



**Universidad Tecnológica Israel**

**Trabajo de Titulación en opción al grado de:**

**Ingeniero en Diseño Gráfico Empresarial**

**TEMA:** BOOKLET FOTOGRÁFICO PARA PROMOVER LA HISTORIA Y  
ACTIVIDADES DEL CENTRO CULTURAL COMITÉ DEL PUEBLO

**AUTOR /A:** PILATAXI VILLENA BRYAN FERNANDO

**TUTOR /A:** MG. GABRIELA CHÁVEZ

**TUTOR TÉCNICO:** PHD. ELFIO PÉREZ

**AÑO:** 2015

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Bryan Fernando Pilataxi Villena, CI 1721830394 autor/a del trabajo de graduación:

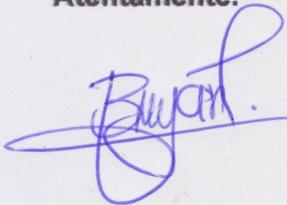
**Elaboración de un Booklet Fotográfico Digital para promover la historia y las actividades del Centro Cultural Comité del Pueblo, previo a la obtención del título de Ingeniería en Diseño Gráfico en la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.**

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de difundir el respectivo trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, Septiembre del 2016

**Atentamente.**



**Bryan Fernando Pilataxi Villena**

**C.I. 1721830394**

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, Bryan Fernando Pilataxi Villena, CI 1721830394 autor/a del trabajo de graduación:

**Elaboración de un Booklet Fotográfico Digital para promover la historia y las actividades del Centro Cultural Comité del Pueblo**, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Diseño Gráfico** en la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de difundir el respectivo trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, Septiembre del 2016

**Atentamente.**

**Bryan Fernando Pilataxi Villena**

**C.I. 1721830394**

## DEDICATORIA

Quiero dedicarle el siguiente trabajo a toda mi familia que me ha brindado, su apoyo para lograr la construcción de este proyecto de investigación, a mis Padres que con su esfuerzo y superación siempre me sirvieron de ejemplo a lo largo de mi vida, han sido mi mayor fuente de motivación. A mis hermanas que son uno de los pilares de mi vida que me llena de apoyo incondicional. A mi novia prometida Kassmi que ha sabido conllevar todo este proceso con apoyo sobre todas las cosas, los amo mucho a todos. A mis seres queridos que ya no se encuentran conmigo, sobre todo a ti Mamita Lupe te lo dedico con todo mi amor, se que este era tu sueño. Y por último a todos mis enemigos porque se que mis triunfos son sus derrotas.

Bryan

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Tecnológica Israel por todos los conocimientos que me ha brindado, a mi familia por su apoyo y paciencia.

A toda mi familia, por su apoyo y perseverancia en todo ámbito de mi vida y en este proyecto.

Gracias por nunca dejare solo.

Bryan

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN .....	II
DEDICATORIA .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
RESUMEN .....	8
ABSTRACT .....	9
Palabras Claves .....	9
<b>1 Introducción.....</b>	<b>10</b>
Tema.....	13
Problema.....	13
Objetivo General .....	13
Objetivos Específicos.....	13
<b>2. Conceptualización Teórico - Metodológica .....</b>	<b>14</b>
2.1 Antecedentes .....	14
2.1.1 Historia del barrio Comité de Pueblo .....	14
2.1.2 Digital y no Impreso.....	15
2.1.3 Diseño Gráfico Social.....	15
2.1.4 Que se ha hecho en otros barrios al respecto.....	17
2.1.5 El mundo Digital con relación a los Boklets impresos .....	18
2.2 Conceptualización .....	18
2.2.1 Booklet.....	18
2.2.2 Booklet Fotográfico .....	19
2.2.3 Booklet Digital .....	19
2.3 Cartel.....	19
2.4 EPS.....	20
2.5 JPEG .....	20
2.6 RGB .....	21
2.7 Identidad Corporativa.....	21
2.8 Publicidad .....	21
2.9 Feedback .....	22
2.10 Target .....	22
2.11 Fotografía .....	22
2.11.1 Retoque Fotográfico.....	22

2.11.2 Adobe Photoshop CS6 .....	23
2.11.3 Adobe Photoshop LighRoom 5 .....	23
2.11.4 Adobe InDesign CS6.....	23
2.12 Connotación Fotográfica .....	24
2.12.1 Penetración de Concepto y Palabra.....	24
2.13 Diseño Editorial.....	25
2.13.1 Retícula .....	25
2.13.2 Pruebas en pantalla .....	25
2.13.3 PDF .....	26
2.13.4 PDF Interactivo.....	26
2.14 Centro Cultural.....	26
2.14.1 Barrio y Urbano .....	27
2.15 Marco Metodológico .....	30
2.15.1 Métodos Teóricos .....	30
2.15.1.1 Método analítico-sintético.....	30
2.15.1.2 Método deductivo – inductivo .....	30
2.15.1.3 Método Histórico-Comparativo .....	30
2.15.1.4 Técnicas de recolección de información.....	31
2.15.2 Aplicación de Instrumentos .....	31
2.15.2.1 Encuesta .....	31
2.15.3 Población.....	31
2.15.4 Muestra .....	31
2.15.5 Análisis de los resultados – Booklet Fotográfico Digital.....	32
2.15.5.1 Conclusiones de la encuesta.....	36
2.15.6 Observación directa los eventos artístico-culturales .....	37
<b>3. Desarrollo del Producto – El proceso de Diseño .....</b>	<b>38</b>
3.1 Cliente del Proyecto .....	38
3.2 Target .....	39
3.3 Medios de Distribución .....	40
3.4 Marco conceptual de Diseño .....	40
3.5 Homólogos .....	46
3.6 Producto .....	49
3.6.1. Cromática .....	50
3.6.2 Marca Booklet fotográfico.....	50
3.6.3 Portada y Contraportada .....	51
3.6.4 Retícula .....	52

3.6.5 Paleta Cromática .....	53
3.6.6 Pruebas de Galera .....	54
3.6.7 Pictogramas .....	56
3.6.7 Contrucción y Diagramación .....	61
3.6.8 PDF Interactivo.....	61
3.6.8 Organización del Producto .....	63
3.6.9 Modernización.....	63
3.6.13 Valoración.....	65
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	66
CONCLUSIONES .....	66
RECOMENDACIONES.....	66
Referencias: .....	67
8. ANEXOS .....	70

## RESUMEN

Los barrios populares de Quito siempre se vieron estigmatizados, las portadas de los diarios locales en sus titulares describían, cantidades de aspectos negativos de los antes mencionados. El Comité del Pueblo no era la excepción, fue y es considerado uno de los lugares mas peligrosos y populares de la ciudad.

El booklet Fotográfico según el criterio que se implante, su objetivo principal es contar una historia. Con ayuda del diseño editorial y la responsabilidad del diseñador gráfico. Tomando en cuenta el adecuado y cuidadoso proceso de diseño del que es parte. Dado el tema a trabajar debe nutrirse de conocimiento acerca del mismo, para que de esta manera pueda construir soluciones gráficas, enfocadas al problema.

La importancia de crear una pieza gráfica, que informe a la comunidad las actividades que se dan dentro del barrio, es para desmitificar la mala imagen que este tiene, generar identidad y orgullo en la población. Los resultados de estos procesos son receptados en una manera cuantificable casi empírica, que no es malo. Tomando conciencia del proceso de diseño que se esta desarrollando y garantizar la calidad del producto.

La función del diseñador gráfico en la diagramación de un booklet fotográfico debería verse reflejada en la recolección de fotografías adecuadas y su correcta edición, asesoría al cliente, el uso de herramientas que optimicen el proceso, validación de garantía, que el producto podría necesitar. Por lo cual una adecuada asesoría o aplicación de conocimientos garantizaría la efectividad del producto y el trabajo del diseñador.

## **ABSTRACT**

The poor neighborhoods of Quito were always stigmatized, the front pages of local newspapers in their headlines describing amounts of negative aspects of the above. The People's Committee was no exception, considered one of the most dangerous and popular districts of the city.

The Photographic booklet according to the criteria is implemented, its main goal is to tell a story. With the help of editorial design and responsibility of the graphic designer. Realising proper and careful design process that is part. Given the subject to work should draw on knowledge about it, so that in this way can build graphics solutions focused on the problem.

The importance of creating a graphic piece, to report to the community activities that occur within the neighborhood, is to demystify the bad image that has and generate identity and pride in the population. The results of these processes are receptados in a quantifiable almost empirically, which is not bad. Serian becoming aware of the design process that is developing and ensuring product quality.

The role of the graphic designer in the layout of a photographic booklet should be reflected in the collection of photographs functional and correct edition, advice to the client, using tools that optimize the process, validation guarantee that the product may need. Therefore adequate advice or application of knowledge would ensure the effectiveness of the product and the designer's work.

## **Palabras Claves**

Booklet, Fotografía, Diseño Gráfico, Barrios

## 1 Introducción

Hablando de la historia del Comité del Pueblo un barrio popular ubicado al Nor-Occidente de Quito y que es un Centro Cultural en la realidad de un sector considerado como zona roja. A partir de estas definiciones nos adentraremos en el tema, a conocer el Centro Cultural Comité del Pueblo desde sus inicios, como se organizó, difundió y realizó sus actividades enfocadas en el arte y la cultura. Hasta la actualidad con ayuda de libros y encuestas a sus habitantes se podrá obtener datos e información completamente fidedigna. El Centro Cultural cuenta con información y un banco de imágenes el cual tiene información que nos será de gran ayuda en todo este proceso.

En la actualidad la comunicación es digital, toda la información de primera orden está en el Internet y con solo unos clics se puede conseguir mucha información acerca de un tema en específico. El Centro Cultural Comité del Pueblo no se queda atrás en cuanto a la plataforma de internet, pero solo cuenta con fanpage de facebook y un blog que no han sido refuerzo para promover los actos artístico culturales de una manera on linne suficientemente fuerte.

Esta es una gran oportunidad para el Centro Cultural Comité del Pueblo para cambiar en la comunidad y hacer que la identidad del barrio, su pasado histórico y los procesos sociales que han tenido que pasar los gestores culturales para promover el arte y la cultura dentro de los barrios populares en la ciudad de Quito y en nuestro caso el Centro Cultural del Comité del Pueblo, es por eso que con la construcción del Booklet Fotográfico servirá como herramienta potencializadora y aumentará la asistencia de la población en sus eventos artístico-culturales, y fomentará la identidad del barrio.

Como antecedentes conoceremos de la historia del barrio Comité del Pueblo, como se creó y por qué es considerado uno de los barrios más populares de la ciudad de Quito, igualmente nos adentraremos en la historia del Centro Cultural que lleva su nombre y cuáles son los servicios que este ofrece, obteniendo un amplio conocimiento para hacer que su Booklet Fotográfico cubra todas las necesidades existentes.

Para que sea un proyecto óptimo y de calidad se investigo todos los conceptos y las bases para hacer un booklet fotográfico, teniendo conocimientos en diagramación y en todo lo que se refiera a medios digitales, además de esto se contará con la

información necesaria y la conceptualización que harán de este, un ejemplar novedoso para quien visualice el booklet fotográfico digital.

En la investigación de campo se crearon grupos focales y encuestas personales a la población que conocen a diario el barrio y su Centro Cultural, los grupos focales sirvieron para conocer lo que la comunidad quisiera tener en el booklet fotográfico digital y que no les agrada, con esa información se obtuvo conclusiones que hicieron de este proyecto algo dirigido y acorde a la comunidad.

Con la conceptualización hemos analizado el camino más idóneo y desarrollado el booklet fotográfico digital, haciendo que sea amigable y funcional, que cualquier persona que tenga acceso a internet y visualice el booklet digital se sienta cómodo al observarlo.

Por último una vez concluido el proyecto se ha hecho las respectivas conclusiones y recomendaciones, además de eso se añadieron las fuentes bibliográficas empleadas para el desarrollo de este proyecto.

### **Medios Digitales**

Según Natalia Salamanca en su Manual El Periodista de investigación latinoamericana en la era Digital(2014). Poco a poco, los comunicadores han buscado formas de transmitir sus ideas plasmadas de una forma eficaz, teniendo en cuenta que los medios impresos tienen su público objetivo bien marcado. Mediante Publicaciones Impresas, Libros, Folletos, Revistas, Diarios y Prensa (cap. XII párr. 1-12).

Así concluimos que con el pasar de los años fue la manera correcta de identificar a un target único preponderante. Las tecnologías avanzan y se ven marcadas por una infinidad de nuevos métodos. Nuevas máquinas tecnológicas de impresión; así como nuevas formas de transmitir las ideas anteriormente expuestas, pero de una manera más directa, óptimo y acortando el proceso de manipulación del lector.

Lo que en la actualidad llamamos como internauta, ese es el objetivo de los medios de comunicación. El proceso tan simple desde tomarse la molestia de ir y adquirir el medio impreso se acorta y los niveles de comparación de la transmisión de la información con los medios digitales es abismal. Con tan solo un clic y una buena conexión a internet tenemos la información a la mano en cualquier momento del día.

Hoy en día los oficinistas ya no compran el diario en la tienda de la esquina, por la optimización del tiempo. Llegan a sus oficinas encienden sus computadoras y con tan solo unos cuantos clics, tienen la misma información del Periódico local pero en una versión digital más acorde a sus necesidades. Donde la información es más objetiva uno lee lo que realmente le interesa. Los factores positivos de los medios digitales son incuantificables, destacando hasta desde el punto de vista ecológico ya que si no necesitamos imprimir tantos ejemplares, tampoco necesitaríamos la tala indiscriminada de árboles abundantes.

Abriendo más el círculo de este estudio, no solo los oficinistas son el ejemplo claro de que los medios digitales aportan más en todo sentido. Hablamos más de lo común de las personas desde los niños en las escuelas que tienen acceso a internet educativo, las amas de casa en sus hogares con la digitalización de las revistas de toda índole, los estudiantes de los colegios y universidades en sus proyectos de grado, etc.

No olvidar el protagonismo que toman las redes sociales en la actualidad, en estas circunstancias. En tiempos pasados para informarnos de las noticias del día, teníamos que comprar el periódico o mirar las noticias en la televisión. Ahora es cuestión de segundos, la información está a la mano de la colectividad gracias a las redes sociales tan cuestionadas hoy en día. Dejamos de lado el objetivo banal que en sus inicios fue el ocio y la diversión, para convertirlo en un objetivo necesario que es la comunicación mediante los medios digitales. Considerando a las redes sociales como nueva plataforma de cobertura periodística.

El avance tecnológico es impresionante, la globalización nos impresiona cada día. Ahora no solo se puede leer un periódico o una revista digital, hoy en día se puede interactuar con estos de una forma accesible y con el objetivo específico que es comunicar.

## **Tema**

Booklet Fotográfico para promover la historia y actividades del Centro Cultural Comité del Pueblo.

## **Problema**

La comunidad desconoce de la historia del barrio, sus procesos y actividades sociales (artístico-culturales). Estas actividades artístico-culturales que se realizan en él, no son difundidas de una manera adecuada por lo cual no todos los habitantes del barrio se informan acerca de ellas.

## **Objetivo General**

- Desarrollar un Booklet Fotográfico Digital para promover la historia y las actividades artístico-culturales del Centro Cultural Comité del Pueblo.

## **Objetivos Específicos**

- Identificar las diferentes fuentes de información artístico-culturales a difundir en el barrio Comité del Pueblo.
- Realizar un levantamiento fotográfico funcional acerca del Barrio y del mismo Centro Cultural Comité del Pueblo.
- Desarrollar las diferentes herramientas visuales de diagramación y fotografía a utilizar en el proceso de construcción del Booklet Fotográfico Digital.
- Valorar mediante criterios de especialistas la factibilidad del Booklet Fotográfico Digital diseñado.

El presente trabajo se estructura de la siguiente manera: Introducción, conceptualización teórica –metodológica, desarrollo del producto, conclusiones, recomendaciones, bibliografía.

