

**Pontificia Universidad Católica del Ecuador**  
**Facultad de Aprendizaje, Lengua y Comunicación**  
**Carrera de Comunicación**

**Elaboración de un libro ilustrado para visibilizar la identidad cultural de San Roque, “Nuestro San Roque”**

Paula Antonella Piedra Yacelga

Directora: Ana Gabriela Dávila

Quito, 2025

# Tabla de Contenidos

<b>1. Introducción</b> .....	4
<b>2. Justificación y Planteamiento del problema</b> .....	5
<b>2.1 San Roque</b> .....	6
<b>2.2 El valor cultural de San Roque</b> .....	7
<b>2.3 Estigma social</b> .....	8
<b>2.4 San Roque en los medios de comunicación</b> .....	9
<b>3. Productos comunicacionales existentes sobre San Roque</b> .....	10
<b>3.1 Productos escritos</b> .....	10
<b>3.2 Productos audiovisuales</b> .....	11
<b>3.3 Productos multimedia</b> .....	11
<b>4. Fundamentación teórica</b> .....	12
<b>4.1 Comunicación para el cambio social</b> .....	12
<b>4.2 Identidad cultural y memoria colectiva</b> .....	13
<b>4.3 Periodismo narrativo</b> .....	14
<b>4.4 Crónica</b> .....	15
<b>4.5 La entrevista</b> .....	16
<b>4.6 Comunicación Visual</b> .....	17
<b>4.7 Periodismo Ilustrado</b> .....	18
<b>5. Propuesta de Diseño de Proyecto Editorial</b> .....	18
<b>5.1 Descripción del producto</b> .....	18
<b>5.2 Objetivos</b> .....	19
<b>5.3 Público objetivo</b> .....	19
<b>5.4 Público secundario</b> .....	21
<b>5.5 Etapas de la elaboración del producto</b> .....	21
<b>5.6 Línea de contenidos</b> .....	24
<b>5.7 Título</b> .....	26
<b>5.8 Descripción de la identidad gráfica</b> .....	26
<b>5.9 Propuesta de modelo de negocio</b> .....	28
<b>5.10 Propuesta de Estrategia de lanzamiento</b> .....	30
<b>Conclusiones</b> .....	31
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	33
<b>Anexos</b> .....	37

## **Resumen**

Las narrativas que los medios de comunicación difunden sobre San Roque impactan negativamente a sus habitantes. Noticias repletas de historias de crimen y peligro oscurecen la importancia histórica del barrio y las tradiciones que los sanroqueños se esfuerzan por mantener vivas. Se propone un producto comunicativo basado en el periodismo narrativo, que presenta una perspectiva alternativa para resaltar la verdadera identidad de sus habitantes. Se llevó a cabo un proceso de convivencia con su comunidad para producir un libro ilustrado de crónicas que narra las historias reales que encierran el valor cultural de San Roque y su gente. La narrativa y las ilustraciones del libro son íntimas y personales, ayudando a los lectores a conectar con la belleza de San Roque y a comprender la extraordinaria comunidad que existe más allá de las historias de inseguridad.

## **Summary**

The narratives promoted by mass media about San Roque have a negative impact on its inhabitants. News saturated with stories of crime and danger obscure the neighborhood's historical importance and the traditions that the people of San Roque strive to keep alive. A communication product based on narrative journalism is proposed, presenting an alternative perspective to highlight the true identity of its inhabitants. A community outreach project was carried out to produce an illustrated book of chronicles that tells the true stories that hold the cultural value of San Roque and its people. The book's narrative and illustrations are intimate and personal, helping readers connect with the beauty of San Roque and realize the extraordinary community that exists beyond the stories of insecurity.

## 1. Introducción

San Roque es un barrio que ha sufrido de una fuerte estigmatización social. Esta percepción invisibiliza el valor del barrio como un sitio donde todavía florece la cultura popular y las tradiciones quiteñas. Esta visión limitada no solo afecta la percepción que los habitantes de la ciudad tienen sobre el barrio sino también la visión de los mismos sanroqueños, para quienes se ha vuelto un desafío sentirse parte de una comunidad. De esta problemática surge la idea para un producto que sea un homenaje a la memoria y la vida de la comunidad de San Roque, con el objetivo de fortalecer las conexiones intergeneracionales y alentar a los quiteños a ver al entorno cotidiano sanroqueño como un espacio lleno de historia y significado.

El desarrollo de este producto se apoya en las técnicas del periodismo narrativo y la teoría de la comunicación para el cambio social para presentar a San Roque desde una mirada testimonial y cercana que desafía los prejuicios que lo rodean. Con este propósito se elaboró un libro ilustrado de crónicas *Nuestro San Roque*, que explora las historias y la vida cotidiana del barrio y sus habitantes. Después de un amplio trabajo de reportería, entrevistas y colaboración con la comunidad sanroqueña se ha logrado un producto que, mezclando la imagen ilustrada con una narrativa periodística, invita a los quiteños a descubrir las personas, los oficios y los lugares que forman parte del verdadero San Roque. El producto cuenta con dos secciones, la primera sobre sitios emblemáticos del barrio que guardan historias y leyendas, y la segunda sobre oficios tradicionales cuya herencia los sanroqueños han mantenido viva por generaciones.

## **2. Justificación y Planteamiento del problema**

La comunicación tiene la capacidad de influenciar el cambio de realidades sociales, visibilizando aquello que está oculto a los ojos del público, amplificando la voz de aquellos que no son escuchados. Evitando que las historias que habitan dentro de las personas sean olvidadas.

Los habitantes de San Roque son un grupo marginado por el estigma social. Esto nos indica que hay un desequilibrio en las narrativas presentadas por los medios; se habla tanto sobre la inseguridad y la delincuencia, que se invisibilizan las identidades de sus pobladores, por lo que es necesario un producto que recoja y visibilice estas identidades.

Esta problemática también tiene un impacto negativo sobre los habitantes del barrio. Se convierte en una profecía autocumplida y los nuevos habitantes de San Roque están empezando a olvidar sus orígenes y a perder la conexión con la tradición y, por lo tanto, entre sí. Durante la fase de investigación de este proyecto se ha evidenciado la necesidad de fortalecer la comunidad y la identidad sanroqueña, sobre todo entre los jóvenes, quienes a menudo desconocen la riqueza cultural del barrio y, por lo tanto, se ven arrastrados a las historias de inseguridad que conforman el discurso, no solo de los medios de comunicación, sino también de los quiteños que los rodean.

Ir a San Roque; trabajar en San Roque; ser de San Roque es ser asociado, por el común de los quiteños, con la inseguridad y la delincuencia. También las narrativas que construyen los medios masivos alrededor del barrio San Roque lo reducen a esas problemáticas, Así se ha cementado al barrio en el imaginario quiteño como una zona roja donde abundan las bandas

criminales. Mientras las historias sobre su tradición y cultura solo llegan a ser difundidas por la ocasional nota que publican algunos medios alternativos o independientes.

Esto impacta negativamente no solo la percepción que otros sectores de la población quiteña tienen sobre el barrio, sino también la visión que tienen los sanroqueños sobre sí mismos. Con el producto se busca recoger y adaptar historias que aporten a conservar la memoria colectiva de sus habitantes en un formato de fácil comprensión y difusión que conecte emocionalmente con el público objetivo para visibilizar el valor histórico y cultural que abunda en el barrio.

