



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE DISEÑADOR CON MENCIÓN EN DISEÑO
GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL

“Aporte del diseño gráfico a la actividad cultural del Centro Histórico de Quito,
mediante piezas gráficas que apoyen a organizaciones involucradas con el
rescate de la identidad cultural, dirigida a jóvenes adolescentes”

Nombre:
Verónica Gabriela Mármol Córdova

Director:
Lic. Claudia Mora

Quito, octubre 2014

*Dedicado a mis padres y hermanos
que son la guía constante en mi vida,
que me han brindado su amor y apoyo
incondicional y son un ejemplo a seguir.*

Gracias por todo !!!

Agradezco a mi directora Claudia Mora, por su tiempo, paciencia y dedicación, por creer en mí y por luchar conmigo en éste largo proceso.

Agradezco a mis mejores amigos Criz y Marco, por brindarme su apoyo y cariño durante esta etapa de mi vida; sé que siempre estarán a mi lado y que cumpliremos muchos sueños y metas más.

Agradezco al equipo de trabajo de Trama, por darme el tiempo necesario para cumplir ésta meta y por enseñarme que la paciencia no es solo una virtud, es también saber mantener el ánimo y las fuerzas durante la espera.

Índice

Resumen	10
Introducción	11
Objetivos	11
Hipótesis	12

CAPÍTULO I

1. Marco Teórico	
1.1 Centro Histórico de Quito, datos generales	15
1.1.1 Desarrollo y evolución social del Centro Histórico de Quito	
1.1.2 Gestión cultural en el Centro Histórico de Quito, visión de desarrollo en nuestra sociedad	
1.1.3 Identidad cultural, su papel en las actividades vinculadas a los proyectos culturales	
1.2 Interacción social juvenil	24
1.2.1 Sociología y visión sociocultural, elementos bases en la interacción social	
1.2.2 Los jóvenes como actores principales en la actividad de rescate de la identidad cultural	
1.3 Educación juvenil	26
1.3.1 Importancia de las Ciencias Sociales en la educación juvenil	
1.3.2 Modelo Educativo del área de Ciencias Sociales	
1.3.3 Patrimonio Cultural, posición en la educación de los jóvenes	

CAPÍTULO II

2. Metodología de la investigación	
2.1 Aplicación de una estrategia compleja como modelo de organización y desarrollo del proyecto	37
2.2 Gestión cultural, una estrategia para acceder al patrimonio	38
2.2.1 Intervención de la sociedad en el patrimonio cultural	
2.3 Dinámica y funcionamiento de la interacción social	40
2.3.1 Aporte de las teorías sociológicas en el desarrollo juvenil	
2.4 Aporte de las metodologías educativas en el desarrollo cultural	42
2.4.1 Educación tradicional; evolución y enfoque actual	
2.4.2 Actividades lúdicas como método de aprendizaje	

CAPÍTULO III

3. Desarrollo del diseño	
3.1 Material promocional utilizado en las actividades culturales actuales	51
3.1.1 Percepción de los jóvenes frente a la actividad promocional de las Rutas de Leyenda	
3.1.2 Características de las piezas gráficas promocionales propuestas	

3.2 Análisis de piezas gráficas	61
3.2.1 Características del Dadaísmo aplicadas en el diseño de los productos promocionales	
3.2.1.1 Análisis de ilustraciones e imagen	
3.2.1.2 Tipografía	
3.2.1.3 Selección de soporte (material) para las piezas gráficas, elementos promocionales no tradicionales	
3.2.2 Función de las piezas gráficas en conjunto	
3.3 Validación	113
3.3.1 Prueba y validación del material promocional en las Rutas de Leyenda	
3.3.2 Conclusiones y Recomendaciones	
Bibliografía	125
Anexos	129

Índice de figuras

- Figura 1. Cuadro de actividades organizadas por el Centro Histórico de Quito.	20
- Figura 2. Cuadro de porcentaje sobre conocimiento histórico.	22
- Figura 3. Cuadro de porcentaje de importancia de asistencia a actividades culturales.	23
- Figura 4. Cuadro de porcentaje de conocimiento de actividades culturales.	23
- Figura 5. Cuadro de porcentaje de asistencia a las actividades culturales.	25
- Figura 6. Cuadro de porcentaje de reconocimiento de actividades culturales.	26
- Figura 7. Cuadro de porcentaje de interés en material educativo.	28
- Figura 8. Estructura de la Malla Curricular del Área de Ciencias Sociales (Bachillerato Unificado).	30
- Figura 9. Cuadro de actividades escolares organizadas por el Museo de la Ciudad, Fundación Quito Eterno y la Red de Museos de la ciudad de Quito.	31
- Figura 10. Esquema representativo de la Estrategia de los 4 círculos.	37
- Figura 11. Cuadro de interrelación entre varios factores sociales.	38
- Figura 12. Cadena lógica aplicada al Patrimonio y la intervención en el mismo.	39
- Figura 13. Esquema de interacción de teorías sociológicas.	41
- Figura 14. Cuadro de porcentaje de actividades lúdicas.	44
- Figura 15. Cuadro de porcentaje implementación de actividades lúdicas.	45
- Figura 16. Cuadro de interacción teórica.	46
- Figura 17. Cuadro interacción teóricas, factores de importancia de asistencia.	47
- Figura 18. Cuadro explicativo de la situación del material actual promocional y del material en desarrollo, utilizado para las actividades culturales.	51
- Figura 19. Cuadro características grupo objetivo.	59
- Figura 20. Cuadro de porcentaje sobre medio de información de actividades.	60
- Figura 21. Cuadro de jerarquización de las características principales del producto.	61
- Figura 22. Clasificación de la Ilustración según la técnica que se utiliza.	64
- Figura 23. Clasificación de la Ilustración según el uso.	65
- Figura 24. Clasificación de la Ilustración según su género.	65
- Figura 25. Tendencias en la ilustración.	66
- Figura 26. Imágenes en material promocional.	67
- Figura 27. Cuadro resultado de selección de ilustraciones.	70
- Figura 28. Cuadro metodología utilizada en el proyecto.	111
- Figura 29. Validación del proyecto.	113
- Figura 30. Validación del proyecto.	114

RESUMEN

El diseño, dentro de sus tantos objetivos, plantea la visión de ser un apoyo para la sociedad enlazando varios componentes; es decir teorías, movimientos culturales, aplicaciones, entre otros; con lo que representa el desarrollo de una comunidad.

En el presente proyecto se aplica la interrelación entre diseño y sociología para resolver un problema específico y de gran importancia en nuestra comunidad. El estudio tuvo como propósito diseñar piezas gráficas para las visitas culturales en el Centro Histórico de Quito para jóvenes adolescentes entre 14 y 17 años, con el fin de generar interés en la cultura e implementar el valor de identidad sociocultural que en la actualidad ha perdido importancia por varios factores, entre los cuales se destacan: falta de conocimientos sobre la historia; pérdida de importancia frente a la educación social, moral y cívica (valores patrios); intercambio de culturas.

Para el desarrollo del presente trabajo, se establecieron relaciones entre elementos de diseño y la sociedad, aportando con productos gráficos en actividades culturales; además de trabajar directamente con el grupo objetivo con encuestas de opinión y otros mecanismos para que ellos que son los usuarios tengan un protagonismo en el proceso y desarrollo.

Con el producto final se realizaron validaciones que resultaron positivas a favor del proyecto, sumando así un beneficio sociocultural.

INTRODUCCIÓN

Uno de los deberes como diseñadores es enfocar las acciones profesionales hacia el bienestar de la sociedad, orientar los conocimientos y satisfacer necesidades de comunicación de manera colectiva; aportando además con el desarrollo del entorno a nivel social, cultural y moral.

A partir del año 2010 varias organizaciones culturales se asociaron para establecer estrategias de desarrollo y rescate de identidad cultural; es así que nace la idea de implementar eventos y actividades culturales en el Centro Histórico de Quito para público nacional y extranjero.

La asistencia a este tipo de eventos ha aumentado poco a poco durante estos dos años, pero el porcentaje de interés hacia estas actividades por parte de los jóvenes adolescentes, no representa más de un 30%.

El propósito del presente trabajo es aportar y servir como apoyo, mediante la aplicación del Diseño Gráfico, a las organizaciones culturales que están encargadas de las actividades y eventos realizados en el Centro Histórico de Quito; como el proyecto *Rutas de Leyenda*, recorrido establecido por la *Fundación Quito Eterno* como parte de las actividades realizadas en las Noches Patrimoniales todos los sábados de cada mes; manteniendo un enfoque principal en el grupo objetivo (jóvenes adolescentes de Quito, de 14 a 17 años), logrando mayor interés en las propuestas socioculturales.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar piezas gráficas promocionales para las *Rutas de Leyenda Temáticas* de la fundación Quito Eterno, para jóvenes de 14 a 17 años, para generar interés en las actividades culturales del centro histórico de Quito.

Objetivos Específicos

Investigar los factores que inciden en la importancia de la asistencia del grupo objetivo a los recorridos culturales del centro histórico de Quito, para desarrollar la propuesta de diseño.

Desarrollar la propuesta de diseño de los elementos gráficos, tomando en cuenta los factores: culturales, sociales y características del grupo objetivo obtenidos en la investigación para generar un producto útil y de contenido cultural.

Validar las piezas gráficas promocionales para las *Rutas de Leyenda Temáticas* con el grupo objetivo.

HIPÓTESIS

HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
El bajo porcentaje de asistencia de jóvenes y la falta de interés en las actividades culturales del Centro Histórico de Quito es un problema que afecta al desarrollo sociocultural del país. El problema surge por falta de un cambio en el sistema estructural de organización promocional de las actividades.	Centro Histórico de Quito Gestión Cultural Visión sociocultural	Cambios, desarrollo y evolución del Centro Histórico de Quito Desarrollo de la sociedad Identidad cultural Sociología
Por ésta razón se aportará con material gráfico promocional dirigido a jóvenes, para que se interesen y asistan a actividades culturales del Centro Histórico; en el caso de este proyecto, <i>Rutas de Leyenda Temáticas</i> .	Interacción social Metodologías educativas	Intervención de la sociedad en el patrimonio cultural Desarrollo social juvenil Educación tradicional Estilos de aprendizaje en la educación actual (área de Ciencias Sociales)
El material gráfico promocional será un medio de comunicación e información para los jóvenes, convirtiéndolos en gestores culturales por su participación y colaboración con la sociedad; además de usarlas como herramienta para la educación no solo en el área de estudios sociales sino también en la recuperación de valores sociales e identidad.	Material promocional Piezas gráficas	Características cognitivas, físicas y emocionales del grupo objetivo Características gráficas Relación usuario - producto
Métodos/técnicas	Definición de problemática Método científico (investigación, documentación, análisis) Método proyectual (recolección de datos)	

CAPÍTULO I

I. Marco Teórico

I.1 Centro Histórico de Quito, datos generales

El Centro Histórico de Quito está ubicado en la zona centro de la ciudad con una superficie de casi 375,2 hectáreas. Fue declarado Patrimonio Cultural de la humanidad por la UNESCO en el año de 1978. Considerado uno de los conjuntos históricos más importantes de América Latina, el Centro Histórico de Quito representa uno de los símbolos turísticos vitales para el desarrollo del país.

El concepto de Centro Histórico se ha ido desarrollando con el pasar del tiempo, además de irse adaptando de acuerdo a la evolución de la sociedad; entendiendo así que a principios del siglo XVII surge como un desarrollo de teorías urbanas de zonificación, como una manera de ubicar e identificar cual era el centro de una ciudad.

El Centro Histórico ha pasado por varios períodos representativos que han ido reestructurando el desarrollo arquitectónico del área así como la visión ideológica y administrativa por parte de la sociedad que conforma este núcleo (FLACSO, 1999). El período más representativo inicia en 1930 en donde el proceso acelerado de urbanización provocó el abandono de varias edificaciones ubicadas en el centro, que después de un tiempo fueron habitadas por migrantes y gente de escasos recursos originando así el deterioro de este espacio, además de generar la pérdida de identidad nacional por falta de reconocimiento de lo multinacional y pluricultural.

En el año 1997 inicia un programa a cargo de la Empresa de Desarrollo del Centro Histórico con el objetivo de recuperar el valor social y de infraestructura que se perdió; en el programa, el papel público representa un factor importante de colaboración por ser los actores principales en el desarrollo de la sociedad.

A partir de esta iniciativa se han realizado varios proyectos que tienen como objetivo el rescate de identidad social y cultural; un claro ejemplo es el Plan maestro de rehabilitación integral de las áreas históricas de Quito PMRIHQ, el cual analiza a profundidad los problemas sociales; definiéndose así tres puntos claros que afectan a nuestra sociedad: deterioro de la identidad nacional, débil organización social y bajo índice de participación y movilización frente a la acción de agentes degradantes del patrimonio histórico (Bustamante, 1994, p.61).

Poco a poco el Centro Histórico de Quito empezó a retomar su estructura física y la organización social; a través de la formación de un núcleo urbano de atracción social y cultural, de la fundación de museos que representa una visión de preservación cultural, la conservación de instituciones políticas y organismos económicos y la restauración de barrios representativos de la época colonial que generan a su vez un conjunto perfecto denominado tesoro patrimonial.

Al ser declarado patrimonio cultural; es deber de la sociedad, conservar el Centro Histórico dándole un sentido de valoración; pues representa la herencia cultural de una comunidad, que se desarrolla continuamente y que será transmitida de generación en generación.

1.1.1 Desarrollo y evolución social del Centro Histórico de Quito

Antes de comenzar con los datos precisos que competen a este punto se debe establecer el concepto y la diferencia entre desarrollo y evolución.

El desarrollo hace referencia a varios campos de la ciencia o de la sociedad, en este caso el desarrollo se aplica a una comunidad, por lo tanto, se refiere a un progreso en sentido social, político/económico y/o cultural. "Es un experimento social permanente que emerge de procesos contextuales de interacción social" (Llerena, 2009, p.20).

Por definición en el diccionario Manual de la Lengua Española, se entiende como evolución al cambio o transformación de un estado, sociedad, circunstancia, conducta o idea. La diferencia entre los dos conceptos es que el desarrollo es un cambio sin necesidad y surge rápidamente y la evolución es una adaptación o mejora y tarda mucho más tiempo en notarse que el desarrollo.

A partir del terremoto del año 1987, el mismo que afectó a varias edificaciones en el Centro Histórico de la ciudad; el que en aquel entonces era el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural (FONSAL), inicia un proceso de desarrollo integral en la sociedad, a través de proyectos de restauración, conservación y mantenimiento del patrimonio, que hace referencia también al hecho de conservar costumbres y tradiciones que forman parte de la identidad de los ciudadanos.

Éste proceso de desarrollo urbano mantiene la ideología de unir a todos los componentes principales de una sociedad, en este caso son los barrios y conformaciones colectivas del centro que básicamente son las formas de identidad y cultura que

representan el eje de propensión para activar procesos que fortalezcan la visión y actitud de preservación y rehabilitación.

Según el Arq. Fernando Carrión¹ (2000), es necesario preguntarse el destino que pueda tener una transformación o los procesos de desarrollo de una centralidad histórica es por eso que establece tres hipótesis respecto al posible devenir, estas hipótesis son:

La primera hipótesis en donde se considera a los Centros Históricos como un gran proyecto urbano para concebirlo dentro del valor de patrimonio. La segunda hipótesis, en la que se desarrolla la propuesta del Centro Histórico como el espacio público por excelencia de la ciudad que viene del encuentro, lo simbólico (identidades) y lo cívico. Y una tercera hipótesis en donde se busca presentar al Centro Histórico como un gran proyecto urbano que le permita convertirse en elemento transformador de la ciudad en su conjunto.

Por ser un proceso de evolución, está claro que las nuevas ideas para mejoramiento del espacio toman un tiempo en mostrar resultados que satisfagan a la comunidad, pero eso no quiere decir que no se pueda hacer nada por dar beneficios sociales. En la actualidad, gracias a todos los proyectos de restauración, rehabilitación y conservación que se han realizado; se puede reflejar y vivir un proceso de evolución social en cuanto a todo lo que representa el Centro Histórico.

1.1.2 Gestión cultural en el Centro Histórico de Quito y su visión de desarrollo en nuestra sociedad

Bonet, Castañer y Font (2001) expresan

La gestión cultural nace en España a partir de los años 80, cuando se empieza a construir una estructura sólida en el campo cultural. Este proceso tiene lugar sin conocimientos o experiencia previa en gestión y políticas culturales, por consiguiente, los años posteriores han supuesto una escuela de experimentación, de configurar formas de intervención. Cada organización o proyecto cultural está condicionado por el sistema cultural influenciado por la cultura, política, tradición cultural y la situación educativa de la población. (p. 11)

¹ Fernando Carrión, coordinador del programa de Estudios de la Ciudad de FLACSO Sede Ecuador y Presidente de la Organización Latinoamericana y del Caribe de Centros Históricos; Centro Histórico de Quito: Notas para el desarrollo de una política urbana alternativa. Problemáticas y Perspectivas. Quito, 2000.

Estableciendo así que la gestión cultural está vinculada a un proyecto sociocultural; en donde se hace uso eficaz de recursos económicos, humanos, sociales y materiales disponibles destinados a hacer dicho proyecto viable, obtener máximo de rendimiento y acercarse al máximo a los objetivos planteados.

La gestión cultural en la ciudad toma acción desde 1900, donde surgieron varios cambios que afectaban a la sociedad, como es el proceso de constitución de las culturas nacionales; en un segundo período, en 1970, se desarrolla una gestión cultural comprometida con los procesos de recuperación y fortalecimiento democrático. A partir de los años 90 se inicia un período en donde el principal objetivo es establecer una relación entre la producción cultural y el público, basada en acciones enfocadas a las comunidades y al contexto de orden moral, social e intelectual.

Es muy difícil definir cuál fue la acción exacta que dio inicio al proceso de gestión cultural en nuestra sociedad, lo que sí está claro es que todo lo que conforma el patrimonio cultural se toma como herencia colectiva del pasado, relacionando a los seres humanos del ayer, su evolución en la sociedad cultural y los seres humanos del presente buscando la riqueza cultural e identidad.

“La gestión cultural del patrimonio es un conjunto de actuaciones destinadas a la conservación de bienes patrimoniales y el uso de los mismos dentro de las exigencias culturales contemporáneas” (Ballart, 2001, p.15). Basados en esta idea, se debe establecer que la herencia cultural es un activo útil de las sociedades y los jóvenes tienen como derecho disfrutar de esto en las mejores condiciones; pero al ser parte de la misma comunidad y al recibir este legado, ellos tienen el deber de conservarlo y difundirlo de la mejor manera para las generaciones venideras e incluso siendo un fragmento de participación y así lograr convertirse en un proceso cíclico que debe ir mejorando con el tiempo, de acuerdo al avance y cambio social y cultural; es importante aclarar que es poco el tiempo en que la sociedad y en especial los jóvenes son actores principales en la intervención del rescate cultural y que cualquier proyecto que se ponga en práctica conlleva un tiempo de desarrollo y valoración.

1.1.3 Identidad cultural, su papel en las actividades vinculadas a los proyectos culturales

Por definición en el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, se entiende como identidad al conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracteriza frente a otros, la misma que se construye en fases de su experiencia.

“Identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad; las relaciones sociales o comportamientos colectivos” (González, 2000). Supone estar relacionado, inmerso e infundido de la cultura social a la que se pertenece, considerándose un miembro activo del sistema.

Como se observó en puntos anteriores uno de los principales objetivos al trazar planes de rehabilitación y conservación del Centro Histórico, es el rescate y valoración de la identidad cultural en la sociedad, es decir en la sociedad actual se habla de espacios de valor que representan una identidad y un valor formal de una comunidad. Los jóvenes al formar parte y ser un apoyo de la comunidad deben reforzar este valor o pueden pertenecer a proyectos culturales, donde se enfatice el valor de identidad cultural.

Kingman y Salman² (1999) en su libro *Antigua Modernidad y Memoria del Presente. Culturas Urbanas y Modernidad* afirman que “América Latina representa un lugar rico en expresión de diversidad que se manifiesta a través de identidades en continuo cambio e influenciadas por otras aún más dinámicas”. Dentro de este contexto se hace un análisis del auge turístico en este sector patrimonial, que necesita de nuestra atención y valoración para mantener ese lugar tan importante y sobretodo que pueda reflejar la identidad que caracteriza a la ciudad a través de las opciones que ofrece dentro de nuestra sociedad.

En relación con el diseño la identidad cultural se define a través del uso de cada elemento, trazo y composición que lleve la esencia de la historia y orígenes de una sociedad; fusionándola con las vivencias y el desarrollo actual, de esta manera el diseño se convierte en el hilo conductor entre el conjunto de costumbres, vivencias, tradiciones, creencias, comportamiento y la forma de ser e identificarse en la sociedad. El diseño gráfico cumple una función comunicadora, por lo tanto tiene “capacidad preformativa, es decir, en su facultad de no solo expresar las ideas sociales sino de implicar en acciones esas ideas a través de la relación específica que se establece entre los objetos o imágenes y los individuos”. (Tapia, 2004, p.49).

Musso (2006) expresa

Los diseñadores no diseñamos objetos, sino las formas en que las personas se relacionan entre sí, que son el resultado de las dimensiones simbólicas

²Ton Salman; profesor asociado del Departamento de Antropología Social y Cultural de la Vrije Universiteit de Amsterdam, Holanda. Especializado en estudios sobre Latinoamérica en especial Bolivia, Ecuador y Chile. Eduardo Kingman; historiador y Dr. En antropología urbana, director de la revista académica *Iconos*, actualmente dirige el Doctorado de Estudios Políticos.

del diseño. El diseño es entonces una estrategia cultural, que comunica identidad y se manifiesta como un valor constitutivo de los productos, servicios y organizaciones. En efecto, el diseño es un valor constitutivo y no un valor agregado, como generalmente se le presenta, porque forma parte del ser de los productos y servicios desde el momento de su creación. Al igual que la palabra ecología se reconoce hoy como un factor cultural es necesario que la sociedad en su conjunto comprenda y valore el diseño como un componente fundamental de la cultura, de su calidad de vida y de la calidad de sus productos.

Es así que el proyecto se enfoca en el diseño de una propuesta que tenga como base o nutriente todos los elementos que representan la identidad cultural de nuestra sociedad, logrando a la par que el diseño sea el protagonista y emisor de un mensaje valioso dentro de la cultura en nuestra sociedad, concluyendo así que es una acción complementaria entre identidad y diseño.

Para conservar el valor de la identidad cultural, el Centro Histórico de Quito ha sido recuperado casi por completo, la restauración y conservación de iglesias, calles y plazas es un objetivo claro para organizaciones turísticas socioculturales que quieren rescatar

	Actividades realizadas en el evento	
Noches Patrimoniales	- Conciertos de diversos géneros musicales y para todo público.	
	- Presentaciones de danza y teatro	
	- Exposiciones fotográficas y de arte	
	- Actuación de mimos y malabaristas.	
	- Juegos tradicionales.	
	- Quito Eterno	Red Rutas de Leyenda: - Rutas de leyenda Educativas - Rutas de Leyenda Temáticas - Rutas de leyenda especiales - Bicipaseos

Figura #1: Cuadro de actividades organizadas en el Centro Histórico de Quito.
Realizado por: Gabriela Mármol en base a datos obtenidos en páginas web oficiales de Noches Patrimoniales, Quito Eterno y Quito Turismo.

el valor cultural, artístico y tradicional del sector; además de seguir con la organización de proyectos y eventos culturales, que ofrece varias opciones para disfrutar en familia. Una de las organizaciones líderes que se dedica a emprender estas actividades es el Buró del Centro Histórico de Quito que en conjunto con actores públicos y privados buscan gestionar dichas actividades con experiencias únicas para lograr que el Centro Histórico sea reconocido como uno de los mejores destinos turísticos.

Las *Noches Patrimoniales* son una de las actividades más importantes que se realizan actualmente ya que es un proyecto que se originó como medio para reforzar el concepto de que Quito es una ciudad Patrimonio que requiere de la atención de sus habitantes para darle valor y sentido a dicho concepto, además de ser una forma en la que ciudadanos se apropien de museos, plazas, iglesias y casas representativas; este proyecto tiene el apoyo del Municipio de Quito, la empresa Quito Turismo y la *Fundación Quito Eterno*. Su objetivo principal es reunir a familias, amigos y turistas en distintos sectores del Centro Histórico para que disfruten de diversos eventos artísticos y visitas guiadas por personajes típicos dentro de museos para revivir la historia colonial.

Éstos proyectos relacionados al tema cultural tienen resultados positivos gracias a la participación de habitantes y turistas; como lo dice Javier Cevallos, *El Diablo*, uno de los personajes de las *Rutas de Leyenda de la Fundación Quito Eterno*, "...solo hay una cosa que destruiría a Quito, y para siempre, el olvido; si no va a haber más gente como ustedes que venga a ver estas maravillas y si no le cuentan de estas maravillas a otras personas Quito va a empezar a agonizar de tristeza y soledad", enfatizando el sentido de transmitir una tradición cultural de generación en generación.

Una de las actividades de la Fundación Quito Eterno, es la realización de las *Rutas de Leyenda Temáticas* que son recorridos guiados por varios personajes (teatrales) de leyendas o típicos de la historia colonial, el recorrido se realiza por las calles tradicionales del Centro Histórico visitando iglesias, museos, barrios y sitios patrimoniales. Lo importante de estos recorridos está en que al contar las historias tradicionales y envolverlas en un ambiente antiguo y propio de nuestra ciudad, forma un conjunto de valores culturales y cívicos que cada persona dentro del público debe preservar, pues se quiere dar una visión positiva a lo que son nuestros ancestros y como la sociedad actual debe valorar el ayer de la misma. Por estas razones se eligió ésta actividad para ser la plataforma de desarrollo del proyecto; además, la actividad permitió establecer una relación directa con los jóvenes y con el contexto cultural del evento que es una forma de cumplir con el objetivo de rescatar la identidad cultural. "El primer turista del centro histórico debería ser el propio habitante de la ciudad.

Los museos deben reconocer este potencial y orientar sus propuestas discursivas a facilitar la relectura de valores culturales de la ciudad de manera integral y no sólo con atención al valor artístico o lo excepcional.” (Caraballo, 2000, p.111).

Según datos obtenidos durante dos fechas del mes de noviembre del año 2013, cuando se realizan los recorridos “Rutas de Leyenda Temáticas”, la deficiencia se encuentra en la asistencia de jóvenes adolescentes ecuatorianos, pues ésta representa un mínimo por ciento en relación a la asistencia de jóvenes extranjeros.

