



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR SEDE ESMERALDAS**

UNIDAD ACADÉMICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

TESIS DE GRADO:

**CRITERIOS DE CALIDAD PARA EL PROCESO DE
COMPOSICIONES DE REVISTAS TURÍSTICAS ONLINE**

PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE DISEÑADOR GRÁFICO

AUTOR

ABRAHAM ISAAC CEDEÑO CANESSA

ASESOR

MGT. JOSÉ LUIS ROMERO NAZARENO

ESMERALDAS, 2018

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de investigación, luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCE, previo a la obtención del título de DISEÑADOR GRÁFICO.

Presidente Tribunal de Graduación

Lector 1: Mgt. Ladys Vásquez Coisme

Lector 2: Mgt. David Puento Holguín

Director de escuela: Mgt. David Puento Holguín

Director de tesis: Mgt. Jose Luis Romero

Esmeraldas, marzo del 2018

AUTORÍA

Yo, ABRAHAM ISAAC CEDEÑO CANESSA, certifico que el presente trabajo investigativo titulado “Criterios de calidad para el proceso de composiciones de revistas turísticas online”, mismo que he venido realizando como un requisito académico dentro de mi unidad educativa, es producto de mi labor investigativa.

Doy fe que este trabajo es original e inédito.

Es todo en cuanto puedo manifestar en honor a la verdad.

Abraham Isaac Cedeño Canessa

CI. 0802487744

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por haberme brindado la sabiduría y fuerza necesaria para poder cumplir con este objetivo.

A mis padres Yomar Cedeño y Gina Canessa, por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, por los valores enseñados que han sido de vital importancia para obtener este éxito.

A mis docentes, por cada uno de los conocimientos adquiridos los cuales han sido de gran ayuda para cumplir esta meta.

DEDICATORIA

Este logro se lo quiero dedicar a mi familia, por siempre estar ahí apoyándome en cada una de las etapas de mi vida, principalmente a mis padres por su esfuerzo y apoyo brindado, gracias por cada una de sus enseñanzas, esto es por ustedes.

Muchas gracias de todo corazón.

Abraham Cedeño

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	10
Presentación del tema.....	10
Planteamiento del problema.....	10
Justificación.....	11
Objetivos	13
Objetivo general	13
Objetivos específicos.....	13
1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	14
1.1. Bases teóricas científicas.....	14
1.1.1. Diseño Gráfico	14
1.1.2. Diseño Editorial	14
1.1.3. Revistas	15
1.1.4. Elementos compositivos del diseño editorial.....	17
1.1.5. Turismo	26
1.2. Antecedentes	28
1.3. Marco legal.....	29
2. CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS	31
2.1. Tipo de estudio.....	31
2.2. Definición conceptual y operacionalización de las variables	31
2.3. Métodos.....	32
2.4. Análisis de datos	34
3. CAPÍTULO III: RESULTADOS	35
4. CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN.....	40
5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	42
6. CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	43
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
ANEXOS	50
Anexo 1: Validación de instrumentos	50
Anexo 2: Instrumento: Ficha de observación.....	51
Anexo 3: Portadas de revistas	52
Anexo 4: Matriz de datos: Ficha de observación	62

Anexo 5: Instrumento: Ficha Bibliográfica.....	63
Anexo 6: Portadas libros/manuales	64
Anexo 7: Matriz de datos: Ficha bibliográfica.....	74

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	20
Tabla 2	36
Tabla 3	39

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Peso visual	18
Figura 2 Peso visual	18
Figura 3 Referencias horizontal vertical	19
Figura 4 Equilibrio simétrico	19
Figura 5 Equilibrio asimétrico	19
Figura 6 Retícula manuscrito	21
Figura 7 Retícula manuscrito	21
Figura 8 Retícula de columnas.....	22
Figura 9 Retícula de columnas.....	22
Figura 10 Retícula modular	22
Figura 11 Retícula modular	23
Figura 12 Retícula jerárquica.....	23
Figura 13 Retícula jerárquica.....	23
Figura 14 Familia tipográfica	24
Figura 15 Serif	24
Figura 16 San serif o palo seco	24
Figura 17 Script o caligráfica.....	24
Figura 18 Decorativas o de fantasía.....	25
Figura 19 Colores primarios	26
Figura 20 Colores secundarios.....	26
Figura 21 Colores terciarios.....	26

RESUMEN

Toda pieza gráfica digital debe aplicar en su proceso parámetros formales para llegar a obtener un resultado óptimo. La presente investigación tuvo como objetivo determinar los criterios de calidad para el diseño de revistas turísticas online. Se desarrolló mediante una metodología con enfoque cualitativo, con un estudio de tipo descriptivo para identificar los elementos visuales existentes en revistas online y apreciar la opinión de distintos autores sobre el diseño editorial y los criterios a seguir para la composición de piezas editoriales, además fue de tipo explicativo porque se analizó la información y así determinar los parámetros de mayor importancia para la composición de revistas de turismo online.

Los instrumentos utilizados en esta investigación fueron: ficha de observación a revistas turísticas online a nivel nacional, elegidas por su tiempo de vigencia en el mercado y por ser aprobadas por el Ministerio de Turismo, y ficha bibliográfica aplicada a libros/manuales sobre Diseño Editorial elegidos por la importancia del contenido y su reconocimiento en la rama del Diseño Gráfico, pudiendo así proponer los parámetros formales de calidad para la elaboración de revistas digitales. Obteniendo como resultados lo siguiente: fuentes pertenecientes al estilo Sans serif o palo seco; definir tamaños entre títulos, cuerpos y pies; párrafos ópticamente adecuados, es decir, legibles y claros; formatos con orientación vertical y horizontal si se trata de revistas solo de imágenes; utilizar fotografías sin distorsionar su tamaño; utilizar el modo de color RGB el cual es apropiado para piezas gráficas digitales. Por medio del análisis e interpretación de datos se pudo concluir que las revistas impresas y digitales responden a los mismos elementos visuales siendo el modo de color su diferencia más relevante; del mismo modo la aplicación de los criterios de calidad permite que este medio de comunicación masiva genere un mayor impacto y pregnancia en el usuario, convirtiéndose en una estrategia publicitaria de gran provecho para el sector turístico llegando de manera rápida a un público más extenso.

Palabras claves: turismo, revistas digitales, criterios de calidad.

