



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO

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

***“Construcción de un libro que sirva como medio para la
transmisión del trabajo hecho por el colectivo “Desde La
Mirada...” desde su inicio hasta el septiembre de 2013 con
motivo de su tercer aniversario”***

Nombre:

Nombres y apellidos completos

Director:

Título profesional y Nombre del director TFC

Quito, Abril 2016

DEDICATORIA

A mi mamá y a mi hermana, son mi apoyo y mi guía a través de todo, que me inspiran con sus acciones y su lucha diaria, pues sin darse cuenta, así establecen un estándar de superación más alto para mí. A toda mi familia, para todos, pues siempre están conmigo, aún en la distancia.

A Andrés, que no me deja olvidar que puedo hacer todo lo que me proponga y siempre me apoya en todo.

Y finalmente a Martín, mi hermano, mi héroe eterno...

Ese día me quedé pensando

que algunas personas jamás nos dejan,

nunca se van por completo, aunque ya no estén.

Su esencia queda, su voz se escucha, las sentimos sonreír.

Algunas personas jamás nos dejan.

Son eternas.

Eleonor Álvarez

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mis profesores, especialmente a Jaime Guzmán, que me ayudo a completar el proceso de terminar mi carrera, y a todos los profesores que me apoyaron y me guiaron a través de estos años, no solo en el proceso académico, sino que también han sido un modelo a seguir en lo personal.

Agradezco especialmente a mi mamá, a mi hermana y a Andrés, por apoyarme siempre, por no dejar que me rindiera cuando ya no quería continuar, por lo largo y duro de este proceso, y a todos los familiares y amigos que en este tiempo me han dado su cariño y apoyo, su hombro amigo y buenos consejos.

Y a los que ya no están, pues son mis héroes y mi inspiración en todo lo que hago: mis abuelos, Guido y Carlos, al Padre Pascualito, a Martín, mi primo y mi hermano, pues sé que desde el cielo ellos me cuidan y me guían.

Eleonor Álvarez

ÍNDICE GENERAL DEL TRABAJO

| | |
|---|------|
| DEDICATORIA | ii |
| AGRADECIMIENTOS | iii |
| ÍNDICE GENERAL DEL TRABAJO..... | iv |
| ÍNDICE DE FIGURAS | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS | x |
| TEMA..... | xi |
| RESUMEN | xi |
| INTRODUCCIÓN | xi |
| VISIÓN, MISIÓN Y VALORES | xii |
| JUSTIFICACIÓN | xiii |
| DIAGNÓSTICO | xiv |
| OBJETIVOS..... | xvi |
| Objetivo general..... | xvi |
| Objetivos específicos | xvi |
| MARCO TEÓRICO..... | xvi |
| METODOLOGÍA | xx |
| SÍNTESIS DE CONTENIDOS DE LOS CAPÍTULOS | xxi |
| CAPÍTULO I..... | xxi |
| CAPÍTULO II..... | xxii |
| CAPÍTULO III | xxii |
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| INVESTIGACIÓN Y DEFINICIÓN DE REQUISITOS DEL PROYECTO DE DISEÑO | 1 |
| 1.1. INVESTIGACIÓN | 1 |
| 1.1.1. Antecedentes | 1 |
| 1.1.2. Análisis Tipológico | 3 |
| 1.2. ESPECIFICACIONES DE DISEÑO DEL PROYECTO | 6 |

| | |
|--|----|
| 1.2.1. Necesidades del usuario | 6 |
| 1.2.2. Requisitos del proyecto, Brief | 6 |
| CAPÍTULO II | 15 |
| 2. DESARROLLO DEL PROYECTO DE DISEÑO | 15 |
| 2.1. DISEÑO DEL CONCEPTO | 16 |
| 2.1.1. Concepto, definición y descripción para el proyecto aprobado | 16 |
| 2.1.2. Generación de ideas para el proyecto aprobado | 18 |
| 2.1.3. Bocetos, dibujos e imágenes para el proyecto aprobado | 19 |
| 2.1.4. Evaluación del concepto para el proyecto propuesto | 30 |
| 2.2. DESARROLLO DEL DISEÑO | 33 |
| 2.2.1. Dibujos técnicos, esquemas constructivos | 33 |
| 2.2.2 Modelos o prototipos de estudio (Imágenes) | 51 |
| 2.2.3 Evaluación del desarrollo | 59 |
| CAPÍTULO III | 64 |
| DISEÑO A DETALLE DEL PROYECTO Y VALIDACIÓN | 64 |
| 3.1. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL | 64 |
| 3.1.1. Exploración de materiales | 64 |
| 3.1.2. Exploración De Técnicas De Fabricación | 64 |
| 3.1.3. Detalles constructivos y mecanismos | 66 |
| 3.1.4. Pruebas y refinamiento | 66 |
| 3.2. VALIDACIÓN FINAL DE LA PROPUESTA DE DISEÑO | 67 |
| 3.2.1. Confrontación con los requerimientos del comitente | 67 |
| 3.2.2. Confrontación con las necesidades de los usuarios | 71 |
| 3.3. COSTOS DEL PROYECTO | 77 |
| 3.3.1. Costos de producción..... | 77 |
| 3.3.2. Costos de diseño | 77 |

| | |
|--|-----|
| CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO 3..... | 79 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 82 |
| Conclusiones..... | 82 |
| Recomendaciones | 83 |
| Propuesta recomendada..... | 84 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 109 |
| ANEXOS..... | 111 |
| ANEXO 1: ACTIVIDADES DEL COLECTIVO “DESDE LA MIRADA...” | 111 |
| ANEXO 2: ENTREVISTAS A LA COORDINADORA, GHISLAINE IZAGUIRRE | 112 |
| ANEXO 3: ENCUESTA A LAS INTEGRANTES SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNOS | 116 |
| ANEXO 4: PRESUPUESTO Y ACTIVIDADES DEL TFC | 118 |
| ANEXO 5: INFOGRAFÍA PSICOLOGÍA DEL COLOR..... | 120 |
| ANEXO 6: BOCETOS Y PROCESOS..... | 121 |
| ANEXO 7: VALIDACIONES | 133 |
| ANEXO 8: COTIZACIÓN..... | 135 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| <i>Figura 1: Árbol de problemas, elaborado por: Eleonor Álvarez.</i> | 2 |
| <i>Figura 2: CAPPP. (2015). I SALÓN DEL GRAN FORMATO (Invitación y Catálogo) recuperado de http://goo.gl/fwS8Fu</i> | 3 |
| <i>Figura 3: YÉPEZ COLLANTES. (2015). Series Fotográficas UK, stories. (Separadores de página, vídeo y cartel) Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.</i> | 4 |
| <i>Figura 4: WAO MIMO. (2015). WAO MIMO, Yasuní bajo el lente Waorani. (Cartel, postales) https://goo.gl/tS8fU2</i> | 5 |
| <i>Figura 5: Vértices del Método “Diseño Generalizador Integrado” de Papanek (1971) en función de los Elementos Básicos de la publicación de Bhaskaran (2006).</i> | 15 |
| <i>Figura 6: Fragmento Infografía sobre Psicología del Color en Branding</i> | 18 |
| <i>Fuente: http://www.webpagefx.com/</i> | 18 |
| <i>Figura 7: Ejemplo de texto y tipo de imágenes a ser usadas en el “libro conmemorativo”</i> | 19 |
| <i>Figura 8: Bocetos de propuestas para la retícula del “libro conmemorativo”.</i> | 21 |
| <i>Figura 9: Bocetos Iniciales</i> | 22 |
| <i>Figura 10: Bocetos Iniciales</i> | 22 |
| <i>Figura 11: Bocetos de las propuestas de los distintos productos a ser diseñados</i> | 23 |
| <i>Figura 12: Los colores psicológicos según Heller (2004)</i> | 26 |
| <i>Figura 13: Referencias de los conceptos del violeta según Heller (2004)</i> | 27 |
| <i>Figura 14: Propuestas en bocetos para la portada.</i> | 29 |
| <i>Figura 15: Vector floral</i> | 30 |
| <i>Fuente: http://goo.gl/tiu52z; http://goo.gl/KakVWb</i> | 30 |
| <i>Figura 16: Evaluación del Concepto Femenidad en relación a los elementos de Diseño Editorial.</i> | 31 |
| <i>Figura 17: Diagramación de las páginas básicas</i> | 35 |
| <i>Figura 18: Diagramación de la Sección Memoria Fotográfica</i> | 36 |
| <i>Figura 19: Diagramación de las secciones de obra pictórica y plástica</i> | 36 |
| <i>Figura 20: Diagramación de la sección de textos</i> | 37 |
| <i>Figura 21: Numeración de las páginas en el impreso (izquierda), libro PDF (derecha).</i> | 38 |

| | |
|--|------------|
| <i>Figura 22: “libro postalero”, páginas con texto y postales desprendibles.....</i> | <i>39</i> |
| <i>Figura 23: Diagramación “libro postalero”</i> | <i>40</i> |
| <i>Figura 24: Impresión del CD</i> | <i>41</i> |
| <i>Figura 25: Empaque del CD.....</i> | <i>42</i> |
| <i>Figura 26: Tipografía Gabriola</i> | <i>45</i> |
| <i>Figura 27: Tipografía Garamond, en Regular, Bold e Italic.....</i> | <i>46</i> |
| <i>Figura 28: Estilos de párrafo “libro conmemorativo”</i> | <i>47</i> |
| <i>Figura 29: Tipografía para el “libro postalero”</i> | <i>48</i> |
| <i>Figura 30: Portada y Contraportada libro conmemorativo</i> | <i>49</i> |
| <i>Figura 31: Portada y Contraportada del “libro postalero”</i> | <i>50</i> |
| <i>Figura 32: Evaluación del Libro Conmemorativo</i> | <i>60</i> |
| <i>Figura 33: Evaluación del Libro Conmemorativo</i> | <i>62</i> |
| <i>Figura 34: Logotipo del Colectivo</i> | <i>84</i> |
| <i>Figura 35: Imágenes relacionadas con el concepto de “Empoderamiento”</i> | <i>85</i> |
| <i>Figura 36: Imágenes relacionadas con el concepto de “Integración”</i> | <i>86</i> |
| <i>Figura 37: Imágenes relacionadas con el concepto de “Libertad”</i> | <i>86</i> |
| <i>Figura 38: Imágenes relacionadas con el concepto de “Femenino”</i> | <i>87</i> |
| <i>Figura 39: Bocetos siguiente propuesta</i> | <i>88</i> |
| <i>Figura 40: Propuestas para el isologo</i> | <i>89</i> |
| <i>Figura 41: Diagramación isologo propuesto para “Desde la Mirada...”</i> | <i>90</i> |
| <i>Figuras 42: Colores propuestos</i> | <i>90</i> |
| <i>Figura 43: Representación de la elegancia de la plata</i> | <i>92</i> |
| <i>Figura 44: Propuesta final del logotipo</i> | <i>92</i> |
| <i>Figura 45: Propuesta para uso de color permitido con el logo.....</i> | <i>93</i> |
| <i>Figura 46: Propuesta para colores no permitidos con el logo</i> | <i>94</i> |
| <i>Figura 47: Bocetos de propuestas del libro conmemorativo</i> | <i>94</i> |
| <i>Figura 48: Propuesta diagramación páginas informativas y portadas.....</i> | <i>95</i> |
| <i>Figura 49: Portadas y páginas informativas impares</i> | <i>96</i> |
| <i>Figura 50: Propuesta manejo de imágenes de la obra</i> | <i>97</i> |
| <i>Figura 51: Diagramación de la sección de obra plástica</i> | <i>98</i> |
| <i>Figura 52: Diagramación de la sección de literatura.....</i> | <i>99</i> |
| <i>Figura 53: Propuesta Portada</i> | <i>101</i> |
| <i>Figura 54: Propuesta Contraportada</i> | <i>102</i> |
| <i>Figura 55: Propuestas de formato y diagramación del libro de postales.....</i> | <i>103</i> |

| | |
|---|------------|
| <i>Figura 56: Diagramación del libro de postales páginas informativas</i> | <i>104</i> |
| <i>Figura 57: Diagramación de las postales</i> | <i>105</i> |
| <i>Figura 58: Posibles portadas propuestas de para el libro de Postales</i> | <i>106</i> |
| <i>Figura 59: Posibles contraportadas propuestas de para el libro de Postales..</i> | <i>107</i> |
| <i>Figura 60: Evaluación del Libro Conmemorativo</i> | <i>107</i> |
| <i>Figura 61: Evaluación del Libro de Postales</i> | <i>108</i> |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----------|
| Tabla 1:..... | 9 |
| <i>Medios por los que las integrantes conocen las noticias y actividades que realiza “Desde La Mirada...”</i> | <i>9</i> |
| Tabla 2:..... | 14 |
| <i>Presupuesto Inicial.....</i> | <i>14</i> |
| Tabla 3:..... | 16 |
| <i>Contextualización de los conceptos, definiciones y descripción gráfica.</i> | <i>16</i> |
| Tabla: 4..... | 24 |
| <i>Tipografías propuestas</i> | <i>24</i> |
| Tabla 5:..... | 68 |
| <i>Validación de la Propuesta Final del Diseño. “Libro Conmemorativo”.</i> | <i>68</i> |
| Tabla 6:..... | 69 |
| <i>Validación de la Propuesta Final del Diseño. “Libro Postalero”.</i> | <i>69</i> |
| Tabla 7:..... | 70 |
| <i>Productos en General (Libro conmemorativo, Libro postalero, CD).....</i> | <i>70</i> |
| Tabla 7:..... | 72 |
| <i>Validación de la Propuesta Final del Diseño, Productos en general, parte 1</i> | <i>72</i> |
| Tabla 8:..... | 73 |
| <i>Validación Específica de los productos de parte de las integrantes.</i> | <i>73</i> |
| Tabla 9:..... | 75 |
| <i>Validación específica de parte de terceros, productos en general.....</i> | <i>75</i> |
| Tabla 10:..... | 78 |
| <i>Presupuesto costos de diseño</i> | <i>78</i> |

TEMA

Construcción de un libro que sirva como medio para la transmisión del trabajo hecho por el Colectivo “Desde la Mirada...” desde su inicio hasta el septiembre de 2013 con motivo de su tercer aniversario.

RESUMEN

A pedido de la coordinadora del Colectivo “Desde la Mirada...” se diseña y elabora un “libro conmemorativo” digital que sirva como medio para la transmisión del trabajo hecho por sus integrantes en los primeros tres años del grupo. A lo largo del proyecto se sugiere al comitente, y se integra a este proyecto, el diseño de un libro impreso y de un libro de postales.

En la investigación se aborda la problemática comunicacional que presenta el grupo respecto al conocimiento de su trabajo y sus objetivos como grupo, la cual se evidencia en los conflictos provocados por la posición de algunas integrantes con respecto a sus objetivos personales en contraste con los que tiene “Desde la Mirada...”.

Se presenta los productos como una ayuda para comunicar su misión, visión y objetivos, los cuales deben servir a sus integrantes como herramientas para solucionar la problemática, honrar el trabajo realizado y promocionar al grupo.

Por lo cual el “Libro Conmemorativo” presenta la misión, visión y valores, honra el trabajo de todas sus integrantes, presentando su trabajo al grupo y al público en general. Su presentación física permite que se visualice en cualquier momento sin la necesidad de un computador, mientras que su presentación en archivo PDF grabado en un CD, permite que alcance a las personas que residen en otros países y provincias a un menor costo.

Mientras que el “Libro de Postales”, o “Libro Postalero”, promociona al Colectivo y a sus integrantes como artistas individuales, ya que al desprenderse las postales se las puede enviar, regalar a terceros, enmarcarlas y así colocar el arte que realizan fuera de las galerías, maximizando su alcance.

INTRODUCCIÓN

“Desde la Mirada...” es un colectivo conformado solo por mujeres, con el objetivo de crear espacios de libertad para su expresión a través del arte, promoviendo el desarrollo personal y artístico de sus integrantes. Se caracteriza por acoger a mujeres de todas las edades, diferentes actividades económicas y

profesiones, de diferentes entornos sociales. Se crea con la iniciativa de un grupo de 8 mujeres ecuatorianas en Quito. Ghislaine Izaguirre, actualmente coordinadora del Colectivo, les llama para tratar a través del arte el tema de la mujer “cazada” por la sociedad, cambiando la “s” por la “z” para expresar los cautiverios sociales que les apresan emocionalmente, mentalmente, y a veces, físicamente, el cual es el tema central de su libro “Diarios de Mujeres Cazadas”.

El impacto del libro escrito por Ghislaine Izaguirre, vincula a las integrantes a través de sus experiencias para hablar a través del sobre los espacios de libertad de las mujeres del mundo a partir de los cautiverios propios y/o ajenos. Y aunque el Colectivo nace para liberar a las mujeres de cautiverios y crear espacios de libertad, no solo recibe a personas que consideran necesitar el proceso de crecimiento artístico y desarrollo personal, sino también a quienes comparten los ideales de equidad, desarrollo y crecimiento artístico de las mujeres, y por ello quieren ayudar a proponer estos procesos para otras personas y en otros espacios.

VISIÓN, MISIÓN Y VALORES

Visión: El marco del plan de trabajo y describe lo que se necesita lograr en función de conseguir la sostenibilidad, calidad y crecimiento del Colectivo y sus integrantes. Se pretende sea la guía para alcanzar sus objetivos en diferentes ámbitos.

- Femenina: Trabaja desde una perspectiva de trabajo de y para mujeres, potenciando su desarrollo personal y artístico.
- Espacios: Generar espacios de desarrollo personal y artístico a través de exposiciones, eventos, talleres, etc.
- Social: Plantear espacios de mejora social de y para mujeres.
- Beneficio: Mejorar como individuos y promover la crianza de nuevas generaciones libres y felices.
- Desarrollo: Promover el continuo desarrollo y evolución de las mujeres.

Misión: Define el objetivo a largo plazo como grupo y el criterio de peso de las actuaciones y decisiones para lograr sus metas fundamentales:

- Crear espacios de libertad para la mujer del mundo.
- Generar espacios de desarrollo personal y artístico para las mujeres.
- Criar nuevas generaciones libres y felices.

Valores: La guía de acciones y comportamiento del Colectivo “Desde la Mirada...” hacia el mundo son:

- Libertad: Promover y apoyar la libertad de las mujeres para pensar, decir, expresarse, ser, en los distintos espacios.
- Compromiso: Compromiso con el desarrollo personal y artístico de las mujeres y del Colectivo grupalmente.
- Integridad: Ser transparentes en la gestión.
- Colaboración: Apoyo al desarrollo personal y artístico de las mujeres.
- Iniciativa: Generar espacios de desarrollo profesional y crecimiento personal de las mujeres.
- Equidad: Promover la equidad de género y gestión equitativa de espacios.
- Diversidad: Promover la variedad de voces y pensamientos.

JUSTIFICACIÓN

“Desde la Mirada...” propone la mejora individual y colectiva en los ámbitos personal y artísticos de sus integrantes, al trabajar con las mujeres a través del arte para que puedan procesar lo que les impide alcanzar sus potenciales y felicidad, al proponer cambio social y mejora de las condiciones de vida a través de las personas a las que se acercan con sus talleres y exposiciones.

Por el proceso de desarrollo individual y colectivo propuesto se ha explorado desde entonces varios conceptos a través de las exposiciones colectivas, siendo estos: “Mujeres Diversas y Dispersas”, “Revolución de las Almas”, “Cordeles de Sueños”, “Libertad” y “Trascender”; y talleres personales y grupales para el desarrollo personal. Sin embargo “Desde la Mirada...” no ha explorado otros canales de comunicación que podrían ser de ayuda para obtener sus objetivos.

Es posible cumplir los propósitos del colectivo a través de la decisión del diseñador de trabajar en proyectos éticos. Como señala Costa (2007), para el diseño: “Su designio más noble es trabajar para mejorar nuestro entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida; aportar informaciones y mejorar las cosas (...) Su especificidad como disciplina es transmitir *sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento*”. Al contribuir a través de productos gráficos para que “Desde la Mirada...” pueda promocionar su

trabajo se ayudaría a continuar cumpliendo sus objetivos y se contribuiría a la construcción de una sociedad más equitativa. Se espera este proyecto contribuya a generar espacios de comunicación entre los artistas y diseñadores, potenciando al receptor a tomar la iniciativa en la comunicación con sus distintos públicos, dando valor a la teoría de Costa, que promueve el diseño para la buena vida, certificando el compromiso y privilegio del diseño con la sociedad y la cultura.

En lo personal, se considera que el diseño editorial de libros para la promoción de aproximadamente 100 mujeres es un reto en su construcción, ya requiere equilibrar la obra de tantas personas distintas englobadas en la identidad de un colectivo, al tiempo que se hace un homenaje a sus integrantes y se aclara las directrices de trabajo de la agrupación. Permite proveer a este grupo una fuente interesante y dinámica de información y promoción grupal e individual a través del diseño, ayudando a cumplir los objetivos del Colectivo y a reconocerse en esas actividades y logros.

Y debido a que existe un fuerte vínculo de amistad y familiaridad con la coordinadora, ya que existen vínculos de amistad entre su familia y la del estudiante desde hace tres generaciones, lo cual motivó a que se participe con el Colectivo y su participación activa en sus exposiciones, aportando apoyo técnico en la gestión y de diseño de productos, catálogos y publicaciones.

DIAGNÓSTICO

El Colectivo “Desde la Mirada...” inicia y continua como una actividad entre amigas, a partir de un proceso personal de superación con el deseo de llegar a la sociedad con sus vivencias personales para proveer puntos de reflexión y espacios para el cambio social. Se mueve principalmente por el proceso individual dirigido por su coordinadora, con poca intervención de las integrantes, amigas de la coordinadora, la cual va disminuyendo progresivamente.

La coordinación de las actividades se trabaja con más entusiasmo que técnica o conocimiento. Al continuar las actividades y los contactos con las instituciones culturales, estas brindaron algunos conocimientos sobre los requerimientos individuales de la organización y montaje de exposiciones. En el tercer año se propone por primera vez un proyecto grupal, acorde al proceso estándar de las colaboraciones artísticas profesionales, pero hubo una respuesta

limitada a la propuesta, por lo cual se considera el colectivo tiene no solo problemas de comunicación, sino de estructura en su conformación.

Se llega a esta conclusión pues, adicionalmente, un grupo de integrantes se acercaron a la presentación formal de un proyecto según el proceso estándar de las galerías y centros de arte, y la instrucción de integrantes formadas artísticamente, a través del proyecto individual “Esencias”, en noviembre de 2014, cuyos resultados son más regulares que los del colectivo en general, y sin embargo no han logrado cumplir sus objetivos de desarrollo artístico profesional en los tiempos propuestos.

La mayor parte de integrantes encuentran poco o ningún interés en la organización de exposiciones y responden con indolencia a las convocatorias, ya que entre la mitad y un tercio de las expositoras esperaron el último momento para apuntarse a las actividades, causando problemas logísticos en el montaje y producción de catálogos, sobrecargando a la coordinación, conformada por Izaguirre, unas pocas amigas y colaboradoras, como en la exposición “Revolución de las Almas IV”, realizada en el Centro Cultural Ciudad Alfaro, en Montecristi, Manabí, en noviembre de 2013.

En consecuencia de la negligencia de sus integrantes y el deseo de la coordinadora de continuar actividades, el peso de la gestión de nuevas actividades aumenta sobre las integrantes que las proponen y la coordinación va retirándose de la gestión pues el peso económico recae sobre pocas personas pero hay presión para que se continúe por motivos ajenos a los propósitos del colectivo, tales como el de integrantes que participan ocasionalmente con obra repetida para obtener exposiciones para su currículum profesional o propósitos distintos.

Al momento que se solicita la elaboración de un “libro conmemorativo”, “Desde la Mirada...” presenta varios conflictos que ponen en peligro su sobrevivencia como grupo, para solucionar la falta de colaboración en las actividades, la repetición de la obra en las actividades, el interés decreciente de las integrantes y el público. Estos son problemas estructurales en su mayoría, y no pueden ser solucionados a través del diseño o la comunicación solamente, pero se propone la elaboración de este proyecto para que sirva de apoyo e inspiración para la coordinadora y las integrantes en la solución de los mismos.

OBJETIVOS

Objetivo general

Elaborar un libro que sirva como medio para la transmisión del trabajo hecho por el Colectivo “Desde la Mirada...” desde su inicio hasta el septiembre de 2013 con motivo de su tercer aniversario y como parte de su estrategia para comunicar a sus integrantes e instituciones culturales sobre su labor y sus directrices de trabajo.

Objetivos específicos

1. Investigar la situación de la comunicación interna del Colectivo “Desde la Mirada...” desde su inicio hasta su tercer aniversario para determinar falencias o necesidades de comunicación dentro del grupo.
2. Diseñar un “libro conmemorativo” y un “libro postalero” de la obra de los tres primeros años del Colectivo “Desde la Mirada...” con la finalidad de apoyar a los objetivos de comunicación del comitente y aporten a su mejor difusión.
3. Valorar la reacción de las integrantes del Colectivo “Desde la Mirada...” a los elementos diseñados, en relación con los objetivos del comitente.

MARCO TEÓRICO

Frascara, en su libro “Diseño gráfico y Comunicación” (1988), y posteriormente en su nueva edición “Diseño de Comunicación” (2006) toma la definición de diseño Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico presentada en la Asamblea General de la Unesco:

"(...) la tarea del diseñador gráfico es la de satisfacer las necesidades de comunicación visual de toda clase en todo sector de la sociedad, desde pequeños elementos hasta complejos sistemas de comunicación. Su relación con estas necesidades es comparable con la de un arquitecto y la necesidad de edificación y vivienda.... La forma dada a los mensajes determina la manera en que son comprendidos y aceptados. En otras palabras, determina si el mensaje funciona o no." Peter Kneebone representando al ICOGRADA (1980)

Y la adición del autor a la definición señala que el diseño gráfico es una actividad compuesta por las acciones de concebir, programar, proyectar y

realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados, a través de objetos que reciben el nombre de diseños gráficos (Frascara, 2000, pg. 19-21). Frascara menciona brevemente que hay una variedad de aspectos involucrados, tales como la responsabilidad social y el impacto al medio ambiente, entre muchos otros referentes a las soluciones técnicas de la disciplina en sí misma.

El autor plantea que el objetivo esencial de la percepción visual es un acto de búsqueda de significado, un acto de comunicación o de búsqueda de la misma, por tanto es una función biológica en función de asegurar la subsistencia. Plantea esta búsqueda de comunicación como un medio para entender el ambiente y construir contextos significantes, y lo relaciona con el instinto de conservación.

Mientras tanto, Costa (2007) habla del diseño gráfico como un privilegio y un compromiso, lo percibe como el medio fundamental de la comunicación social. Señala que el propósito del diseño como disciplina es el transmitir sensaciones, emociones, informaciones y conocimientos, y puede ser usado para diseños positivos y negativos por igual. A este doble uso lo considera una ambivalencia cargada de implicaciones económicas, políticas, técnicas, culturales, sociales y éticas, las cuales le ligan a la industria, a las ciencias humanas y nuevas tecnologías.

En “Diseñar para los Ojos” de Costa (2007) se define que el lenguaje evoluciona y lo hace para ponerse al servicio de la sociedad al volver la información necesaria comprensible a través de:

“(…) el lenguaje básico de la imagen y el texto, o lo que hemos llamado lenguaje bimedia (icónico y tipográfico), que organiza la colaboración expresiva de las imágenes y los textos. Este lenguaje esencial de la gráfica ha dado lugar a desarrollos y ramificaciones técnicas, como los lenguajes del color, los signos funcionales, los símbolos de las ciencias y las técnicas y los grafos –que constituyen el lenguaje de los esquemas – y la digitalización. Son nuevos elementos comunicativos que sobrepasan el dualismo fundamental imagen-texto, porque no son ni lo uno ni lo otro. Y vienen a completar y ampliar así el repertorio de los recursos expresivos del diseñador gráfico contemporáneo.” Costa (2007)

A través de la *bimedia* se puede proporcionar la información que se desea difundir de forma atractiva, legible y comprensible. Costa cree que el diseño gráfico se diferencia de otras disciplinas cercanas sirve para comunicar información y transmitir conocimiento. Plantea que existe el diseño de utilidad pública y el diseño de persuasión, siendo la distinción entre ambos el valor crítico y ético de poner la gráfica en el servicio de la sociedad proveyendo la información o conocimientos necesarios en cualquier ámbito de la vida, ayudando a hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida; aportar informaciones y mejorar las cosas; difundir las causas cívicas y de interés *Colectivo* y la cultura, o usar ese conocimiento para finalidades propagandísticas o consumistas, al seducir en favor de ideologías o fomentar actividades y actitudes nocivas para la sociedad y el entorno, atentando contra las identidades culturales y la libertad individual y colectiva.

También propone que el diseño debe trabajar en el servicio a la sociedad al contemplar que no solo se cumplan los objetivos de comunicación, sino que por medio de ellos promover la mejora de la calidad de vida de las personas. Situación que se contempla solo brevemente en la teoría de Frascara, para quién la responsabilidad social es solo una de las partes del proceso y no un compromiso o una responsabilidad.

Mientras que la posición ética de Frascara al inicio depende en su mayor parte del instinto de supervivencia, el cual guía la búsqueda de la comunicación e información necesaria para ayudar al propósito de la subsistencia humana, contemplando solo brevemente la responsabilidad social, y sin adentrarse en la calidad de esa vida de las personas o los valores éticos de los diferentes mensajes que se ayudan a transmitir, en contraste con Costa, para quién el diseño ha de tomar una posición ética en el proceso, ya que la supervivencia de sistemas consumistas, doctrinantes religiosos o políticos, no tienen la misma valoración en la conservación de la sociedad y no necesariamente contemplan la mejora a la calidad de vida de las personas.

Aunque centralmente sean similares, ya que contemplan las soluciones y aportes necesarios para los problemas de la sociedad, es el enfoque de una mejor calidad de vida y la propuesta de asistencia a hacer de este mundo inteligible para los que lo habitan, que propone Costa, que sea una guía

adecuada para esta tesis, al promover la difusión de causas de interés para la cultura y la sociedad.

Más tarde, Frascara (2000), publica *“Diseño Gráfico Para la Gente”*, libro que impulsan la edición del libro *“Diseño de Comunicación”* (2006), en el 2000 habla de cómo el diseño gráfico puede ser propuesto como una disciplina dedicada a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. Explora el proceso que motiva a la construcción de mensajes motivados por la realidad actual y la realidad que a la que se desea arribar después de que la gente se enfrente a esos mensajes. Ya en este libro se alinea con la posición de Costa sobre la responsabilidad del diseñador en el proceso de cambio iniciado por la exposición a los mensajes diseñados, haciendo mención a las distintas responsabilidades del diseñador, ya que en su posición mantiene una relación y responsabilidad ética, profesional, social y cultural, que han de contribuir de forma positiva a la sociedad y contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos planteados por sus obligaciones con sus clientes y el público, respetando los valores humanos básicos.

Bhaskaran (2006) dice que se define al diseño editorial como la especialización que conjuga a las disciplina de diseño y la comunicación, y se dedica al diseño e impresión de diferentes publicaciones con intención de comunicar información a un público.

En el libro *“¿Qué es el diseño editorial?”* (2006) Bhaskaran señala a seis elementos básicos que pueden afectar al diseño: el formato, la retícula, la tipografía, el color, la cubierta y el uso de las imágenes. La combinación de estos elementos permite que el diseñador fusione la información que se desea comunicar al tiempo que le aporta identidad, aunque el equilibrio varía de acuerdo a la publicación, el diseño ha de validar el contenido y este al diseño, pues de esta relación se potencia su mensaje para obtener los objetivos propuestos y deseados.

Sin embargo en la era digital se teme por la posible discontinuación de la publicación física, ya que muchos productos que habían surgido de la intensa etapa de modernización inducida por la Revolución Industrial habían pasado a la historia, tales como los vinilos y los casetes de música. Sin embargo Bhaskaran piensa que las publicaciones impresas se consideran fuentes de información más fiables, al menos temporalmente, y que su fortaleza se basa en el tacto y la

sensación que comunican los libros, las revistas y los impresos en general, lo cual a su parecer les da una autenticidad que sobrepasa a lo digital.

Bhaskaran, sin embargo, no hace de menos a la publicación digital, pues considera que su evolución le da al diseñador control total sobre el contenido que presenta, ya que la tecnología le permite experimentar y potenciar su labor, aprovechando lo mejor de ambos formatos. El diseñador hoy en día tiene la facilidad de exponer su trabajo a nivel local e internacional gracias al internet, situación que facilita la comunicación y distribución de la información. Provee una guía práctica del proceso de diseño editorial, en el cual se menciona poco las intenciones del diseñador o del cliente con respecto a sus objetivos más allá de la comunicación y del éxito que la publicación tenga gracias al equilibrio y fuerza que brinden sus elementos al mensaje.

METODOLOGÍA

Haciendo uso de los parámetros marcados por Luz del Carmen Vilchis, en su libro Metodología del Diseño – Fundamentos Teóricos (1998), se usará en principio las cuatro constantes metodológicas, comunes a varias metodologías de diseño, las cuales son: a) información e investigación, b) análisis, c) síntesis, y d) evaluación; tomando también la metodología de Víktor Papanek llamada “Diseño Generalizador Integrado”, descrita en su libro Diseñar para un mundo real (1971), que surgió como parte de un proceso de diseño de productos y la arquitectura mas es útil para la generación de soluciones en general al proponer el desarrollo de un complejo funcional con seis vértices que tienen como centro la función del objeto, siendo estos sus elementos: a) función, b) utilización, c) necesidad, d) telesis, e) asociación, y f) estética.

En todas las metodologías se inicia recogiendo la información e investigando el problema, en este caso se encuentra que el tercer aniversario es la oportunidad para prevenir que vuelvan a ocurrir problemáticas dentro del Colectivo “Desde la Mirada...”, ya que la falta de información sobre sus labores y claridad en la comunicación de sus funciones, ha provocado que integrantes recientes manejen de forma negativa varias situaciones. Es para prevenir que pueda volver a ocurrir algún inconveniente por falta de claridad, que plantean una estrategia de comunicación que informe de los avances individuales y grupales, y explique el contexto en el que se dieron.

Para ello se ha de recoger la información de su origen, influencias, integrantes y actividades, para formular un objeto que sea acorde a la variedad de personas a la que va dirigido, permitiendo que se construyan varias opciones que permitan el acercamiento según las necesidades y aptitudes comunicacionales del grupo objetivo, que consta de mujeres entre los 20 y los 90 años.

Se propone el diseño editorial como medio para proponer varias soluciones, digitales y/o impresas, que contengan la información que el Colectivo necesita promocionar, dando realce a los resultados logrados por sus integrantes a través de dichas actividades. Así como un acercamiento al diseño de empaques, para solucionar la entrega física de los CD's, objeto que es primordial para la distribución de los productos solicitados debido a su bajo costo en comparación de los libros impresos, y ha probado ser útil en el pasado para las actividades del *Colectivo*.

A estos objetos se llegaría a través del desarrollo y diagramación en InDesign, Illustrator, tratando las imágenes con el Photoshop. Se utilizarían dichos softwares también para el desarrollo de empaques que se necesitarían para cumplir sus estrategias de comunicación, teniendo en cuenta un continuo proceso de retroalimentación que permita corregir y evaluar diferentes opciones durante el desarrollo del proyecto.

SÍNTESIS DE CONTENIDOS DE LOS CAPÍTULOS

CAPÍTULO I

En el primer capítulo se revisó los antecedentes del comitente, El Colectivo “Desde la Mirada...”, una agrupación de mujeres que gestionan la creación de espacios para las mujeres. Pero, el grupo creció rápidamente por su enfoque y su habilidad para obtener espacios de exposición artística, situación que atrajo a personas que no compartían los valores del grupo, sino que se interesaron por los impulsos que estas actividades dan a sus carreras artísticas al no tener claros los objetivos del grupo y valores que definen el comportamiento de las integrantes. Por esa razón se ha dado una disminución de la participación de integrantes en las actividades, lo cual es problemático para la supervivencia del grupo y el alcance de sus objetivos.

En este capítulo también se analizan materiales de diseño usados para promocionar y promover las exposiciones artísticas y actividades culturales en

un centro cultural reconocido. Así como se repasa el brief, las especificaciones de diseño del proyecto, repasando las necesidades del usuario, los requisitos del proyecto, y la investigación previa que llevó a la solicitud de este proyecto.

CAPÍTULO II

En el segundo capítulo se revisa el desarrollo del proyecto, el cual inicia con la selección de un concepto, su definición y descripción. A continuación se procedió a generar ideas que permitan una adecuada expresión del concepto, entonces se desarrolla a través de bocetos, dibujos e imágenes, llevando el proceso a través de la evaluación de los principios de diseño propuestos por Rodríguez Morales (2014).

Una vez que se obtuvo la idea aprobada por el cliente para proceder con el proyecto, se inició el proceso de diseño. Se inició con la diagramación de los libros conmemorativos, el libro de postales, el CD y su empaque, teniendo en cuenta los requerimientos del proyecto. Se seleccionaron elementos de diseño que fueron usados por el colectivo en productos de diseño previos, como la tipografía. Se revisa también diferencias entre el libro conmemorativo impreso y su versión PDF, así como las similitudes entre los diferentes productos al ser parte del mismo proyecto.

Adicionalmente, se prepararon las imágenes provistas por el comitente para la elaboración del libro, por medio de un sistema de organización y jerarquización de acuerdo a eventos, fechas, personas y calidad de las imágenes. Se presentan también los modelos de los productos ya terminados a través de fotografías.

El segundo capítulo finaliza con la evaluación del desarrollo del proyecto, detallando cada producto, realizando recomendaciones y una propuesta secundaria para que el cliente y otras organizaciones similares tengan en cuenta para proyectos futuros proyectos que puedan promocionar sus actividades.

CAPÍTULO III

En el tercer capítulo del proyecto se detalla el proyecto y su validación posterior, iniciando con la presentación de la propuesta aprobada por el cliente. Se inicia con la exploración de los materiales para los diferentes productos, pasando a las diferentes técnicas de fabricación, específicamente las de impresión que podrían ser utilizadas en la producción de los libros, quedando como propuestas abiertas para beneficio del comitente. Luego se revisan los

detalles constructivos y mecanismos, limitados al encolado, perforado, dobleces y engomado. Se pasa a las pruebas y refinamiento de los productos, donde se revisa el apartado del segundo capítulo, donde se presentaron los *dummies*, encontrando que se pueden realizar mejoras a los diferentes productos.

También se presenta la validación final de la propuesta de diseño. Para empezar se confrontan los resultados con los requerimientos del comitente, iniciando el proceso al realizar una encuesta a la coordinadora del colectivo. Luego se confrontaron los productos con las necesidades de los usuarios al realizar encuestas a las integrantes voluntarias del colectivo y finalizando con terceros no relacionados. Se finaliza el proceso con las conclusiones obtenidas de las encuestas realizadas, por lo que se encontró que los productos son válidos para los objetivos del Colectivo.

Finalmente se procede a exhibir los costos del proyecto, lo cual se inicia presentando los costos de producción de los libros conmemorativos y de postales, luego se detallan los costos de diseño a través de una tabla del presupuesto.