## **2. Conceptualización Teórica - Metodológica**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Historia del barrio Comité de Pueblo**

El barrio Comité del Pueblo tiene un pasado político, económico y social muy importante destacar, ya que la información es beneficiaria para el presente proyecto por todo lo que engloba. Que en su pasado no fue un barrio, ni siquiera un parroquia era una Hacienda llamada "La Eloísa". Como menciona Karine Peyronnie y René de Maximy, en su obra GENTE DE QUITO (2000) :

Los barrios populares de Quito fueron luchas forjadas desde la necesidad del pueblo, por obtener un lugar digno donde vivir y poder criar a sus hijos, y esto lo recalca Bravo, en su Tesis de Maestría, Movimientos sociales urbanos en Quito "El comité del pueblo", (1980):

Concebido de esta forma, la otra organización "subversiva", pasa a convertirse ahora en un elemento hasta cierto punto funcional al sistema, ya que le permite solucionar a un bajo costo, el problema del alojamiento popular, abaratar el costo de reproducción de la fuerza de trabajo urbana, canalizar disciplina y orgánicamente la protesta popular en la esfera del consumo. Todo esto posibilita ir creando las condiciones para consolidar un modelo de dominación de democracia por consenso, en donde los sectores populares urbanos pasan a jugar un rol significativo como masa de apoyo de los sectores burgueses modernizantes[...]. (Bravo, 1980)

La lucha popular, no solo ha creado invasiones populares en barrios, a forjado reivindicaciones socio-políticas, a destituido presidentes de turno; presente en cada mitin político, por lo cual es importante destacar su intervención dentro de la creación del barrio Comité del Pueblo, y sus procesos sociales y elevar el debate de los puntos negativos del mismo, y así realizar una construcción positiva en el futuro. Como han expresado en su artículo web, Explored(2003):

El Comité del Pueblo, número uno no es el mismo barrio de hace dos años, pues se ha convertido en un sector organizado y en un mejor lugar para vivir. Este barrio, ubicado al norte de Quito tiene 12 sectores, los cuales, desde

aproximadamente dos años se unieron con el fin de coordinar acciones con el Municipio de Quito, y lograr entre los dos las obras de desarrollo que necesita la comunidad, según lo explica el presidente del Comité del Pueblo, Nicolás Quezada. “Tenemos derecho a vivir dignamente”.

El Comité del Pueblo cuenta con un Centro Cultural propio el cual posee información de relevancia. Es una gran oportunidad para el barrio de cambiar la mala mentalidad, intensificar la identidad en los habitantes del mismo, es por eso que con el diseño del Booklet Fotográfico del Centro Cultural Comité del Pueblo servirá como herramienta positiva y forma de afinidad barrial en los habitantes y con esto un cambio de mentalidad de forma eficiente.

### **2.1.2 Digital y no Impreso**

Los más grandes medios de comunicación impresos, se han visto amenazados por la transición del medio físico impreso a las pantallas que presentan los medios digitales. Este gran detalle impulso a todos los medios impresos a re-inventarse, a buscar nuevas formas de impresión o a su vez dejar de lado a la misma. Y adaptarse a las nuevas tecnologías como los medios de comunicación digitales. (Vázquez, 2014)

### **2.1.3 Diseño Gráfico Social**

Esta tendencia del diseño es muy poco explorada, ya que el enfoque del diseño en todo el mundo es más comercial y siempre se ha preocupado por satisfacer las necesidades de un cliente más no de una necesidad de la sociedad. El Diseño social busca hacer del mundo del diseño algo diferente y darle un enfoque distinto buscando hacer del mundo un lugar mejor mediante iniciativas creativas. Este ámbito del diseño trabaja comunicacionalmente entre diseñadores que estén interesados en los temas sociales, ONG y organizaciones. Así el trabajo es en conjunto y de gran ayuda para mejorar las comunicaciones sociales buscar un beneficio social mas no tanto el lucrativo, algo muy importante de destacar es que el diseño social se mantiene en una línea de análisis e investigación para la mejora, creando grupo de investigación.

A escala mundial el Diseño Social no es una tendencia que este en auge y más que todo que haya sido explotada a su más alto nivel, se puede decir que en Europa no se lo practica lo necesario, el desempeño de esta área del diseño en Latinoamérica es distinto y se puede dar respuesta esto ya que la realidad social, política y económica

es diferente a la de Europa (el primer mundo) y sus necesidades son mayores por lo cual es necesario la práctica del Diseño Social como medio de comunicación de una forma activa por los beneficios que esta temática puede brindar a la sociedad.

Uno de los países más beneficiados del Diseño Social en Latinoamérica es Argentina, por todo lo que conlleva tener una de las mejores Facultades de diseño a nivel de la Latinoamérica como lo es la Universidad de Buenos Aires (UBA), es de gran ayuda que exploten todas las tendencias del Diseño y más la social que es de gran beneficio para la sociedad.

En Argentina en la actualidad existe una organización activista (ONG), llamada Diseño Social EN+ es una ONG sin ánimo de lucro que trabaja en el ámbito internacional para la difusión y mejora del desarrollo de la comunicación y diseño social que usa Plataformas de comunicación y diseño orientadas al cambio social.

En el Ecuador el Diseño Social, no ha sido muy explorado es algo muy nuevo. Las sociedades tercermundistas y un país en la situación en la del Ecuador tienen miedo a todo lo nuevo, y esto gracias a la globalización de los países desarrollados. Existen pequeños antecedentes sin menospreciar los méritos de manera empírica, mas no de una la forma adecuada de la práctica de esta tendencia; cada una desde su ámbito lo social y el diseño en mundo separados.

Al parecer subestimamos al diseño únicamente a aspectos comunicativos convencionales con un enfoque comercial, lo cual crea enormes limitantes. El comunicador visual actual también debe escoger entre entender el diseño como disciplina de y para la comunicación y concebir el diseño como pensamiento y metodología, e ideología que se adhiere a nuevos campos para romper con nuevas disciplinas. Este nuevo enfoque del diseño está tomando protagonismo y que existan iniciativas e interés en diseñadores tanto como estudiantes y profesionales de disciplinas afines en Latinoamérica. Aún estamos a tiempo para liderar un cambio de paradigma global.

Es importante destacar lo que comenta "Gio Bonsiepe" donde nosotros como diseñadores latinoamericanos no dedicamos a mirar mucho más hacia el norte, sabiendo que en nuestras raíces está la identidad que nos caracterizaría como diseñadores latinoamericanos, creo desde mi punto de vista trabajar con las comunidades está haciendo que nuestro diseño obtenga matices que aun estamos por

conocer. El interés y la mirada a diferentes mundos nos puede dar una visión más amplia y hasta permitiría construir una propia más completa, pero es cierto que limitarse a mirar hacia afuera podría llevar al olvido de lo propio, del autoconocimiento y auto crecimiento, el trabajo en comunidad y con comunidades próximas a nuestra realidad permite el crecimiento de todos los actores que sean partícipes.

El diseño social [...] está basado en la creación de nuevas plataformas de comunicación que huyen de la simple protesta para buscar soluciones a través del diseño. Nuestras intervenciones buscan fomentar la comunicación positiva de interacciones que implican creación de proyectos basados en la creatividad, empatía y sinergia. (Hidalgo y Rudilla, 2012)p35.

En el contexto económico de nuestras sociedades capitalistas, el diseño es un instrumento para aumentar la cuota de mercado. Sin embargo, en todo sistema existen fracturas y contradicciones y los diseñadores pueden operar productivamente con ellas. Uno de sus grandes desafíos es lograr la consistencia profesional sin renunciar a los principios éticos. Algunos ya han aceptado el reto y desde mediados de la década de 1990 la preocupación por el medioambiente y por el usuario es cada vez mayor. John Thackara se ha referido a la aparición de un diseño consciente, un modo de trabajar apoyado en la idea de que la ética y la responsabilidad pueden informar las decisiones de diseño sin constreñir la innovación y el desarrollo tecnológico.(Peralta Raquel, 2007)

#### **2.1.4 Que se ha hecho en otros barrios al respecto**

En otros barrios existen distintos elementos comunicacionales impresos como revistas, periódicos, etc. Pero una Booklet Fotográfico Digital y que abarque el ambito cultural no se a visto, hay indicios de que en en el barrio de San Juan se hizo una Guia Comercial pero carecía de un proceso y desarrollo gráfico acorde al suplemento impreso, era más desarrollada de una forma empírica.

En la Actualidad el Barrio de la Mariscal cuenta con un folleto netamente comercial, pero en base a un servicio turistico ya que en la actualidad este barrio es la zona más concurrida por los turistas en la ciudad de Quito. La presente ciudad citada anteriormente cuenta con una Guia llamada "Quito Q" es una guia cultural/ informativa, como es una guia de la ciudad de Quito y oficial tiene un trabajo de diseño muy bien planteado.

En el Comité del Pueblo no existe un ejemplar o Booklet Fotográfico en la actualidad en ningún barrio de la ciudad de Quito que abarque los temas artísticos, culturales e informativos, dentro de un barrio en la ciudad.

### **2.1.5 El mundo Digital con relación a los Boklets impresos**

Con la globalización mundial y el avance de la tecnología digital y el remplazo de los suplementos impresos por los digitales, muchos editores decidieron darle una modernización a los elementos comunicacionales en este caso un libro fotográfico, en vez de la publicación impresa. Esto puede tomar la forma de documentos transferibles para leer en una computadora o tableta iPad. La información en la nube lo hace accesible vía un portal web o desde una misma red social que en la actualidad tienen tanto auge y son las más visitadas a nivel mundial. Esto permitió a los editores modernizarse con la tecnología sin dejar atrás a los clásicos procesos de impresión. Ya que existen lugares en los cuales el público objetivo no todos tienen acceso al internet o incluso a una red social. De la misma manera existen aplicaciones de lectura en línea de revistas o simplemente una visualización gráfica de alta calidad y cuidadoso detalle responsive.

## **2.2 Conceptualización**

El presente proyecto ha usado fundamentalmente los siguientes conceptos, como estructura principal para el desarrollo del mismo.

### **2.2.1 Booklet**

Reunión de conjuntos de hojas de papel plegados y listas para encuadernar. Grupo de páginas del tamaño final del impreso obtenidas, generalmente, por los dobleces y cortes sucesivos a que se somete el pliego impreso, conformando una unidad para la encuadernación (Andigraf, 1994).

Se debe considerar que al hablar de la teoría gráfica el Booklet también es llamado Dossier, comparado a un catálogo empresarial. Una diagramación amigable, parte del proceso del concepto a manejar en el ejemplar. En el cual se cuenta una historia, de una forma clara, nitida y funcional. Es una alternativa que brindan los medios digitales, para dar una nueva cara a la presentación de una historia más ilustrada de una manera gráfica. Y brinda más libertad al diseñador de contar una historia plasmando más

recursos gráficos que textos largos y aburridos. Es una opción alternativa para que los libros o las historias largas sean contadas de una manera estética más creativa.

### **2.2.2 Booklet Fotográfico**

El Booklet fotográfico es el equivalente a los brochure o catálogos que usan las empresas para publicitar sus servicios y productos... El Booklet es la carta de presentación de fotógrafos, artistas y comunicadores visuales como medio de presentación de sus trabajos.(Förster,2010)

En cuestión quiere decir que Booklet fotográfico en su traducción al español dice "folleto", con la añadidura de la palabra fotográfico mediante una serie de fotos realizadas y escogidas con criterio formado. Un folleto fotográfico en una materia puede ser impreso o digital el cual mediante una serie de criterios conllevan un mensaje o cuentan una historia específica enfocados en targets estudiados anteriormente.

### **2.2.3 Booklet Digital**

Un folleto digital es un elemento promocional que es entregado en un formato digital para una fácil lectura y distribución. Las compañías pueden usar los folletos digitales para llegar a muchas personas y hacer actualizaciones en sus productos y servicios.(Ordenadores y Portátiles, 2014)

Quiere decir que es una herramienta que mediante su construcción da la posibilidad de desarrollar ideas o conceptos visuales, y pueden ser acompañados de recursos gráficos funcionales al concepto. Y agregar conceptos fotográficos óptimos, ya que nos olvidamos del proceso de pre-prensa y nos enfocamos en el estético plenamente. Teniendo en cuenta los medios de difusión y la adaptación responsive de los mismos ya que pueden ser observados desde una computadora hasta un smartphone. Sin ningún problema añadiendo que pueden ser descargados para poder ser visualizados sin conexión.

## **2.3 Cartel**

Es una herramienta gráfica que transmite un mensaje, está compuesto en una unidad estética formada por imágenes que causan impacto y por textos breves.

Ha sido definido por algunos estudiosos como "un grito en la pared", que atrapa la atención y obliga a percibir un mensaje. También puede definirse como un susurro que, ligado fuertemente a las motivaciones e intereses del individuo, penetra en su conciencia y le induce a adoptar la conducta sugerida por el cartel. En conclusión, es un material gráfico, cuya función es lanzar un mensaje al espectador con el propósito de que éste lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante a lo sugerido por el propio cartel. [...] (2015, Recuperado de: [uclm.es/profesorado/Ricardo/CarTEL.htm](http://uclm.es/profesorado/Ricardo/CarTEL.htm))

## **2.4 EPS**

PostScript encapsulado (EPS) es un conocido formato de archivo para transferir ilustraciones vectoriales entre aplicaciones. Puede trabajar con archivos EPS en Illustrator utilizando los comandos Abrir, Colocar y Pegar, y la funcionalidad de arrastrar y colocar. (Adobe, 2016)

Quiere decir que un EPS son las siglas de un PostScript encapsulado, es un formato de un archivo gráfico que facilita el desempeño de los software de diseño ayudando a resolver algunas restricciones adicionales añadiéndolo dentro de otro documento PostScript.

## **2.5 JPEG**

Son a las siglas de un archivo gráfico de mayor uso. Es una compresión de relación entre tamaño de almacenamiento y calidad de imagen.

"JPEG" significa "Joint Photographic Experts Group", nombre de la comisión que creó la norma, la cual fue integrada desde sus inicios por la fusión de varias agrupaciones en un intento de compartir y desarrollar su experiencia en la digitalización de imágenes. La ISO tres años antes (abril de 1983) había iniciado sus investigaciones en el área, posteriormente empezó a formar parte del grupo "JPEG" en el año de 1986, fecha en la cual se inició el grupo, e introdujo la norma en 1992 ante la ISO, que fue aprobada en 1994 como ISO 10918-1. [...] (Genotipo, 2015)

Quiere decir que JPG es un formato de imagen, es el mayor usado por su tamaño de almacenamiento y calidad que tiene. Es el formato más aceptado en todas las

aplicaciones donde se usen imágenes.

## **2.6 RGB**

Es el modelo de color basado en la síntesis de las primeras letras de sus colores luz primarios como los son el rojo, verde y azul es de uso digital. Aunque se use en un mismo modelo de color, sus espacios de color pueden variar considerablemente para esto existen las paletas de color o paletas.

La descripción RGB (del inglés Red, Green, Blue; "rojo, verde, azul") de un color hace referencia a la composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios con que se forma: el rojo, el verde y el azul. (Genotipo,2015)

Quiere decir que el modelo de color RGB, es usado en pantallas, o digitalmente. En la actualidad para desarrollo web, No se puede usar con eficacia para imprimir ya que las tonalidades seleccionadas cambiarían, para imprimir sería CMYK el idóneo.

## **2.7 Identidad Corporativa**

La palabra identidad engloba todo el significado, ya que es lo que el usuario percibe de la empresa pero no es tangible es decir sus valores, como lo ven desde un punto de vista interno y externo. Los diseñadores realizamos una expresión gráfica mediante un mensaje simplificado. La identidad corporativa o identidad visual corporativa es la manifestación física de la marca. Se hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. (Genotipo, 2015)

## **2.8 Publicidad**

La publicidad con el pasar de los años, de su creación es una técnica de comunicación masiva, planteada con un objetivo específico de difundir o informar sobre un bien o servicio específico. (Ecured,2015)

Quiere decir que la publicidad, siempre fue el medio óptimo para difundir un conjunto de ideas, con objetivos claros. En este caso un Booklet Fotográfico.

