apoyando siempre al desarrollo de los valores humanos, sin discriminaciones, y siendo siempre una contribución positiva a la sociedad.

Recomendaciones

Con la investigación y elaboración del producto se pueden realizar las siguientes recomendaciones:

- Es importante realizar una investigación teórica y metodológica con la aplicación de encuestas, entrevistas y demás herramientas, para sustentar el desarrollo del producto.
- Es primordial hacer un seguimiento posterior al producto, para conocer si los medios utilizados fueron los adecuados y si pudieron cubrir los problemas de la investigación.
- Es indispensable que todas las carreras de la ESPE den más seguimiento a los medios donde publican información acerca de las actividades que realizan, de esta forma podrán dar a conocer estos nuevos espacios de conocimiento de forma más continua y cercana al usuario.
- Al desarrollar el manual de estilos se reglamentó el manejo de la gráfica de la revista “CAFDER ACTIVA”, por lo que si se desea posteriormente reproducir más ediciones, se debe acatar las reglas establecidas en dicho material.
- Mantenerse en constante actualización acerca de las herramientas tecnológicas utilizadas en este proyecto ayudará a que se vaya adaptando el material gráfico creado a estas actualizaciones y resultará de apoyo para un resultado de mejor calidad.
- Un producto impreso puede ser aplicado en un mercado, aun existiendo productos similares en circulación, empleando adecuadamente técnicas de diseño gráfico publicitario y editorial, fotografía, prensa y comercialización, para fortalecer el desarrollo del contenido de dichas publicaciones y aportar al crecimiento de la actividad física en el país.

BIBLIOGRAFÍA

Textos

Bellucia, R. (2007). *El diseño gráfico y su enseñanza*. Buenos Aires: Paidós.

Correa Delgado R. Presidente Constitucional de la República y Asamblea Nacional (2010). *Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior*. Ecuador: Editora Nacional.

Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Bolivia: Design.

Dabner, D. (2005). *Diseño gráfico, fundamentos y prácticas*. Barcelona: Blume.

Frascara, J. (2004). *Diseño Gráfico para le Gente, Responsabilidad Social*. Buenos Aires: Infinito.

Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico para la Gente, comunicaciones de masa y cambio social*. Argentina: Infinito.

Félix Lizárraga, M. E. (1997). *Tesina: La retícula como auxiliar en el proceso de diseño*. México: Universidad Iberoamericana.

Fernández del Castillo, G. K. (2001). *Entre el diseño y la edición*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Fernández, G. (comp.) (s.f). *Percepción y Diseño*. México: Universidad de Londres.

Fonseca Yerena, M. S. (2002). *Comunicación Oral, Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Person Educacion.

Fournier Marcos, C. (2002). *Comunicación Verbal*. México: Thomson.

Fuentes, R. (2005). *La práctica del diseño gráfico*. Barcelona: Paidós.

González Mothelet, M. (comp.) (s.f.). *Metodología del Diseño*. Universidad de Londres.

Hembree, R. (2008). *El diseñador gráfico: Entender el diseño gráfico y la comunicación visual*. Barcelona: Blume.

- Manjarrez de la Vega, J. J. (comp.) (s.f.). *Diseño Editorial*. Universidad de Londres.
- Munari, B. (2000). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Quintana, O. (comp.) (s.f.). *Taller de Diseño Gráfico*. Universidad de Londres.
- Pasquali, A. (2007). *Comprender la Comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Rodríguez Morales, L. (2004). *Diseño: Táctica y Estrategia*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno
- Ruiz, M. (2011). *La investigación científica, Presentación en diapositivas de PowerPoint*. Quito: Universidad Israel.
- Sabino, C. (1994). *Cómo hacer una tesis*. Caracas: Panapo.
- Sabino, C. (1992). *El Proceso de Investigación*. Caracas: Panapo.
- Samara, T. (2002). *Diseñar con y sin retícula*. China: Gustavo Gili.
- Sexe, N. (2001). *Diseño.com*. Argentina: Paidós.
- Twemlow, A. (2007). *¿Qué es el diseño gráfico?* Barcelona: Gustavo Gili.
- Vallejo, R. (2003). *Manual de Escritura Académica*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Vevezky, M. (s.f.). *El diseño Editorial y su objetivo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Zappaterra, Y. (2008). *Diseño Editorial*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Zavala Trías, S. (2012). *Guía a la redacción en el estilo APA*. (6ta ed.). Universidad Metropolitana.

Internet

BioEstudio Agencia de Publicidad (n.d.). *Diseño Editorial*. Recuperado el 1 de mayo de 2011 desde

<http://www.bioestudio.com/servicios/impresos/disenio-editorial.html>

Escuela Politécnica del Ejército (n.d.). Recuperado el 15 de enero de 2013 desde

<http://www.espe.edu.ec/>

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (n.d.) Recuperado el 1 de mayo de 2011 desde

http://www.iepi.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=64:ime-gustaria-saber-en-detalle-como-registro-un-libro-un-proyecto-y-un-guion&catid=35:autor&Itemid=92

Licenciatura en Ciencias de la Actividad Física, Deportes y Recreación – CAFDER. *Misión y Visión*. Recuperado el 29 de enero de 2013 desde <http://cafder.espe.edu.ec/>

Marketing XXI. (n.d.). *Tamaño de la muestra*. Recuperado el 1 de enero de 2013 desde <http://www.marketing-xxi.com/proceso-de-la-investigacion-de-mercados-i-24.htm>

Newsartesvisuales.com. (2009). *Elementos básicos y sus características*. Recuperado el 29 de enero de 2013 desde http://www.mediovirtual.com/index.php?option=com_content&view=article&id=48:element

Porta, P. (2007). *Tecnologías de impresión*. Recuperado el 29 de enero de 2013 desde [Quesabesde.com](http://www.quesabesde.com)
<http://www.quesabesde.com/camdig/articulos.asp?articulo=180>

Zink, M. (2005). NetMag Editorial. *¿Cuándo surgió la primera revista del mundo?* Recuperado el 29 de enero de 2013 desde <http://netmag.mx/blog/2005/11/12/cuando-surgio-la-primer-revista-del-mundo/>

ANEXOS

Anexo 1. Acta de Aprobación del Plan de Trabajo de Grado.

Anexo 2. Autorización del Director de la CAFDER para la elaboración de la revista informativa.

Anexo 3. Informe Final de Tutoría.

Anexo 4. Informe Final de Lectura.

Anexo 5. Autorización de Empastado.

Anexo 6. Modelo de la Encuesta.

Anexo 7. Entrevistas a especialistas.

Anexo 8. Entrevista al experto.

Anexo 9. Proformas para la impresión de la revista.