En la conclusión del tercer capítulo se revisa el proceso del proyecto, así como se presentan conclusiones y observaciones obtenidas por el mismo, para que sirvan de provecho al comitente para solucionar los problemas que les llevaron a solicitar los productos realizados. Ya que su problemática no se origina en el diseño, no va a ser resuelta únicamente por uno o varios productos, sino por una serie de acciones directas y planificadas de parte del colectivo.

CAPÍTULO I

INVESTIGACIÓN Y DEFINICIÓN DE REQUISITOS DEL PROYECTO DE DISEÑO

1.1. INVESTIGACIÓN

1.1.1. Antecedentes

El Colectivo “Desde la Mirada...” inicia sus actividades en septiembre de 2011 por el llamado a la acción de Ghislaine Izaguirre, coordinadora y miembro fundador del mismo, con la idea de obtener espacios para que las mujeres de Ecuador y del mundo puedan expresar sus percepciones y vivencias, permitiendo así provocar cambios a la sociedad que limita los campos de acción y libertades de las mujeres, impidiendo así que se desarrollen como seres humanos plenos y felices.

Desde entonces y a través de 27 actividades (revisar Anexo 1), una lista que sigue creciendo, y con la invitación abierta a las mujeres a dejar saber su criterio plasmado en un lienzo sobre el tema de la evolución de la mujer desde diferentes perspectivas, el proyecto se orienta hacia la construcción de espacios de libertad para la mujer del mundo, mostrando a través del arte un trabajo Colectivo con temática diversas, de artistas de los países listados a continuación: Angola, Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, USA, Venezuela, Francia, Irán, Suiza, Alemania, Portugal.

“Desde la mirada” está compuesto solo por mujeres de distintas profesiones; prefieren ser llamadas mujeres diversas, debido a que con diferentes expresiones, criterios y sensibilidades dejan volar la imaginación en las obras y encuentran estas actividades liberadoras frente a una sociedad machista por la cual se sienten oprimidas.

El Colectivo se halla en un punto de cambio debido al creciente número de integrantes, habiendo empezado con 9 mujeres, hoy cuentan con 110 participantes de 16 países, y mantienen la invitación a más mujeres para unirse a sus actividades para cambiar la posición en la que se encuentran y poder así criar nuevas generaciones sin el estigma que marca a las mujeres por su género y su participación en la sociedad.

1.1.2. Análisis Tipológico

La producción de material de diseño para promocionar y promover la exposición suele depender del centro de exposiciones o museo que exponga la obra de los Colectivos o artistas independientes. Y comúnmente, por falta de recursos, el salón se encargará del cartel y las invitaciones, y el artista se encargará de la producción de los catálogos en caso de que le sea posible económicamente, por lo cual algunos artistas, Colectivos o asociaciones, buscan soluciones creativas para promocionar su trabajo, mientras que otros prescinden de la promoción, sea digital o impresa, a través de las redes o de los salones. Lo cual puede incidir en el reconocimiento y búsqueda de su obra a mediano y largo plazo, al no poder contactarlos o saber de ellos una vez cerrada la exposición.

Colegio de Artistas Plásticos Profesionales de Pichincha

Regularmente, el Centro Cultural de la PUCE, genera carteles impresos y de distribución online, para promocionar las actividades realizadas en sus salones. En conjunto, la producción de los catálogos suele diferir entre los expositores, cómo por ejemplo, el Colegio de Artistas Plásticos Profesionales de Pichincha (CAPPP), optó catálogos impresos y en pdf, disponibles en la página web del Centro Cultural, para su exposición realizada en la Galería Principal del Centro Cultural, como se puede observar en la siguiente figura.



Figura 2: CAPPP. (2015). I SALÓN DEL GRAN FORMATO (Invitación y Catálogo) recuperado de <http://goo.gl/fwS8Fu>

Raúl Yépez Collantes, Yepo

O por ejemplo, el fotógrafo Raúl Yépez Collantes, en adelante Yepo, no produjo catálogos, sino una colección de separadores de páginas con diversas muestras de la obra expuesta, y el Centro Cultural de la PUCE produjo un vídeo que está disponible en YouTube.com para promocionar la exposición¹.



Figura 3: YÉPEZ COLLANTES. (2015). Series Fotográficas UK, stories. (Separadores de página, vídeo y cartel) Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

WAO MIMO – YASUNÍ BAJO ELLENTE WAORANI

El 25 de Agosto del 2015, La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, su Centro Cultural y la Escuela de Ciencias Biológicas presentaron WAO MIMO – YASUNÍ BAJO ELLENTE WAORANI, exposición que surge de la colaboración de la fotoperiodista estadounidense Megan Westervelt con un equipo de fotógrafos nacionales e internacionales, y seis comunidades Waorani de la Reserva de Biósfera Yasuní.

Westervelt lanzó una campaña en Kickstarter.com², para reunir los fondos necesarios para imprimir las reproducciones de las fotografías y poder exponerlas en el Centro Cultural, así como para promover y llevar a los fotógrafos Waoranis a la inauguración de su muestra fotográfica.

1 . <https://goo.gl/aNxkHT>

2. <https://goo.gl/wxNmSQ>

Las recompensas para los patrocinadores eran postales de la exposición, reproducciones de 10 de las fotografías expuestas, calendarios creados a partir de la muestra, y reproducciones de lujo de 5 de las fotografías expuestas.



Figura 4: WAO MIMO. (2015). WAO MIMO, Yasuní bajo el lente Waorani. (Cartel, postales) <https://goo.gl/tS8fU2>

Análisis

Se puede observar que las presentaciones y medios de comunicación usados para llegar al público varían no solo entre instituciones culturales, ya que otros lugares, como el Centro Español y de las Comunidades, ubicados en la Vancouver E5-32 e Italia, en Quito, no produce catálogos cuando realiza exposiciones de las integrantes del Colectivo, sino que las promueve a través de su *newsletter* y su página web.

Del mismo modo que la Asamblea Nacional hace uso de la radio, televisión, periódicos y catálogos para promover las actividades que “Desde la Mirada...” ha realizado con su ayuda. Situación en la que se asemeja a la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, y que se debe a su posición como institución pública.

El nivel de compromiso de la sala y de los artistas depende en mayor parte de su facilidad para acceder a los fondos necesarios para emprender las acciones de comunicación y publicidad que las actividades requieren.

Es notable que parte de lo que se logra en conjunto depende no solo del factor económico, que aunque vital, se limita en gran medida a las acciones del artista para obtener la colaboración de la institución o su capacidad para gestionar su propia promoción. Sin la participación activa de los artistas la

gestión de sólo los catálogos e invitaciones se puede ver limitada al mínimo necesario y requerido por la ley a las instituciones de cultura.

1.2. ESPECIFICACIONES DE DISEÑO DEL PROYECTO

La representante del Colectivo, solicitó un “libro conmemorativo” virtual en formato PDF y el empaque para el CD que lo contendrá, lo cual a través del brief inicial se extendió a la creación de dicho libro con posibilidad a imprimir así como el libro en formato PDF, incluyendo el empaque en el cual se colocará el CD que contenga el PDF

1.2.1. Necesidades del usuario

El Colectivo “Desde la Mirada...” necesita promocionar y honrar el trabajo realizado desde su inicio hasta la elaboración de estos productos, para así promover una mayor y mejor participación de parte de sus integrantes.

Se ha determinado que el Colectivo requiere mejorar su comunicación interna, necesita que sus integrantes tengan acceso a su Misión, Visión y Valores, para una mejor colaboración y gestión de sus actividades, así como la disminución de conflictos por el desconocimiento de los objetivos, misión y valores del grupo.

1.2.2. Requisitos del proyecto, Brief

Para definir un brief de trabajo, se trabajó con el Brief 1, detallado en el capítulo 4 del libro Diseño y Publicidad (2011) escrito por Robin Landa, en el cual se cubren los siguientes puntos:

Título del Proyecto:

Construcción de un libro que sirva como medio para la transmisión del trabajo hecho por el Colectivo “Desde la Mirada...” desde su inicio hasta Septiembre de 2013 con motivo de su tercer aniversario

Información del producto:

1. Diseño de “libro conmemorativo” que incluya:

- Diseño de la portada y retícula del “libro conmemorativo”, el cual distribuiremos a través de CD's en formato PDF, y que de ser posible imprimiremos a futuro.
- Portada para la impresión de los CD's.

El libro debe incluir la siguiente información, que proveeremos en el plazo correspondiente:

- ISBN, trámite que se realiza a través de la Cámara Ecuatoriana del Libro.
 - Créditos de las obras de las personas participantes en el libro.
 - Introducción al libro, escrita por la coordinadora del Colectivo.
 - Agradecimiento a instituciones y personas que han colaborado a la gestión del Colectivo desde su inicio.
 - La Misión, Visión y Objetivos del Colectivo “Desde la Mirada...”
 - Listado de las actividades del Colectivo a través de la memoria fotográfica.
 - La obra presentada por cada artista del Colectivo en las distintas exposiciones.
2. Diseño de 2 opciones de empaques para los CD's, uno flexible tipo sobre y otro correspondiente a la caja rígida de plástico.
 3. Diseño de “libro postalero” con postales desprendibles con una obra de cada integrante participante del Colectivo.

El libro de postales desprendibles debe incluir:

- ISBN, trámite que se realiza a través de la Cámara Ecuatoriana del Libro.
- Créditos de las obras de las personas participantes en el libro.
- Introducción al libro, escrita por la coordinadora del Colectivo.
- Agradecimiento a instituciones y personas que han colaborado a la gestión del Colectivo desde su inicio.
- La Misión, Visión y Objetivos del Colectivo “Desde la Mirada...”
- Una obra de cada artista del Colectivo en las distintas exposiciones.

Información del mercado:

El Colectivo tiene integrantes de edades variadas, sin embargo la mayor parte de sus integrantes son mujeres adultas entre los 35 y 65 años, siendo una minoría menor de 35, o mayor a los 65, siendo la mayor una mujer cubana de 90 y las más jóvenes de 25.

La mayor parte del grupo usa de forma limitada la tecnología disponible, existiendo poca participación vía Facebook, siendo que de 83 integrantes solo 3 perfiles publican noticias y aportes continuamente, siendo estos el perfil personal de la coordinadora y la cuenta del Colectivo administrada que ella coordina, y el

tercer lugar es ocupado indistintamente por integrantes que tienen negocios relativos a la actividad artística y promocionan sus productos y servicios ocasionalmente.

Hay aportes esporádicos de otras 5 personas, siendo menos usuales, llegando a dos o tres cada mes aproximadamente, los cuales a veces tienen que ver con el colectivo. La coordinadora se apoya en los correos electrónicos para comunicar las noticias y hacer llamados a las integrantes para participar en diversas actividades, manteniendo una participación constante a las distintas actividades.

En una entrevista realizada respecto a la participación de las integrantes, disponible en el Anexo 2, se ve una percepción muy positiva de la asistencia a las distintas actividades. Izaguirre señala que siendo la mayor asistencia 356 asistentes a una exposición realizada en el Ministerio de Cultura del Ecuador, una de las primeras actividades del Colectivo, el promedio sería 70 asistentes, siendo que en una de las exposiciones individuales realizadas en el 2015 en la Sala Nela Martínez se contabilizaron aproximadamente 20 personas. De ahí, se puede concluir que la participación se relaciona con las actividades de las que forman parte, ya que se mantiene un promedio de 7 personas pertenecientes al Colectivo asistiendo a los eventos, y el resto son individuos relacionados con las integrantes o las salas de cultura.

La misma entrevista señala que la mayor parte de las actividades recae directamente sobre Izaguirre, siendo ella la que convoca y supervisa las actividades que promueven las artistas como individuos. Siendo que para mediados del 2014, habiéndose completado este proyecto, las actividades colectivas han disminuido y ha dado paso a actividades gestionadas por las integrantes interesadas, como se puede ver en el Anexo 1.

Sin embargo, una encuesta distribuida por Facebook y correo electrónico desmintió el alcance que la coordinación le da a estos medios de comunicación en el Colectivo, siendo que tan solo 24 personas participaron de la encuesta, aun cuando se tiene registro y confirmación de que llegó a 83 participantes del Colectivo a través del Facebook, a 97 direcciones de correos electrónico (la mayoría activas también en el FB). Los resultados pueden leerse a continuación, y la encuesta se encuentra en el Anexo 3:

Tabla 1:
Medios por los que las integrantes conocen las noticias y actividades que realiza “Desde La Mirada...”

| Rango etario | nº participantes | Medios por los que conocen las noticias | | | |
|--------------------|------------------|---|--------|--------------------|-------|
| | | FB | e-mail | Llamada telefónica | Otros |
| Entre 20 y 35 años | 3 | 3 | 1 | 0 | 0 |
| Entre 35 y 45 años | 2 | 3 | 1 | 0 | 0 |
| Entre 45 y 55 años | 10 | 7 | 7 | 3 | 2 |
| Entre 55 y 65 años | 7 | 4 | 4 | 1 | 2 |
| Más de 65 años | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 |
| Totales | 24 | 19 | 14 | 4 | 4 |

Los resultados de la encuesta señalan que solo el 28,9% de integrantes que tienen Facebook y se consideran activas en su participación virtual, a diferencia de las integrantes que utilizan el correo electrónico, participan de las solicitudes de la coordinadora y gestora de actividades del Colectivo, Ghislaine Izaguirre, quién se encargó personalmente de solicitar a las integrantes su participación en la encuesta online para asegurarse de que las integrantes colaboraran.

La tabla de resultados confirma ver que las integrantes de “Desde la Mirada...” son un grupo bastante variado y representativo de la constitución del Colectivo, siendo más las mujeres entre 45 y 65 años que las mayores de 65 y menores de 45. Sin embargo, se puede ver que precisamente son ellas, las que a través del internet se integran a las actividades, apoyándose también en otros medios de comunicación, tales como el teléfono. Sin embargo, se hace evidente por la poca respuesta a la encuesta, que las personas pasan por alto los llamados de la coordinación, aunque es difícil definir si es por falta de interés en las actividades o dificultades con la tecnología, o ambas.

Pese al tamaño del Colectivo, algunas actividades no llaman la atención de las integrantes que viven en Quito y se reúnen pocas personas para exposiciones o talleres, por tanto la comunicación por medios digitales ha ayudado a comunicar a algunas de las residentes de Quito que los utilizan y sobre todo, con las integrantes extranjeras. Pero presenta la pregunta de qué propuestas artísticas o actividades podrían llamar la atención para incrementar la participación de las mujeres que pertenecen al Colectivo.

Aunque existe una página web sus integrantes no la usan y no proveen información para su actualización, aún la coordinación que considera importante la comunicación por medios digitales, todas ellas si quieren se publiquen sus

actividades piden que se recupere la información y fotografías de perfiles variados del Facebook y a veces incluso que se la construya desde cero. Lo ahí publicado se basa en la información provista por la coordinadora, lo recabado de los perfiles de Facebook y la colaboración de unas pocas integrantes.

Objetivos de comunicación:

1. Promover los espacios para la comunicación y participación entre sus integrantes ante la presentación de resultados visibles de sus participaciones previas.
2. Generar conocimiento de la misión, visión y valores del Colectivo entre sus integrantes, apoyándose en los resultados logrados por el Colectivo.
3. Promover la difusión de las actividades del Colectivo entre sus integrantes y los organizadores y coordinadores de salas y eventos culturales con quienes se relacionan o se quieren relacionar.

Formato y tamaño:

El “libro conmemorativo” será hecho en formato A4 apaisado, 297x210mm, debe ser impreso en couché de 150 gramos, engomado y con una portada de couché de 300 gramos, siendo el número de páginas correspondiente al número de obras expuestas, según la diagramación escogida.

El “libro postalero” utilizará el formato de las postales con un espacio adicional para que parte de las páginas sean las postales desprendibles y pueda conservarse la información de las postales desprendidas. Las dimensiones serían 21x10, 7cm, de las cuales 15,2cm del ancho a la postal, y el 3,8cm restantes a la pestaña.

Los CD's tienen un diámetro de 120 mm, lo que provee una superficie circular, con un espacio negativo en el centro, con un diámetro de 30 mm, dentro del cual se puede trabajar la imagen deseada así como la ubicación de la información necesaria.

Los empaques para el CD deben contenerle, así como protegerle de rayones y dentro de lo posible de tensiones externas, procurando que sean del menor costo y tamaño posible, al tiempo que se priorice la comunicación de sus contenidos. No ha de superar, cerrado, los 125mm.

Medio:

El “libro conmemorativo” y el “libro postalero” serán entregados en medios impresos y digitales, o sea, libros físicos y en pdf, ya que es el interés del comitente que exista un medio digital, que se distribuirá a través de su página web y de Facebook, así como por CD's en sus eventos.

Parámetros:

Con base en varias sesiones con la coordinadora y algunas integrantes del *Colectivo*, así como con una entrevista con Ghislaine Izaguirre, la coordinadora, sobre sus expectativas personales sobre cómo el libro debe ser y cómo debería afectar a las integrantes del Colectivo y contactos en las instituciones culturales.

- ¿Qué se espera muestre el “libro conmemorativo”?

La obra de todas las integrantes que han participado del Colectivo desde su inicio, quienes estén dispuestas a participar, ya que ha habido personas que se han retirado del Colectivo o que por motivos diversos no se incluirían. (* Se retiraron por motivos personales en buenos y malos términos.)

- ¿Qué información desea sea mostrada en el “libro conmemorativo” para que las integrantes recuerden?

Es importante que las integrantes estén al tanto de lo que el Colectivo desea hacer socialmente, no solo en un plano artístico, emocional o social a nivel personal, ya que se ha estado trabajando en un ámbito personal con muchas integrantes pero ellas no necesariamente desean compartir sus historias con otras personas para promover proyectos de cambio social. Por lo que se debe limitar el campo de acción a no mostrar historias personales, pero mostrar los resultados obtenidos como organización para realzar la misión y la visión que volvieron posibles el alcanzar varios de sus objetivos en los años anteriores.

Existen casos de integrantes que han participado en una o dos exposiciones por completar su currículum, y otro caso muy específico en el que una integrante se retiró en muy malos términos del Colectivo, pues hacía de menos la obra de las demás integrantes. Estos casos sacaron a la luz que las integrantes no están claras de cuál es la misión, la visión o los objetivos del Colectivo, y por tanto no pueden contribuir a concretar acciones enfocadas para el beneficio del grupo. Un limitante es que no debe ser forzado a las integrantes, debido a que se pueden sentir incómodas, y eso es algo que la coordinación no

desea arriesgar. Izaguirre desea respetar los motivos individuales de sus integrantes y que estén cómodas con su participación en el Colectivo.

- ¿Qué información se desea comunicar en el “libro conmemorativo” a las instituciones culturales?

La misión, visión y objetivos del Colectivo, que estén claros apoya a “Desde la Mirada...” debido a que se han tenido inconvenientes por cuanto algunas personas se unieron al grupo con una percepción distinta de las directrices de trabajo del Colectivo y eso desembocó en que o bien perjudicarán al proceso propuesto o bien no participen de las actividades, pues no son de su interés.

- ¿Cuáles son las características físicas del “libro conmemorativo” que se desean?

La comitente, Ghislaine Izaguirre coordinadora y representante del Colectivo, en un principio solicitó únicamente la elaboración de un “libro conmemorativo” digital en formato PDF que pudiera distribuir de forma online y a través de CD entre las integrantes del Colectivo e instituciones culturales con las que trabaja en su labor. Sin embargo se extendió el proyecto a la elaboración de un “libro conmemorativo” físico, de modo que pueda maximizar el impacto a través de varias actividades, teniendo en cuenta que muchas de las integrantes tienen un contacto reducido con la tecnología. Apoyándose en el “libro conmemorativo” digital para alcanzar a los públicos que por distancias geográficas tendrían dificultad en adquirirlo.

De forma adicional se presenta el “libro postalero” para que apoye al Colectivo a distribuir su labor y la obra de sus integrantes, al permitir la obtención de los fondos necesarios para continuar las actividades.

- ¿Se necesita que algún detalle específico sea mostrado en el “libro conmemorativo”?

La coordinadora pidió que se exponga la obra de todas las integrantes que han participado de las actividades dentro de los tres primeros años, excepto las que se han retirado del Colectivo. Así como agradecimientos para las instituciones culturales que han apoyado al grupo desde su inicio.

- ¿Cuáles son los parámetros de selección para colocar la obra en el “libro conmemorativo”?

Las integrantes participantes deben haber dado obra al Colectivo para ser expuesta, así como los respaldos digitales necesarios para la promoción de las actividades. Las obras deben ser mostradas en su máxima calidad, no se debe perjudicar de ninguna forma a las integrantes al mostrar un trabajo con fotografías de baja calidad.

- ¿Qué se espera inspire el libro a las integrantes del Colectivo?

Se desea agradecer a las integrantes, se deben sentir reconocidas y ver que hay resultados de los aportes que realizan al Colectivo. Lo ideal sería que se sientan orgullosas y que eso les haga desear seguir participando.

- ¿Tiene expectativas económicas del lanzamiento del libro?
¿Cuáles son?

Se le propuso a la coordinadora que se revise la posibilidad de la impresión debido a que las personas pueden ver al libro físico como algo tangible en contraste a la existencia de una versión digital que a algunas personas les sería más difícil alcanzar. De ese modo puede promover que aporten al Colectivo con la compra de estos libros, de ese modo también puede reunir fondos para continuar las actividades, cuya creación y seguimiento requieren recursos que no se obtienen regularmente.

- ¿Qué tipo de apoyo se espera conseguir de las integrantes al lanzar el libro?

Se espera que esto incremente las actividades propuestas y coordinadas por las mismas integrantes, aligerando el peso de la coordinación al poder delegar responsabilidades a las personas interesadas. De igual manera, es del interés de la coordinación que se puedan reunir fondos para colaborar con la gestión y propuesta de actividades nuevas, que no han podido llevarse a cabo debido a la falta de recursos, extendiendo el alcance del Colectivo para concretar sus objetivos.

El comitente desea que las integrantes que participan irregularmente se integren a las actividades propuestas y puedan apoyar a las compañeras que mantienen el Colectivo en movimiento.

Fechas de entrega:

El “libro conmemorativo” ha de ser entregado a la coordinadora para su presentación hasta diciembre del 2014, cuando ha de estar terminado y aprobado por ella, para su posterior presentación a las demás integrantes del Colectivo.

Presupuesto:

El presupuesto elaborado presenta únicamente los costos de diseño durante la elaboración del proyecto, posteriormente se presentarán los costos de producción del producto final, elaborando una nueva tabla con los costos finales de la elaboración del proyecto. Las actividades incluyen el proceso de investigación, el cual se puede revisar en el Anexo 4, y el presupuesto sugerido se puede observar en la tabla a continuación.

Tabla 2:
Presupuesto Inicial

| Actividades | Recopilar Información | Clasificar y jerarquizar | Generar propuestas | Proceso | | | | Dummies | Correcciones | Totales |
|------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------|---------------------|-----------------------|------------------|----------------------|---------|--------------|---------|
| | | | | Edición Fotográfica | Corrección ortografía | Diseño Editorial | Pruebas de impresión | | | |
| | | | | 300 elementos | 25 elementos | | | | | |
| Horas de Trabajo | 120 | 80 | 80 | 50 | 40 | 320 | 16 | | 10 | 716 |
| Valor USD | 600 | 400 | 400 | 250 | 200 | 1600 | 80 | 220 | 50 | 3800 |

Nota: El valor hora (VH) se calcula en base a un sueldo o salario de 800USD mensuales.

$$800,00/160=5,00$$

$$\text{Sueldo/Horas laboradas}=\text{VH}$$

Proceso de aprobación:

Durante el primer semestre del año lectivo 2014-2015, se realizará una serie de revisiones de las distintas etapas primero con el profesor encargado de Taller TFC del octavo semestre, Jaime Guzmán, y posteriormente con la coordinadora del Colectivo.

CAPÍTULO II

2. DESARROLLO DEL PROYECTO DE DISEÑO

En este apartado se revisará el desarrollo del proyecto aplicando la metodología de Papanek (1971) llamada “Diseño Generalizador Integrado”, en base a la síntesis explicada en las generalidades conducirán los seis elementos de Diseño Editorial explicados por Bhaskaran (2006), que son: a) formato, b) retícula, c) tipografía, d) color, e) cubierta, f) uso de imágenes.



Figura 5: Vértices del Método “Diseño Generalizador Integrado” de Papanek (1971) en función de los Elementos Básicos de la publicación de Bhaskaran (2006).

Como se puede observar en la figura anterior, los elementos de diseño editorial se revisan en todos los pasos del método de Papanek, algunos en

mayor medida que otros en ciertos pasos, proceso que se revisará en la evaluación de los conceptos que apoyen a cada uno de ellos.

2.1. DISEÑO DEL CONCEPTO

2.1.1. Concepto, definición y descripción para el proyecto aprobado

El Colectivo “Desde la Mirada...” trata sobre el empoderamiento y libertades de la mujer, así como su integración a la sociedad, por lo que se decidió que la *feminidad* un concepto adecuado para trabajar en cualquier proyecto para la agrupación.

Tabla 3:
Contextualización de los conceptos, definiciones y descripción gráfica.

| Concepto | Definición | Descripción Gráfica |
|-----------|---|---|
| | la cualidad de lo femenino, capacidad de ser fecundado, fertilidad. |  3 |
| Feminidad | Capacidad de ser fecundado, floración. |  4 |
| | Relación con el ciclo reproductivo, fases de la luna. |  5 |
| | El símbolo de la diosa romana Venus o griega Afrodita. |  6 |

Se define a la *feminidad*⁷ como la cualidad de lo femenino, según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Se lo puede extender

3. <http://goo.gl/vwNslZ>

4. <http://goo.gl/ry2CMK>

5. <http://goo.gl/vtQn7h>

6. <https://goo.gl/Yq43rP>

7. <http://goo.gl/Wr30eV>

a lo *femenino*⁸, y sin embargo el significado es el mismo, se refiere a lo perteneciente a una mujer y un ser que posee los órganos para ser fecundado.

Al revisar los papeles de la mujer a través de la historia, se percibe como su característica principal a la capacidad de procrear, es una cualidad considerada divina en diversas culturas, que exaltaban la fertilidad y su relación con las cosechas, por lo cual se la relaciona frecuentemente con las flores y también con la luna. Se la representa también a través de símbolos específicos, como el símbolo de la diosa romana Venus o griega Afrodita, que representa al espejo de la diosa del amor, la belleza y la fertilidad.

Sin embargo, los colores que representan a los géneros han sido cambiantes en el tiempo, ya que tienen distintos significados según la era y la sociedad, siendo que durante el siglo XVIII en la corte francesa, se representaba la masculinidad a través del rojo y el rosa, por su energía como demostración de su virilidad, mientras que la feminidad se representaba con el azul o el celeste, por su tranquilidad, necesaria para el mantener el hogar y equilibrar la energía de su contraparte. Mientras que en la actualidad se representa al hombre a través del azul y a la mujer con el rojo, lo cual responde a los cambios de pensamiento traídos por la Ilustración en el siglo XIX, cuando se plantea al hombre como un ser lógico, capaz de gobernar, en rechazo al exceso de la guerra, y su contraparte femenina pasa a ser vista como depositaria de todas las emociones y sus excesos.

Se propone hacer uso de las tendencias sociales actuales, así como del violeta, color usado con frecuencia por el grupo por considerarlo el color de la creatividad, el conocimiento, la espiritualidad y la sabiduría. Así como lo describen la figura a continuación, la cual es un fragmento de una infografía, disponible en el Anexo 5.

8. <http://goo.gl/T76JIN>



Figura 6: Fragmento Infografía sobre Psicología del Color en Branding
Fuente: <http://www.webpagefx.com/>

2.1.2. Generación de ideas para el proyecto aprobado

Para la **diagramación** y el **formato** se tiene que tener en cuenta la mayor parte de la obra se genera en formatos rectangulares, debido al formato en el que se elabora el papel o los lienzos debido a la necesidad de las fábricas y empresas de optimizar la producción. El **uso de imágenes** se ve limitado por petición del comitente, pues por respeto y para mejor visualización de la obra, no se las debe recortar, y se debe hacer uso de todas las fotografías seleccionadas durante el proceso de aprobación con el comitente.

En la selección de la **tipografía** la legibilidad debe ser priorizada, para apoyar a los objetivos de comunicación del comitente y aportar a la mejor difusión labor, en relación con el segundo objetivo específico. La información presentada debe ser solo la necesaria, y ha de ser presentada de forma clara y concisa para mejorar la transmisión del mensaje. El grupo se conforma por mujeres que en su mayoría proviene de países latinoamericanos, su cultura y hábitos de lectura son similares a los ecuatorianos, prefiriendo espacios cargados de imágenes y poca información escrita, así como una comunicación verbal fuerte a la que se da prioridad, como se presenta en la figura a continuación.

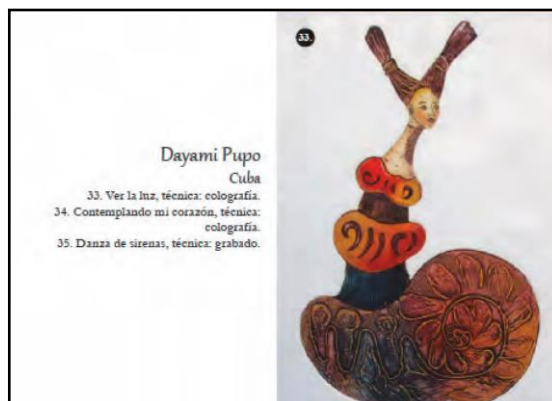


Figura 7: Ejemplo de texto y tipo de imágenes a ser usadas en el “libro conmemorativo”

Los **colores** solo pueden ser priorizados en las páginas informativas o en blanco, y aun así no pueden ser excesivamente llamativos, ya que hay múltiples cuadros y existirá una gran carga de colorido en las páginas internas a través del uso de las imágenes, y eso puede cansar o desalentar a los lectores de prestar atención a esas páginas, donde se brindará información que es vital presentar para el Colectivo en conjunto. Proceso que puede observarse en el Anexo 6.

Para la **cubierta** se tiene en cuenta la obras a ser mostradas exploran temas de interés femenino y exploran imágenes y formas que complementen los conceptos de femineidad y en consecuencia las formas fluidas, círculos y óvalos resultan evocaciones de la mujer, son frecuentemente utilizados; así como las formas con ángulos y rígidas evocan al hombre y son raramente usadas, como se puede observar en la figura anterior. En consecuencia, el soporte de lo femenino en toda el desarrollo se lo toma del contenido de los cuadros y apoyarlo en como las imágenes de fondo, los colores y el uso de la tipografía.

2.1.3. Bocetos, dibujos e imágenes para el proyecto aprobado

Para el desarrollo de los bocetos se trabajó con el apoyo “La Sintaxis de la Imagen” Dondis (1976), en el cual se encuentran algunas técnicas visuales como estrategias de comunicación, pues aunque no existe una solución universal, sencilla o absoluta para controlar el lenguaje visual, el autor señala:

“El lenguaje es, sencillamente, un recurso comunicacional (...) y ha evolucionado desde su forma primigenia y pura hasta la alfabetidad,

hasta la lectura y la escritura. La misma evolución debe tener lugar con todas las capacidades humanas involucradas en la pre visualización, la planificación, el diseño y la creación de objetos visuales, desde la simple fabricación de herramientas y los oficios hasta la creación de símbolos y, finalmente, la creación de imágenes” (Dondis, 1976)

Se tiene al contenido y forma como componentes básicos e irrefutables de todos los medios, parte y proceso de la comunicación entre el artista o diseñador con el público. Estas técnicas de expresión sirven como medios esenciales para ensayar las opciones disponibles, y apoyándose en el entendimiento visual, pensamiento, observación, comprensión y otras cualidades que generan las imágenes se puede evaluar los métodos que pueden transmitir el mensaje deseado.

Se reservan la totalidad de los bocetos para uso del comitente, que están disponibles en el Anexo 6, pues fue comunicada la idea de que es posible sean ideas útiles para la exposición de artistas independientes, o en grupos más pequeños que permitan mayor espacio para la información individual de las integrantes, mientras que en este proyecto no se recomienda un trabajo extendido en los individuos debido a la gran cantidad de integrantes y lo limitado del presupuesto actual.

2.1.3.1. Formato

Para el Libro Conmemorativo se evalúa la opción de páginas cuadradas, que resulta interesante por ser distinto a las presentaciones regulares del formato INEN, pero es rechazada por elevar los costos de producción y el desperdicio de material. Se explora también la presentación del texto en las páginas, como se puede ver en la figura a continuación, ya que se habrá de presentar varios tipos de información y ha de ser lo más claro posible, como se observa en la figura a continuación.

y no ser la intención enfocar la atención en un detalle de la obra, perjudicaba su visualización completa.

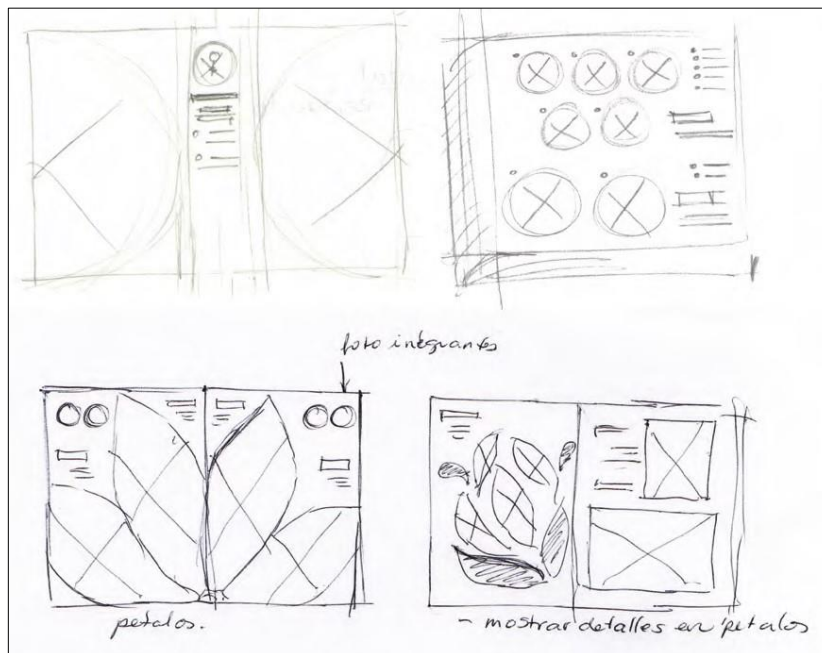


Figura 9: Bocetos Iniciales

A continuación se explora una retícula fija y lineal, pues benefician a la obra de las integrantes al permitir su máxima exposición. Se prueba con presentaciones cuadradas, que se rechazan por recortar demasiado a la obra, y rectangulares, que va de acuerdo al formato original de los cuadros y fotografías de otras obras y no les perjudican.

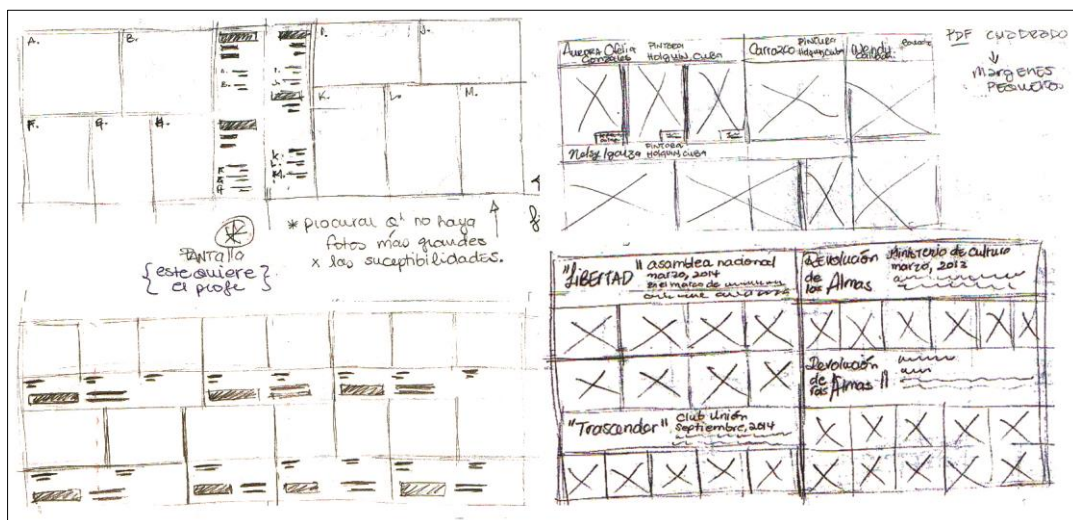


Figura 10: Bocetos Iniciales

Al tener en cuenta que se diseñarán tres productos, desde la etapa de bocetos se decide que el proceso ha de ser lo más coordinado posible, para que tengan la misma estética e identidad, con el “libro postalero” propuesto y el empaque de CD’s requerido.

En la figura a continuación se puede ver la presentación del libro en compañía del CD, y como se intenta coordinar desde un principio, que la diagramación sea afín entre los productos, para dar la posibilidad de que los usuarios puedan interactuar con todos los productos, reforzando su identidad en común y su relación con el grupo al que van a servir.