ABSTRACT

All digital graphic pieces must apply formal parameters in their process in order to obtain an optimal result. The objective of this research was to determine the quality criteria for the design of online tourism magazines. It was developed through a methodology with a qualitative approach, with a descriptive study to identify the visual elements existing in online journals and to appreciate the opinion of different authors on the editorial design and the criteria to be followed for the composition of editorial pieces. Explanatory type because the information was analyzed and thus determine the most important parameters for the composition of online tourism magazines.

The instruments used in this research were: observation sheet for online tourist magazines nationwide, chosen for their time in the market and for being approved by the Ministry of Tourism, and bibliographic record applied to books / manuals on Editorial Design chosen by the importance of the content and its recognition in the branch of the Graphic Design, thus being able to propose the formal parameters of quality for the elaboration of digital magazines. Obtaining as results the following: sources belonging to the style Sans serif or palo seco; define sizes between titles, bodies and feet; optically adequate paragraphs, that is, legible and clear; formats with vertical and horizontal orientation in the case of image-only magazines; use photographs without distorting their size; use the RGB color mode which is appropriate for digital graphic parts. Through the analysis and interpretation of data it was possible to conclude that the printed and digital magazines respond to the same visual elements, the color mode being the most relevant difference; In the same way, the application of quality criteria allows this means of mass communication to generate a greater impact and pregnancy in the user, becoming an advertising strategy of great benefit for the tourism sector, quickly reaching a wider audience.

Keywords: tourism, digital magazines, quality criteria.

INTRODUCCIÓN

Presentación del tema

Criterios de calidad para el proceso de composiciones de revistas turísticas online.

Los criterios de calidad son aquellas condiciones que debe cumplir todo proceso para llegar a obtener un resultado óptimo, definirlos de manera correcta hace que el desarrollo de la actividad o producto a realizar se vuelva sencillo y efectivo. En el diseño editorial estos parámetros pueden variar dependiendo del tipo de composición a realizar.

Las revistas online son composiciones editoriales digitales accesibles a diferentes usuarios, donde se deben considerar de manera acertada los parámetros que se van a utilizar para la maquetación de estas, con el fin de que la información transmitida sea receptada de la misma forma por todo su público. Por otro lado, las revistas turísticas son publicaciones editoriales en las cuales se promocionan las cualidades de un destino, con el objetivo de incrementar la demanda turística y aportar a la economía del mismo.

El turismo es considerado como una estrategia para el crecimiento socioeconómico y sociocultural de un país, puesto que genera ingresos por medio de productos, servicios o atractivos turísticos; teniendo en cuenta todas las ventajas que brindan las revistas online, se debe considerar el aporte que estas pueden dar para el ámbito turístico proponiendo una pieza gráfica que permita llegar a diferentes usuarios de forma masiva, es por ello que en esta investigación se indagó acerca de los criterios a seguir para la producción de las revistas turísticas online en la provincia de Esmeraldas.

Planteamiento del problema

El diseño editorial cuenta con criterios de calidad los cuales aplicados de manera correcta puede mejorar significativamente un material gráfico brindando mejor calidad, fiabilidad, eficacia, entre otros aspectos que permitirán que la información llegue al usuario de mejor manera; sin embargo, en la provincia de Esmeraldas se evidencia la falta de criterios compositivos de diseño en algunas piezas gráficas editoriales, tales como flyers, revistas, folletos, afiches, entre otros, que se difunden cotidianamente en el entorno, lo que genera poca aceptación del público frente a estas piezas editoriales.

Una de las causas que genera el problema mencionado es que el diseño gráfico no está completamente legitimado y es utilizado comercialmente por personas que tienen conocimientos básicos de manejo de software de diseño más no de teorías que profundicen en temas de ideación y composición del diseño. El desconocimiento sobre estos temas, conlleva a la incorrecta aplicación de elementos iconográficos, lingüísticos, cromáticos, fotográficos, entre otros. La poca o nula consideración de las personas que solicitan los servicios de un diseñador gráfico por temas de economizar o falta de asesoramiento, posiblemente hace que esta problemática continúe, dejando a un lado a los profesionales que si cuentan con el aprendizaje y la capacidad de brindar un servicio de calidad.

El turismo en la provincia de Esmeraldas es una de las actividades principales para la economía de la población, el diseño gráfico juega un papel importante porque es el encargado de receptar la atención del público objetivo mediante la difusión de mensajes visuales innovadores, basados en procesos secuenciados para alcanzar la funcionalidad del producto de diseño.

Justificación

Las revistas son unas de las piezas editoriales más utilizadas por su amplia variedad de temas, estos pueden ser desde la difusión de noticias hasta el entretenimiento; tienen diversidad de público, sean niños, adolescentes y adultos. Así mismo, hay diferentes formas de adquirirlas ya sea por suscripción, venta libre o gratis. Una de las características es que se clasifican dependiendo de su contenido; por ejemplo, las revistas de turismo, que como lo menciona Vallejo (2013), difunden la imagen turística mostrando las actividades que se pueden realizar y atractivos para visitar durante la estancia en un lugar (p. 36).

A pesar de que las revistas forman parte de los medios gráficos impresos, en la actualidad muchas de estas tienen su versión digital o son netamente publicadas en internet, Angulo (2014) alude que las revistas digitales han sido exitosas porque proporcionan publicaciones instantáneas, de tal forma que ha influido también a los periódicos (párr. 8); otra característica de este tipo de revistas es que su público consumidor es más amplio y diverso.

Es por ello que para el diseño de revistas no solo es necesario identificar el público objetivo o los temas de interés, lo más importante es contar con la aplicación de un buen diseño gráfico porque por más interesante y necesaria que sea la información, si la revista no está bien diagramada se vuelve poco atractiva o aburrida generando la pérdida de lectores. Para esto existe el diseño editorial, puesto que es la rama que estudia los diferentes factores que se deben tener en cuenta tanto para el diseño como para la maquetación y la impresión o publicación del producto final, todos estos criterios cambian dependiendo el público, tamaño y medio de difusión, pero aplicados correctamente pueden generar una pieza estética, profesional, clara y sobre todo de calidad para el usuario.