## **2.1 San Roque**

San Roque es un barrio tradicional ubicado en el Centro Histórico de Quito. Ha sido profundamente moldeado por el fenómeno migratorio campo-ciudad al igual que muchos de los barrios pertenecientes al Centro Histórico hacia el final del siglo XX. En San Roque esta migración se asoció con un aumento en el comercio informal en torno a los mercados y transformó fundamentalmente al barrio en un lugar de acogida y encuentro para los migrantes indígenas que salían por primera vez del campo para habitar la ciudad. (González, 2018, p. 9).

Como resultado de este fenómeno hoy San Roque es conocido por ser un lugar de comercio, tanto formal como informal, el cual se puede observar especialmente concentrado alrededor del Mercado San Roque y la calles Rocafuerte e Imbabura. El Mercado San Roque es uno de los mercados más grandes e importantes de la ciudad. Es a donde llega el producto directo desde la costa, amazonia y otras provincias de la sierra para proveer a restaurantes, tiendas y demás negocios que realizan la compra de productos al por mayor.

De igual modo, es un lugar conocido por la presencia de oficios tradicionales quiteños, los cuales son mantenidos por familias de artesanos que han formado parte del barrio por generaciones. Una de las características principales del antiguo San Roque es la presencia de oficios y lugares tradicionales que constituyen espacios de encuentro y convivencia (González, 2018, p. 10).

## **2.2 El valor cultural de San Roque**

González (2018) destaca el valor de la cultura popular tradicional que se encuentra en los barrios del centro histórico y particularmente en el barrio de San Roque, señala que el patrimonio cultural inmaterial del barrio se manifiesta a través de manifestaciones cotidianas que conforman su memoria histórica y que son transmitidas de generación en generación; leyendas, fiestas, ceremonias religiosas, juegos, y la presencia de negocios tradicionales. (p.30-33). Estas manifestaciones culturales son algo que se ha ido perdiendo de a poco en el barrio. Sus habitantes antiguos describen haber percibido un cambio en años recientes, muchas fiestas tradicionales se han perdido y ya no se celebran en el barrio, lo mismo con los juegos y las tradiciones que recuerdan de su infancia, y del mismo modo expresan que hay un desinterés y desconocimiento por parte de la juventud sobre las tradiciones e historias sanroqueñas. (Guadalupe Farinango, Comunicación personal, 25 de mayo del 2025).

Esta falta de reconocimiento del valor cultural viene siendo exacerbada por el modo en que San Roque es percibido por la ciudad. La denominación de San Roque como zona roja y la diseminación de narrativas de inseguridad opacan la memoria cultural que es crucial para la preservación de su cultura y hace que hasta sus propios habitantes pierdan de vista el importante aporte que el barrio ha realizado al patrimonio cultural de la ciudad.

### 2.3 Estigma social

San Roque es percibido como uno de los barrios más peligrosos de Quito. El estudio de diagnóstico realizado por el Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana en el año 2018 indica que los habitantes de San Roque sufren consecuencias negativas debido al estigma que rodea al barrio, entre estas se encuentra la percepción de desconfianza y miedo que puede afectar la salud mental y que a su vez evita que las personas visiten el barrio.

Este fenómeno social se extiende hasta las autoridades, quienes toman decisiones sobre cómo administrar el sector dejando que la percepción de este inflencie su juicio. Un claro ejemplo de las consecuencias de este sesgo es la destrucción de los puestos informales de la calle Regalado (2022) describe la situación vivida en Loja durante la cuarentena de 2020, resaltando el trato hacia los sectores populares:

“Este trato muestra la noción deshumanizada y criminalizante que los tomadores de decisiones tenían sobre el sector y quienes comercializan allí... La difamación permitió que los funcionarios públicos tomaran decisiones basadas en una imagen exagerada de zona insegura y problemática antes que en la realidad de un centro de abasto popular.” (pp. 68–69)

La presencia del Ex Penal García Moreno también ha contribuido a través de los años al estigma social que sufre el barrio. Cuando el penal aún se encontraba en funcionamiento se sacaban a los presos a caminar por las calles de San Roque, atados de manos y pies por cadenas que se sonaban al ser arrastradas, era una imagen fuerte a la que los habitantes se acostumbraron con el tiempo. También durante su funcionamiento eran comunes las noticias de fugas de presos

a los que la policía perseguía por las calles del barrio. (Isabel Calvopiña, Comunicación personal, de mayo del 2025). Todo esto contribuye a la sombra que el Ex Penal todavía proyecta sobre San Roque. Hoy el edificio del antiguo Penal se encuentra abandonado y se ha vuelto una fuente de inseguridad. El edificio donde operaba la cárcel se ha convertido en un foco de concentración de habitantes de calle y venta de drogas, según María Elena Calvopiña se ha intentado contactar a las autoridades para hallar una solución, pero estas parecen desconocer que entidad es la responsable del antiguo penal. (Comunicación personal, junio del 2025)

## **2.4 San Roque en los medios de comunicación**

San Roque es representado en los medios de comunicación por historias de inseguridad y delincuencia. Está es una representación deshonesta en cuanto a que es sesgada, incompleta, eclipsando casi por completo el valor cultural e histórico del barrio. De acuerdo con Kingman (2012) “San Roque es percibido por los medios de comunicación como un lugar inhóspito donde las redes organizadas... y otras formas indefinidas de violencia han venido a incrementar el estigma de peligrosidad que pesa sobre el barrio” (pp. 193-194).

Existe una cultura de morbo que tizna las representaciones del barrio. Se habla sobre San Roque como lugar de “todo lo malo”. Desorden, suciedad, asaltos a mano armada, enfrentamiento de bandas y microtráfico. En las representaciones más sensacionalistas del barrio se lo llega a mitificar como un lugar de espanto, el supuesto peligro que conlleva entrar a San Roque llama la atención a las personas y despierta su curiosidad.

Medios independientes son los que más han intentado retratar a San Roque de otro modo realizando notas que resaltan su valor histórico y cultural. Sin embargo, los medios de

comunicación masivos llevan años construyendo una imagen de San Roque que se ha cementado en el imaginario de los ecuatorianos: San Roque es peligroso. En redes sociales la narrativa que se construye sobre el barrio es de extrema inseguridad y hay pocos espacios en los que se habla sobre su identidad más allá de la violencia y el crimen.

### **3. Productos comunicacionales existentes sobre San Roque**

#### **3.1 Productos escritos**

##### **Insumisa Vecindad: Memoria Política del Barrio San Roque - Manuel Espinosa Apolo**

Existe en dos versiones, una versión antigua publicada en 2009 que consiste en el texto del investigador y una versión ilustrada publicada en 2012. Siendo su versión ilustrada la que se puede encontrar en bibliotecas y a la venta en formato online.

##### **San Roque. Oralidad y Memoria - Varios Autores**

Producto elaborado por los Guardianes del Patrimonio de San Roque. Contiene una serie de textos en un formato simple que hablan sobre distintas facetas del barrio y sus habitantes. Los temas que se tocan resaltan el valor histórico y cultural del barrio, pero la forma en que se tratan los temas resulta inconexa debido a su formato de testimonio. Además, este formato no es muy llamativo pues reúne testimonios tal cual sin otorgarles un valor agregado o contextualizarlos más allá de un título y el nombre de la persona que ofrece el testimonio.