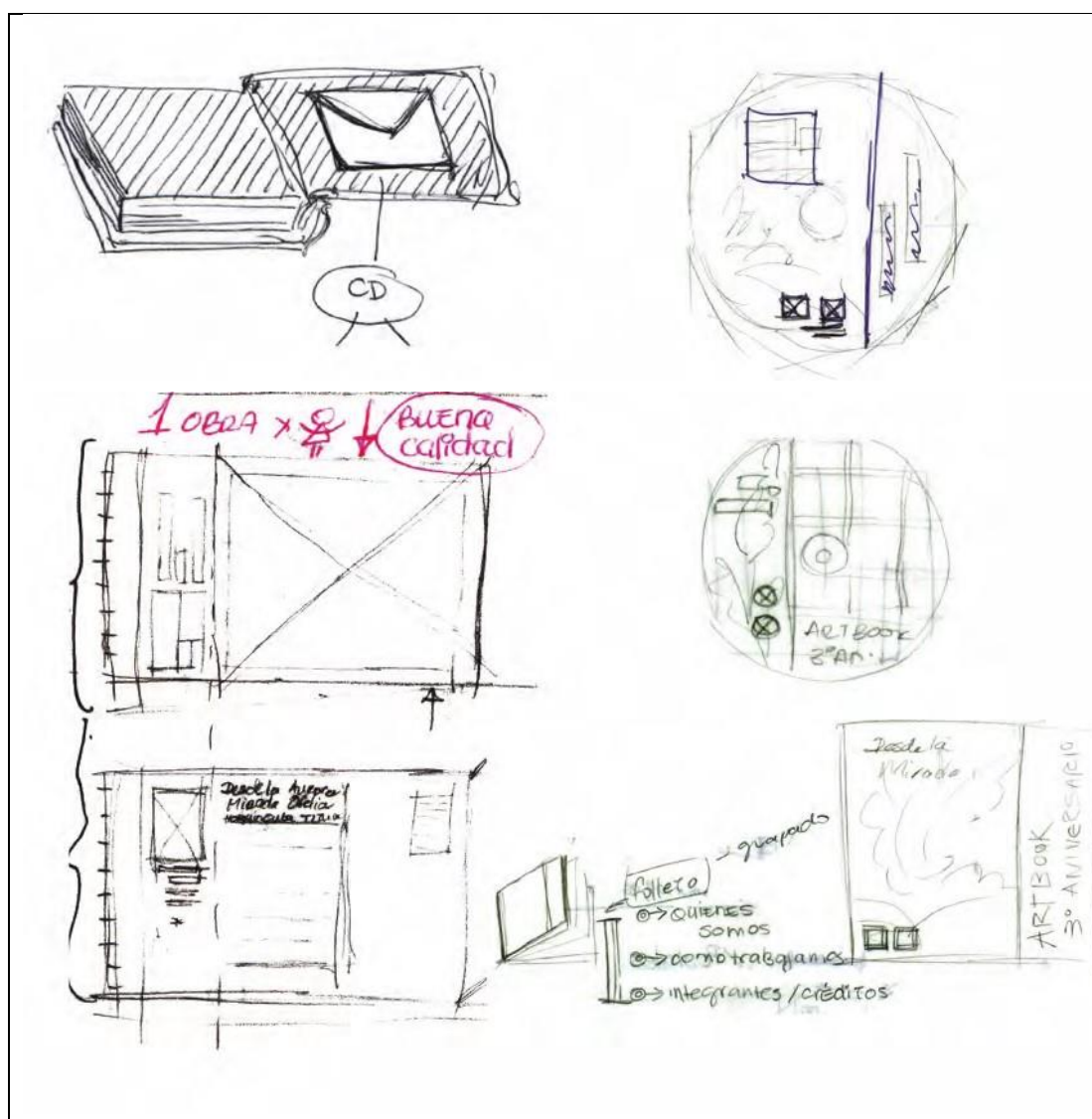


Figura 11: Bocetos de las propuestas de los distintos productos a ser diseñados

Al evaluar los principios de diseño, tales como el balance, la estabilidad y el equilibrio, y al relacionarlos con otros como la proximidad, similitud y

continuidad, se encontró el medio para poder comunicar de forma adecuada la obra de las integrantes, que difiere de las líneas que se propuso en un principio, como se puede observar en las figuras presentadas en este capítulo.

2.1.3.3. Tipografía

El colectivo ha trabajado previamente con una gran variedad de tipografías, su trabajo es muy variable en cuestión de imagen y eso incluye a los tipos de letra que usan en sus anuncios y catálogos. Muchas veces dependen de las instituciones que auspician sus exposiciones, sin embargo en el período previo a este proyecto el grupo ha usado la tipografía Gabriola para los títulos y Garamond para el cuerpo de los textos.

Tabla: 4
Tipografías propuestas

| | | |
|----------|------------|--|
| Gabriola | Mayúsculas | A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z |
| | Minúsculas | a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z |
| Garamond | Mayúsculas | A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z |
| | Minúsculas | a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z |

2.1.3.4. Color

Se determinan las asociaciones generales que las personas tienen hacia los distintos colores, así como los sentimientos que les provocan y las respuestas que generan en ellas, pues en un estudio realizado en Alemania por Eva Heller, se dice:

"Los resultados del estudio colores y sentimientos no se combinan de manera accidental, que sus asociaciones no son cuestiones de gusto, sino experiencias universales profundamente enraizadas desde la infancia en nuestro lenguaje y nuestro pensamiento. El simbolismo de

los psicológico y la tradición histórica permiten explicar por qué esto es así". (Heller, 2004)

Por tanto, es de suma importancia tener en cuenta el público objetivo al momento de evaluar su reacción a los colores, porque los colores tienen valoraciones distintas dependiendo del momento y espacio de su aplicación, pues al existir muchas interpretaciones en función de los sentimientos que provocan. Se determina que el contexto determina el efecto, pues todos los colores tienen un significado en relación a este criterio. Heller (2004) plantea el estudio de *trece colores psicológicos* ya que "el color es más que un fenómeno óptico y un medio técnico", pues cada uno tiene un sentido psicológico independiente e insostenible por ningún otro color. El sentido y el contexto llevan una carga histórica, psicológica y social.

Habiendo determinado que los colores manejados fuera de las imágenes deben limitarse al blanco y negro en la diagramación y tipografía, y violeta en el logo del Colectivo, teniendo en cuenta a Heller, cuyas definiciones de los colores se revisan en la figura a continuación.

| | | |
|---|---|--|
| AZUL simpatía, la armonía y la fidelidad frío y distante color de las virtudes espirituales |  |  diversión y del budismo exótico y llamativo pero subestimado NARANJA |
| ROJO todas las pasiones: del amor al odio de los reyes y del comunismo de la alegría y del peligro |  |  del poder de la teología y la magia el feminismo y el movimiento gay VIOLETA |
| AMARILLO contradictorio: optimismo y celos diversión, del entendimiento y de la traición |  |  dulce y delicado escandaloso y cursi ROSA |
| VERDE de la fertilidad, de la esperanza de la burguesía sagrado y venenoso |  |  dinero, felicidad, lujo ORO |
| NEGRO poder, de la violencia y de la muerte favorito de los diseñadores y de la juventud negación y de la elegancia |  |  de la velocidad, del dinero y de la luna PLATA |
| BLANCO el color femenino de la inocencia bien y de los espíritus |  |  de lo acogedor, de lo corriente y de la necesidad MARRÓN |
| GRIS del aburrimiento, de lo anticuado de la crueldad |  | |

Figura 12: Los colores psicológicos según Heller (2004)

El violeta provoca sentimientos ambivalentes y casi nunca ha gozado de preferencias especiales aunque tiene un pasado grandioso ya que se lo relaciona con el poder, la y una resistencia a percibirlo de forma diferenciada del lila, pues "el violeta es la mezcla del rojo y el azul, y el lila es la de violeta y blanco" (Heller, 2004). Es un color de cualidades opuestas, al unir lo femenino y lo masculino, el rojo y el azul, y esto determina su simbolismo. También se lo ha marcado como el color del feminismo, y el color de la homosexualidad.

También es el color de la teología, aunque solo la Iglesia Católica Apostólica y Romana hace uso del color para distinguir a los obispos y prelados. Es el color de la penitencia y la sobriedad, es el color de la humildad en contradicción del violeta como representación terrenal del poder. En directa oposición a su relación con la vanidad, uno de los siete pecados capitales.

El violeta es el color de lo extravagante y lo singular, pues casi nadie lo prefiere y no se lo encuentra en la naturaleza, y se lo define como femenino en relación a la vanidad, y por tanto con la frivolidad y la originalidad. Se lo considera el color de la magia, y expresa espiritualidad, sentimiento, entendimiento, amor, sensualidad, la sexualidad y abstinencia. Heller (2004) lo define como "el color más íntimo del arcoíris, pues se enlaza con el invisible ultravioleta. Marca la diferencia entre lo visible y lo invisible." En el esoterismo es el color del chakra del cerebro, pues ahí se unen los sentimientos y el entendimiento. Se puede ver la contradicción de los conceptos relacionados con el violeta se pueden visualizar en la figura a continuación:



Figura 13: Referencias de los conceptos del violeta según Heller (2004)

El negro como color tiende a ser el favorito de los diseñadores y la juventud, define la elegancia; mientras que en contradicción es también define a la violencia, la negación y la muerte. Es la negación de la luz o la suma de todos los pigmentos, se lo percibe como el vacío, la noche y la oscuridad, es su combinación con otros colores le da significados distintos. En combinación

con el violeta representa a la magia, las fuerzas ocultas de la naturaleza. Mientras que en combinación con el blanco, el plata y el oro representa a la elegancia, así como cuando esta solo representa a la elegancia sin riesgo, lo cual se ve con mayor frecuencia en la moda de los últimos 100 años, representa la individualidad y depende menos de las modas. Sienta mejor a los jóvenes, siendo que con los adultos se relaciona con la vejez y el luto, sobre todo la vestimenta.

En relación al diseño gráfico, significa la renuncia a la decoración, a lo superfluo, le da neutralidad a todo. De acuerdo a Heller (2004): "El negro es la renuncia más ostensible al color, y también la renuncia más ostensible a toda exhibición, por eso es el negro el color más respetable." Mientras que en el papel hay una relación funcional, y dado el contexto histórico de la impresión, se toma la declaración de Heller de que "El efecto psicológico de los textos impresos en negro sobre blanco es tan poderoso, que los humanos tendemos a creer más en lo que se dice en la letra impresa que en nuestras propias experiencias", (2004). Cita que valida la selección del negro para la tipografía.

Blanco, de acuerdo a Heller (2004) representa el color femenino de la inocencia, es el color del bien y de los espíritus, por lo cual su posición como el color más perfecto en el simbolismo, y más que ser usado como tinta estará presente en el papel, dando contrario y equilibrio a las imágenes, fotografías llenas de color, el cual no está controlado por la estudiante.

2.1.3.5. Cubierta

El desarrollo de portadas para los libros resulto ser el proceso más difícil del proceso de bocetos ya que el Colectivo carece de una imagen en sí misma, tan solo poseen un logo que fue elaborado por una de las integrantes del colectivo para reemplazar el anterior, pero en el cual el mayor cambio fue la ubicación de la tipografía, depende de la gráfica de la exposición o evento que este gestionando en ese momento, o el gusto personal de quién esté a cargo de la gestión.

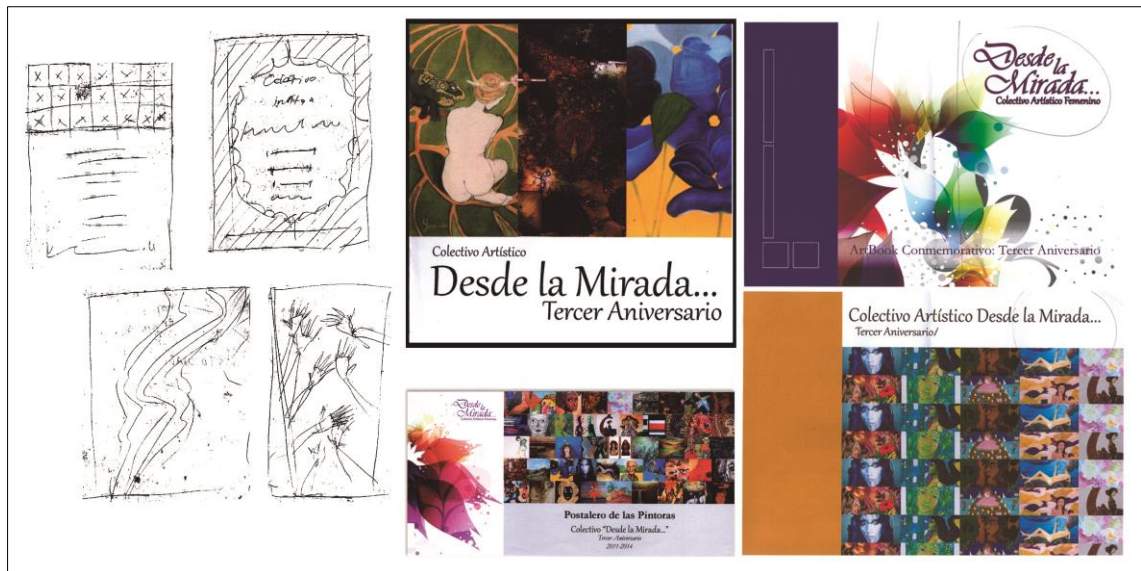


Figura 14: Propuestas en bocetos para la portada.

La dificultad se vio superada pues al revisar los bocetos en el proceso de revisión con la comitente, esta seleccionó uno de los modelos presentados, desarrollo de la portada con detalle amarillo que se puede observar en la esquina inferior derecha de la figura anterior.

2.1.3.6. Uso de las imágenes

En vista de que el trabajo con las fotografías de las obras y la memoria fotográfica está limitado por solicitud del comitente, para la propuesta aprobada por la coordinadora es necesario usarlas tal y como fueron seleccionadas y aprobadas, lo cual cierra puertas a la experimentación en torno a su presentación. Adicionalmente, para representar el colectivo con una gráfica, disponible en la figura a continuación, se consideró el uso de una imagen usada previamente para otras actividades y para su imagen como organización cuando no toma como portada la imagen de la actividad que estén realizando en ese momento. Dicha ilustración vectorial no tiene relación con la obra de sus integrantes y es una gráfica gratuita, y será aplicada en determinadas áreas, con el apoyo de formas que evoquen femineidad y así darles dinámica e interés, por la resistencia de los usuarios a la lectura.



Figura 15: Vector floral

Fuente: <http://goo.gl/tiu52z>; <http://goo.gl/KakVWb>

2.1.4. Evaluación del concepto para el proyecto propuesto

De acuerdo a los Vértices del Método “Diseño Generalizador Integrado” de Papanek (1971) podemos evaluar los siguientes elementos del Diseño Editorial que se van a detallar en el proyecto en relación del concepto *feminidad* representado en la capacidad femenina de generar vida, como se puede observar en la siguiente figura.

Teniendo en cuenta que Papanek iba en contra de la superfluidez en el diseño, en oposición a lo efímero e irresponsable del consumismo, ante todo era un funcionalista y por ello el hexágono que representa su método no es una receta para obtener diseño de forma rápida. Su propuesta es el que el diseño es un esfuerzo consciente por establecer un orden significativo, proceso que no es fácil ni directo para llegar a la función deseada del producto, lo cual se considera valioso aunque Papanek se dedicaba a la arquitectura y el diseño de productos, su método es aplicable a la construcción de mensajes, conceptos y gráficos.

La metodología se basa en un esquema al que el autor llama Complejo Funcional, el cual ayuda a encontrar si se ha alcanzado la Función, representado por medio de un hexágono en cuyos ángulos son ocupados por los siguientes conceptos: Método, Utilización, Necesidad, Telesis, Asociación y Estética; los cuales se interconectan por líneas rectas, como se observa en la figura a continuación, con la cual se evalúa el concepto. Mientras más cerca se encuentre los factores evaluados al centro, más se acerca a la función del producto buscado, en este caso, un concepto.

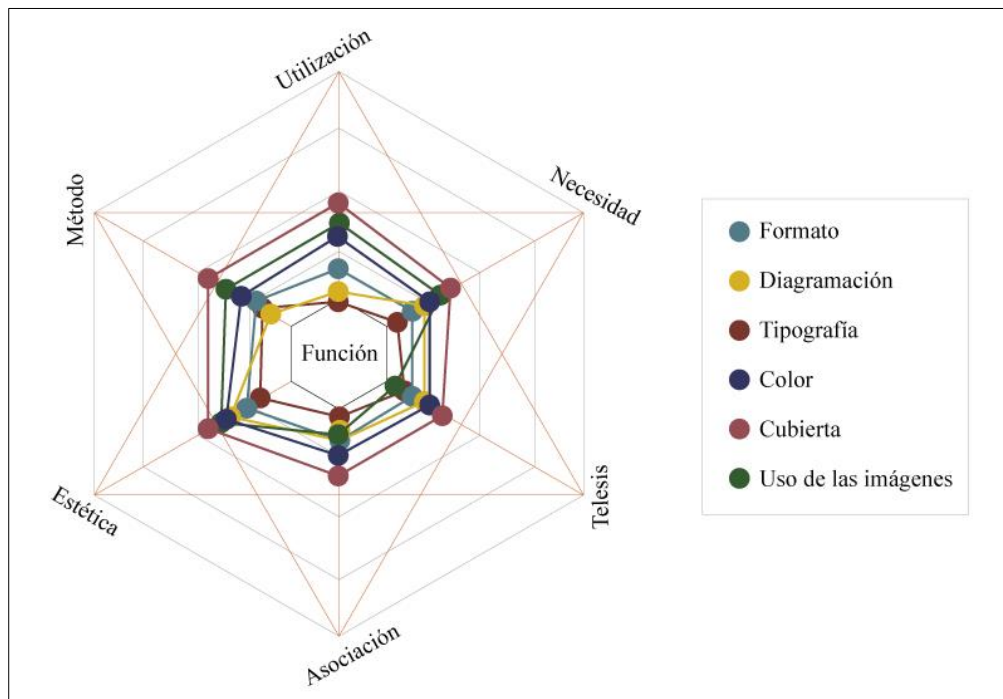


Figura 16: Evaluación del Concepto Feminidad en relación a los elementos de Diseño Editorial

Al evaluar los elementos de diseño editorial individualmente, se evalúa su cercanía a la función en la gráfica, lo que determina si el objeto cumple su designio. Para ello se realiza una serie de conexiones entre los vectores, para entender mejor su cercanía y así realizar correcciones o recomendaciones al mismo.

De acuerdo a Papanek el **método** es solo parte del discurso, que consiste en la interacción entre herramientas, tratamientos y materiales, y el autor promueve que para promueva la finalidad el objeto del diseño aprovechando los elementos que se tienen. Mientras que la **utilización** se refiere a la calidad que el objeto pueda tener para cumplir su función, está

conformada por los materiales, la apariencia, la facilidad para usarse, la necesidad que cubre; siendo que al ser un concepto se explica si es comprensible o no.

Cuando se trata de la **necesidad**, Papanek la considera el punto débil del diseñador y del usuario, pues es difícil determinar si es una necesidad real. Aunque puede ser que el ángulo más complicado de tratar es la **telesis**, pues se refiere a la interacción existente entre el objeto, el usuario y su contexto, pues debe manifestar la el tiempo en el que se produjo, las condiciones que conducen a su diseño y a las situaciones socio-económicas y humanas con las que se va a relacionar.

La **asociación** comprende los condicionamientos psicológicos del usuario, y le predisponen a aceptar o negar los diseños por asociaciones a recuerdos y experiencias previas. El diseñador puede trabajar para promover ideas o productos en general al proveer elementos que sean relevantes en relación a esas conexiones. La **estética** es considerada por lo general como una de las herramientas más importantes en el diseño, pues es a través de este vector que puede generar resultados dotados de significado, sin embargo es más difícil de evaluar pues los criterios para su análisis son subjetivos y dependientes de las asociaciones hechas por el usuario.

Al aplicarlos al concepto se determinó que el **formato** y la **diagramación** en los cuales se va a aplicar el concepto no son tan cercanos a la **función**, pues se ve limitado a lo rectangular o cuadrado, en plena contradicción a las figuras femeninas, sin embargo funciona en relación al método, la necesidad y a su aplicación.

La **diagramación** y la **tipografía** son los elementos que se acercan más a la función de expresar el concepto, pues aunque la diagramación no expresa feminismo, logra dar apoyo a los demás puntos de la metodología; mientras que las tipografías seleccionadas dan respuestas mixtas, ya que la tipografía Gabriola tiene características que se relacionan con la femineidad, mientras que la Garamond logra legibilidad pero es neutra, inclusive masculina, lo cual se explica por el predominio masculino en la producción de elementos para la comunicación escrita a través de los tiempos.

El **color** es complejo de tratar al tener en cuenta que se ve muy influenciado por el **uso de las imágenes**, pues aunque el violeta logra expresar femineidad y su fuerte relación con el feminismo, la magia y el misticismo que se relacionan con la capacidad de generar de vida de las mujeres, se depende mucho de que los colores dentro de los productos de diseño colaboren con el concepto para que funcione plenamente.

2.2. DESARROLLO DEL DISEÑO

2.2.1. Dibujos técnicos, esquemas constructivos

Se generan los productos de acuerdo a los elementos de diseño editorial propuestos por Bhaskaran (2006), con la asistencia de los conceptos y ejemplos presentados por Haslam (2007) siguiendo el Esquema Complejo Funcional de Papanek (1971) con el cual se evaluará posteriormente el desarrollo de los productos propuestos.

2.2.1.1. Formato

El primer elemento, el **formato**, está determinado por el comitente, pues “se refiere a la manifestación física de una publicación.” Bhaskaran (2006), es así que para el libro conmemorativo se selecciona el formato A4 apaisado, decisión que se toma en función de la diagramación de la retícula que ha de ser desarrollada por la selección del comitente, ya que para la mejor diagramación de acuerdo disposición de fotografías de eventos y obras según la jerarquía dispuesta por el proyecto, en la cual se limita el número de obras, así como el espacio que puede tener cada artista o evento.

Mientras que para el libro postalero, este elemento se ve limitado por medidas propuestas por el sistema postal estadounidense, así pues las postales tendrán las siguientes medidas: 157x107mms, mientras que el libro que las tendrá 215mmx107mm, dejando el espacio de 58mm para colocar la información disponible sobre la artista cuya obra se expone en cada postal y divididos por un troquelado en línea recta para separar las postales, decisión que delimita la retícula y el espacio en el cual se puede trabajar. Sin embargo, el producto más limitante de trabajar es el CD y su empaque, pues este está predefinido por el tamaño del disco, no puede ser menor a 120mm de diámetro, tamaño estándar del mismo. Por lo cual se exploran tres propuestas

para el comitente, el empaque tipo *wallet* o billetera, el usual empaque plástico *jewel case*, y un sobre sencillo, de al menos 120x120mm.

2.2.1.2. Diagramación

La **diagramación** es lo que ha de definir la unidad de los productos, pues el uso que se haga de la misma dará unidad e identidad al diseño y servirá para apoyar los objetivos de comunicación del comitente. Bhaskaran (2006) señala que “el diseño gráfico trata sobre todo de la gestión visual, y la maquetación es solo una de las numerosas herramientas que el diseñador tiene a su disposición para dirigir al lector por el contenido”, tarea para la cual requiere la jerarquía dentro de la diagramación y el uso que esta haga de la **tipografía**, del **color** y del **uso de las imágenes**.

2.2.1.2.1. Retícula

Libro Conmemorativo

En el libro conmemorativo las páginas de apertura y portadas de los capítulos no entran dentro de la **diagramación general**, excepto en los márgenes máximos de colocación de los textos, los cuales son 15mm a partir de los bordes exteriores de las páginas, manteniendo siempre una retícula simétrica. Se puede observar la diagramación en la figura a continuación.

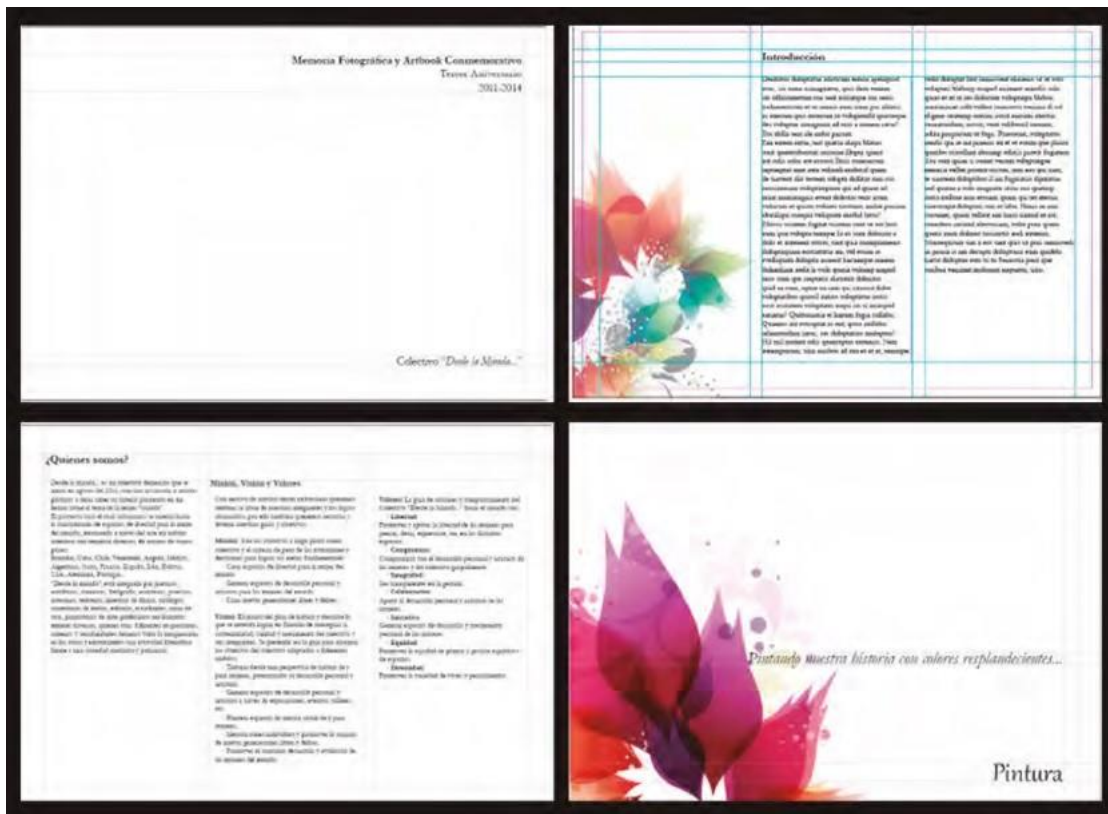


Figura 17: Diagramación de las páginas básicas

Para las secciones donde es predominante el **uso de las imágenes** se establece una estructura fija de 4 columnas, y una estructura variable de 1 a 3 filas. Con un sangrado de 5mm, las imágenes colocarán hasta el borde de las páginas dentro de las 3 columnas exteriores, sin importar si son obras o la memoria fotográfica. Mientras que la columna interna se usará para la información pertinente a las obras o fotografías, dentro de cajas de texto variables.

En la figura a continuación se muestra la retícula propuesta para la sección de las actividades del Colectivo a través de los años, hasta la fecha del cierre. Se las expone en cuadrados, para maximizar el espacio disponible para la sección y en respuesta a la calidad limitada de las imágenes disponibles.

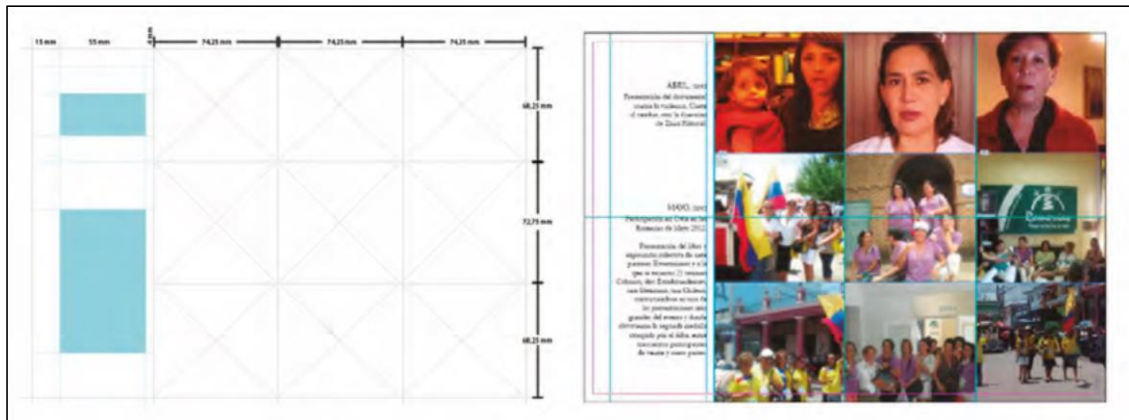


Figura 18: Diagramación de la Sección Memoria Fotográfica

Para las páginas que corresponden a la sección de obras, la **diagramación** se define por dos filas y una variable de 1 a 4 columnas, como se puede observar en la figura a continuación. No se hará uso de una única fila excepto para los textos, lo cual provoca una variación del diseño, el cual se explorará más adelante.

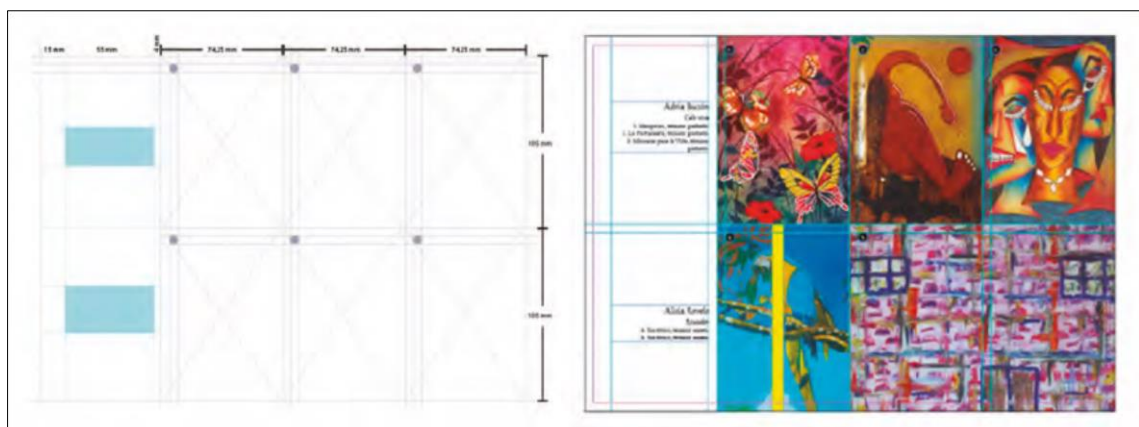


Figura 19: Diagramación de las secciones de obra pictórica y plástica

Las páginas con texto seguirán una **diagramación** diferente, que hace uso de una retícula fija de 3 columnas y 2 filas, a diferencia de las secciones en las que la fotografía es predominante, tomando la mayor parte de la página pues son el centro de la sección, mientras que en las páginas informativas y en la sección de Literatura la primera fila, la superior, acoge a los títulos y los nombres de las escritoras y poetisas, así como su país de origen, y la segunda, la inferior, acoge los textos de cada integrante. Para diferenciar los textos de las distintas escritoras, se hizo uso de bloques de color gris, usando

negro al 15%. Se escogió el color gris debido a que serviría adecuadamente para diferenciarlos sin quitar protagonismo a los otros textos.



Figura 20: Diagramación de la sección de textos

Libro conmemorativo, versión pdf

Por condición del comitente se elabora una versión PDF del libro, pues considera que su distribución online y a través de CD's supera el alcance de los libros impresos, así como reduce costos de producción y permite distribuirlos de forma rápida y gratuita, por tanto ilimitada. Sin embargo, se caracteriza por tener tres diferencias con el libro que se propone para la impresión, las cuales son:

1. Páginas en blanco

El “libro conmemorativo” impreso cuenta con algunas páginas en blanco por motivos de lectura, siendo que solo está impresa la página que el lector va a ver primero con información como el título del libro debe estar colocada en el sentido que seguirá la lectura y así la siguiente página quedara en blanco, así como las páginas que separan el interior del libro del encuadernado mientras que en el PDF se eliminan tales páginas.

2. Índice

En el “libro conmemorativo” impreso el Índice se encuentra entre las primeras páginas, específicamente en la página 8, mientras que en el PFD se lo coloca al final, en la página 76. Esta distinción se da debido a que el PDF permite un índice integrado que facilita la navegación y si se lo coloca al inicio, vuelve lenta la lectura; mientras que en el impreso facilita la búsqueda al lector.

3. Numeración

Siendo que el PDF señala la página en la que se encuentra, así como permite la creación de un índice integrado al documento para su fácil navegación, solo se numera las páginas en el “libro conmemorativo” impreso con un círculo en gris y el número centrado en la esquina inferior externa de la columna destinada para la información, como se puede ver en la figura a continuación.



Figura 21: Numeración de las páginas en el impreso (izquierda), libro PDF (derecha).

Libro Postalero

Mientras que se propone el libro postalero maneje una retícula fija para el anverso y reverso de las postales, así como para las páginas informativas, siendo su mayor diferencia el troquel, parámetro constructivo del libro, necesario para desprender las tarjetas y hacer uso de las mismas. Siendo que solo las páginas iniciales en las que consta una introducción al Colectivo cuentan con texto y no están troqueladas, y el texto se introduce en columnas dentro de la diagramación de las postales, ejemplificada en la siguiente figura.

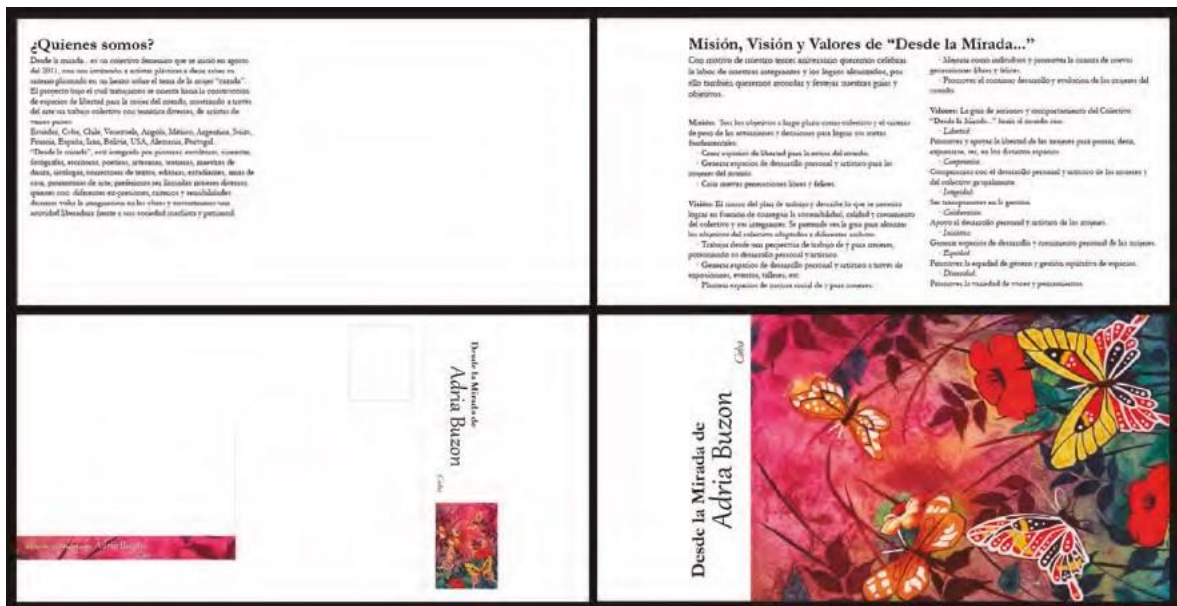


Figura 22: "libro postalero", páginas con texto y postales desprendibles

Mientras que la presentación final de las páginas refleja en su mayor parte imágenes, siendo poca la información presentada en el libro, ya que su propósito es la distribución de la obra y no tanto la lectura de la información.

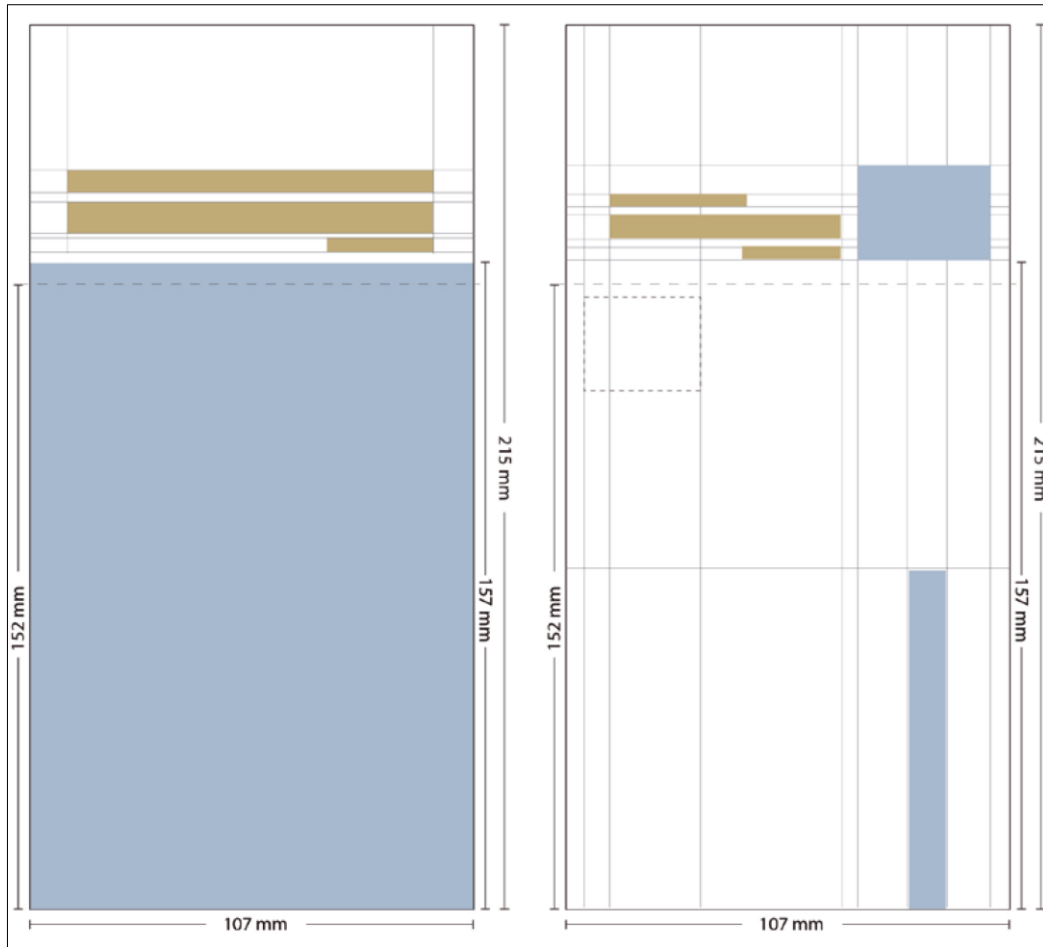


Figura 23: Diagramación "libro postalero"

CD y su empaque

El CD hace uso del mismo estilo de diagrama que se muestra en los libros, sin embargo, se optó por eliminar totalmente cualquier obra y mostrar solamente la información necesaria y el vector floral, previamente mostrado en la figura a continuación. Ya que en realidad el CD requiere poca información, se duplica el vector y se juega con la posición para buscar dinamismo, feminidad, así como comunicar claramente su contenido.

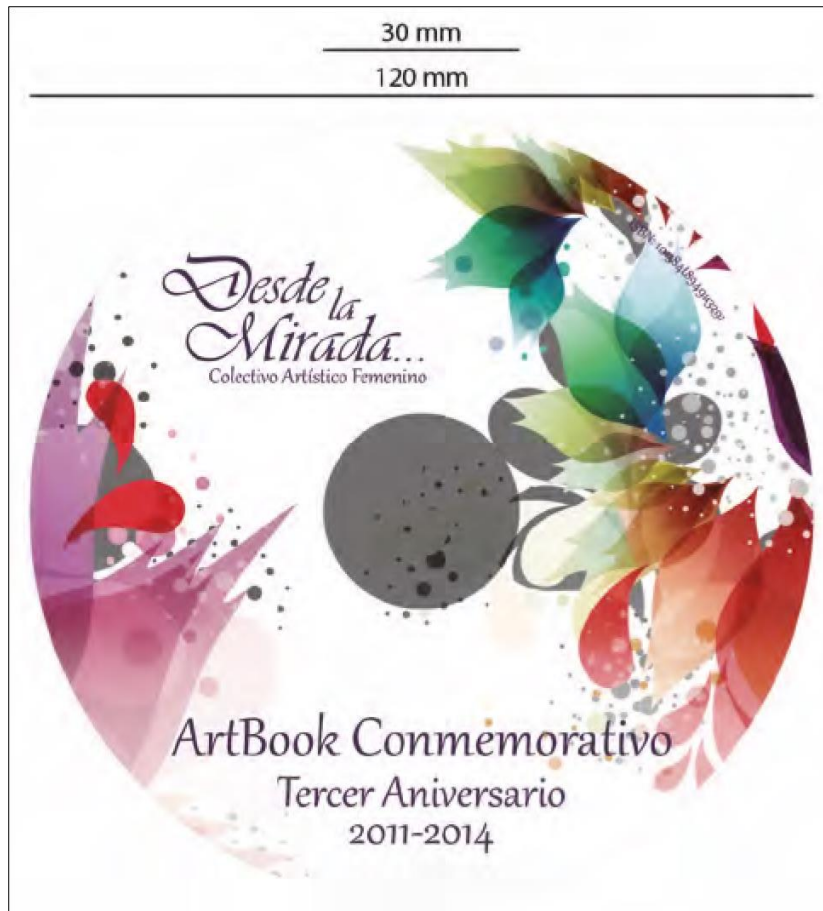


Figura 24: Impresión del CD

Se propuso varios diseños de empaque tomando como referencia a varios modelos disponibles en el mercado, se propuso formatos que pudieran resultar interesantes a los lectores, y que al mismo tiempo pudieran ser de fácil elaboración y disponibles a bajo costo. Se sugieren distintos modelos de empaque, ya que existe una variedad de empaques que se pueden realizar en cartulina o papel y proponen al usuario la interacción con el CD y su contenido antes de ingresarlo al computador, permitiendo al Colectivo incitar la curiosidad de sus lectores. En el empaque también se juega con el vector floral, evitando la demostración de obras ya que no existe suficiente espacio para colocar la totalidad de las imágenes y los datos requeridos al mismo tiempo.