## **2.9 Feedback**

Feedback es una palabra del inglés que significa retroalimentación; podemos utilizarla como sinónimo de respuesta o reacción, o, desde un punto de vista más técnico, para referirnos a un método de control de sistemas. “feedback” (s/f.). En Significados.com. Disponible en: <http://www.significados.com/feedback/> [Consultado: 15 de julio de 2016, 12:01 am].

Quiere decir que la palabra “Feedback” que en su traducción al español quiere decir “retroalimentación” Es la capacidad del emisor de interpretar las reacciones del receptor interpretarlas y evolucionar el mensaje mediante lo intepretado. Es lo que se uso para ver la respuesta inmediata de la comunidad.

## **2.10 Target**

La palabra “target” su traducción al español quiere decir “objetivo, en terminología de diseño quiere decir “público objetivo” personas o cosas a quien se le dirige una acción o mensaje específico con el obojetivo de recibir un Feeback positivo.

## **2.11 Fotografía**

La fotografía es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura. (Perez.J, Gardey.A (s/f.). En defición.de. Disponible en: (<http://definicion.de/fotografia/>) [Consultado: 15 de julio de 2016, 12:30 am].)

Quiere decir que la fotografía desde sus inicios, fue la forma que mediante técnicas y reacciones. Logran capturar un momento único y comunicar un mensaje claro.

### **2.11.1 Retoque Fotográfico**

En el portal web “Deifinición.de” expertos en definiciones técnicas y aplicadas mencionan que Retoque es un término con varios usos. En este caso nos interesa destacar su acepción como la acción que se lleva a cabo para disimular imperfecciones o eliminar los errores de una obra. Fotográfico, por su parte, es aquello vinculado a la fotografía (la técnica que permite capturar imágenes). (Perez.J,

Gardey.A (s/f.). En definición.de. Disponible en: (<http://definicion.de/retoque-fotografico/>) [Consultado: 12 de agosto de 2016, 1:30 am].)

Quiere decir que un Retoque Fotográfico hace referencia al proceso y a la modificación de las características de una imagen mediante un software profesional específico, en este caso “Adobe Photoshop Ligthroom 5” y “Adobe Photoshop CS6”.

### **2.11.2 Adobe Photoshop CS6**

El concepto de Photoshop lo expuso el conocido Blog “significados.com” de esta manera: es el nombre popular de un programa informático de edición de imágenes. Su nombre completo es Adobe Photoshop y está desarrollado por la empresa Adobe Systems Incorporated. Funciona en los sistemas operativos Apple Macintosh y Windows. El nombre comercial de este producto se puede traducir del inglés como 'taller de fotos'. “Photoshop” (s/f.). En Significados.com. Disponible en: <http://www.significados.com/photoshop/> [Consultado: 23 de agosto de 2015, 1:01 am].

Por lo tanto Photoshop, es el software más popular a nivel mundial, usado para retoque fotográfico, su versión “CS6”, es la versión comercial a partir del año 2014 y es la que se ha usado para el desarrollo de este proyecto.

### **2.11.3 Adobe Photoshop LightRoom 5**

Lightroom es un programa diseñado para las tareas del flujo de trabajo de un fotógrafo digital, desde la descarga de las imágenes hasta el revelado de RAW y la preparación final de tus fotos. (2016, 01). Guía rápida Adobe Lightroom. LIGHTROOM ES. Obtenido 01, 2016, de <http://lightroom.fotonatura.org/guia-rapida-adobe-lightroom/>

Por lo tanto LightRoom, es un software de la familia de Adobe, el cual está enfocado en el proceso de trabajo de un fotógrafo digital, con utilidades más profesionales y rápidas. En sus versiones que cada año son actualizadas prestan utilidades muy óptimas. La versión 5 es la que se ha desarrollado en este proyecto.

### **2.11.4 Adobe InDesign CS6**

InDesign CS6 es una aplicación que se utiliza para realizar la maquetación de páginas a nivel profesional. Se encuentra ampliamente difundida en la industria gráfica

tradicional para diarios, revistas, folletos, en desarrollos web y en publicaciones digitales. (2016, 01). InDesign es la herramienta preferida para la maquetación editorial y de publicaciones digitales a nivel profesional . [Pagina principal de RedUSERS] . Obtenido 06, 2016, de <http://www.redusers.com/noticias/introduccion-indesign-cs6/>

Por lo tanto, InDesign e el software especializado para la maquetación editorial, con la cual se ha desarrollado este proyecto. El software implenta las herramientas y características específicas para el diseño editorial digital e impreso. En este caso el software antes mecnionado cuenta con la posibilidad de las publicación digitales con interactividad con el usuario o el lector.

## **2.12 Connotación Fotográfica**

Las fotografías poseen ciertas características que se enfrentan entre sí. Pueden ser denotativas o connotativas. En este caso me centraré en las dos últimas características. Las imágenes denotativas son literales, objetivables, se trata de lo más analógico de la realidad. Una imagen denotativa es lo que vemos y no incluye valoración o juicio.(Magán,S.2015) En:echounvistazo.Disponible en: (<https://echemosunvistazo.wordpress.com/2013/05/10/la-connotacion-fotografica/>) [Consultado: 15 de julio de 2016, 12:35 am].)

Quiere decir que la connotación fotográfica, ha implantado una forma la cual mediante la composición de los elementos o el encuadre de los planos. Pueda enviar un mensaje sin mencionarlo literalmente en la fotografía.

### **2.12.1 Penetración de Concepto y Palabra**

Concepto: Se refiere a una idea que concibe o forma entendimiento, es decir son ... así como de una expresión o locución (si consta de dos o más palabras). “conceto diferencias palabra” (s/f.). En DePeru.com. Disponible en: <http://www.deperu.com/abc/gramática/3956/cual-es-la-diferencia-entre-concepto-y-definición> [Consultado: 16 de agosto de 2016, 22:04 am].

Quiere decir que el concepto es la palabra con la que designábamos las cosas, mientras q la definición era lo q significaba dicha palabra o concepto. Es este caso

hemos, transmitido conceptos claros mediante palabras claves, anteriormente estudiadas.

### **2.13 Diseño Editorial**

El diseño Editorial, como rama del diseño editorial especializado en la maquetación abarca una gama extensa de características y elementos gráficos, enfocados en públicos específicos y satisfacer una necesidad, como refiere De Buen(2005) “A partir de que Gutenberg imprimió sus primeros libros y hasta hace un par de décadas, la historia del diseño editorial había transcurrido con pocos sobresaltos. Por lo general, los libros se editaban en casas especializadas y eran compuestos por verdaderos peritos bajo la cuidadosa supervisión del autor, el editor y un ejército de correctores” (p.11)

Sea este impreso o digital, ya que cada uno de estos preceptos antes mencionados tienen características distintas. En este proyecto se han mantenido las cualidades básicas del Diseño Editorial que se deberían considerar según Bhaskaran (2006) “formato, retícula, tipografía, color, cubierta o cabecera y uso de imágenes” (p. 8). Según las necesidades y el enfoque que el diseñador quiera dar al ejemplar.

#### **2.13.1 Retícula**

En el Diseño editorial la retícula es la base la construcción de las composiciones gráficas como lo mencionan en su blog “uxabilidad.com”(2016)”Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar.”

Partiendo desde que la retícula, es el eje base de los proyectos editoriales sean estos: revistas, folletos, libros, etc. Queremos mencionar que gracias a la retícula se pueden dar niveles de lectura, crear puntos de enfoque, etc. Que gracias al buen uso de la tipografía y las imágenes reforzamos el mensaje que queremos comunicar.

#### **2.13.2 Pruebas en pantalla**

El monitor de una computadora bien calibrada en su color, brinda una visión clara para revisar el texto, imágenes, ilustraciones y logos. Mediante el proceso de la

construcción de un proyecto editorial, ya que es el mayor acercamiento al producto final, sea este un PDF o un PDF interactivo.

### **2.13.3 PDF**

Partiendo desde la traducción al español el PDF quiere decir (Formato de Documento Portátil). El PDF marco los pasos en el cambio del papel físico al digital, ya que el PDF es un formato universal para transferir archivos sin importar el software de su procedencia como lo mencionan en la Web Oficial de “Adobe” (2016) “El formato de documento portátil (PDF) se utiliza para presentar e intercambiar documentos de forma fiable, independiente del software, el hardware o el sistema operativo. Inventado por Adobe, PDF es ahora un estándar abierto y oficial reconocido por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO).” (2016, 01). PDF: tres letras que cambiaron el mundo.. Adobe Acrobat DC. Obtenido 06, 2016, de <https://acrobat.adobe.com/es/es/why-adobe/about-adobe-pdf.html>

El PDF revoluciono el formato digital, por su tamaño, la compresión de los elementos gráficos sean estos vectores o imágenes, dan la facilidad al diseñador de que el PDF sea usado de una forma optima, por lo cual en el proceso de diseño y exportación digital de este proyecto es el formato principal de nuestra publicación digital.

### **2.13.4 PDF Interactivo**

De acuerdo con Adobe el formato PDF innovo el diseño editorial y en otro ambito a los formatos digitales en general, ya que cada año han ido evolucionando y el PDF no seria la excepción, creando asi el PDF Interactivo el cual mediante imágenes, transiciones página a página, botones, links, ect. Haciendo del PDF algo más interactivo con el lector y más llamativo al público objetivo. Como menciona Adobe en su Portal Web Oficial(2016) “Los archivos PDF pueden contener vínculos y botones, campos de formulario, audio, vídeo y lógica empresarial”. (2016, 01). PDF: tres letras que cambiaron el mundo.. Adobe Acrobat DC. Obtenido 06, 2016, de <https://acrobat.adobe.com/es/es/why-adobe/about-adobe-pdf.html>

## **2.14 Centro Cultural**

Es el espacio que permite participar de actividades culturales. Estos centros tienen el objetivo de promover la cultura entre los habitantes de una comunidad específica.

(Perez.J, Gardey.A (2011). En definición.de. Disponible en: (<http://definicion.de/CentroCultural/>) [Consultado: 15 de julio de 2016, 12:30 am].)

Por lo tanto un Centro Cultural es un punto de acopio de información, actividades y encuentros dentro de una comunidad o barrio, como una fuente de desarrollo y trabajo social o voluntariado con el objetivo de promover la cultural fuera y dentro del barrio.

### **2.14.1 Barrio y Urbano**

El concepto de barrio nace de la necesidad de un contexto social, y el cual es un tema dentro del discurso e ideológico como un problema primordial afectando y haciéndola formar parte como actriz principal a la sociedad. Un término muy consensuado nada hace más de 5.000 años dentro del censo de la ciudad de Manchester en agosto de 1819, alrededor de las luchas de clases dentro de la ciudad industrial durante el siglo XIX.

La conciencia sobre la ciudad proviene de la constatación “tanto de parte de los patronos como de los obreros” de los problemas urbanos principalmente el de la vivienda de los trabajadores y del mísero apiñamiento en los barrios obreros de la ciudad. (Gravano Ariel, 2005)

En 1845 Federico Engels escribía La situación de la clase obrera en Inglaterra. Para ello, además de recopilar la documentación bibliográfica y testimonial había pasado varios meses recorriendo varios barrios obreros de las principales ciudades del país. Por tal obra, algunos especialistas consideran que “Engels puede ser considerado como uno de los fundadores de la sociología urbana” (Choay, 1976:17).

Se plantea que se habla del barrio desde las necesidades de los obreros ingleses descripción y condiciones de vida y pues primordialmente de la vivienda. Engels clasifica a los barrios por las razones antes mencionadas, y se puede calificar a los barrios como: “feos”, “repugnantes”, “limpios, decentes, habitables”, “obreros”, “proletarios”, “bajos”, “pobres”, “aristocráticos”, “burgueses” (Engels, 1974: 44-88)

Se coloca a lo urbano en el centro del problema social, histórico, como catalizador de la discusión sobre la sociedad moderna en general. (Gravano Ariel, 2005:21)

Uno de los mayores pilares para la planificación urbana y la visión a futuro es la unidad vecinal y fue llevada a la realidad por el estado y no por particulares, aunque se mantenían en la misma visión de oposición al caos, la desorganización, y la desnaturalización de la urbanidad aplicándola ya en los mismos espacios en este caso en las ciudades, lo contrario a lo que los socialistas quisieron hacer en los lugares nuevos. Y esto se podía visualizar simplemente en lugares donde la unidad vecinal cumplían todas sus expectativas a un nivel mayor como por ejemplo los “barrios residenciales”.

La vivencia barrial tiene muchos aspectos que destacar culturalmente donde realmente se forjan grandes cuestiones de la sociedad actual, algo tan particular como la “la sociedad de la esquina” y las pandillas de “barrios bajos” que se forman en estas, esto demuestra que el ser humano consciente la necesidad de estar organizado de una u otra manera, aunque aquí no se justifican los medios ya que aquí nace un eje delincencial muy grande dentro de los barrios menos favorecidos y así creando tabúes y miedo dentro la sociedad actual nada mas siendo un reflejo de la sociedad global.

Otro ejemplo es la restricción de la vida social en el barrio y la consecuente tendencia del anonimato de las relaciones vecinales, debido a la reclusión dentro de los hogares, provocada por el temor a la inseguridad callejera, ya antes mencionada como “la sociedad de las esquinas”.(Gravano Ariel, 2005: 54)

Llegamos al concepto que maneja a la migración del campo a la ciudad que lo llamaremos según los estudios realizados por los antropólogos como “Urbanización” concentración espontánea o planificada de la población en puntos de acuerdo a una organización social compleja.

El concepto de barrio en la actualidad según Ariel Gravano en base a los estudios realizados en un su obra “El Barrio en la Teoría Social” se los puede ubicar mediante resultados:

- La sociología urbana en las últimas décadas, con acento en las relaciones sociales.
- Los enfoques apuntaron a los valores políticos de ciertas situaciones y movimientos.
- La reformulación del aspecto barrial desde la planificación y el diseño.

- Los trabajos antropológicos que se focalizaron en las identidades y los procesos culturales de las realidades barriales contemporáneas.

En busca del buen vecino es lo que se plantea Suzanne Keller como tema central en su tesis sobre el deber y el poder de la vida urbana, ubicando al vecindario como una categoría socio-espacial dentro del paradigma setentista del individualismo que está compuesto por la actualización de conductas concretas de grupo invisible de valores corporizados en ciertos individuos.

En esencia, el vecino no es el que ayuda en tiempos de necesidad, del que se espera que deba entrar en juego cuando los demás medios se han agotado. (Ibid: 35)

## **2.15 Marco Metodológico**

Seguidamente mencionamos los métodos teóricos utilizados, en el desarrollo de la investigación del marco metodológico.

### **2.15.1 Métodos Teóricos**

#### **2.15.1.1 Método analítico-sintético**

Se utilizó este método, ya que mediante las investigaciones realizadas sobre los formatos digitales, el diseño gráfico editorial. Se rescató la información relacionada a los elementos de mayor importancia estableciendo un sustento teórico general, sobre el proceso editorial digital para luego analizarlo y poder desarrollar el booklet o folleto fotográfico digital. Se enfocaría en la necesidad de nutrir de información a los habitantes de la comunidad del Comité del Pueblo.

#### **2.15.1.2 Método deductivo – inductivo**

Al aplicar este método partimos de lo macro a lo micro, es decir, se aplicó un proceso analítico sintético, estudiando aspectos particulares de los eventos artístico culturales que realizaron los integrantes del Centro Cultural Comité del Pueblo, la observación directa de las actividades artístico-culturales desarrolladas para los habitantes como principales protagonistas, fueron de fundamental importancia, obteniendo de manera clasificada la información pues permitieron crear puntos de enfoque, en los datos y elementos más relevantes, para el adecuado desarrollo del booklet fotográfico al contexto actual.