Las ventajas de las revistas online son el acceso universal y la disponibilidad inmediata que estas tienen, por ello al implementarlas en el sector turístico, se podría aumentar la demanda turística y a su vez aportar al desarrollo económico de un país, puesto que como lo indica la Organización Mundial del Turismo (UNWTO), el turismo es un sector clave para el progreso socioeconómico, puesto que la estadía del turista incluye consumo de alojamiento, alimentación, compras, servicios, entre otros. (2017, p. 2-5). Las campañas turísticas son una clave importante que contribuye al turismo, en el Ecuador se han observado varias estrategias turísticas que promocionan al país y a cada uno de sus atractivos de manera general. Con esta investigación se busca analizar los criterios para la producción de revistas online.

Esta investigación favorece directamente a los diseñadores gráficos, porque contarán con una referencia para la producción de revistas online, lo cual conllevará a una mayor eficacia en sus futuros trabajos. También como beneficiarios se tiene a la comunidad esmeraldeña, porque conociendo estos parámetros se puede ofrecer un producto de calidad que cumpla con la finalidad de difundir por medio de una pieza de diseño, las bondades turísticas de la provincia.

Se pretende que tenga un impacto social positivo, pues se podrán satisfacer las necesidades del público objetivo como lo son los turistas brindándoles una pieza editorial que les informe sobre la provincia y sus actividades turísticas, a su vez tener un impacto económico en la provincia, así mismo favorecerá al medio ambiente porque no se necesitara del papel ni tintas, lo que evita la deforestación, preservando el ecosistema y medio ambiente.

Objetivos

Objetivo general

Determinar los criterios de calidad para el diseño de revistas turísticas online, con la finalidad de apoyar en la elaboración de composiciones editoriales funcionales.

Objetivos específicos

- Analizar los elementos visuales que forman parte de la composición de revistas turísticas digitales.
- Examinar los criterios de calidad para el uso de elementos visuales en revistas digitales.
- Proponer los parámetros formales de calidad para la elaboración de revistas digitales.

1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Bases teóricas científicas

1.1.1. Diseño Gráfico

Wong (como se citó en Zambrano, 2015) menciona que diseñar es un proceso de creación visual con un propósito, una pieza gráfica debe cubrir las necesidades del receptor y transmitir un mensaje determinado (párr. 5).

El diseño gráfico es una disciplina que consiste en generar comunicación visual, mediante la organización de imágenes y texto, ya sea en medios impresos o digitales, con la finalidad de comunicar un mensaje preciso, claro y coherente a un público objetivo (El equipo de marketing, 2014, párr. 1).

Cuenta con varias ramas que se pueden relacionar para cumplir con el objetivo de comunicar desde un enfoque visual, es por ello que el diseño gráfico es interdisciplinario ya que aporta a otras disciplinas como: fotografía, dibujo libre, dibujo técnico, entre otras.

Esta disciplina según Sánchez (2015) tiene sus primicias desde los inicios del hombre ya que este siempre ha tenido la necesidad de comunicar sus pensamientos e ideas con los demás, esto quiere decir que comienza con signos desde las pinturas rupestres hasta el lenguaje escrito, estos métodos de comunicación han ido desarrollando pero manteniendo el objetivo de comunicar; a su vez señala que el diseño gráfico como tal tiene su auge en la Revolución Industrial, donde con la aparición de empresas, mercados económicos, zonas comerciales y la competitividad entre los mismos se da paso a la técnica publicitaria, desde ese entonces el diseño gráfico se reconoce como una carrera profesional que ha ido evolucionando con el pasar del tiempo (párr. 2 -5).

Con la aparición de nuevas tecnologías y programas especializados para el diseño, se han ido reemplazando técnicas manuales por métodos digitales, esto ha favorecido al diseño gráfico en el campo laboral, pero a su vez se genera una competencia cuando se trata de atraer posibles clientes.

1.1.2. Diseño Editorial

Cantó (2016) la define como una rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de diferentes piezas como libros, manuales, revistas, folletos, periódicos,

entre otros (párr. 1). Comprende el esquema tanto interior como exterior de cada publicación donde se debe encontrar una unidad entre texto, imagen y diagramación, teniendo en cuenta factores como contenido, público y el mensaje. Los profesionales en esta rama son los encargados en encontrar la armonía de todos estos elementos que permita expresar el mensaje correctamente y que a su vez sea estético de tal manera que impulse de manera comercial la publicación (Calderón, 2014, p. 5).

Cuando se habla del diseño exterior de cada publicación se refiere al diseño de la portada y contraportada, la cual debe relacionarse con el contenido del texto; es necesario sobre todo tener en cuenta el público y factores sociales para que llame su atención. El diseño interior, es de gran importancia, incluye el formato, tipografía, imágenes y su distribución, y de esto depende la facilidad de comprensión y lectura del texto.

En cuanto a historia, Alfredo (2010) menciona que el diseño editorial nace a mediados del siglo XV en el Renacimiento, con el invento de la imprenta; pero los primeros indicios de esta rama se remontan hace miles de años con los sellos de piedra utilizados sobre arcilla; y los copistas quienes transcribían los textos a mano con tinta; con la aparición de la imprenta de tipos móviles los copistas dieron a sus textos más orden y estética, con este invento también aumento la cantidad y distribución. En el siglo XX la Escuela alemana de diseño Bauhaus, dio un cambio a esta rama con el aporte del uso asimétrico de la retícula; en los años 80 surge un manual sobre grillas y a su vez los primeros programas dedicados al diseño editorial lanzados por Mac y Postscript (párr. 2-4).

Hoy en día el campo del diseño editorial es un poco más complejo, al encontrarnos con medios de comunicación más avanzados y digitales, las publicaciones editoriales no solo tienen que ser más atractivas al público, sino que deben adaptarse a esta era digital; es por ello que ha surgido el diseño editorial digital, es una publicación editorial más creativa, que incluye elementos visuales permitiendo que la consulta de información y el material de lectura sea más dinámico.

1.1.3. Revistas

La revista es una pieza editorial de publicación periódica, la cual ofrece información actualizada de manera más detallada, el tipo de noticias puede ser de interés general o un tema específico. A diferencia de los diarios las revistas tienen mayor calidad gráfica, de impresión y estética.

Oleas (2017) menciona que, las revistas nacen después del invento de la imprenta, con la necesidad de transmitir información actualizada y de manera constante; la primera revista se trataba de un catálogo mensual alemán el cual no era totalmente informativo, en el año 1663 el teólogo Johann Rist crea el primer ejemplo moderno, el cual tuvo una gran aceptación y se extendió por Inglaterra, Francia e Italia.