##### **Artículos periodísticos - Varios autores**

Casi todos los talleres y locales visitados durante la etapa de investigación cuentan con artículos de periódico en sus paredes que hablan sobre su oficio. Sin embargo, estos artículos escritos son más de carácter informativo que narrativo, lo que puede dificultar despertar la empatía de los lectores.

### **3.2 Productos audiovisuales**

Se encontraron tres temas recurrentes en las piezas audiovisuales que se producen sobre San Roque: inseguridad, oficios, y el mercado. A pesar de que existen productos audiovisuales, de breve duración, realizados por medios de comunicación masivos la mayoría de los productos audiovisuales realizados sobre el barrio son de carácter independiente y poseen un bajo nivel de producción que limitan su consumo.

#### **San Roque en Youtube**

El tema más popular encontrado en estos productos es la delincuencia y el peligro que las personas ajenas al barrio perciben sobre el mismo. Los videos más difundidos cuentan con títulos como: *Así se vive en la ZONA MÁS PELIGROSA de Quito: San Roque y el Ex penal, Pude morir en San Roque; EL BARRIO MÁS PELIGROSO DE QUITO y EL MERCADO MÁS PELIGROSO DE QUITO SAN ROQUE!!*.

#### **Documental sobre San Roque**

Enfocado en el tema de cotidianidad este proyecto fue elaborado en el año 2019 como un proyecto para rescatar la memoria colectiva sanroqueña. La propuesta realizada por Jiménez (2019) acompaña al lanzamiento del documental con estrategias de comunicación que buscan generar diálogo en la comunidad sanroqueña. El presupuesto estimado para la realización de este proyecto fue de 46 590 dólares, esto es sobre todo debido al alto costo que implica la realización de un proyecto audiovisual.

### **3.3 Productos multimedia**

#### **Especiales El Comercio: San Roque - El Comercio**

Reportaje multimedia publicado en 2014. Se divide en tres ejes: historia, sitios emblemáticos y oficios. La parte que más completa se encuentra es la de historia que cubre la

historia del barrio desde la época preincaica hasta la república. La sección de sitios emblemáticos y oficios consiste en videos que ya no se encuentran disponibles, sólo sobreviven los títulos acompañados por sus descripciones. Además, en la sección de oficios solos se reconocen tres oficios sanroqueños: los trompos, los sombreros, y los molinos.

## **4. Fundamentación teórica**

### **4.1 Comunicación para el cambio social**

La comunicación, cuando se realiza de manera horizontal, es un proceso dialógico y participativo que mueve a las personas a pensar y actuar críticamente, y desde su propia autonomía, para mejorar sus vidas (Barranquero, 2007, p.117). Por lo tanto, la comunicación es una herramienta que nos permite cambiar la realidad social de un grupo. Podemos motivar el cambio social desde las personas, de acuerdo con Barranquero y Baeza (2010) comunicación alternativa, es decir, la comunicación que presenta temas o perspectivas que están por fuera de los que resalta la hegemonía, esto permite que las comunidades se reconozcan y con el tiempo puedan formar parte de proyectos de transformación estructural desde su verdadera identidad más allá de los marcos que proyectan sobre ella los medios convencionales (pp. 7-11)

Borda et al (2024) plantean que la comunicación juega un rol en la transformación social a través de las representaciones presentes en las narrativas de los medios masivos, alternativos y comunitarios. También reconocen a la comunicación para el desarrollo social como un agente clave para la producción de cambios positivos en la sociedad y la fortificación de la capacidad de las comunidades para movilizarse socialmente e incidir en lo político. (p. 69)

Para cambiar la realidad del barrio San Roque hacen falta grandes cambios estructurales y un trabajo conjunto con las autoridades, las cuales los propios sanroqueños perciben como

indiferentes a lo que pasa con el barrio. Sin embargo, lo que la comunicación puede aportar al bienestar de sus habitantes no es poco; al difundir su voz se les otorga un espacio en lo público que ayudará a evitar los sesgos que hoy limitan las acciones que los sanroqueños pueden tomar por un barrio que tienen dificultad percibiendo como suyo y que las autoridades no logran percibir más allá de la delincuencia y el desorden.

Según Gumucio (2002) para generar cambio social se debe iniciar con la comunicación y la participación, comunicarse con las personas dentro de la comunidad en la que queremos efectuar el cambio es más valioso que el producto resultante de la misma. (p.4)

#### **4.2 Identidad cultural y memoria colectiva**

La memoria colectiva es parte de lo que construye la identidad colectiva de un grupo. Según Chiriboga (2009) la identidad cultural de una ciudad es la identificación que tienen sus habitantes con una forma particular de ser y de vivir (p.86). Los habitantes más antiguos del barrio son los últimos bastiones que conservan esta identificación con la forma de vivir sanroqueña,

En San Roque ha desaparecido el sentido de comunidad e identidad de sus habitantes debido a la pérdida de su memoria colectiva, esto crea un barrio fragmentado en el que hace falta un sentido de pertenencia. (Jiménez, 2019, p.52). Esta falta de identidad y memoria en el barrio repercute directamente sobre sus habitantes, quienes cada vez se sienten más aislados, no solo por el resto de la ciudad, sino por vecinos que se conocen cada vez menos entre ellos.

Esto en conjunto con las narrativas impulsadas por los medios dificultan la transmisión de las historias que conforman la identidad sanroqueña, las voces de los habitantes antiguos del barrio pierden terreno ante la percepción de inseguridad.

### 4.3 Periodismo narrativo

El periodismo narrativo utiliza aspectos de la literatura para enriquecer la narración de los hechos. Esto no quiere decir que este tipo de periodismo hace uso de elementos ficticios. Es periodismo porque es verídico, lo narrativo más bien tiene que ver con el modo en el que se cuenta la realidad que se aborda. cita de (Guerrero, 2010, pp.27-30)

De este modo permite expandir la frontera de los temas que trata y el modo en que se abordan y gracias a las ventajas de su formato narrativo nos facilita hacer llegar nuestra historia a las audiencias, las cuales tienen una mejor relación más cercana con las estructuras narrativas literarias que con las informativas típicas de otros tipos de periodismo.

El *storytelling* o la narrativa es una herramienta que aporta beneficios comunicativos a los formatos periodísticos. Esta herramienta, junto con los nuevos formatos multimedia, transmedia y crossmedia, ha ayudado a que el periodismo compita con otros contenidos en medios digitales. Adoptar una estructura y estilo pertenecientes a arquetipos narrativos; priorizar lo emocional; facilitar la accesibilidad e implementar el uso de técnicas de persuasión sutiles son propuestas del storytelling que resultan en un periodismo más influyente y capaz de lograr sus metas comerciales y sociales (Markova y Sukhovi, 2020, pp. 362-363).

Estas características nos ayudan a que los historias que buscamos resaltar con nuestro trabajo periodístico conecte mejor la audiencia general, los cuales encuentran más fácil conectar con una estructura narrativa más tradicional, ya que se encuentran rodeados por la misma en su día a día.