Se propuso tres tipos de empaque, uno tipo *wallet*, o billetera de 6 caras; otro tipo sobre y un último, el más conocido empaque para CD's, el

jewel case, la caja de plástico transparente que permite el uso de un folleto grapado, que se encuentra disponible en cualquier papelería.

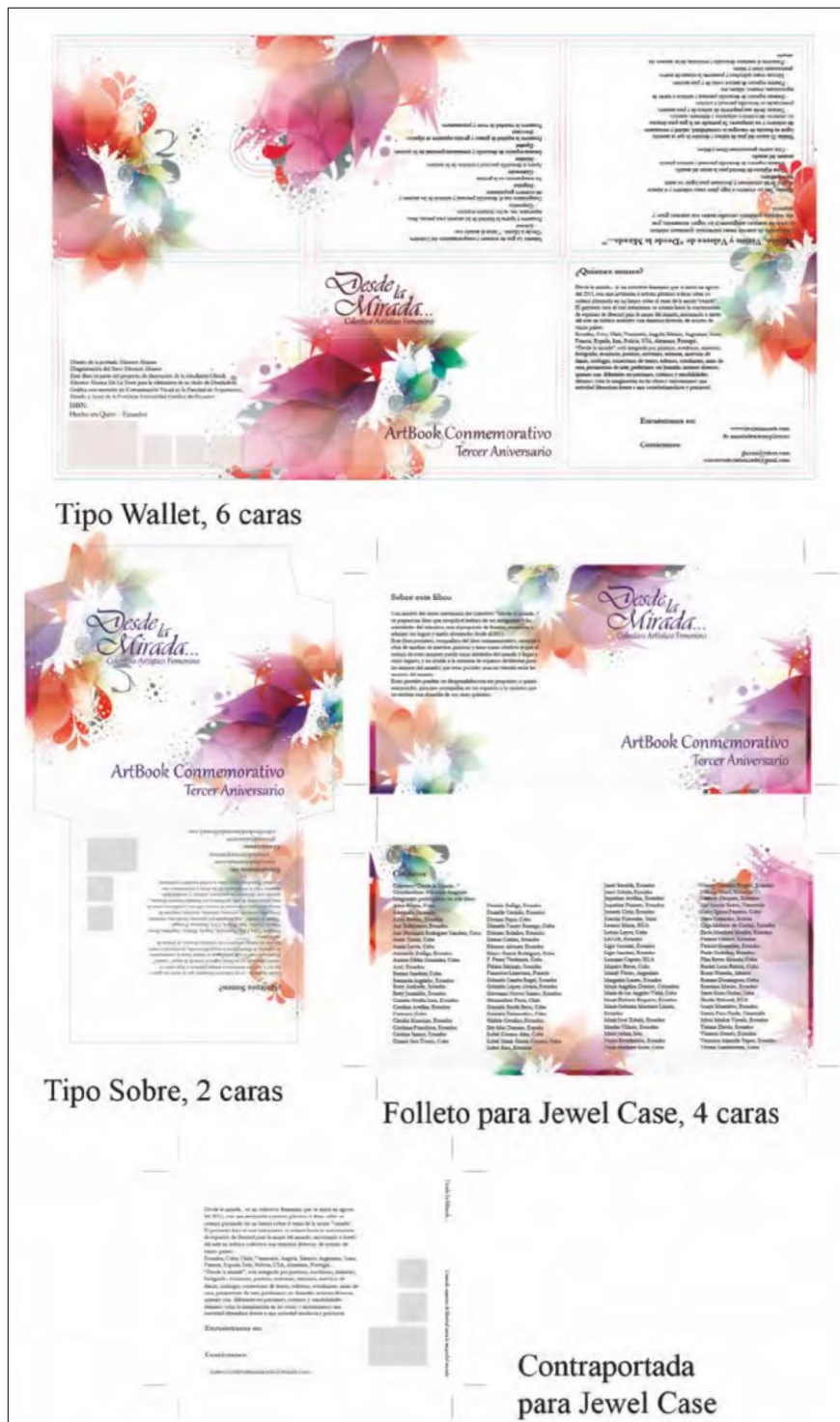


Figura 25: Empaque del CD

2.2.1.2.2. *Uso de las imágenes*

En general las fotografías provistas tienen una baja calidad para impresión, pues fue recolectado por las mismas integrantes del Colectivo los resultados son variables, siendo que en la sección de la Memoria Fotográfica en Febrero del 2012 se hubo de utilizar fotografías de baja calidad al ser las únicas existentes de ese evento. Esta sección no puede ser modificada, como las obras, al no haber variedad de material para reemplazarlas y la imposibilidad de omitir una de las actividades por los requerimientos del comitente.

Para la sección de la Memoria Fotográfica se hace uso de las fotografías de eventos, procurando seleccionar las que tengan la mejor calidad, así como la ubicación, y dentro de lo posible, el procesamiento de dichas fotografías con el programa Adobe Photoshop. Mientras que en las secciones de artes plásticas se encontró una mejor oferta de imágenes, ya que la coordinadora del colectivo guarda al menos una obra de cada integrante y por tanto se pudo obtener las fotografías originales, controlando así la calidad y el procesamiento.

En general se encontró limitación en la cantidad de obras que pueden ser incluidas debido a que las integrantes no han hecho entrega de las fotografías de su obra con los requisitos de calidad necesarios para su participación, los cuales se designaron en imágenes de al menos 18,6x11,8cm, 2197x1394px; y 300dpi, parámetro que permitiría su participación tanto en el libro conmemorativo” como en el postalero.

Debido a que el libro conmemorativo maneja imágenes pequeñas, no mayores a los 100 mm de alto o de ancho, se pudo trabajar con un espectro más amplio de obras, sin embargo se hizo uso de las imágenes granuladas o píxeladas para la propuesta pues las integrantes dueñas de la obra o del archivo fotográfico se comprometieron con la coordinadora a hacer entrega de las imágenes en mejor más adelante.

En general, para los espacios en blanco en general, donde no se puede hacer uso de fotografía, se propone hacer uso del vector entregado por el colectivo, el cual perciben que identifica su identidad grupal como artistas.

2.2.1.2.3. Tipografía

Las tipografías escogidas para el libro fueron Gabriola para los títulos relacionados con las artistas y Garamond para los textos en general, utilizando sus versiones Itálica y Bold para los títulos y subtítulos. Son seleccionadas por su uso previo en otros trabajos para el Colectivo cuando fue necesario jerarquizar los textos y la tipografía Gabriola no fue usada al ser una tipografía única, pues es la tipografía de uso general para los proyectos presentados por la coordinación, siendo que se después de varios proyectos se consideró sería más adecuado mantener una línea de estilo que expresa femineidad a través de la tipografía Gabriola, y que a través de la Garamond es legible y elegante.

Gabriola es una tipografía diseñada por John Hudson para la *Microsoft Corporation*, toma su nombre de la Isla Gabriola, en British Columbia, Canadá. Su diseño se inspira en una idea musical, una misma melodía puede ser expresada de diferentes maneras, característica que se expresa al ser Open Type y permitir al usuario hasta 8 modificaciones. Se recomienda su uso en títulos y subtítulos, pues es una *type face*, su legibilidad es mejor en tamaños grandes. Se la puede encontrar de forma general con los sistemas operativos de Microsoft a partir de Windows 7.

La percepción que se tiene de Gabriola, de femineidad se debe a la ligera inclinación y curvas que posee, como se puede observar en la figura a continuación, pues se las percibe como de mayor flexibilidad y suavidad, atributos que generalmente se relacionan con la mujer, y por tanto, adecuadas para la expresión del colectivo, sobre todo porque se identifica fácilmente la floritura de la Q mayúscula, la cual se extiende por debajo de la siguiente letra, así como la extensión de f minúscula, la J mayúscula y minúscula por debajo de la letra anterior.. Es una tipografía de tipo serif, posee los acabados en las esquinas, distinguibles sobre todo en las mayúsculas, característica que da cierta seriedad al texto, aunque no lo vuelve adecuado ni de mayor legibilidad debido a la suavidad de las curvas de las minúsculas.

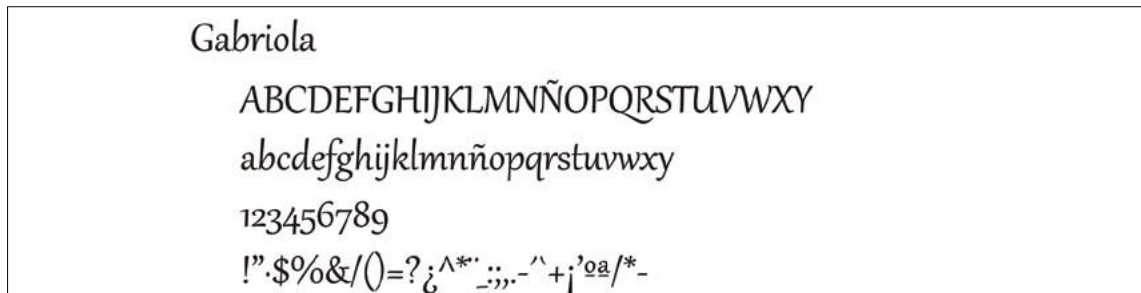


Figura 26: Tipografía Gabriola

Mientras que la tipografía Garamond es serifa antigua u *Old Style*, pues su origen data del siglo XVI en Francia al ser diseñada por Claude Garamond, y haber sido usada y modificada desde entonces, y es probablemente una de las más utilizadas en los materiales impresos. Se caracteriza por los detalles al final de las letras, así como por la diferencia del grosor de los rasgos de las mismas. Son legibles en textos impresos, pues el detalle de la serifa ayuda al lector a diferenciar de antemano las letras, de forma casi inconsciente, permitiendo una lectura más rápida y fluida, con menor esfuerzo.

Por su antigüedad y la extensión de su uso se entiende que a los lectores les parece elegante y práctica para el uso general, toda la familia presenta características comunes, tales como el largo de las ascendentes y las descendentes, la asimetría de las zapatillas superiores de la T, el ojo de la P abierto, la ausencia de zapatillas en la C y S, y que las mayúsculas en las cursivas tienen una menor inclinación que las minúsculas.

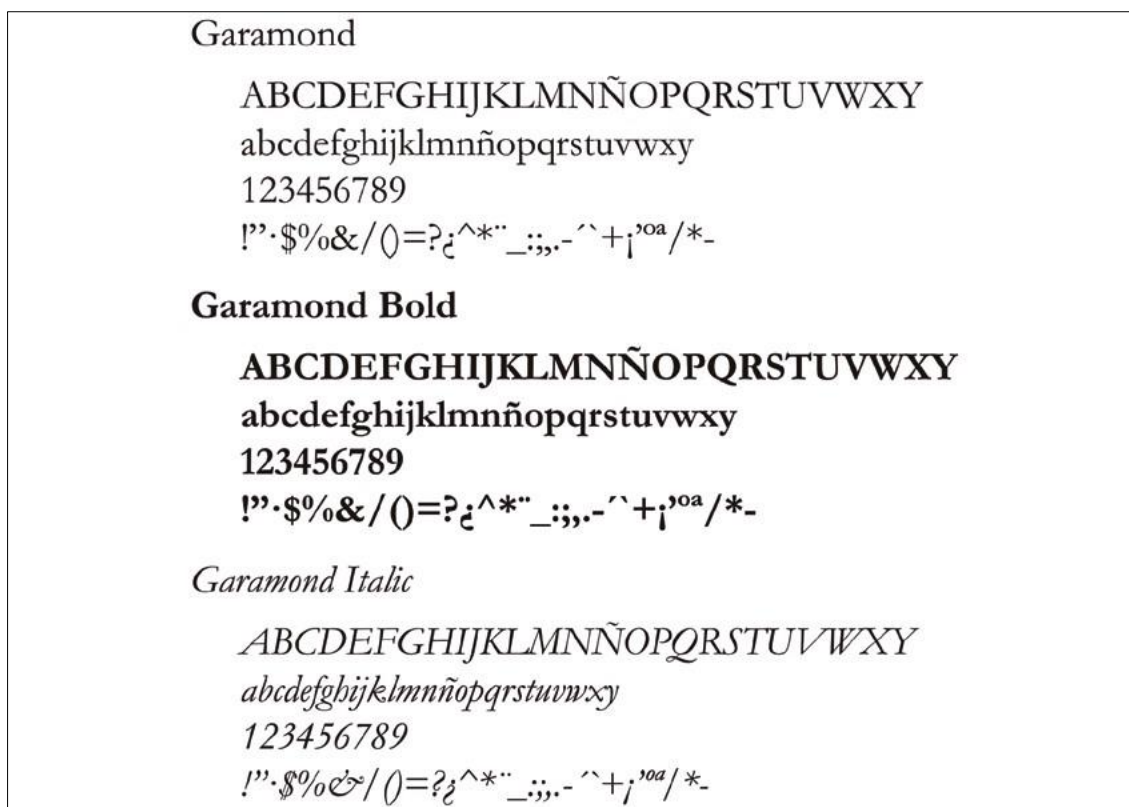


Figura 27: Tipografía Garamond, en Regular, Bold e Italic

Jerarquización de la tipografía

Para sus distintas presentaciones se hará uso de los “Estilos de párrafo”, herramienta disponible en el programa “Adobe InDesign”, la cual ayuda a jerarquizar la información con facilidad y rápidamente. Siendo que en el libro conmemorativo se da el primer lugar a los nombres de las artistas que produjeron la obra, “estilo” que comparte la fecha en la Memoria Fotográfica, para lo cual se usará la tipografía Gabriola a 18 pt, usando un espacio posterior de 1mm. En segundo lugar va el país de origen de la artista, “estilo” que es único para esta categoría, se usará la tipografía Gabriola a 14 pt. Mientras que para los textos en general se usará la tipografía Garamond a 12 pt, y que para describir las obras se usará a 10 pt, y para los textos que forman parte de la Literatura la usarán a 11 pt. Detalles que se pueden observar en la siguiente figura.

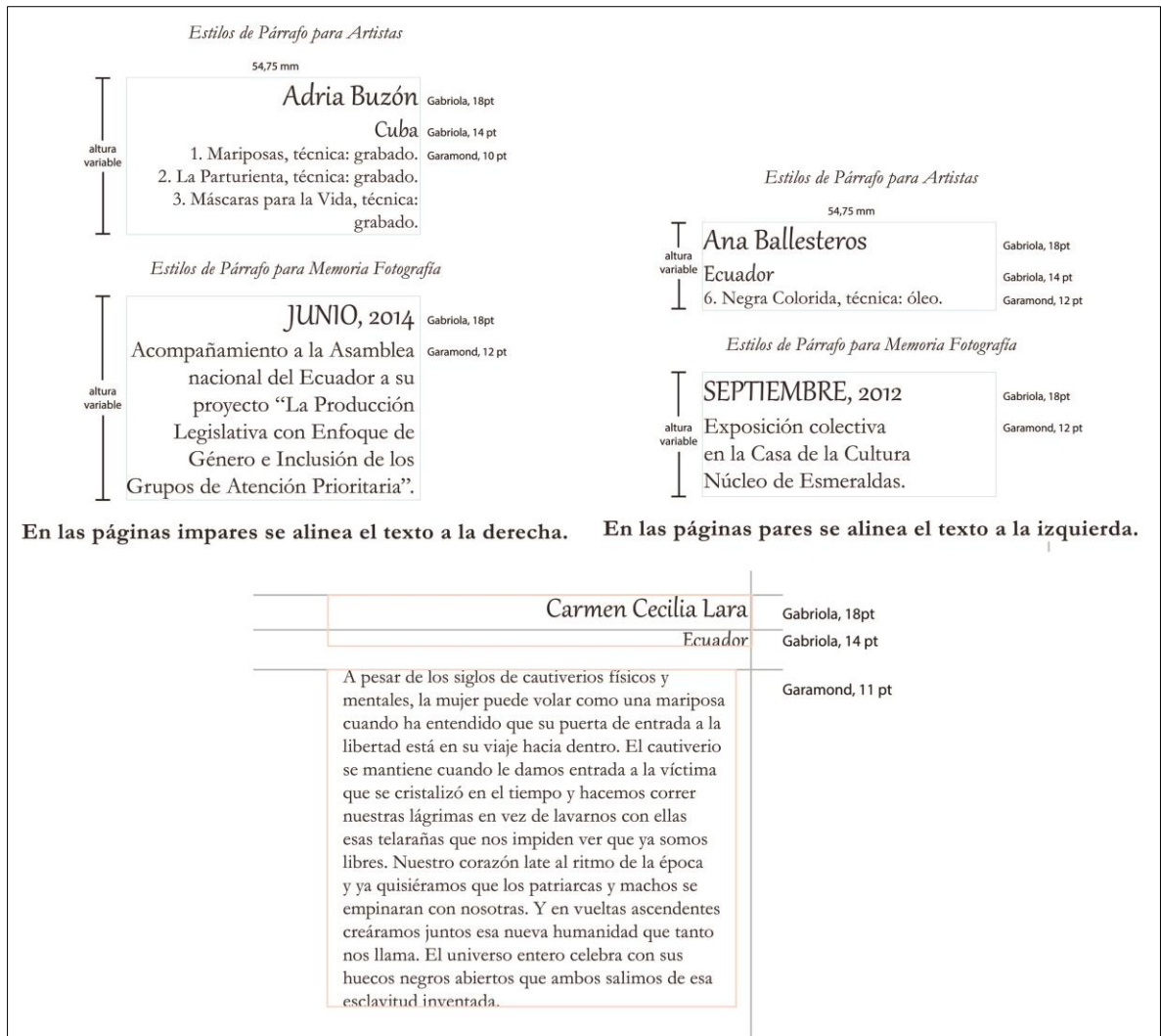


Figura 28: Estilos de párrafo “libro conmemorativo”

En el “libro postalero” hay poco texto en general, sin embargo por la variabilidad de tamaño se crearon “estilos” los cuales se detallan en la siguiente figura.

| | |
|---|---|
| Con motivo de nuestro tercer aniversario queremos celebrar la labor de nuestras integrantes y los logros alcanzados, por ello también queremos recordar y festejar nuestras guías y objetivos. | Garamond, Regular, 10 pt |
| Misión: Son los objetivos a largo plazo como colectivo y el criterio de peso de las actuaciones y decisiones para lograr sus metas fundamentales: · Crear espacios de libertad para la mujer del mundo. | Garamond, Regular, 9 pt |
| Bloques de texto Alíneados a la izquierda | |
| Libro Postalero | |
| Tercer Aniversario del Colectivo “Desde la Mirada...” | Garamond, Bold, 18 pt Garamond, Regular e Italic, 18 pt |
| Títulos Alíneados a la derecha | |
| Desde la Mirada de Roxana Dominguez <i>Cuba</i> | Garamond, Bold, 20pt Gabriola, 37pt Garamond, Italic, 13 pt |
| Talonario postal, anverso | |
| Desde la Mirada de Pilar Reyes Ricardo <i>Cuba</i> | Garamond, Bold, 11pt Gabriola, 27pt Garamond, Italic, 10 pt |
| Talonario postal, reverso | |

Figura 29: Tipografía para el “libro postalero”

2.2.1.2.4. Color

El libro maneja una gama limitada de colores ya que la obra hace uso de una gama extensa de colores y técnicas, y aportar mayor color en la tipografía o en el fondo llevaría a sobrecargar las páginas. Por ello se conserva el papel blanco como fondo en la mayoría de las secciones, exceptuando en la sección de Literatura, donde por la diversidad de temas tratados, se prefiere el uso del gris, negro al 15%, para diferenciar un texto de otro. Se utiliza el negro en vez del violeta usual del Colectivo pues es un color neutro y facilita la lectura.

Sin embargo, en las páginas básicas se hace uso del vector floral, el cual aporta color y dinamismo a las páginas, con la predominancia del violeta, rosa y rojo, se contrasta con los detalles en verde y turquesa.

2.2.1.2.5. Cubierta

Como se puede observar en la siguiente figura para el diseño de la portada se hizo uso de una modificación de la retícula usada en las secciones en las que se hace uso de la fotografía, dejando una fila inferior para ubicar título y subtítulo del libro, mientras que la fila exterior lleva el logo del Colectivo. Mientras que la contraportada hizo uso de la retícula usada en la sección de literatura, estando disponible un resumen del contenido del libro así como los datos de contacto del Colectivo.

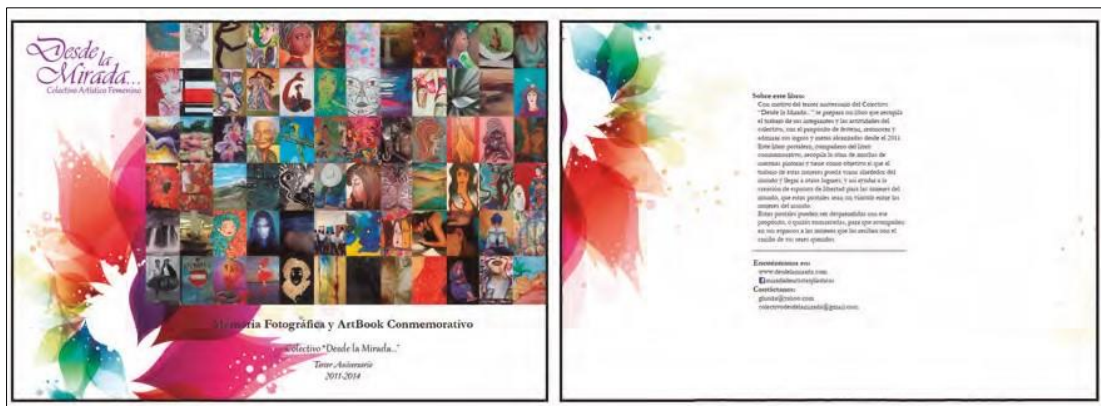


Figura 30: Portada y Contraportada libro conmemorativo

La portada del libro conmemorativo se diseñó para mostrar la obra pictórica y plástica de las artistas. Se llegó a esta decisión porque no se podía hacer uso de una sola obra, ya que eso diferenciaría a esa artista del resto y el propósito es homenajear a todas por igual, en relación al proyecto solicitado por el comitente. Por tanto se optó por crear una cuadrícula de las obras ya que se requiere que el libro conmemorativo habla de su contenido aún antes de ser abierto. Situación que se mantiene en el libro postalero. La diferencia entre ambos libros radica en que el primero cuenta con un espacio en la contraportada para colocar a los posibles auspiciantes de la producción, cerca de la información y los contactos, así como la franja de gris para distinguir el título del libro del vector en el fondo, como puede apreciarse en la figura a continuación.

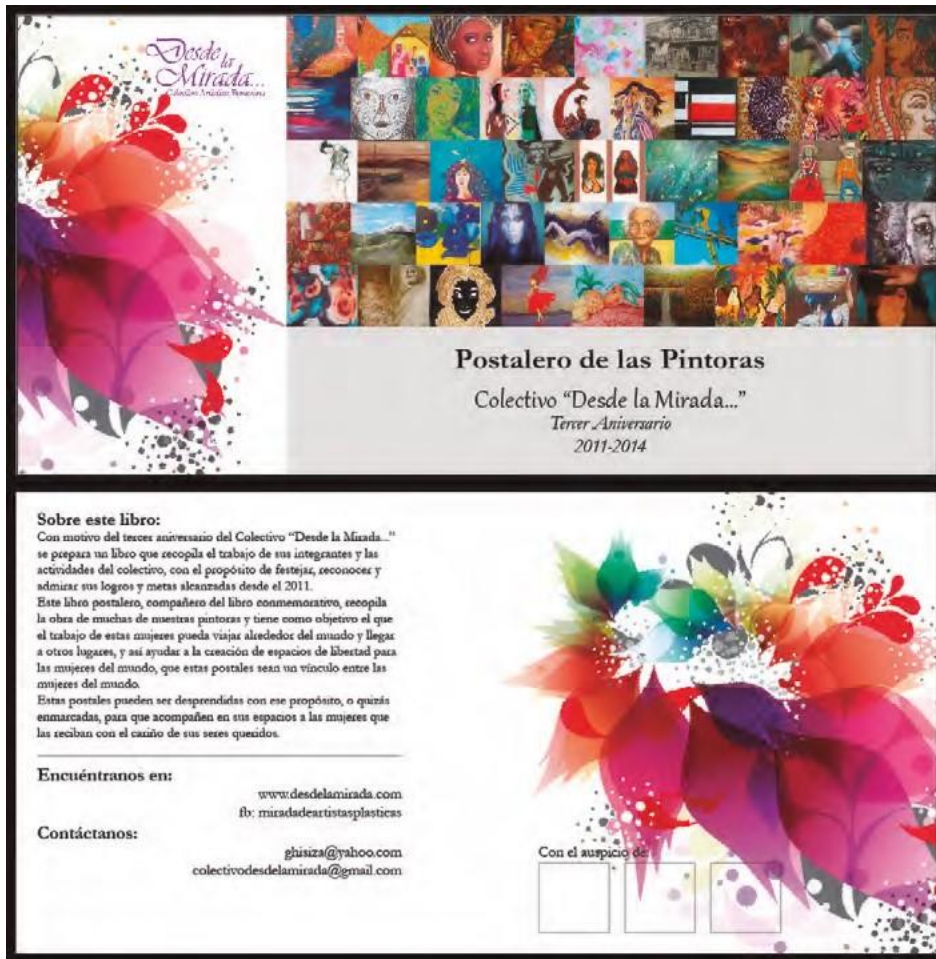


Figura 31: Portada y Contraportada del "libro postalero"

2.2.2 Modelos o prototipos de estudio (Imágenes)



Figura 32: Libro conmemorativo, exterior



Figura 34: Libro conmemorativo, páginas internas



Figura 35: Libro conmemorativo, páginas internas



Figura 36: Libro conmemorativo, páginas internas



Figura 37: "Libro postalero", exterior

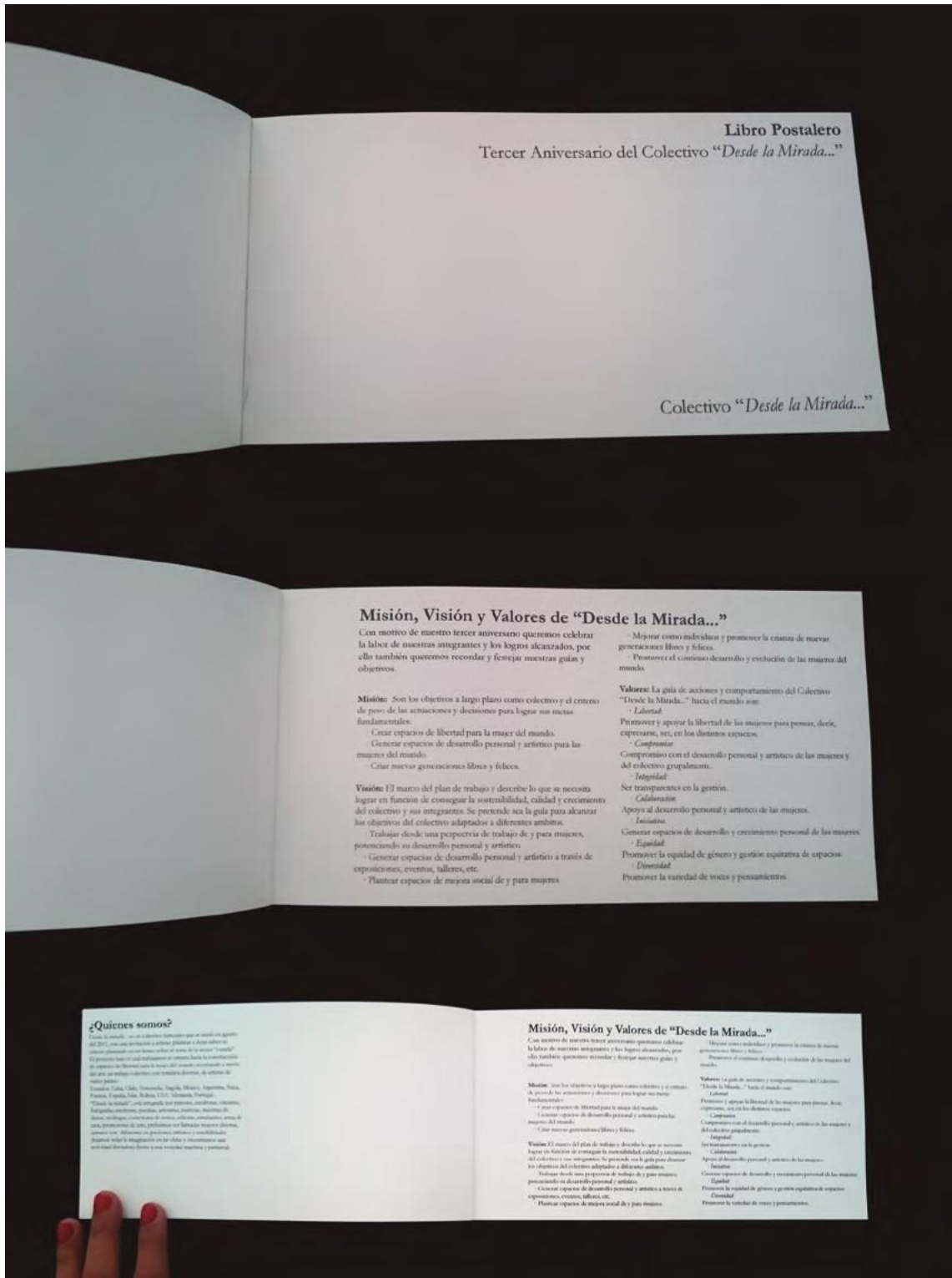


Figura 38: "Libro postalero", interior



Figura 39: "Libro postalero", interior



Figura 40: CD y empaque tipo sobre



Figura 41: CD y empaque tipo jewel case



Figura 42: CD y empaque tipo wallet de 6 lados

2.2.3 Evaluación del desarrollo

El proyecto se evalúa de acuerdo al Método Generalizador Integrado de Papanek (1971), de producto en producto al evaluar la función los

elementos del Diseño Editorial detallados en función del concepto *feminidad*, tal como se lo ha presentado en el desarrollo de este TFC.

2.2.3.1. Libro Conmemorativo

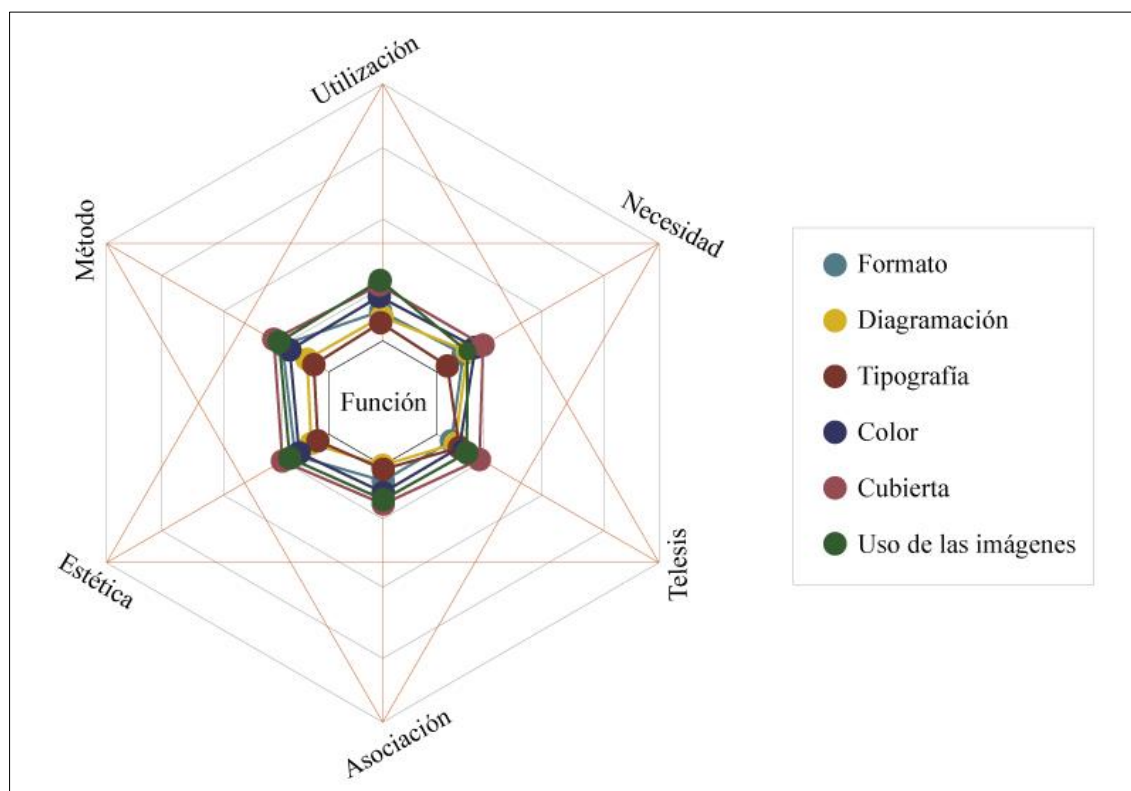


Figura 32: Evaluación del Libro Conmemorativo

Como se puede observar en la figura anterior, el libro conmemorativo no se acerca del todo a cumplir sus funciones como objeto, aún al tener en cuenta los objetivos y requerimientos del comitente, así como las valoraciones de los usuarios, ya que al tener en cuenta los criterios del diseño la diagramación no es la más adecuada para exponer la obra, aunque sea barroca y aglomerada, cumpliendo los requerimientos de estética, asociación y telesis del Colectivo. Sin embargo se puede decir que la tipografía corresponde a las necesidades de lectura, aunque se considera que el uso de las imágenes y la cubierta son la mejor expresión del porque el producto no funciona, pues se carece de una unidad de identidad que le den unidad.

Como errores del proceso se pueden señalar los que se observaron en la elaboración de los *dummies*, los cuales se detallan a continuación, con las recomendaciones para corregir los errores en ese proceso.

1. En la portada se encuentra la obra de una de las integrantes cuya obra se retiró por el pedido personal de la misma, al retirarla se dañaría la cuadrícula por lo cual se la reemplazará en el archivo final.
2. En la contraportada el párrafo explicativo está errado, pues se imprimió con la descripción del libro postalero, se la debe reemplazar. Así mismo se recomienda que se añada el código de barras del ISBN, así como los logos de los posibles auspiciantes a la contraportada, para que en caso de venta o posicionamiento en una biblioteca se lo pueda ingresar en los inventarios y búsquedas on-line.
3. En la sección Memoria Fotográfica, se da continuamente que las fotografías lucen borrosas o píxeladas, pues son fotografías rescatadas del *Facebook*, o fueron tomadas de esa forma. Del mismo modo, la calidad media y baja de los archivos de la obra pictórica y plástica perjudica a su reproducción en el libro, sin embargo al ser estos archivos de menor tamaño que las fotografías requeridas en el “libro postalero” se perciben menos problemas de impresión que con la Memoria Fotográfica o las postales.
4. Por lo cual se recomienda para que a futuro el Colectivo designe a una integrante capacitada para que tome las fotografías de los distintos eventos y registre la obra presentada en sus eventos, o que capacite a todas las integrantes que le sea posible y así pueda llevar un registro adecuado a futuro.
5. También se halló que se debe añadir una hoja al inicio y dos hojas al final del libro, ya que por error se las omitió durante la elaboración y la última página del libro da directamente contra el interior de la contraportada. Estas páginas adicionales son usuales en los libros producidos por las editoriales.

2.2.3.2. Libro de postales

Asimismo, el libro postalero es evaluado de acuerdo a los mismos parámetros, lo que produce la gráfica disponible a continuación de acuerdo al método de Papanek, en la cual podemos observar un mayor equilibrio entre los vectores del método en relación con evaluar la funcionalidad de los elementos de Diseño Editorial.

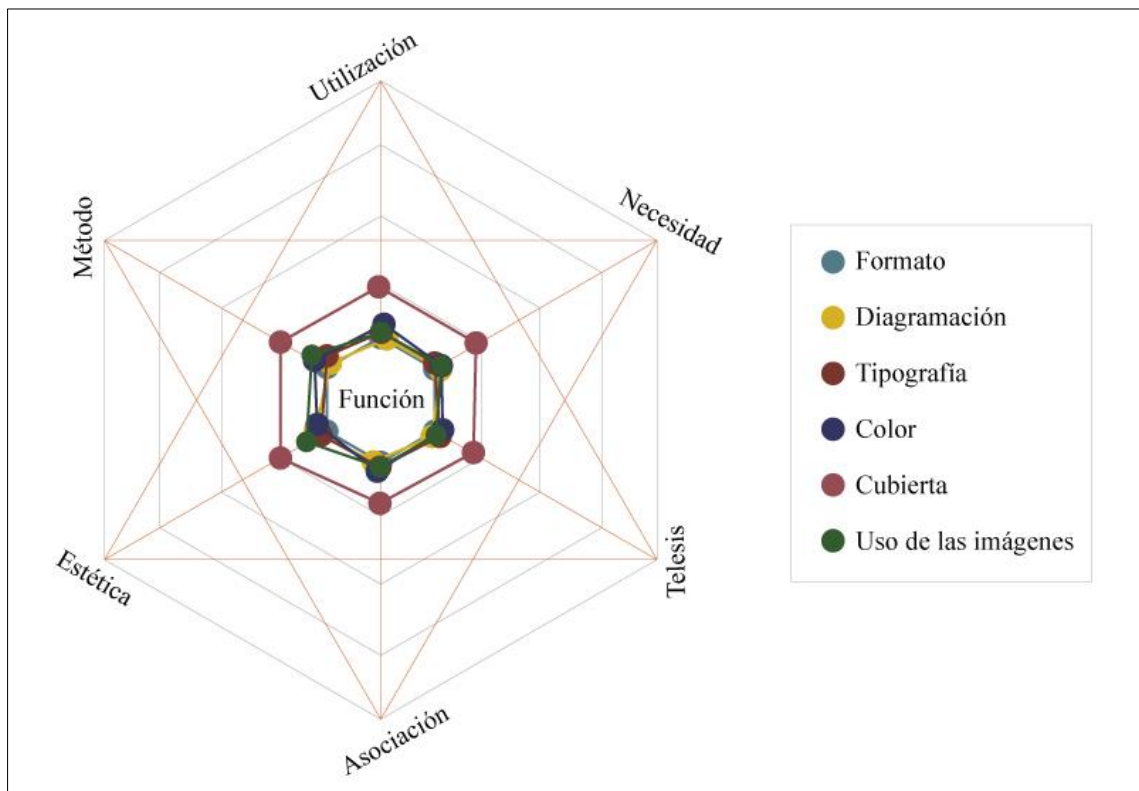


Figura 33: Evaluación del Libro Conmemorativo

De acuerdo a la evaluación se encuentra que el libro de postales cumple mucho mejor los objetivos de comunicación y parámetros diseños esperados del proyecto. Sin embargo se evidencia la observación hecha con el libro conmemorativo, la mayor falla se encuentra en la cubierta, ya que el colectivo carece una identidad que presentar al público elemento que expresa mejor a través de la exposición de las obras de sus integrantes, objetivo de trabajo del colectivo.