La publicación de las revistas despertó una generación que deseaba aprender y conocer cosas nuevas, esto llevo a que, en 1672, el escritor Jean Donneau publicara la primera revista con contenido variado llamada *Le Mercure Galant*, esta incluía noticias, chismes, canciones, versos, etc., haciéndose popular en Francia. En 1700 nacen las revistas especializadas, pero, por su elevado precio solo las personas con mejor clase económica podían adquirirlas; fue hasta el 1830 que las revistas bajaron sus precios y estuvieron dirigidas para público en general, centrándose en la diversión y entretenimiento, este último suceso permitió que los volúmenes de las ventas aumenten. En el año 1842 a manos de Hebert Ingram la primera revista ilustrada, en Gran Bretaña; al ver que este cambio tuvo gran aceptación, crean la primera revista con fotografía nombrada *The Illustrated London News* (párr. 3-8).

Las primeras revistas se adquirían en quioscos, pero luego las compañías comerciaban sus revistas por suscripción, esto permitía que el suscriptor adquiriera todos los lanzamientos, hoy en día es el método más aplicado, aunque en la actualidad existen revistas gratuitas.

En la actualidad existen diferentes tipos de revistas, lo cual permite que tengan un público más amplio desde niños hasta adultos. La clasificación más conocida según Ane (2012) es: Especializada, en las cuales tratan temas sobre autos, educación, psicología, entre otros; Informativas, tratan temas sobre economía, política, sociedad, entre otros; Científicas, difunden temas sobre investigaciones, avances en medicina, bibliografías sobre científico, entre otros; y las de Entretenimientos, este tipo trata de temas sobre cocina, moda, diseño, turismo, entre otros (párr. 9-10).

Otra característica de las revistas es que se pueden encontrar en dos formatos diferentes es decir impresas o digitales; como lo menciona Martínez (2009) las revistas impresas y digitales cumplen con las mismas características en cuanto a su periodicidad, con la diferencia que el diseño de las revistas digitales puede ser más amplio y dinámico haciendo uso de multimedia, animaciones y videos (párr. 1 – 3).

Las revistas turísticas son aquellas que tienen como objetivo, exhibir reportajes dedicados a viajes y turismos para dar a conocer rutas recomendadas, gastronomía y destinos, al mismo tiempo informar sobre viajeros, programas de viajes, destinos turísticos y crónicas. (López, 2009, p. 23)

1.1.4. Elementos compositivos del diseño editorial

Para el proceso de creación de cualquier publicación, digital o impresa, es fundamental cumplir con una variedad de criterios los cuales bien aplicados permitirán que el producto sea excelente y alcance su objetivo de manera más rápida. Dentro del diseño gráfico no solo se busca que el mensaje se transmita de forma correcta cuidando ortografía, limpieza, redacción y orden; sino que se comunica de forma agradable mediante el buen uso de tipografía, espacios, dimensiones, formatos, entre muchos elementos más que permiten que se funcional tanto para quien lo diseña como para quien lo recibe (Guerrero, 2016, p. 31).

Estos conceptos deben coincidir dentro de un espacio determinado, papel si es impreso o pantalla si es digital, encontrando armonía en ellos y para organizar estos elementos tanto estéticos (espacios, colores, proporciones, etc.) como funcionales (retícula, tamaño, tipo de letra, formato, etc.), existe la composición. Según Zanón (2007) la composición, es el modo de situar los elementos, esto comunica visualmente al espectador el significado de las páginas; y es la percepción humana la encargada de entender el mensaje que envía el diseñador, quien intenta ordenar las partes de forma jerarquizada y lógica para transmitir la idea. (p. 30).

Para realizar una buena composición es fundamental conocer los elementos básicos que se deben aplicar en cualquier pieza gráfica, Camusso et.al (2014, p. 1) menciona que dentro de los principios del diseño editorial tenemos:

1.1.4.1. Jerarquía

Permite facilitar la lectura de los elementos gráficos del espectador, es decir, la jerarquía controla la secuencia en la que se perciben los elementos porque establece niveles de información, determinando cual es el de mayor importancia por medio del color, escala, espacios, ubicación, entre otros. (Samara, 2010, p. 18). Boscardin (2007) menciona que, el centro establece un equilibrio estricto de los pesos visuales, percepción que cambia si se mueve hacia la derecha es avance óptico, a la izquierda retroceso, tal como se muestra

en la figura 1; mientras que como se representa en la figura 2 la misma línea tiene mayor peso en la parte inferior y en la parte superior transmite ligereza.

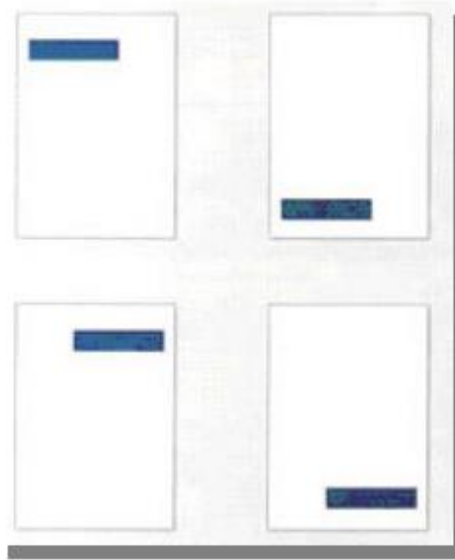


Figura 1 Peso visual
Fuente: Boscardin (2007)



Figura 2 Peso visual
Fuente: Boscardin (2007)

1.1.4.2. Proporción

Inchiglema (2017) menciona:

La proporción es la relación de los objetos dentro de la composición con respecto al tamaño del documento (formato), así como respecto al tamaño, forma y color de los elementos entre sí. Lo más importante al hablar de proporción o contraste es no realizar todo al mismo tamaño. Dentro de un mensaje siempre hay elementos más importantes, otros menos, y reflejar esa importancia por medio del aumento o reducción de tamaño (de proporción), generará limpieza y ganará atención e interés en el mensaje contenido dentro del documento (p. 13).

1.1.4.3. Equilibrio

Se define como el centro de gravedad entre pesos, usando como referencia lo horizontal-vertical (figura 3), dando así la apreciación de estabilidad (Dondis, 1984, p. 35), por otro lado, la Universidad Tecnológica - EcoTec (2011) alude que existen dos tipos de equilibrio: simétrico y asimétrico, el primero se presenta con la igualdad de peso (figura 4) y el segundo cuando no existe la misma dimensión en las dos partes (figura 5) (p. 27).