Encuesta 1 (Anexo página 128)

La encuesta se realizó bajo los siguientes parámetros:

Número de encuestados: 250 personas (porcentaje obtenido en base al último censo realizado por el INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>).

El objetivo es conocer la importancia que los jóvenes asignan a las actividades culturales y el interés que tienen sobre la historia de la ciudad.

Las preguntas fueron de carácter cerrado para obtener datos concretos y de fácil codificación.

Resultados encuesta #1

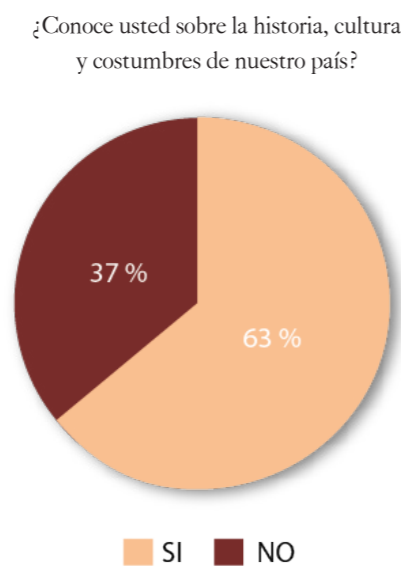


Figura #2: Cuadro de porcentaje sobre conocimiento histórico
Realizado por: Gabriela Mármol

¿Cree que es importante asistir a actividades culturales impartidas en la ciudad? ¿Por qué?

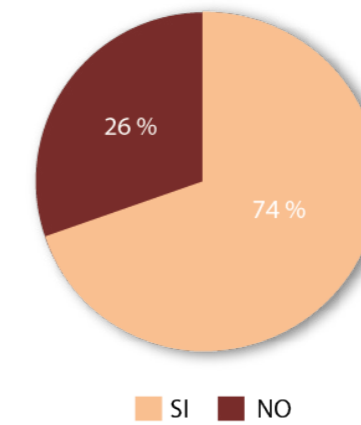


Figura #3: Cuadro de porcentaje de importancia de asistencia a actividades culturales
Realizado por: Gabriela Mármol

¿Conoce usted los eventos que se realizan en el Centro Histórico?

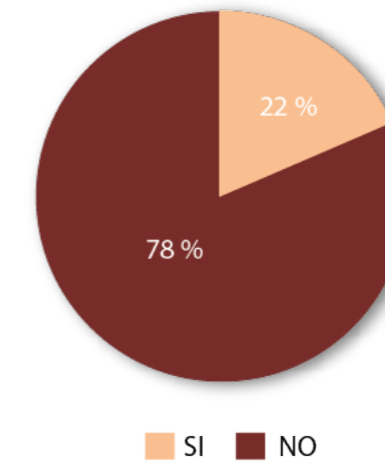


Figura # 4: Cuadro de porcentaje de conocimiento de las actividades culturales
Realizado por: Gabriela Mármol

El problema se genera específicamente por la falta de información sobre los eventos realizados ya sea por las organizaciones mencionadas anteriormente o por eventos independientes de las mismas. Por esta razón, muchos de los jóvenes de estas edades buscan alternativas de entretenimiento en discotecas/bares, cines, entre otros espacios que no se relacionan con el aporte cultural que se ofrece dentro de estas iniciativas.

1.2 Interacción Social Juvenil

1.2.1 Sociología y visión sociocultural, elementos bases en la interacción social

“La sociología estudia fenómenos colectivos producidos por la actividad social de los humanos en un contexto histórico-cultural en el que se encuentran inmersos”. (Lamo de Espinosa y Torres, 2001, s.p.)

Dentro de la sociología existen dos teorías que aportan directamente al tema de interacción social en el campo de la cultura: la primera es el interaccionismo social; que concibe lo social como el marco de la interacción simbólica de individuos; interaccionistas simbólicos como Blúmer, Manis y Meltzer y Nicolas Rose expresan que las personas aprenden significados y símbolos que les permiten ejercer su capacidad de pensamiento y logran actuar e interactuar. La segunda teoría es la dinámica social en donde se expresa que las formas y convenciones están marcadas por la historia y por lo tanto sujetas a un cambio continuo, cada individuo forma su identidad específica en la interacción con los demás, se marca un comportamiento de comunicación global de sujetos relacionados entre sí y se establece el fluir de las costumbres y creencias de una sociedad.

El proyecto genera una estrecha conexión entre sociología y los objetivos del diseño; es decir, el diseño al ser un medio de comunicación de mensajes debe analizar a profundidad la conducta de cada individuo perteneciente a este grupo y la relación entre ellos en un determinado ambiente o situación. Tanto diseño como sociología comparten el sentido de observación, análisis y ayuda mutua para un fin específico; en este caso el diseño fue el elemento básico que se utilizó para llegar al público y establecer una conexión sociocultural.

Al hablar de visión sociocultural se establece la existencia de una realidad en la que varias personas interactúan entre sí para lograr un objetivo claro o personas que interactúan entre sí, con el medio que las rodea y con otras sociedades. A partir de esa idea todo tipo de expresión, creación o instauración, son fragmentos de la organización social que se relaciona a productos intelectuales y culturales; es decir es un conjunto de ideologías, formas de comunicación, formas de pensamiento y estructuras de ideas que sirven para comprender los elementos y evolución de una sociedad.

La base del proyecto es la interacción entre jóvenes de 14 a 17 años de edad y el espacio en el que se desarrollan; la relación que mantienen con los medios y formas de comunicación, como formulan sus ideologías en base a una realidad política social y económica actual, la relación con individuos de distintas clases sociales y con las actividades culturales y artísticas, su reacción con el espacio físico (edificios, museos, iglesias, calles, barrios, instituciones) que los rodea, y fente a la sociedad en general. Es un estudio del desarrollo de los jóvenes en la sociedad a la que pertenecen y cómo interactúan con ella, manteniendo una visión histórico-cultural.

1.2.2 Los jóvenes como actores principales en la actividad de rescate de la identidad cultural

Las actividades culturales realizadas en el Centro Histórico están destinadas al público en general; son eventos que buscan la unión familiar y social; dichas actividades son un conjunto de expresiones artísticas, musicales, teatrales, gastronómicas, culturales, entre otras; donde existe un espacio abierto a la participación de los jóvenes.

A partir de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, a pesar del libre acceso que tienen los jóvenes (adolescentes) a las actividades descritas anteriormente, muy pocos asisten o en otros casos no asisten.

Las siguientes preguntas pertenecen a la encuesta #1; cuyos parámetros de elaboración y la encuesta en sí, están descritos anteriormente (página 24):

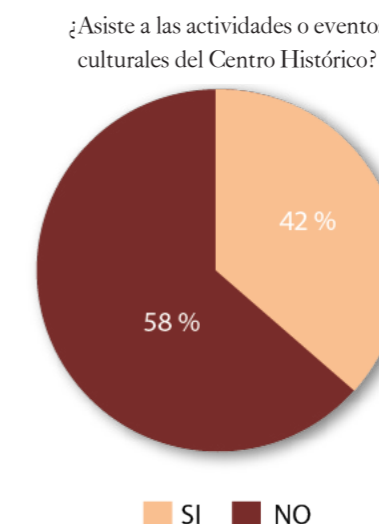


Figura #5: Cuadro de porcentaje de asistencia a las actividades culturales
Realizado por: Gabriela Mármol

¿Ha asistido a alguna de las siguientes actividades culturales en el Centro Histórico de Quito?

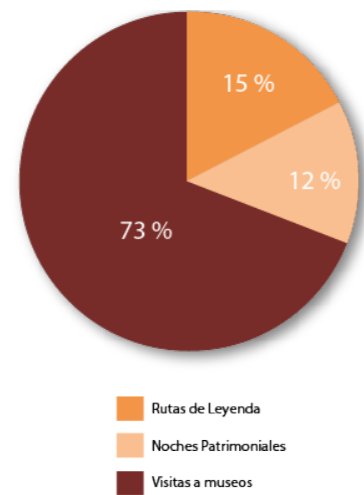


Figura # 6: Cuadro de porcentaje de reconocimiento de actividades culturales
Realizado por: Gabriela Mármol

Un elemento principal del proyecto es dar importancia a la identidad cultural. Los resultados de las encuestas muestran el bajo porcentaje de asistencia juvenil a las actividades culturales, por otra parte, varios jóvenes muestran interés en formar parte de estos eventos pues lo ven como una forma de rescatar la identidad cultural, las costumbres y los valores que se están perdiendo; además de darle valor al lugar en donde se desarrollan las actividades pues es el lugar que más historia conserva.

Los jóvenes están conscientes de que deben intervenir sobre el bien patrimonial de manera positiva y que deben hacer algo por cambiar una realidad que no solo les afecta a ellos sino a las generaciones futuras.

1.3 Educación juvenil

1.3.1 Importancia de las Ciencias Sociales en la educación juvenil

Las ciencias sociales, se encargan del estudio científico del ser humano y la relación que tiene con el entorno, es una materia interdisciplinar y por lo tanto está enriquecida por otras ciencias y teorías que ayudan al estudio de la organización de individuos y las formas de convivencia.

De acuerdo al Nuevo Plan Curricular de Educación modificado en el año 2010 por el Ministerio de Educación, el área de Estudios Sociales tiene como objetivo principal establecer una visión general de que es la sociedad en cuanto al desarrollo en la

actualidad, relacionando y valorando hechos históricos como reflejo influyente en el presente; estableciendo así la ubicación dentro del contexto de América Latina e identificando al Ecuador como su patria.

Los estudios de Historia, Geografía y Cívica son fundamentales para desarrollar en el estudiante la capacidad de formar conciencia social y patriota, mediante el estudio de problemas reales de la sociedad, y la búsqueda de una solución a dichos problemas, convirtiéndose en una forma de ayuda a la comunidad. Su importancia también radica en fortalecer el compromiso de los jóvenes con la sociedad y para la sociedad.

Las ciencias sociales al ser una materia interdisciplinar, se enfoca en varias ciencias que estudian desde diferentes perspectivas al individuo y relación con el entorno, por esta razón cada una promueve una visión positiva frente a los cambios sociales, procurando reaccionar de manera seria y crítica; fundando un pensamiento de ayuda a la resolución de problemas basándose siempre en los valores morales, éticos, familiares, culturales y sociales.

Historia, es una de las ciencias que más enriquecida está dentro del área de Estudios Sociales, no sólo por el hecho de presentar hechos y datos históricos, sino por relacionar lo sucedido en un tiempo determinado con lo que sucede en la actualidad; transformándose en un conjunto de tradiciones, costumbres y valores sociales que fortalecen la identidad cultural y ayuda a comprender mejor el presente.

En conclusión, el área de Estudios Sociales comprende una parte muy importante en la educación de los jóvenes ya que se enfoca en dar importancia a valores culturales y sociales. Al recibir información relacionada con el entorno en el que se desarrollan, los jóvenes podrán formar argumentos personales con carácter crítico; convirtiéndose en ciudadanos íntegros de riqueza y diversidad cultural; lo que a su vez promueve el progreso social pues son ellos los que representan a la sociedad actual y los que servirán como modelo para generaciones futuras; es ahí donde radica la importancia tanto del proyecto como el grupo objetivo que forma parte del desarrollo del mismo.

1.3.2 Modelo educativo del área de Estudios Sociales

El aprendizaje de la Historia debe estar enfocado a fomentar un desarrollo progresivo de la capacidad imaginativa, generación de conciencia y valor de identidad de los estudiantes. En el plan de *Actualización y Fortalecimiento Curricular de la Educación*, se plantea que en el área de Estudios Sociales se debe hacer énfasis en el estudio

de la Historia del Ecuador; la estructura del plan curricular de Ciencias Sociales debe implementar contenidos que permitan conocer y promover una mejor realidad sociocultural, bajo este argumento se eliminaron contenidos biográficos o hechos que no son tan relevantes como otras acciones que sí marcaron a la sociedad y dieron un aporte a procesos generales de la Historia y que dan apertura a niveles de análisis de aspectos socioeconómicos, políticos y culturales. “La formulación curricular se ha hecho sobre la base de criterios y aportes teóricos y metodológicos que se han desarrollado en los últimos tiempos en América Latina y Ecuador, en las Ciencias Sociales” (Actualización y Fortalecimiento Curricular de la Educación, 2010, p.86).

El proyecto busca romper con la monotonía que se vive dentro de las aulas de estudio, refiriéndose al hecho de aprender sobre Historia y Ciencias Sociales utilizando textos escolares y a través de las actividades dentro del aula organizadas por los profesores, por ejemplo: exposiciones, pruebas y trabajos grupales.

Encuesta 2 (Anexo página 129)

Se realizaron encuestas, a 250 personas (porcentaje obtenido en el último censo realizado por el INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>) hombres y mujeres, jóvenes adolescentes de la ciudad de Quito, con el objetivo de conocer la importancia de libros y actividades escolares en el área de Estudios Sociales.

Resultados encuesta #2

¿Encuentra interesante el contenido de los libros utilizados en las clases de Estudios Sociales?

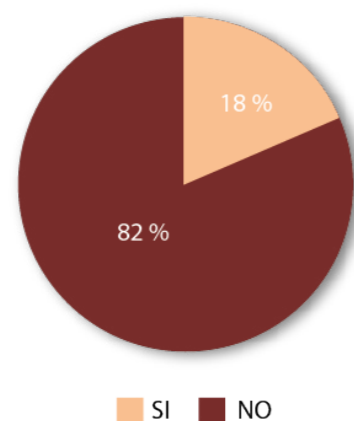


Figura # 7: Cuadro de porcentaje de interés en material educativo
Realizado por: Gabriela Mármol

“La Historia ha sido una de las materias que más ha aburrido a los aprendices. Ello, por cuanto la memorización de textos largos y poco comprensibles, lleva a que los chicos y adolescentes repitan memorísticamente hojas y hojas sin comprender lo que están leyendo. A esto se suma el hecho de que muchos textos escolares adolecen de credibilidad, narrando los hechos históricos en forma liviana y poco certera” (Weisman, 2008, p.285).

Como afirma Javier Celaya (1963) en uno de sus blogs sobre entidades del sector cultural, “estamos creando una sociedad a quien le cuesta leer y escribir, mientras que tiene una capacidad excepcional para retener imágenes”, es decir a medida que avanza el tiempo y la tecnología la sociedad va adaptándose a este avance y se hace mucho más difícil leer y escribir pues lo encuentran aburrido, lo que conlleva a crear un análisis general de la sociedad más avanzada a nivel tecnológico y de manejo de imagen en la que se desarrolla la juventud actual.

Basándose en las aseveraciones anteriores, el proyecto enfatiza aún más la idea de generar algo distinto no solo en textos escritos o material de aprendizaje sino también al implementar varias actividades que sean un beneficio para el grupo objetivo, para profesores y para la sociedad en sí; saliendo de la monotonía de los planes curriculares de estudio.

En general, los resultados de las encuestas realizadas al grupo objetivo, reflejan que más del 80% están interesados en acudir a los eventos realizados en el Centro Histórico o en general a actividades culturales para una educación enriquecida; tomando esta iniciativa como una salida del aprendizaje rutinario de sus establecimientos educativos y darle un distinto enfoque a lo que se aprende diariamente. Además, están dispuestos a formar parte de estos proyectos porque tienen una conciencia social actual clara y quieren aportar con ideas sin dejar de lado las actividades ya establecidas por las asociaciones turísticas.

A continuación se presenta la estructura de la malla curricular en el área de Ciencias Sociales resaltando objetivos e importancia de la asignatura.

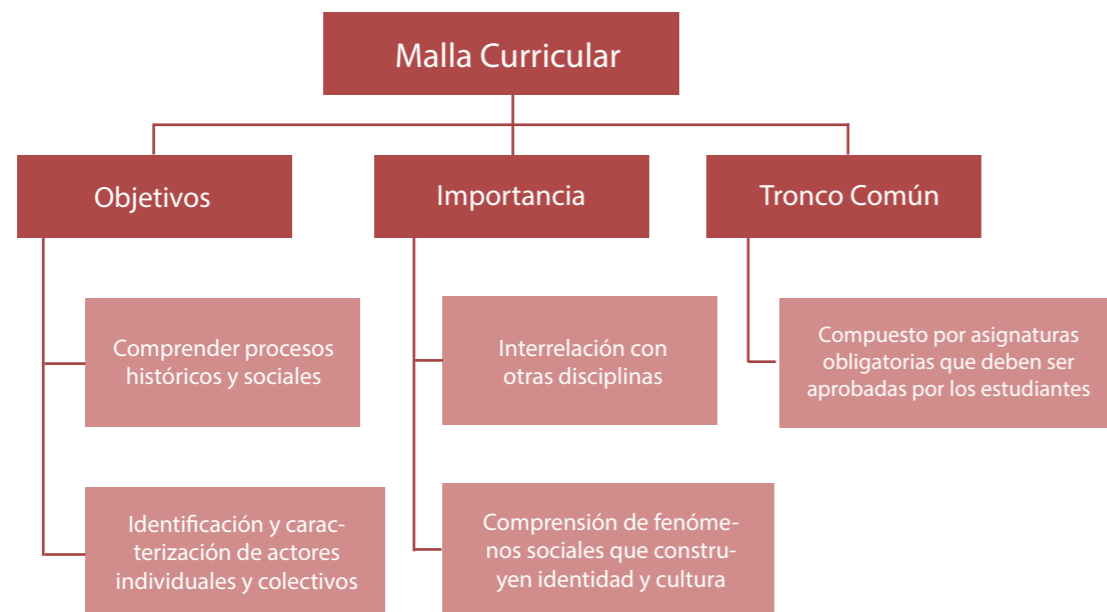


Figura # 8: Estructura de la Malla Curricular del Área de Ciencias Sociales (Bachillerato Unificado)
Realizado por: Gabriela Mármol, basado en el plan curricular de la Reforma Educativa Unificada realizado por el Ministerio de Educación en el año 2010

En los planes curriculares no se incluyen visitas a museos o eventos culturales de manera obligatoria, éste tipo de actividades depende de la decisión de cada institución o profesor de la materia. Por esta razón el proyecto se aplica como una herramienta que pueda ser utilizada dentro del plan curricular ya establecido, logrando así una intervención del diseño en el campo educativo y cultural; cabe recalcar que el enfoque del proyecto está en llegar a ser un apoyo o crear un aporte para la educación (área de Ciencias Sociales) sin buscar un cambio total del plan curricular.

A continuación se presentan algunas de las actividades culturales planteadas por organizaciones sociales, que podrían formar parte (permanente) del plan curricular de cada institución:

Museo de la Ciudad	Objetivo: Ofrecer experiencias educativas para alimentar un pensamiento social sensibilizado y consciente. - Organiza visitas guiadas relacionando diálogo e interactividad como herramienta pedagógica. - Provoca respuestas a través de la experiencia particular de cada visitante.
Una Noche en los Museos	Objetivo: recorrer museos del Centro Histórico en una noche, ofreciendo una actividad distinta para el aprendizaje. - Durante el recorrido se relatan hechos históricos, se visita las salas de los museos durante más tiempo. - Acceso a permanecer una noche en uno de los museos visitados.
Fundación Quito Eterno	- Ofrece las Rutas de Leyenda Temáticas y Educativas, creando una experiencia interactiva, lúdica y de aprendizaje.

Figura #9: Cuadro de actividades escolares organizadas por el Museo de la Ciudad, Fundación Quito Eterno y la Red de Museos de la ciudad de Quito
Realizado por: Gabriela Mármol, en base a datos obtenidos en las páginas web oficiales de cada organización

Las actividades culturales con una visión y misión educativa tienen un valor muy importante y están establecidas y entregadas para nuestra sociedad, y en éste caso específico para los jóvenes; en sí el problema se encuentra en la falta de información sobre dichas actividades tanto para los estudiantes como para los educadores que en conjunto lograrían implementar las visitas a espacios culturales dentro de los planes curriculares respectivos de cada colegio.

1.3.3 Patrimonio Cultural, posición en la educación de los jóvenes

“Los ciudadanos existen en cuanto se auto determinan, es decir cuando tienen identidad, deciden y actúan en función de su voluntad y sus intereses. Esta autodeterminación del sujeto es una cualidad fundamental del ciudadano en cuanto a su rol titular de poder, es decir en cuanto a sujeto que debe intervenir en la toma de decisiones. En sentido general, se puede definir la participación como la intervención en los procesos de decisión”. Santiago Ortiz

El estudio de la historia de nuestro país inicia desde el séptimo año de educación básica y continua reforzándose hasta los niveles superiores del bachillerato. Para este proyecto se escogió a jóvenes entre 14 y 17 años cuyo programa de estudios dentro del Nuevo Plan Curricular de Educación en el área de Estudios Sociales se enfoca en la

importancia de que los jóvenes definan el valor de la identidad cultural para reformar la sociedad actual con una visión crítica, argumentada y seria; y lograr que en un futuro estén dispuestos a participar en un cambio positivo de la sociedad.

El patrimonio cultural es una herencia cultural propia de cada comunidad, es importante resaltar que ésta herencia es un conjunto no solo de bienes materiales (edificios, monumentos, plazas) sino también de valores sociales, morales y culturales que marcan esa unidad de identidad en una misma comunidad; al tomar conciencia del paso del tiempo y del valor que esto representa se va descubriendo una autonomía del ser humano, logrando una diferencia de conciencia de uno mismo y del grupo y así dar paso a un sentido real de la historia. A partir de este enfoque los jóvenes toman al patrimonio como parte del entorno y lo revaloran como herencia pero con un sentido menos material y más emocional; es ese valor el que se quiere rescatar dentro de la educación y a nivel social. Autoridades y organizaciones quieren compartir el conocimiento de acción social a los jóvenes que se están formando y que son capaces de dar una opinión a través de la visión sociocultural que cada uno adquiera.

“El patrimonio está formado por objetos que permanecen a pesar del tiempo, sea en uso o en un museo; y ya que el tiempo es la esencia de la historia, es interesante en cierto sentido contemplar al patrimonio como los objetos de la historia”. (Ballart, 2001. p.24)³. Es así que en Quito aparecen nuevos servicios como exposiciones temporales, accesibilidad a los museos para el público en general o con algunas facilidades para visitas escolares donde el conocimiento y educación cultural son protagonistas y lograr la creación de departamentos pedagógicos.

En el Plan de Gobierno de Augusto Barrera del año 2009, en relación a la cultura y educación, expresa que de forma general se ha vendido la ciudad como un producto turístico y centro de actividad cultural frente al mundo dejando de lado los procesos de ciudadanía y de los grupos culturales e identidades que tienen como objetivo fortalecer el valor de la identidad basados en innovación y diversidad y con una participación específica de nuestra sociedad. Además explica que varios actores sociales reclaman una participación efectiva en los espacios de la comunidad para lograr por sus medios y gracias a sus ideas una construcción colectiva de la política cultural.

Las propuestas que estableció Augusto Barrera frente a esta preocupación social fue el trabajo cultural en la administración de cada sector como principal actividad; además

de impulsar a la educación como principal medio de difusión y adquisición de cultura en nuestra comunidad, estableciendo así proyectos alternativos de educación artística para impulsar la expresión de culturas urbanas y desarrollar la capacitación de gestión cultural dentro de la educación y plantear un proyecto de inclusión sistemática de las artes y la cultural en los centros educativos.

Es así que el proyecto se caracteriza por ser un trabajo de aporte sociocultural y educativo estableciéndose como una forma de participación en los espacios de nuestra comunidad.

³ Comunicólogo, sociólogo, diseñador, investigador y metodólogo. Es uno de los fundadores europeos de la Ciencia de la Comunicación Visual. Consultor corporativo, asesor de empresas en diferentes países. Profesor universitario de museología y gestión del patrimonio cultural.

CAPÍTULO II

2. Metodología de la investigación

2.1 Aplicación de una estrategia compleja como modelo de organización y desarrollo del proyecto

*“El juego combinatorio parece ser la característica esencial del pensamiento creador”
Albert Einstein*

Para el desarrollo general del proyecto y como metodología principal se utilizó la estrategia de los 4 círculos de Marcelo Mannuci que tiene como base gestionar un proyecto de varias unidades que logran compartir puntos entre sí. Además, establece que unidades autónomas, que se auto organizan, logran aportar de una u otra forma al proyecto en desarrollo. La dinámica de la estrategia establece la interacción entre: acciones, percepciones, posiciones y relaciones.

Esta estrategia aplicada en el desarrollo del proyecto permite unir características en común entre grupo objetivo, factores culturales, entorno y teorías que los definen orientando soluciones a objetivos establecidos.

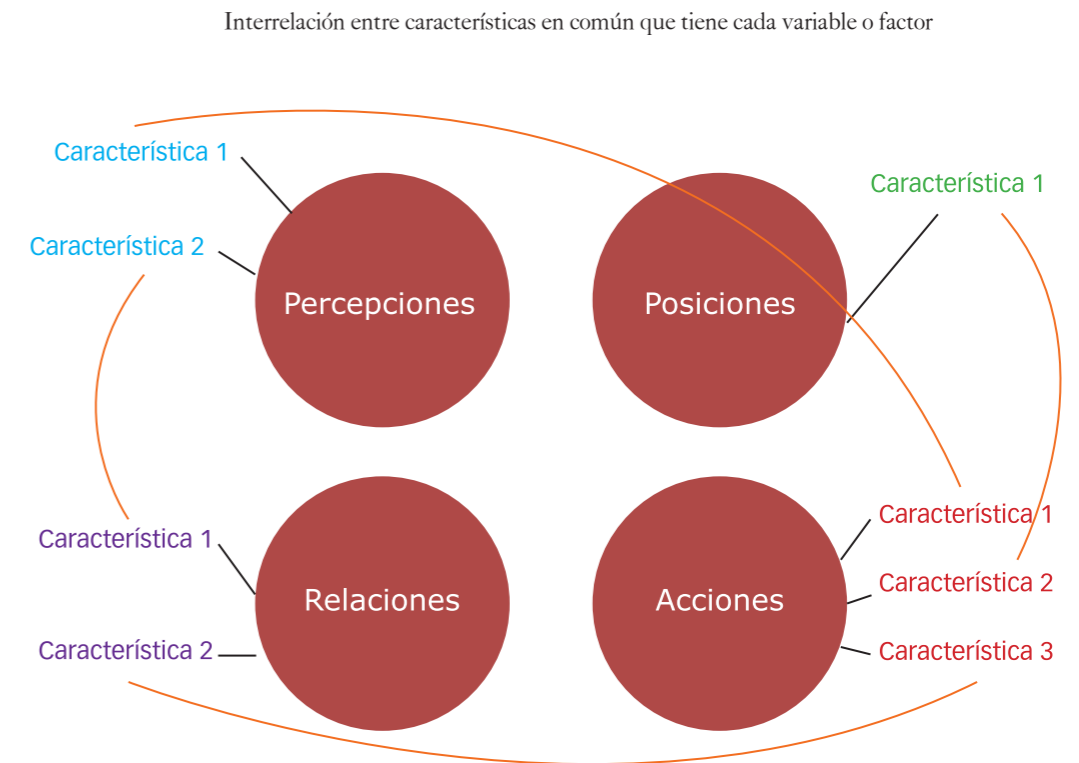


Figura #10: Esquema representativo de la Estrategia de los 4 círculos
Realizado por: Gabriela Mármol

Percepciones	Territorio (sector) de trabajo, limitaciones (problemática)
Posiciones	Propósito, alternativas de intervención, rumbos posibles
Relaciones	Recursos que se dispone
Acciones	Participación y acción en el proyecto

Las teorías y actividades explicadas a continuación forman parte del grupo *RELACIONES* en la estrategia de los 4 círculos, es decir se las utiliza como medio de intervención en cuanto al sustento teórico en el proyecto respaldando las acciones realizadas para resolver la problemática definida.