Para escribir periodismo narrativo es necesario más que visitar el lugar y realizar un par de entrevistas, hay que entrar de lleno, vivir junto a las personas lo más que se pueda,

transformar el proceso de reportería en uno de convivencia y aprendizaje. Es como dice Guerrero (2010) “porque sólo permaneciendo se conoce, y sólo conociendo se comprende, y sólo comprendiendo se empieza a ver” (p.32). Esto requiere que la etapa de reportería en la elaboración de la pieza periodística sea ardua y extensa, se requiere una gran cantidad de tiempo para poder retratar el tema de la manera íntima y meticulosa que exige el periodismo narrativo.

#### **4.4 Crónica**

La crónica es un género periodístico de gran importancia en Latinoamérica, como Puerta (2018) lo dice, “Hablar de América Latina... implica hablar de crónica” (p. 213) La manera en la que la crónica es capaz de retratar la realidad de manera profunda desde una perspectiva particular la ha hecho propicia para tratar la complejidad histórica y cotidiana que caracteriza a nuestro continente.

Características generales según Correa (2011)

- a) Tono de recuerdo
- b) Contexto general en lugar de específico
- c) Presencia del yo del periodista a modo de testimonio
- d) Propensa a la moralización
- e) Uso de lenguaje literario
- f) Secuencia cronológica del relato (pp. 48-49)

Puerta (2018) habla de la crónica como un género complejo, generalmente escrita en primera persona el trabajo de reportería que es necesario para obtener la profundidad de información que llega a ser necesaria para trazar una buena crónica requiere bastante habilidad y tiempo. (p.226)

San Roque es un lugar, a simple vista, corriente. Es creencia de la mayoría que allí no pasa más que cosas *noticiosas*, es decir, lo que los medios producen con urgencia de reportar lo que se estima relevante. Esto nos dice mucho sobre lo que se estima como relevante de San Roque y por consecuencia, lo que da forma a la opinión pública sobre el mismo, como ya hemos mencionado: inseguridad, robos, crimen organizado, desorden, suciedad, fealdad.

Para Puerta (2018) la crónica es un espacio que posibilita a las personas comunes y corrientes visibilizar sus historias y dejar huella (p.225) evidenciando como va más allá de otros géneros periodísticos en su capacidad para captar las historias de una persona o comunidad. Era necesario un género periodístico que sirviera como instrumento para alumbrar lo que se encuentra oculto en lo irrelevante y lo cotidiano, por eso la crónica es el género perfecto para retratar la otra realidad de este barrio.

#### **4.5 La entrevista**

En periodismo la entrevista es una técnica que nos permite acercarnos a la realidad a través del diálogo y la interacción con las personas, también funciona como instrumento esencial para entender el modo de pensar de los integrantes de una comunidad ya que nos permite acceder de forma directa a las fuentes de la información. (Santamaría, 2011 p.43)

Según Salas (2011) la entrevista de personalidad se compone de dos principales momentos: *enfrentarse* y *revivirlo*. El primero se refiere al enfrentamiento con el personaje, es decir el entrevistado, Salas describe este momento como enfrentamiento por la complejidad que implica entender a profundidad al personaje y empatizar con él. El segundo se trata de revivir el enfrentamiento, es decir arreglárselas para recrear al personaje en base a la información

recopilada, no solo lo dicho sino también lo observado, durante la entrevista en el proceso de escritura. (p. 23)

Por lo tanto, la entrevista sirve como método crucial de recopilación de información para la elaboración de la crónica y del periodismo narrativo. También juega un papel importante para la comprensión del contexto de la comunidad con la que se desea trabajar y para lograr atender las problemáticas que las aquejan.

#### **4.6 Comunicación Visual**

El diseño es comunicación. Cuando se elabora un producto comunicacional el aspecto gráfico comunica, tanto o más, que el contenido textual o verbal del mismo. Según Costa (2014) el diseño gráfico elaborado desde la comunicación visual tiene la propiedad de comunicar realidades y fantasías, el diseño gráfico es visual y es comunicativo lo que lo vuelve un lenguaje en sí mismo que transmite información de modos distintos a los del lenguaje verbal. (pp.94-95)

La comunicación visual, es capaz de captar la atención del público, puesto que la comunicación no literal resulta más atractiva para el espectador al obligarlo a hacer un esfuerzo para comprender el mensaje, esto crea una complicidad entre el emisor y receptor que juega con el espectador. (Ferrer y Gómez, 2019, p.43) Volviendo a la comunicación visual una herramienta que pueda ayudar a volver nuestros mensajes más atractivos para nuestra audiencia objetiva.

Según Ferrer y Gómez (2019) una imagen puede ser expresiva, es decir, tiene la capacidad de comunicar estados de ánimo y concepciones subjetivas a través de la creatividad. (p. 64). Estas cualidades de la comunicación visual nos llevan a considerar el uso del periodismo ilustrado para complementar el texto elaborado desde el periodismo narrativo.

## **4.7 Periodismo Ilustrado**

El periodismo gráfico puede tomar muchas formas, usualmente consiste en adaptar o complementar una narrativa periodística con técnicas de narración visual como la fotografía o el cómic. Dentro de estas técnicas está la de la ilustración, cuyo uso para complementar las narrativas periodísticas era más frecuente antes de la invención de la fotografía (Embudo y Minichiello, 2018, p.)

Mediante la ilustración del relato periodístico podemos conectar con las audiencias. Las narrativas de periodismo gráfico, testimoniales o autobiográficas, son un medio ideal para la transmisión de mensajes complejos puesto que cuentan con una visibilización literal de los hechos que mueve a la empatía. Por esto, la narrativa gráfica tiene un gran potencial para contribuir positivamente a proyectos de cambio social (Bettaglio, 2021, pp. 67-68).

La ilustración aporta al periodismo una perspectiva única y una comprensión profunda del periodista. Para lograr una representación de San Roque que tenga deje una huella en el público no podemos limitarnos a una representación narrativa, sino que debemos buscar enriquecer la misma mediante representaciones visuales, en este caso mediante la técnica de ilustración, para aportar verdaderamente a la rehabilitación de la percepción social del barrio y a la construcción de su identidad.

## **5. Propuesta de Diseño de Proyecto Editorial**

### **5.1 Descripción del producto**

**Nuestro San Roque** es una serie de crónicas ilustradas cubriendo distintos aspectos claves del barrio que se considera permiten retratar la otra cara de San Roque y preservar elementos importantes para su memoria colectiva. Este producto busca difundir una narrativa

alternativa a la que presentan los medios masivos sobre San Roque resaltando las historias de cotidianidad de aquellos que conforman el barrio.

San Roque sufre de estigmatización, siendo retratado como uno de los barrios más peligrosos de Quito, este producto permitirá exponer otra faceta del barrio y resaltar los valores que caracterizan a los habitantes sanroqueños y sus historias que se pierden entre noticias sobre crimen; la conexión humana, y la comunidad que deviene de esta, es capaz de hacerle frente a la inseguridad. Una comunidad unida, que se conoce, que se ayuda, es una comunidad más segura.

El libro combinará el texto narrativo junto con las ilustraciones. Se propone como parte del valor histórico y cultural no solamente los espacios culturales más tradicionalmente entendidos como culturales, sino también aquellos más cotidianos como los espacios públicos, los oficios y las actividades comerciales.

## **5.2 Objetivos**

Elaboración de un libro ilustrado para visibilizar la identidad colectiva del barrio San Roque.