Figura 3 Referencias horizontal vertical
Fuente: Dondis (1984)

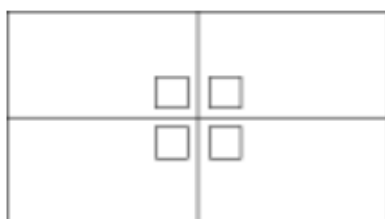


Figura 4 Equilibrio simétrico
Fuente: EcoTec (2011)



Figura 5 Equilibrio asimétrico
Fuente: EcoTec (2011)

1.1.4.4. Formato

En cualquier pieza gráfica editorial, el formato se define como la forma o el tamaño que se obtendrá al finalizar el diseño. Según Galabay (2015) se debe tener en consideración al momento de seleccionar el formato las necesidades del diseño que se va a realizar, el público al que será dirigida la publicación, el tipo de información que se va a colocar y el

presupuesto en caso de que se elija un formato no estandarizado en los tamaños de papel ISO (Organización Internacional de Estandarización). Teniendo en cuenta estos aspectos se puede lograr resultados creativos y de calidad (p. 16).

Tabla 1

Los formatos de papel DIN (Instituto Alemán de Normalización)

Serie A (mm)	Serie B (mm)	Serie C (mm)
A0 (841 x 1189)	B0 (1000 x 1414)	C0 (917 x 1297)
A1 (594 x 841)	B1 (707 x 1000)	C1 (648 x 917)
A2 (420 x 594)	B2 (500 x 707)	C2 (458 x 648)
A3 (297 x 420)	B3 (353 x 500)	C3 (224 x 458)
A4 (210 x 297)	B4 (250 x 353)	C4 (229 x 324)
A5 (148 x 210)	B5 (176 x 250)	C5 (162 x 229)
A6 (105 x 148)	B6 (125 x 176)	C6 (114 x 162)
A7 (74 x 105)	B7 (88 x 125)	C7 (81 x 114)
A8 (52 x 74)	B8 (62 x 88)	C8 (57 x 81)
A9 (37 x 52)	B9 (44 x 62)	
A10 (26 x 37)	B10 (31 x 44)	

Nota: Zanón (2007, pp. 18-19)

1.1.4.5. Retícula

También conocida como Grid, es para Velasco (2004) una guía que permite cuidar detalles al momento de distribuir los elementos en una página; se trata de seccionar los espacios en módulos o en calles también llamadas columnas (p. 13). Este elemento es la base de todo proyecto gráfico porque permite al diseñador organizar los códigos visuales y al receptor encontrar la información. Dentro de los componentes de la retícula tenemos los módulos, marcadores, zonas espaciales y líneas de flujo. Vega (2013), clasifica las retículas en diferentes tipos como:

- Retícula manuscrita.

Tiene una columna única que contiene un texto largo y seguido; se estructura según los márgenes, la mancha, encabezados y/o pie de página.

- Retícula de columnas.

Las más utilizadas son de tres y dos columnas asimétricas, se escoge el número de columnas dependiendo del texto deben entrar los caracteres de tal forma que la lectura sea agradable.

- Retícula modular.

Tiene líneas horizontales que subdividen las columnas, se caracteriza por brindar orden a la maquetación y permite ubicar elementos de tamaños distintos.

- Retícula jerárquica.

Se adecua a las necesidades de la información, sus columnas son variables, no responde al tamaño modular y sus espacios también son desiguales.

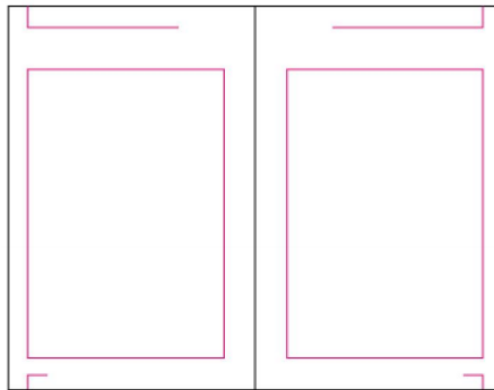


Figura 6 Retícula manuscrito
Fuente: Samara (2004)



Figura 7 Retícula manuscrito
Fuente: Minervini (2012)

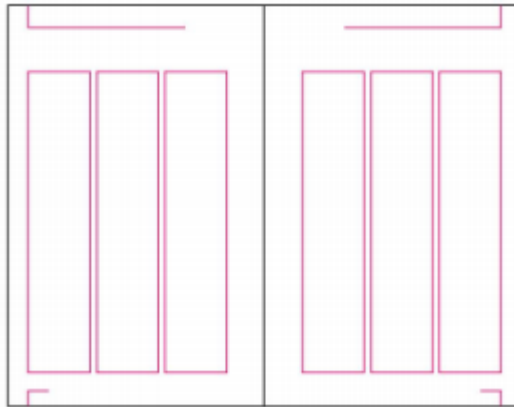


Figura 8 Retícula de columnas
Fuente: Samara (2004)



Figura 9 Retícula de columnas
Fuente: Minervini (2012)

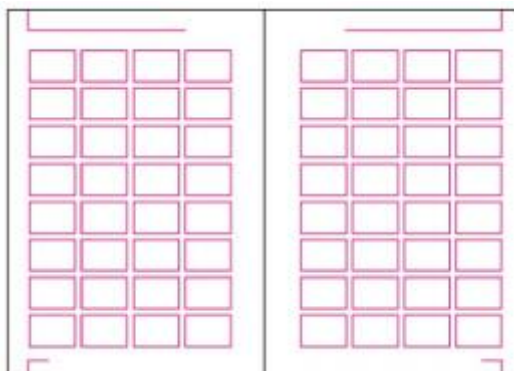


Figura 10 Retícula modular
Fuente: Samara (2004)



Figura 11 Retícula modular
Fuente: Minervini (2012)

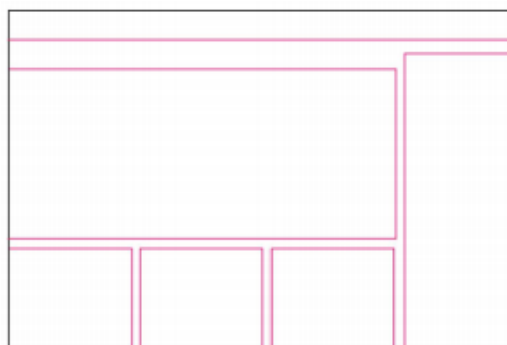


Figura 12 Retícula jerárquica
Fuente: Samara (2004)