2.2 Gestión cultural, una estrategia para acceder al patrimonio

“El valor de una civilización se mide no por lo que sabe crear, sino por lo que es capaz de conservar”.
Edouard Herriot

2.2.1 Intervención de la sociedad en el patrimonio cultural

El campo de la intervención cultural es muy amplio dentro de una comunidad por el hecho de ser un conjunto de creencias, costumbres, conocimientos, y actividades que varios de los actores de dicha comunidad pueden formar parte de y hacerlos propios de su identidad, además de tomar como guía principal a los jóvenes, que son el camino para establecer una relación entre rescate de identidad y progreso de la sociedad cultural. El patrimonio es el punto común en el que giran los factores antes presentados pues cada uno de ellos nace a partir de elementos del patrimonio. Como se presenta en el siguiente esquema:

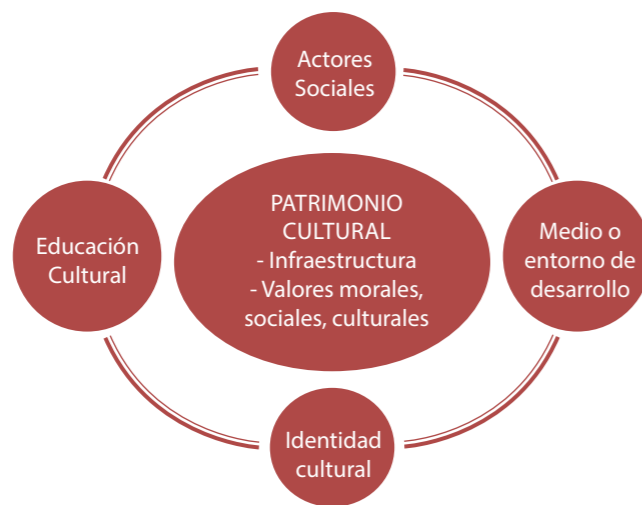


Figura #11: Cuadro de interrelación entre varios factores sociales
 Realizado por: Gabriela Mármol

“El Patrimonio es una construcción cultural y como tal está sujeta a cambios en función de circunstancias históricas y sociales” (Ballart, 2001, p.17); es decir todo lo que representa el conjunto de una sociedad cultural está relacionado en un nivel muy cercano que si uno de los factores cambia o evoluciona ya sea de forma positiva o negativa el resto de factores se ven influenciados y de igual manera cambian; es un proceso cíclico que inicia desde hace mucho tiempo y continuará así en el futuro.

Referente a la gestión del patrimonio, se la define como un conjunto de actuaciones destinadas a la conservación de bienes patrimoniales y el uso de los mismos dentro de las exigencias culturales contemporáneas. Alejandro Bermúdez presenta una cadena lógica⁴ aplicada al patrimonio que existe como modelo teórico de intervención y es una referencia específica para la difusión de nuevos proyectos y planteamiento de ideas destinadas a actores externos directos o indirectos que en este caso son los jóvenes:

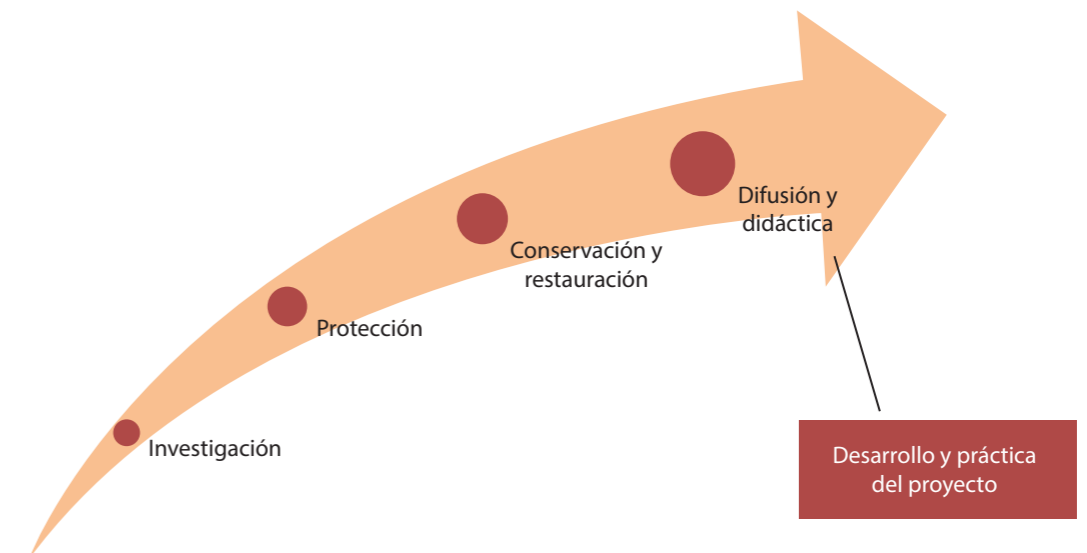


Figura #12: Cadena lógica aplicada al Patrimonio y la intervención en el mismo
 Realizado por: Alejandro Bermúdez

⁴ Se entiende como cadena lógica aplicada al patrimonio como un proceso secuencial integrado por 4 niveles de intervención relacionados y dependientes: investigación, protección, conservación y restauración y difusión y didáctica. Esta cadena lógica existe no solo como modelo teórico de intervención sino como referencia inexcusable. *Intervención en el Patrimonio Cultural Creación y Gestión de Proyectos. Quito, 2004.*

A partir de este diagrama, se entiende la conservación y restauración gestionadas por proyectos promovidos por el sector público, en colaboración con el sector privado y la difusión está repartida entre museos y organizaciones y administradores a cargo de acciones sociales y culturales. "La participación constituye un eje fundamental en las propuestas de un nuevo desarrollo y que no se realizan si no existen procesos de concentración social" (Comité de Gestión, 2006, p.10); esto a través de una guía basada en la cultura como una red dinámica de significados, símbolos y contenidos producidos por la misma sociedad que conlleva a comprender un valor histórico de deberes y derechos de todos los representantes sociales, haciendo también un reconocimiento y apoyo al surgimiento de iniciativas por parte de la comunidad.

2.3 Dinámica y funcionamiento de la interacción social

2.3.1 Aporte de las teorías sociológicas en el desarrollo juvenil

La sociología al ser una ciencia que estudia fenómenos producidos por actores sociales dentro del contexto de desarrollo histórico-cultural, se relaciona directamente con el proceso y evolución de la educación que es el área donde se establecen ejes para formar a los nuevos colaboradores de la sociedad, encargados de generar cambios en su entorno. Por esta razón la sociología de la educación pertenece estrechamente a la sociología al compartir fines mutuos relacionados a crecimiento social.

Se utiliza la sociología de la educación en el proyecto como medio de acceso a los jóvenes y a su formación durante la época educativa para lograr entender como éste proceso se relaciona con la sociedad en general. Durkheim apoyado por Bourdieu (1995) establecen que la sociología de la educación no se utiliza como una ciencia aplicada directamente a la pedagogía y que más bien se utilizan modelos, conceptos y teorías de la sociología para trabajar en la educación; manteniendo siempre presente el objetivo de hacer cambios para perfeccionar la conducta de los seres sociales, rescatando valores y teniendo continuamente una intención moral.

Inspirado por Durckheim, F. Ortega plantea 2 objetivos de la sociología de la educación que se relacionan entre sí, estos objetivos son: la constitución histórica de sistemas educativos y cómo éstos funcionan en la sociedad actual; a partir de estas ideas se establece que el interés sociológico por el desarrollo educativo radica en las características que presentan como una institución que busca establecer identidades personales con visión cultural y posiciones sociales que determinan la evolución de la sociedad.

A continuación se presenta un esquema general de la interacción de las teorías sociológicas definidas anteriormente, formando un sistema complementario a través de la interrelación de varios factores de las teorías y de la sociedad en sí.

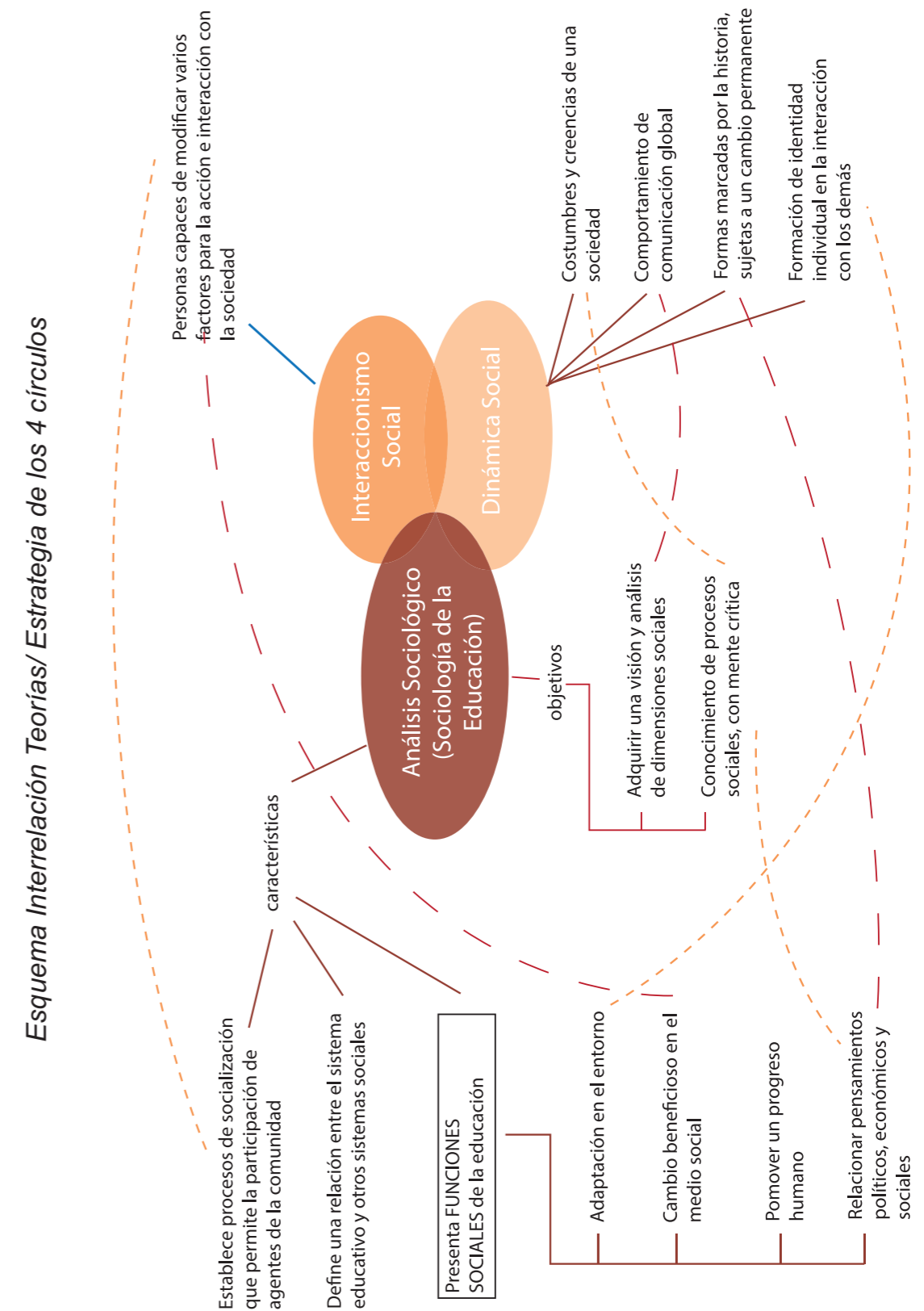


Figura #1.3: Esquema de interacción de teorías sociológicas. Realizado por: Gabriela Mármol, utilizando la estrategia de los 4 círculos

2.4 Aporte de metodologías educativas en el desarrollo cultural

2.4.1 Educación tradicional; evolución y enfoque actual

La educación en general es importante no solo porque permite al estudiante desarrollarse a nivel social y cultural sino también porque cultiva cualidades que le servirán para formar su personalidad y así lograr establecer un enfoque personal con una perspectiva propia sobre su comunidad.

La Constitución Política del Estado, en el Art. 27, de la Educación y Cultura, dice: “La educación se inspirará en principios de nacionalidad, democracia, justicia social, paz, defensa de derechos humanos y estará abierta a todas las corrientes del pensamiento universal. Además establece que la educación tendrá un sentido moral, histórico y social; y estimulará el desarrollo de la capacidad crítica para la comprensión clara de la realidad ecuatoriana, la promoción de una auténtica cultura nacional, la solidaridad humana y la acción social y comunitaria. Los planes educacionales propenderán al desarrollo integral de la persona y de la sociedad.”

A partir del año lectivo 2011-2012, se aplicó el bachillerato general unificado (BGU) que tiene como finalidad formar jóvenes de valores humanos inspirados en el *Buen Vivir*, capaces de hacer cumplir sus derechos y cumplir sus deberes para con la sociedad, ser ciudadanos de opinión crítica y dar iniciativas colectivas en el entorno comunitario.

En los objetivos generales del Bachillerato General Unificado se formulan 4 dominios de aprendizaje, el dominio denominado *Aprender a Vivir Juntos* se relaciona con el proyecto ya que se refiere al hecho de establecer relaciones culturales, éticas y de formación; sus objetivos principales⁵ son:

- Formar jóvenes con alto compromiso social.
- Contribuir al fortalecimiento de identidad cultural del país.
- Participar en la planificación y realización de actividades grupales, armonizar los intereses personales con los de otros miembros del grupo, respetar puntos de vista distintos, asumir las responsabilidades que de ahí se derivan. (Objetivo aplicado a la participación de actividades culturales).
- Desarrollar una valoración positiva de si mismo/a como base para una actuación segura y equilibrada, tanto en las actividades académicas como en las sociales.
- Emprender proyectos de vida creativos y factibles que dan fundamento al tránsito hacia una vida adulta responsable.

⁵ Programa de estudios creado por el Ministerio de Educación (MinEduc)

Los objetivos y temas desarrollados en este nuevo modelo curricular; se enfoca principalmente en establecer una conciencia social, sin olvidar los hechos históricos estudiados dentro del área de historia que son importantes para entender la evolución de un entorno y como se puede dar iniciativas de cambio.

2.4.2 Actividades lúdicas como método de aprendizaje

“El juego no es cosa de niños. En inicio, porque el lenguaje lúdico es el primero con el cual nos vinculamos con el mundo; y luego, porque las reglas del juego siempre nos plantean una interacción, un desafío a la razón” (Isarco N., 2013, s.p.).

“El juego es una actividad que no nace gracias al hombre, los animales utilizan el juego como una forma de desarrollar habilidades necesarias. Partiendo de este hecho, se analiza entonces que el juego es lo suficientemente antiguo para que sociedades antecesoras a la nuestra hayan ya establecido un estilo de vida en donde se incluye el juego.” (Andreu y García, 2004, p.121)

El hecho de que un juego sea una composición de reglas, obstáculos, decisiones, y deducciones, se convierte en una relación entre el jugar y aprender; esta relación hace dinámica la comprensión de cualquier tema y no hace aburrido el aprendizaje.

En la educación, las actividades lúdicas juegan un papel importante para profesores y estudiantes; en el proyecto se enfatiza la idea de lograr estimular las destrezas del estudiante e incrementar su interés en el aprendizaje, además permiten al profesor aplicar distintas técnicas y herramientas de aprendizaje (imágenes, videos, visitas extracurriculares, dinámicas, etc.), implantando así una nueva visión de aprendizaje para mejorar la educación; se habla de una realidad de diversión que permita atraer a los jóvenes, convirtiendo el estudio interdisciplinar en algo diferente pero conservando el valor que representa, reafirmando así que las actividades lúdicas “fomentan el desarrollo psicosocial, la adquisición de saberes, la conformación de la personalidad, encerrando una amplia gama de actividades donde interactúan el placer, el gozo, la creatividad y el conocimiento” (Rivas, 2010, s.p.).

La aplicación de actividades lúdicas, en las clases diarias o fuera de ellas, pero conservando el objetivo de cautivar el interés del alumno hacia lo aprendido (en cualquier materia); genera un cambio en el ambiente invariable, hace que los alumnos muestren interés en los temas de cada asignatura, las actividades lúdicas son atractivas y motivadoras y dan una esencia distinta a cualquier contexto.

Como lo explica Victor Leyva (2013), "Al hablar de diseño gráfico ingresamos en un amplio mundo de posibilidades donde se puede, comunicar, afectar el conocimiento, actitudes y el comportamiento de la gente, provocar sensaciones usando una variedad de piezas gráficas. Al público de materiales educativos se lo debe encarar de un modo particular. Se debe pensar en los llamados estilos de aprendizaje; conocer cómo aprenden las personas según su edad y nivel cognitivo. El diseño gráfico puede ayudar a que, quienes se les facilite el aprendizaje visual, auditivo o kinestésico, encuentren alternativas de aprendizaje en los recursos multimediales."

Para reforzar la idea se realizó encuestas a jóvenes adolescentes de 14 a 17 años, en relación a su preferencia por las actividades lúdicas y a su conocimiento de las mismas.

Las preguntas 4 y 5 hacen referencia a éste tema.

Encuesta 2 (Anexo página 129)

Resultados de las 2 últimas preguntas, encuesta #2

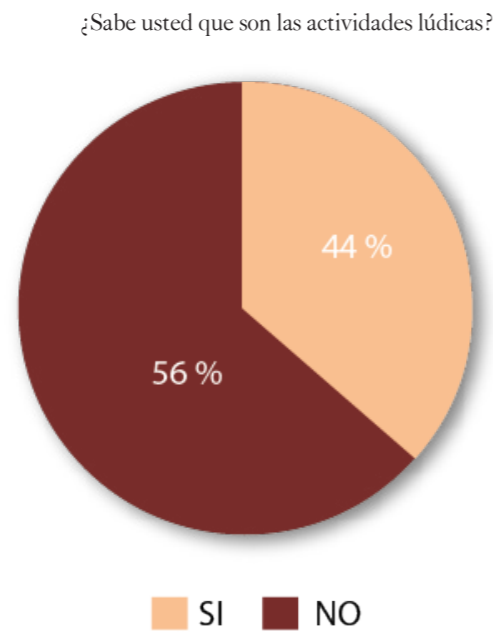


Figura #14: Cuadro de porcentaje actividades lúdicas
Realizado por: Gabriela Mármol

¿Le gustaría a usted que en sus clases de ciencias sociales se implementen actividades lúdicas para mejorar el aprendizaje?

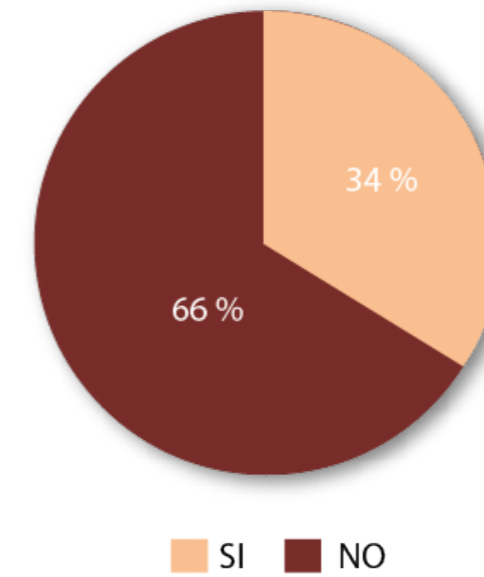


Figura #15: Cuadro de porcentaje implementación de actividades lúdicas
Realizado por: Gabriela Mármol

Basados en la Estrategia de los 4 círculos, se presenta a continuación dos cuadros de la interrelación de teorías presentadas en el 1er y 2do capítulo, mostrando así como datos y conceptos de cada una se sustentan entre sí; y como se verán reflejadas en el desarrollo del diseño de los productos gráficos en el proyecto.

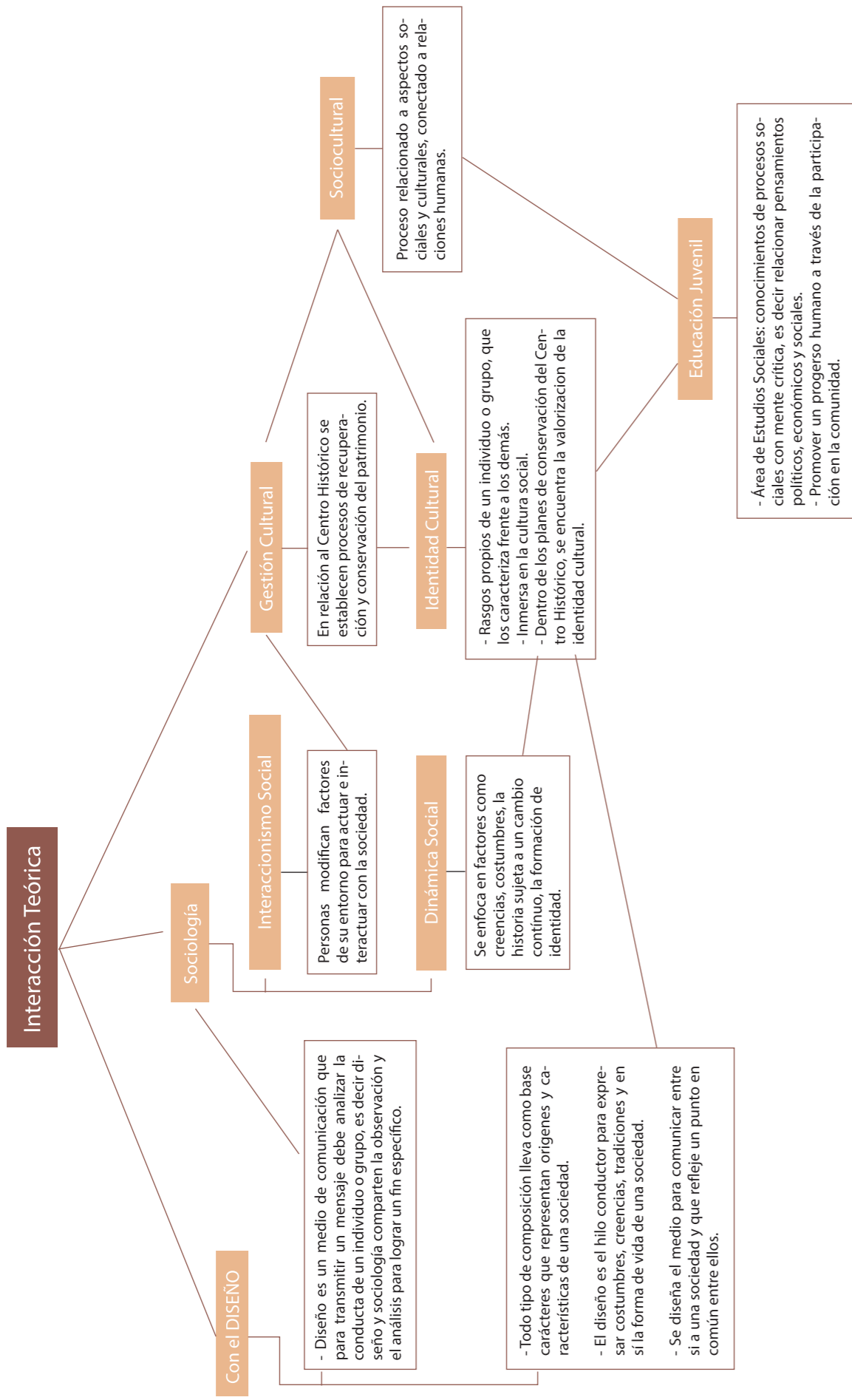


Figura # 16: Interacción teórica
Realizado por: Gabriela Mármol

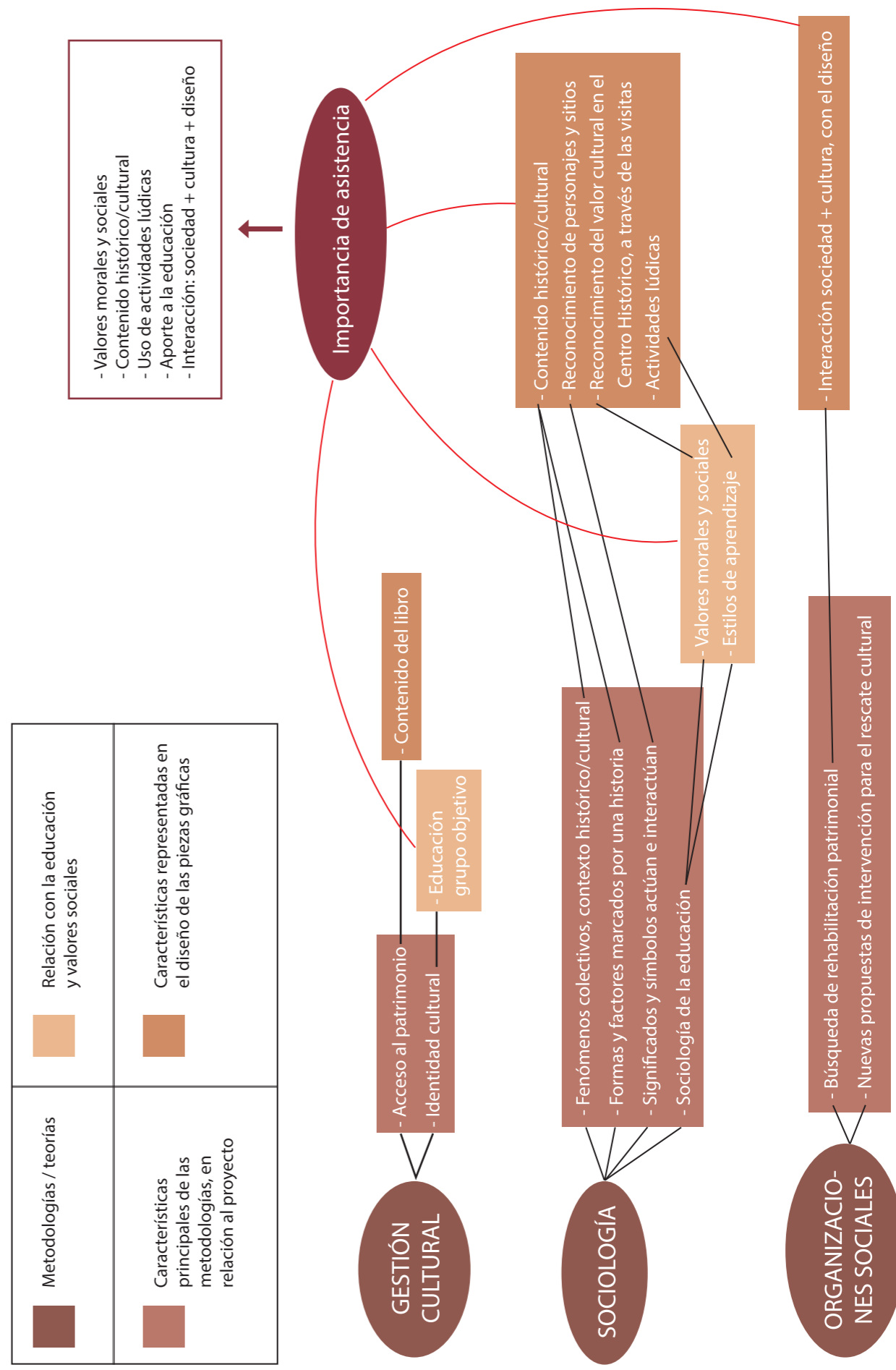


Figura # 17: Interacción teórica, factores importancia de asistencia
Realizado por: Gabriela Mármol

CAPÍTULO III

3. Desarrollo del diseño

3.1 Material promocional utilizado en las actividades culturales actuales

Para cumplir los objetivos del proyecto e se utilizará un sistema de objetos, conjunto de elementos relacionados entre sí; que logre generar una conexión entre el grupo objetivo, el diseño en sí y el profesional del diseño formando un proceso de comunicación e interacción.