#### **2.15.1.3 Método Histórico-Comparativo**

El presente método se aplicó en el proyecto al identificar información representativa de la aparición del booklet y los medios digitales a través de la historia del barrio Comité del Pueblo, en un acercamiento al proceso gráfico que se presentó en esa época hasta llegar a el contexto del diseño editorial. Y llegar puntos de enfoque primordiales en nuestra investigación.

#### **2.15.1.4 Técnicas de recolección de información**

La técnica usada en el presente proyecto es la encuesta, la misma que ha sido aplicada de manera objetiva en campos específicos de conocimiento.

#### **2.15.2 Aplicación de Instrumentos**

En consecuencia al proyecto desarrollado, se eligieron herramientas adecuadas para la recolección de datos e información.

##### **2.15.2.1 Encuesta**

Es el “método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (Buendía y otros, 1998, p.120). De este modo, puede ser utilizada para entregar descripciones de los objetos de estudio, detectar patrones y relaciones entre las características descritas y establecer relaciones entre eventos específicos.

Se aplicó una encuesta auto administrada, proporcionada a los habitantes seleccionados aleatoriamente quienes las contestaron directamente. La encuesta se aplicó en espacios estratégicos dentro del mismo barrio: Jorgue Garces Av. Principal del Barrio Comité del Pueblo.

#### **2.15.3 Población**

La población objeto de estudio comprenden los habitantes de todo el barrio Comité del Pueblo que se ubican en la parroquia llamada por el mismo nombre “Comité del Pueblo”

#### **2.15.4 Muestra**

Para seleccionar los individuos componentes de la muestra a estudiarse, se aplicó el procedimiento probabilístico denominado muestreo aleatorio simple, que posibilita a

cada uno de los miembros de la población para que tengan la misma oportunidad de ser elegidos o tomados como muestra.

## CALCULA EL TAMAÑO DE TU MUESTRA

Calcula tu muestra estadística y conoce el número de entrevistas que tienes que realizar

<p><b>46000</b> <b>TAMAÑO DEL UNIVERSO</b> Número de personas que componen la población a estudiar.</p> <p><b>50</b> <b>HETEROGENEIDAD %</b> Es la diversidad del universo. Lo habitual suele ser 50%.</p>	<p><b>10</b> <b>MARGEN DE ERROR</b> Menor margen de error requiere mayores muestras.</p> <p><b>95</b> <b>NIVEL DE CONFIANZA</b> Cuanto mayor sea el nivel de confianza, mayor tendrá que ser la muestra. Lo habitual suele ser entre el 95% y el 99%.</p>
--	---

**CALCULAR**

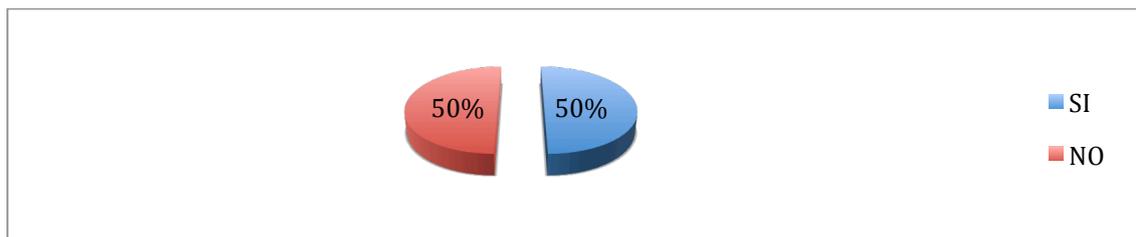
EL TAMAÑO MUESTRAS RECOMENDADO ES

# 96

**EL RESULTADO ANTERIOR DEBE INTERPRETARSE ASÍ:**  
Si encuestas a **96** personas, el **95%** de las veces el dato que quieres medir estará en el intervalo **±10%** respecto al dato que observes en la encuesta.

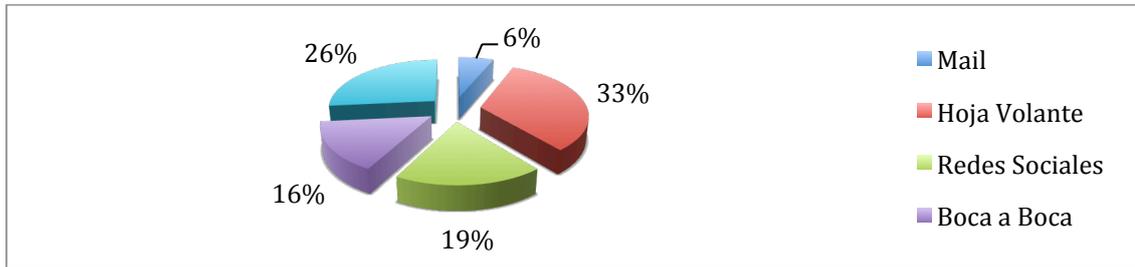
### 2.15.5 Análisis de los resultados – Booklet Fotográfico Digital

1. ¿Sabes en dónde se encuentra el Centro Cultural Comité del Pueblo y qué hace?



La mayoría de las personas encuestadas en un 50% dicen que si conocen donde se encuentra ubicado el centro cultural del CDP y de sus actividades artístico-culturales. El otro 50% dice que no saben donde se encuentra y que hacen en el barrio.

2. **¿Cómo te informas de los eventos culturales que se realizan en el barrio Comité del Pueblo?**



Mail = 12

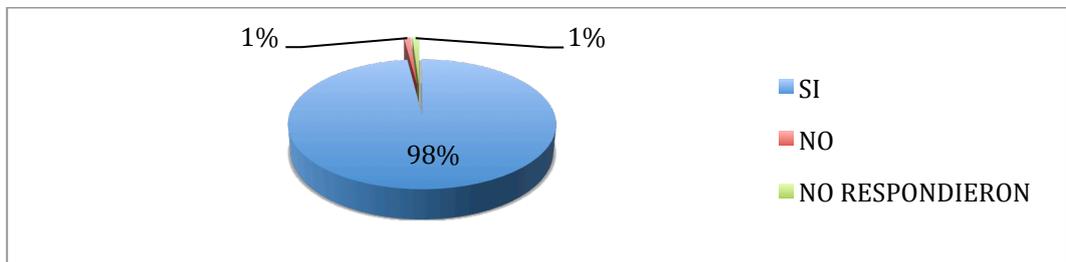
Hoja Volante = 63

Redes Sociales = 36

Boca a Boca = 30

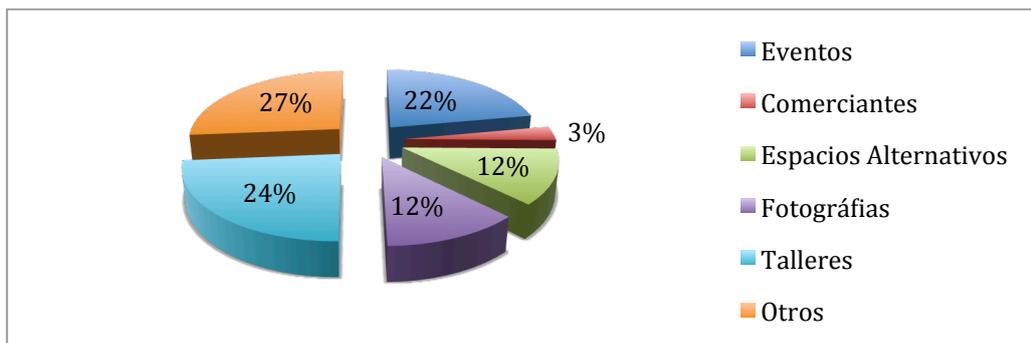
Otros = 51

3. **¿Te gustaría que el barrio Comité del Pueblo cuente con medio comunicativo, como vía de difusión para informar las actividades culturales y rescatar la identidad que se está perdiendo en el barrio?**



La mayoría de las personas encuestadas en un 98% dicen que si les gustaria que el barrio cuente con un medio comunicativo. El otro 1% dice que no les gustaria que el barrio uente con un suplemento y el 1% restante no contesto esa pregunta.

4. **¿Qué temas te gustaría que integren el medio comunicacional del Comité del Pueblo?**



Eventos = 97

Comercio microempresarial = 14

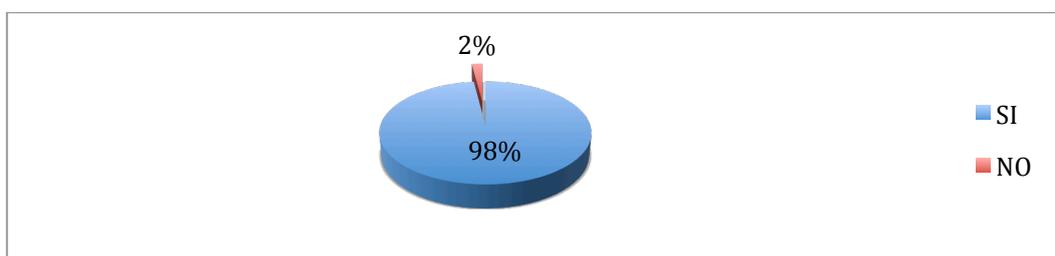
Espacios alternativos= 54

Fotografías = 54

Talleres = 105

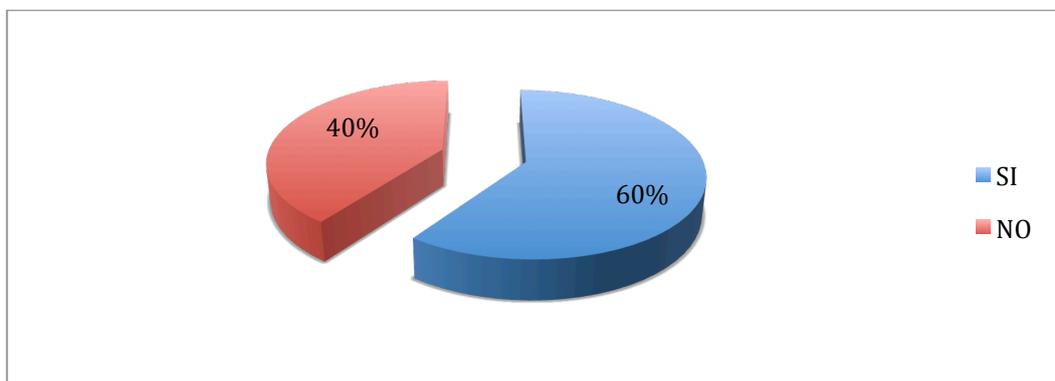
Otros = 116

5. **¿Crees que sería necesaria y de gran utilidad un Booklet Fotográfico Digital de la historia y los eventos del Cultural para el Barrio Comité del Pueblo?**



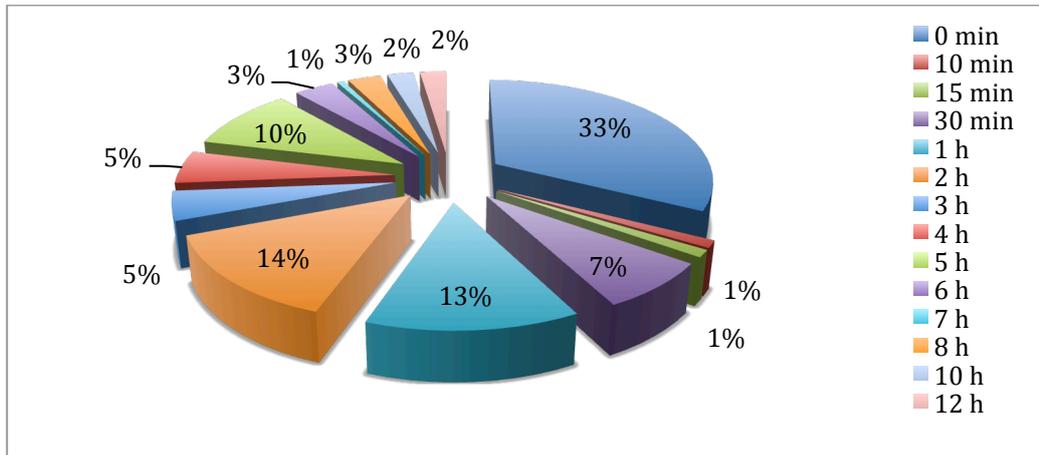
La mayoría de las personas encuestadas en un 98% dicen que si les gustaría que existiera un Booklet Fotográfico del Centro Cultural Comité del Pueblo. El otro 2% dice que no les interesa si existe o no un Booklet Fotográfico.

6. **¿Tienes accesos a internet en casa?**



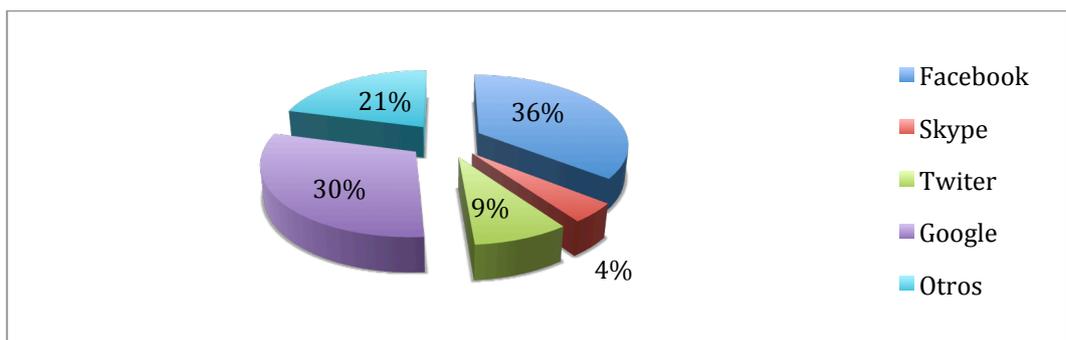
La mayoría de las personas encuestadas en un 60% dicen que si tienen acceso a internet en casa. El otro 40% dice que no tienen acceso al internet en su domicilio.

**7. ¿Cuanto tiempo a diario usas el internet?**



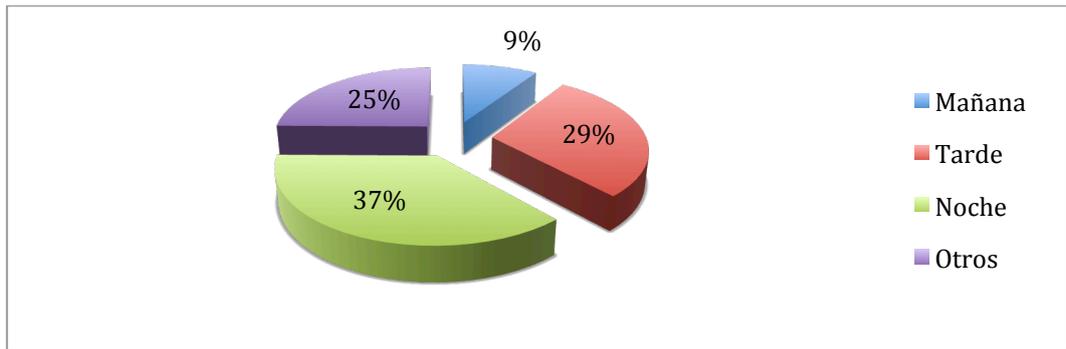
0 min = 57	3 h = 8	10 h = 4
10 min = 2	4 h = 9	12 h = 4
15 min = 2	5 h = 17	16 h = 1
30 min = 13	6 h = 6	Todo el dia = 1
1 h = 23	7 h = 1	
2 h = 24	8 h = 5	

**8. ¿Qué sitios o paginas web visitas con más frecuencia?**



Facebook = 120
Skype = 15
Twiter = 29
Google = 102
Otros = 70

**9. ¿En qué horario usas más el internet?**



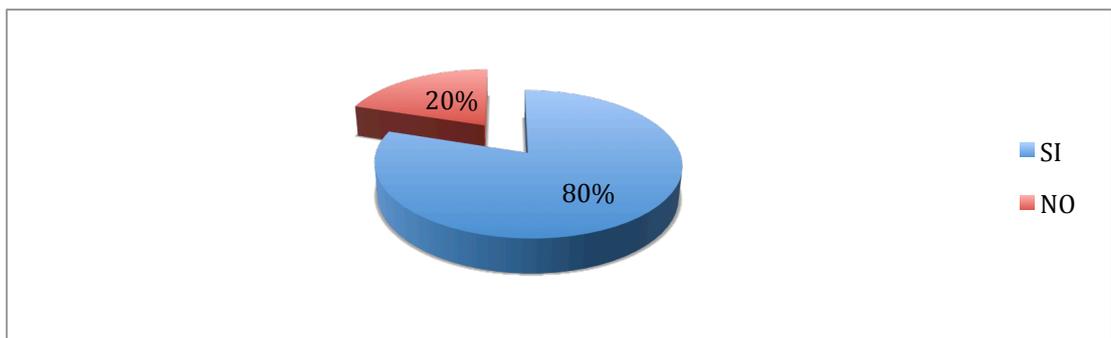
Mañana = 13

Tarde = 41

Noche = 52

Otros = 35

**10. ¿Cuentas con un teléfono inteligente o Smarthphone?**



La mayoría de las personas encuestadas en un 80% dicen que si cuentan con un teléfono inteligente. El otro 20% dice que no tienen las posibilidades de comprar un teléfono inteligente para su uso personal.