Figura 13 Retícula jerárquica
Fuente: Minervini (2012)

1.1.4.6. Tipografía

Velasco (2004) la entiende como el estudio y la clasificación de tipos de letras con características visuales similares (pp. 8-10); para colocarlas dentro de un espacio definido y que conformen un texto legible es necesario conocer ciertas características como:

- Fuente, es el conjunto de caracteres, números y signos de cualquier tamaño o estilo.
- Familia tipográfica, es el grupo de letras con rasgos similares, pero con ciertas variaciones como ancho o grosor (figura 14).
- Estilo, se dividen en Serif las cuales tienen unos pequeños adornos en las terminaciones de los caracteres (figura 15); Sans Serif o Palo seco carecen de remates en sus terminaciones (figura 16); Script o caligráfica se asemejan a la escritura a mano (figura 17); Decorativas o de fantasía estas son tipografías elaboradas para fines específicos con atributos temáticos (figura 18).

ABCDEabcde12345\$€@&
 ABCDEabcde12345\$€@&
 ABCDEabcde12345\$€@
ABCDEabcde12345\$€@&
 ABCDEabcde12345\$€@&ABCDEabcde

Figura 14 Familia tipográfica
 Fuente: Mariño (2005)

A f g x b k Q o

Figura 15 Serif
 Fuente: Ricupero (2007)

A f g x b k Q o

Figura 16 San serif o palo seco
 Fuente: Ricupero (2007)

A f g x b k Q o

Figura 17 Script o caligráfica
 Fuente: Ricupero (2007)



Figura 18 Decorativas o de fantasía
Fuente: Ricupero (2007)

1.1.4.7. Márgenes

Zanón (2007) menciona que son todos los espacios en blanco que rodean los bordes de una página, se debe emplear de manera correcta los márgenes para una buena lectura y para mantener una estética determinada en la publicación, existen cuatro márgenes en una página; al margen superior se lo denomina cabeza; al inferior, pie; al lateral izquierdo, lomo y al lateral derecho, corte (pp. 22-23).

1.1.4.8. Imágenes

En toda publicación es necesario insertar imágenes, ya sean fotografías o ilustraciones, ya que esto puede ayudar a realzar el mensaje que se quiere dar, Velasco (2004) dice que “las imágenes que se insertan en una publicación juegan un papel de vital importancia, ya que atraen la atención de los lectores por su color, textura y dinamismo; además son uno de los elementos de más inmediata comunicación” (p. 15).

1.1.4.9. Descanso visual

Son todas las partes dentro de la composición donde hay carencia de cualquier elemento gráfico, tiene la función de equilibrar el peso de todos los elementos presentes en la pieza, también encuadran y marcan los límites espaciales de la composición (Boscardin, 2007, p. 19).

1.1.4.10. Color

Es un elemento del diseño gráfico que provoca sensaciones y emociones en el lector, en una publicación el color atrae al consumidor despertándole los sentidos, involucrándolo de manera más directa en la escena y en el mensaje que se proyecta, brindándole algo más allá de lo bidimensional (Ghinaglia, 2009, p. 14); para lograr que el color genere esas sensaciones e informe es necesario conocer la teoría del color, Mariño (2005, p. 27) indica que se divide en colores primarios (figura 19), los secundarios que nacen de la mezcla de los primarios (figura 20) y los terciarios derivados de las mezclas de primarios y secundarios (figura 21).



Figura 19 Colores primarios
Fuente: Bernis (2017)



Figura 20 Colores secundarios
Fuente: Bernis (2017)



Figura 21 Colores terciarios
Fuente: Bernis (2017)

1.1.5. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (2014), el turismo abarca todas las actividades que todos los turistas realizan durante los viajes y estadías en lugares distintos a su entorno habitual, con un periodo inferior a un año; los motivos de estos viajes pueden ser por ocio, negocios u otros. Existen 5 tipos de turismo: Turismo emisor, Turismo internacional, Turismo interno, Turismo nacional, Turismo receptor (pp. 1-7).

El turismo como tal según Rodríguez (2011) nace como resultado de la Revolución Industrial, en el siglo XIX, por motivo de los desplazamientos que realizaban las personas con el propósito de ocio, descanso, salud, visita, etc. Otro tipo de desplazamiento que contribuyó a la creación del turismo fueron los movimientos por guerra, comercio, migratorio, entre otros (p. 1).

El turismo abarca variedad de servicios como hoteles, transporte, compañías, entre otros y en la actualidad es fuente económica de ciudades, pueblos, comunidades y países. Ecuador se encuentra ubicado en el nor-occidente de Sudamérica, limitando al Norte con Colombia, al Sur y Este con Perú, y al Oeste con Océano pacífico; su ubicación geográfica permite que sea uno de los países con mayor biodiversidad a nivel mundial; así lo menciona el Ministerio de Turismo (2015, p. 6).

Este país se divide en 4 regiones: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos; esto permite que la diversidad no solo se presente en flora y fauna, sino en sus razas, historias, tradiciones, cultura y gastronomía, gracias a la pluriculturalidad que existe en el país la variedad de recetas y prácticas culinarias es única; de la misma forma los atractivos turísticos son diversos van desde playas, hasta junglas amazónicas, volcanes, los Andes, entre otros.

Dentro de su región Costa se encuentra Esmeraldas más conocida como “Provincia Verde”, se encuentra al Norte de la región y en la frontera con Colombia, su capital lleva el mismo nombre y se caracteriza por tener uno de los puertos principales del Ecuador; el principal atractivo turístico de la provincia son sus playas y su gastronomía, aunque también cuenta con uno de los manglares más altos del mundo; también se conoce por sus expresiones culturales del territorio afro-ecuatoriano entre ellas la marimba; todo esto la convierte en uno de los destinos turísticos más visitados del país (Ecuador Travel, 2017).

Los países anualmente invierten grandes sumas de dinero en actividades de publicidad con la finalidad de darse a conocer y promocionar sus destinos turísticos, comunicando a los turistas potenciales de los atractivos que el país ofrece; para lograr esto se llevan a cabo campañas por diferentes medios de comunicación impresos o digitales, así lo dice Campo y Álvarez (citado en Castillo y Castaño, 2014, p. 756) , estas estrategias de publicidad al contar con un diseño de calidad aparte de transmitir información de manera eficaz puede persuadir al consumidor inspirando confianza y credibilidad, permitiendo fortalecer la imagen de un país en mercados internacionales.