Para poder definir ciertas características y funciones que tendrán cada elemento del sistema, se realiza un estudio del material promocional que funciona en la actualidad y de la propuesta realizada; para esto se hizo uso del análisis FODA, metodología de estudio de la situación actual de un proyecto.

VARIABLES FODA	Características material promocional actual	Características propuesta material promocional
Fortalezas	- Establecido como material promocional desde el inicio de las actividades, por lo tanto se lo reconoce como un medio de promoción de eventos culturales.	- Innovación en diseño - Nuevas propuestas visuales - Establece información específica de un evento.
Oportunidades	- Se puede realizar modificaciones para una mejor presentación del servicio.	- Apoyo en cuanto a promoción por parte de organizaciones encargadas de eventos culturales. - Se puede aplicar para varios eventos culturales del Centro Histórico.
Debilidades	- Es un sistema monótono. - Información muy general.	- El presupuesto establecido por organizaciones es limitado, por lo tanto el autor del proyecto debe fijar y emitir el presupuesto.
Amenazas	- Presupuesto limitado no permite generar material promocional no tradicional, estancándose en la monotonía antes definida como debilidad.	- Diseñadores u otras personas (competencia) pueden presentar sus propias propuestas. - El producto no tenga aceptación o respaldo por parte de organizaciones culturales o el público en general.

Figura #18: Cuadro explicativo de la situación del material actual promocional y del material en desarrollo, utilizado para las actividades culturales.
Realizado por: Gabriela Mármol

Las herramientas que se utilizan para promocionar un servicio son muy importantes en el proceso turístico, deben llevar de forma clara el mensaje para lograr el objetivo que cada actividad cultural tiene en el plan de desarrollo comunitario.

El material promocional proporcionado por las organizaciones a cargo de los eventos culturales, está formado principalmente por medios impresos: afiches, boletines y flyers; en algunas ocasiones la promoción se ha realizado a través de videos o de entrevistas televisivas.

En cuanto a la distribución del material promocional; María José Garzón, Coordinadora de Promoción de Mercados Nacionales de Quito Turismo, afirma que los eventos están dirigidos a toda la ciudadanía y que los medios impresos como afiches de convocatoria se han colocado en diversos puntos de la ciudad como calles, instituciones, restaurantes, alrededores del Centro Histórico. Es decir, que la información que se brinda a la sociedad como forma de promoción y publicidad es general, pues son actividades que tienen una programación para todas las edades y tienen una oferta variada.

Aquí se presentan algunos ejemplos de los medios impresos y digitales utilizados como promoción:

Afiches

Los afiches son colocados en muros, paredes y postes alrededor de la ciudad; en carteleras de colegios y universidades y en sectores públicos como cafeterías, edificios culturales; en redes sociales.

Características en común que presentan los afiches analizados a continuación:

- Uso de fotomontaje de personajes y elementos del evento.
- Logos de auspiciantes
- Logo de la organización o fundación a cargo del evento
- Contactos y redes sociales

Afiche 1

- Diagramación: 3 columnas y 7 filas
- Un solo color de fondo
- Más texto que imágenes
- La información de la *Fundación Quito Eterno* no resalta

AFICHE 1



Afiche 2

- Diagramación: 2 columnas y 6 filas.
- Logo de Noches Patrimoniales no específico.
- Uso de varios elementos en la composición.
- Colores de fondo, en tonos similares.

AFICHE 2

Uso de *Serif* y altas en titulares

Uso de *San Serif*, altas y bajas en texto informativo



Fotomontaje

Foto de personaje

Logos de auspiciantes

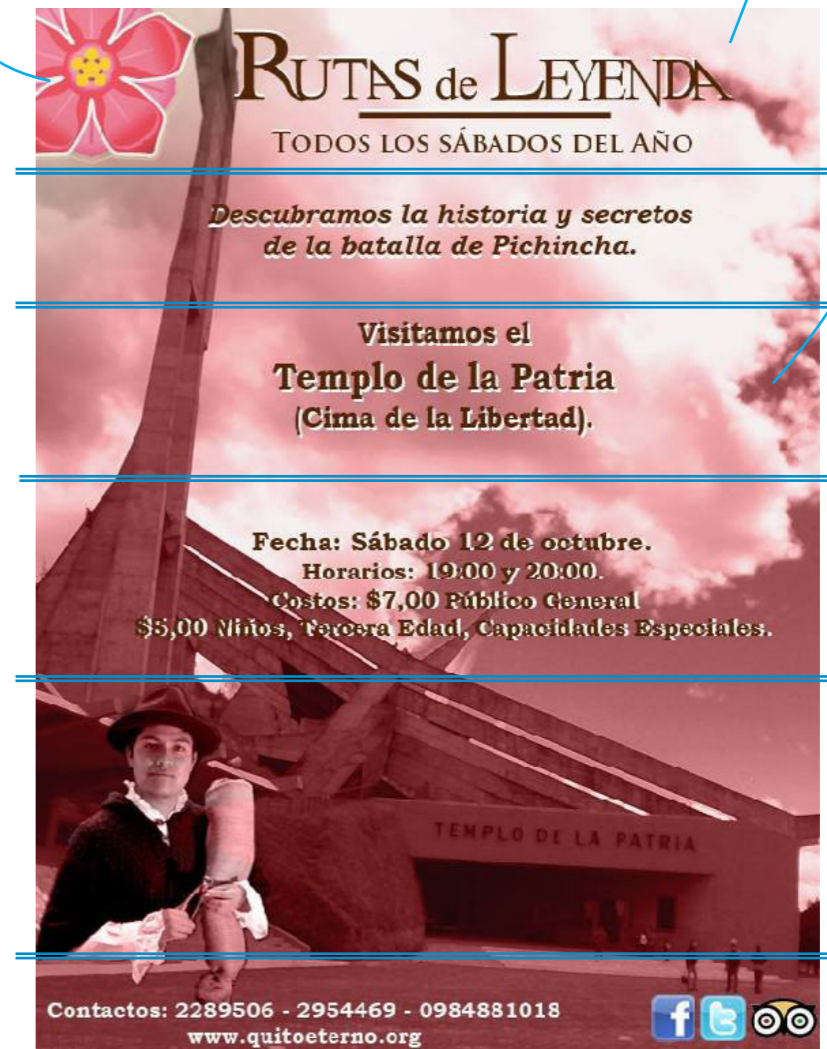
Afiche 3

- Diagramación: 1 columna y 6 filas
- Información puntual sobre el evento
- Contactos y redes sociales especificados
- Edición de fotografía utilizando filtros y manejo de color

AFICHE 3

Logo Quito Eterno

Tipografía *Serif* para titular y texto en general



Los afiches representan un medio informativo, pero al presentar elementos visuales y datos de varios eventos culturales en una sola composición, genera confusión al usuario.

Flyers

Los flyers se puede encontrar en locales al rededor del Centro Histórico, en especial en la tienda el *Quinde* lugar donde se adquiere souvenirs e información sobre turismo, las Noches Patrimoniales y las *Rutas de Leyenda*.

- No se utiliza demasiado texto, solo se utiliza para especificar algunos datos, como el nombre del evento, una frase relacionada y los días del evento.



Boletines

Los boletines se presentan en las redes sociales y vía mail (en caso de ser seguidor en las redes sociales de Noches Patrimoniales o Quito Eterno). Al igual que los afiches representan un medio informativo, pero de igual manera presentan elementos visuales e información de varios eventos culturales a la vez, generando confusión al usuario.

- Diagramación, contenido y estructura muy similar a los afiches.
- Misma información que en afiches.
- Uso de ilustraciones o fotografías.
- En el fondo se utiliza una fotografía (sector del Centro Histórico de Quito) con un efecto de transparencia.

Franja de color blanco que identifica el elemento como Boletín

Boletín 018- 2012
Sábado 27 de junio

NOCHES PATRIMONIALES
CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

BOLETÍN agenda semanal

Fiesta de Música
Sábado 30 de junio
Plaza Grande
19h00

Bandas invitadas:
✓ Funky Sound
✓ Reductor Sónico
✓ Litio
✓ Oldson Remain

Cine Consciente Desde las 15h00
Película 1: Camino - Película 2: Black (Incluye Slide Pizza, Kombucha y Pop Korn)
Centro Cultural Govindas (Esmeraldas Oe3-19 y Venezuela) (\$3)

Quito Eterno 19h00 - 20h00
Recorridos Teatralizados hacia los tesoros imprescindibles de Quito
Tesoro: Observatorio Astronómico (Punto de encuentro Tienda El Quinde) (\$7 y \$5)

Bicipaseos Patrimoniales 18h30
Ruta La Villaflora y Fiesta de la Música
Punto de encuentro Plaza Foch (Gratis)

Quito Tour Bus 18h30
Recorrido panorámico de aproximadamente 2 horas
Punto de encuentro: (Boulevard NNUU) (\$11 y \$16)

Quito y el régimen Colonial 18h00 - 21h00
Exposiciones permanentes: Sociedad antigua, Quito y el Régimen Colonial.
Un nuevo orden social se abre paso. La vida y la muerte en el Hospital San Juan de Dios (Museo de la Ciudad, García Moreno y Rocafuerte) (Gratis)

En 4x3 parqueaderos horas del Centro Promoción válida para Noches Patrimoniales

Quito Turismo www.quito.com.ec
BORGHO CENTRO HISTÓRICO DE QUITO
www.quito.com.ec
Información: 2572 44

El Quito que queremos

Producción: BICIACIÓN

Videos

Los videos se encuentran en la plataforma de youtube, muestran comerciales o reportajes realizados por periódicos o canales de televisión. No todas las personas pertenecientes al grupo objetivo conocen sobre éstos videos.



<http://www.youtube.com/watch?v=Je-JaqSf-SU>

Como se puede observar el material tiene características específicas y generales en cuanto a formato, diagramación, uso de elementos, tipografía, color, entre otras; esto no quiere decir que está mal el uso de estas piezas gráficas, lo que se quiere lograr es diseñar algo diferente dirigido al grupo objetivo y que además se enfoque en una de las actividades culturales, *Rutas de Leyenda Temáticas*.

La concurrencia a las actividades culturales en el Centro Histórico de Quito aumentó a finales del año 2011; logrando que la asistencia aumente de 80 a 200 personas en varios eventos. Estos datos nos confirman que los proyectos con visión social y de rescate cultural tienen gran acogida a nivel de toda la comunidad. Para poder actuar en beneficio de este espacio se implementará un sistema de información diseñado en base a lo que prefiere el grupo objetivo, de manera que se convierta en material específico con información directa sobre las actividades culturales, en este caso los recorridos *Rutas de Leyenda*, para generar interés en eventos, actividades y proyectos culturales.

3.1.1 Percepción de los jóvenes frente a la actividad promocional de las Rutas de Leyenda

Ya que las piezas gráficas a realizarse van dirigidas específicamente a jóvenes adolescentes (14 -17 años), se estableció un análisis de las características que definen al grupo objetivo. A continuación se presenta un cuadro donde se definen las características más representativas del grupo objetivo:

JÓVENES	
<p>Los rasgos cognitivos tienen que ver con la forma en que los estudiantes estructuran los contenidos, forman y utilizan conceptos, interpretan la información, resuelven los problemas, seleccionan medios de representación (visual, auditiva, etc.)</p> <p>http://www.monografias.com/trabajos91/losestilosdeaprendizaje.shtml</p>	<p>Mujeres: Describen colores con más detalle, mayor visión periférica, distinguen sonidos más agudos, capacidad de percibir y visualizar mejor los detalles, mejor memoria visual.</p> <p>Hombres: Visualización con claridad a larga distancia, gran sentido espacial y orientativo, no perciben con la misma intensidad los colores cálidos (en la noche), limitan la variedad de colores.</p>
<p>Características Físicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relación entre atractivo físico y aceptación social - Aceleración en el ritmo del crecimiento - Cansancio y apatía permanentes - Pueden afectar de forma decisiva al desarrollo emocional e intelectual 	<p>Características Psicológicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - La imaginación es productiva y refleja la realidad - Necesidad psíquica de comunicar sus propias ideas y experiencias - Se interesan por: relaciones personales, amigos, videojuegos, lectura, cine, televisión. La ciencia, el arte, la religión, la ética, la política para configurar una concepción e imagen del mundo y satisfacer sus necesidades de conocer. - Sus vivencias emocionales son ricas, variadas, complejas y contradictorias con los adultos y con los coetáneos - Predomina un desarrollo de la valentía, independencia, decisión e iniciativa. - La opinión del grupo tiene más valor que la de los padres y maestros. (conciencia moral) - Inestabilidad emocional
<p>Características Sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> - El gusto por el recogimiento. Orienta sus reflexiones hacia el futuro y sus preocupaciones diarias - Repulsión hacia todo aquello que pueda limitarlo o hacer perder su originalidad. - Aparecen otras actividades de tendencia social (artística, laboral, deportiva, recreativa, etc.), las cuales se realizan en grupo. - Los espacios donde son posibles los intercambios e interacciones sociales se expanden de manera extraordinaria, mientras, por otra parte se debilita mucho la referencia a la familia, en el proceso de adquisición de su autonomía personal. 	<p>Características Cognitivas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Completo desarrollo del Pensamiento Abstracto, para formación de conceptos, solución de problemas - Aumento de reflexión sobre sus procesos mentales (METACOGNICIÓN) - Mejora la memoria y mejora el lenguaje - Están en condiciones de aprender, conectar y refutar ideas mucho más rápido (que los niños). - Utilizan el razonamiento deductivo/pensamiento hipotético. Jean Piaget *; pensamiento operacional formal (combinación de maduración y experiencia) <p>* Jean William Fritz Piaget (Neuchâtel, 9 de agosto de 1896 - Ginebra, 16 de septiembre de 1980) fue un epistemólogo, psicólogo y biólogo suizo, creador de la epistemología genética y famoso por sus aportes en el campo de la epistemología genética, por sus estudios sobre la infancia y por su teoría del desarrollo cognitivo y de la inteligencia.</p>
<p>Intereses Actuales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ver TV, escuchar música y radio son actividades frecuentemente realizadas. Las menos populares son: visitar exposiciones, teatros y museos. - Se puede apreciar en la acción de grupos la diferenciación de gustos y preferencias, pero a pesar de esto se termina por expresar afinidades electivas definiendo circuitos de cosumos culturales. 	

Figura #19

Cuadro: Características de los jóvenes adolescentes. Realizado por Gabriela Mármod
Fuentes: Juana María Álvarez J. (2010). "Características del Desarrollo Psicológico de los Adolescentes". Córdoba.

3.1.2 Características de las piezas gráficas promocionales propuestas

La opinión de los jóvenes en el desarrollo del proyecto es importante ya que el resultado va dirigido a ellos, es por eso que sumado al análisis de las características e intereses que se presentó en el punto anterior, se realizaron encuestas en relación a la importancia, preferencia y valor que le dan a ciertos elementos que deben presentar las piezas gráficas.

Encuesta 3 (Anexo página 130)

La encuesta se realizó bajo los siguientes parámetros:

- Numero de encuestados: 250 personas (hombres y mujeres), cantidad obtenida de acuerdo al porcentaje de jóvenes adolescentes entre 14 y 17 años de edad, que habitan en la provincia de Pichincha basados en el último censo realizado por el INEC.
- El objetivo es determinar las características que los jóvenes toman en cuenta al elegir y conservar una pieza gráfica publicitaria.
- Compuesta de 2 preguntas; una de opción múltiple y otra de jerarquización, para definir el objetivo con mayor claridad.

Resultados encuesta #3

¿A través de qué medio obtiene información sobre éstas actividades?

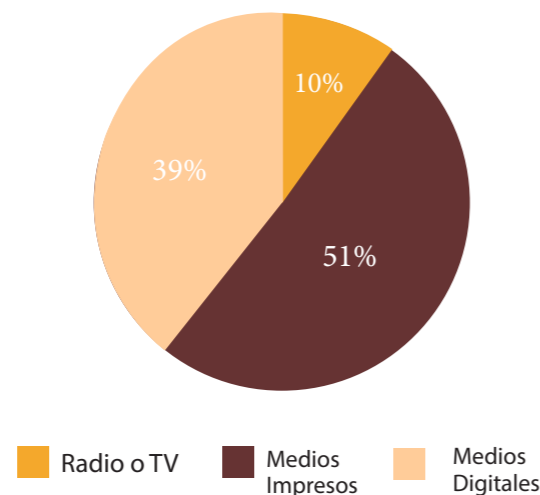


Figura #20: Cuadro de porcentaje sobre medio de información de actividades
Realizado por: Gabriela Mármol

Para realizar la composición gráfica, se debe tomar en cuenta los elementos gráficos que se van a utilizar y lograr que al momento de combinarlos puedan aportar un significado y transmitan un mensaje claro. No existe normas definidas para elegir los elementos visuales que formarán parte de un composición, estos deben ser elegidos de acuerdo a las necesidades del cliente, empresa o usuario; los elementos pueden ser imágenes, texto, ilustraciones, color, tipografía, entre otros; que deberán ir organizados dentro de un soporte y formato elegido de acuerdo a la necesidad y mensaje que se desee transmitir. Por estas razones, en la encuesta se eligieron las características en base a los elementos principales utilizados en las piezas gráficas promocionales que existen en la actualidad y que son requeridos para formar el concepto del mensaje.

Orden de importancia de los elementos de las piezas gráficas publicitarias

MATERIAL	4
USO DE COLOR	5
IMÁGENES/ILUSTRACIONES	3
TIPOGRAFÍA	6
ORIGINALIDAD	1
MENSAJE	2

Figura #21: Cuadro de jerarquización de las características principales del producto
Realizado por: Gabriela Mármol

Al obtener estos resultados se reafirmó la visión principal que tiene el proyecto, es decir la interacción entre original, dinámico y lúdico con el mensaje que se quiere transmitir; al unir estas características se logra complacer las expectativas del grupo objetivo cumpliendo la posición del sistema de mercadeo turístico; los elementos que continúan el orden en la tabla no son menos importantes, de hecho son parte fundamental que ayudara a complementar el sistema de manera crítica y siempre respetando lo que los jóvenes piden como actores sociales.

3.2 Análisis de piezas gráficas

“La tecnología no suplanta la base y los fundamentos del dibujo, como la composición, el color, etc. El ordenador es sólo un instrumento más para ayudar a llevar a cabo este medio de expresión”.
Jeffrey Lai

El diseño gráfico promocional o publicitario es uno de los métodos más utilizados para generar nuevos clientes, se lo puede desarrollar en una amplia variedad de piezas aplicadas en distintos soportes y surge de la necesidad de brindarle información al cliente y motivarlo a la compra del producto o uso de un servicio. “El diseño gráfico y la

publicidad comparten un objetivo común: informar al público de los bienes, servicios, acontecimientos o ideas que alguien cree que les pueden interesar. Sin embargo, el diseño gráfico busca únicamente aclarar el mensaje y transformarlo en una experiencia emocional.” (Samara T., 2008, p.58)

En base a la definición de diseño gráfico promocional se diseñaron 4 piezas gráficas para promocionar las *Rutas de Leyenda Temáticas y Educativas*, actividad que es la plataforma de desarrollo del proyecto. El objetivo es lograr que el material diseñado sea distinto tanto en soporte como en diseño, en relación al material ya existente; saliendo de lo tradicional en cuanto al material promocional actual, mezclando medios impresos y digitales de diferentes soportes y formatos.

En cuanto a la publicidad impresa, es un medio más eficaz que la televisión o el internet, en ciertos casos, ya que el producto se convierte en una herramienta del fácil acceso y se interactúa con el cliente o grupo objetivo de una manera más directa, es de fácil acceso en pequeñas y grandes cantidades, su contenido es preciso, se lo puede conservar el tiempo suficiente para comprender y asimilar el mensaje y así marcar la permanencia de dicho mensaje.

A pesar de que los medios digitales han causado controversia en relación a su uso en especial por parte de adolescentes y jóvenes pues a limitado la comunicación y la interacción personal, un medio digital puede representar una herramienta útil para el aprendizaje o entretenimiento cultural de la sociedad; en el caso del proyecto el elemento digital planteado, por ser parte del conjunto de piezas gráficas dependerá de las otras para obtener un valor característico, además ayudará en el campo de la educación de los jóvenes.

Las piezas gráficas que forman el material promocional son 4:

- Calendario de rutas y pins (botones): elementos importantes para conocer las fechas exactas y los sitios que se visitarán durante el recorrido, los dos elementos servirán como piezas que se apoyan mutuamente para generar la actividad lúdica.
- Libro digital (dentro de un CD): pieza que recopila información de la *Fundación Quito Eterno* y la información del recorrido *Rutas de Leyenda Temáticas*.
- Díptico: servirá como material de apoyo para los profesores del Ciencias Sociales y para padres de familia, para conocer sobre la actividad cultural que ofrece *Quito Eterno*, además para conocer sobre el proyecto realizado y los beneficios que presenta.

Las piezas gráficas constituyen el material que es dirigido para jóvenes adolescentes de 14 a 17 años de edad para promocionar las visitas guiadas en el Centro Histórico denominadas Rutas de Leyenda, organizadas por *Quito Eterno* como parte de los eventos de las Noches Patrimoniales.

3.2.1 Características del Dadaísmo aplicadas en el diseño de los productos promocionales

“En toda actividad dadaísta debía verse un acto de provocación. Sus exponentes buscaban, destruir el arte establecido, recurriendo a diversas estrategias, se burlaban de los objetos artísticos que habían sido venerados durante siglos y tomaban objetos de uso cotidiano como botellas, ruedas de bicicleta, lavabos, etc., presentándolos como objetos artísticos.” J. Cantú

El dadaísmo es un movimiento cultural que surge en el año 1916 en Suiza, siendo los principales representantes Hugo Ball, Tristan Tzara, Marcel Duchamp y Kurt Schwitters. Busca renovar las formas de expresión mediante el uso de materiales distintos transmitiendo características que representan a este nuevo período; las mismas que están basadas en la idea de romper esquemas o destruir pensamientos comunes.

El collage y el fotomontaje, son utilizados como técnicas principales, son la expresión más representativa del movimiento usándolos como herramienta para plasmar una realidad; implementando frases aisladas, palabras y pancartas.

Los elementos utilizados son objetos de desecho cotidiano y material visual sacado de los medios de comunicación impreso, que al juntarlos forman piezas artísticas.

La tipografía, la diagramación y el collage son algunos de los elementos que se utilizan en la composición de las piezas gráficas, basados en el concepto y técnicas del Dadaísmo; utilizándolos como hilo conductor para el desarrollo del diseño.

3.2.1.1 Análisis de ilustraciones e imagen

Las ilustraciones son imágenes o componentes gráficos que se relacionan a palabras o textos establecidos en libros, folletos o cualquier representación escrita; por ésta conexión las ilustraciones son un complemento importante que sirve como una forma de transmitir un mensaje, además de ser una herramienta para realzar una idea dentro del texto.