1. Visibilizar el valor cultural del barrio San Roque mediante narrativas que muestren su verdadera identidad más allá del estigma social.
2. Fortalecer el sentido de identidad de sus habitantes.
3. Crear un producto que pueda perdurar en el tiempo para preservar las historias y tradiciones del barrio para generaciones futuras.

## **5.3 Público objetivo**

**Quiteños interesados en la cultura**

Jóvenes y adultos de 15 a 30 años que están interesados en la tradición y cultura quiteña. Quieren recorrer la ciudad desde una nueva perspectiva y reconocen el valor de los relatos cotidianos y la belleza que se puede encontrar de los barrios históricos de la ciudad.

Intereses: Cultura popular quiteña, narrativas urbanas, identidad local, arte independiente.

Hábitos: Consumen publicaciones independientes ya sean digitales o físicas, disfrutan de representaciones alternativas de su ciudad por lo que siguen a artistas emergentes, frecuentan sitios y eventos culturales independientes o municipales.

Motivaciones: buscan conectar emocionalmente con la ciudad y sus lugares representativos e inspirarse en la cotidianidad quiteña para crear.

Necesidades: Contenido visualmente atractivo

### **Habitantes de San Roque**

Familias sanroqueñas comprendidas de jóvenes y adultos de 15 a 30 años que buscan conectar con la cultura de su barrio.

Intereses: San Roque y sus tradiciones, cultura e identidad.

Hábitos: Frecuentan los espacios culturales dentro y adyacentes al barrio como centros culturales, bibliotecas, museos y ferias.

Motivaciones: conocer historias, lugares y personajes emblemáticos de su barrio. narrativas auténticas que reflejen su realidad.

Necesidades: ver a su barrio representado de manera positiva, con atractivo visual y narrativas personales que conecten con su experiencia personal.

## **5.4 Público secundario**

### **Escuelas, bibliotecas y gestores culturales.**

San Roque cuenta con 10 escuelas, colegios y unidades educativas tanto dentro del barrio y en sus alrededores a las que no solo acuden niños que residen en el barrio sino también en otros sectores del centro histórico y de Quito. Del mismo modo cuenta con cercanía a bibliotecas y gestores culturales como el Centro Cultural Metropolitano. Este producto busca promover el pensamiento crítico sobre la realidad del barrio por lo que puede resultar útil para escuelas, centros culturales y museos. También puede aportar a la activación cultural de la zona pues despertara interés en el barrio San Roque.

## **5.5 Etapas de la elaboración del producto**

### **a) Pre Reporteo y factibilidad del tema**

Existió una investigación previa para la realización de proyectos en el barrio San Roque. Un libro ilustrado no era parte de las propuestas que salieron de esta investigación, sin embargo, la cantidad de historias y cultura que se pudo apreciar en el barrio, oculta de los ojos quiteños por los prejuicios que rodean a San Roque, durante el proceso de pre reporteo se encontró historias con alto valor cultural que no están llegando a oídos de los quiteños por falta de un producto que las recopile en un solo lugar.

El *inciting incident* del que surgió la idea de hablar sobre San Roque fue la reacción de la clase ante la necesidad de visitar el barrio para el desarrollo y la ejecución de los proyectos. En pocas palabras, estaban aterrorizados, expresaron miedo de entrar a San Roque debido a como este estaba posicionado en su imaginario, y por extensión, en el imaginario de la mayoría de los

quiteños. Había charlas, no tan en broma, de no ir vestidos de forma llamativa, de ir sin mochilas, sin celulares, sin joyas, sin nada, para evitar lo más posible ser víctimas de un robo.

A partir de esto se procedió a una investigación documental sobre el tema de inseguridad en el barrio que confirmó que la percepción de inseguridad era también un factor que afectaba negativamente sus moradores llevando a la estigmatización del barrio como una zona roja. Durante esta investigación documental se encontró una variedad de artículos académicos que exploran las problemáticas del barrio, sin embargo, se notó una falta de material bibliográfico orientado a un grupo más mainstream, hecho para el lector común en lugar del académico.

#### **b) Reportería, desarrollo de la investigación.**

El proceso de reportería previo a la elaboración de los contenidos del libro se compone dos partes; la observación directa y la entrevista, en este caso eso ha implicado un constante regreso al barrio, días que se transformaron en semanas que se transformaron en meses que volvieron la tarea de la reportería una experiencia enriquecedora puesto que se dedicó tiempo no solo a la observación sino también a la convivencia con los habitantes del barrio.

Se pasó varios días visitando los oficios y lugares emblemáticos del barrio, además de dedicar también tiempo a caminar sus calles para familiarizarse con la atmósfera sanroqueña. Se entablaron conversaciones con los habitantes del barrio, averiguando más sobre su vida y sus perspectivas sobre San Roque. Durante el proceso de reporte se encontraron varios posibles temas para secciones en el libro de estas destacaron los sitios emblemáticos y oficios

tradicionales mediante los cuales se puede explorar las leyendas, tradiciones y el día a día de los sanroqueños.

Se tuvo como aliados clave para este proceso a los integrantes del Centro Cultural El Molino con quienes se había realizado la planificación de otros proyectos para el barrio. Su apoyo para conocer más a profundidad lugares menos conocidos del barrio y para contactarse con otros vecinos importantes del barrio fue de gran ayuda durante la recopilación de información para la elaboración del producto.

### **c) Selección de formato**

Como se mencionó durante el proceso de pre reporteo salió a resaltar la falta de material bibliográfico sobre el barrio. Esto sumado a la dificultad que supone la elaboración de proyectos audiovisuales debido a los elevados costos de producción sugirió el material impreso como posible formato para un producto que visibilice el barrio desde el enfoque del periodismo narrativo. La alta subjetividad de este tipo de periodismo sugirió el uso de imágenes fuera de un formato fotográfico, después de todo, San Roque y el Centro Histórico son constantemente retratados mediante fotografías, pero hay pocas personas que retratan su cotidianidad mediante el arte gráfico.

Últimamente se escogió el formato de un libro ilustrado, porque propone una comunicación que combina la literatura, el arte y el diseño, la cual es muy efectiva para sumergir al lector en la historia porque demanda de él la interpretación simultánea de dos tipos de lenguajes, el verbal y el visual. De este modo el libro ilustrado estimula la imaginación y aporta a la formación de la memoria colectiva desde la memoria individual (Radulesco, 2020, p.115).

### **d) Producción**

Para la producción del libro se utilizó técnicas del periodismo ilustrado, realizando borradores en vivo de las ilustraciones del libro en los lugares en los que se realizó el reporteo, estas sesiones de dibujo en vivo permitieron capturar con autenticidad la atmósfera y la vida cotidiana de San Roque. El libro se desarrolló prestando atención tanto a la calidad artística como a la accesibilidad, considerando diversos formatos de impresión y canales de distribución.

La propuesta de presencia en redes sociales será clave para garantizar la visibilidad del proyecto, Además, se propone realizar una prueba piloto presentando prototipos impresos a un grupo de discusión conformado por habitantes y representantes de la comunidad sanroqueña, cuyas opiniones ayudaron a perfeccionar los aspectos visuales y narrativos antes de la publicación final.