1.2. Antecedentes

El turismo ha sido motivo de diversos estudios, una de las investigaciones encontradas es la de Guailas (2016) la cual tiene como objetivo promocionar los atractivos turísticos del cantón e informar los nuevos acontecimientos, demostrando así todas las cualidades que posee este cantón que cada día incrementa su número de visitantes, gracias al diseño de una revista turística como medio de difusión. Se desarrolló con una metodología bibliográfica, descriptiva y de campo, utilizando las técnicas de entrevistas, encuestas y observación, las cuales aplicaron a una muestra de 100 personas según la fórmula finita. Se presenta como resultado que la revista contribuirá tanto al ámbito económico como en el social de la comunidad (pp. 1, 23, 60).

Este proyecto se relaciona con la investigación planteada porque se muestra de forma detallada la propuesta de la revista turística impresa, aportando así a uno de los subtemas del tema propuesto.

En la investigación de Quintana (2013) se presenta un proyecto factible, apoyado por una investigación documental y de campo. Las técnicas utilizadas son las encuestas, entrevistas y observación participativa, las cuales fueron realizadas a diferentes autoridades, pobladores y turistas. Esta investigación demostró que la elaboración de una revista puede mejorar la comunicación tanto del turista interno como del externo y de esta forma mantiene informada a la clientela de los diferentes destinos turísticos e incentiva la visita del turista nacional y extranjero (pp. 1, 58, 105).

Este trabajo se relaciona con la investigación planteada puesto que muestra una propuesta de diagramación, tipografía y elementos gráficos para revistas de turismo impresas.

La investigación de Montes (2013) tiene como objetivo el estudio del color en el ámbito de la comunicación visual. Esta tesis doctoral aplica una metodología descriptiva, donde se ocupa el análisis de 12 ejemplares de revistas. Esta investigación demostró que las composiciones a color ejercen un claro dominio frente a las propuestas en blanco y negro, también se confirma que el color aporta información y colabora en tareas compositivas, otra conclusión es que el texto, las imágenes y el color son instrumentos eficaces en la comunicación efectiva del mensaje (pp. 17, 36, 449).

El proyecto antes mencionado sirvió como aporte para la presente investigación porque contiene información básica que contribuyó a la elaboración del marco teórico.

La investigación de Plazas (2012) tiene como objetivo indagar acerca de la situación en cuanto a la transformación producida en el lenguaje gráfico en los diarios, el papel del diseño en esta transformación, y su manifestación en los diarios de Buenos Aires. Se desarrolló con una metodología cualitativa con un trabajo de campo, utilizando un instrumento de observación estructurada aplicado a una población de 350 diarios digitales en Argentina con una muestra entre los años 2010 y 2011. Se presenta como resultado que el discurso visual presente en la interfaz gráfica de usuario de diarios digitales puede ser comprendido desde la complejidad de elementos que la conforma enmarcados en la marca y la portada y, a su vez, desde el conflicto interno de dos modelos de comunicación en disputa por la construcción de la imagen de usuario en la interfaz (pp. 5, 11, 103).

1.3. Marco legal

Las bases legales de este proyecto de investigación se basan en la Constitución de la República del Ecuador (2008), se toma en cuenta el régimen del Buen Vivir; Art. 27 el cual indica que la educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, este artículo también menciona que la educación debe ser intercultural, que impulse a la justicia, solidaridad y desarrollo de competencias y capacidad; todo esto con la finalidad de brindar una educación de calidad y calidez (p. 17). El artículo mencionado respalda esta investigación puesto que al proporcionar información específica acerca de los parámetros adecuados para elaboración de revistas de turismo online, puede servir como material pedagógico para docentes y estudiantes.

La Ley Orgánica de Comunicación (2013) menciona en el Art. 8 sobre la prevalencia en la difusión de contenidos de los medios de comunicación en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural; los mismos que deberán encaminarse a la calidad, difusión de valores y derechos consignados en la constitución. Además, en el Art. 71 sobre responsabilidades comunes se indica que la comunicación realizada por un medio de comunicación debe ser dado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación, instrumentos nacionales y contribuir al buen vivir, se debe impedir la publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, entre otros que atente contra los derechos humanos; se debe promover la interculturalidad e igualdad

(p. 3). El Art. 94 sobre la protección de derechos en publicidad y propaganda menciona que se prohíbe la publicidad engañosa, pornografía infantil, bebidas alcohólicas, cigarrillos, sustancias estupefacientes y psicotrópicas; de igual manera la publicidad de alimentos y salud tendrán su respectiva autorización (p. 16). El Art. 98 sobre producción de publicidad nacional se refiere a que toda publicidad difundida en territorio ecuatoriano deberá ser creada por personas naturales o jurídicas del país o extranjeros radicados legalmente en Ecuador (p. 17). Las revistas de turismo online son un medio de comunicación el cual se difunde por medio de internet, por esta razón su contenido debe cumplir y respetar los artículos antes mencionados para evitar inconvenientes en su difusión.

La Ley de Turismo (2002) en su Art. 45 indica los casos en los cuales habrá resarcimiento de daños y perjuicios: a) el que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad; (p. 12). Este artículo se vincula con la investigación porque la revista de turismo al tener una difusión nacional o internacional debe proporcionar a su público información verídica sobre el destino.

2. CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de estudio

Según el enfoque

La investigación tiene una metodología con enfoque cualitativo, la cual desde el punto de vista de Hernández (2014) implica la recolección y análisis de datos sin representación estadística para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación (p. 7).

El método es cualitativo porque la información que se obtuvo de la ficha de observación aplicada a revistas turísticas digitales a nivel nacional para reconocer los elementos visuales que las conforman, y los datos obtenidos por medio de la ficha bibliográfica de los diferentes documentos con temas sobre diseño editorial y sus normativas para la calidad del producto gráfico, serán presentados en términos no numéricos.

Según el alcance

Esta investigación tiene un alcance descriptivo y explicativo. Descriptivo porque se identifican los elementos visuales existentes en revistas online y se conoce la apreciación de distintos autores de documentos sobre el diseño editorial y los criterios a seguir para la composición de productos editoriales, así mismo explicativa porque una vez obtenida la información se analizó para determinar los parámetros de mayor importancia para el diseño de revistas de turismo online.