La ilustración está organizada en grupos de acuerdo a 3 factores principales: género, técnica y uso. A continuación se presentan los 3 grupos con su respectiva división:

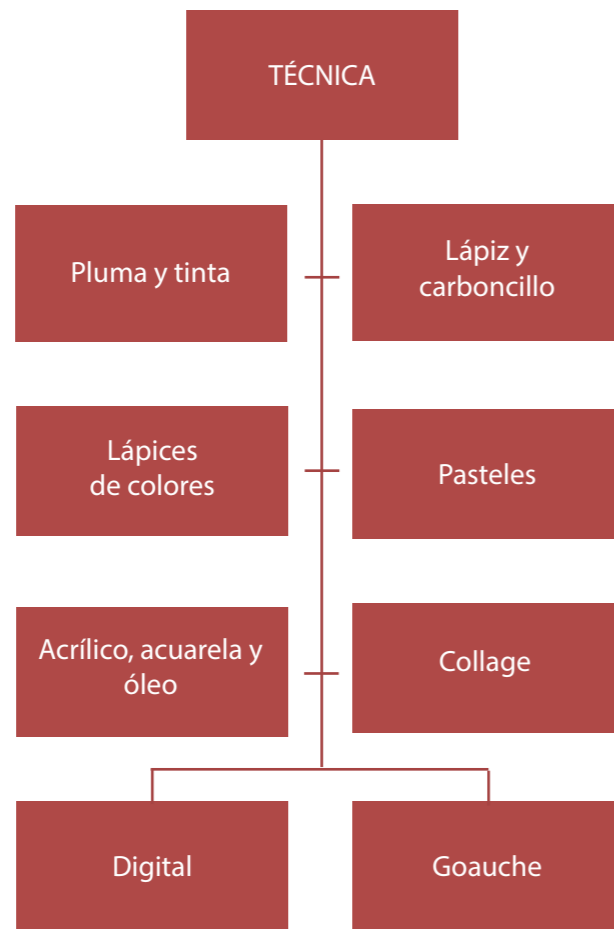


Figura #22: Clasificación de la Ilustración según la técnica que se utiliza
Realizado por: Gabriela Mármol, datos obtenidos de Lambert S. (1999). El dibujo técnica y utilidad. Nueva York



Figura #23: Clasificación de la Ilustración según el uso
Realizado por: Gabriela Mármol, en base a artículo publicado en Ilustración editorial y publicitaria, por Quiles, C., Machado, P. y Losada, J.M.



Figura #24: Clasificación de la Ilustración según su género
Realizado por: Gabriela Mármol, en base a artículo publicado en Ilustración editorial y publicitaria, por Quiles, C., Machado, P. y Losada, J.M.

La evolución de la tecnología es una herramienta ayudó a ilustradores a desarrollar de mejor manera su técnica, ya que permite que los detalles de cada imagen sean más realistas (según el tipo de ilustración y lo que se quiere mostrar) presentando mejor calidad.

Las tendencias en cuanto a la ilustración en la actualidad se enfocan más en el uso de las nuevas tecnologías ya que les permite el manejo de imágenes vectoriales, las mismas que al adaptar cada uno de sus vectores logran formar verdaderas obras de arte. La composición visual en cuanto al diseño tiene como finalidad llamar la atención y conservar originalidad.

Las nuevas tendencias se clasifican en 3 grupos:



Figura #25: Tendencias en Ilustración
Realizado por: Gabriela Mármol

Las composiciones visuales se utilizaron para representar sitios, personajes y leyendas tradicionales; éstas imágenes son un conjunto de ilustración y fotografía formando un collage. Para decidir que tipos de ilustración y fotografía prefiere el grupo objetivo se realizó una encuesta, cabe recalcar que la encuesta se realizó no solo para definir el tipo de ilustraciones sino para establecer el grado de iconicidad que las mismas deben presentar.

Encuesta 4 (Anexo página 131)

La encuesta se realizó bajo los siguientes parámetros:

Numero de encuestados: 250 personas (hombres y mujeres, porcentaje obtenido en el último censo realizado por el INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>) hombres y mujeres, jóvenes adolescentes de la ciudad de Quito).

Los objetivos son: determinar qué tipo de ilustraciones prefieren los jóvenes y las características más representativas de las mismas, para tomarlas en cuenta al momento de desarrollar la propuesta gráfica.

Resultados encuesta #4, pregunta 1

Los resultados muestran la preferencia en un porcentaje similar, tanto de ilustraciones como de fotografías.

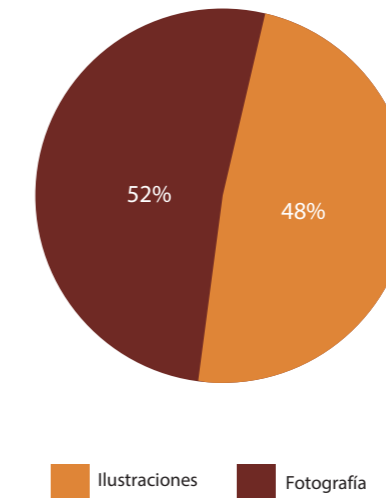


Figura #26: Imágenes en material promocional
Realizado por: Gabriela Mármol



Para poder elegir el tipo de ilustración que se utilizará, se realizaron encuestas al grupo objetivo para determinar características y grado de iconicidad de los gráficos. Las ilustraciones se utilizaron en los botones y en algunas secciones del libro digital como parte del collage. Los parámetros son los mismos de la pregunta #1.

En la pregunta 3, los jóvenes encuestados debían seleccionar de una a tres imágenes de entre 6 seleccionadas con el objetivo de analizar los detalles de una ilustración elegida y partiendo de ese resultado generar una propuesta para el producto promocional.

Las imágenes se eligieron de acuerdo a un análisis de características y técnicas utilizadas que diferencian a cada ilustración y sirve como dato para definir las preferencias del grupo objetivo.

Las características que se analizan son las siguientes:

- Tipo de trazo, es decir calidad, grosor, textura de la línea que se hace
- Tipo de representación, es decir realista, comic, abstracta, geométrica
- Colores
- Técnicas y materiales utilizados
- Composición, sencilla o compleja (análisis de elementos complementan a la imagen principal y como conjunto)

<p>IMAGEN 1</p> 	<p>Descripción</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imagen en blanco y negro, resaltando detalles con iluminaciones - Fondo de un color brillante - Trazo delgado, línea sin textura - Composición sencilla
<p>IMAGEN 2</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen a color, tonos oscuros - Trazo grueso, línea sin textura - Composición compleja, conjunto del personaje y varios elementos
<p>IMAGEN 3</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen a color, tonos similares que generan con traste entre ellos - No existe un trazo definido - Composición sencilla, personaje y pocos elementos

<p>IMAGEN 4</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen a color, tonos oscuros y tonos claros para iluminaciones - No hay un trazo definido - Composición sencilla, solo el personaje
<p>IMAGEN 5</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen a color, tonos oscuros y claros para iluminaciones - Trazo grueso, resalta el borde de los elementos - Composición compleja, varios elementos
<p>IMAGEN 6</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen a color, tonos oscuros y tonos claros - Trazos delgados en todos los elementos utilizados - Composición compleja, uso de varios elementos (cada uno en distintas técnicas)

Si elegiste ILUSTRACIONES, ¿Qué tipo de ilustración prefieres?
Elige máximo 2 opciones

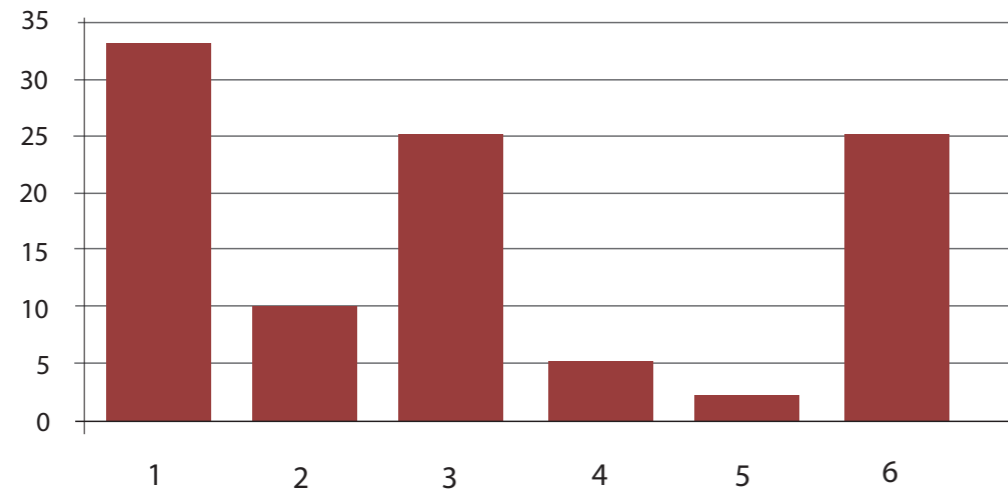
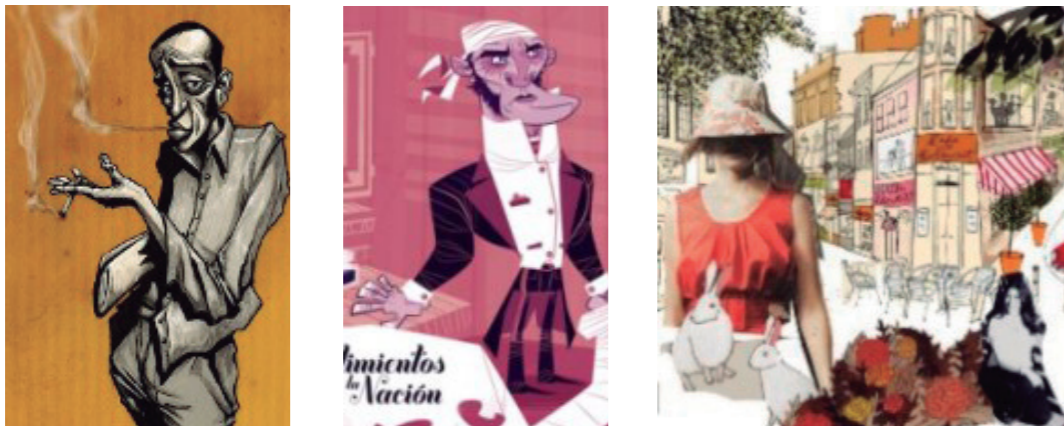


Figura #27: Selección de ilustraciones
Realizado por: Gabriela Mármol

Resultados encuesta #4, pregunta 3

Los resultados de la encuesta, reflejan la preferencia de tres tipos de imágenes:



Considerando las características y técnicas más representativas de las imágenes elegidas, se determina una lista que reúne los elementos a tomar en cuenta para el desarrollo de las imágenes en el proyecto, dichos elementos son:

- El trazo es delgado y sin presencia de algún tipo de textura, es espontáneo y sencillo.
- El uso de colores varía mucho en cada imagen seleccionada; fondos de colores luminosos, ilustraciones en blanco y negro, bicolor, colores en contraste con otros; conservando el tono de las imágenes reales.

- Representación de carácter realista en la ilustración; es decir cualquier elemento que se utilice tiene un parecido muy cercano al elemento real; incluyendo elementos básicos y esenciales de una composición: línea, color, contorno, dimensión, textura; es decir presentan un alto grado de iconicidad.

Según Charles Peirce, el ícono se caracteriza por guardar cierta semejanza con su referente, por lo tanto la iconicidad es el grado de referencialidad de una imagen con su original, es la relación de apariencias entre imagen y referente, tiene un significado icónico el cual denota un sujeto y establece una relación directa.

Pero, cómo llegar a un nivel alto de iconicidad? Justo Villafane (2006) en su libro *Introducción a la teoría de la Imagen*; explica que en la imagen hay tres hechos importantes: la selección de la realidad, elementos configurantes y una sintaxis (manifestación de orden) y que al momento de establecer estos tres hechos se logra llegar a los procesos de percepción y representación, en donde la percepción lleva a la representación de la realidad de una forma particular relacionando así el conocimiento con la imagen representada. Una representación es un enunciado sobre las cualidades visuales, y tal enunciado puede ser completo a cualquier nivel de abstracción (Arnheim, 1976, p.135); es decir, los rasgos más importantes son los que deben definir la imagen.

El color es un factor importante para definir un grado de iconicidad alto, ya que facilita la percepción de las formas de los objetos, es un elemento básico al elaborar un mensaje visual porque comunica ideas de forma rápida ayudando a desarrollar modelos mentales factibles siguiendo la consistencia, la simplicidad y la claridad que el color representa.

Las personas desarrollan el lenguaje de color conforme maduran, basándose en el uso común y cultural; equilibrando 2 características importantes:

“El color denotativo es la representación de la figura con su color natural, se relaciona directamente con las imágenes realistas. El color connotativo representa la acción de factores psicológicos simbólicos o estéticos; es un componente estético que afecta a la percepción real de los elementos.” (Moles A. y Janiszewski L., 2012, s.p.)

A continuación se presentan algunos ejemplos de las ilustraciones utilizadas en los botones y en algunas secciones del libro digital:

PINS/BOTONES

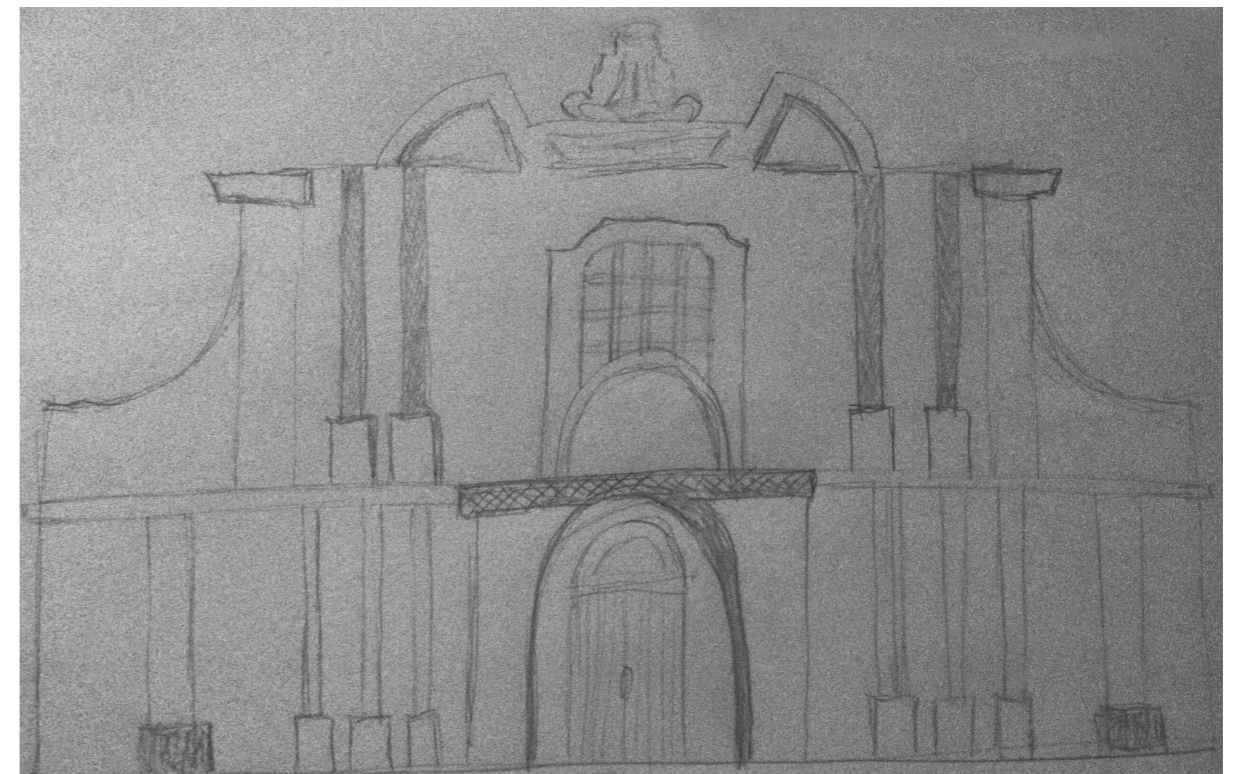
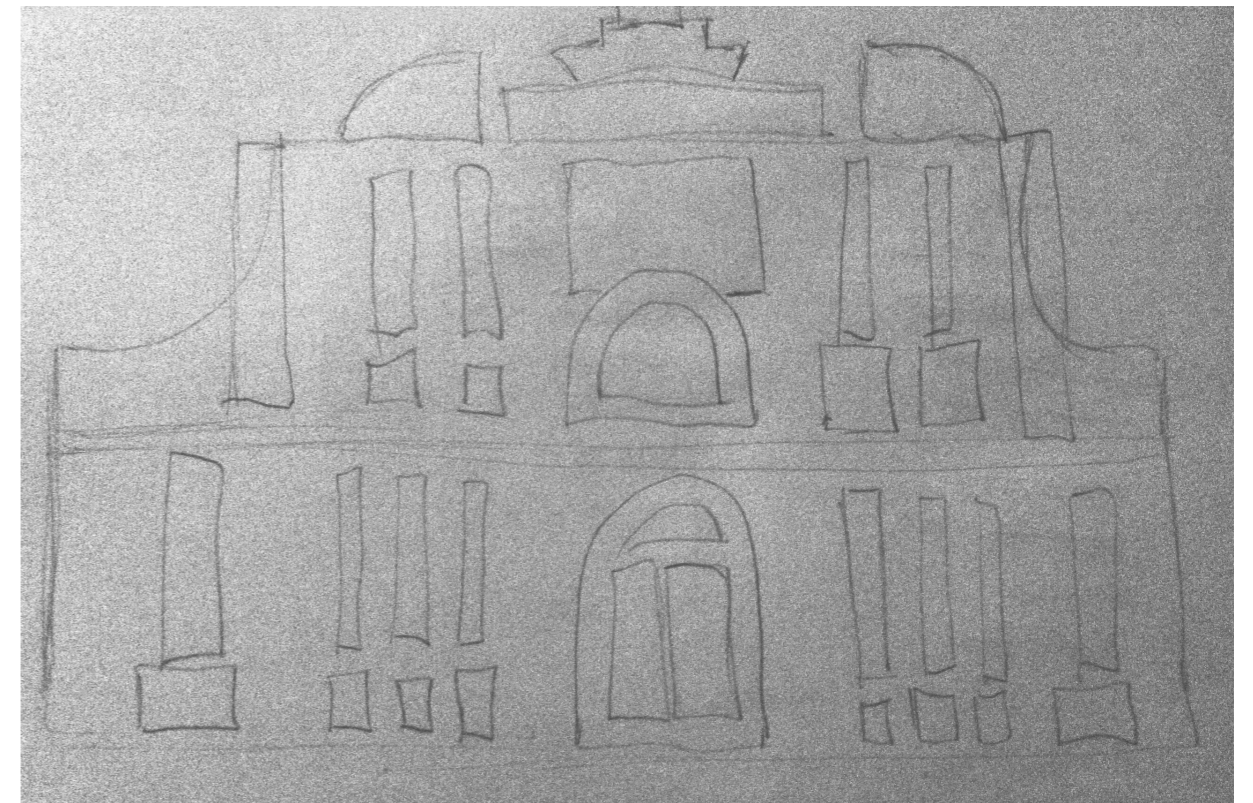
Los botones promocionales llevarán una representación de los sitios; plazas, iglesias y museos; que se visitan durante las rutas culturales en las visitas guiadas.

Iglesia Compañía de Jesús

Fotografías de la Iglesia Compañía de Jesús



Bocetos de la Iglesia Compañía de Jesús, realizados por Gabriela Mármol



Boceto final

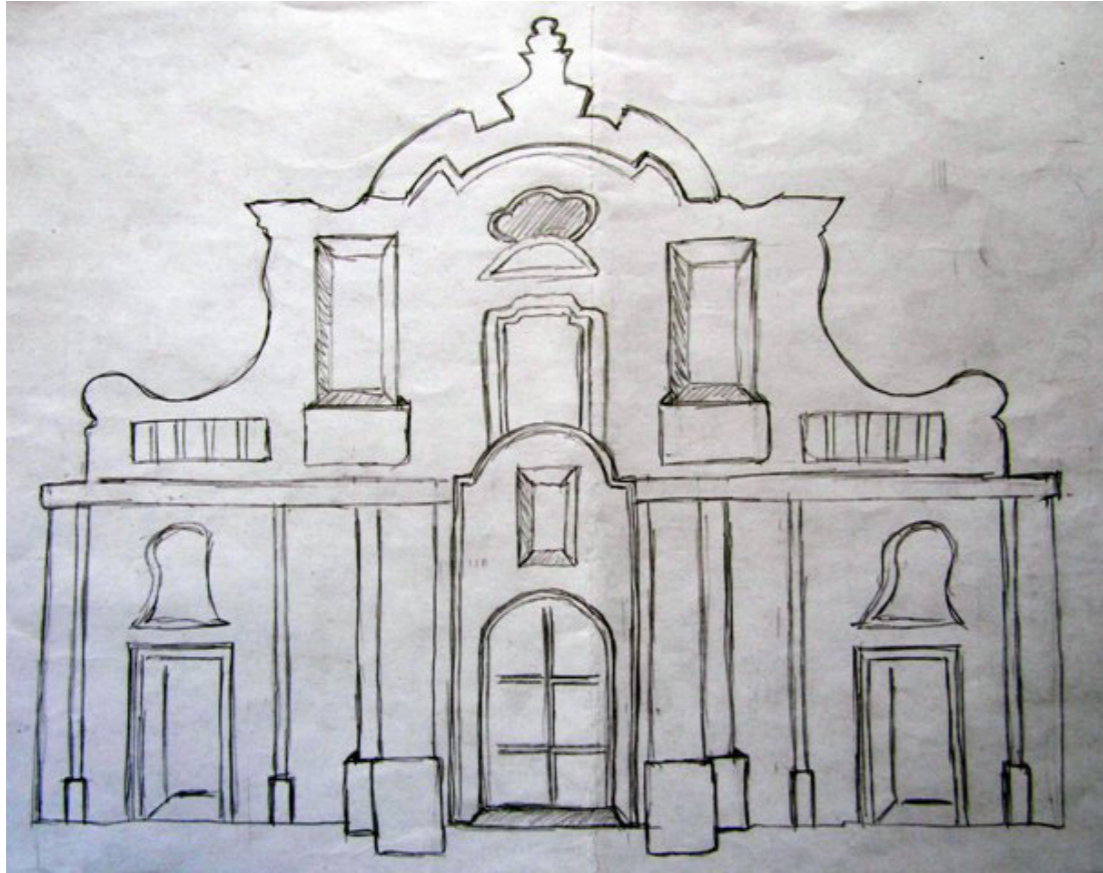


Ilustración final de la Iglesia Compañía de Jesús, realizada por Gabriela Mármol



Plaza/convento San Francisco

Fotografías/ejemplos de la Plaza/convento San Francisco





Boceto final



Ilustración final de la Iglesia Compañía de Jesús, realizada por Gabriela Mármol

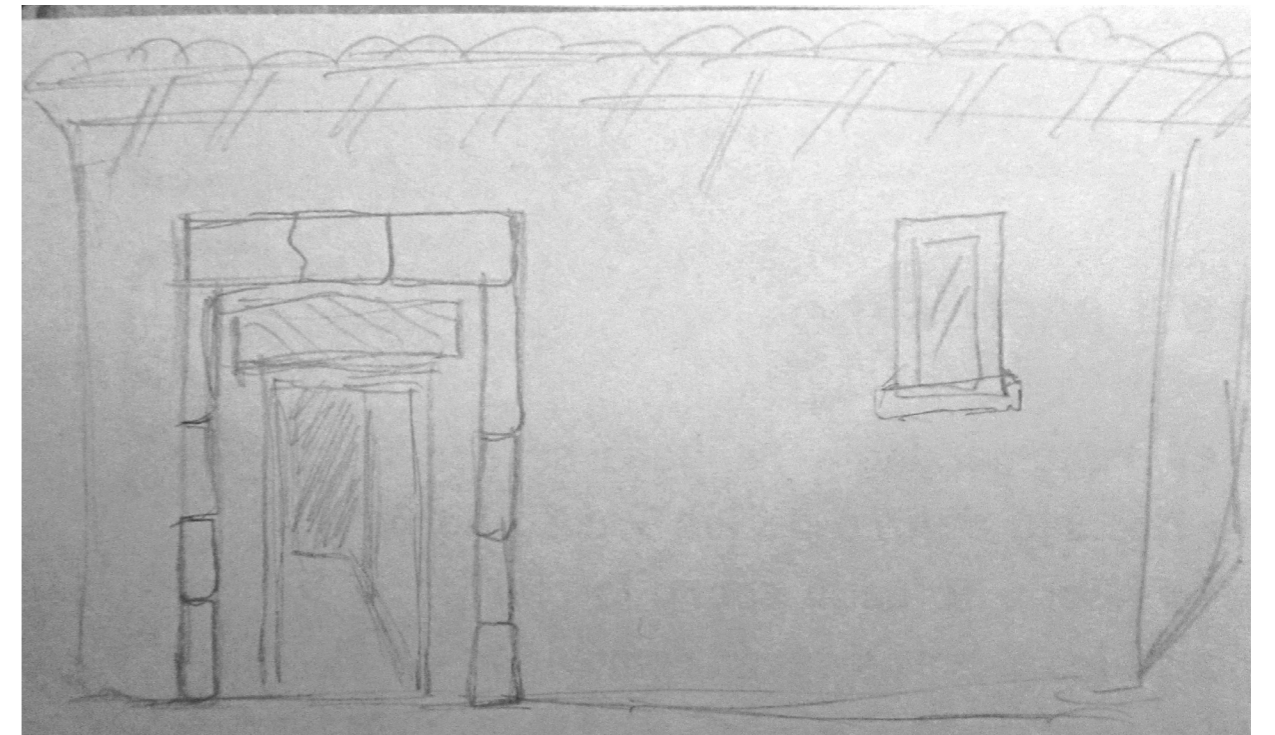


Museo Muñoz Mariño

Fotografías del Museo Muñoz Mariño



Bocetos del Museo Muñoz Mariño



Boceto final

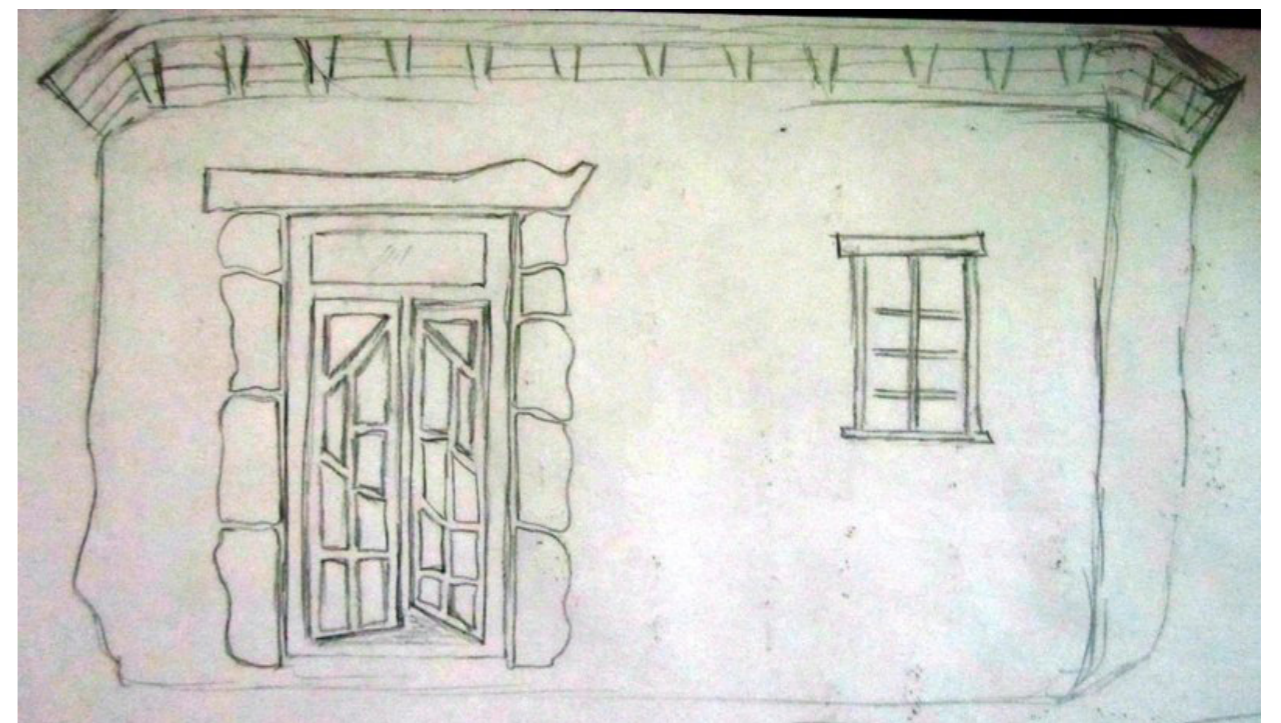
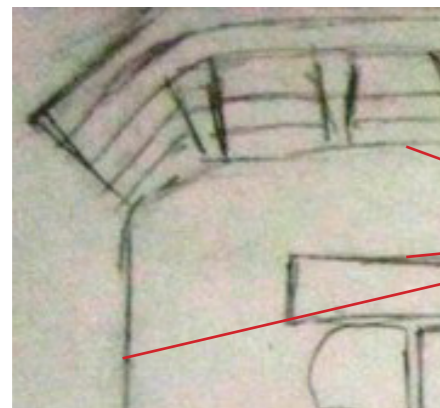