## **5.6 Línea de contenidos**

Este libro tiene dos secciones: sitios emblemáticos y oficios tradicionales. El contenido es del género crónica y han sido construidos después de un arduo trabajo de reporteo y convivencia con la comunidad sanroqueña y sus habitantes.

**I. Sitios emblemáticos:** Lugares representativos del barrio que guardan historias y leyendas que se conocen cada vez menos. Se abordará los artículos de esta sección desde una perspectiva de crónica, con un tono más personal buscando transmitir como es visitarlos por primera vez y complementándolo con las leyendas e historias que los habitantes cuentan sobre los mismos.

**La Esquina de las Almas:** una de las esquinas más ajetreadas del barrio hay varias leyendas sobre este cruce y cómo adquirió su nombre. Se realiza un retrato de cómo es pasar por este lugar y sobre las leyendas que nos cuentan sobre él sus habitantes.

**La Iglesia de San Roque:** Iglesia de gran importancia para los habitantes de San Roque, hogar de la Virgen Borradora y la historia de su milagro.

**El Mirador de la Quiroga:** lugar poco conocido con una hermosa vista del Centro Histórico que es poco frecuentado debido a la inseguridad.

**El Mercado de San Roque:** es objeto de mucho estigma que impacta negativamente a aquellos que trabajan dentro de él y sus alrededores

**Plaza de la Victoria:** Plaza cercana al boulevard 24 de mayo sirve como lugar de reunión para los sanroqueños. La historia de su relación con la Batalla del Pichincha es poco conocida.

**II. Los oficios tradicionales:** Oficios que han sobrevivido al paso de los años en San Roque. Son parte integral de la tradición sanroqueña y están ligados de manera inseparable al barrio en la memoria de sus habitantes. Algunos de estos oficios están a punto de perderse tras décadas de historia y se enfrentan a distintas problemáticas que dificultan su la continuación de su tradición.

**La sombrerera:** Guadalupe Farinango además del oficio de los sombreros guarda memorias sobre fiestas y tradiciones antiguas de Quito y el barrio.

**El restaurador:** Gonzalo Gallardo vende y restaura imágenes religiosas, pero también ayuda a las personas a sanar las heridas de la piel mediante una técnica tradicional cuya receta es un secreto familiar pasado de generación en generación.

**Las yerberas:** Rosa y Amparo reciben a personas de todo Quito en el Mercado San Francisco quienes buscan ayuda para tratar sus dolencias con los saberes ancestrales que las yerberas guardan.

**El confitero:** Luis Banda, es uno de los últimos confiteros que continúa realizando colaciones tradicionales en paila, a pesar de que el local de su negocio ha sido desplazado por la subida de arriendos Luis persiste con la tradición en el barrio que lo es todo para él.

**La cafetería:** Rosa Bonilla es la segunda generación que opera la cafetería la cual mantiene su tradición desde el año 1984.

Los artículos de esta sección toman la forma de crónicas sobre los lugares en los que se ubican estos oficios, y también ahondan en la vida de los artesanos y las historias y saberes que estos desean transmitir.

## **5.7 Título**

Se pasó por varios nombres provisionales antes de llegar al título final del proyecto. *San Roque y su gente* fue el nombre provisional por la mayoría del desarrollo del proyecto, pero dada la naturaleza personal de la narrativa se necesitaba un título más cercano y que pudiera reflejar la identidad que se busca recuperar para poder otorgar al lector un sentido de pertenencia que lo sumerja en el barrio. Así se llegó al título *Nuestro San Roque* porque las historias le pertenecen a sus habitantes, el periodista no es más que un instrumento del relato que los enmarca para resaltar sus historias.

## **5.8 Descripción de la identidad gráfica**

### **a) Tono visual**

Para que el tono visual transmita la calidez humana del barrio se utilizará colores suaves pero vibrantes que permitan evocar la diversidad característica del barrio. También se resaltarán las texturas realizadas a mano para preservar un tono artesanal y nostálgico. Las ilustraciones en conjunto con el texto buscan evocar recuerdos evocar recuerdos en el lector.

### **Medio de ilustración**

Se utilizará la acuarela como principal medio para la realización de ilustraciones, con esto se busca evocar nostalgia. Esta técnica se utilizará en conjunto con lápices de colores para resaltar aún más la textura del papel de acuarela. Las ilustraciones tradicionales serán digitalizadas mediante un proceso de escaneo y se refinará su color digitalmente. En las ilustraciones se resaltarán detalles pequeños y escenas cotidianas.

### **b) Tipografía**

Se buscó seleccionar una tipografía serifada tanto para títulos como para cuerpo del texto para mantener un tono tradicional. Se prioriza una tipografía de formas redondeadas para transmitir calidez y amabilidad. Se evitó el uso de tipografías excesivamente verticales o delgadas.

Títulos: Quincy bold

Cuerpo: Garamond

### **c) Portada**

La portada pasó por distintas iteraciones, finalmente se escogió de acuerdo con el tono personal del proyecto una vista de la calle Rocafuerte, antiguamente la calle de la cantera, una de las más importantes de San Roque. Enmarcada en primer plano por macetas con geranios para

darle al lector la sensación de estar mirando la calle desde el balcón de una de las casas antiguas que forman parte de la calle.

**d) Material de impresión**

Se priorizará el uso de papel texturizado sin recubrimiento para una sensación más artesanal y para realzar las texturas de la acuarela. De igual modo, se apostará por un acabado mate para las cubiertas: se evitará el acabado brillante para conservar la calidez del trabajo artesanal.

**5.9 Propuesta de modelo de negocio**

En años recientes ha aumentado la cantidad de publicaciones independientes; medios como Ñan Magazine y GK han realizado notas sobre San Roque y su valor patrimonial oculto.

También han surgido proyectos sobre memoria e identidad, de naturaleza periodística y académica. Proyectos académicos, así como medios independientes han trabajado para recuperar la identidad y memoria sanroqueña anteriormente y propuestas como De Vuelta al Centro buscan motivar una recuperación de los espacios públicos en los barrios del centro histórico. También ha crecido la cultura visual y el arte independiente en la ciudad con la aparición y promoción de ferias de arte y diseño que resaltan el trabajo de artistas emergentes.

Sin embargo, existe un vacío en el mercado, pues la información sobre San Roque se encuentra dispersa y no existe realmente un producto literario que recopile sus historias de manera comprensiva. En el siguiente cuadro se propone un posible modelo de negocio para la distribución del libro.