Como evaluación del específica de este producto en relación del formato y la diagramación no se hace uso de hojas en blanco adicionales, ya

que no es necesaria la protección que proveen a las páginas, pues se arrancaran las postales y estas se distribuirán por sus usuarios.

Se encontró que 9 de las postales tienen problemas de impresión, necesidad fundamental del uso de las imágenes, por lo cual se establece que es una limitación para trabajar si las imágenes lucen píxeladas o borrosas, situación que se da al no disponer de las obras en el archivo del Colectivo, y al no formar parte de la colección que preserva su coordinadora no es posible tomar las fotografías. Problema que surge de la forma en la que se maneja el colectivo y respecto a la identidad.

2.2.3.3. Cd y su empaque

El CD y su empaque presentan poca información, solo la necesaria para explicar que es un producto del Colectivo, ya que es necesario que los usuarios tengan claro de que trata el colectivo.

En ninguno de estos productos el comitente encontró problemas a ser corregidos, y son de la satisfacción del comitente, sin embargo expresó el deseo de usar el sobre al ser el modelo más sencillo y que podría armar fácilmente con sus compañeras para su distribución. Le resultó atractiva la posibilidad de poder llevar a cabo parte del proceso ella misma con otras integrantes, así como evitar la inversión que significaría la producción del empaque tipo billetera, ya que requiere dobleces y pegado, o el *jewel case* cuyo folleto necesita un dobléz y la labor manual de colocar el folleto y su contraportada. Por tanto se evalúa el sobre como producto final, aunque su función es mucho más básica que las de los otros productos y su necesidad no se ve justificada a través de la validación, ni se justifica en términos de diseño o de expresión de la identidad del Colectivo.

CAPÍTULO III

DISEÑO A DETALLE DEL PROYECTO Y VALIDACIÓN

3.1. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL

3.1.1. Exploración de materiales

La impresión del libro conmemorativo puede ser realizada usando papel couché brillante de 150 gramos, proveyendo un brillo leve a las obras de los integrantes del Colectivo para recuperar parte de su profundidad, ya que algunas de las obras han sido elaboradas en distintas a las técnicas tradicionales, mientras que otras tienen un brillo natural que no se traslada bien al terminado mate, mientras que las que funcionan perfectamente en una reproducción mate, no resultan perjudicadas por el brillo.

El libro conmemorativo debe ser encolado, pues el grapado no ayuda a diferenciarlo de un folleto y darle la distinción editorial. No se considera el cosido debido a que incrementa el esfuerzo y los costos para su producción.

Se propone el empastado sea elaborado con cartón plegable, para un libro más ligero y flexible, y debido a su menor número de páginas, optimizar el costo. Aunque queda abierta la sugerencia de un empastado rígido, para incrementar la percepción de su importancia y su valor como objeto coleccionable y así priorizar la exposición del mismo en los hogares u oficinas.

Para el libro postalero el empastado con cartón plegable, de lo contrario se lo valoraría más como coleccionable y no se desprenderían las postales, reduciendo ligeramente su valor al no ser distribuido como conmemoración por los integrantes.

Sus páginas, las postales, han de utilizar couché de 300 gramos o cartulinas similares, para optimizar su uso como postales, y así facilitar su transporte por los servicios de correos nacionales e internacionales, ya que cartulinas más ligeras o papel, están más sujetos a arrugarse o dañarse en el proceso. También deben estar perforadas para incentivar y facilitar el proceso de desprendimiento de las postales.

3.1.2. Exploración De Técnicas De Fabricación

Para definir las técnicas de fabricación habría que definir en primer lugar cuántos libros desean producir, ya que la mayor diferencia entre impresión digital y offset es la cantidad de unidades que se va a producir.

Sucede que hacer uso del offset, entre más productos se elaboren, más barato se vuelve. Mientras que en las impresiones digitales sucede lo contrario, es muy económica al producir pequeños tirajes en buena calidad.

3.1.2.1. Impresión Offset:

Es un tipo de impresión indirecta ya que la tinta se aplica sobre una plancha metálica que la traslada al papel, como lo indica su definición en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española¹¹, funciona a través de una maquinaria compleja de engranajes y rodillos. Hay varios tipos de máquina, dependen del tamaño del papel y el número de rodillos y planchas por tinta¹².

Lo más regular son las máquinas con cuatro rodillos, usualmente uno por cada color básico del CMYK, y quizás un rodillo adicional para aplicar recubrimientos como la tinta UV o el plastificado. Las planchas son monocromáticas, siendo que si se desea producir fotografías full color, estas tienen que estar en CMYK para que así cada plancha reproduzca el tramado correspondiente a su color en dicha imagen. Para producir las planchas térmicas, se requiere una base y una emulsión.

La base, usualmente es fabricada en aluminio, del cual se aprovecha su maleabilidad, resistencia, ligereza, y costo. Las planchas deben atravesar tratamientos físico químicos para que puedan ser utilizadas en el proceso offset, como el granulado, anodizado, protección de anodizado, entre otros.

La emulsión es una sustancia fotosensible que se aplica de forma homogénea sobre la base, la plancha de aluminio, para formar una finísima capa que al exponerse a la luz infrarroja adquiere la propiedad de retener la tinta, y por tanto, trasladarla al papel dentro de los parámetros marcados.

3.1.2.2. Impresión digital

Cuando se habla de impresión digital hay que distinguir que existen dos tipos, la inkjet y el tóner, por tanto, existen máquinas distintas para cada tecnología aunque ambas usen cargas eléctricas para depositar el color en los parámetros delimitados por las unidades de imagen foto receptoras.

Una cualidad que contribuye a disminuir los costes es que la maquinaria en sí, pesa menos y es más accesible económicamente, aunque también es más

11. <http://dle.rae.es/?id=QvQPxsx>

12. <http://goo.gl/2oSEp1>

frágil y requiere más cuidados que el offset. Mientras que el costo de impresión aumenta en grandes cantidades¹³, la impresión digital es conveniente para la producción a menor escala, permitiendo además cambiar el documento con facilidad e imprimir variantes.

Otra característica que contribuye al fin de abaratar la producción es que no se requiere la producción de planchas, debido a que usan las unidades de imagen foto receptoras para transmitir los parámetros de impresión de cada color directamente desde el ordenador, como se lo describe en el libro *The Design Manual* (2009), del australiano David Whitbread.

La diferencia entre ambas se define por cuanto el Inkjet utiliza una tinta líquida¹⁴, diferente a la de Offset, mientras que el Tóner¹⁵ hace uso de partículas con pigmento, que difiere de las dos previas¹⁶.

3.1.3. Detalles constructivos y mecanismos

El libro conmemorativo será encolado en el extremo izquierdo, siguiendo el modo de lectura occidental, de izquierda a derecha. El “libro postalero”, se armará del mismo modo, con un añadido del perforado para permitir el desprender las postales.

El CD en sí, no hará uso de ningún mecanismo, será impreso en la cubierta superior y funcionará como uno con su empaque, el cual si tendrá un mecanismo tipo billetera troquelado, al tener una serie de 3 dobleces. Se presenta también una opción de menor coste para el Colectivo, siendo que un sobre simple, troquelado y engomado en las pestañas para su armado.

3.1.4. Pruebas y refinamiento

En el capítulo anterior se evalúa el desarrollo de los productos diseñados, para lo cual se presentaron los primeros *dummies*, en ese proceso se encontraron ligeros errores en el Libro conmemorativo y el Postalero.

Los errores del Libro Conmemorativo se resumen a una imagen olvidada al retirar la obra de una integrante, la cual se reemplaza por la obra de otra integrante, siendo el único espacio donde se da espacios adicionales a una persona. Es un cambio menor que se eligió para no cambiar la cuadrícula.

13. <http://goo.gl/fHsrD> 6

14. <http://goo.gl/QVUFXC>

15. <http://goo.gl/AFXJcA>

16. <https://goo.gl/XKTAjk>

Adicionalmente, en la contraportada el párrafo explicativo no corresponde al Libro Conmemorativo, sino al “libro postalero”, así como la ausencia del código de barras correspondiente y el espacio necesario para los posibles auspiciantes. Los cuales se colocaron posteriormente sobre el *dummy*, para ejemplificar cómo será el resultado final. Y faltan tres hojas en blanco, que se debe integrar al inicio y al final del libro impreso, las cuales son necesarias para proteger el contenido.

Sin embargo, queda un error que no se puede corregir, la calidad de las fotografías entregadas por el Colectivo, las cuales en algunos casos tienen problemas que se hacen evidentes en la impresión. No hay fotografías de mejor calidad de ciertos eventos para la Memoria Fotográfica, así como no hay copias de algunas obras y sus integrantes no han entregado mejores archivos. Este problema es compartido por el “libro postalero”.

3.2. VALIDACIÓN FINAL DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

3.2.1. Confrontación con los requerimientos del comitente

En la etapa inicial del proyecto, se propuso un brief, en el cual se plantearon los siguientes objetivos de comunicación:

1. Promover los espacios para la comunicación y participación entre sus integrantes ante la presentación de resultados visibles de sus participaciones previas.
2. Generar conocimiento de la misión, visión y valores del Colectivo entre sus integrantes, apoyándose en los resultados logrados por el Colectivo.
3. Promover la difusión de las actividades del Colectivo entre sus integrantes y los organizadores y coordinadores de salas y eventos culturales con quienes se relacionan o se quieren relacionar.

Al presentar los productos finales a la coordinadora, Ghislaine Izaguirre, se evaluó según su posición como coordinadora el cumplimiento de estos objetivos a través de tres cuestionarios, siendo el primero relativo a los productos como grupo, el segundo al “libro conmemorativo” y el tercero al “libro postalero”.

Estos cuestionarios se presentan en las siguientes páginas en las tablas a continuación, las cuales se obtuvo a través de una encuesta online, la cual puede encontrarse en el Anexo 7.

Tabla 5:
Validación de la Propuesta Final del Diseño. “Libro Conmemorativo”.

| A su parecer, conteste las siguientes preguntas con una valoración del 1 al 5, siendo 1 en total desacuerdo y 5 en total acuerdo: | En total desacuerdo | En desacuerdo | Medianamente de acuerdo | De acuerdo | En total acuerdo |
|---|---------------------|---------------|-------------------------|------------|------------------|
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| ¿Considera que el libro será leído y aprovechado por las integrantes del Colectivo en función de los objetivos planteados? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Promoverá el libro conmemorativo la creación de espacios para la comunicación de las integrantes de sus integrantes? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Promoverá el libro conmemorativo la participación de sus integrantes en futuras participaciones? | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 |
| ¿Generaría el libro conmemorativo conocimiento sobre la misión, visión y valores propuestos por el Colectivo entre sus integrantes? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Apoyaría el libro conmemorativo a generar conocimiento sobre las actividades del Colectivo entre sus integrantes y asociados en las instituciones culturales? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Apoyaría el libro conmemorativo a la obtención de apoyo en la coordinación de actividades de parte de las instituciones culturales? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera sería de provecho para el Colectivo la impresión del libro conmemorativo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera sería posible la impresión del libro conmemorativo? | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| En caso de no ser posible la impresión del libro, se considera la distribución del mismo solo a través de CD's, ¿Sería de igual manera provechosa la distribución del libro a través de CD's? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |

Tabla 6:
Validación de la Propuesta Final del Diseño. “Libro Postalero”.

| A su parecer, conteste las siguientes preguntas con una valoración del 1 al 5, siendo 1 en total desacuerdo y 5 en total acuerdo: | En total desacuerdo | En desacuerdo | Medianamente de acuerdo | De acuerdo | En total acuerdo |
|--|---------------------|---------------|-------------------------|------------|------------------|
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| ¿Considera que el “libro postalero” aprovechado por las integrantes del Colectivo en función de los objetivos planteados? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Promoverá el libro postalero la creación de espacios para la comunicación de las integrantes de sus integrantes? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Promoverá el “libro postalero” la participación de sus integrantes en futuras participaciones? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Generará el “libro postalero” conocimiento sobre la misión, visión y valores propuestos por el Colectivo entre sus integrantes? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Apoyaría el “libro postalero” a generar conocimiento sobre las actividades del Colectivo entre sus integrantes y asociados en las instituciones culturales? | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 |
| ¿Apoyaría el “libro postalero” a la obtención de apoyo en la coordinación de actividades de parte de las instituciones culturales? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera sería de provecho para el Colectivo la impresión del “libro postalero”? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera sería posible la impresión del “libro postalero”? | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Tabla 7:
Productos en General (Libro conmemorativo, Libro postalero, CD)

| A su parecer, conteste las siguientes preguntas con una valoración del 1 al 5, siendo 1 en total desacuerdo y 5 en total acuerdo: | En total desacuerdo | En desacuerdo | Medianamente de acuerdo | De acuerdo | En total acuerdo |
|---|---------------------|---------------|-------------------------|------------|------------------|
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| ¿Considera que el Colectivo apoya y genera espacios para usted como mujer a través de las actividades que realiza? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera que los productos propuestos cumplen las necesidades de comunicación del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera los productos representan al Colectivo estéticamente? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera los productos representan al Colectivo en la visión y los valores que promueve el Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera los productos ayudan a cumplir la misión del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera los productos ayudan a cumplir los objetivos del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera los productos son un homenaje a la obra de las integrantes del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera que los productos proveerán espacios para la comunicación y participación de las integrantes en las actividades del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera los productos generan conocimiento de los objetivos, misión, visión y valores del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera los productos promueven la difusión de las actividades del Colectivo entre sus integrantes y a terceros? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera los productos son de beneficio para el Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Está usted interesada en participar y/o realizar nuevas actividades con el Colectivo después de ver estos productos? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| ¿Considera la coordinación del Colectivo cumple con los objetivos propuestos? | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |

Y así como se toman en cuenta los objetivos planteados en el brief, se ha tenido en cuenta también que se cumpliera la información que los diferentes productos habían de llevar, siendo esta la mencionada en el Capítulo 1, en el numeral 1.2.2. Requisitos del Proyecto, específicamente en la sección titulada Información del producto.

Todos los cuales se cumplieron a la satisfacción del comitente, teniendo en cuenta sus observaciones y la investigación realizada.

3.2.2. Confrontación con las necesidades de los usuarios

Como se señaló en el Capítulo 1, apartado 1.2.1. Necesidades del Usuario, se señala al usuario principal a la comitente, cuyas valoraciones son las que se tomarían en cuenta en el proceso de diseño y en la primera etapa de la valoración de los productos. En dicho apartado, la representante del Colectivo, solicitó un libro virtual en formato PDF y el empaque para el CD que lo contendrá, lo cual se extendió a la creación de dicho libro con posibilidad a imprimir así como el libro virtual en formato PDF, incluyendo el empaque en el cual se colocará el CD que contenga el PDF.

Al iniciar el proceso de valoración del producto a través del grupo privado de Facebook del que hace uso el Colectivo para las comunicaciones habituales, se recibieron notificaciones de algunas integrantes del Colectivo, las cuales no quisieron que su obra formara parte del proyecto.

En ese momento se retiró la obra de los elementos de diseño para evitar confrontaciones e inconvenientes en la producción y uso posterior de estos productos de diseño, con el apoyo y por petición expresa de la coordinadora y dichas integrantes, aunque la coordinadora, dispone de documentación firmada y legalizada del derecho al uso de sus obras para promoción y comunicación de las actividades del Colectivo, sin limitación de tiempo o de productos.

Quienes ofrecieron alguna explicación, expresaron que su obra está protegida por un copyright, o no quieren esta sea modificada bajo ninguna circunstancia. Y hubo quienes no ofrecieron ningún comentario, solo solicitaron se les removiera de los libros.

Además 18 de las integrantes, respondieron una serie de preguntas a través de una encuesta, expresando posición con respecto a los productos, la cual, había respondido previamente su coordinadora, y cuyos datos se pueden revisar en la siguiente tabla.

Tabla 7:**Validación de la Propuesta Final del Diseño, Productos en general, parte 1**

| A su parecer, conteste las siguientes preguntas con una valoración del 1 al 5, siendo 1 en total desacuerdo y 5 en total acuerdo | En Total Acuerdo | En Desacuerdo | Medianamente de Acuerdo | De Acuerdo | En Total Acuerdo |
|---|------------------|---------------|-------------------------|------------|------------------|
| | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| ¿Considera que el colectivo apoya y genera espacios para usted como mujer a través de las actividades que realiza | 0 | 0 | 0 | 2 | 16 |
| ¿Considera que los productos propuestos cumplen las necesidades de comunicación del colectivo? | 0 | 0 | 0 | 1 | 17 |
| ¿Considera que los productos representan al Colectivo estéticamente? | 0 | 0 | 1 | 1 | 16 |
| ¿Considera los productos representan al Colectivo en la misión y los valores que promueven? | 0 | 0 | 0 | 1 | 17 |
| ¿Considera los productos ayudan a cumplir la misión del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 18 |
| ¿Considera los productos ayudan a cumplir los objetivos del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 2 | 16 |
| ¿Considera que los productos son un homenaje a la obra de las integrantes del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 2 | 18 |
| ¿Considera que los productos proveerán espacios para la comunicación y participación de las integrantes en las actividades del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 1 | 17 |
| ¿Considera que los productos generan conocimiento de los objetivos, misión, visión y valores del Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 3 | 15 |
| ¿Considera que los productos promueven la difusión de las actividades del Colectivo entre sus integrantes y a terceros? | 0 | 0 | 0 | 0 | 18 |
| ¿Considera que los productos benefician al Colectivo? | 0 | 0 | 0 | 0 | 18 |
| ¿Está usted interesada en participar y/o realizar nuevas actividades con el Colectivo después de ver estos productos? | 0 | 0 | 0 | 1 | 17 |
| ¿Considera que la coordinación del Colectivo cumple con los objetivos propuestos? | 0 | 0 | 0 | 3 | 15 |

Al iniciar las primeras fases de la validación se encontró que las integrantes voluntarias expresaban opiniones positivas a todas las preguntas, ya que eran preguntas muy generales y no podían especificar su opinión sobre el libro, por lo cual se hizo una validación secundaria con preguntas relativas a su posición personal respecto a los productos. De esta encuesta participaron 15 personas, las cuales presentamos en la tabla a continuación.

Tabla 8:
Validación Específica de los productos de parte de las integrantes.

| | | |
|--|--|----|
| | La información del colectivo | 15 |
| | La Memoria Fotográfica | 15 |
| | La pintura | 10 |
| ¿Con que elementos del libro te identificas? | La fotografía | 9 |
| | La literatura | 11 |
| | Las flores | 12 |
| | La portada | 15 |
| | Que tiene mi obra | 0 |
| ¿Qué es lo que más te ha gustado del libro? | Que tiene el trabajo de todas mis compañeras | 2 |
| | Que realza la labor que se realiza | 2 |
| | Todas las anteriores | 13 |
| ¿El libro te representa como individuo? | Si | 13 |
| | No | 2 |
| ¿El libro logra representar tu participación como parte de "Desde la Mirada..."? | Si | 13 |
| | No | 2 |
| ¿Te sientes identificada en el libro postalero? | Si | 13 |
| | No | 0 |
| | Mi obra no aparece | 2 |
| ¿Coleccionarías las postales de tus compañeras? | Si | 14 |
| | No | 1 |

También en esta encuesta se realizaron dos preguntas a las que había que responder de forma específica, sobre lo que no les gustó y lo que quisieran ver en los siguientes libros, a lo cual la mayoría aportó que desea ver más obras e información de las artistas, así como que aunque les gustó el libro, desean una página por obra y fotografías de mayor tamaño.

También señalaron que les interesa ver la información de las artistas, personal y profesional, ya que les interesa que se expongan frases y biografías, así como los contactos para que los lectores puedan adquirir su obra.

Las preguntas realizadas y sus respuestas, fueron las siguientes:

A. ¿Qué fue lo que menos te gustó del libro?

De las quince integrantes se recogieron varias opiniones, 6 de fueron de agrado hacia el producto, sin embargo 2 personas dijeron estar descontentas que no hubieran más cuadros de cada artista o de ellas mismas; mientras que otras 3 señalaron que faltaba información sobre las artistas, y las cuatro restantes se dividen entre que no hay más obra expuesta, no se les dedica una página completa, la obra es muy pequeña y que el libro podría manejar un formato más grande.

B. ¿Qué te gustaría añadir a una segunda edición del libro?

A esta pregunta las integrantes hicieron pedidos diversos, pidiendo que haya información de las artistas, que se dé más espacio en fotografías, información de cada una y su obra. Solicitaron se ingrese una mayor cantidad de obras, así como un formato mayor de las fotografías. También una persona solicitó se hagan libros sobre las exposiciones individuales de las integrantes. Con respecto a esta pregunta cada persona presentó una opinión distinta.

Del mismo modo se hace una validación adicional con personas ajenas al Colectivo, pertenecientes a ambos géneros sin una distinción de edad, para evaluar el alcance de los productos teniendo en cuenta que los resultados obtenidos de las integrantes pueden tender a ser positivos por la relación directa con los productos.

De esta validación, realizada a través de una encuesta online en dos sesiones en las que se mostró los productos y se facilitaron un computador y dispositivos móviles, participaron un total de 16 personas, 8 hombres y 8 mujeres, cuyos resultados se pueden analizar en el Anexo 7 en su totalidad. Estas personas pertenecen al entorno de la estudiante que no están relacionados con el Colectivo “Desde la Mirada...”, aunque algunos conocen del grupo por su relación, todos ellos accedieron a participar de forma voluntaria en esta validación.

De la validación se han podido obtener datos ligeramente distintos a los de las integrantes, ya que al no estar relacionados con las actividades del Colectivo su valoración es distinta. Los datos obtenidos de esta encuesta, se los puede observar en la tabla disponible en la siguiente página.

Tabla 9:
Validación específica de parte de terceros, productos en general

| | | Selección de opciones múltiples | | | | | |
|---------------------|---|--|--|----|---|----|---|
| Información Básica | Género | Mujer | 8 | | | | |
| | | Hombre | 8 | | | | |
| | ¿Está usted de acuerdo con los proyectos que apoyan la equidad de género? | SI | 16 | | | | |
| | | NO | 0 | | | | |
| | | Valoración de 1 al 5, siendo 1 en total desacuerdo y 5 en total acuerdo | | | | | |
| Libro conmemorativo | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | ¿Le parece este producto promueve las actividades del colectivo? | 0 | 0 | 2 | 11 | 3 |
| | | ¿Le parece que la publicación de libros de arte femenino promueve la creación de espacios para las mujeres en el arte? | 0 | 0 | 1 | 10 | 5 |
| | | ¿Le parece que este libro promueve la equidad de género en el arte? | 0 | 0 | 1 | 12 | 3 |
| | | ¿Le parece que este libro promueve la identidad de sus integrantes? | 0 | 0 | 4 | 6 | 6 |
| | | ¿Le parece este libro es un homenaje a las integrantes del colectivo y su trabajo? | 0 | 0 | 0 | 9 | 7 |
| | | ¿Es este libro agradable estéticamente para usted? | 0 | 0 | 0 | 9 | 7 |
| | | ¿Le parece la información relativa al colectivo mostrada en este libro es clara y comprensible? | 0 | 0 | 0 | 10 | 6 |
| | | ¿Le parece que este libro comunica la misión, visión y valores del colectivo? | 0 | 0 | 0 | 8 | 8 |
| | | ¿Le parece que este libro promociona el trabajo del colectivo? | 0 | 0 | 1 | 11 | 4 |
| | | Selección de opciones múltiples | | | | | |
| Libro de postales | | Las fotografías | 14 | | | | |
| | | Los cuadros | 7 | | | | |
| | | Las esculturas | 0 | | | | |
| | | ¿Qué partes del libro le parecieron más atractivas? | La Literatura | 0 | | | |
| | | | Información de las integrantes | 3 | | | |
| | | | Más Obras | 16 | | | |
| | | ¿Añadiría usted alguno de estos elementos a una segunda edición? | Obras más grandes | 4 | | | |
| | | | La experiencia de las mujeres con el colectivo | 4 | | | |
| | | | Impreso | 16 | | | |
| | | ¿En qué formato le resulta más atrayente el libro? | PDF | 0 | | | |
| | | Valoración de 1 al 5, siendo 1 en total desacuerdo y 5 en total acuerdo | | | | | |
| Todos los productos | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | ¿Le parece este producto promueve la obra de las integrantes? | 0 | 0 | 0 | 9 | 7 |
| | | ¿Le parece que la publicación de libros de arte femenino promueve la creación de espacios para las mujeres en el arte? | 0 | 0 | 1 | 11 | 4 |
| | | ¿Le parece que este libro promueve la equidad de género en el arte? | 0 | 0 | 2 | 9 | 5 |
| | | ¿Le parece que este libro promueve la identidad de sus integrantes? | 0 | 0 | 7 | 9 | 0 |
| | | ¿Le parece este libro es un homenaje a las integrantes del colectivo y su trabajo? | 0 | 0 | 1 | 11 | 4 |
| | | ¿Es este libro agradable estéticamente para usted? | 0 | 0 | 0 | 10 | 6 |
| | | ¿Le parece la información relativa al colectivo mostrada en este libro es clara y comprensible? | 0 | 0 | 0 | 12 | 4 |
| | | ¿Le parece que este libro comunica la misión, visión y valores del colectivo? | 0 | 0 | 0 | 13 | 3 |
| | | ¿Le parece que este libro promociona el trabajo del colectivo? | 0 | 0 | 4 | 10 | 2 |
| | ¿Le parece que este libro promociona el trabajo de sus integrantes? | 0 | 0 | 0 | 7 | 9 | |
| | | Selección de opciones múltiples | | | | | |
| | ¿Compraría usted alguno de estos productos? | SI | 12 | | | | |
| | | NO | 4 | | | | |
| | ¿Cual de estos productos compraría de ser así? | El libro conmemorativo | 3 | | | | |
| | | El libro postalero | 11 | | | | |
| | ¿Estaría interesado en asistir a las actividades del colectivo después de leer o examinar estos libros? | SI | 7 | | | | |
| | NO | 4 | | | | | |
| | | TAL VEZ | | | | | |

Con respecto al libro conmemorativo se concluye que resulta atractivo e informativo, la mitad de los participantes está de acuerdo con que representa los valores que se detallan en el libro y la otra mitad está muy de acuerdo al respecto, aunque para personas ajenas al Colectivo tiene una menor importancia y prestan menos atención a detalles como la información relativa al grupo y a las actividades.

La encuesta sugiere que las personas ajenas al Colectivo están en su mayoría de acuerdo, o totalmente de acuerdo con que este producto promueve la equidad de género en el arte, ya que abre espacios para la oferta de arte hecho por mujeres. También consideran que se promueve a las artistas a través de la publicación de sus obras.

Aunque no son de su interés ciertos elementos que para las integrantes son de mayor importancia, como la obra de todas sus compañeras aunque produzcan otro tipo de obras. Sin embargo se ven muy atraídos a las fotografías, siendo que ningún participante se dedicó a la lectura de los cuentos, ensayos y textos presentados, pero todos valoraron como elemento de interés a la obra pictórica.

Para personas ajenas del Colectivo tiene un mayor impacto el libro impreso, ya que los 16 participantes prefirieron el libro impreso por sobre su versión en PDF.

Con respecto a las recomendaciones que habían dado las integrantes, los participantes de esta validación consideraron que se puede añadir más imágenes y en algunos casos, que estas sean de mayor tamaño. También se considera recomendable añadir más información de las integrantes al libro, coincidiendo que las mujeres también comparten la opinión de que se debería hablar de la experiencia de las integrantes dentro del Colectivo.

Con respecto al “libro postalero” la posición de los participantes difirió con respecto los resultados del libro conmemorativo, siendo que lo consideraron menos representativo del Colectivo, pero más relacionado con las integrantes. Pese a encontrarlo atractivo visualmente, consideran que ayuda a promocionar la obra de las mujeres más que su compañero, el libro conmemorativo y en su mayoría lo identificaron como un homenaje a las integrantes del Colectivo, y no tanto como promoción del grupo en sí mismo. Los resultados referentes a esta validación se pueden observar en la tabla presentada anteriormente.

Se realizó también una tercera validación referente a la comerciabilidad de los productos hacia terceros ajenos al Colectivo, así como su capacidad como elemento promocional que atraiga al público hacia las actividades del grupo, resultados que se pueden observar en la tabla presentada previamente.

Los participantes en su mayoría están dispuestos a adquirir al menos uno de los productos demostrados, siendo el de mayor interés el “libro postalero”, mientras que el libro conmemorativo no alcanzó el mismo nivel de interés. Se deduce el interés por el libro conmemorativo surge de su mayor impacto visual a través de las postales, así como la posibilidad de interacción que ofrece, mientras que el libro conmemorativo tiene un mayor interés de parte de las integrantes por ser un compendio de todo lo que han hecho como grupo y como individuos.

Con respecto al interés en participar en actividades del Colectivo se encontraron respuestas divididas, se encontró que el impacto en el grupo femenino generó un interés mayor que en el grupo masculino, habiendo un grupo intermedio que podría llegar a interesarse en caso de generarse la situación adecuada. Sin embargo, esta valoración es subjetiva ya que depende de los intereses de los individuos.

3.3. COSTOS DEL PROYECTO

3.3.1. Costos de producción

Por solicitud del comitente se solicitó cotización de 100 libros, debido a la limitación de fondos del “Desde la Mirada...”. Por iniciativa de la estudiante, se solicitó también una cotización por 200 libros, para demostrar, al comitente y las integrantes, la conveniencia de imprimir más libros para reducir los costos de producción para mayor beneficio del Colectivo.

De la imprenta Marka Digital, ubicada en la 12 de Octubre y Roca, se obtuvo esta cotización durante Octubre del 2015:

- Postalero: Tamaño 21.5x10.6 de 104 páginas, impresión full color en offset, en cartulina couché de 300 gr full color tiro y retiro, con grafado, encolados al calor y UV.

100 unidades: 3147,20 USD Valor individual: 31,472 USD

200 unidades: 3500,00 USD Valor individual: 17,500 USD

- Artbook: Tamaño A4 en papel couché de 150 gr., impresión full color en offset, 73 páginas portadas en couché de 300 gr, encolados al calor y UV.

100 unidades: 2172,80 USD Valor individual: 21,728 USD

200 unidades: 2475,20 USD Valor individual: 12,376 USD

Estos valores ya incluyen IVA.

El original de esta cotización se puede observar en el Anexo 8.

Los *dummies*, se obtuvieron por el valor individual de 98,00 USD el “libro postalero” y 86,00 el Artbook, compartiendo las mismas características de los libros propuestos, más siendo reemplazado el filtro UV por áreas y la impresión offset, por técnicas más convenientes, como un laminado y la impresión láser.

3.3.2. Costos de diseño

Este presupuesto fue realizado para el Plan de Tesis presentado a la facultad para la aprobación del proyecto, por tanto las actividades coinciden con

la elaboración de los productos específicos, y solo incluye el trabajo de diseño previo a la validación, la cual no tuvo costo al ser realizada de forma digital. En total se invirtió un total de 3.495,00 USD en el proceso del diseño de estos productos durante el primer semestre 2014-2015, como parte del Taller TFC 8, bajo la dirección del profesor Jaime Guzmán. El desglose de estos valores se presenta en las tablas a continuación.

Tabla 10:
Presupuesto costos de diseño

| DETALLE DE CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y PRESUPUESTO FINAL | | | | | | |
|--|--|---------------|-----------------|-----------------|---------------------|--------------------|
| ACTIVIDADES | DETALLE | TIEMPO | | V/H | Otros Gastos en USD | Valor Total en USD |
| | | HORA | DIAS | 5 USD | | |
| Diseñar y elaborar Libro Conmemorativo, impreso y PDF | Recopilar información | 120 | 15 | 600,00 | - | 600,00 |
| | Clasificar y jerarquizar | 80 | 10 | 400,00 | - | 400,00 |
| | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 |
| | Bocetos de la retícula y propuesta de machote | 30 | 3,75 | 150,00 | 15,00 | 165,00 |
| | Bocetos de portada PDF | 10 | 1,25 | 50,00 | 5,00 | 55,00 |
| | Revisión de avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 |
| | Presentación de bocetos a Cliente para selección de la propuesta | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 |
| | Revisión de Avances | 1 | 0,125 | 5,00 | - | 5,00 |
| | Elaboración de propuesta | 90 | 11,25 | 450,00 | 50,00 | 500,00 |
| | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 |
| | Presentación de propuesta a cliente para aprobación del libro PDF, del machote y portada | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 |
| | Elaboración del documento PDF y machote | 200 | 25 | 1.000,00 | 100,00 | 1.100,00 |
| | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 |
| Total Libro Conmemorativo | 545 | 68,125 | 2.725,00 | 170,00 | 2.895,00 | |
| Diseñar y elaborar el Libro Postalero | Bocetos | 30 | 3,75 | 150,00 | 15,00 | 165,00 |
| | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 |
| | Presentación de bocetos a Cliente para selección de la propuesta | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 |
| | Elaboración de propuesta | 20 | 2,5 | 100,00 | 50,00 | 150,00 |
| | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 |
| | Presentación de propuesta al cliente para aprobación del libro postalero | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 |
| | Elaboración del machote | 80 | 10 | 400,00 | 100,00 | 500,00 |
| | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 |
| | Total Libro Postalero | 112 | 14 | 560,00 | 150,00 | 710,00 |
| Diseñar y elaborar el CD y su empaque | Bocetos | 10 | 1,25 | 50,00 | 5,00 | 55,00 |
| | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 |
| | Presentación de bocetos a cliente para la selección de la propuesta | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 |
| | Elaboración de la propuesta | 10 | 1,25 | 50,00 | 5,00 | 55,00 |
| | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 |
| | Presentación de propuesta a cliente para aprobación del empaque del CD | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 |
| | Elaboración del empaque propuesto | 10 | 1,25 | 50,00 | 20,00 | 70,00 |
| | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 |
| Total CD y Empaque | 42 | 5,25 | 210,00 | 30,00 | 240,00 | |
| Entrega del proyecto terminado | Entrega de los productos al comitente | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 |
| | Total Entrega productos al comitente | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 |
| SUMA DE TODOS LOS PRODUCTOS | | 699 | 87,375 | 3.495,00 | 350,00 | 3.845,00 |

CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO 3

En el tercer capítulo se explicó cómo se llegó a los resultados que se presentan, explicando los distintos elementos presentes en cada producto y su demostración a través de dummies, es así que estos libros y el CD han sido elaborados y entregados a la coordinadora del Colectivo, Ghislaine Izaguirre, siendo de su satisfacción y de la de sus compañeras, las integrantes de “Desde la Mirada...”.

Durante el proceso de validación se evidencia el interés de sus integrantes en que se produzcan los productos para su distribución, y se recibieron sugerencias de cómo podría mejorarse los productos a futuro, al añadir detalles personales de las participantes para así completar la historia del grupo y de su trabajo desde su inicio.

Las integrantes del Colectivo “Desde la Mirada...” han demostrado una actitud muy positiva con respecto al proyecto, sin embargo ha resultado difícil obtener una participación activa de más de 24 personas, a pesar de que cuenta con más de 100 integrantes, siendo la mayoría personas residentes en Quito.

Se deduce que la baja participación se debe a los problemas de comunicación, los cuales se relacionan con la diferencia de objetivos entre el “Desde la Mirada...” y sus integrantes. Se percibe que las personas se unen por distintos motivos, ya que la misma coordinación comunicó que existen integrantes que han participado en una o dos exposiciones de importancia cultural a nivel nacional e internacional pues enriquecen su currículum como artistas. Es así que esas personas, cuyo número no ha sido especificado, tiene poco interés en participar en otras actividades que no sean de provecho para sus actividades profesionales.

Y el hecho de que haya integrantes que se ausentan de las actividades por sus metas profesionales no explica el ausentismo del 75% del grupo, se deduce que también existe un grupo etario que está excluido de la comunicación regular por su limitación con la tecnología, y otro grupo que por vivir en Cuba y tener cierta limitación en el uso del internet no pueden participar activamente.

Por el primer grupo de integrantes ausentes se puede concluir que el proceso de ingreso a “Desde la Mirada...” ha sido en exceso amigable, permitiendo que personas que no comparten su voluntad de mejorar la situación

de las mujeres del mundo aprovechen su labor sin retribuir al grupo al colaborar con sus objetivos.

Sin embargo con el segundo y tercer grupo de integrantes ausentes se puede concluir que los medios de comunicación y participación no son lo suficientemente incluyentes, ya que al no adaptarse a sus limitaciones y características el Colectivo pierde mucho de lo que estas mujeres pueden aportar a su labor.

Con respecto a la validación con las integrantes que han respondido a los pedidos de participación, se concluye que se sienten identificadas con el libro, cuando se les mostró los dummies respondieron muy entusiasmadas al ver su propia obra impresa, así como la de sus compañeras. El libro conmemorativo obtuvo comentarios positivos, y todas las mujeres del Colectivo que lo examinaron solicitaron que se imprimiera para poder regalar.

Aunque a las artistas que pudieron examinar el libro les hace mucha ilusión que se pueda imprimir el libro, cuando se presentó la cotización final para la producción de 200 libros, no se obtuvo la reacción esperada, pues solamente 7 personas aseguraron que pondrían el dinero equivalente a 3 libros cada una, y bajo la cotización de 200 libros. La mayoría expresó que lo comprarían después de impreso, pues carecen de los medios económicos para aportar.

La coordinación no puede asumir el valor de 79 libros adicionales, y menos aún la de 179, con la esperanza de que después de impresos las integrantes se animen a comprarlos, pues no se ha logrado tampoco un aporte continuo para financiar las actividades del Colectivo, aunque apoyan todo lo que se gestiona con comentarios positivos y su presencia.

El “libro postalero” obtuvo también una reacción positiva, y aunque también les gustó no fue tan promovido por la coordinación pues consideró que si por la situación económica del país no están dispuestas a colaborar con la impresión del libro conmemorativo, que es más accesible, difícilmente van a desear invertir en otro libro que contenga menos fotos y menos textos, aunque sea de su agrado.