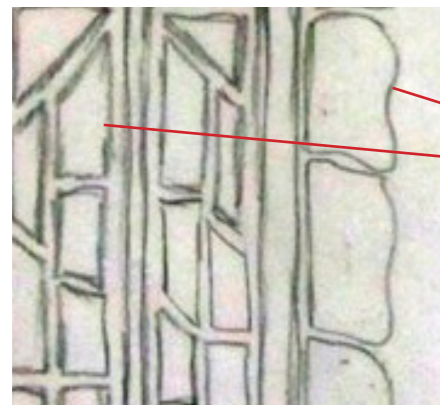
Ilustración final del Museo Muñoz Mariño, realizada por Gabriela Mármol



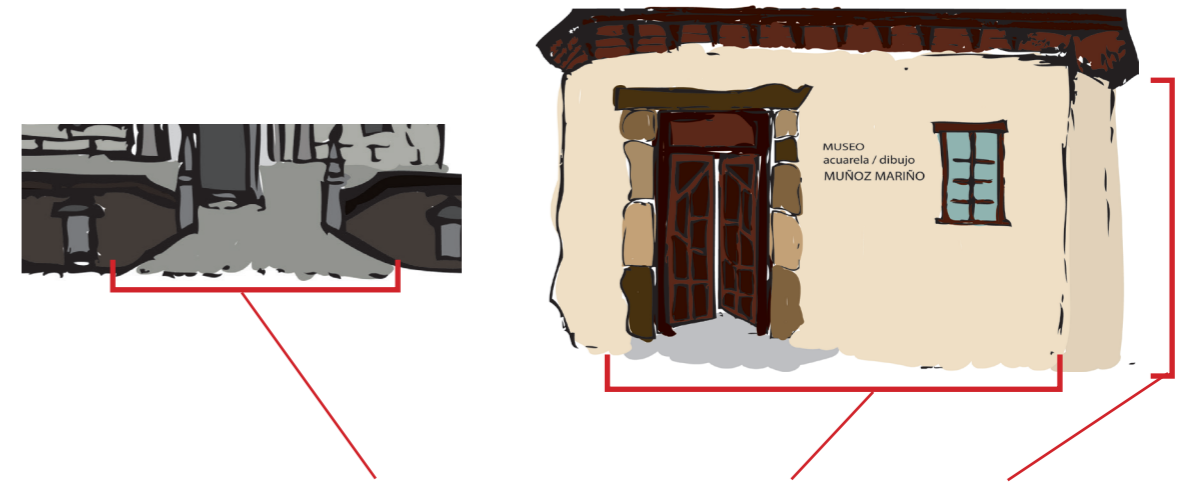
Análisis Ilustraciones



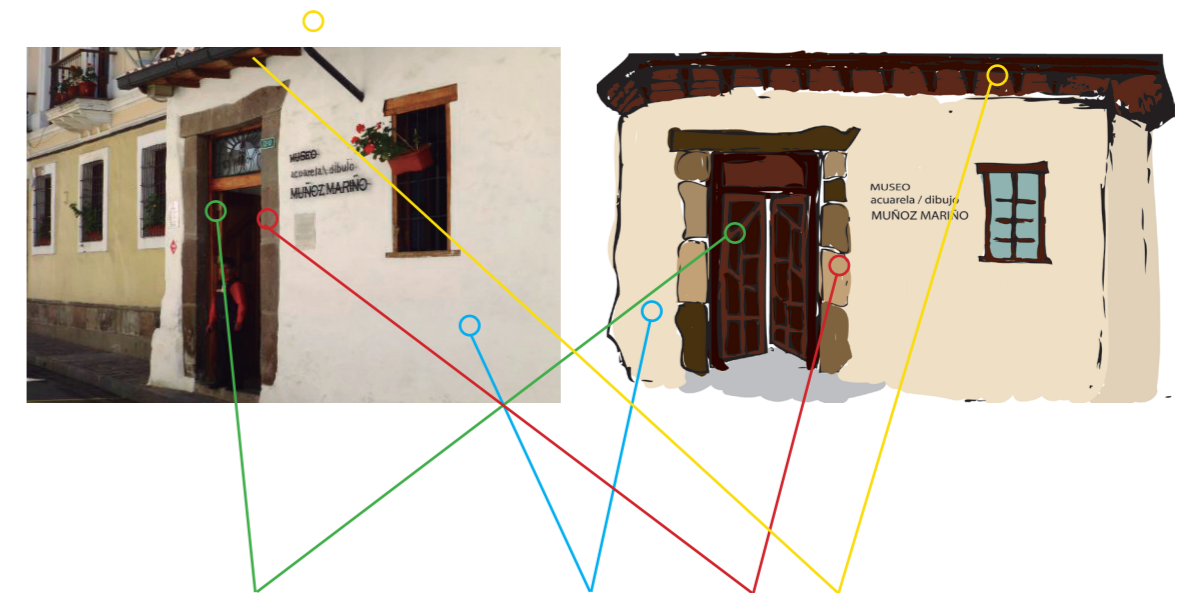
Trazos delgados y sin textura definida



Trazo no es lineal o recto, le da movimiento al borde y no hace estático al elemento



El trazo del borde de las ilustraciones no es completo, otorga una característica única a las imágenes; para completar la imagen se utiliza color.



El grado de iconicidad de las ilustraciones es alto, por lo tanto los colores que se utilizaron en las imágenes son similares al elemento real.

Los mismos parámetros y características que se utilizaron para las ilustraciones de los sitios de visita, se aplicaron en las ilustraciones de las leyendas, es decir tipo de trazo, grado de iconicidad y color.

LIBRO

Sección sitios

Ilustraciones utilizadas en los botones promocionales, representando lo definido anteriormente.

Sección leyendas

Ilustraciones que representan elementos o personajes representativos de cada leyenda. El trazo y los colores se manejan dentro del mismo eje que en el caso de las ilustraciones de los sitios de visita.

Leyenda “Cantuña” / Ejemplos varios autores



Ilustración por Kevin Torres
<http://ktpro.dibujando.net>



Ilustración publicada por Revista Leyendas / <http://revistaleyendas.blogspot.com/2010/07/cantuna-y-el-diablo-ms-paginas-pintadas.html>

Bocetos del Leyenda Cantuña

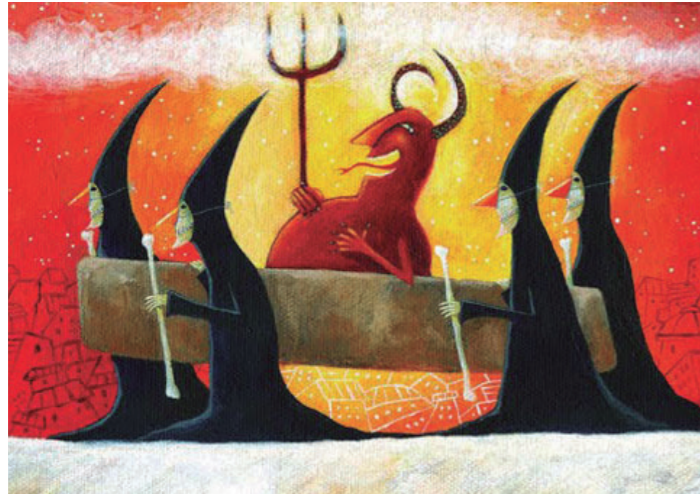


Ilustración final del Leyenda de Cantuña, realizada por Gabriela Mármol

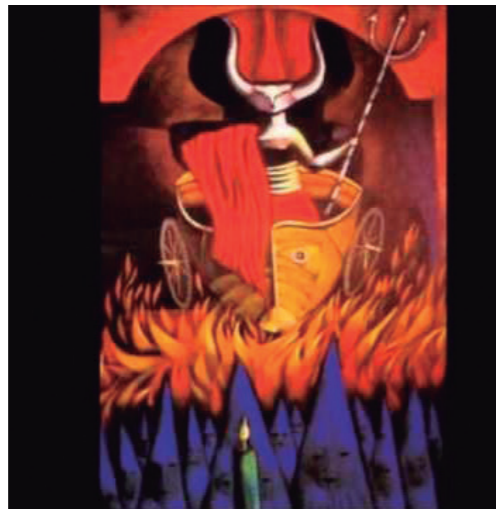


Leyenda “La Caja Ronca”

Ejemplos varios autores



Leyendas del Ecuador / <http://www.grafitat.com/2010/01/22/leyendas-del-ecuador/>



www.youtube.com

Bocetos del Leyenda La Caja Ronca



Ilustración final del Leyenda La Caja Ronca, realizada por Gabriela Mármol



3.2.1.2 Tipografía

Tipografía dadaísta

«La revolución tipográfica no fue un acontecimiento aislado sino que fue de la mano de una nueva conciencia política y social y consecuentemente, de la construcción de nuevos fundamentos culturales»
Herbert Bayer

La tipografía en el dadaísmo es uno de los elementos más importantes y característicos del movimiento; se buscaba una nueva forma de presentar la misma, basándose en la libertad e individualidad en la forma de expresión, se quería terminar con la tradición y establecer nuevos modelos de comunicación utilizando caracteres tipográficos de una manera distinta, se destaca por:

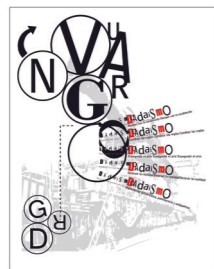
- Superposición de caracteres, representando la tipografía como imagen



- Combinación de varias familias tipográficas, cifras y signos



- Mezcla altas y bajas y proporción indefinida de las letras



Es decir, es un constante juego de cada elemento tipográfico aplicando su objetivo de generar algo distinto y generando una provocación mediante destrucción de un orden establecido.

Ejemplos Dadaísmo



Tipografía en las piezas gráficas

“La tipografía es el arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente.” (Morison, 1929, s.p.)

La tipografía es un elemento muy importante en el diseño de un producto gráfico, antes de su aplicación se debe hacer un estudio a profundidad de las características y estructura para hacer un uso correcto y no restar calidad a la composición final.

Ya que en el proyecto se desarrollo tanto piezas gráficas impresas como digitales se utilizó tipografías san serif y serif; las mismas que se aplicaron de acuerdo a la legibilidad necesaria de cada pieza.

La tipografía san serif, caracterizada por tener terminaciones en trazos verticales y diagonales; según diseñadores esta tipografía “proporciona tranquilidad, firmeza y autoridad, y gracias a sus terminaciones o remates en los extremos y los trazos finos permiten al ojo seguir una línea de lectura horizontal con facilidad en bloques de texto amplios en material impreso.” (Martínez, 2009, s.p.).

Tipografía *CASLON*;

Caslon

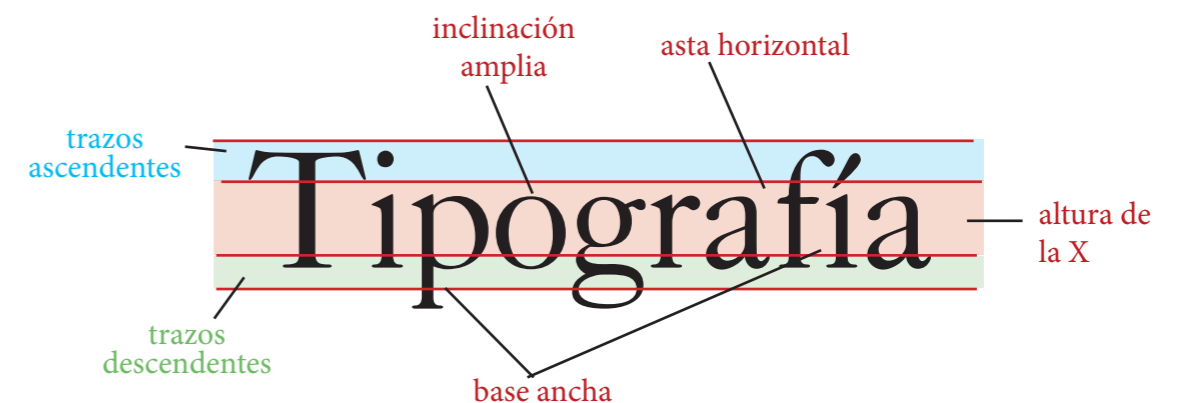
- Se origina en los tipos dibujados y fundidos por el tipógrafo inglés William Caslon.
- Producida de forma exclusiva por H.W. Caslon & Company.
- Usada ampliamente durante el siglo XVIII.
- Se publicó por primera vez en 1734 en un catálogo.
- Se caracteriza por tener terminaciones en ángulos rectos, modulación moderada.
- Reaparece con el surgimiento del movimiento Arts and Craft.
- Su trabajo fue influenciado por John Baskerville, era de fácil lectura y diseño simple.
- Perteneciente a la clasificación de Romanas Antiguas, dentro de las tipografías Serif.

Análisis tipografía Caslon



- Uña o gancho: final de un trazo que no termina en remate, sino con una pequeña proyección de un trazo.
- Lágrima o cola: asta oblicua colgante que forman algunas letras.
- Altura x: altura de las letras de caja baja (minúsculas) excluyendo ascendentes y descendentes.
- Ascendente: asta que contiene la letra de caja baja y que sobresale por encima de la altura X.
- Terminal: trazo en el extremo final de un asta, brazo o cola.
- Inclinación: ángulo de inclinación de un tipo.

La tipografía presenta caracteres con astas horizontales (brazos o barras) largos y una inclinación abierta, características que facilitan la lectura pues generan el interletrado y el interlineado amplio. Las terminaciones son de base ancha, generando una lectura horizontal. Los trazos, como en la mayoría de familias tipográficas Serif, son variables.



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

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! ; “ ” # \$ % & () = ¿ ?
. , : ; + - * /

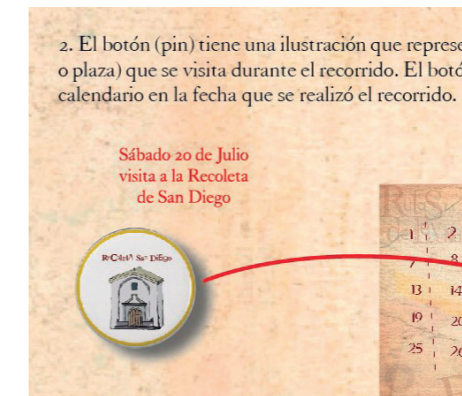
Uso de la tipografía *Caslon* en piezas gráficas impresas

Texto diptico

Las actividades lúdicas y las herramientas interactivas son consideradas como material de apoyo para el aprendizaje en escuelas, colegios e incluso en universidades.

El objetivo es generar interés en las actividades culturales del centro histórico de Quito, al asistir a las Rutas de Leyenda y utilizando el material promocional presentado, recibirán contenido cultural y educativo de una manera distinta, de forma que se logró cumplir el objetivo.

*Tipografía Caslon para texto general.
Tamaño de fuente 12 puntos.*



*Tipografía Caslon.
Tamaño de fuente 12 puntos.*

Botones (pins)



En el caso del elemento digital, es recomendable no utilizar tipografías serif para los bloques de texto largos por dificultará la lectura, es necesario que sea legible; por esta razón la tipografía *Caslon* se utiliza para algunos titulares:

Uso de la tipografía *Caslon* en piezas gráficas digitales

Nombres de personajes

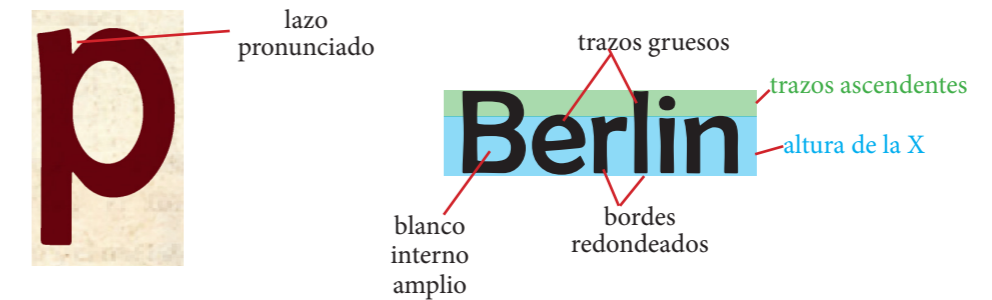
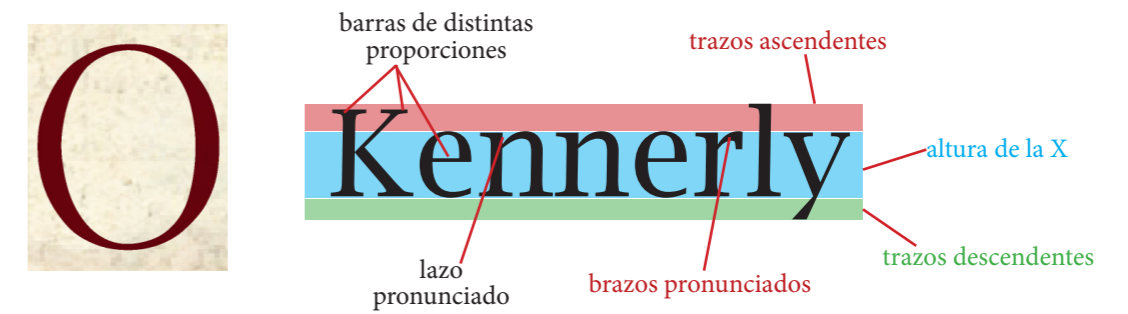
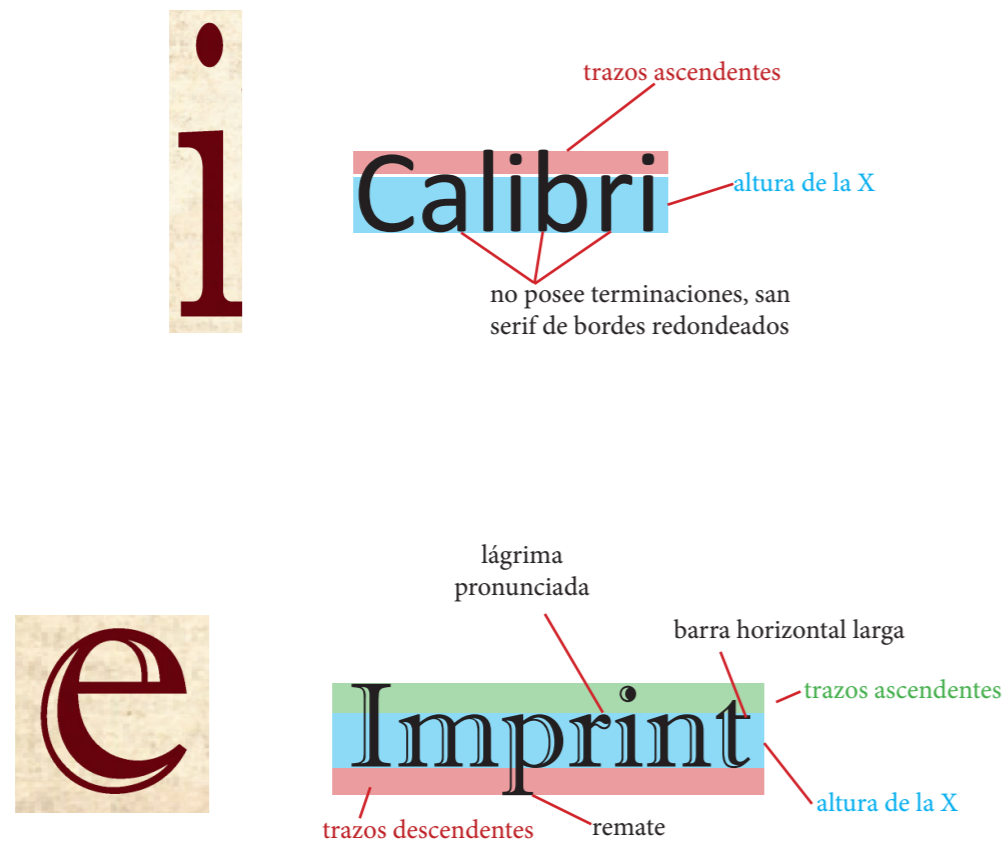


El proyecto en general tiene como base el movimiento cultural dadaísta, por esta razón se aplicó una tipografía que se haya implementado y desarrollado en el transcurso de éste movimiento cultural, es decir tipografías que se establecieron durante el siglo XX, el Dadaísmo se caracteriza por utilizar varias familias tipográficas en los productos que representaban.

Algunas de las tipografías desarrolladas en esa época son:

- Garamond (creada en el siglo XVI, reeditada en el siglo XX)
- Imprint
- Kennerly (diseñada en 1911)
- Berlin
- Calibri

Análisis de tipografías utilizadas en los titulares del texto



Uso de varias tipografías, titulares de secciones en el libro digital



La tipografía san serif es Vectora, utilizada en su mayoría en los textos del libro digital; ya que para web o publicaciones digitales se recomienda utilizar tipografías que no presenten terminaciones o "adornos" ya que creará ilegibilidad y un impacto negativo en los usuarios.

Tipografía *VECTORA*;

Vectora

- Adrain Frutiger, 1990.
- Inspirada en las tipografías sin serifs americanas de principios del siglo XX, especialmente en la Franklin Gothic y la News Gothic, ambas de Morris Fuller Benton.
- Tipografía elegante, monótona y visualmente equilibrada.
- Se aplica en textos largos y en aplicaciones de exhibición³⁵.

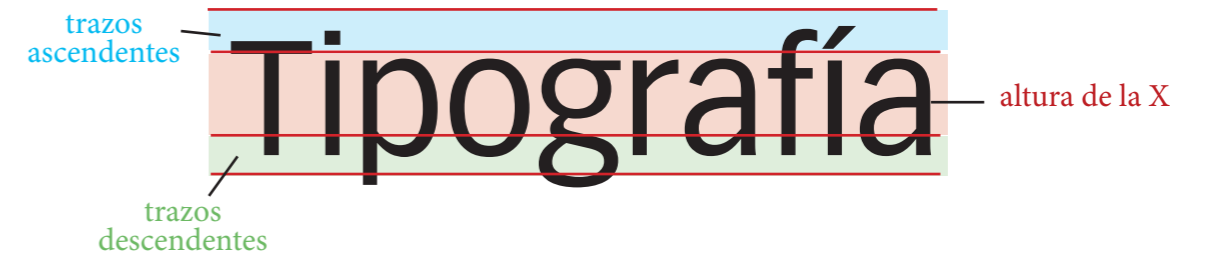
Los trazos estrechos economizan espacio, la uniformidad de su estructura genera una tipografía armoniosa y sobria.

La tipografía es elegante y visualmente equilibrada, es legible a tamaños muy reducidos debido a la altura de la "X"³⁶.

Análisis tipografía *Vectora*

no existen terminales en los caracteres

Vectora



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

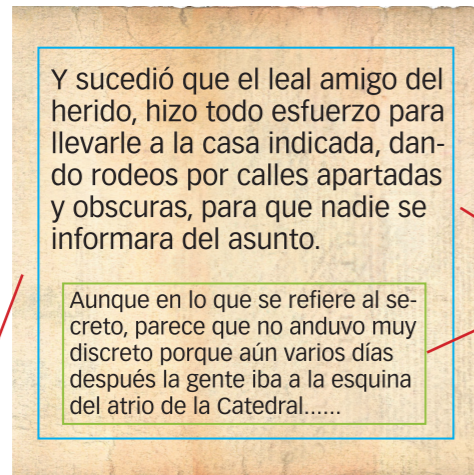
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! ; " ' " # \$ & () = ¿ ?
. , : ; + - * /

Uso de la tipografía *Vectora* en piezas gráficas digitales

Textos largos (leyendas, descripciones, textos sobre personajes)



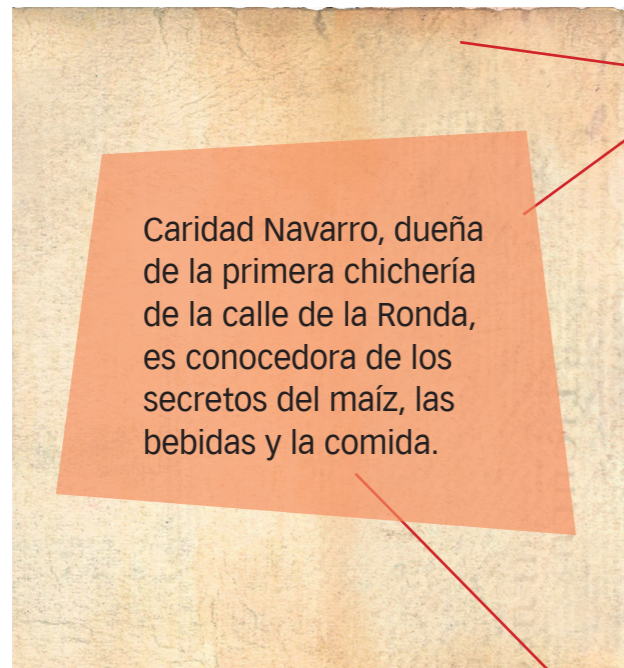
Y sucedió que el leal amigo del herido, hizo todo esfuerzo para llevarle a la casa indicada, dando rodeos por calles apartadas y oscuras, para que nadie se informara del asunto.