<b>Socios Clave</b>	<b>Actividades Clave</b>	<b>Propuesta de valor</b>	<b>Relación con los clientes</b>	<b>Segmentos de clientes</b>
---------------------	--------------------------	---------------------------	----------------------------------	------------------------------

<p>Habitantes del barrio</p> <p>Instituciones de patrimonio cultural y secretaría de cultura</p> <p>Editoriales independientes o editoriales de libros de arte: Ej: Editorial Doble Rostro, Fondo Económico de Cultura.</p> <p>Programas y gestores de turismo cultural. Ej: Caminos de San Roque, Casa Gangotena, De Vuelta al Centro</p>	<p>Organización de eventos comunitarios en los sitios emblemáticos y en conjunto con los centros culturales del barrio.</p> <p>Producción de material audiovisual sobre el proceso de elaboración del producto para su promoción en redes</p>	<p>Este libro es un homenaje ilustrado a la memoria viva de San Roque, un barrio histórico que durante mucho tiempo ha permanecido olvidado. Combinando historias personales, historia oral e ilustraciones, reconecta a los lectores con historias olvidadas. Al preservar el patrimonio inmaterial en un formato accesible y artístico, el libro no solo documenta, sino que celebra la resiliencia y la riqueza del barrio. Invita a los lectores a redescubrir una faceta oculta de la ciudad y fomenta un renovado sentido de orgullo y pertenencia a la identidad sanroqueña.</p>	<p>Participación comunitaria mediante eventos de narración de historias, caminatas o exposiciones locales.</p> <p>Boletines informativos o contenido en redes sociales que compartan historias tras bambalinas y material de archivo.</p> <p>Convocatorias abiertas para que las personas compartan sus propias historias para futuras ediciones o extensiones digitales.</p>	<p>Vecinos de San Roque Quiteños interesados en la cultura. Unidades educativas y bibliotecas de la zona.</p> <p>Adultos urbanos interesados en la cultura y el patrimonio local</p> <p>Bibliotecas, centros culturales y librerías independientes</p>
	<p><b>Recursos clave</b></p>		<p><b>Canales</b></p>	
	<p>Equipo de autor/ilustrador</p> <p>Acceso a voces de la comunidad</p> <p>Herramientas editoriales y de retoque digital: InDesign, Photoshop</p> <p>Material para ilustración: Papel, acuarela, lápices de colores, rapidógrafo</p>		<p>Plataformas de distribución y marketing (tienda online, redes sociales, tiendas locales)</p> <p>Librerías independientes y ferias</p> <p>Centros culturales, bibliotecas y museos</p> <p>Colaboraciones con fundaciones patrimoniales o iniciativas turísticas</p> <p>Presentaciones, paneles o eventos literarios en San Roque y el Centro Histórico</p>	
<p><b>Estructura de costes</b></p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p>		

Tiempo de investigación, redacción e ilustración	Venta de libros
Impresión y materiales	Colaboraciones/patrocinios con instituciones culturales
Marketing y distribución	Subvenciones o financiación para publicaciones culturales
Organización de eventos	Artículos promocionales: láminas, postales, carteles con ilustraciones del libro
Alojamiento web o herramientas de comercio electrónico	
Servicios de edición, diseño, maquetación, fotografía.	

## **5.10 Propuesta de Estrategia de lanzamiento**

### **Lanzamiento comunitario**

Evento en la plaza de Santa Clara, lectura de un segmento del libro acompañado de imágenes de las ilustraciones pancartas. Personajes principales del libro serán invitados para conversar sobre su experiencia. Se extenderá un lienzo comunitario en el que los asistentes puedan dibujar como ven el barrio como parte del evento de lanzamiento.

### **Redes sociales**

Crear cuentas de proyecto en Instagram y TikTok para compartir ilustraciones, anécdotas reales y detrás de cámaras del proceso creativo. El material para redes sociales sobre el proceso de producción se centrará en la producción de material corto que muestre el proceso de ilustración mientras se narran pedazos de las historias del libro para enganchar a posibles lectores. También se realizará una campaña con el hashtag: #NuestroSanRoque para invitar a los sanroqueños a compartir fotos o dibujos de lugares tradicionales del barrio.

### **Alianzas locales**

Centro Cultural el Molino: Imparte cursos de alfabetización para adultos del barrio, para los cursos más avanzados el producto puede servir como material de lectura. También organiza y provee un espacio para eventos culturales en el barrio.

Casa del Alabado: Museo precolombino ubicado cerca de la Plaza de Santa Clara juega un papel importante en la organización de eventos culturales en la plaza, también presentan exposiciones que resaltan el valor de la cultura.

Mercados San Roque y San Francisco: los mercados tienen un alto tráfico de gente. El Mercado San Francisco también es un punto turístico, estos mercados pueden servir como posibles lugares para realizar eventos de lanzamiento o actividades con la comunidad.

Iglesia de San Roque: Gran parte de la comunidad pertenece y se reúne en la Iglesia, sus afueras pueden ser un punto utilizado para promover la distribución del libro.

Caminos de San Roque y Casa Gangotena: Casa Gangotena ofrece hospedaje a turistas y Caminos de San Roque es una ruta turística que recorre el barrio. Casa Gangotena se ha mostrado como aliado estratégico para la difusión de productos comunicacionales que buscan rescatar la identidad sanroqueña anteriormente, siendo un socio clave involucrado en la producción de *San Roque. Oralidad y Memoria*.

Escuelas de la zona: Donar algunos ejemplares a cambio de permitir lectura en clase.

## **Conclusiones**

Las narrativas que impulsan los medios tienen el poder para moldear la realidad, desvalorizar, e invisibilizar la cultura popular para sostener la hegemónica. Esto reduce a San

Roque una problemática que tiene consecuencias en el modo en que sus habitantes se perciben así mismo y en las decisiones tomadas por las autoridades.

El periodismo narrativo, y dentro del mismo la crónica, es un género que nos permite explorar más allá de la simple información, requiere una empatía profunda y un interés incansable por las historias que los medios masivos no consideran lo bastante noticiosas. Al visibilizar historias cotidianas podemos reconstruir la identidad sanroqueña preservando su memoria y una comunidad con una identidad fuerte es una comunidad capaz de gestionar cambios.

El producto puede ser acompañado con piezas audiovisuales en redes sociales cuya producción no requiere de mayor presupuesto y que pueden ser una pieza complementaria al producto escrito para difundir aún más la identidad sanroqueña.

## Referencias Bibliográficas

Barranquero, A (2007). Concepto, instrumentos y desafíos de la edu-comunicación para el cambio social. Universidad de Málaga.

Barranquero, A y Baeza, C. (2010). Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación. Congreso Internacional AE-IC Málaga.

Bettaglio, M. (2021). Innovación social a través de la narrativa gráfica: periodismo gráfico, autonarración y testimonios para el cambio social. University of Victoria, Canadá.

Buraschi, D., & Aguilar-Idáñez, M.-J. (2019). Empoderamiento comunicacional: una estrategia de intervención comunitaria para superar los límites de la sensibilización social. *Revista de Educación Social*, Recuperado de: <https://www.eduso.net/res/revista/29/miscelanea/empoderamiento-comunicacional-unaestrategia-de-intervencion-comunitaria-para-superar-los-limites-de-lasensibilizacion-social/>

Chiriboga, M (2009). Quito, identidad, innovación y competitividad. Instituto de la Ciudad. Recuperado de: [https://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/icq/20170621035412/pdf\\_745.pdf](https://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/icq/20170621035412/pdf_745.pdf)

Correa, C. (2011). *La crónica reina sin corona*. Medellín: EAFIT. <https://www.scribd.com/document/459878670/La-Cronica-Reina-sin-Corona?v=0.854>

Costa, Joan (2014). *Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma*. Gráfica, vol. 2 <https://raco.cat/index.php/Grafica/article/view/283809>.

Embudo y Michelenio (2018) Reportaje Ilustrado. Del dibujo al periodismo: referentes, técnicas y recursos. Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona.