Al CD la reacción fue en general positiva, generó emoción, aunque quizás al no ser tan tangible como los impresos, no se obtuvo el mismo entusiasmo y alegría que al presentarles los impresos, y aunque la perspectiva de inversión es

menor también expresaron que no podrían colaborar para su producción, pero que apoyarían a la coordinadora comprando cuando estuviesen listos.

La coordinadora por su parte, se alegra mucho de que su labor y la de sus compañeras sea parte de un libro, pues las publicaciones formales legitiman al grupo y sus actividades, y aportan al estado de ánimo del grupo. Los libros le gustaron mucho, cada uno por su aporte individual, y muy especialmente el Libro Conmemorativo, ya que presenta las actividades y la obra realizadas por todas sus compañeras. Expresó pesar por no poder obtener la máxima calidad en las imágenes de algunas integrantes, pero mantuvo la posición de que se debe honrar de todos modos su trabajo y mantenerlas dentro del trabajo.

De las reacciones con respecto a la validación de estos productos se concluye que el grupo de integrantes que participan activamente tienen interés en continuar las actividades y participar de los proyectos que se propongan, aunque se ha hecho notar que existe poco interés en invertir en dichas actividades y proyectos, situación que en este momento se puede relacionar con la situación económica del país, pero de la cual se carece de la investigación apropiada para explicar a detalle.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Con respecto al objetivo general, se considera se ha logrado transmitir la labor de “Desde la Mirada...”, así como su misión, visión y valores, dentro de los parámetros planteados por el comitente, estando satisfecha la coordinadora y las integrantes que participaron del proceso con el producto final, así como con la diagramación, estética y demostraciones hechas.

Mientras que el primer objetivo específico, se obtuvo información importante sobre la situación comunicacional interna del Colectivo, la cual no es la ideal, ya que hay personas que participan de las actividades que no comparten los objetivos del grupo y que se unieron para alcanzar solamente metas personales, teniendo poco o ningún interés en participar de los objetivos de “Desde la Mirada...” y que aunque comparten de forma general los valores de trabajo del Colectivo, no los ponen en práctica dentro de las actividades gestionadas.

Se hizo evidente que al reducirse la cantidad de actividades grupales de mayor tamaño organizadas, gestionadas y financiadas por la coordinación se redujo también la participación de las integrantes. Así como se observaron situaciones específicas donde integrantes o antiguas integrantes no compartían los valores, ni sus objetivos a corto o largo plazo, creando situaciones de crisis para sus compañeras.

Es evidente que estos problemas de comunicación no pueden ser solucionados a través del diseño, pues aunque se obtuvieron reacciones favorables a los productos diseñados, estas provienen de las integrantes que siguen participando activamente y han gestionado actividades individuales con el patrocinio del Colectivo, y no se obtuvo participación de las demás, y por tanto no se puede valorar su reacción. Por tanto se concluye que muchas de las integrantes no participan activamente de actividades que requieran esfuerzos adicionales, ya sean económicos o físicos, pues no es de su interés promover la visión o realizar la misión que propone el “Desde la Mirada...”, y que se encuentran más interesadas sus objetivos personales.

Con respecto al segundo objetivo específico, se concluye que el libro conmemorativo, en sus dos versiones, la impresa y en PDF, y el libro postalero aportan a los objetivos de comunicación del Colectivo, aunque a nivel de la

función de los productos no llegan a cumplir los parámetros necesarios. Adicionalmente, por la baja respuesta de las integrantes a la etapa de valoración, relativa al tercer objetivo específico, las integrantes tienen poco conocimiento de lo que se realiza, ya que teniendo alrededor de 100 integrantes solo se obtuvo el apoyo de 24 personas en este proceso. Se conoce que solamente la cuarta parte de sus integrantes leen las comunicaciones de su coordinadora a través del mail y del Facebook, lo que señala que las mujeres restantes o no hacen uso de las herramientas tecnológicas, o no tienen interés en participar activamente del Colectivo.

Y aunque las integrantes participantes de la valoración están especialmente interesadas en participar del Colectivo, así como de alcanzar los objetivos propuestos por “Desde la Mirada...” y que su entusiasmo y colaboración ha sido responsable de que se haya podido realizar más de 30 actividades en un periodo poco mayor a tres años.

RECOMENDACIONES

En general se recomienda que “Desde la Mirada...” formalice los aspectos que lo hacen un Colectivo y permiten la participación de mujeres como integrantes del mismo, para así poder controlar su correcta gestión. Al ser el financiamiento un problema relacionado directamente con la organización del grupo, se recomienda la búsqueda de recursos para promover actividades de capacitación de sus integrantes en las áreas necesarias para su funcionamiento, ya que a lo largo de este proyecto se encontró que la totalidad del trabajo de gestión es realizado la coordinadora y el trabajo de fotografía es voluntario y se encuentra incompleto.

Se recomienda la realización de actividades adicionales que apoyen a la realización de los objetivos de comunicación planteados para este proyecto, pues el problema no puede ser solucionado a través de productos, sino que se requiere la participación activa de sus integrantes. Así también, se hace énfasis nuevamente en la recomendación que sugiere la búsqueda de opciones de financiamiento para sus proyectos para poder promover su trabajo.

Con respecto a las integrantes que participan de forma irregular, y para quienes buscan completar solo sus objetivos personales, se recomienda que se investigue la problemática que rodea su falta de aportes y participación, y así

poder definir las medidas necesarias para mejorar la situación del Colectivo con respecto a las metas que se proponga para los años siguientes.

Y en relación con este proyecto, se concluye que los productos presentados bajo los parámetros establecidos por el comitente no cumplen completamente con los objetivos de diseño, así como no pueden solucionar los problemas integrales del colectivo, se propone no solo un logo y un libro que cumplan mejor las necesidades comunicacionales establecidas, y también se recomienda se revise la construcción del Colectivo “Desde la Mirada...”, desde su planteamiento como un grupo de mujeres a convertirse en una organización formal que trabaje formalmente en realizar su misión, visión y objetivos, lo cual le dará mejores oportunidades para realizar su trabajo, así como para obtener fondos para el mismo al poder acceder a auspiciantes y realizar un mejor filtro de integrantes de acuerdo a su formulación como organización.

Propuesta recomendada

Se requiere revisar la propuesta conceptual del colectivo en sí mismo lo cual se puede ver en logotipo, pues no expresa ni empoderamiento ni integración ni libertad a través de su presentación tipográfica, como puede observarse en la siguiente figura. Por lo cual se propone diseñar un logo que le permita expresar mejor los conceptos, su misión, visión y valores, aunque se hace énfasis que los problemas de estructura del colectivo no van a ser solucionados por un cambio de imagen.



Figura 34: Logotipo del Colectivo

En cuanto a los productos, se propone que el libro conmemorativo no cuente las actividades realizadas pues no se posee las imágenes ni la información necesaria al respecto, cuestión que se resuelve con la gestión de la coordinación, y aunque es una propuesta interesante en función de la memoria

del grupo, se considera es conveniente delimitar la propuesta a promocionar el trabajo de las artistas, ya que se dispone de imágenes adecuadas para el proyecto y permite a los usuarios del libro interesarse en el colectivo y las artistas en general, así como da al colectivo la oportunidad de obtener recursos para su propia gestión.

Estos parámetros que se usan para determinar el desarrollo del libro de postales, el cual se delimita a 10 postales y solamente una artista, pues al generarlo como una colección de obras la fama de algunas integrantes ayuda a promover a las demás y al colectivo, dando coherencia al libro y aumentando el interés del público por cada libro al dar acceso a variedad de obras de arte. Y recomienda no se desarrollen productos en PDF, ya que las integrantes y los usuarios en general no mostraron interés en su desarrollo ni su visualización.

Desarrollo del concepto

De acuerdo a las ideas propuestas por el comitente se realiza un concepto más elaborado, el cual se compone de *Empoderamiento, Integración, Libertad* y lo *Femenino*, pues el grupo busca el empoderamiento y obtención de espacios de libertad para las mujeres así como su integración a la sociedad, y lo femenino en representación de sus integrantes, conceptos que se exploran en las figuras a continuación:



Figura 35: Imágenes relacionadas con el concepto de "Empoderamiento"

Usualmente el concepto de empoderamiento se encuentra en contexto del desarrollo económico y social, y aunque generalmente se usa en relación al movimiento de desarrollo feminista, también se lo encuentra con respecto al desarrollo humano en general, pues como lo describe el artículo "Poder y empoderamiento de las mujeres"

"El empoderamiento se circunscribe al sentido que los individuos le auto confieren. Es "hacer las cosas por sí mismo", es "tener éxito sin ayuda, de los otros". Es un aumento de autoconfianza y autonomía. Esta es una visión individualista y/o psicolingüista que no ve, no insiste, no acentúa la

alteración de la distribución de poder en las relaciones sociales. De León (2013).

Se lo puede considerar el eje central de la intervención de las teorías del desarrollo pues los individuos o agrupaciones toman un rol activo en la toma de decisiones que afectan sus vidas, por lo cual podemos relacionarlo con la popular imagen del poder femenino, el puño así como las posturas erguidas que se relacionan en el lenguaje corporal con el enfrentar las situaciones, así como con el mirar al futuro.

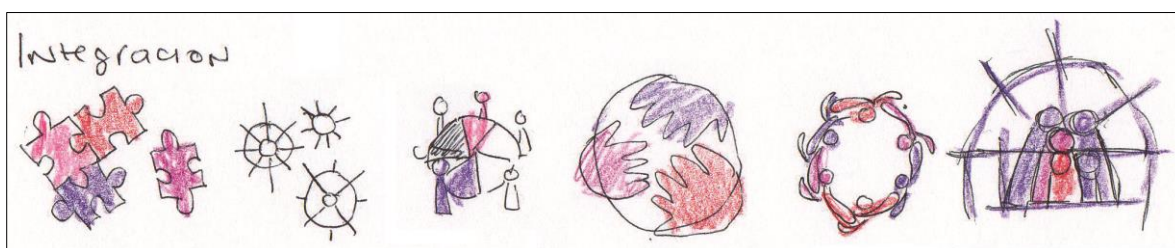


Figura 36: Imágenes relacionadas con el concepto de "Integración"

Cuando se habla de integración se refiere a la conjugación del verbo integrar, del latín *integrāre* 'renovar', 'completar'. Como lo describe el Diccionario de la Lengua Española: "Dicho de diversas personas o cosas: Constituir un todo". Aplicándolo a la teoría de desarrollo social se puede conjeturar que es el trabajo de un grupo social, se puede expresar con imágenes de apoyo entre personas, manos, figuras humanas o piezas que se completen entre sí.



Figura 37: Imágenes relacionadas con el concepto de "Libertad"

La libertad se expresa usualmente con imágenes de palomas o específicamente aves, las ramas de olivo, la postura erguida con los brazos abiertos como alas. Aunque de acuerdo al origen de la palabra, proviene del latín *libertas*, *-ātis*; que de acuerdo al Diccionario de la lengua española significa la "facultad natural que tiene el hombre de obrar de una manera o de otra, y de no obrar, por lo que es responsable de sus actos". Cuya aplicación en las

actividades expresadas tendría una profunda relación con el empoderamiento y la integración a la sociedad.



Figura 38: Imágenes relacionadas con el concepto de "Femenino"

Lo femenino, como se explica previamente en este proyecto, se relaciona con la capacidad de un ser de generar vida, por tanto con el hecho de ser biológicamente una mujer, lo cual va atado simbólicamente con la figura de la copa (el triángulo invertido), las flores, así como el espejo de venus y el cuerpo con características evidentemente femeninas, tales como senos, cintura estrecha y caderas anchas.

Sin embargo, se puede añadir el significado simbólico de la Hamsa, también llamada "el ojo de Fátima", un antiguo amuleto popular a través del Norte de África y Medio Oriente, representado a través de una mano derecha abierta, con un ojo en la palma, lo cual se reconoce en varias culturas como una defensa contra el mal de ojo. Khamsah es una palabra árabe que significa "cinco" y "los cinco dedos de la mano" de ahí la relación con su forma.

Se la considera un símbolo de protección femenino, pues a través del tiempo, iniciando en la antigua Mesopotamia y Cartago, se lo relaciona también con el desarrollo de las cualidades femeninas, tales como la lactancia y el parto, conceptos importantes cuando se tiene en cuenta que en ese tiempo había inmensa presión alrededor de las mujeres en relación al ejercicio de sus facultades femeninas. Más tarde a través de la historia el cristianismo también se apropia de la mano, pues la empiezan a llamar la Mano de María, como signo de bendiciones, poder, fortaleza y protección.

Desarrollo de la propuesta

Logo como propuesta de nueva imagen para el Colectivo

Diagramación

De los bocetos propuestos se selecciona el que se basa en la mano Hamsa, pues corresponde mejor a la imagen de seriedad y equilibrio necesario para las actividades del colectivo, pues su silueta simétrica y alargada se

relaciona fácilmente con la elegancia relacionada con su relación al arte. Mientras que la forma que se basa en las flores directamente es juvenil y no coincide con el rango etario con el cual trabajan. Es así, como se puede observar en la figura a continuación.

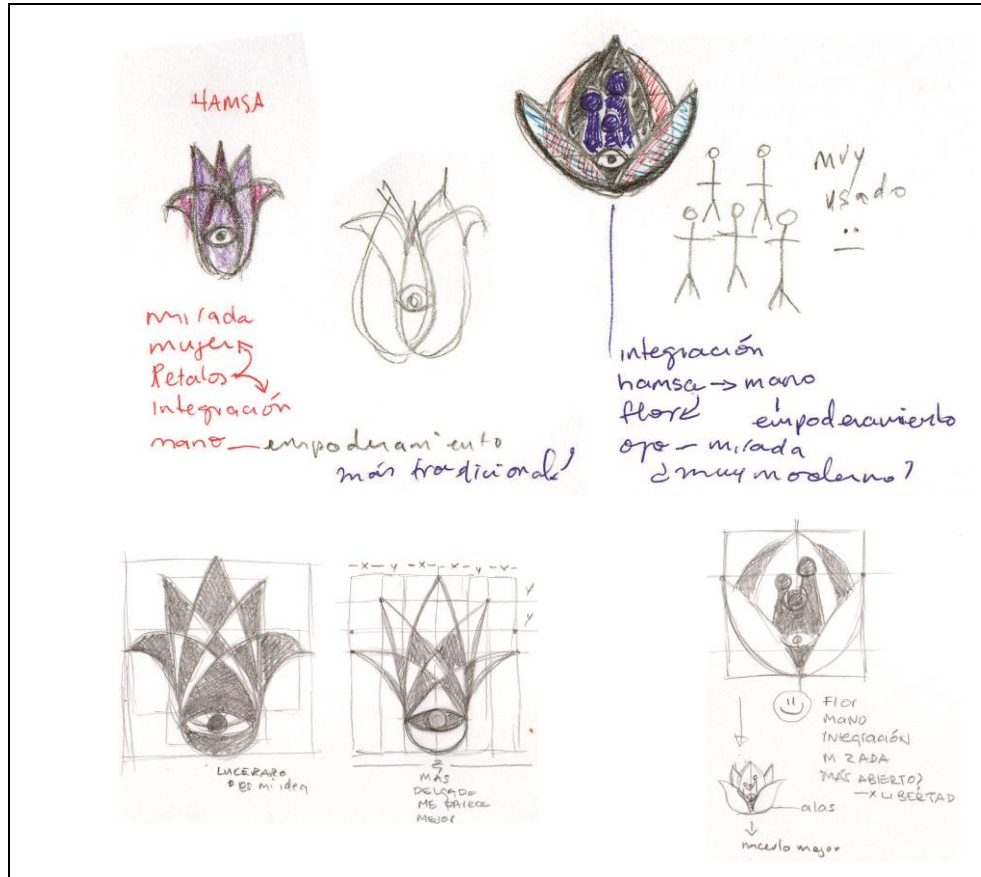


Figura 39: Bocetos siguiente propuesta

Es así que en primer lugar se propone un logo que exprese los cuatro conceptos, de los cuales se seleccionó uno de los presentados a continuación, pues se explora la forma de la mano de Hamsa, pues es un símbolo de protección con una profunda y antigua representación de lo femenino, así su relación figurativa con las flores, signos que representan lo femenino, y al tener la forma de pétalos, o dedos, y la sobre posición de los mismos implica integración, cubriendo así todos los conceptos necesarios para expresar la identidad del colectivo y su propuesta de trabajo.

Tipografía

Para el desarrollo del isologo propuesto se proponen variantes en base a la imagen desarrollada alrededor de los conceptos presentados, probando con una variedad de tipografías para examinar que efecto tienen en conjunto. Como se puede a examinar en la figura a continuación, el primer ejemplo de izquierda

a derecha hace uso de la tipografía Constantia, el segundo la Felix Titling y el tercero la Dragon is Coming, evaluando los efectos que se desea conseguir al proponer una nueva imagen para el Colectivo, se seleccionó la segunda imagen de la opción, por ser la que da equilibrio a la imagen y prioridad a la imagen que representa mejor los conceptos deseados.



Figura 40: Propuestas para el isologo.

Felix Titling es una serifa romana clásica, solo posee letras capitulares y se basa en las inscripciones romanas cinceladas estudiadas por Felice Feliciano en 1463, los tipos originales se conservan en la biblioteca del Vaticano, y en 1934 esta tipografía fue devuelta al uso regular por la fundición Monotype y el diseñador Phillip Boydel, manteniendo sus formas geométricas y proporciones clásicas, para luego ser digitalizada por diseñadores de Monotype entre 1991 y 1995. Es una *Type Drawing*, cuyo propósito es ser utilizada como títulos y semejantes, en tamaños grandes para apreciar mejor sus trazos y dar un mejor efecto al texto presentado.

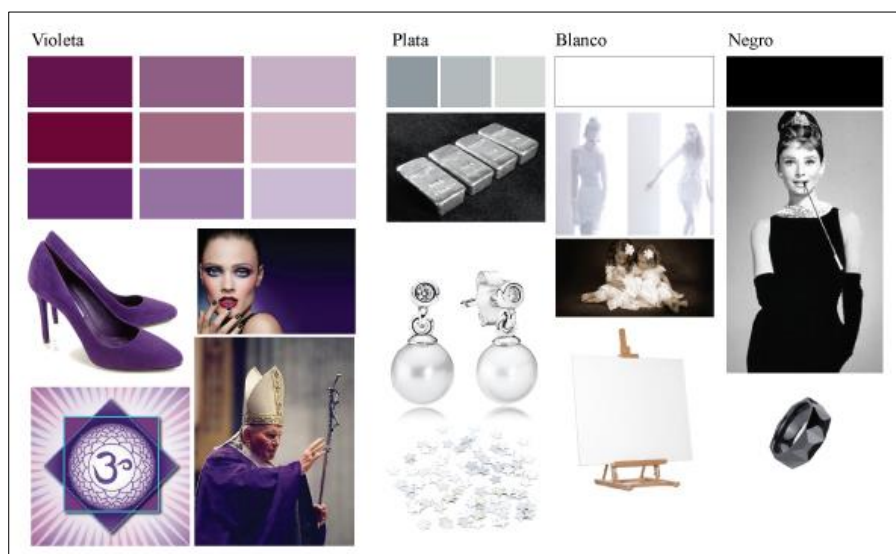
Se elige por su valor de lectura y sus proporciones clásicas, originarias de las inscripciones romanas, que se relacionan con elegancia y equilibrio, cualidades que ayudan a los conceptos a integrarse y dan seriedad a la imagen, siendo esta necesaria para el colectivo, las cuales se pueden observar en la figura a continuación.



Figura 41: Diagramación isologo propuesta para "Desde la Mirada..."

Color

De acuerdo a la propuesta de Heller (2008) de los colores psicológicos se propone el uso de los siguientes colores, *violeta*, *blanco*, *negro* y *plata*, por su relación con los conceptos que se detallan en la figura a continuación.



Figuras 42: Colores propuestos

Aunque el violeta es un color ambivalente que representa la unión entre lo masculino y lo femenino, así como la sobriedad y la singularidad y

extravagancia, de la teología y la magia, la conjunción entre la mente y el cuerpo. Mientras el blanco, es considerado el color femenino de la inocencia, del bien y de los espíritus, y el color más importante de los pintores. Siendo el caso que sea necesario el negro, debe tenerse en consideración que se lo percibe como el color del poder, de la elegancia, favorito entre los diseñadores y de la juventud, y así pues puede proveer al diseño de esas cualidades si lo aplica adecuadamente. Conceptos relacionados con los establecidos previamente en el desarrollo del proyecto aprobado.

En relación al color plata Heller (2008) menciona que mítico gigante Argos recibió su nombre en honor a la plata, y por tanto relaciona al plateado con el vigilante que todo lo ve, el de los cien ojos que nunca duermen y pueden verse de noche brillando. Se lo relaciona con el dinero, pues al existir más plata como elemento que el oro, es una concepción más cotidiana y no tan lujosa, pues su uso se extiende en su mayoría a la industrias en general, siendo un color también practico, por tanto su valor es simbólico en mayor parte.

Se lo considera un color femenino por su relación con la luna, "el signo de los alquimistas para el elemento plata era una media luna", Heller (2008), sobre todo por su valor simbólico en contraste con el sol que es considerado masculino y se lo relaciona con el oro. Así pues, se la vincula con la noche y sus fuerzas mágicas. Aunque también se la puede considerar como fría, a la plata se la relaciona con el reflejo y la introversión, así como la distancia relacionada con la luna en el cielo.

Otra de las concepciones del plata es que es más personal y elegante que el dorado, se lo relaciona con la discreción, que forma parte de la elegancia, una de las menciones es el traje dorado de Marilyn Monroe contra el traje plateado de la princesa Diana, ya que de acuerdo a Heller (2008) "La mujer que elige un traje dorado, quiere demostrar, con el máximo de lujo, su altísimo nivel. La que se decide por un traje plateado, no necesita esa ostentación." Aunque ambos representan valor, pues la plata es más original y extravagante, subrayando la personalidad que se desea expresar.



Figura 43: Representación de la elegancia de la plata

Al tener en cuenta las percepciones del color estudiadas por Heller, así como la percepción del violeta como representación del empoderamiento femenino, se escoge una paleta de colores violetas para la mejor expresión de los conceptos implicados en el isologo propuesto, creando la percepción de las figuras romboides y triangulares como pétalos y del cáliz y círculo como un ojo, en representación de las miradas que el comitente desea expresar.



Figura 44: Propuesta final del logotipo

Uso de las imágenes y del color

Se recomienda el uso de los colores que permitan que el logo se luzca, por lo cual se los delimita a los colores seleccionados para el logo, así como al gris plata. También se permite el uso de la obra de las integrantes, así como el patrón desarrollado en color plata, ejemplos disponibles en la figura a continuación.

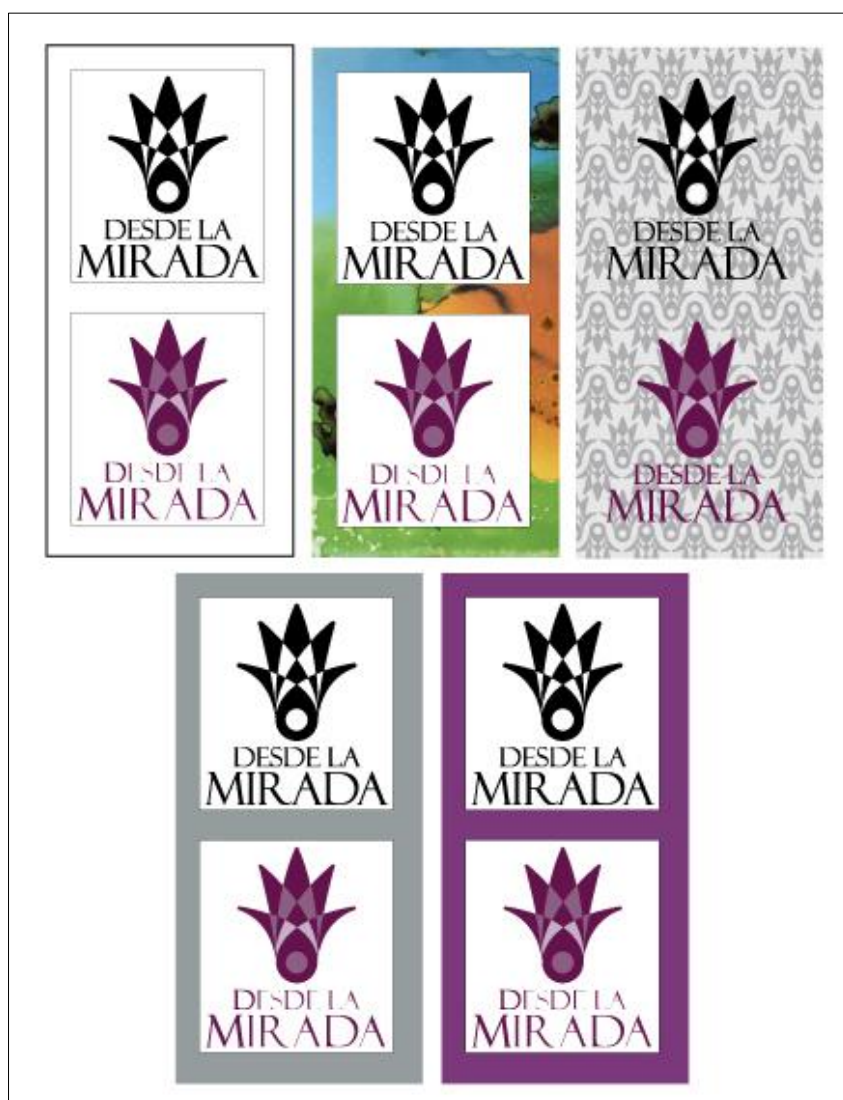


Figura 45: Propuesta para uso de color permitido con el logo

Es así que se rechaza como fondo para el logotipo el uso de otros colores llanos que no forman parte de la paleta propuesta, ejemplificado en la figura a continuación.



Figura 46: Propuesta para colores no permitidos con el logo

Libro Conmemorativo

Formato

En relación a los bocetos desarrollados para el proyecto aprobado por el comitente, y se tiene en cuenta que pueda coincidir con que se vaya a proponer en el libro de postales, por tanto se explora que ambos libros sean cuadrados o guarden la proporción rectangular de las postales, como se observa en la figura a continuación, por lo cual el diseño de ambos libros se conecta desde el inicio en todas sus partes. Se propone que se maneje el formato cuadrado para realizar los libros, dando así espacio adicional a las postales y espacio para realizar diferentes diagramaciones dentro del libro conmemorativo.



Figura 47: Bocetos de propuestas del libro conmemorativo

Diagramación

Para el desarrollo del interior del libro se propone una diagramación general que permita el abrir el libro y visualizar la información de forma adecuada, y en este punto se define parte del formato, al definirse que el libro será empastado a la izquierda siguiendo el modo tradicional de lectura en base a los bocetos presentados en la figura a continuación.



Figura 48: Propuesta diagramación páginas informativas y portadas.

De modo que las páginas tienen un espacio de 35mm de margen interno en general, pues las páginas deben ser simétricas, así mismo se delimita los márgenes superior y exterior de 10 mm, y el margen inferior de 20mm con un orden de lectura de izquierda a derecha, haciendo uso de solo la información necesaria para cada página, sin hacer uso de otras imágenes que no sean los logotipos designados para el proyecto.

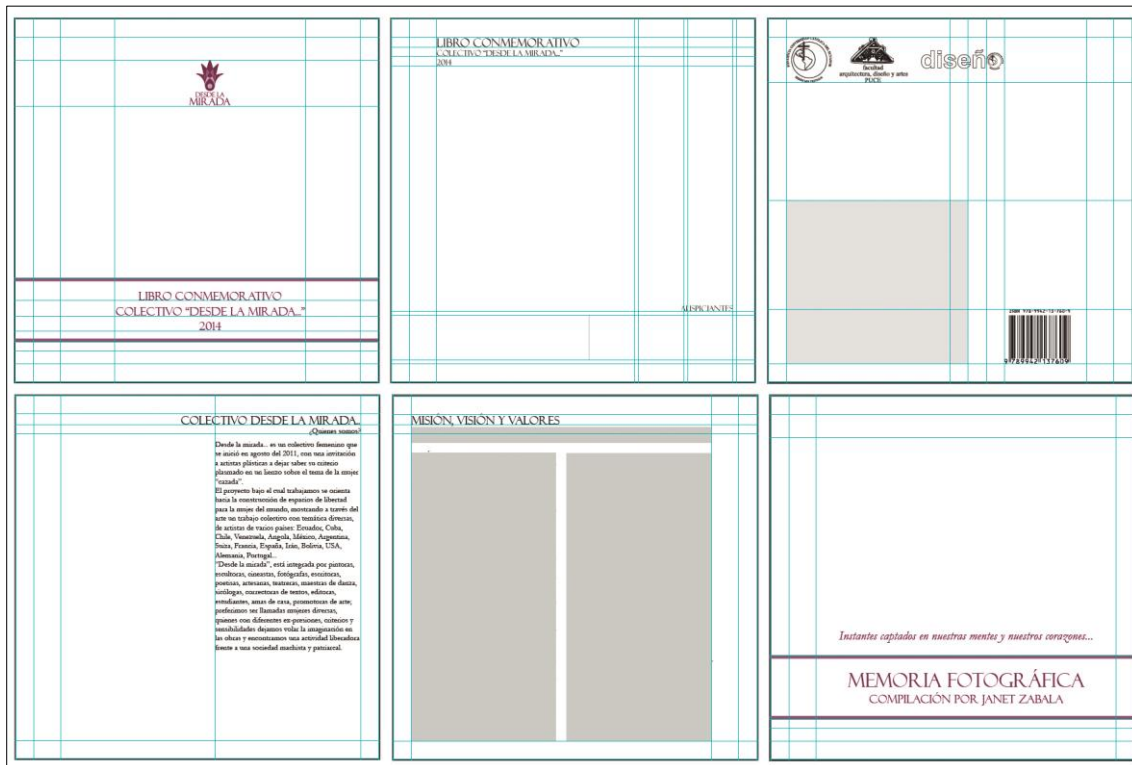


Figura 49: Portadas y páginas informativas impares

Para las páginas internas que contienen información, siendo las secciones de obra y literatura se trabajaron varias propuestas, las cuales deben respetar los márgenes propuestos en la diagramación general y pueden visualizarse en la figura a continuación.

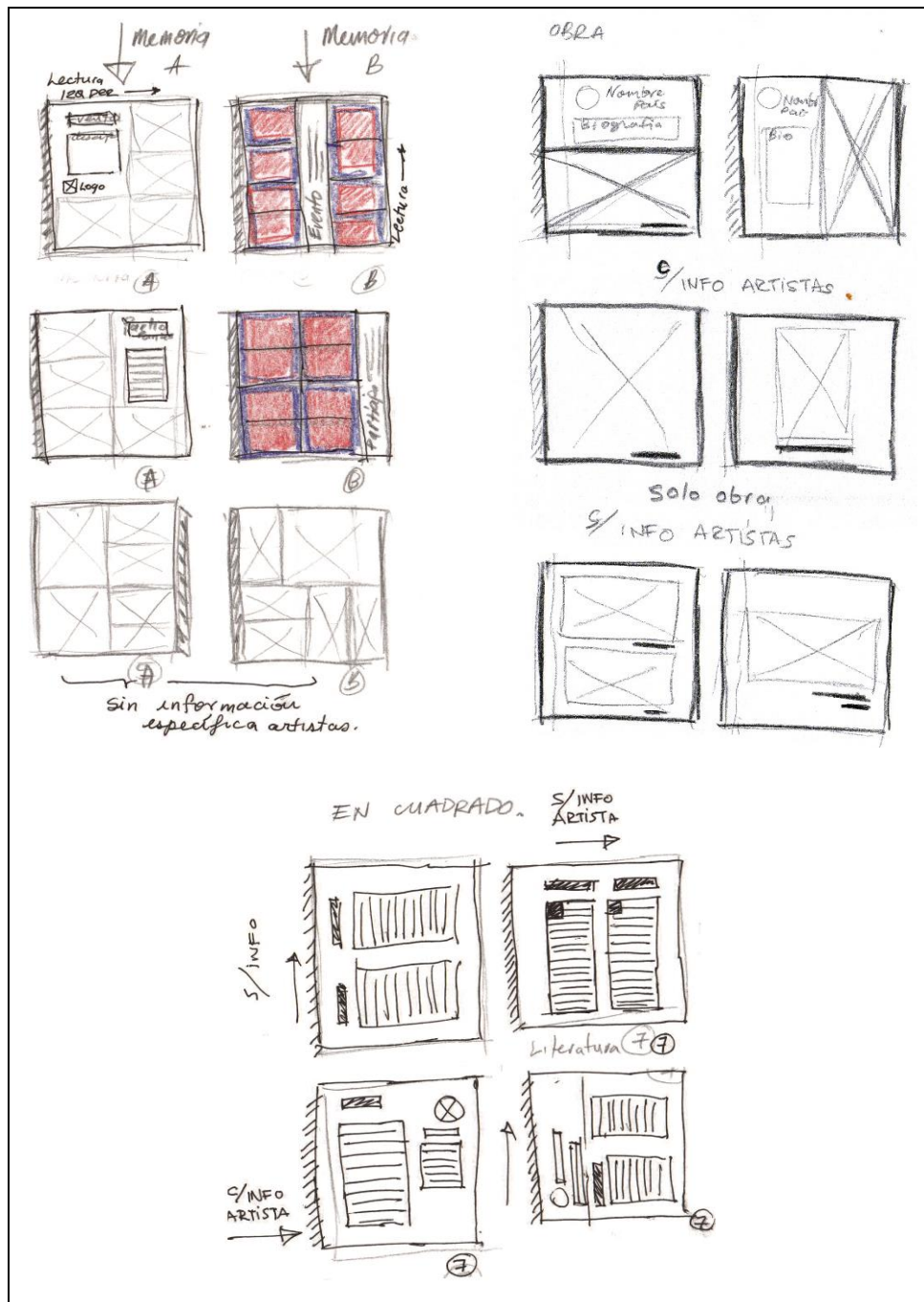


Figura 50: Propuesta manejo de imágenes de la obra

Sin embargo se propuso una mezcla de los ejemplos presentados a la derecha y la parte inferior de la figura anterior, como se los puede observar en los ejemplos presentados a continuación, pues se debe tener en cuenta que debe incluir la información de las artistas cuyas obras se exponen en el libro, colocando una fotografía de la artista dentro de un círculo de 25mm alineado a la esquina superior externa de cada página principal, seguido del nombre de la artista con un espacio de 2mm hacia el interior de la página, con el país de origen de la misma alineado al final de la caja de texto del nombre, mientras que si la

página es secundaria la página el colocará la fotografía de la artista en un círculo de 10 mm seguidos solamente del nombre de la artista cuya obra se presenta, como se puede ver en la figura a continuación.



Figura 51: Diagramación de la sección de obra plástica

El texto informativo de cada autora, presentado en la página principal será presentado en una caja de texto de un ancho no mayor a 95mm, alineado al exterior de la página, y este, aparte del nombre de la autora y el título de la obra será el único texto presentado en esta sección. Mientras que las imágenes en general pueden ser colocadas de la forma que se necesite, ya sean centradas dentro del diagrama general o en conjunto con otras imágenes con un espacio de 5mm, dejando un espacio de 2mm de distancia hacia abajo, donde se colocará el título de obra en tipografía Garamond 10pt, alineado con la esquina exterior de la obra, ya sea pinturas, fotografía o escultura.

bordes interior y exterior, mientras que el cuerpo de los textos se encuentra justificado a la izquierda, interlineado de 14,4pt.

Color y Uso de las imágenes

Para las páginas en general se hace poco uso del color, pues la obra brinda diversidad de colores a los espacios, así pues se decide que todas las páginas informativas y de obra han de hacer uso del negro para los textos, mientras que las portadas de sección harán uso del violeta presente en el logo.

Cubierta

Para el desarrollo de la cubierta se explora el uso de colores llanos y no las imágenes contenidas en el libro, pues eso daría protagonismo a una sola artista y el libro propone la promoción de varias integrantes, que incluye escultoras, escritoras y no solo artistas plásticas. Por lo cual como se puede observar en los bocetos disponibles en la figura a continuación se propone ya sea el uso de un color llano acorde a la propuesta del logo, o del patrón desarrollado para este propósito.

La variación depende de la posición del logo, título y subtítulo, sin tener en cuenta la posibilidad de trabajar el lomo del libro con información ya que se aplicará una línea de color violeta, del tono más parecido que pueda obtenerse al más del logo. De los bocetos presentados se selecciona la diagramación centrada hacia el margen inferior de la página, pues va de la mano del diseño del logo. El título ha de ir siempre en una franja de color que coincida con uno de los tonos de violeta del logotipo, mientras que la tipografía ha de ser de color plata, en este caso se recomienda el más oscuro para jerarquizar el título y el subtítulo, mientras que el año de publicación se presentará en el mismo color.

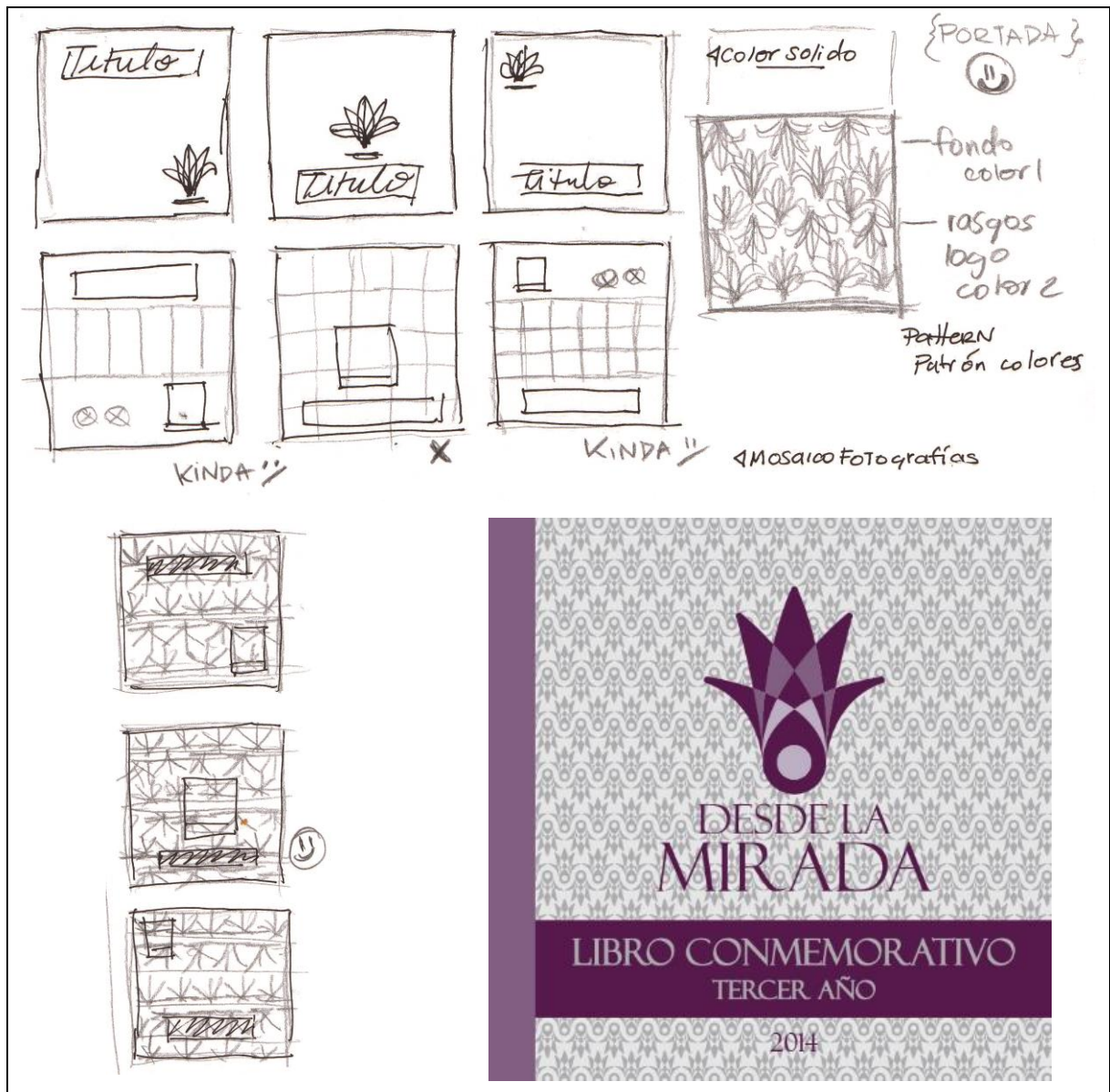


Figura 53: Propuesta Portada

Para la contraportada se propone mantener la línea violeta, utilizando el espacio para ubicar los datos de contacto del colectivo y el código de barras correspondiente al ISBN. Mientras que en la parte superior se debe buscar un punto de equilibrio para una caja de texto de al menos de 80mm entre la línea del empastado, en la cual se ubicará el logo con una altura de 20mm, así como una explicación sobre el contenido del libro. Siendo toda la tipografía dentro de la caja en el violeta más oscuro, como puede observarse en la figura a continuación.