Aunque en lo que se refiere al secreto, parece que no anduvo muy discreto porque aún varios días después la gente iba a la esquina del atrio de la Catedral.....

Tamaño entre 12pt y 14pt (no menor de 12pt)

Algunas columnas son más angostas que otras (variación mínima de 2mm), generando más dinamismo y aplicando la lógica de ruptura de lo establecido que maneja el movimiento Dadaísta.

Un espacio para el interlineado (ayuda a que el texto no se convierta en un solo bloque rectangular, impidiendo una geometrización que haga densa la lectura).



Caridad Navarro, dueña de la primera chichería de la calle de la Ronda, es conocedora de los secretos del maíz, las bebidas y la comida.

Fondo en tonos claros y texto oscuro. Contraste entre fondos

No se utilizan itálicas, negritas, o textos subrayados para no dificultar la lectura y hacer que esa "decoración" haga perder el mensaje principal tanto en diseño como en comunicación. Alineación a la izquierda.

Titulares (leyendas) con características tipográficas dadaístas



Diferente tamaño de caracteres

el galliTo de
lA caTedraL

Uso de altas y bajas

Kerning (espacio entre letras) diferente

teMátiCaS

El titular, *Rutas de Leyenda*; se lo utiliza en varias piezas gráficas (calendario, libro digital y CD) ya que es el nombre del recorrido en el que el proyecto se desarrolla y lo que se quiere lograr es que el público (grupo objetivo) reconozca fácilmente dicho nombre.

Es una composición tipográfica (al igual que las composiciones presentadas anteriormente), que permite comunicar el nombre o denominación de algo, en este caso nombra a los recorridos *Rutas de Leyenda* que son parte de la propuesta o servicio que brinda la *Fundación Quito Eterno*; por lo tanto es considerada como una marca. La marca es "un nombre comercial, por el cual una empresa comercializa, personaliza u ampara sus productos o servicios. Se refiere al conjunto de signos visuales y verbales que elige para identificarse, signos que representan a dicha organización en la mente de los públicos" (Costa, 1999, p.59).

Existen tres tipos de marca; denominativas, figurativas y mixtas. La imagen utilizada en el proyecto es una marca denominativa, sus características son:

- Identificar un producto o servicio a partir de una palabra o un conjunto de palabras, no van acompañadas de ningún gráfico.
- Deben distinguirse fonéticamente de los productos o servicios de su misma especie; es decir, no deben tener semejanza con marcas que pertenezcan a productos o servicios de su misma especie o clase.
- Suele utilizar nombres propios.
- Se recomienda usarlas cuando se dirige el producto a un mercado masivo, esto ayuda a que la gente pueda recordar la marca.

Rutas de Leyenda

3.2.1.3 Selección de soporte (material) para las piezas gráficas, elementos promocionales no tradicionales

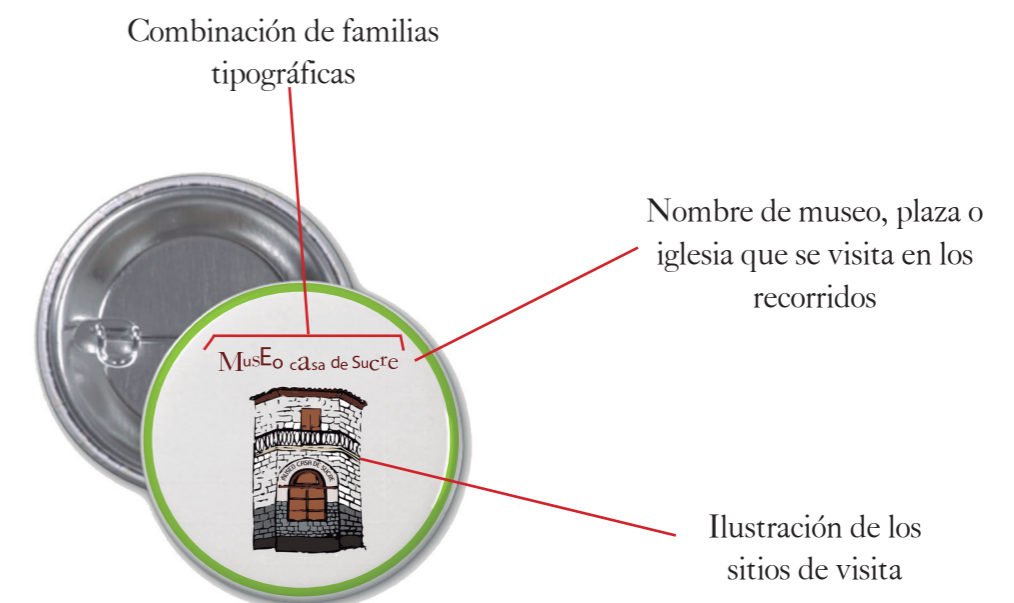
El proyecto se enfoca en crear material promocional que llame la atención de jóvenes, no solo por el contenido y mensaje sociocultural que comunica sino también por el diseño. Cada pieza gráfica está elaborada en un soporte distinto al que generalmente se utiliza para hacer productos promocionales, en especial los que existen la actualidad para promocionar las *Rutas de Leyenda Temáticas*, al romper con ésta linealidad se genera una forma NO tradicional en cuanto al uso de distintos soportes/materiales para promoción; es así que se logra la expectativa de generar al diferente a lo establecido sin dejar de lado la comunicación del mensaje de forma clara y directa.

El material promocional está conformado por 4 piezas gráficas que en conjunto generan un sistema visual; que es la suma de partes, sus funciones individuales y sus relaciones entre sí; consta en cambiar algunos elementos y dejar otros, o a su vez utilizar elementos coherentes entre sí donde prevalezca el color, la línea, la tipografía, etc.; de manera que al modificarlo, la comunicación que posee uno como unidad no se pierda y al ser sumado se potencialice en el conjunto.

Las 4 piezas gráficas de distintos soportes o materiales y son las siguientes:

PINS/BOTONES

Los botones tienen impreso los distintos sitios que se visitan en los recorridos, de manera que el usuario reconozca y se familiarice con el lugar.





CALENDARIO

Es utilizado como soporte de los botones, especificando las fechas de los recorridos.



Imagen tipográfica utilizada en el bolso promocional

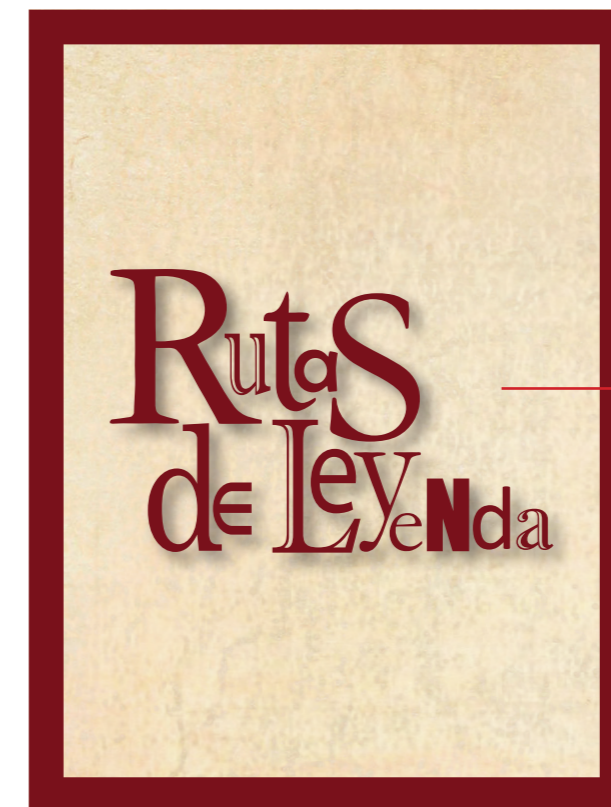
Números más grandes representan las fechas en que se realizan los recorridos

Debido al acelerado desarrollo tecnológico y al constante uso del mismo, una de las piezas gráficas es una propuesta digital; ésta propuesta no solo se utiliza como un medio distinto de promoción para la sociedad actual, sino también como una nueva técnica o herramienta para la enseñanza, estableciendo así la importancia de la acción del diseño a un compromiso social; como lo señala Chávez (2002) "Hay formas de inserción profesional que no pasan estrictamente por el mercado. Proviene de otro tipo de compromiso, de interés o de posibilidades organizativas de la población, que crean así otro tipo de campo de trabajo al diseñador", siendo ese compromiso aportar con el área educativa.

LIBRO DIGITAL

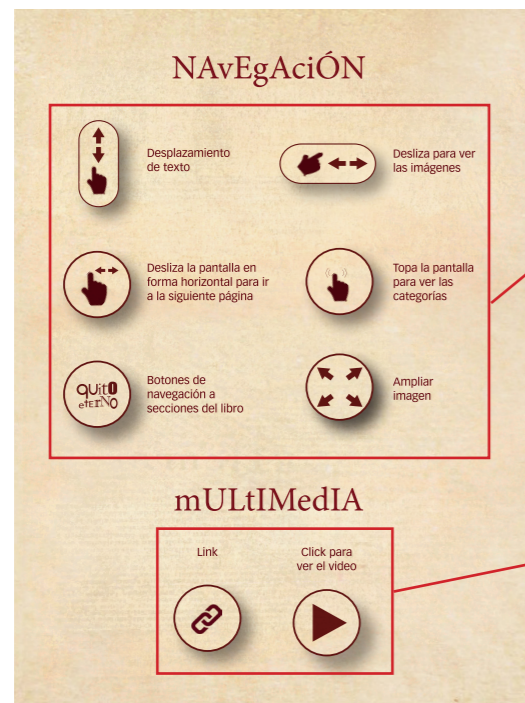
El libro digital muestra información general de la *Fundación Quito Eterno*: miembros de la fundación y objetivos de la misma; además de las rutas organizadas por la fundación, personajes que dirigen cada recorrido, sitios que se visitan y leyendas contadas por los personajes.

Portada libro digital



- Nombre del proyecto
- Composición tipográfica

Páginas Internas



Botones e indicadores para navegar por las páginas del libro

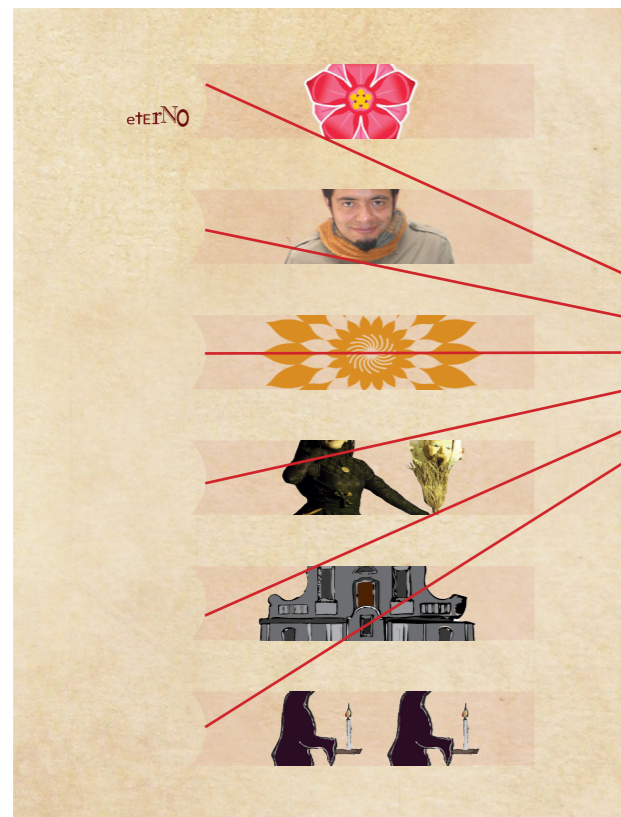
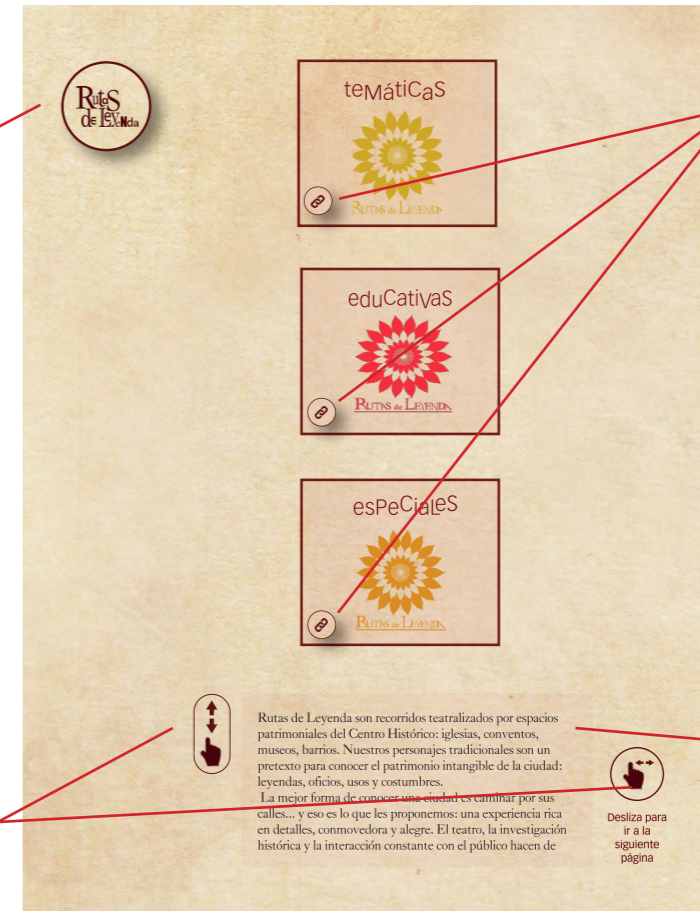
Botones para elementos multimedia

Botón de regreso a las secciones

Links a páginas de internet

Indicadores de navegación y usabilidad

Texto scroll (se desliza en forma vertical)



Botones a cada sección o categoría del libro



Texto scroll (se desliza en forma vertical)

Botón multimedia (video en internet)

Nombre del personajes que guía los recorridos



Botones que abren otras ventanas para mayor información



CD (contiene el libro digital) / caja para CD

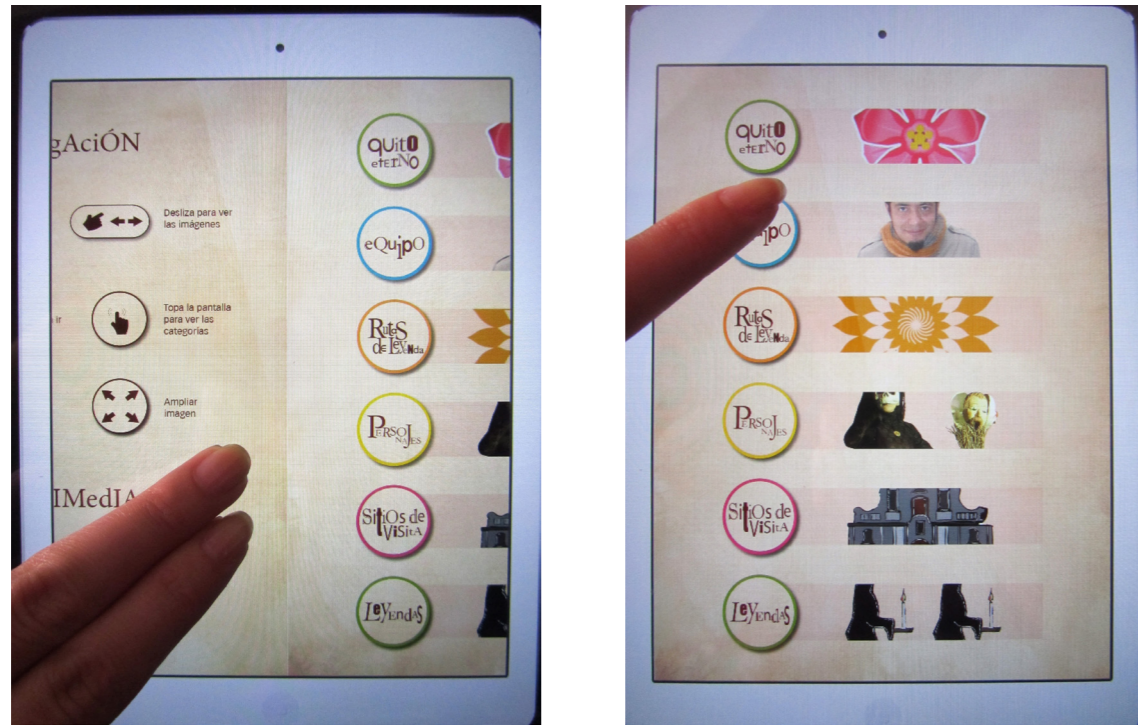


Repetición de composición tipográfica (nombre del recorrido) como patrones que cubre toda la portada. La variación de tamaño de la composición tipográfica y la dirección circular da una sensación de movimiento, generando dinamismo.



Libro Digital





El CD también contiene una encuesta que permitirá validar el proyecto.

datos ENVIAR

Nombre y apellidos:

Edad: Sexo: M F

E-mail:

1. ¿Crees que el material promocional recibido es útil? ¿Por qué?

SI NO

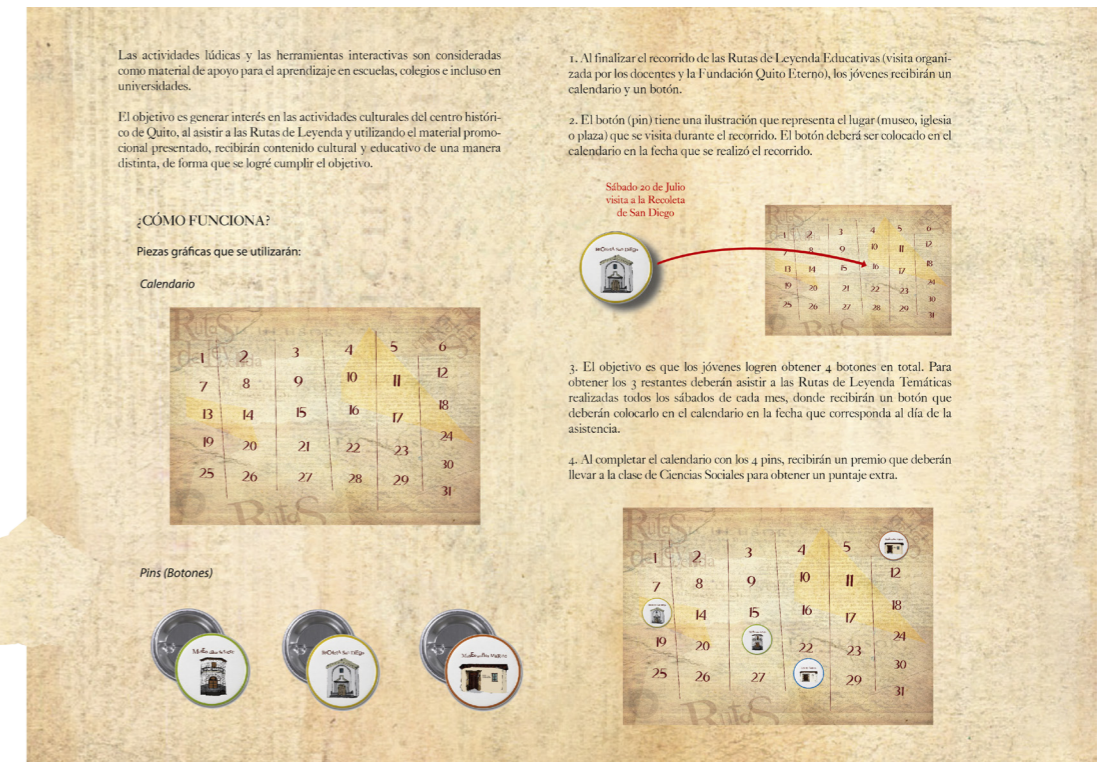
2. ¿Crees que es importante que el material promocional sea diferente a lo ofrecido tradicionalmente? (Por ejemplo: afiches, flyers, etc.) ¿Por qué?

SI NO

Encuesta

DÍPTICO

Contiene información general de las piezas gráficas y como funcionan en conjunto. Profesores y padres de familia (personas fuera del grupo objetivo) son los que recibirán el díptico como medio de información.



3.2.2 Función de las piezas gráficas en conjunto

Una de las visiones que tiene el proyecto es el implementar el carácter lúdico en el sistema curricular a través del uso del material promocional propuesto.

Lo importante del carácter lúdico es que hace disfrutar al público durante todo el proceso; "el juego es una actividad que inició hace mucho tiempo y no precisamente con los seres humanos, los animales utilizaban el juego como medio para desarrollar habilidades de defensa, caza y lucha permitiendo su evolución; en la época actual la cultura humana aplica el juego como un medio que ayuda a salir de lo cotidiano y rutinario." (Sánchez, 2008)

Huizinga (1938) en su libro *Homo Ludens* señala que el juego posee una considerable importancia que cumple una finalidad, si no es necesaria por lo menos es útil; así se define que las características del juego ayudan a que el ser humano desarrolle habilidades cognitivas y sensoriales; el juego posee ritmo y armonía que son cualidades importantes que ayudan a mantener una concentración en la actividad; es una creación que posee orden, límites, reglas y adaptación a distintos entornos generando un valor de respeto por parte del participante. El carácter lúdico o de juego es un fenómeno cultural que permanece como un recuerdo y su aplicación es constante que logra ser transmitido como una tradición.

Algunas de las actividades realizadas dentro del aula de clases son implementadas para reforzar lo aprendido, estas actividades casi siempre tienen un carácter competitivo que tienen como fin premiar al estudiante y así incentivar al estudio diario, las actividades competitivas son consideradas como actividades lúdicas porque presentan varios factores similares que ayudan al desarrollo de los jóvenes, por ejemplo: tener como meta el cumplimiento de un objetivo específico, potencia el desarrollo de todos los sentidos, se aumentan los estímulos para la adquisición de información y se fortalecen en cuanto a formación práctica, motora y desarrollo intelectual.

El proyecto se desarrolla aplicando estas nuevas formas de expresión lúdicas que tienen un poder educativo y valor sociocultural. Así, las piezas funcionan de la siguiente manera:

1. Al finalizar el recorrido de las *Rutas de Leyenda Educativas*, organizado por los docentes del área de Ciencias Sociales en conjunto con la Fundación Quito Eterno, los jóvenes recibirán un calendario y un botón (con la ilustración que representa el lugar que visiten durante el recorrido).



2. El objetivo es que los jóvenes logren obtener 4 botones en total. Para obtener los 3 restantes deberán asistir a las *Rutas de Leyenda Temáticas* realizadas todos los sábados de cada mes, ahí se les entregará un botón, el mismo que deberán colocarlo en el calendario en la fecha que corresponda al día de la asistencia, de esta manera:



Resultado final



3. Al completar el calendario con los cuatro botones se recibirá un premio que deberán llevar a la clase de Ciencias Sociales para obtener un puntaje extra. El premio que obtienen es el libro digital (entregado en un CD) que recopila información de la *Fundación Quito Eterno* y de las *Rutas de Leyenda*: cómo está organizada la fundación, los sitios que se visitan, personajes que guían los recorridos, las leyendas tradicionales; además de una encuesta que permitirá validar el proyecto y evaluar al estudiante.

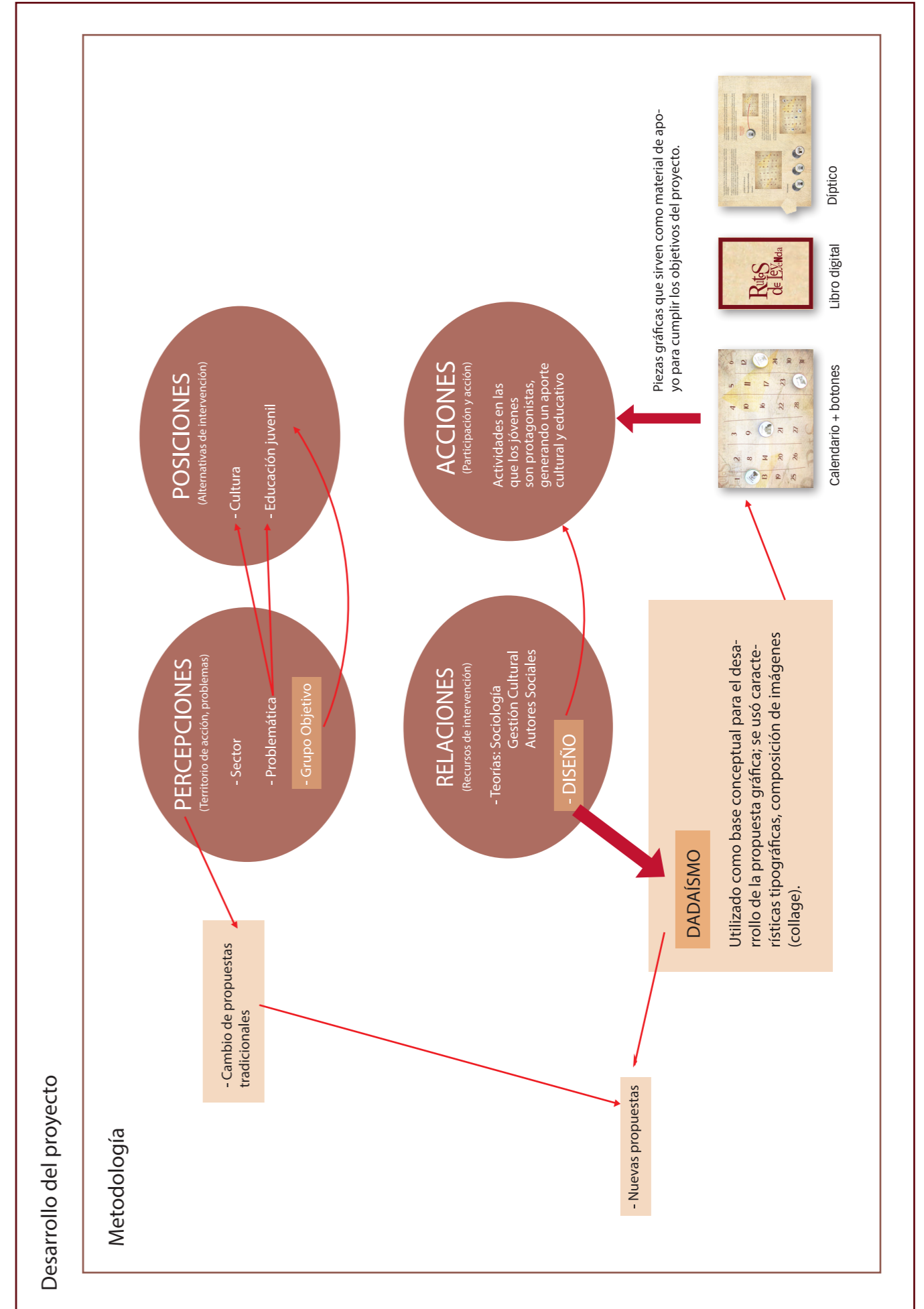
Dentro del CD se encuentra un link para poder descargar el libro digital; además de una encuesta que permitirá validar el proyecto en general.