**2.15.5.1 Conclusiones de la encuesta**

Como conclusiones obtenidas después del proceso de encuesta e investigación de campo como lo es el proceso de fotografía del barrio las actividades artístico culturales del barrio y la recaudación de la información pertinente de cada uno de ellos obtuvimos las siguientes:

- Dentro del barrio no todos los habitantes tienen el dinero suficiente para lograr comprar una computadora para uso personal en casa sea esta de escritorio o portátil.

- La mayoría de los habitantes tienen los recursos económicos para obtener un teléfono celular inteligente.
- El uso del internet en el barrio sea este dentro de la casa o en cafenet no es muy bien utilizado la mayoría de personas usan el internet como una herramienta de ocio mas no de investigación y enriquecimiento personal, como por ejemplo lo usan personalmente como medio de comunicación entre personas FACEBOOK.
- La mayoría de los habitantes conocen la ubicación real del Centro Cultural Comité del Pueblo pero no saben las actividades que realizan.
- Hay mucha desinformación de todas las actividades que se realizan en el barrio sean estas culturales, artísticas, ect; por lo cual es muy necesario el desarrollo de Booklet Fotográfico Digital.
- Está claro que la Identidad del barrio se está perdiendo demasiado por lo cual es factible el desarrollo del Booklet Fotográfico Digital para promover los actos y la historia del Centro Cultural Comité del Pueblo.
- En el momento de la investigación de campo las personas del barrio son muy recelosas en cuanto al momento de brindar su información. Acerca del Booklet Fotográfico no hay mucha apoyo y así mismo del trabajo fotográfico.
- El planteamiento del proyecto es muy bien fundamentado, se realizó esta encuesta con las preguntas ya que se buscaba saber que si era necesario un Booklet Fotográfico Digital.

#### **2.15.6 Observación directa los eventos artístico-culturales**

Se aplicó un protocolo de observación directa no participante. Se observaron y analizaron las diversas actividades artístico culturales que realizaron los integrantes en forma particular en los eventos, como también en programaciones y eventos generales organizados por motivos especiales, en las que participaron todos los habitantes.

### **3. Desarrollo del Producto – El proceso de Diseño**

#### **3.1 Cliente del Proyecto**

Centro Cultural Comité del Pueblo

Es una organización cultural sin fines de lucro, con personería jurídica obtenida mediante el acuerdo ministerial 449-19sep 06 MEC, que ha trabajado durante cinco años en la promoción del arte y la cultura (danza, música, teatro, artes plásticas, manualidades, deberes dirigidos, cursos de computación, inglés, entre otras) además de apoyar y colaborar con las actividades emprendidas por las diversas organizaciones de sector.

Dichas actividades son ejecutadas en la Casa del Centro Cultural Comité del Pueblo, ubicada en el barrio del mismo nombre en el sector siete entre las calles Mariano Burbano y Ramón Jiménez, Los gastos operativos del edificio ascienden a \$ 1635,00 dólares mensuales, rubros que han sido autofinanciados mediante el apoyo de padrinos, amigos y el financiamiento de los talleres dictados en el local, la destinación de estos rubros para pagos de los gastos operativos no ha permitido el correcto equipamiento de nuestro local para prestar un mejor servicio de capacitación en los talleres dictados.

#### **Misión**

Ser una organización comunitaria, sin fines de lucro que promueva y difunda el arte como herramienta de desarrollo social, generando participación ciudadana real e incidencia en procesos artísticos culturales.

#### **Visión.**

Llegar a ser una organización reconocida y valorada por su trabajo enfocado en el desarrollo comunitario a través de procesos artísticos culturales.

#### **Ubicación**

El Centro Cultural se encuentra ubicado en el Comité del Pueblo No. 1, parroquia Comité del Pueblo, cantón Quito, provincia de Pichincha, en la zona siete en las calles Mariano Burbano y Ramón Jiménez.

## **Objetivo General**

- Crear espacios para ser un eje dinamizador del desarrollo cultural de la comunidad del Comité del Pueblo

## **Objetivos específicos**

- Conseguir que el Centro Cultural sea un medio necesario para el desarrollo del arte y la cultura en el Comité del Pueblo;
- Fomentar proyectos que potencialicen las actitudes, capacidades y desarrollen destrezas y valores en la comunidad.
- Incentivar y difundir el talento artístico y cultural en la comunidad.
- Crear un espacio físico propio, adecuado para fortalecer las diversas actividades que emprenden la organización.
- Mejorar la imagen del barrio a través de la cultural.
- Establecer nexos de unión e intercambio cultural con otros barrios.
- Mejorar el nivel artístico en la comunidad.

## **3.2 Target**

El target al cual se va a dirigir el siguiente proyecto, son dos clases de públicos objetivos que se desarrollan dentro del barrio.

### Target #1

#### Perfil Demográfico

Sexo: Hombre y Mujeres

Edad: 17 a 30 años

Nivel Socio-económico: Bajo-Bajo Alto

Urbano

#### Perfil Psicológico:

Personas humildes de barrio, con ganas de salir adelante.

Tribus: Luchadores, tradicionales, humildes, Solidarios.

#### Target #2

##### Perfil Demográfico

Sexo: Hombre y Mujeres

Edad: 30 a 50 años

Nivel Socio-económico: Medio-Medio Alto

Urbano

#### Perfil Psicológico:

Personas trabajadoras que busquen verse comercialmente activas dentro del barrio, productoras de fuentes de trabajo dentro del mismo.

Tribus: Triunfadores, clásicos, Microempresarios, Emprendedores, Cosntantes.

### **3.3 Medios de Distribución**

La investigación realizada nos dio un resultado de varios aspectos uno de ellos, es el modo de distribución del Booklet Fotográfico Digital dentro del barrio se decidió subirlo a la nube o un Hosting gratuito de Publicaciones digitales. Analizando puntos clave para la distribución y así hacer que el Booklet llegue a ser previsualizado a la mayoría de los habitantes del barrio. Mediante el Banco de información de mails, que cuenta el Centro Cultural, ya que en eventos se registran a todos sus asistentes. Mediante la gran red Social Facebook promocionándolo aplicando criterios de marketing digital.

### **3.4 Marco conceptual de Diseño**

#### **Conceptualización**

En la etapa del proceso se determinan los siguientes aspectos.

- Posibles soluciones para la problemática expuesta.
- Definir pautas que sustenten la eficiencia del proyecto.
- Definición de conceptos.

## **Requisitos del Diseño**

El Booklet o folleto Fotográfico del barrio Comité del Pueblo debe ser diseñado para cumplir los siguientes puntos comunicacionales:

- Legibilidad
- Fortalezimiento
- Pregnancia
- Originalidad
- Simplificación
- Perdurabilidad

Los requisitos hacer considerados deben ser demostrados dentro del producto final.

Los conceptos del target son:

- Aprendizaje
- Motivación
- Percepción visual
- Funcionalidad

## **Ideas para generar el concepto**

Las ideas de la conceptualización permiten que dentro del desarrollo de la línea gráfica sigamos un camino claro acorde con la necesidades percibidas.

Se tomara en cuenta como idea principal la fomentación de la lectura mediante Fotografías y la autoeducación de la población.

En el desarrollo de la conceptualización la idea principal se relacionara directamente con el método de “**adjetivación bipolar**”.

## **Adjetivación Bipolar**

Este método de conceptualización nos permitio desarrollar pasos esenciales para el diseño formal enfocado al público objetivo, determinando pautas importantes, y asi cumplir con los objetivos planteados.

## **Factores positivos y negativos**

Se procede a analizar las necesidades del target en lo que se refiere dentro del barrio.

Se analizan los puntos positivos y negativos que transmiten los homólogos en relación a nuestro target, analizando las reacciones del público objetivo.

- Positivos - Funcional
- Negativos - No Funcional
- Neutros – Sin reacciones

## **Componentes**

Definimos las características de la imagen percibida en manera de frases positivas y negativas.

- La falta de cultura del respeto mutuo de persona a persona dentro del barrio.(-)
- El interes de los actos culturales y de desarrollo dentro y fuera del barrio.(+)
- Mal uso de los espacios públicos dentro del barrio.(-)
- Las ganas de desarrollo y progreso de los habitantes.(+)
- La desinformación dentro los mismos habitantes, poco habito de lectura.(-)
- La recepción de la información por parte de los habitantes muy buena.(+)
- El formato del Booklet Fotográfico puede ser un inconveniente dentro de la recepción de los habitantes.(-)
- La reproducción y desarrollo en general del Booklet Fotográfico puede ser costosa.(-)
- La constancia y el desempeño de los habitantes que se sientan parte del barrio en todo aspecto social.(+)
- El 90% de los encustados afirman que el barrio necesita un medio de comunicación como vía de desarrollo cultural y social.(+)
- El 50% de los encuestados desconocen los puntos de desaroolo del Arte y la cultura dentro del barrio.(-)
- Nunca se realizó un proyecto similiar y de la misma similitud dentro del barrio.(+)
- Es importante desarrollar un producto acorde a las necesidades tanto academicas o como gráficas de nuestro target, con la finalidad de que uso sea útil.(+)

## **Componentes Nucleares**

Analizando los componentes nucleares planteados anteriormente seleccionamos los más importantes como núcleos percibidos de la imagen.

- El interés de los actos culturales y de desarrollo dentro y fuera del barrio.(+)
- La reproducción y desarrollo en general de la guía puede ser costosa.(-)
- La desinformación dentro los mismos habitantes, poco hábito de lectura.(-)
- Es importante desarrollar un producto acorde a las necesidades tanto académicas o como gráficas de nuestro target, con la finalidad de que uso sea útil enfocado a promover la identidad propia.(+)
- El formato del Booklet Fotográfico puede ser un inconveniente dentro de la recepción de los habitantes.(-)

## **Adjetivación**

Todas las frases planteadas en lluvia de ideas las transformamos en una sola palabra (adjetivos).

- Cultura(+)
- Costoso(-)
- Lectura(-)
- Identidad(+)
- Formato(-)

## **Estructura Bipolar**

En esta se describe el uso de los adjetivos.

- Los adjetivos positivos refuerzan su idea con sinónimos.
- Los adjetivos negativos los transformamos en positivos por medio de antónimos.

- Se elije con cuales se va a trabajar.

Adj: Cultura (+) : sinónimos: sabiduría, educación, fomación.

Adj: Costoso (-) : antónimos: único, laborioso, exelente, valioso.

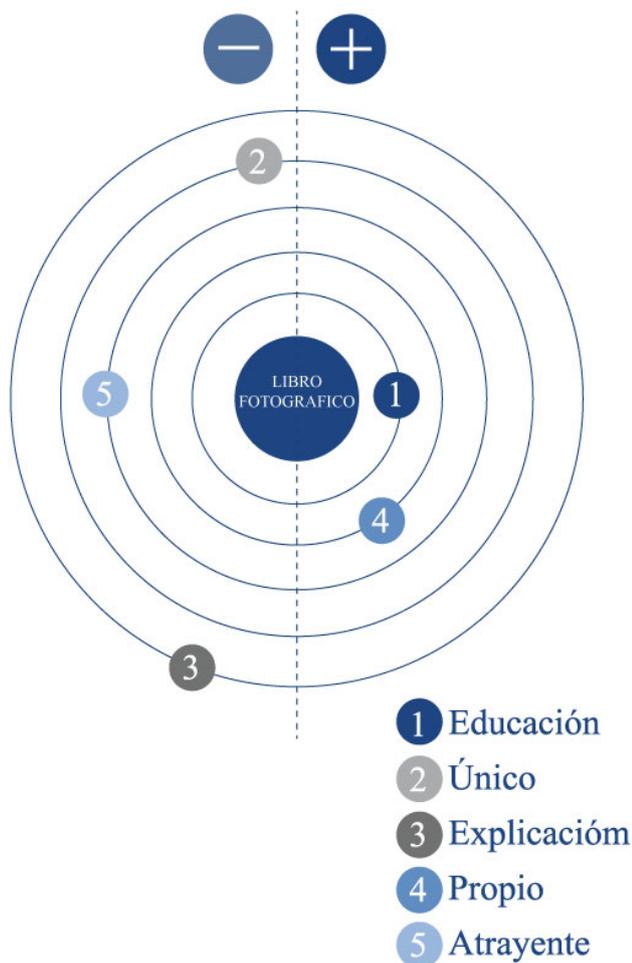
Adj: Lectura (-) : antónimos : interpretación, sentido, explicación.

Adj: Identidad (+) : sinónimos: propio, unidad, personalidad, afinidad.

Adj: Formato (-): antónimos : distinto, atrayente, comodo, práctico.

### Diagramación de componentes nucleares

Esta diagramación visualiza los núcleos que se encuentran alejados de la precepción comunicacional del producto; para esto nuestro producto final reforzara los núcleos de: único, explicación, propio, atrayente.



### Adjetivos a codigos de diseño

Para el desarrollo del producto los núcleos seleccionados se traducen a códigos de diseño, adaptados al target como : morfología, cromática, tipografía y composición.

NÚCLEO	CROMATICA	MORFOLOGIA	TIPOGRAFÍA	COMPOSICIÓN
Educación	*colores calidos *combinacion de colores contrastes.	*uso de figuras geometricas, terminaciones en punta	Letra continua, utilización de serifas.	Secuencia compositiva de color y forma
Único	Cromatica pregnante colores vivos	Inexistencia de ruidos visuales	Escritura limpia y redonda	Secuencia compositiva de color y forma
Explicación	utilizacion de colores planos	synthesis formal de elementos	estructura sin detalles	figuras geometricas, terminaciones redondas
Propio	Contraste entre calidos y neutros	trazo limpio de composicion	estructura sin detalles	Interrelacion de los elementos graficos
Atrayente	cromatica con saturación leve	trazon irregulares figuras geometricas terminacion en punta	San Serif Bold	Lineas Simples Figuras geometricas

### 3.5 Homólogos

Quito Inspira tus Eventos

Quito Espacios y Eventos

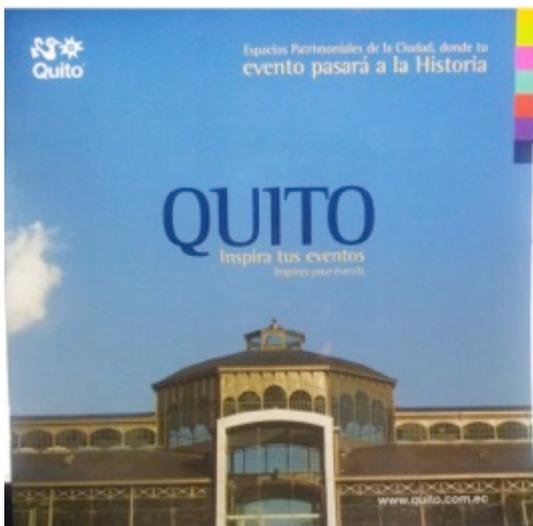
Departamento de Comercialización

Empresa Publica metropolitana

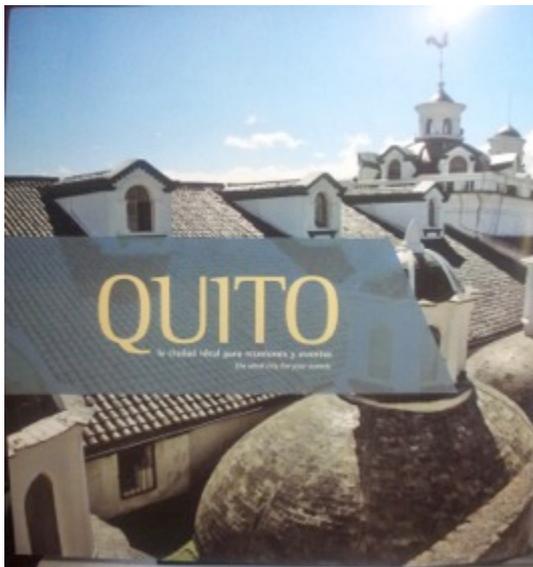
#### **QUITO TURISMO**

Diseño: Camila Burbano Lara

Este material impreso de fotografías de los lugares más representativos dentro de la ciudad de Quito fomenta el uso de los espacios públicos para realizar eventos.