Figura 54: Propuesta Contraportada

Libro de Postales

Formato, diagramación y tipografía

El formato se ve limitado por el tamaño de las postales, sin embargo se puede trabajar alrededor de la estructura dada por el servicio postal definida por el desarrollo en conjunto de ambos libros, por lo cual se define en un formato cuadrado de 157mm de lado. Detalle que deja a disposición de 45x157mm para dar información específica sobre la autora de cada obra. El libro se encuadernara en el borde superior, cambiando la disposición de la retícula, el texto y el uso de las imágenes, como se explora en los bocetos presentados en la figura a continuación.

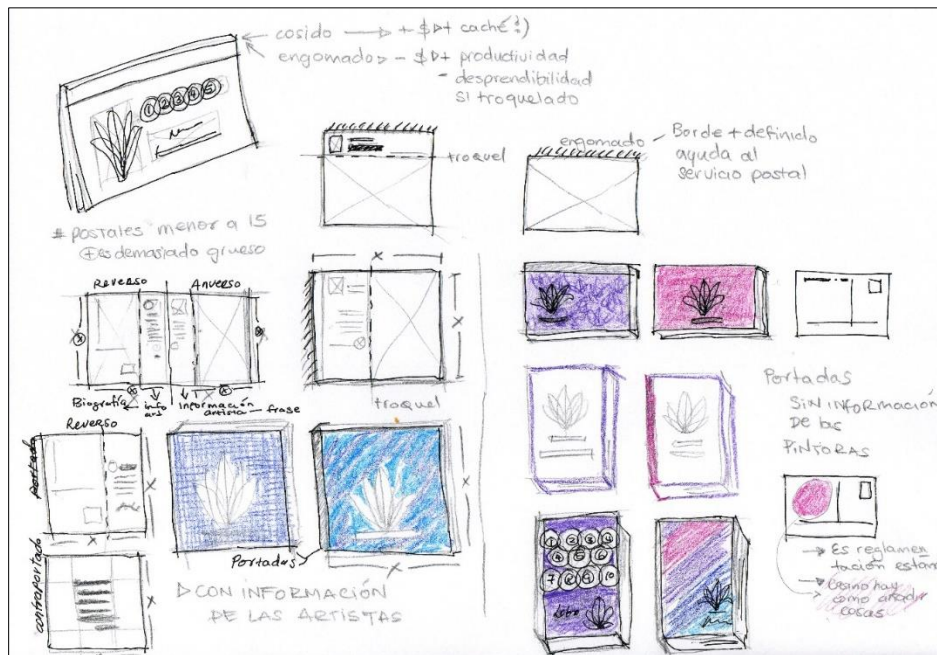


Figura 55: Propuestas de formato y diagramación del libro de postales.

Ya que la diagramación se ve condicionada por el formato escogido, se explora formas de presentar la información de cada artista dentro del libro, así como las páginas informativas correspondientes al libro, correspondientes a los bocetos del lado izquierdo de la figura anterior.

Se designa por el empastado del libro que la diagramación general no va a tener espacios adicionales a los lados, a diferencia del libro conmemorativo, que el margen superior de 25mm mientras que los demás márgenes serán de 10mm, y que la información ha de ir centrada en cada página o en equilibrio en el caso de existir más de un bloque de texto, como se puede observar en la figura a continuación.

Las cajas de texto en general tendrán un ancho de 65mm con una altura variable, dependiendo del contenido, siendo que si es una página con dos columnas las cajas se alinean a los márgenes externos, o si es una única columna centrada al centro de la página. Las cajas de texto han de alinearse de acuerdo a su altura en el alto de la página dentro de la diagramación general, como puede observarse en la página a continuación.

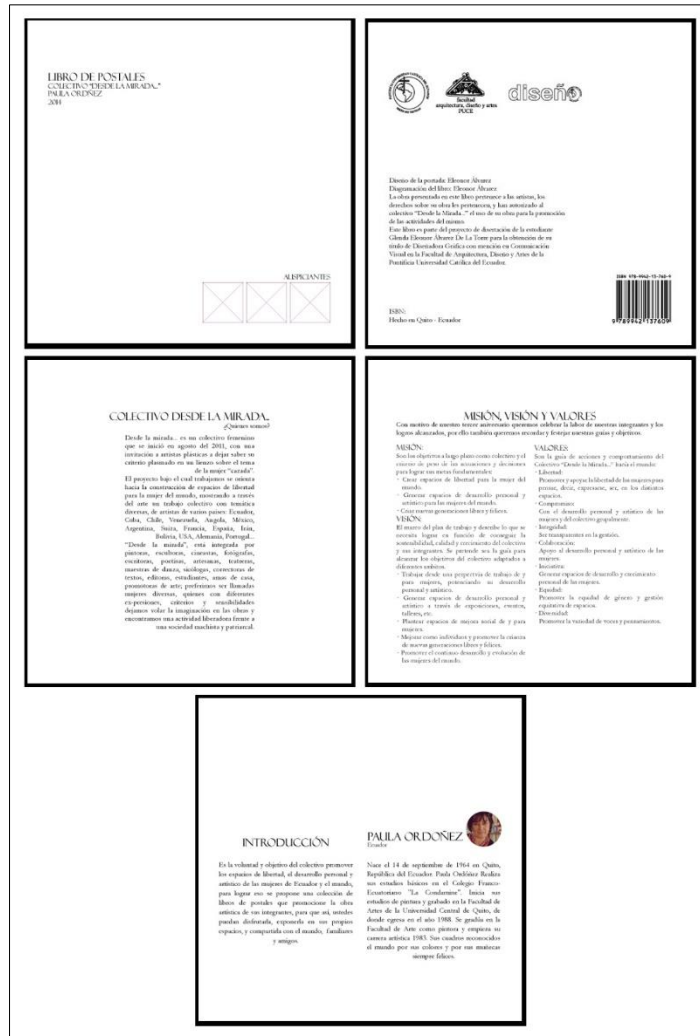


Figura 56: Diagramación del libro de postales páginas informativas

Para las páginas informativas se hará uso de la misma información que en el libro informativo, con la excepción de la última, en la cual la introducción comparte su espacio con la información específica de la autora de las obras presentadas en el libro. Se hace uso de los títulos en Felix Titling, y el cuerpo del texto en Garamond 9pt, como puede observarse en la figura anterior.

Para las páginas que contienen las postales, en el anverso se hace uso del mismo tipo de encabezado que para el libro conmemorativo cuando se expone obra, sin embargo se mantiene la fotografía y el nombre de la artista hacia la derecha, mientras que se aplica una miniatura del cuadro alineada a la izquierda. En el cuerpo de la página se encuentra la fotografía de la obra expuesta. Mientras que en el reverso, centrado en el diagrama general del encabezado se hace uso de una caja de texto justificado a la izquierda en Garamond 11pt. Como se puede observar en la figura a continuación.

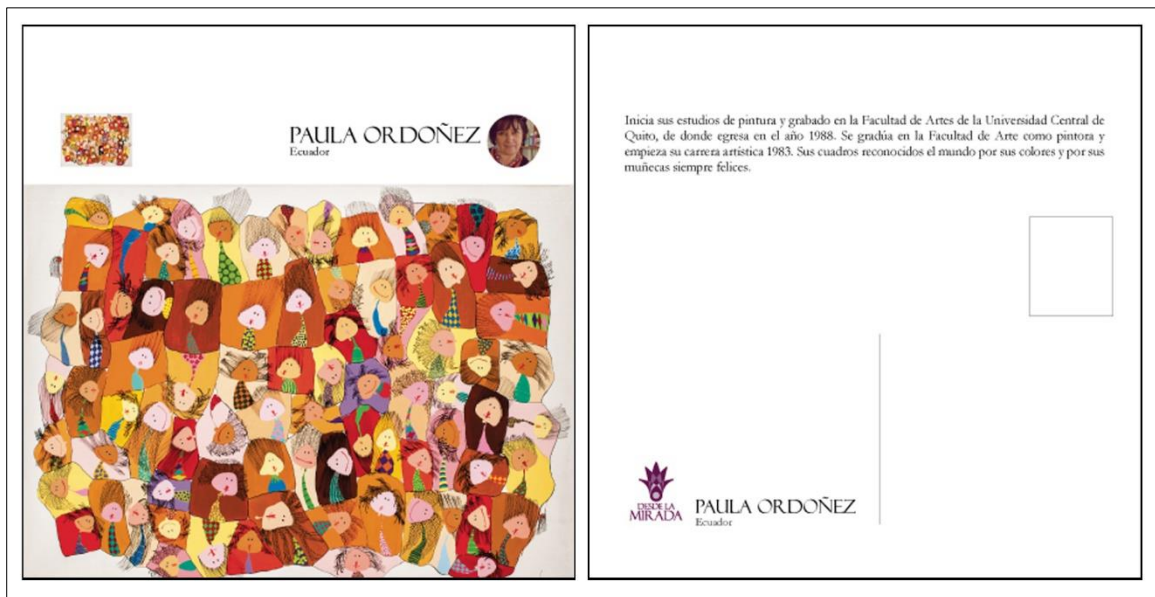


Figura 57: Diagramación de las postales

Uso de las imágenes

Para las imágenes se debe tener en cuenta que deben corresponder a las medidas de la postal, 157x107mm, con al menos 5mm de sangrado de cada lado, en 300dpi pues para que cumplan el objetivo de convertirse en objetos coleccionables y de exposición deben cumplir los máximos parámetros de calidad. En este caso se hizo uso de la obra de Paula Ordoñez, artista de renombre en Ecuador e integrante del colectivo, pues se dispone de fotografías de su obra en buena calidad así como información de su carrera artística.

Cubierta y uso del color

Para la cubierta se propone varios bocetos en el desarrollo en conjunto de los libros por lo tanto el diagrama escogido coincide con la portada del libro conmemorativo, con la diferencia que las postales estarán unidas en la parte superior y por tanto la línea de color se encontrará de ese lado, centrando la información pertinente con la página (el logo, título del libro, nombre de la autora de la obra y año de publicación). Datos que irán todos en la Felix Titling de diferentes tamaños, jerarquizando el logo del colectivo así como el nombre de la autora de la obra presentada, pues cada libro contendrá solo 10 cuadros de una misma persona al ser propuesto como una colección, como puede observarse en la figura a continuación.



Figura 58: Posibles portadas propuestas de para el libro de Postales

Por tanto, la contraportada replica la diagramación del libro conmemorativo, con los parámetros propuestos para la contraportada, como se puede observar en la figura a continuación. La mayor diferencia entre ambos libros es que en este caso se propone el uso de la obra disponible en el interior, para así diferenciar los libros de postales entre sí y de cualquier otra publicación que pueda hacer el colectivo a futuro.



Figura 59: Posibles contraportadas propuestas de para el libro de Postales

Evaluación de la propuesta

De mismo modo que se evaluó los productos anteriores, se toma al Método Generalizador Integrado de Papanek (1971), del mismo modo que se evalúan los elementos del Diseño Editorial detallados en función de los conceptos propuestos en este apartado. Por tanto se evalúa el logo, el libro conmemorativo y el libro de postales de acuerdo al esquema Complejo Funcional, la función de los productos se mide el Método, Utilización, Necesidad, Telesis, Asociación y Estética.

Evaluación del Libro conmemorativo

De acuerdo a Método de Papanek se deduce que los elementos de diseño editorial del libro conmemorativo se acercan a cumplir el objetivo de comunicar la identidad del colectivo y la información específica que se requiere los usuarios conozcan. Ya que el formato es llamativo y adecuado para el desarrollo de la diagramación, la expresión de su tipografía y uso del color, así como una cubierta que expresa mejor los conceptos de la identidad, así como un adecuado uso de las imágenes en relación a calidad de visualización e impresión, así como en relación a la retícula, como podemos observar en la figura a continuación.

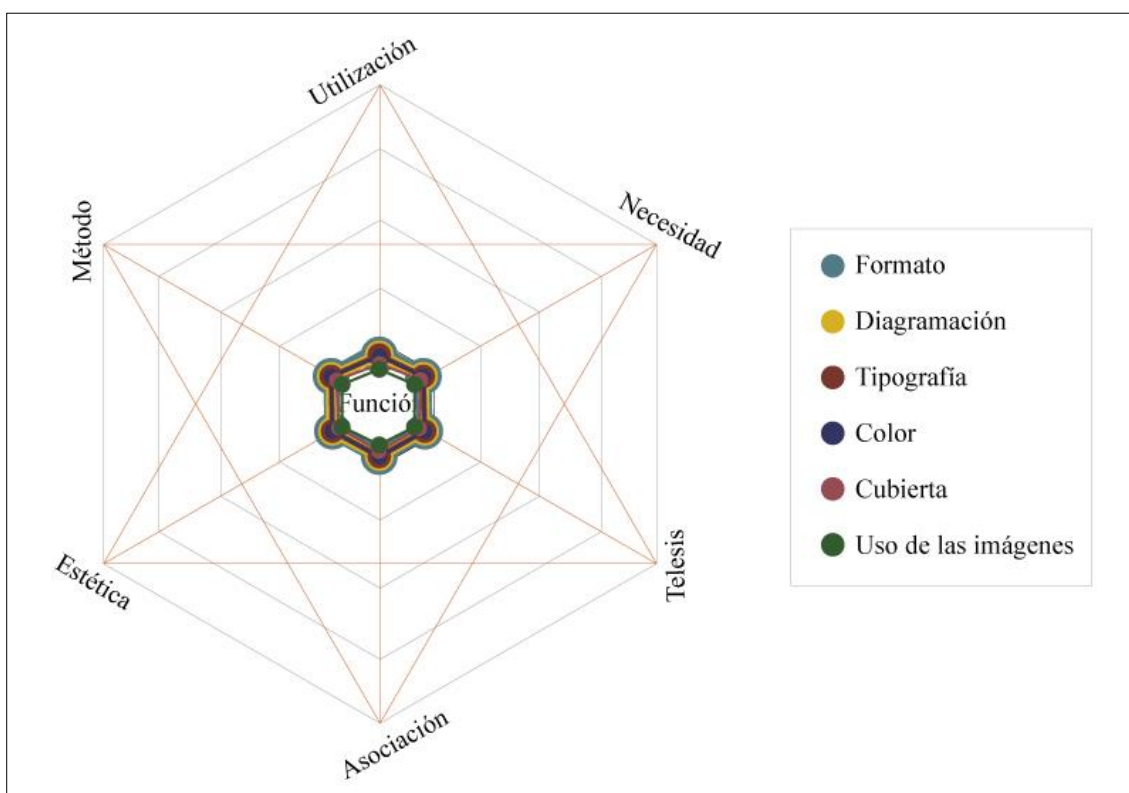


Figura 60: Evaluación del Libro Conmemorativo

Mientras que con el libro de postales también se obtuvo un acercamiento positivo a la realización de la función, como puede observarse en la figura a continuación, en parte porque comparte varias de las características de su desarrollo con el libro conmemorativo propuesto, y en parte porque expresa mejor la misión del colectivo de abrir espacios de libertad (de expresión) para las mujeres, en este caso sus integrantes. En el caso de que se decidieran a presentar una colección de libros de postales de varias artistas promoverían su labor así como la de sus integrantes de forma innovadora al tiempo que abre espacios para la comercialización de su trabajo, que ayudaría a cubrir la necesidad del Colectivo de recursos para realizar su misión.

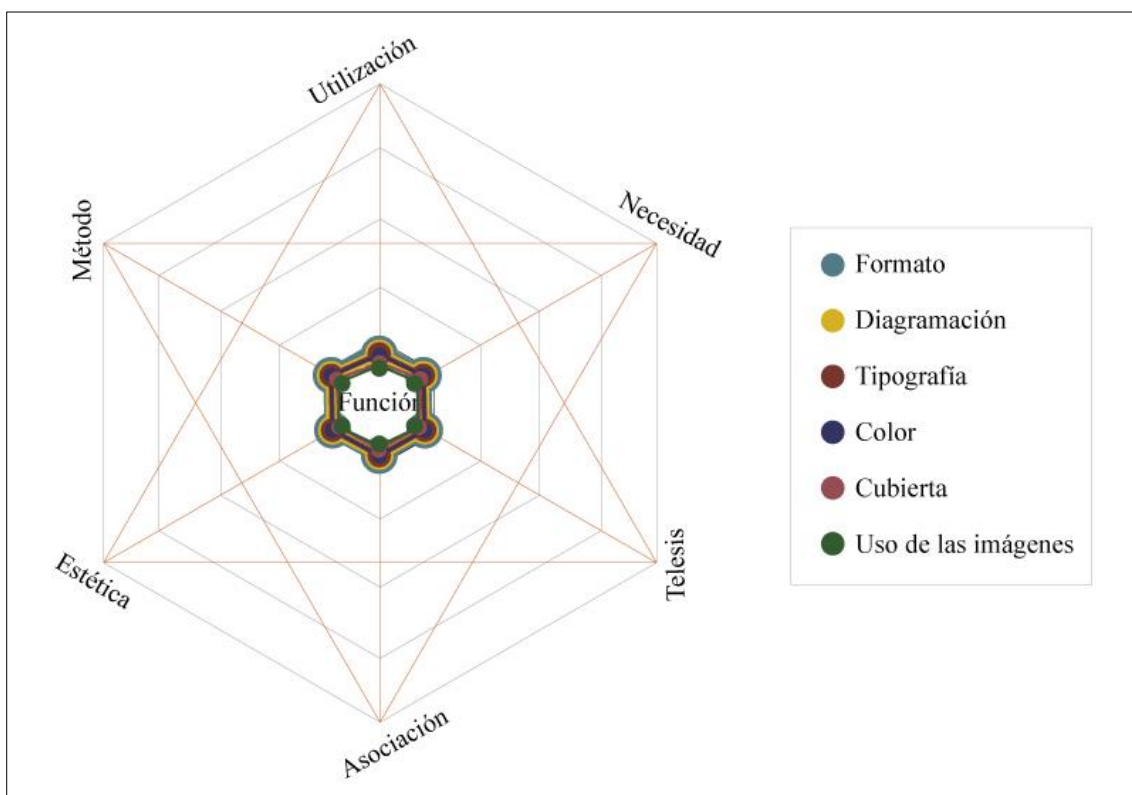


Figura 61: Evaluación del Libro de Postales

BIBLIOGRAFÍA

Bhaskaran, Lakshimi (2006) “¿Qué es el diseño editorial?” Index Book S.L., Barcelona. Costa, Joan (2007) “Diseñar para los Ojos” Costa Punto Com, S.L. Barcelona

Frascara, Jorge (1988) “Diseño gráfico y comunicación” Ediciones Infinito, Buenos Aires. Frascara, Jorge (2006) “Diseño de comunicación” Ediciones Infinito, Buenos Aires

Frascara, Jorge (2000) “Diseño gráfico para la gente” Ediciones Infinito, Buenos Aires.

Haslam, Andrew (2007) “Creación, diseño y producción de libros” Art. Blume, S. L., Barcelona

Lagarde, Marcela (2006) “Los cautiverios de las mujeres. Madresposas, monjas, putas, presas y locas”. Coordinación General de Estudios de Posgrado, UNAM. México.

Landa, Robin. (2011). “Diseño gráfico y publicidad, Fundamentos y soluciones.” Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.

de León, Magdalena (1997) Poder y empoderamiento de las mujeres, Bogotá, Coedición de Tercer Mundo editores, Fondo de Documentación Mujer y Género de la Universidad Nacional de Colombia.

Vilchis, Luz del Carmen (2002) “Metodología del diseño – Fundamentos teóricos”. Editorial Claves Latinoamericanas. México.

Papanek, Victor (1971). Design for the Real World: Human Ecology and Social Change, Pantheon Books, New York.

Rodríguez Morales, Luis (2014) “Diseño: estrategia y táctica”. Siglo XXI. México.

Rousseau, Jean-Jacques (1762) Contrato Social.

Artículos Online:

Serres, J. M. (2012). Impresión offset vs Impresión digital [página web]. Recuperado de: <http://goo.gl/3MKlx7>

Designer’s Toolbox, recursos de diseño (s/f). Postcard Sizes [página web]. Recuperado de: <http://goo.gl/PKovyj>

USPS (s/f). Preparing International Shipments, Postcard Sizes [página web]. Recuperado de: <https://goo.gl/COzkUo>

Diccionario de la Lengua Española (2015). Offset [página web].
Recuperado de: <http://goo.gl/YohHzr>

Diccionario de la Lengua Española (2015). Femenino [página web].
Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=HjghBNR>

Diccionario de la Lengua Española (2015). Femenidad [página web].
Recuperado de: <http://goo.gl/imdTZ4>

Diccionario de la Lengua Española (2016). Integración [página web].
Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=Lq0xqZt>

Diccionario de la Lengua Española (2016). Libertad [página web].
Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=NEeAr5C>

Los sistemas de impresión, los sustratos, y las tintas, El sistema offset [página web]. (s/f). Recuperado de: <http://goo.gl/qf0e9s>

Wikipedia. (2015). Digital printing [página web]. Recuperado de: <https://goo.gl/XKTAjk>

Wikipedia. (2015). Inkjet printing, [página web]. Recuperado de: <https://goo.gl/w81Y4Q>

Merriam Webster Dictionary. (2015). InkJet Printing Definition [página web] Recuperado de: <http://goo.gl/6F1i2w>

Whitbread, David. (2009) The Design Manual, Revised and expanded edition. University of New South Wales Press Ltd. Sydney [página web].
Recuperado de: <https://goo.gl/AsBgxT>

Q.-Tuan Luong. (2005). An overview of large format color digital printing [página web]. Recuperado de: <http://goo.gl/fHsrD6>

PC Magazine Encyclopedia. (2015) Definition of: inkjet printer [página web]. Recuperado de: <http://goo.gl/QVUFXC>

PC Magazine Encyclopedia. (2015) Definition of: toner [página web].
Recuperado de: <http://goo.gl/AFXJcA>

ANEXOS

ANEXO 1: ACTIVIDADES DEL COLECTIVO “DESDE LA MIRADA...”

1. AGOSTO 2011: Presentación de la propuesta Desde la mirada... a pintoras de varios países e instituciones de Cultura, sobre el tema de la mujer “Cazada”.
2. OCTUBRE 2011: Participación en Jornadas Culturales de Solidaridad, efectuadas en Holguín Cuba, con la presentación de sus primeros textos y obra de tres pintoras ecuatorianas, a la que se unieron nueve pintoras Cubanas interesadas en el tema.
3. FEBRERO 2012: Exposición colectiva temática en las salas del Ministerio de Cultura del Ecuador, con la participación de 32 mujeres diversas.
4. MARZO 2012: Lanzamiento del libro Diarios de mujeres “Cazadas”, en las salas del Ministerio de Cultura, por: Ghislaine Izaguirre.
5. ABRIL 2012: Presentación del documental contra la violencia, Únete al cambio, con la dirección de Zaira Haboud.
6. MAYO 2012: Participación en Cuba en las “Romerías de Mayo”.
7. MAYO 2012: Presentación del libro y exposición colectiva de siete pintoras Ecuatorianas y a la que se unieron 21 mujeres Cubanas, dos Estadounidenses, una Mexicana, una Chilena, convirtiéndose en una de las presentaciones más grandes del evento y donde obtuvieron la segunda medalla otorgada por el ALBA, entre trescientos participantes de 25 países.
8. SEPTIEMBRE 2012: Exposición colectiva en la Casa de la Cultura Núcleo de Esmeraldas.
9. OCTUBRE 2012: Participación en la Feria Internacional del libro de Guayaquil, invitadas por el Ministerio de Cultura.
10. DICIEMBRE 2012: Feria Internacional del libro de Quito, invitadas por la Cámara Ecuatoriana del libro.
11. FEBRERO 2013: Taller de desarrollo personal y creatividad realizado en Quito.
12. MARZO 2013: Revolución de las almas, Sala Nela Martínez de la CCE
13. MARZO 2013: Diversas y Dispersas en las 3 salas del Ministerio de Cultura del Ecuador.
14. SEPTIEMBRE 2013: Revolución de las Almas II, Casa de la Cultura, Núcleo de Chimborazo.

15. OCTUBRE 2013: Revolución de las almas III, Fiesta Iberoamericana de Cultura, Holguín, Cuba.
16. NOVIEMBRE 2013: Revolución de las almas IV, Ciudad Alfaro, Montecristi, Ecuador.
17. NOVIEMBRE 2013: Talleres de arte terapia, dirigidos a mujeres y jóvenes de la comunidad Manabita en Ciudad Alfaro, Montecristi/Manabí/Ecuador.
18. NOVIEMBRE 2013: Presentación de la Segunda edición en digital del libro Diarios de Mujeres Cazadas, de Ghislaine Izaguirre, en Ciudad Alfaro, Montecristi/Manabí/Ecuador.
19. DICIEMBRE 2013: CORDELES DE SUEÑOS, Casa de la Cultura del Ecuador.
20. MARZO 2014: LIBERTAD, Asamblea Nacional del Ecuador.
21. MARZO 2014: Presentación Tercera Edición, libro: Diarios de Mujeres "Cazadas".
22. MARZO 2014: Realización de talleres de arte-terapia dirigidos a funcionarios de la Asamblea Nacional del Ecuador.
23. MAYO 2014: Reunión de Integración, *Colectivo Desde la Mirada...* Quito-Ecuador.
24. MAYO 2014: Participación en Cuba en las "Romerías de Mayo".
25. MAYO 2014: Participación en la Convocatoria "Mujeres Todas", Intercambio Internacional de Postales, Holguín – Cuba.
26. JUNIO 2014: Acompañamiento a la Asamblea nacional del Ecuador a su proyecto "La Producción Legislativa con Enfoque de Género e Inclusión de los Grupos de Atención Prioritaria".
27. JULIO 2014: "Noche de Reencuentro", evento musical de Elizabeth Pérez, integrante del Colectivo, Salón Guayas, Quito-Ecuador.

ANEXO 2: ENTREVISTAS A LA COORDINADORA, GHISLAINE IZAGUIRRE

Entrevista a Ghislaine Izaguirre, conducida por medio virtual, a través de un correo electrónico durante el primer semestre 2014-2015.

P: ¿Qué tantas personas van a las exposiciones del Colectivo, en promedio?

R: Yo creo que el promedio es 70 personas, hemos tenido eventos en que el Ministerio de Cultura ha contabilizado 356 asistentes.

P: ¿Cuánto tiempo antes se les informa a las personas de las actividades? ¿Y por qué medios?

R: Un mes antes, correo, fb., chat, llamadas telefónicas., se refuerza una semana antes.

P: ¿Qué otras actividades se dan, cómo charlas por teléfono o cafecitos, con las integrantes?

P: ¿Qué tan seguido se dan?

R: Reuniones con cafecito cada dos meses, asisten en promedio 18 personas, hay muchas que vienen a conversar personal e individualmente, unas tres visitas por semana.

P: ¿Qué tan seguido se da un contacto personal con las integrantes del Colectivo que viven en Quito?

R: Es relativo, son muchas como para verlas a todas al mismo tiempo, veo por lo menos cada dos meses a cada una.

P: ¿Qué planificación se da con las integrantes que residen en Ecuador?

R: Al inicio del año, planificamos ciertas actividades para meses concretos, marzo y septiembre en Ecuador, Mayo y Octubre en Cuba, luego van saliendo invitaciones y se comunica a las integrantes, cada una escribe o llama para confirmar en que actividades les interesa participar.

P: ¿Quiénes se hacen cargo de coordinar las diferentes actividades realizadas en Ecuador?

R: Cuando son muestras individuales, cada artista con mi apoyo permanente.

P: ¿Con las integrantes que viven en el extranjero, qué tan seguido se habla?

R: Con México, España y unas pocas Cubanas, contacto permanente, (la mayoría de Cubanas no tienen internet), Portugal, Francia, Suiza, Usa, Angola, Venezuela) por lo menos una vez al mes, otras extranjeras viven en Quito y no suelen asistir a reuniones informales, sólo participan en los eventos.

P: ¿Cuáles son las reacciones de las integrantes extranjeras a las actividades realizadas en Ecuador?

R: Comentan positivamente y comparten la información de sus nombres en las exposiciones, fotos de catálogos, etc.

P: ¿Coordinan actividades en sus países las integrantes que viven en el extranjero?

R: Si, en Cuba hay una coordinadora del Colectivo, que es también la Directora de artes Plásticas en la ciudad de Holguín, normalmente convoca a las

exposiciones colectivas nuestra integrante y promotora de Fiesta Iberoamericana de Cultura.

P: ¿Quiénes coordinan las actividades en otros países?

R: Cuando alguna compañera hace contacto para muestras en su país, ella coordina el evento con nuestro apoyo.

P: ¿Cuál es la reacción de las integrantes a las actividades en el extranjero?

R: Es muy buena, hemos tenido participación en eventos en el exterior de diversos grupos, representación y muestra Colectivo en Mayo y octubre desde 2011 hasta 2014.

P: ¿Quién es la persona encargada de estas tareas, medir las reacciones, recoger colaboraciones, etc.?

R: Yo.

P: ¿Qué apoyo se recibe de las integrantes en la propuesta y planificación de nuevas actividades para el beneficio del Colectivo?

R: Dependiendo de la actividad hay quienes se comprometen a apoyar en cobertura de fotografía, colaboración para el brindis, transportación de la obra, nada es obligatorio.

P: ¿Cómo se mide el éxito de las actividades?

R: Por asistencia, comentarios y satisfacción de las personas que exponen.

P: ¿Cómo se mide la participación de las integrantes en el Colectivo?

R: En primer lugar: colaboración y participación en actividades propuestas, en segundo lugar: intercambio de saberes y apoyo a todas las compañeras, tercer lugar: pago de cuotas.

P: ¿Qué metas deseas alcanzar con la producción de los libros?

R: Realización y promoción de las artistas involucradas.

P: ¿Qué reacciones esperas como coordinadora de las integrantes al ver el libro?

R: Alegría y autoestima renovada.

Entrevista a Ghislaine Izaguirre, conducida por medio virtual, a través de un correo electrónico durante el primer semestre 2014-2015.

P: ¿Qué esperas muestre el libro?

R: La trayectoria y crecimiento del *Colectivo*.

¿Qué información deseas sea mostrada en el libro para que las integrantes recuerden?

R: Que el Colectivo se ha ido formando con la unión de voluntades, que seguimos creciendo y nos hemos convertido en un apoyo para cada una de las integrantes y sus actividades individuales.

P: ¿Qué información deseas comunicar en el libro a las instituciones culturales?

R: Que trabajamos permanentemente en crear espacios para la libertad de la mujer y sus expresiones.

P: ¿Cuáles quieres que sean las características físicas del libro?

R: Confío plenamente en tu criterio.

P: ¿Necesitas que algún detalle específico sea mostrado en el libro?

R: Quisiera revisar los textos.

P: ¿Cuáles son los parámetros de selección para colocar la obra en el libro?

R: Como tú dijiste, las que habían mandado información válida y en buena resolución.

P: ¿Qué esperas inspire el libro a las integrantes del *Colectivo*?

R: La posibilidad de seguir uniendo fuerzas para lograr los diferentes objetivos.

P: ¿Tienes expectativas económicas del lanzamiento del libro? ¿Cuáles son?

R: Que vendas esa noche todo lo que tengas que invertir.

P: ¿Qué tipo de apoyo esperas conseguir de las integrantes del *Colectivo* al lanzar el libro?

R: Que la mayoría quiera por lo menos tres para que salga toda la inversión.

ANEXO 3: ENCUESTA A LAS INTEGRANTES SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNOS

| Marca temporal | ¿Cuántos años tienes? | ¿Cómo te enteras de las noticias del Colectivo? | ¿Te resulta fácil seguir las actividades en el Facebook? | ¿Te resulta fácil leer las noticias por correos electrónicos? | ¿Te llama alguien para comentar las noticias? | ¿Cómo prefieres enterarte de las novedades? |
|-----------------------|-----------------------|--|--|---|---|---|
| 8/30/2015 21:42:48 | Entre 20 y 35 años | Facebook | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | No (comenta porque en otros), Me entero por otros medios. | Facebook |
| 8/31/2015 8:13:05 | Entre 20 y 35 años | Correo electrónico, Facebook | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine, Si, me llaman otras amigas | Correos electrónicos, Facebook |
| 8/31/2015 20:07:33 | Entre 20 y 35 años | Facebook | Sí, me gusta. | Sí, pero no lo reviso mucho | No (comenta porque en otros), no tienen mi número de cel. | Facebook |
| 8/31/2015 8:07:57 | Entre 35 y 45 años | Facebook | Sí, me gusta. | Sí, pero no lo reviso mucho | No (comenta porque en otros) | Facebook, Whatsapp |
| 8/31/2015 8:27:15 | Entre 35 y 45 años | Facebook, mail | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | No (comenta porque en otros) | Correos electrónicos, Facebook |
| 8/30/2015 22:24:01 | Entre 45 y 55 años | Llamada telefónica, Correo electrónico, Facebook | Sí, me gusta. | Sí, pero no lo reviso mucho | Sí, me llama Ghislaine | Facebook |
| 8/30/2015 22:39:11 | Entre 45 y 55 años | Facebook | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | No (comenta porque en otros) | Correos electrónicos |
| 8/30/2015 22:47:02 | Entre 45 y 55 años | Correo electrónico, Facebook | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | No (comenta porque en otros) | Correos electrónicos |
| 8/31/2015 9:46:44 | Entre 45 y 55 años | Facebook | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine, Si, me llaman otras amigas | Facebook |
| 8/31/2015 11:09:01 | Entre 45 y 55 años | Llamada telefónica, Correo electrónico, Facebook | Sí, me gusta. | Si, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine, Si, me llaman otras amigas | Correos electrónicos, Facebook, Teléfono, reuniones |
| 8/31/2015 12:36:22 | Entre 45 y 55 años | Se me ocurrió | Sí, me gusta. | Si, lo reviso seguido | llamo algunas personas | Correos electrónicos, Facebook |
| 8/31/2015 12:36:39 | Entre 45 y 55 años | Correo electrónico, Facebook | Sí, me gusta. | Si, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine | Correos electrónicos, Facebook |

| | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|--|------------------|--------------------------------|---|---|
| 8/31/2015 13:32:44 | Entre 45 y 55 años | Facebook, Correo electrónico | Sí, me gusta. | Si, lo reviso seguido | Gis me mantiene al tanto de las actividades directamente | Correos electrónicos, Facebook |
| 8/31/2015 14:27:07 | Entre 45 y 55 años | Correo electrónico, Facebook, g+ | Sí, me gusta. | Sí, pero no lo reviso mucho | No (comenta porque en otros), Me entero solo por las noticias de Facebook. | Correos electrónicos, Facebook |
| 9/2/2015 20:55:15 | Entre 45 y 55 años | Llamada telefónica, Correo electrónico, Facebook | Sí, me gusta. | Si, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine | Correos electrónicos, Facebook, Teléfono |
| 8/30/2015 23:02:10 | Entre 55 y 65 años | Facebook | Sí, me gusta. | Si, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine | Facebook |
| 8/31/2015 8:34:11 | Entre 55 y 65 años | invitación de una integrante amiga | Sí, me gusta. | Si, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine | Correos electrónicos, Facebook |
| 8/31/2015 12:30:35 | Entre 55 y 65 años | Correo electrónico, Facebook | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine, Si, me llaman otras amigas | Correos electrónicos, Facebook |
| 8/31/2015 15:46:42 | Entre 55 y 65 años | Correo electrónico, Facebook | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | Vivo en otro país | Correos electrónicos, Facebook |
| 8/31/2015 17:46:04 | Entre 55 y 65 años | comentario personal | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | No (comenta porque en otros) | Facebook |
| 8/31/2015 20:34:56 | Entre 55 y 65 años | Llamada telefónica, Correo electrónico, Facebook | Sí, me gusta. | Si, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine | Correos electrónicos, Teléfono, personalmente. |
| 9/2/2015 9:38:37 | Entre 55 y 65 años | Correo electrónico | Sí, me gusta. | Si, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine | Correos electrónicos |
| 8/31/2015 12:40:51 | Más de 65 años | Correo electrónico, Facebook | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | Sí, me llama Ghislaine | Correos electrónicos |
| 8/31/2015 15:01:04 | Más de 65 años | Facebook | Sí, me gusta. | Sí, lo reviso seguido | por correo | Correos electrónicos, Facebook |