“El juego lúdico-educativo aparece como una dimensión paralela a objetivos particulares de aprender la materia, reforzando la motivación hacia un final satisfactorio: ganar. En ese sentido el binomio juego-aprendizaje alcanza un status holístico que potencia los resultados. Se juega para ganar, se gana si se aprende y, si aprendes, ganas” (Andreu A. García C., 2004).

La idea de que al final se recibirá un premio o recompensa genera un sentido de competencia que incentiva a jóvenes a continuar con el desarrollo de la actividad y que otros inicien con ésta actividad.

A continuación se muestra un cuadro general de la metodología (cuatro círculos) utilizada en el proyecto; estableciendo así la interrelación entre investigación, teorías, diseño hasta llegar al producto final.



Presupuesto

Primera visita (una vez al mes):

Grupo de estudiantes: 20 a 25 estudiantes

Producto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Calendarios	30	\$2,50	\$75
Botones/Pins	30	\$0,85	\$25,5
			\$100,5

Total semestral: **\$603**

Días del evento: 4 sábados de cada mes

Promedio de asistencia (grupo objetivo): 10 jóvenes

Total de asistencia (promedio): 8 jóvenes cada mes

El presupuesto destinado para la producción de material promocional por parte de la *Fundación Quito Eterno* es de \$1500 (mil quinientos dólares) semestrales.

Presupuesto para un promedio de asistencia de 8 jóvenes.

Producto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Botones/Pins	280	\$0,85	\$240
Libro digital	25	\$1,75	\$45
			\$285

Total semestral (Rutas de Leyenda Educativas + Rutas de Leyenda Temáticas): **\$890**

Producto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Dípticos	250	\$1,40	\$350
			\$350

Total semestral (Rutas de Leyenda Educativas + Rutas de Leyenda Temáticas + Dípticos): **\$1.240**

3.3 Validación

3.3.1 Prueba y validación del material promocional en las Rutas de Leyenda

Después de utilizar el material promocional, los jóvenes muestran mayor interés en las actividades culturales; no solo a las *Rutas de Leyenda* sino también en otras opciones que se organizan en el centro histórico.

Para validar la funcionalidad del proyecto, se realizaron encuestas a jóvenes que finalizaron el proyecto; es decir obtuvieron la última pieza gráfica al completar los 4 botones en el calendario. Los resultados son:

Encuesta 5 (Anexo página 135)

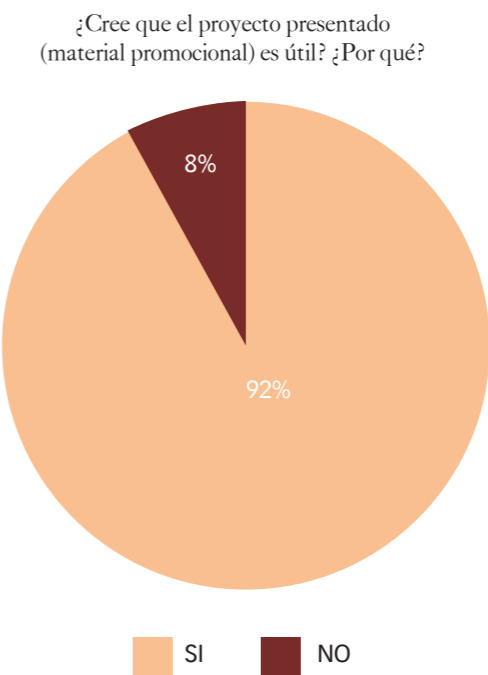


Figura #29: Validación del proyecto
Realizado por: Gabriela Mármol

Algunas respuestas obtenidas en la encuesta

Sí, porque permite conocer y apreciar los elementos del centro de una forma distinta y entretenida.
Sí, porque se aprende y conoce con objetos que son diferentes al material promocional de siempre.

¿Continuarás con la asistencia a las Rutas de Leyenda (fuera del colegio)? ¿Por qué?

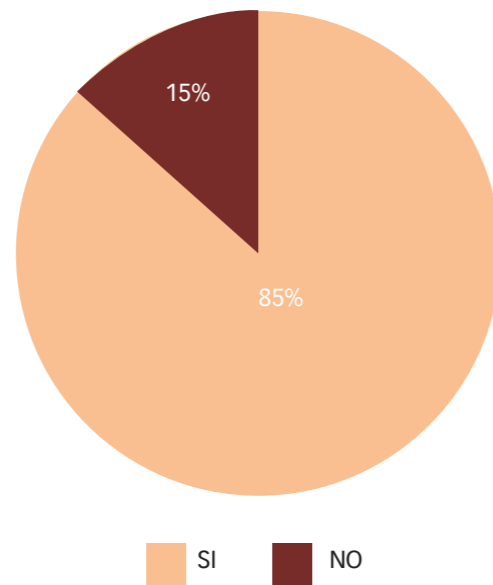


Figura #30: Validación del proyecto
Realizado por: Gabriela Mármol

Algunas respuestas

Sí, porque es una buena opción para conocer más sobre la ciudad.
 Sí, porque quiero conocer lugares del centro a los que no siempre se tiene acceso.
 No, porque no siempre dispongo de tiempo.

Fotos de las piezas gráficas

Botones con ilustraciones de los sitios de visita en los recorridos



Calendario



Botones colocados en el calendario



Colocación del botón en el calendario





Libro Digital



Uso del libro digital





Díptico



3.3.1.1 Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

1. Las actividades culturales aportan al desarrollo sociocultural y educativo; por lo tanto es importante que el grupo objetivo asista y se involucre en estas actividades. La propuesta de promoción (en varios formatos) elaborada en el proyecto; sirve como una herramienta que muestra los elementos patrimoniales en eventos de contenido cultural, que están al alcance de los jóvenes que les puede interesar.
2. Existe una respuesta positiva por parte del grupo objetivo frente al material promocional presentado; además, este mismo material puede servir como un recurso para docentes que apoye en el aprendizaje de la historia.
3. En la validación realizada, se determinó que el 50% del grupo mostró interés en el concepto, dinámica y funcionalidad del proyecto en general. A través de la fusión de disciplinas como la historia y el diseño se puede generar propuestas para conocer más sobre el patrimonio.

Recomendaciones

- El trabajo en conjunto con organizaciones culturales, educadores y público al que va dirigido el producto, se debe tomar en cuenta para el desarrollo de piezas promocionales para actividades culturales. Se puede ampliar los productos gráficos y la composición de los mismos puede variar acorde a los diferentes grupos objetivos.
- En caso de aplicar el concepto del proyecto en otras actividades culturales desarrolladas por la *Fundación Quito Eterno* (recorridos culturales), es recomendable elaborar las piezas gráficas de acuerdo a los objetivos de cada actividad; es decir que el contenido de ciertas secciones de las piezas gráficas se adapte a lo requerido (personajes, lugares, fechas o información general); conservando la visión de beneficiar a la sociedad. Además de conservar el conjunto de elementos que formen un sistema visual, el mismo que puede incluir nuevas piezas gráficas para generar más interés.
- Ya que el proyecto conlleva un concepto cultural y contiene actividades lúdicas que potencian el aprendizaje y genera interés sobre cualquier tema; ciertas piezas gráficas pueden ser parte del material didáctico utilizado en las clases de Ciencias Sociales,

aportando a la educación en cuanto al desarrollo sociocultural y demostrando el beneficio del diseño gráfico.

- Se recomienda hacer validaciones constantes; de manera que se vaya mejorando la propuesta del material promocional a través de la configuración de elementos de manera positiva.

Bibliografía

Libros:

- Álvarez, J.M., (2010). *Características del desarrollo psicológico de los adolescentes*. Córdoba.
- Ambrose, G., y Harris, P. (2006). *Fundamentos de la tipografía*. Barcelona, España: Grupo editorial Norma.
- Andreu M.A., García, Miguel., (2004). *Actividades lúdicas en la enseñanza: el juego didáctico*. España.
- Arregui E. (2006). *El Programa de Rehabilitación del centro histórico de Quito*. Quito, Ecuador: FLACSO.
- Baines, P. (2002). *Tipografía: función, forma y diseño*. Mexico: ediciones Gustavo Gili.
- Ballart, J. y Tresserras, J. (2001). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Barrera, A. (2009). *Plan de Gobierno Distrito Metropolitano de Quito*. Quito, Ecuador.
- Bermúdez, A. (2004). *Intervención en el patrimonio cultural: creación y gestión de proyectos*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Becker, G. (1993). *Capital Humano*. Chicago.
- Bonet, L., Castañer, X. y Font, J. (2001). *Gestión de proyectos culturales, análisis de casos*. Barcelona, España: Editorial Ariel
- Bustamante, G. (1994). *Dirección de Planificación I. Municipio de Quito; Rehabilitación Integral en las Áreas o sitios históricos latinoamericanos*.
- Caicedo, C. (1990). *Estilos de Enseñanza y Aprendizaje en los colegios normales de Quito*. (Tesis). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Ecuador.
- Campos, J., Santacana, M., Kirchner, T. *Repertorios cognitivos de atención, percepción y memoria*. Barcelona, España.
- Cano, M.J., Asesino, A.M., Simón, L., Cordero, J., López, M.P. *Percepciones visuales, un análisis desde la física la filosofía y la psicología*.
- Carrión, F. (2000). *Centros históricos y turismo en América Latina. Una polémica de fin de siglo*. Caraballo Perichi, C. (Ed.), *Desarrollo cultural y gestión en centros históricos*. (pp. 105-119). Quito, Ecuador: FLACSO.
- Carrión, F. (2000). Centro Histórico de Quito: Notas para el desarrollo de una política urbana alternativa. *Centro Histórico de Quito. Problemáticas y Perspectivas*. Quito, Ecuador: Editorial Fraga.
- Costa, J. (1999). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Ed. La Crujía.
- Costa, J. (2008). *La forma de las ideas. Cómo piensa la mente. Estrategias de la imaginación creativa*. Barcelona, España: Costa Punto Com Editor.
- Cuenin, F. (2009). *Patrimonio cultural y desarrollo socioeconómico: la recuperación de áreas centrales históricas*. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, DC.
- Dalley, T. (1992). *Guía completa de Ilustración y Diseño. Técnicas y materiales*. Madrid, España: Blume Ediciones.
- Dawber, M. (2009). *El gran libro de la ilustración contemporánea*. Barcelona, España: Editorial Norma.
- Gualotuña, A. (2008). *Evolución y tendencias del diseño gráfico aplicadas a piezas POP y BTL para la clínica dental IDENT*. (Tesis). Universidad Tecnológica Equinoccial. Quito, Ecuador.
- Guevara, G. (2007). *Participación Juvenil en los Procesos Locales de Desarrollo*. (Tesis de Maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. Chimborazo, Ecuador.

- Giner, E., Lamo, E., y Torres, C. (eds.). (2001). *Diccionario de Sociología* Alianza Editorial.
- Huizinga, J. (1980). *Homo Ludens*. Londres.
- Iscaro, N. (2003). Diseño lúdico: cuando los adultos volvimos a jugar. *Revista 90+10*, febrero, 2013.
- Lambert, S. (1999). *El dibujo, técnica y utilidad*. Nueva York, Estados Unidos: Blume.
- Lamo de Espinosa, E, y Torres, C. (2001). *Términos de la Sociología*. Madrid. Alianza Editorial.
- Llerena M. (2006). *El desarrollo humano y la conservación del patrimonio*. (Tesis de Maestría). Universidad Católica del Ecuador. Quito, Ecuador.
- Manucci, M. (2006). *La estrategia de los cuatro círculos*. Bogotá, Colombia: Grupo editorial Norma.
- March, Marion. (1991). *Tipografía creativa*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Marchioni, M. (1999). *Comunidad, participación y desarrollo: teoría y metodología de la intervención comunitaria*. Madrid, España: Editorial Popular.
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2010). *Lineamientos curriculares para el bachillerato general unificado*.
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2010). *Precisiones curriculares y metodológicas para la asignatura de Historia y Ciencias Sociales*.
- Moles A. y Janiszewski L. (1992). *Grafismo funcional*.
- Olmos, H. A. (2009). *Gestión Cultural y Desarrollo: Claves del desarrollo*. Madrid, España.
- Ortega, F. (1995). Presentación en Durkheim, E: *Historia de la educación y las doctrinas pedagógicas*. Barcelona, España: La Piqueta.
- Pawlik, J. (1996). *Teoría del color*. Barcelona, España: Ediciones Paidós.
- Pérsico, M. S. (2005). *La Gestión Participativa para el Desarrollo Cultural Local*. Municipalidad de Vicente López, Argentina.
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de Culturas Juveniles*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Rey Lennon, F. (2004). *Pequeño manual de encuestas de opinión pública*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Ruder, E. (1992). *Manual de diseño tipográfico*. México: ediciones Gustavo Gili.
- Salman, T. y Kingman, E. (1999). *Antigua Modernidad y Memoria del Presente. Culturas Urbanas y Modernidad*. Quito, Ecuador: FLACSO.
- Samara, T. (2008). *Los elementos del diseño: Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Editorial Gustavo Gili.
- Sampieri, R. (1997). *Metodología de la Investigación*. Colombia.
- Sánchez, G. (2008). *Las estrategias de aprendizaje a través del componente lúdico*. (Memoria de Investigación). Universidad de Alcalá. Madrid, España.
- Sesma, M. (2004). *Tipografía*. Barcelona, España: Ediciones Paidós.
- Travez, F. (2007). *Diseño de un sistema gráfico para la promoción del turismo interno en Ecuador*. (Tesis). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Ecuador.

Internet:

- Administración Municipio Metropolitano de Quito. *Arte y Cultura en el Centro Histórico*. (27 de enero de 2013). Recuperado de <http://centrohistoricoquito.blogia.com/>

- Bourlon, D. (2009). *Hacia la concepción de un sentido de identidad en el diseño gráfico*. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5866&id_libro=16
- Cantu, J. (2007). *Historia del arte*. Recuperado de <http://losmovimientosysutipografia.wordpress.com/dadaismo/>
- Celaya, J. (2006). *Industria Cultural*. Recuperado de <http://www.dosdoce.com/quienes-somos/>
- *Centro Histórico de Quito*. Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Centro_hist%C3%B3rico_de_Quito
- Cobo, P., y Salvador, P. (25 de mayo de 2011). *Un recorrido emocionante por varios museos de Quito*. Recuperado de <http://www.uiomagazine.com/reportaje-una-noche-en-los-museos-01.html>
- Concepto de Desarrollo. Recuperado de <http://definicion.de/desarrollo/>
- Definición de Identidad Cultural. Recuperado de <http://loslugarestienenmemoria.blogspot.com/2011/07/el-concepto-de-identidad-cultural-de-un.html>
- Blanco, W., Blanco, D. y Colmenares, M. (2010). *Las actividades lúdicas y su importancia*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos98/actividades-ludicas-y-su-importancia-ninos-y-ninas-educacion-inicial/actividades-ludicas-y-su-importancia-ninos-y-ninas-educacion-inicial.shtml>
- Definición de sociocultural. Recuperado de <http://www.definicionabc.com/social/socioculturalphp#ixzz2h5tAawp3>
- Familia tipográfica Vectora. Recuperado de <http://es.letrag.com/typografia.php?id=188>
- Familia tipográfica Vectora. Recuperado de <http://www.linotype.com/es/338/vectora.html>
- *Intervención cultural: concepto, ámbitos de intervención, la cultura de la sociedad actual*. Recuperado de <http://mirpilar.wordpress.com/2009/02/08/intervencion-cultural-concepto-ambitos-de-intervencion-la-cultura-de-la-sociedad-actual/>
- Leyva, V. (2013). *El diseño gráfico de materiales educativos*. Recuperado de <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-grafico-de-materiales-educativos>
- López, C. (2011). *Actas de Diseño. Diseño con Identidad Latinoamericana: Somos Latinos. La identidad es cultura en movimiento* [Mensaje de Blog]. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=7597&id_libro=339
- Manrique C. (2011). *Gestión Cultural y educación a distancia. Una relación constructiva de cara al bicentenario*. Recuperado de <http://blog.anced.org.pe/2011/01/30/gestion-cultural-y-educacion-a-distancia-una-relacion-constructiva-de-cara-al-bicentenario/>
- Maass M. (2006). *Gestión cultural, comunicación y desarrollo: teoría y práctica*. Recuperado de http://books.google.com.ec/books?id=i1M04jh_cHcC&pg=PA17&lpq=PA17&dq=gestion+cultural+autores&source=bl&ots=r8z6hmqpEp&sig=0ntuV-VhlpGxH1YjNhpNvxvTSAw&hl=es&sa=X&ei=UFVWT6GkA82UtwfKzp3vCA&ved=0CDwQ6AEwBA#v=onepage&q&f=false
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2009). *Actualización y fortalecimiento curricular de la educación*. Recuperado de <http://www.educar.ec/noticias/7moanio.pdf>
- MsC. Rivas, G. (2010). Lo lúdico en el adolescente de hoy esta en riesgo. Recuperado de <http://www.portalesmedicos.com/publicaciones/articulos/2074/1/Lo-ludico-en-el-adolescente-de-hoy-esta-en-riesgo>
- Musso, A. (2006). *El diseño como estrategia cultural*. Recuperado de <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-estrategia-cultural>

- Páginas oficiales: "Museo de la Ciudad". <http://www.museociudadquito.gob.ec/>
 "Quito Eterno y noches patrimoniales". <http://www.quitoeterno.org/cgi/wd/?pg=2>
 "Buró CHQ". <http://www.burochq.com/>
- Quiles, C., Machado, P. y Losada, J.M. (2 de junio de 2012). Géneros, medios y usos. *Ilustración editorial y publicitaria*.
 Recuperado de <http://ilustracioneditorialypublicitaria.blogspot.com/p/ilustradores-importantes.html>
- Rampersad, T. (2005). *Traditional knowledge and traditional cultural expressions* [Comentario en un foro en línea].
 Recuperado de http://www.wipo.int/roller/comments/pisforum/Weblog/theme_eight_how_can_cultural#comments
- Rodríguez, A. (2006). *El diseño como estrategia cultural* [Comentario en un foro en línea].
 Recuperado de <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-estrategia-cultural>
- Simón, D. (2008). *Gestión cultural, conceptos básicos*.
 Recuperado de <http://www.slideshare.net/danilefreak/gestin-cultural-conceptos-bsicos-daniel-simn-presentation>
- Weisman K. (12 de Agosto de 2005). *Para que la Historia no sea Aburrida*.
 Recuperado de <http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/debate/para-que-la-historia-no-sea-aburrida.php>
- Batista, M. y Latapie, I. (2010). *Diseñando para la educación*.
 Recuperado de http://www.nosolousabilidad.com/articulos/disenio_educacion.htm#sthash.aa3wg1zO.dpuf

ANEXOS

Encuesta #1

La encuesta presentada a continuación tiene el objetivo de conocer las preferencias en cuanto a la elección de material promocional y la importancia del mismo dentro de actividades culturales en la ciudad. Solicitamos su colaboración para contestar las preguntas con sinceridad ya que se trata de una encuesta anónima.

Edad Sexo Sector donde vive

1. ¿Conoce usted sobre la historia, cultura y costumbres de nuestro país?

SI NO

2. ¿Cree que es importante asistir a actividades culturales impartidas en la ciudad? ¿Por qué?

SI NO

.....
.....
.....
.....

3. ¿Conoce usted los eventos que se realizan en el centro Histórico de Quito?

SI NO

3. ¿Ha asistido a alguna de las siguientes actividades culturales en el centro Histórico de Quito? Si señala alguna de las opciones continúe la encuesta.

Rutas de Leyenda (Quito Eterno)

Noches Patrimoniales

Visitas a los Museos

Encuesta #2

La encuesta presentada a continuación tiene el objetivo de conocer la importancia de libros/textos y actividades escolares en el área de Estudios Sociales. Solicitamos su colaboración para contestar las preguntas con sinceridad.

Edad Sexo Sector donde vive

1. ¿Utiliza libros o textos escolares en la clase de Estudios Sociales? Si su respuesta es afirmativa avance a la siguiente pregunta

SI NO

2. ¿Encuentra interesante el contenido de los libros utilizados en las clases de Estudios Sociales?

SI NO

3. ¿Realiza actividades extracurriculares que permitan reforzar lo aprendido en las clases de Estudios Sociales? Si su respuesta es afirmativa, enumere dichas actividades.

SI NO

.....
.....
.....
.....

4. ¿Sabe usted qué son las actividades lúdicas? Si su respuesta es afirmativa avance a la siguiente pregunta.

SI NO

5. ¿Le gustaría que en sus clases de ciencias sociales se implementen actividades lúdicas para mejorar el aprendizaje?

SI NO

Encuesta #3

La encuesta presentada a continuación tiene el objetivo de conocer las preferencias en cuanto a la elección de material promocional. Solicitamos su colaboración para contestar las preguntas con sinceridad ya que se trata de una encuesta anónima.

Edad Sexo Sector donde vive

1. ¿A través de que medio obtiene información sobre estas actividades?

Radio y TV

Material Promocional Impreso (Afiches, volantes, folletos, plegables, calendarios, revistas, periódico)

Medios Digitales o Internet (periódico electrónico, blogs, redes sociales, mail, páginas web)

2. Coloque en orden de importancia los elementos que usted toma en cuenta al momento de elegir un medio publicitario, siendo 1 el más importante y 6 el menos importante.

Material o Soporte

Uso del Color

Imágenes (fotografía, ilustración, dibujo)

Tipo de Letra

Originalidad Contenido

Mensaje o Concepto

Encuesta #4

La encuesta presentada a continuación tiene el objetivo de conocer las preferencias en cuanto a la elección de material promocional y el contenido del mismo. Solicitamos su colaboración para contestar las preguntas con sinceridad ya que se trata de una encuesta anónima.

Edad Sexo Sector donde vive

1. ¿Qué tipo de imágenes prefiere observar en el material promocional que obtiene sobre las actividades culturales? Elige una

Ilustración Fotografía

2. Si elegiste FOTOGRAFÍA, ¿Qué tipo de fotografía prefieres? Elige máximo 2 opciones

Blanco y Negro

Artística/conceptual

Promocional/publicitaria

Color

Otro (especifique)

3. Si elegiste ILUSTRACIONES, ¿Qué tipo de ilustración prefieres? Elige máximo 3 opciones

Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3

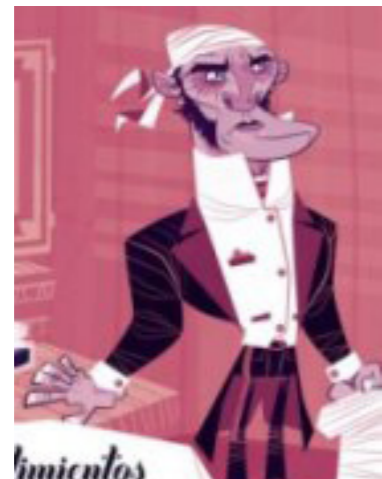


Imagen 4

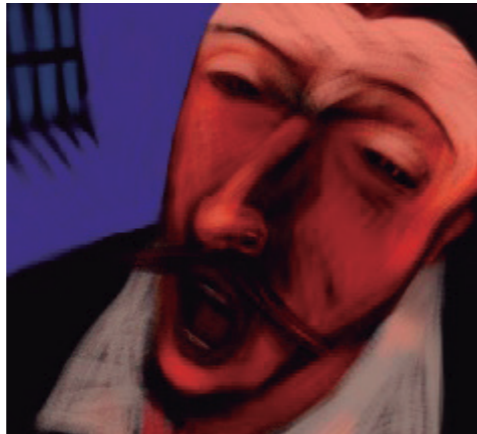


Imagen 5



Imagen 6



Encuesta #5 (Grupo objetivo)

La encuesta presentada a continuación tiene como objetivo valorar la importancia, el concepto y el carácter gráfico del proyecto presentado. Solicitamos su colaboración para contestar las preguntas con sinceridad ya que se trata de una encuesta anónima.

Edad Sexo

1. ¿Cree que el proyecto presentado (material promocional) es útil? ¿Por qué?

SI NO

.....
.....

2. ¿Crees qué es importante que el material promocional sea diferente a lo ofrecido tradicionalmente? (Por ejemplo: afiches, flyers, etc.) ¿Por qué?

SI NO

.....
.....

3. ¿Continuarás con la asistencia a las Rutas de Leyenda (fuera del colegio)? ¿Por qué?

SI NO

.....
.....

4. Sugerencias (Para las Rutas de Leyenda y para el material promocional)

.....
.....
.....

Encuesta #6 (Padres de familia y público en general)

La encuesta presentada a continuación tiene como objetivo valorar la importancia, el concepto y el carácter gráfico del proyecto presentado. Solicitamos su colaboración para contestar las preguntas con sinceridad ya que se trata de una encuesta anónima.

Edad Sexo

1. ¿Cree que las propuestas promocionales diferentes/no tradicionales son un beneficio para las organizaciones dedicadas al rescate cultural? ¿Por qué?

SI NO

.....
.....
.....

2. ¿Qué opina del proyecto a nivel gráfico y conceptual?

.....
.....
.....
.....