Su contenido es 39 Fotografías de alta calidad con un buen trabajo fotográfico.



Esta folleto no cuenta con una actualización mensual, es un proyecto único sin ediciones, la portada es una fotografía del Centro Cultural Itchimbia de fácil entendimiento en su composición fotográfica, haciendolo más atrayente al usuario relacionandolo directamente con los sitios emblemáticos de la ciudad.



Las páginas internas manejan poco texto y se nota la superioridad de imágenes ya que ese el nivel explotar dentro de este ejemplar, también cuenta con una serie de iconos unificados entre ellos según el lugar a mostrar; el material de impresión es muy adecuado ya que es papel couche de diferente gramage dando superioridad a la portada. El tamaño de la fuente tipográfica es adecuado para la lectura, el contenido del texto tiene un soporte en inglés y en español por el detalle turístico que tiene este ejemplar. La composición y la fusión imagen texto es muy buena utilizando figuras geométricas como un abanse dentro del texto con transparencias.

## **Culturas**

Editor: Omar Arregui Gallegos

Producción: Unidad de Comunicación Secretaria de Cultura

Diseño y Diagramación: Edison Bolaños

Corrección de Estilo: Angelica Peñafiel

Impreso por : Grupo el Comercio

Diferentes Autores



Su guía de gestión cultural comunitaria, el tratamiento del desarrollo y conformación de redes culturales, la “Fiesta de la Música” impulsada por la Alianza Francesa, la agenda cultural integral, el nuevo calendario histórico nacional, y los artículos sobre “Cultura de Movilidad” y el Sendero Ecológico de Yaku – Museo del Agua, complementan perfectamente este suplemento impreso. La experiencia de este periódico cultural es válida para el proyecto del Booklet Fotográfico ya que maneja la misma línea de Fotografía. El objetivo de difundir y promocionar la cultura en el Distrito Metropolitano de Quito. La paleta de colores que manejan en el periódico es muy interesante y la grilla es muy dinámica, permitiendo una composición más atractiva al usuario.

### 3.6 Producto

#### Construcción de la marca del Booklet fotográfico

Se creo el nombre de la marca del Booklet fotográfico, con el enfoque de su historia e implemetando un feedback positivo a esta investigación, ya que el Barrio Comite del pueblo cuenta con una distribución de 12 zonas barriales, y con el nombre “En la Retina (Relato fotográfico de un barrio organizado)” estamos creando la mirada, la perspectiva del ciudadano común y asi todo los habitantes la hacen parte de su identidad de su diario vivir. Mostrando el booklet con un enfoque de denuncia y enseñanza a la vez.

Se realizó la contrucción y composición de la marca según los fundamentos de la conceptualización realizada con el fin de obtener un complemento dentro la creación de la marca por lo cual se decidió usar una tipografía SanSerif Century Gothic para las palabras “En la” y SanSerif-Century Gothic Bold para la palabra “retina” porque expresa tradición, propio, atrayente y sin dejar de un lado el aspecto contemporáneo usamos la tipografía de Serif Rockwell para la frase “Relato Fotográfico de un barrio organizado”.

#### Century Gothic Negrita

**ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890**

#### Century Gothic Normal

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890

en la  
**RETINA**  
Relato fotográfico de un barrio organizado

### 3.6.1. Cromatica

Esta fundamentada en la paleta de colores con criterio ya que es un aspecto positivo de la marca del cliente el Centro Cultural Comité del Pueblo, realizar una cromática viva y contemporánea que no envidia nada a sus homólogos.



### 3.6.2 Marca Booklet fotográfico

Marca final del Booklet fotográfico del barrio Comite del Pueblo, esta cromática está manejada en este croma por el trabajo fotográfico de la portada. Se muestra muy bien su nitidez y el trabajo gráfico contemporáneo y la tradición que el barrio presta con todo una historia detras, muy fuerte política y socialmente y haciendo que los habitantes al percibir la marca se sientan realmente identificados totalmente. Se puede percibir muy claramente los niveles de lectura en una forma jeraquizada muy bien compuesta en el orden siguiente: “en la RETINA”, “relato fotográfico de un barrio organizado”. Para lograr aquello también juega un aspecto muy importante la cromática ya que jugamos con el nivel de saturacion del croma.



en la  
**RETINA**  
Relato fotográfico de un barrio organizado

### 3.6.3 Portada y Contraportada

El trabajo de la portadas se decidió que sea fotográfico, ya que dentro del barrio la imagen fotográfica es más reconocida que una ilustración digital o manual. Es más pregnante en el ojo del público objetivo, ya que detrás del estudio de campo los habitantes dan más importancia a las imágenes que al mismo texto, y el trabajo fotográfico de calidad.

#### PORTADA

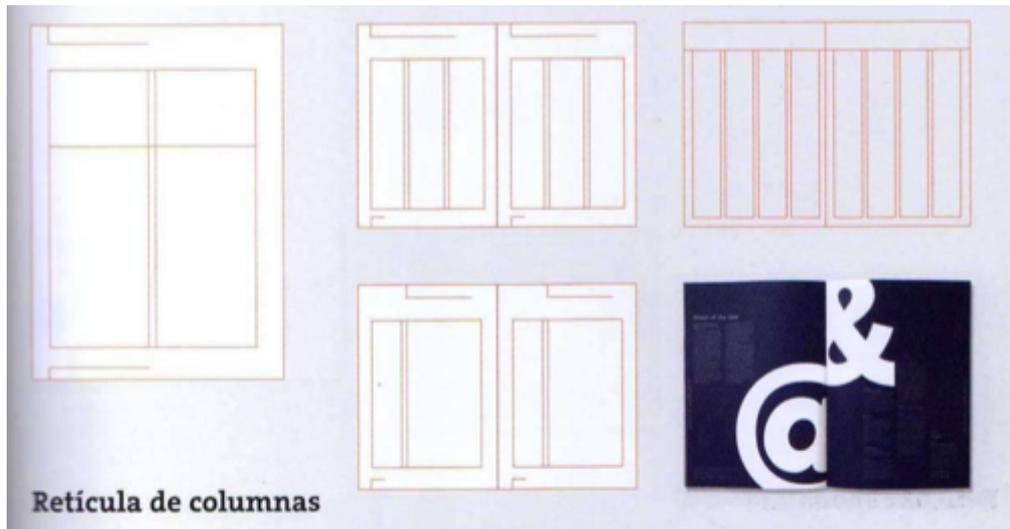


#### CONTRAPORTADA

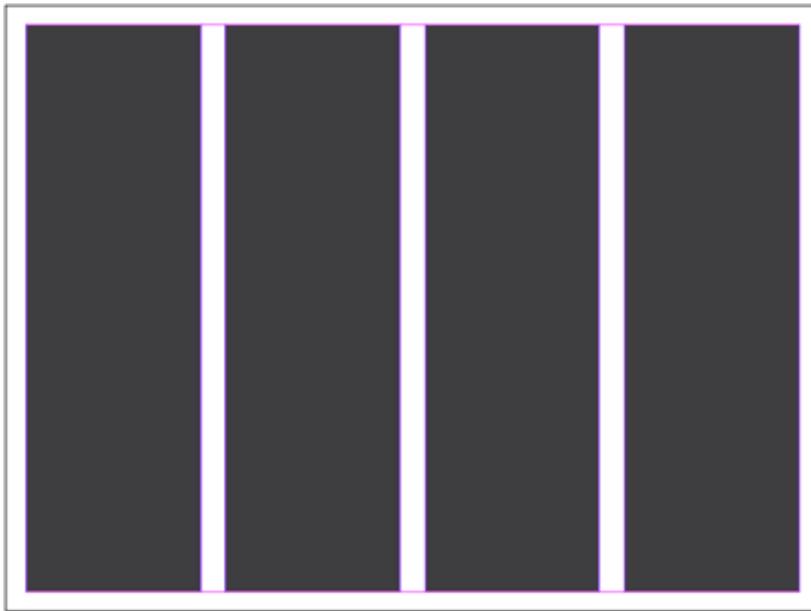
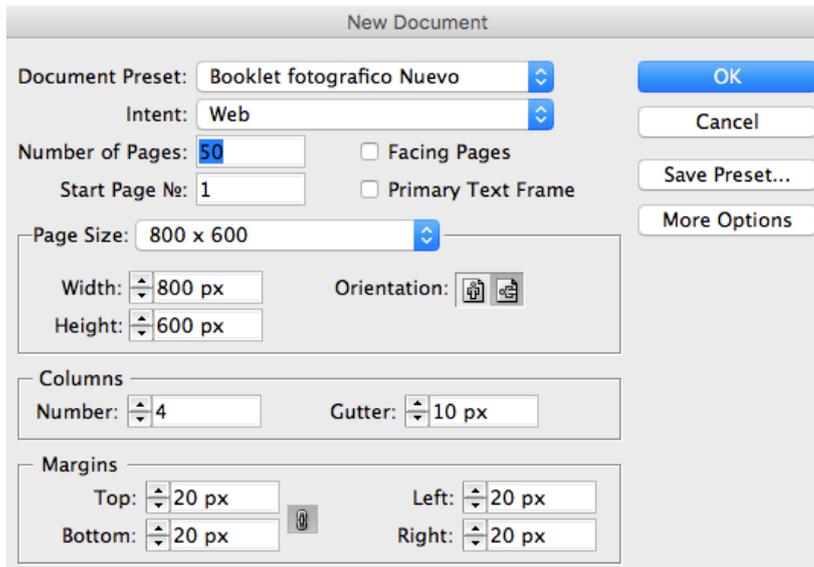


### 3.6.4 Retícula

Como expresa en su libro Timothy Samara en su libro "Diseñar con y sin retícula". Dado nuestro caso de ser un Booklet Fotográfico nuestra reticula debe ser amigable con las imagenes y así, la reticula es independiente ya que los cuadros de textos son pequeños y esto lo hace no tener restricciones. Se puede observar el proceso para la elección de la retícula de diagramación es la acorde para el formato de la guia 800px x600px.



Mediante el cálculo de Columnas verticales se procede a realizar la grilla Editorial para le desempeño de la diagramación del BOOKLET FOTOGRAFICO del barrio Comité del Pueblo.



### 3.6.5 Paleta Cromática

Detras de la conceptualización realizada:

- Colores vivos
- Contrastantes
- Transparencias
- Blancos y Negros

Se procedio a realizar diferentes paletas de colores según la conceptualización:



### 3.6.6 Pruebas de Galera

Detrás del conteo de cuantas palabras por línea existirían, se procedió a las diferentes pruebas de galera. El manejo y la elección de diseño es una decisión complicada ya que como diseñadores jugamos con muchas tipografías.

#### Tipografia Bebas Neue Regular

Bebas Neue Regular

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Detras de las pruebas de galera se decidió que esta tipografía es la indicada para :

- Títulos
- Destacados
- Folios de Sección

Ya que es una tipografía romana antigua, Sans Serif es una tipografía muy bien hecha y en sus aplicaciones muy bien usadas puede dar un toque contemporaneo y fuerte a la atención del ojo humano y la percepción de las personas.

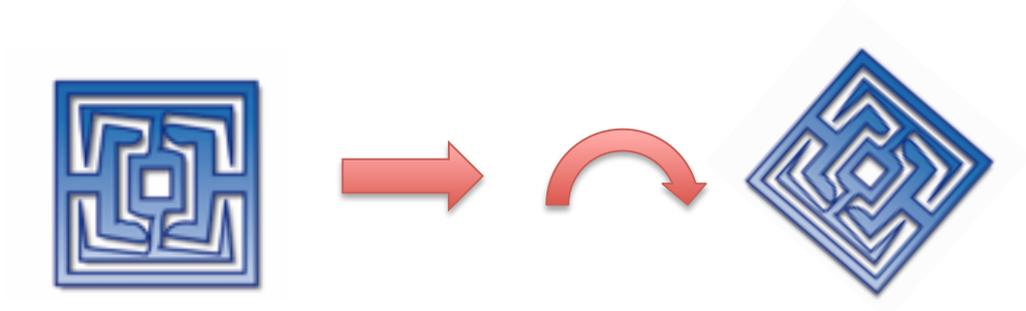
### Tipografia Rockwell

Rockwell Regular  
abcdefghijklmnop  
opqrstuvwxyz  
1234567890  
!"\$%&/()=?¿<>^

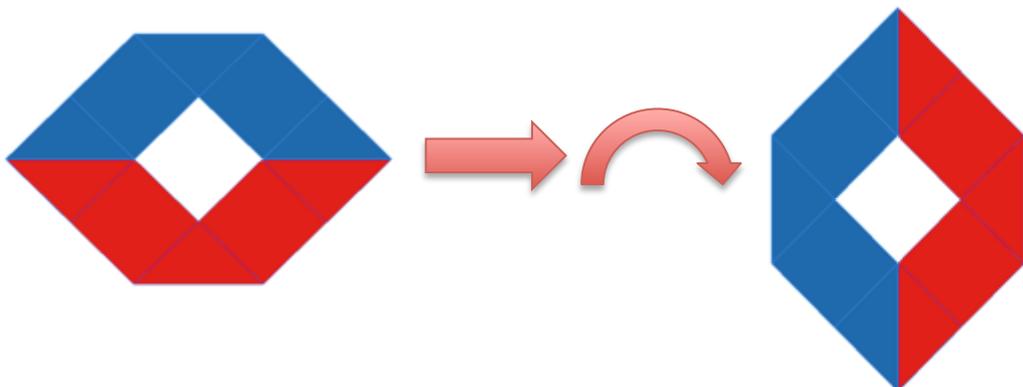
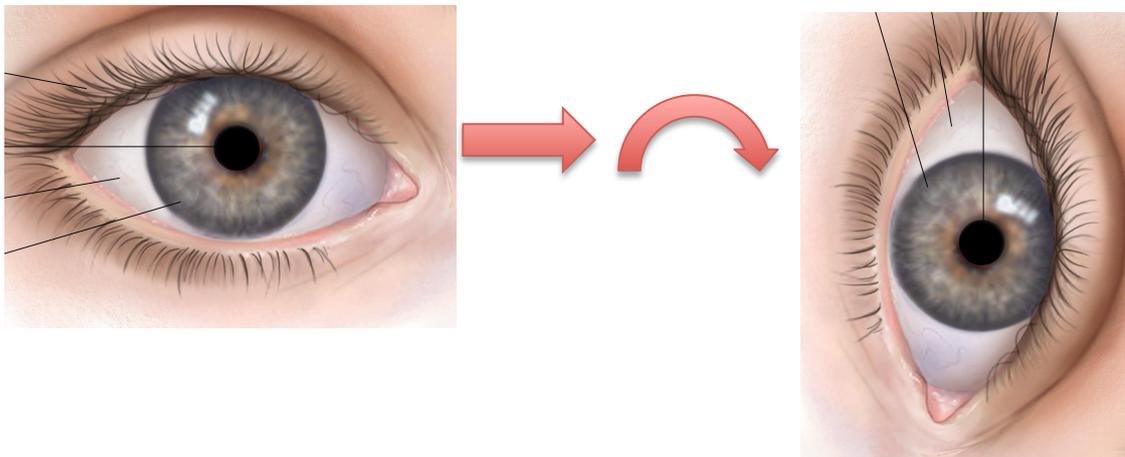
En las pruebas de galera concluimos que la tipografía ROCKWELL funcionó muy bien y es aplicada en los textos en general y todo el contenido, ya que es una tipografía que no cansa al ojo humano mientras lee, gracias a que es una tipografía muy bien construida y las serifas ayudan en la lectura y mantienen legibilidad. Un dato curioso es que está tipografía también es usada en la creación del marca del suplemento editorial en las palabras “Relato Fotográfico de un barrio organizado “.