ANEXO 4: PRESUPUESTO Y ACTIVIDADES DEL TFC

| DETALLE DE CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y PRESUPUESTO FINAL | | | | | | | | | |
|--|---|--------------------------|--|--------|----------|------------------|-----------------|----------|----------|
| Nº | ACTIVIDADES | | TIEMPO | | V/H | OTROS GASTOS USD | VALOR TOTAL USD | ESTADO | |
| | DETALLE | TAREAS | HORA | DIAS | 5 USD | | | | |
| 1 | Diseñar y elaborar Libro Conmemorativo, impreso y PDF | 1.01 | Recopilar información | 120 | 15 | 600,00 | - | 600,00 | Completo |
| | | 1.02 | Clasificar y jerarquizar | 80 | 10 | 400,00 | - | 400,00 | Completo |
| | | 1.03 | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 | Completo |
| | | 1.04 | Bocetos de la retícula y propuesta de machote | 30 | 3,75 | 150,00 | 15,00 | 165,00 | Completo |
| | | 1.05 | Bocetos de portada PDF | 10 | 1,25 | 50,00 | 5,00 | 55,00 | Completo |
| | | 1.06 | Revisión de avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 | Completo |
| | | 1.07 | Presentación de bocetos a Cliente para selección de la propuesta | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 | Completo |
| | | 1.08 | Revisión de Avances | 1 | 0,125 | 5,00 | - | 5,00 | Completo |
| | | 1.09 | Elaboración de propuesta | 90 | 11,25 | 450,00 | 50,00 | 500,00 | Completo |
| | | 1.10 | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 | Completo |
| | | 1.11 | Presentación de propuesta a cliente para aprobación del libro PDF, del machote y portada | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 | Completo |
| | | 1.12 | Elaboración del documento PDF y machote | 200 | 25 | 1.000,00 | 100,00 | 1.100,00 | Completo |
| | | 1.13 | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 | Completo |
| | | SUMA LIBRO CONMEMORATIVO | 545 | 68,125 | 2.725,00 | 170,00 | 2.895,00 | | |
| 2 | Diseñar y elaborar el Libro Postalero | 2.01 | Bocetos | 30 | 3,75 | 150,00 | 15,00 | 165,00 | Completo |
| | | 2.02 | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 | Completo |
| | | 2.03 | Presentación de bocetos a Cliente para selección de la propuesta | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 | Completo |
| | | 2.04 | Elaboración de propuesta | 20 | 2,5 | 100,00 | 50,00 | 150,00 | Completo |
| | | 2.05 | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 | Completo |
| | | 2.06 | Presentación de propuesta al cliente para aprobación del libro postalero | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 | Completo |
| | | 2.07 | Elaboración del machote | 80 | 10 | 400,00 | 100,00 | 500,00 | Completo |
| | | 2.08 | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 | Completo |

| | | | | | | | | | |
|---|---|--|---|---------------|-----------------|---------------|-----------------|----------|----------|
| | | SUMA LIBRO POSTALERO | 112 | 14 | 560,00 | 150,00 | 710,00 | | |
| | 3.01 | Bocetos | 10 | 1,25 | 50,00 | 5,00 | 55,00 | Completo | |
| | 3.02 | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 | Completo | |
| | 3.03 | Presentación de bocetos a cliente para la selección de la propuesta | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 | Completo | |
| | 3.04 | Elaboración de la propuesta | 10 | 1,25 | 50,00 | 5,00 | 55,00 | Completo | |
| 3 | Diseñar y elaborar el CD y su empaque | 3.05 | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 | Completo |
| | 3.06 | Presentación de propuesta a cliente para aprobación del empaque del CD | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 | Completo | |
| | 3.07 | Elaboración del empaque propuesto | 10 | 1,25 | 50,00 | 20,00 | 70,00 | Completo | |
| | 3.08 | Revisión de Avances | 2 | 0,25 | 10,00 | - | 10,00 | Completo | |
| | | SUMA CD Y EMPAQUE | 42 | 5,25 | 210,00 | 30,00 | 240,00 | | |
| 4 | Entrega del proyecto terminado | 4.01 | Entrega de los productos al comitente | 3 | 0,375 | 15,00 | - | 15,00 | Completo |
| | | SUMA DE TODOS LOS PRODUCTOS | 699 | 87,375 | 3.495,00 | 350,00 | 3.845,00 | | |

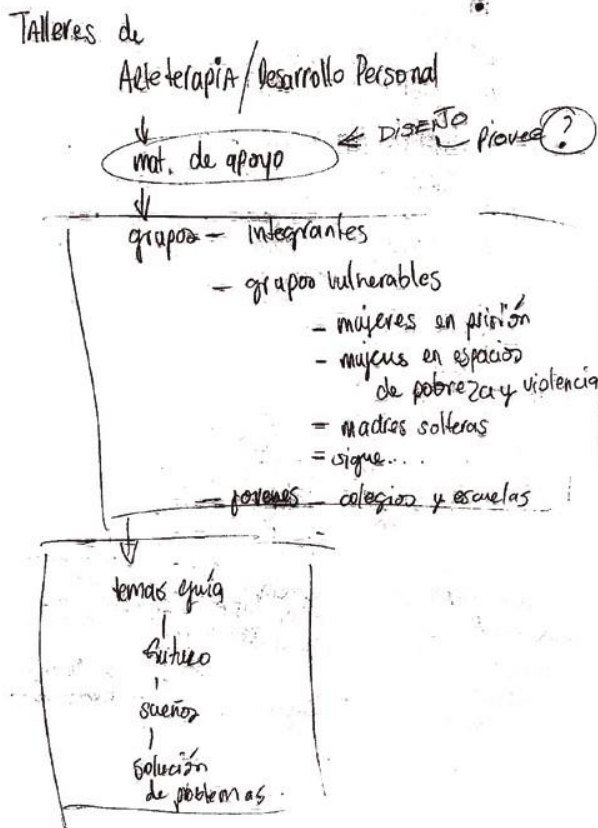
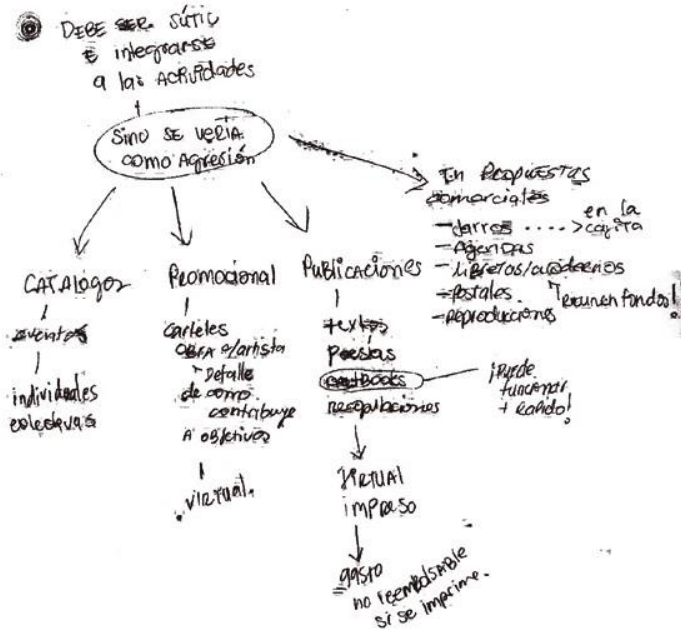
ANEXO 5: INFOGRAFÍA PSICOLOGÍA DEL COLOR



Fuente: <http://www.webpagefx.com/>

ANEXO 6: BOCETOS Y PROCESOS

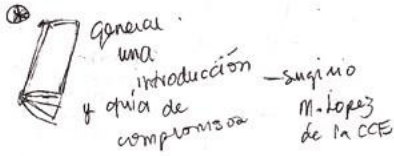
Bocetos sobre la generación de propuestas para actividades del *Colectivo*.



Bocetos sobre la generación de propuestas para el Colectivo "Desde la Mirada..."

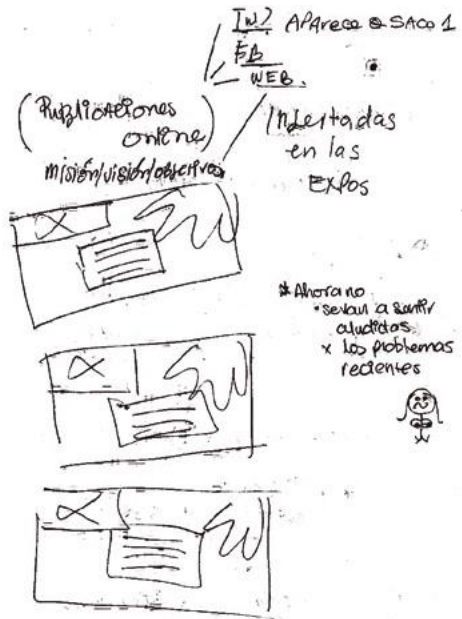
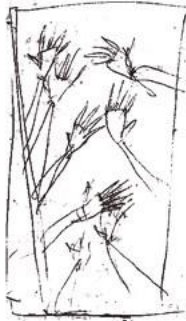
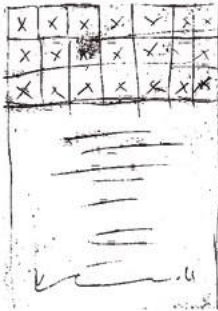
Talleres - LARIAS

Material de Apoyo



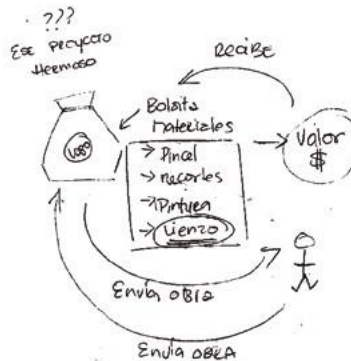
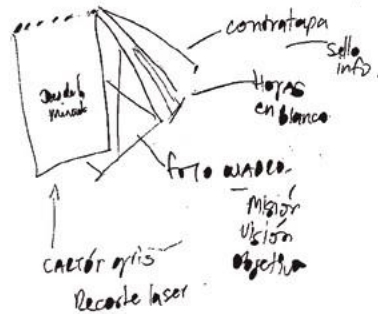
Cada integrante debería tener
el problema de gestión / no de diseño

- o Entrevistas
 - o Cuestionarios
 - o Encuestas
- ¿Piensan & es el colectivo?
- ¿Hasta ahora?
- plataforma para promoción profesional
 - eventos culturales
 - espacio social
- ¿o van a? - a pueden/quieren contribuir?
- ¿cómo van a? - ¿a lo van a?
- ¿participarán si otras lo hacen? - ¿que esperan del colectivo?
- ¿participarán emprendiendo solos? - ¿quienes son el colectivo?
- ¿a tipos de apoyo esperan? - ¿quienes son responsables? xD?
- (todo negativo en plataforma de cambio social!)



Talleres

NOTAS con la info.



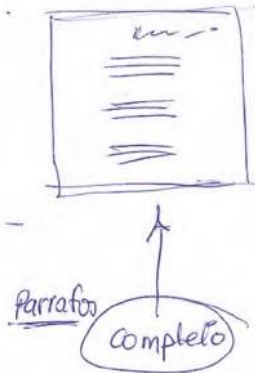
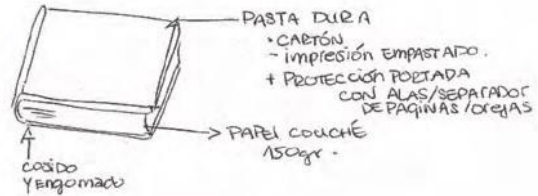
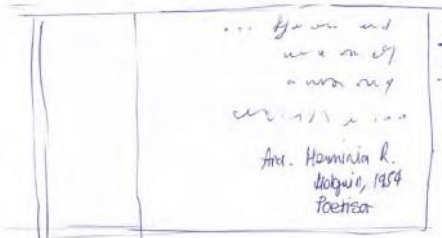
Bocetos sobre la generación de propuestas para los libros

División de avances (LUNES)
 - carpeta virtual
 - Documento escrito

| LIBRO | PDF | Rectangular |
|----------|------------------------|---------------------|
| A4 | POSTAL | Cuadrado 15 x 15 |
| A5 | 4x6 7x3, | |
| apaisado | apaisado doble cara | |
| | frente atrás postal | |
| | cuerda lino | |

- Peseño > costos impresión
 > tamaños imágenes
 artistas.
 → img per. compacten pag.

intercalar con
 pinturas
 o se va a
 sobrecargar
 de texto
 → Escritoras...
 info: Nombre
 País origen
 área (pintura, etc)
 fecha nacimiento:



travel + women + ideas + comunidad.

feminidad

viajes
 lugares
 correo
 llamadas



Bocetos sobre la generación de propuestas para los productos

cd + postcard

* Píqido ← folleto/catalogo recortado.

* Papel.

{ libro / dentro del postcard }
por postcard.

Producto 1 - PDF.
A4 APLAISADO
4 columnas 24mm.
(4 columna - 5mm margen)

Producto 2 - PDF
21 x 21 cms
3 columna.
3 fila.
margen 7mm.

Postales - sí, no ↓
> 10,7 x 15,2 cms

CD

Encolado al color.

PASTA CARTULINA con laminado

Facilitar impresión al 100% y empaquetar 1 de ejemplo 20 x 20 cms

2AE Pagina
→ 420 x 210 mm.
11cm 1/4 margen

Para DUEA Edición de Luz

Título: Aereock Desde la Mirada 3º Aniversario.

1m? apaisado y vertical

apaisado

Fondo 1 color

Fondo 2 color

2 columnas

Proje

Evaluación

30 70 70 70

70 20 70

7 7 6

210

10 15 10

10

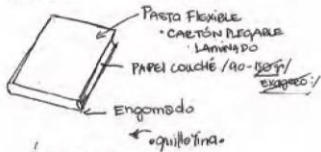
10

10

Bocetos sobre la generación de propuestas para los productos

LIBRO

IMPRESO



PASTA DURA
 - CARTÓN
 - IMPRESIÓN EMPASTADO
 + Protección recargada con ALAS/AISLADOR DE PAGINAS / OREJAS



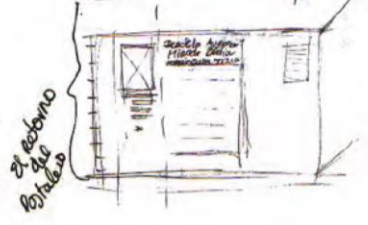
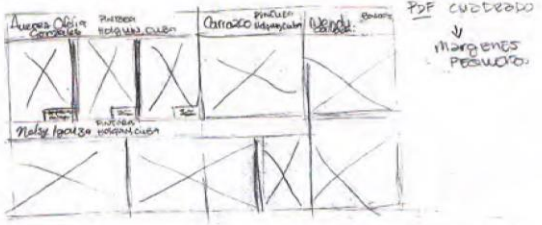
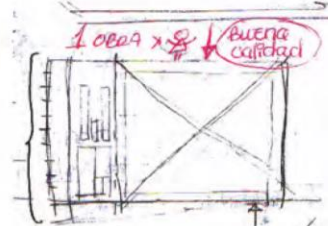
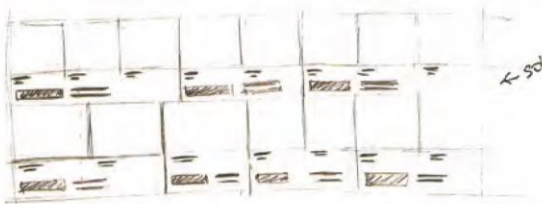
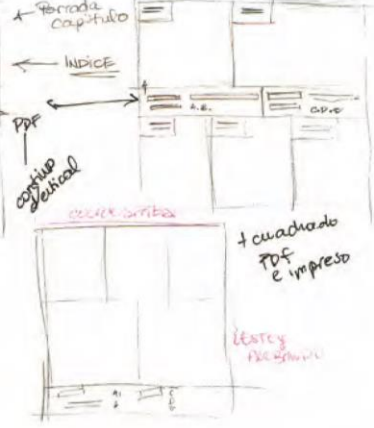
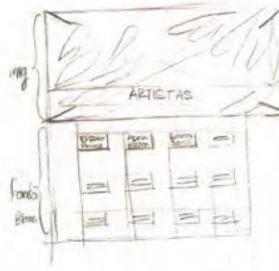
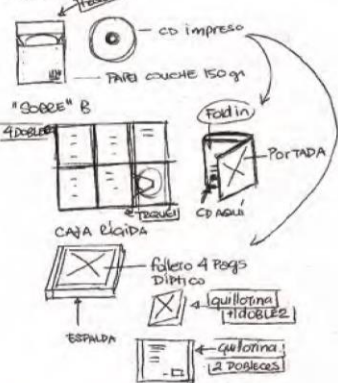
¡¡¡¡¡
 { este quiere }
 a prof

* procurar q' no haya fotos más grandes x las susceptibilidades.

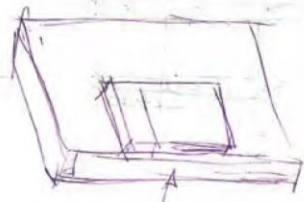
funcionaria Pagina Pdf e Impreso

CD

SOBRE A

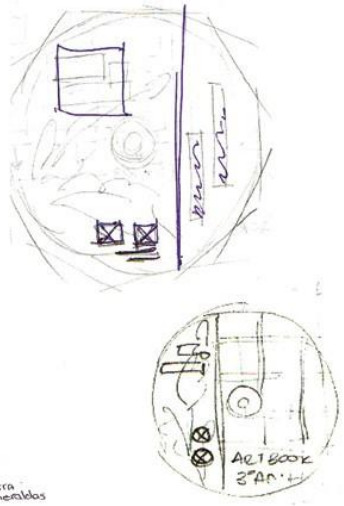
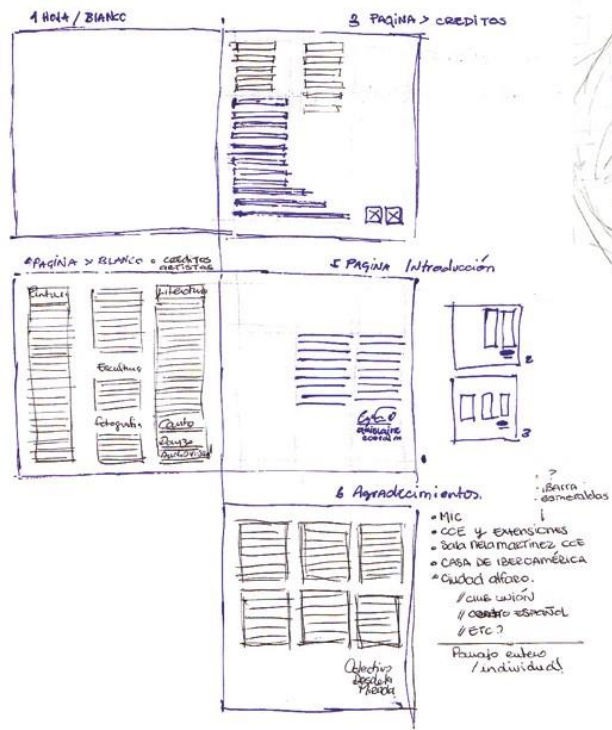
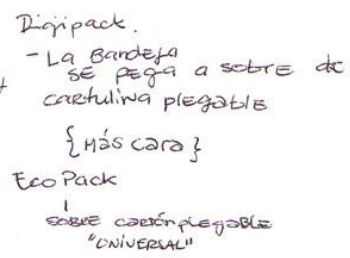
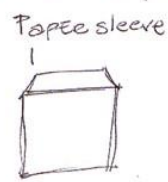
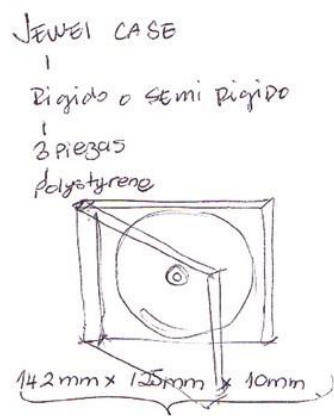
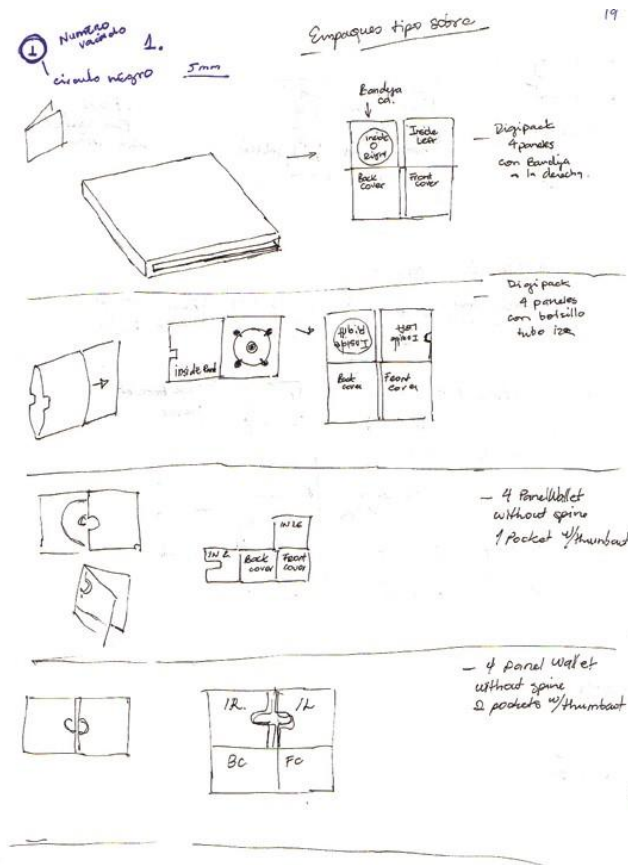


libro + cd + postalera

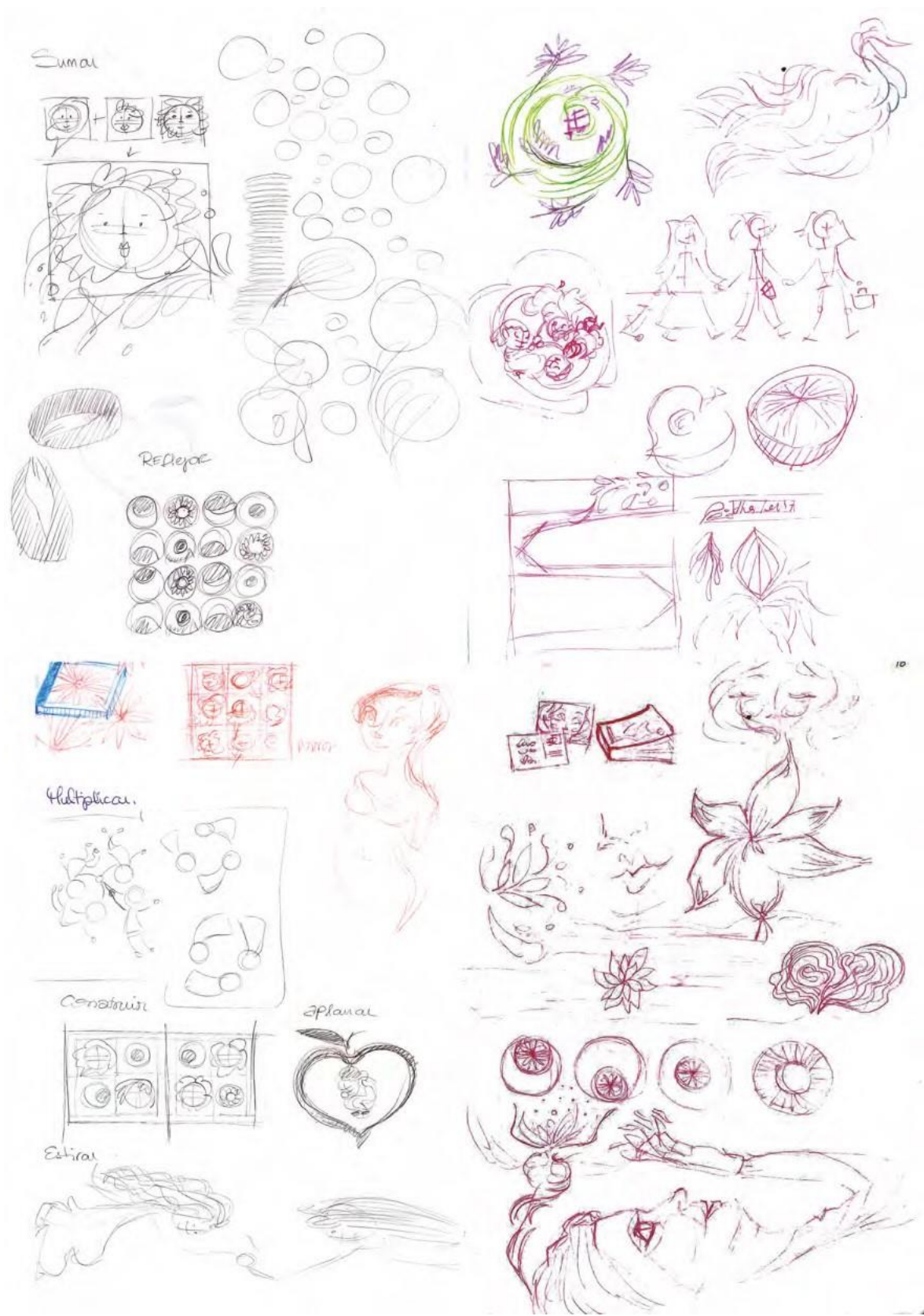


* SE PARECE a la WEB
 DISEÑO DE WORDPRESS
 TIENE FONDO BLANCO
 BANNER Naranja

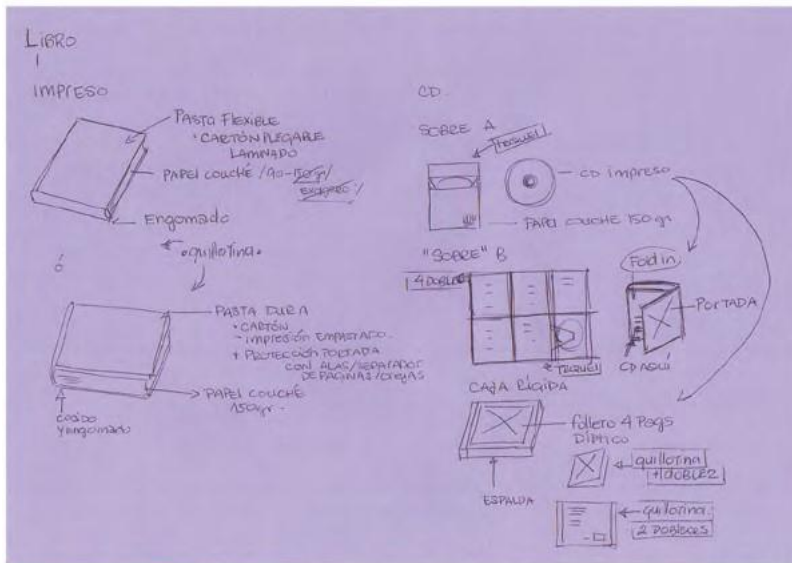
Bocetos sobre la generación del empaque



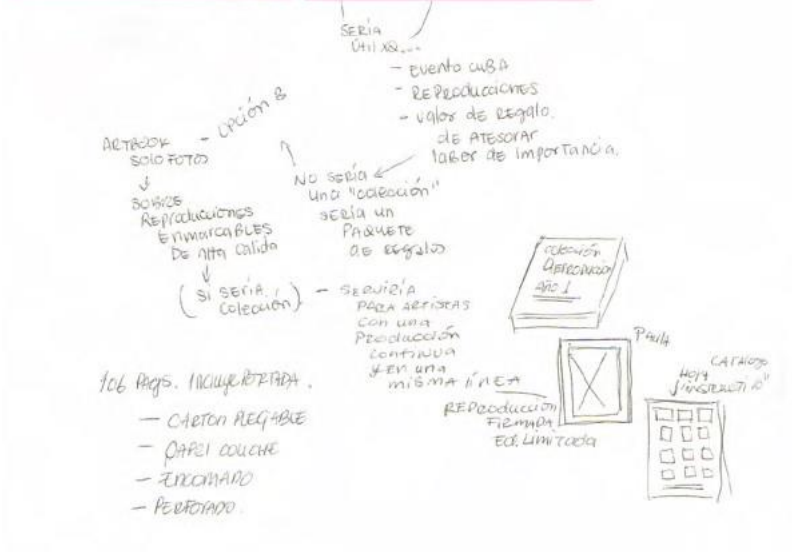
Bocetos sobre la generación concepto



Bocetos sobre el proceso de diseño de los libros



- DE REGALAR/ENVIAR LAS POSTALES.
- LAS ENMARCAN
- LAS TIENEN A LA REPEL
- LAS ATESORAN.
- LAS USAN DE SEPARADORES DE PAGINAS PARA LOS LIBROS
- SE CUEDAN EN LA MESA PARA CUANDO ALGUIEN VA DE VISITA LO USA



Proceso de diseño del libro conmemorativo



Santa Grau Ordaz
Cuba
1. Nostalgia

Shadia Haboud
EUA
2. Sin título

Sylvia Muñoz
Ecuador
3. Mariposa

Tatiana Dávila
Ecuador
4. Sin título
5. Sin título
6. Sin título

Wendy Calvechi
Ecuador
7. Bosques
8. Arboles Azules



Colectivo Artístico

Desde la Mirada...
Tercer Aniversario

Proceso de diseño del libro conmemorativo

Ana Herminia Rodríguez ▶
Cuba
Poeta Erótica

Adrián Buzón
Cuba
A. Matanzas
30825, Granabado
30825, Granabado
30825, Granabado
C. Maracaibo Para La Vela
73333, Granabado

Nel Acosta Bravo
Venezuela
19, Serie fotográfica
17 Fotografías, 29x42

Alicia Revelo
Ecuador
D. San Tísho
33345, Maza
E. San Rindo
33345, Maza

Para el mar
El mar me trae
Desde ese gallo no me
despreocupo el coral
de la sucesión.
En el mar me voy
y al momento pulchro
predichas gestiones
y abstracciones pover
de la sucesión.
Desde ese gallo, despendido
Un silencio de ad
comparte de los mares-
tormentas como rido

Adler
Una hermosa península y volcánica,
Los delicias la mar en la mano,
Un buceo increíble así con muchos
Y si fueras un pez
Yo te seguiría
Y en el mar me voy pulchro
La mar me trae pulchro
Desde ese gallo, despendido
Comparto de los mares-
tormentas como rido

Un libro con rituales

Ana Ballesteros
Ecuador, Ecuador
E. Nigri Cokanda

Anaía Triana
Cuba
G. Matanzas
30825, Granabado
H. Cokan Y El Mar
30825, Granabado
I. Abancano
J. El Mar
30826, Granabado
K. Cokan Y El Mundo
Granabado, 43X33

Antonella Zaniga
Ecuador
12.
13.


Aurora Ojeda Gonzalez
Cuba
14.
15.

Proceso de diseño de portadas




Proceso de diseño del "libro postalero"

POSTALERO
107,598 mmx152,047 mm



Alexandra Jaramillo
Ecuador
Fotografía

Desde la Mirada
Alexandra Jaramillo



Desde la Mirada
Alexandra Jaramillo
Ecuador

Misión, Visión y Valores de "Desde la Mirada..."

Con motivo de nuestro tercer aniversario queremos celebrar la labor de nuestras integrantes y los logros alcanzados, por ello también queremos recordar y festejar nuestros génesis y objetivos.

Misión: Ser los capítulos a largo plazo como colectivo y el centro de peso de las actuaciones y decisiones para lograr sus metas fundamentales.


- Crear espacios de desarrollo personal y artístico para las mujeres del mundo.
- Crear nuevas generaciones libres y felices.

Visión: El mundo del plus de trabajo y disciplina lo que se necesita lograr es fomentar de conseguir la sostenibilidad, calidad y crecimiento del colectivo y sus integrantes. Se pretende ser la guía para alcanzar los objetivos del colectivo adaptado a diferentes entornos.


- Trabajar desde una perspectiva de valores de y para mujeres, potenciando su desarrollo personal y artístico.
- Crear espacios de desarrollo personal y artístico a través de exposiciones, eventos, talleres, etc.
- Promover espacios de mayor social de y para mujeres.

Valores: La guía de acciones y comportamientos del Colectivo "Desde la Mirada..." hacia el mundo son:


- Libertad: Promover y apoyar la libertad de las mujeres para pensar, decir, expresar, ser, en sus distintos espacios.
- Compromiso: Compromiso con el desarrollo personal y artístico de las mujeres y del colectivo propiamente.
- Seriedad: Ser serios/as en la gestión.
- Colaboración: Apoyar el desarrollo personal y artístico de las mujeres.
- Igualdad: Crear espacios de desarrollo y crecimiento personal de las mujeres.
- Diversidad: Promover la igualdad de género y gestión equitativa de espacios.
- Identidad: Promover la variedad de voces y pensamientos.




Desde la Mirada de
Adria Buzon
Chile



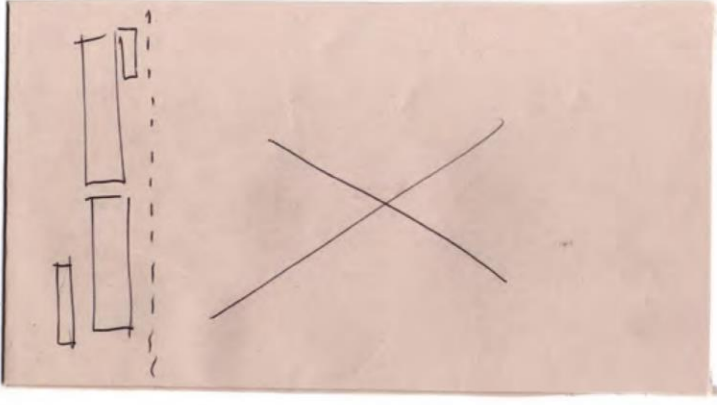
Postalero de las Pintoras
Colectivo "Desde la Mirada..."
Tercer Aniversario
2011-2014




Desde la Mirada de
Alicia Revelo
Ecuador




Desde la Mirada
Alexandra Jaramillo
Ecuador



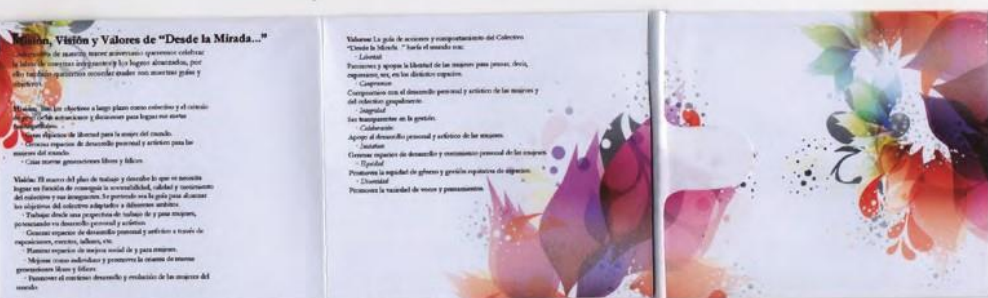
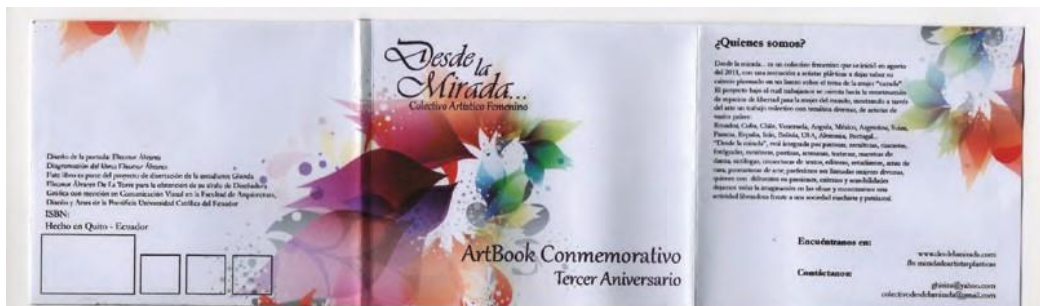
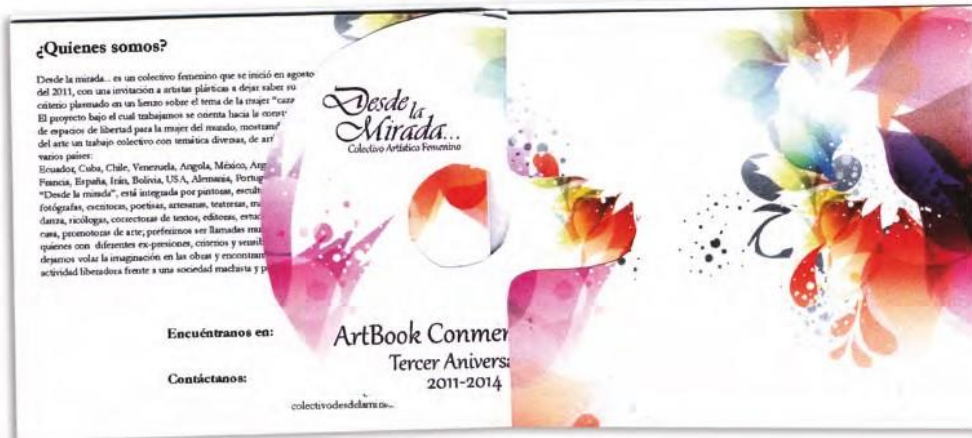


Desde la Mirada
Alexandra Jaramillo
Ecuador



Desde la Mirada
Alexandra Jaramillo
Ecuador

Proceso de diseño de empaques de CD
ANEXO 7: VALIDACIONES



Validación de la Propuesta Final del Diseño de las integrantes, parte 1

| | ¿Qué es lo que menos te ha gustado del libro? | ¿Qué te gustaría añadir a una segunda edición del libro? | ¿Te sientes identificada en el libro postalero? | | | ¿Coleccionarías las postales de tus compañeras? | |
|-------------------|--|--|---|----|--------------------|---|----|
| | Comentario | Comentario | Si | No | Mi obra no aparece | Si | No |
| 1/10/2016 0:00:00 | Que no hay tantas obras | Que haya más obras | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | que no hay fotos de quien hizo que | que salga mi foto | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | Esta perfecto!!!! | Que cada una tenga una página al menos | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | que no tiene más información de las artistas | Que haya entrevistas a las integrantes | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | el libro podría ser más grande | un collage como el de la asamblea | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | no hay cuadro por hoja | por favor, que diga algo de nuestras experiencias personales | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | q no hay más cuadros | cuánto cuestan los cuadros | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 1/10/2016 0:00:00 | A mí me gusta como esta | que haya información de quienes somos y lo que hacemos | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | Que los cuadros salen chiquitos | mas cuadros | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | no dice quiénes somos, ni tiene fotos de nadie, ni como contactarnos | Podrían hacer otro de las exposiciones individuales | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | Se ve muy lindo | fotos más grandes | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | que sean más grandes las fotos | que este toda la obra, no solo dos | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | Me gusta mucho | que haya una biografía de la pintora | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | no salen todos mis cuadros | Que sea más artístico | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 1/10/2016 0:00:00 | Déjale así, esta bonito | Que hayan frases de cada artista | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | | | 13 | 0 | 2 | 14 | 1 |

ANEXO 8: COTIZACIÓN

Marka Digital (Marka Digital)

Para Glenda Eleonor Alvarez de la Torre

ma., 20 de oct. 10:57

costos libros

Estimada Eleonor, te enviamos el valor de las publicaciones

- Postalero tamaño 21.5x10.6, impresión full color en cartulina couche de 300 gr full color tiro y retiro, con grafado, encolados al calor. 104 pag

100 u..... \$ 2810

200 u..... \$ 3125

- Artbook tamaño A4 en papel couche de 150 gr., impresión full color 73 pag. portadas en couche de 300 gr, encolados al calor.

100 u..... \$ 1940

200 u..... \$ 2210

estos valores no incluyen Iva.

--

Marka Digital
Av. 12 de Octubre N21-247 y Carrión
(frente a la Univ. Católica)
Telf. 22 37 848 / 09 600 8511