Ferrer y Gómez (2019). Imagen y Comunicación Visual. Universitat Oberta de Catalunya.  
<https://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/Imagen-y-comunicacion-visual-1.pdf>

González, H (2018), San Roque situación histórico-social: El fenómeno migratorio y sus consecuencias sociales, su memoria histórica y patrimonial, 1990-1999, Universidad Andina Simón Bolívar. Recuperado de: <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6667>

Guerrero, L (2014). Zona de obras. Editorial Anagrama, Barcelona. Recuperado de: <https://enelescritorio.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/06/guerriero-leila-zona-de-obras.pdf>

Gumucio, A. (2002). Comunicación para el Cambio Social: El Nuevo Comunicador. Recuperado de: [http://www.wuranga.com.ar/images/recomendados/24\\_gumucio\\_com.pdf](http://www.wuranga.com.ar/images/recomendados/24_gumucio_com.pdf)

Jiménez, J. (2019). Proyecto de recuperación de la memoria colectiva del barrio de San Roque. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de: <https://repositoriointerculturalidad.ec/jspui/bitstream/123456789/2937/1/Proyecto%20de%20Recuperaci%C3%B3n%20de%20la%20Memoria%20Colectiva%20del%20Barrio%20de%20San%20Roque.pdf>

Kingman, E. (2012). San Roque: indígenas urbanos, seguridad y patrimonio. (Heifer, Ed.). Quito: FLACSO. Recuperado de: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52711.pdf>

Markova, V., & Sukhovi, O. (2020). Storytelling as a Communication Tool in Journalism: Main Stages of Development. Journal of History, Culture and Art Research.

Recuperado de: Markova, V., & Sukhovi, O. (2020). Storytelling as a Communication Tool in Journalism: Main Stages of Development

Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana. (2018). Diagnóstico de la problemática del barrio San Roque y su área de influencia. Recuperado de:

<https://siomsc.quito.gob.ec/docs/2019/Informe%20San%20Roque-final.pdf>

Puerta, Andrés. (2018). La crónica, una tradición periodística y literaria latinoamericana. Historia y comunicación social.

Quispe-Borda, Wenceslao, Quispe-Olano, Jaime Grossby, Colán-Hernández, Bryam-Alejandro, & Colina-Ysea, Félix José. (2024). Communication for development and social transcendence: a systematic analysis focusing on social processes. *Contratexto*, (42), 55-75. Epub 25 de noviembre de 2024.

Radulesco, M. (2020). La praxis enunciativa en la literatura ilustrada contemporánea. Exploraciones conceptuales y metodológicas para una semiótica de la intertextualidad. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7641944>

Regalado, F (2022). Rompiendo el Tejido Social: Mercado San Roque, política y pandemia. Universidad Andina Simón Bolívar. Recuperado de:

<https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/9083>

Salas, B. (2011). Encontrar y decir al otro. Reflexiones en torno a la entrevista de personalidad. *Revista Posgrado y Sociedad*, Universidad de Costa Rica. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/334333374\\_Encontrar\\_y\\_decir\\_al\\_otro\\_Reflexiones\\_en\\_torno\\_a\\_la\\_entrevista\\_de\\_personalidad](https://www.researchgate.net/publication/334333374_Encontrar_y_decir_al_otro_Reflexiones_en_torno_a_la_entrevista_de_personalidad)

Santamaría, C. (2011). La entrevista periodística: ¿Género o Herramienta? Santiago de Compostela, España. Recuperado de:

<https://investigacion.usc.gal/documentos/5d1df65c29995204f7669b96?lang=es>

## Anexos

### Fotografías del proceso de reportería



Calle Loja, Mercado San Roque



Colaciones de Cruz Verde, interior



Colaciones de Cruz Verde, paila antigua



El Buen Café, cucuruchos



Mercado San Roque, especias y granos al por mayor



Guadalupe Farinango, Sombrería Benalcázar



Venta informal, calle Rocafuerte



Turistas en el Mercado San Francisco



Gonzalo Gallardo, Restauraciones Carrion

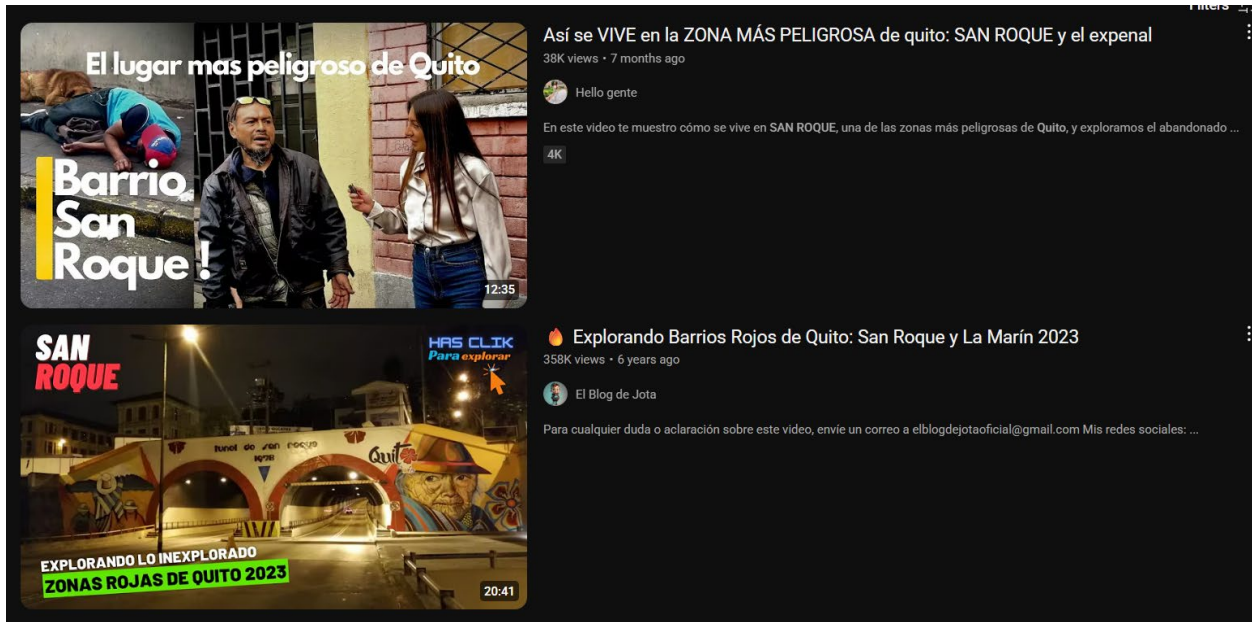
### Productos comunicacionales existentes: San Roque en redes sociales

**Puede Morir en SAN ROQUE** El BARRIO MÁS PELIGROSO DE QUITO ec Ivan Grich  
412K views · 4 years ago

Iván Grich  
VIAJES Y CÓMIDA <https://www.youtube.com/playlist?list...> VLOGGS EN CUARTEN4 ...  
CC

**MERCADO MAS PELIGROSO DE QUITO SAN ROQUE !!**  
3K views · 1 year ago

Soy Maykel  
MERCADO MAS PELIGROSO DE QUITO SAN ROQUE !!



## Fotografías del proceso de ilustración y diseño



Bocetos: diseño de portada





Primera propuesta gráfica para el proyecto realizada en formato digital



Moodboard, propuestas para la paleta de color

Producto en versión digital: <https://heyzine.com/flip-book/78afdea5bf.html>