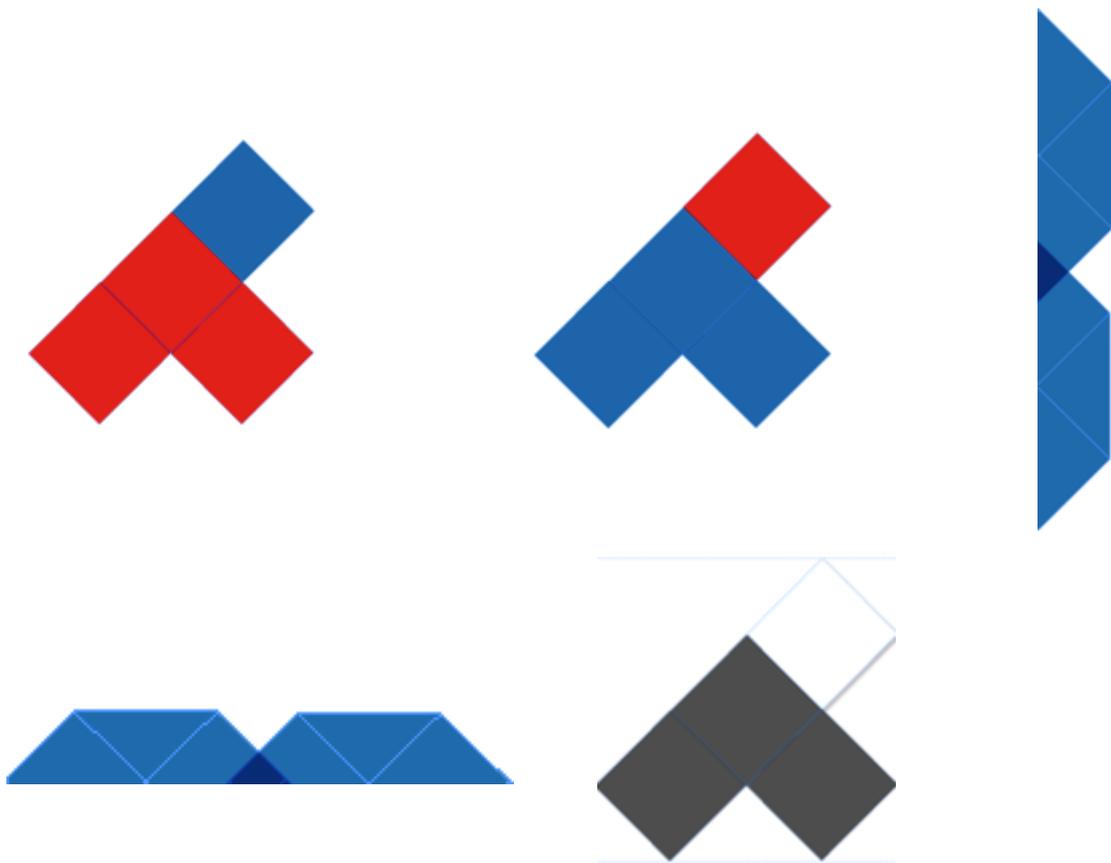
### 3.6.7 Pictogramas

Referencia de la línea de diseño del cliente, se mantuvo el aspecto de la forma ya que apporto positivamente.



Línea de Diseño de pictogramas implantada, bajo el recurso gráfico de la marca del cliente. Se evoluciono un concepto añadido al nuestro y al tema de nuestro producto “en la RETINA”.





En el proceso de conceptualización se concluyo en que la forma: seria en figuras geométricas con terminaciones en punta por lo cual se decidió manejar elementos geométricos como lo es el cuadrado, mediante una rotacion del 90 grados se forma un rombo, ya que psicologicamente signifca estabilidad manteniendo una relación en cuestión de forma ya que podemos observar en todo el Blooket Fotográfico se previsualizan en :

- Folios de Sección
- Titulares
- Índice

# Índice

**CONTENIDO:**

- 1** HISTORIA DEL BARRIO
- 2** ORGANIZACIÓN CULTURAL
- 3** DIFUSIÓN DEL ARTE
- 4** ACTIVIDADES ARTÍSTICO - CULTURALES

- 2006-2007
- 2007-2008
- 2009-2010
- 2012-2013
- 2014-2015



## Folios de Sección



# ESTRUCTURA AGITACIÓN DE SOCIAL MOVIMIENTOS DE OBRERA REBELDE BARRIO CULTURAL





## TITULOS Y SEPARACIONES



“PALABRA”



### 3.6.7 Contrucción y Diagramación

En la construcción y diagramación de cada sección del Blooket Fotográfico se realizó la frustración de grises dentro de la grilla editorial.

En cuanto a la conceptualización se expresa y denota los siguientes puntos:

- Morfológicamente
- Cromáticamete
- Relación figura y forma

Teniendo en cuenta la morfología de la marca del cliente.

### 3.6.8 PDF Interactivo

Al proceso de diagramación se le añadió las siguientes interacciones:

- Convertimos la iconografía de la marca en botón, que tendrá la función de regresar o llevar al usuario la página del inicio o de índice.
- Convertimos el texto del “índice” o “contenido” en botones, su función será llevar a las respectivas secciones.

- En todas las páginas se les colocó el ícono de la marca bajo un criterio de ubicación, para que el usuario pueda navegar dentro del PDF de una manera básica.
- Se realizaron transiciones a todas las páginas, la cual simula un libro o un folleto fotográfico real.



### 3.6.8 Organización del Producto

La construcción del Booklet Fotográfico se realizará en la suite Adobe Master Collection® InDesign CS6, maquetación, diagramación y redacción editorial.

Illustrator CS6

Redibujo e ilustraciones necesarias para complementar texto. Construcción de Pictogramas y Portada-Contraportada.

Photoshop Cs6

Retoque y aplicaciones necesarias para fotografías.

Photoshop Lighthouse 5

Saturación, restauración de fotografías antiguas.

### 3.6.9 Modernización

Como valor agregado se moderniza, la marca del barrio por cuestiones estéticas del producto final.



Se decidió detrás de la investigación de campo realizada y el análisis gráfico y factibilidad si es viable la modernización de la marca y se concluyó con que si es necesario y vital para el Booklet Fotográfico la modernización de la identidad gráfica actual del barrio ya que en aspectos de diseño ya era una imagen muy caduca y no brindaba modernización.



No se quiso perder la tradición y toda la historia que existe detrás de la identidad del barrio ya que esta imagen es reconocida por todos sus habitantes y un rediseño era muy radical para ella por lo cual decidimos realizar solo una modernización de los elementos gráficos manteniendo la cromática y la composición.

Se procedió a realizar un cambio tipográfico dentro de la marca ya que la anterior gráfica no funcionaba. También se realizó un cambio gráfico de síntesis formal dentro de la marca en el puño y la casa que existen dentro de la marca, simplificando los elementos dándole un aspecto más contemporáneo.

### 3.6.13 Valoración

El presente trabajo se sometio a entender lo expuesto, con los resultados siguientes:

PREGUNTAS	Validación # 1				Validación # 2				Validación # 3			
	E	MB	B	M	E	MB	B	M	E	MB	B	M
Al observar nuestro Booket o Folleto fotográfico la percepción en cuanto a la secuencia cronológica de la historia del barrio Comité del Pueblo es ?	X					X				X		
La cromática utilizada en el Booklet o Folleto fotográfico es?		X					X			X		
La historia que cuenta el Booklet o Folleto fotográfico es ?		X				X				X		
Que piensas de la modernización de la marca del Barrio Comité del Pueblo ?	X					X			X			

La valoración de los especialistas fue un aporte fundamental, dentro de la factibilidad del proyecto ya que el resultado se expresa dentro de un rango de: Excelente a Bueno y dio un enfoque en el cual podemos rectificar las falencias expuestas

## **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

- Las fuentes de información artístico-culturales como los son bancos de fotos, videos y textos de información. Fueron identificadas de una manera exitosa, resumiendo que el Centro Cultural del Comité del Pueblo fue la mayor reserva de información a indagar.
- El levantamiento fotográfico es la base fundamental del producto de diseño, ya que se desmitificaron los falsos juicios de las ubicaciones del barrio. La mayor información del Booklet son las imágenes en una secuencia cronológica que cuentan un relato.
- Se identificaron exitosamente las herramientas fotográficas y de diagramación a realizarse en este proyecto, concluyendo que el producto final es un Booklet fotográfico.
- Los especialistas consideran que el trabajo reúne los requisitos que los entrevistados valoran para cumplir los objetivos del tema.

### **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda que el Booklet Fotográfico, sea un instrumento de trabajo de la parroquia del Comité del Pueblo para divulgar las actividades y los espacios culturales con los que cuenta el barrio.
- Periódicamente se revalue el Booklet Fotográfico y se pueda definir nuevas fuentes de información, que ayuden a la divulgación del mismo.

## Referencias:

- Avelar, A. (2004, Abril 28). Vencidad Gráfica. Retrieved Octubre 20, 2015, from [blogvecindad.com/portafolios-de-diseno-grafico/](http://blogvecindad.com/portafolios-de-diseno-grafico/):  
<http://blogvecindad.com/portafolios-de-diseno-grafico/>
- Álvarez, D. (s.f.). Diseño Editorial lo que debes saber. Obtenido de Solo libros en pdf: <http://sololibrosenpdf.com/index.php/2015/11/22/disenio-editorial-lo-que-debes-saber-diego-luis-alvarez-fernandez-pdf/>
- Bravo, G. (1980). Movimientos Sociales urbanos en Quito “Comité del Pueblo” Ecuador:FLACSO Sede Ecuador.
- Buendía, Colás, & Hernández, F. (1998). Métodos de Investigación en Psicopedagogía. Madrid: McGraw-Hill.
- Bionsepe, G. (2104) “Los diseñadores latinoamericanos sabemos hacer mucho con poco”. Chile: Instituto Profesional Duoc UC.
- Bhaskaran, L. (2006). ¿Qué es el diseño editorial? Barcelona: Index Book S.L.
- s/f, (2016). PDF: tres letras que cambiaron el mundo.. Adobe Acrobat DC. Obtenido 06, 2016, de <https://acrobat.adobe.com/es/es/why-adobe/about-adobe-pdf.html>
- Bhaskaran, L.(2006) “formato, retícula, tipografía, color, cubierta o cabecera y uso de imágenes” Barcelona: Index Book S.L.
- Cervantes, M. (2014). Manual de diseño editorial profesional. Aguascalientes: Acuario Evolución Impresa.
- Community, H. A. (s.f.). InDesign. Obtenido de [helpx.adobe.com](https://helpx.adobe.com/es/indesign/using/leading.html):  
<https://helpx.adobe.com/es/indesign/using/leading.html>
- Community, H. A. (s.f.). Illustrator. Obtenido de [helpx.adobe.com](https://helpx.adobe.com/es/ilustrator/using/leading.html):  
<https://helpx.adobe.com/es/ilustrator/using/leading.html>
- Community, H. A. (s.f.). Photoshop. Obtenido de [helpx.adobe.com](https://helpx.adobe.com/es/photoshop/using/leading.html):  
<https://helpx.adobe.com/es/photoshop/using/leading.html>
- Choay, (1976) El urbanismo. Utopías y realidades. Editorial Lumen, Barcelona.s/f
- Definición. (19 de Agosto de 2015). Definición de cartel. Obtenido de Definición: <http://definición.de/cartel/>
- Definición.De. (s.f.). Definición de JPG. Obtenido de [definición.de/ /:](http://definición.de/jpg/)  
<http://definición.de/jpg/>
- Definicionabc. (19 de Agosoto de 2015). Deficionabc. Obtenido de [www.definicionabc.com/historia/eps.php](http://www.definicionabc.com/historia/eps.php):  
<http://www.definicionabc.com/historia/eps.php>

- Definición. (19 de Agosto de 2015). Definición de publicidad. Obtenido de Definición:  
<http://definicion.de/publicidad/>
- Definición.De. (s.f.). Definición de feedback. Obtenido de definicion.de/ /:  
<http://definicion.de/feedback/>
- Definicionabc. (19 de Agosoto de 2015). Deficionabc. Obtenido de  
[www.definicionabc.com/historia/eps.php](http://www.definicionabc.com/historia/eps.php):  
<http://www.definicionabc.com/historia/target.php>
- Gravano Ariel(2005). "El Barrio en la Teoría Social". Bueno Aires-Argentina. Quito-Ecuador FLACSO Sede Ecuador.
- Hidalgo, M. (2012) "Quienes somos". En: Diseño social. Cordova-Argentina. Tomado de: <http://disenosocial.org/enpositivo/>
- Maximy & Peyronnie,(2000).GENTE DE QUITO. Ecuador: Tomado de:  
<https://repository.unm.edu/bitstream/handle/1928/12600/Quito%20inesperado.pdf?>
- Magán, S. (2015) En: echounvistazo. Disponible en:  
[\(https://echemosunvistazo.wordpress.com/2013/05/10/la-connotacion fotografica/\)](https://echemosunvistazo.wordpress.com/2013/05/10/la-connotacion-fotografica/) [Consultado: 15 de julio de 2016, 12:35 am].)
- Manjarrez, J. (s.f.). Diseño Editorial. Mexico: Universidad de Londres.
- Manuel Vélez, A. G. (21 de Diciembre de 2001). Aipo. Obtenido de aipo.es:  
<http://aipo.es/libro/pdf/11DisGra.pdf>
- Peralta, R. (2007) Diseñar con la gente Barcelona-España. Tomado de:  
<http://tdd.elisava.net/coleccion/24/XXX-es>
- Perez,J, Gardey.A (s/f.). En defición.de. Disponible en: (<http://definicion.de/fotografia/>).
- Perez & Gardey.A (2011). En defición.de. Disponible en:  
[\(http://definicion.de/CentroCultural/\)](http://definicion.de/CentroCultural/) [Consultado: 15 de julio de 2016, 12:30 am].)
- S/A Diario El Hoy(2007) "Comité del Pueblo contará con moderno Moderno Centro Comercial". Quito-Ecuador. Tomado de:  
<http://tdd.elisava.net/coleccion/24/XXX-es>
- S/A Explored(2003). "El Comité del Pueblo un barrio organizado". Quito-Ecuador. Tomado de: <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/el-comite-del-pueblo-es-un-barrio-organizado-154110.html>
- S/A UDEC(2013). Métodos de encuesta: Entrvistas Y Cuestionarios. Concepcion-Chile. Tomado de : [http://www2.udec.cl/~gnavarro/2001\\_1/ienc.html](http://www2.udec.cl/~gnavarro/2001_1/ienc.html).
- Salamanca, N. (2014) Manual El Periodista de investigación latinoamericana en la era Digital. España: Universidad de Barcelona.

Vazquez, C. (2014). Nuevas Tendencias en la Elaboración y Utilización de Materiales Digitales para la Enseñanza de Lenguas, Madrid: UNED/ McGraw Hill Education, 140 pp.

s/f. En Significados.com. Disponible en: <http://www.significados.com/photoshop/>

s.f. (2016, 01). Guía rápida Adobe Lightroom. LIGHTROOM ES. Obtenido 01, 2016, de <http://lightroom.fotonatura.org/guia-rapida-adobe-lightroom/>

s/f.(2015) [Pagina principal de RedUSERS] . Obtenido 06, 2016, de <http://www.redusers.com/noticias/introduccion-indesign-cs6/>

s/f.(2015) En DePeru.com. Disponible en: <http://www.deperu.com/abc/gramatica/3956/cual-es-la-diferencia-entre-concepto-y-definicion> [Consultado: 16 de agosto de 2016, 22:04 am].

## 8. ANEXOS

## VALIDACIÓN # .....

Selecciona con una "X " la respuesta, que considere según tu criterio acerca del BOOKLET FOTOGRÁFICO del Barrio Comité del Pueblo,.

Objetivo del Booklet Fotográfico: Rescatar la identidad del Brrio y rescatar los espacios publicos.

PREGUNTA	EXCELETE	MUY BUENO	BUENO	MALO
Al observar nuestro Booket o Folleto fotográfico la percepción en cuanto a la secuencia cronologica de la historia del barrio Comité del Pueblo es ?				
La cromatica utilizada en el Booklet o Folleto fotográfico es?				
La historia que cuenta el Booklet o Folleto fotográfico es ?				
Que piensas de la modernización de la marca del Barrio Comité del Pueblo ?				

Nombre: .....

Cedula: .....

Firma: .....

## VALIDACIÓN # 1...

Selecciona con una "X" la respuesta, que considere según tu criterio acerca del BOOKLET FOTOGRÁFICO del Barrio Comité del Pueblo,

Objetivo del Booklet Fotográfico: Rescatar la identidad del Barrio y rescatar los espacios publicos.

PREGUNTA	EXCELETE	MUY BUENO	BUENO	MALO
Al observar nuestro Booket o Folleto fotográfico la percepción en cuanto a la secuencia cronologica de la historia del barrio Comité del Pueblo es ?	X			
La cromatica utilizada en el Booklet o Folleto fotográfico es?		X		
La historia que cuenta el Booklet o Folleto fotográfico es ?		X		
Que piensas de la modernización de la marca del Barrio Comité del Pueblo ?	X			

Nombre: ..... Jairo Iglesias .....

Cedula: ..... 171523734-1 .....

Firma: ..... Jairo Iglesias .....

## VALIDACIÓN # 2

Selecciona con una "X" la respuesta, que considere según tu criterio acerca del BOOKLET FOTOGRÁFICO del Barrio Comité del Pueblo.,

Objetivo del Booklet Fotográfico: Rescatar la identidad del Barrio y rescatar los espacios publicos.

PREGUNTA	EXCELETE	MUY BUENO	BUENO	MALO
Al observar nuestro Booket o Folleto fotográfico la percepción en cuanto a la secuencia cronologica de la historia del barrio Comité del Pueblo es ?		X		
La cromatica utilizada en el Booklet o Folleto fotográfico es?			X	
La historia que cuenta el Booklet o Folleto fotográfico es ?		X		
Que piensas de la modernización de la marca del Barrio Comité del Pueblo ?		X		

Nombre: PATRICIA B. CORDOBA CASTRO

Cedula: 1.70802460-7

Firma: Patricia B. Cordoba

### VALIDACIÓN # 3.

Selecciona con una "X" la respuesta, que considere según tu criterio acerca del BOOKLET FOTOGRÁFICO del Barrio Comité del Pueblo.

Objetivo del Booklet Fotográfico: Rescatar la identidad del Barrio y rescatar los espacios publicos.

PREGUNTA	EXCELETE	MUY BUENO	BUENO	MALO
Al observar nuestro Booket o Folleto fotográfico la percepción en cuanto a la secuencia cronologica de la historia del barrio Comité del Pueblo es ?		X		
La cromatica utilizada en el Booklet o Folleto fotográfico es?		X		
La historia que cuenta el Booklet o Folleto fotográfico es ?		X		
Que piensas de la modernización de la marca del Barrio Comité del Pueblo ?	X			

Nombre: ELBA KARINA DE MORA

Cedula: 171406578-4

Firma: ELBA KARINA DE MORA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL  
PROYECTO FINAL DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO  
PROCESO DE INVESTIGACIÓN

CONTESTE LA SIGUIENTE ENCUESTA:

1. ¿Sabes en donde se encuentra el Centro Cultural Comité del Pueblo y que hace?

SI

NO

2. ¿Cómo te informas de los eventos culturales que se realizan en el barrio Comité del Pueblo?

MAIL  
REDES SOCIALES  
OTROS \_\_\_\_\_

HOJA VOLANTE

3. Te gustaría que el barrio Comité del Pueblo cuente con medio comunicativo, como vía de difusión para informar las actividades culturales y rescatar la identidad que se está perdiendo en el barrio?

SI

NO

4. ¿Qué temas te gustaría que integren el medio comunicacional del Comité del Pueblo?

EVENTOS  
ESPACIOS ALTERNATIVOS  
OTROS \_\_\_\_\_

TALLERES  
FOGRAFÍAS

5. ¿Crees que sería necesaria y de gran utilidad una Campaña Gráfica Cultural para el Barrio Comité del Pueblo?

SI

NO

6. ¿Tienes acceso a internet en casa?

SI

NO

7. Cuanto Tiempo a diario usas el internet?

7. Que sitios o páginas web visitas con más frecuencia a diario?

FACEBOOK  
SKYPE  
OTROS \_\_\_\_\_

TWITER  
GOOGLE

8. ¿En qué horario usas más el internet?

MAÑANA  
TARDE  
NOCHE

9. Cuentas con un teléfono inteligente ( Smartphone )?

SI

NO

9.5%

Todas las fuentes 81  Fuentes de internet 78  Archivo de la organización 3

- [0]  documents.mx/design/pequeno-diccionario-del-disenador.html  
1.3% 11 resultados
- [1]  https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-social  
1.4% 6 resultados
- [2]  comunicaarteyeducacion.blogspot.com/2009/05/hola\_07.html  
1.0% 10 resultados  
 1 documento con coincidencias exactas
- [4]  www.ideocentro.com/glosario.php  
1.0% 9 resultados
- [5]  www.raco.cat/index.php/Temes/article/view/76580  
0.9% 6 resultados
- [6]  todosobremediosimpresos.blogspot.com/2007/11/glosario.html  
0.7% 6 resultados
- [7]  disenosocial.org/enpositivo/  
0.8% 5 resultados
- [8]  www.socialdesign.bigcartel.com/diseño-social-en  
0.7% 5 resultados
- [9]  herramientas-digitales-roldan.blogspot.com/  
0.6% 4 resultados
- [10]  www.idearium30.com/el-diseno-que-cambiara-el-mundo-i75  
0.7% 4 resultados
- [11]  www.albagarcia.net/blog/diseño-y-comunicación-social/  
0.7% 4 resultados
- [12]  repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6146/1/T-UCSG-POS-MDC-79.pdf  
0.7% 2 resultados  
 1 documento con coincidencias exactas
- [14]  "CORRECCIONES TESIS FINAL VIVIANA V...chado del 2016-08-22  
0.6% 4 resultados
- [15]  https://metodologiasdelainvestigacion.wo...nica-de-la-encuesta/  
0.3% 5 resultados
- [16]  www.tribunavalladolid.com/blogs/aldea-ga...vo-una-ong-diferente  
0.6% 3 resultados
- [17]  https://aulasvirtuales.wordpress.com/aula-de-metodologia/  
0.3% 4 resultados
- [18]  https://cursos.acaula.com.ar/comunicacio...o-50-hrs-20/21239/cp  
0.6% 3 resultados  
 1 documento con coincidencias exactas
- [20]  www.nuez.es/proyecto-social/voluntariado-activo.html  
0.6% 3 resultados
- [21]  como-puedo-ayudar.blogspot.com/  
0.6% 3 resultados
- [22]  https://disenocivico.org/tag/partners/  
0.6% 3 resultados  
 1 documento con coincidencias exactas
- [24]  https://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20120806100008AAmL1Qt  
0.3% 3 resultados

- [26]  0.3% 2 resultados  
 1 documento con coincidencias exactas
- [28]  https://cobaev35603tesla.wordpress.com/2014/03/10/metodos-de-investigacion/  
 0.3% 3 resultados
- [29]  4tobachilleratosecciona2015.blogspot.com/  
 0.1% 4 resultados
- [30]  https://investigacionubv.wordpress.com/2...tas-y-cuestionarios/  
 0.3% 3 resultados
- [31]  resistenciacristiana.blogspot.com/2014/02/resistencia-cristiana-una-asociacion.html  
 0.5% 3 resultados
- [32]  candycanx.blogspot.com/  
 0.0% 3 resultados
- [33]  www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news\_u...\_en\_circulacion--619  
 0.5% 5 resultados  
 1 documento con coincidencias exactas
- [35]  thinkcommons.org/sessions/disenso-social/  
 0.5% 3 resultados
- [36]  slideplayer.es/slide/4005473/  
 0.0% 3 resultados
- [37]  https://sites.google.com/site/660formaci.../modelo-de-color-rgb  
 0.4% 5 resultados
- [38]  www.buenastareas.com/ensayos/Manual-Diseño-Editorial/313568.html  
 0.0% 3 resultados
- [39]  www.redusers.com/noticias/introduccion-indesign-cs6/  
 0.5% 3 resultados
- [40]  documents.mx/documents/disenso-editorial-55846562b8065.html  
 0.0% 3 resultados
- [41]  maraka.co/research/una-invitation-a-formacion-en-disenso-social-y-creatividad/  
 0.4% 3 resultados
- [42]  https://www.researchgate.net/publication/39119405\_Disenar\_con\_la\_gente  
 0.4% 3 resultados
- [43]  https://prezi.com/7k8f1\_dfxsol/presentacion-disenso-social/  
 0.4% 3 resultados
- [44]  www.significados.com/photoshop/  
 0.4% 4 resultados  
 1 documento con coincidencias exactas
- [46]  docslide.us/documents/illustratorcs5helppdf.html  
 0.4% 4 resultados
- [47]  https://www.scribd.com/doc/19434819/Manual-Disenio-Editorial  
 0.0% 3 resultados
- [48]  es.slideshare.net/PaolaCortijo97/retoque-de-imagenes  
 0.4% 3 resultados
- [49]  es.slideshare.net/AlexFlechas/taller-aplicacin-web-20  
 0.0% 3 resultados
- [50]  campusvirtual.cotemag.edu.co/  
 0.3% 3 resultados
- [51]  www.raco.cat/index.php/Temes/article/viewFile/76580/105103  
 0.4% 3 resultados
- [52]  edwinsoftok.blogspot.com/  
 0.3% 4 resultados

- [54]  0.4% 2 resultados
- [55]  [https://issuu.com/lupitha3/docs/qu\\_\\_\\_es\\_el\\_formato\\_pdf](https://issuu.com/lupitha3/docs/qu___es_el_formato_pdf)  
 0.0% 2 resultados
- [56]  <definicion.de/retoque-fotografico/>  
 0.3% 2 resultados
- [57]  <ouishare.net/en/profile/140>  
 0.4% 2 resultados
- [58]  <www.ordenadores-y-portatiles.com/folletos-digitales.html>  
 0.3% 2 resultados
- [59]  <tenerifedesignweek.com/equipo-diseno-social/>  
 0.3% 1 resultados
- [60]  <www.facebook.com/socialdesign>  
 0.3% 2 resultados  
 4 documentos con coincidencias exactas
- [65]  <https://comunicacionorganizacionalibague...as-al-cambio-social/>  
 0.3% 2 resultados
- [66]  <https://helpx.adobe.com/es/illustrator/using/importing-eps-dcs-autocad-files.html>  
 0.3% 2 resultados  
 1 documento con coincidencias exactas
- [68]  "Tesis Analisis Financiero de Ecuad...chado del 2016-08-16  
 0.0% 1 resultados
- [69]  <https://www.scribd.com/doc/314205583/EI-...-Movilizacion-Social>  
 0.3% 2 resultados
- [70]  <https://www.geniuzz.com/g/edicion-de-fotografias-42745>  
 0.3% 1 resultados
- [71]  <https://es.scribd.com/doc/71762198/fotografia-publicitaria-Pdf>  
 0.3% 1 resultados  
 2 documentos con coincidencias exactas
- [74]  <gainensubuttho.ml/como-guardar-un-documento-de-autocad-a-pdf.html>  
 0.3% 2 resultados  
 1 documento con coincidencias exactas
- [76]  [https://issuu.com/cetis64/docs/adobe\\_illustrator\\_cs5\\_2/37](https://issuu.com/cetis64/docs/adobe_illustrator_cs5_2/37)  
 0.3% 2 resultados
- [77]  <definicion.de/fotografia/>  
 0.2% 1 resultados
- [78]  <frappu.net/>  
 0.2% 1 resultados
- [79]  [www.afundacion.org/docs/socialia/folleto...captacion\\_fondos.pdf](www.afundacion.org/docs/socialia/folleto...captacion_fondos.pdf)  
 0.3% 2 resultados
- [80]  <laboratoriolinux.es/index.php/-noticias-...inux-facilmente.html>  
 0.2% 1 resultados
- [81]  <www.solucionesong.org/consulta/conoceis-...-de-lucro/11754/view>  
 0.2% 1 resultados
- [82]  <www.adgcolombia.org/archivo/diccionario-de-diseno-grafico/cuadernillo>  
 0.2% 1 resultados  
 2 documentos con coincidencias exactas
- [85]  <estudiantesdebucaramanga.blogspot.com/>  
 0.2% 1 resultados
- [86]  <https://www.scribd.com/document/317220333/PSICOLINGUISTICA-TESIS-1>  
 0.2% 1 resultados
- [https://issuu.com/gerardomgal/docs/manual\\_de\\_estrategias\\_did\\_cticas/58](https://issuu.com/gerardomgal/docs/manual_de_estrategias_did_cticas/58)

- [90]  <https://prezi.com/ttqjd1myzqvr/copy-of-retoque-digital/>  
 0.2% 2 resultados
- [91]  [www.tuugo.com.co/Companies/cortes-y-dobleces-ltda.1/12300036035](http://www.tuugo.com.co/Companies/cortes-y-dobleces-ltda.1/12300036035)  
 0.2% 1 resultados
- [92]  [definicion.de/fotografia/feed/](http://definicion.de/fotografia/feed/)  
 0.2% 2 resultados
- [93]  [www.ymanera.com/project/souvenir-ceylon/](http://www.ymanera.com/project/souvenir-ceylon/)  
 0.2% 2 resultados
- [94]  <https://prezi.com/syvawuw5f2it/creacion-...ativa-para-la-unive/>  
 0.1% 2 resultados
- [95]  "PIC - verónica jimenez 14-09-2016.docx" fechado del 2016-09-14  
 0.1% 3 resultados
- [96]  <https://www.facebook.com/academiamusicalliverpool>  
 0.1% 1 resultados
- [97]  [www.redusers.com/noticias/claves/indesign/](http://www.redusers.com/noticias/claves/indesign/)  
 0.1% 1 resultados
- [98]  <https://xokimokezi.files.wordpress.com/2015/06/que-es-un-archivos-pdf.pdf>  
 0.0% 1 resultados  
 1 documento con coincidencias exactas

62 páginas, 12158 palabras

**Nivel del plagio: seleccionado / en total**

79 resultados de 100 fuentes, de ellos 100 fuentes son en línea.

**Configuración**

Directiva de data: *Comparar con fuentes de internet, Comparar con documentos propios, Compartir con mi organización*  
Sensibilidad: *Media*  
Bibliografía: *Considerar Texto*  
Detección de citas: *Reducir PlagLevel*  
Lista blanca: --