Según temporalidad

La investigación tiene una temporalidad longitudinal prospectiva, porque se recogió información en el transcurso del periodo académico, mientras que el análisis de datos y resultados se obtuvo en el desarrollo del proyecto.

2.2. Definición conceptual y operacionalización de las variables

Los criterios de calidad, se refieren a los aspectos que se deben cumplir al momento de la creación de cualquier proyecto gráfico para garantizar su eficacia y funcionalidad. Esta investigación tiene como variables principales: Criterios de calidad, Composiciones editoriales y Revistas de turismo. Las composiciones editoriales, son todas aquellas

publicaciones impresas o digitales que se conformen de texto o imágenes tales como periódicos, folletos, libras o revistas. Las revistas de turismo, son publicaciones editoriales en las cuales se difunde información sobre un lugar determinado. Mediante el uso de instrumentos se busca obtener conclusiones sobre las variables principales, las cuales operan de la siguiente manera:

Criterios de calidad

- Nivel de validez
- Nivel de fiabilidad
- Apropiado

Composiciones editoriales

- Tipo texto
- Uso de imágenes
- Aplicación de márgenes y cuadrícula
- Tipo formato
- Espacios en blanco o descanso visual
- Tipo de contenido
- Uso de color
- Uso de equilibrio y armonía

Revistas de turismo

- Tipos de temas
- Tipo de audiencia

2.3. Métodos

Consiste en un paradigma interpretativo el cual Fonseca (2003) explica que se aplica cuando “la investigación busca describir, comprender e interpretar los distintos fenómenos que se desarrollan en ella mediante la relación investigador-objeto” (p. 120).

Los métodos utilizados en la investigación son inductivo y analítico. Maya (2014) define el método inductivo como “el razonamiento que parte del análisis de ejemplos concretos que se descomponen en partes para posteriormente llegar a una conclusión.” (p. 15); Gutiérrez-Sánchez (1990 citado en Maya 2014, p. 13) al método analítico lo define como aquel “que distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de los elementos por separado.”

El método inductivo se aplicó al partir de las variables para exponer un análisis y reflexión general de la problemática; por otro lado, el analítico se aplicó al momento de estudiar y comparar los datos obtenidos de los diferentes documentos de diseño editorial, para así poder determinar parámetros necesarios para la producción de revistas turísticas online.

Contexto

El medio utilizado para la recolección de datos con los instrumentos fueron sitios web de la internet, donde se investigaron las revistas digitales y las fuentes para el análisis documental.

Duración

La duración de la investigación se proyectó a 12 meses y abarcó la recopilación de información, diseño y aplicación de instrumentos, análisis de datos y defensa de la investigación.

Población y muestra

La población o universo es el conjunto de elementos (personas, instituciones o cosas) que se encuentran involucradas en la investigación, pueden ser población finita o infinita; donde la primera consta de un número limitado y la segunda no se puede contabilizar (Ludewig, 2014, pp. 1-2).

En base a lo mencionado por Ludewig la población investigada fueron 10 revistas digitales entendidas como objetos de estudio, elegidas por su tiempo de vigencia en el mercado nacional y por estar aprobadas por el ministerio de turismo, a las cuales se les aplicó fichas de observación para reconocer los elementos visuales que forman parte de su composición; de la misma forma 10 libros y manuales de diseño editorial elegidos por la importancia del contenido y su reconocimiento en la rama del Diseño Gráfico, a los que se les aplicó las fichas bibliográficas para la recolección de datos acerca de los criterios de calidad para el uso de elementos visuales en revistas digitales.

Técnicas e instrumentos

El concepto de técnica es descrito por Arias (2006); como el procedimiento para obtener datos o información, y al instrumento como un recurso que se utiliza para registrar o almacenar la información adquirida (pp. 67,68). Las técnicas a utilizar en esta investigación fueron la observación no participante y el análisis documental.

Los instrumentos que se aplicaron fueron la ficha de observación (Anexo 2) a revistas turísticas digitales a nivel nacional (Anexo 3) y ficha bibliográfica (Anexo 5) a libros/manuales sobre Diseño Editorial (Anexo 6), los cuales se utilizaron para la recolección de información válida sobre los criterios de calidad para el proceso de composiciones de revistas de turismo online. Los instrumentos se realizaron basándose en las variables que presenta la investigación y en el marco teórico de la investigación específicamente de los elementos compositivos del diseño editorial según Camusso et al (2014), luego la aprobación del contenido se realizó mediante el proceso de validación de criterios a tres expertos de la Escuela de Diseño Gráfico de la PUCE Esmeraldas, los cuales validaron los instrumentos para su aplicación (Anexo 1).

2.4. Análisis de datos

El análisis de la información obtenida en la ficha de observación y ficha bibliográfica se enfocó en el cumplimiento de los objetivos de esta investigación, para ello se siguió el proceso según Álvarez (2005), Miles y Huberman (1994), Rubin y Rubin (1995) (citados en Fernández, 2006): Primero se obtiene y captura la información; en el segundo paso se transcribe; en el tercer paso se analiza; y por último se resume (pp. 3-4). En referencia a lo mencionado, primero se obtuvo la información por medio de las fichas de observación para conseguir el primer objetivo: analizar los elementos visuales que forman parte de la composición de revistas turísticas digitales. Luego se transcribió toda la información recolectada en una matriz de datos (Anexo 4) con la finalidad de que sea clara y legible; para poder efectuar el segundo objetivo: examinar los criterios de calidad para el uso de elementos visuales en revistas digitales, se utilizaron las fichas bibliográficas aplicadas a los libros/manuales de diseño editorial, esta información se transcribió en una matriz de datos (Anexo 7) para realizar el análisis de cada ítem, encontrar similitud, categorizar los datos y resumir la información para encontrar vínculos entre sus respuestas, esto permitió obtener las conclusiones generales y cumplir con el tercer objetivo: proponer los parámetros formales de calidad para la elaboración de revistas digitales, los cuales se presentarán en el apartado de recomendaciones.

3. CAPÍTULO III: RESULTADOS

Fichas de observación

En relación a la variable *composiciones editoriales* se aplicó la ficha de observación a revistas turísticas digitales del Ecuador desde la cual se extraen los siguientes resultados en cuanto a tipografía, imagen, texto, retícula, formato y otros elementos visuales que se encontraron.

- Tipografía: se ha podido visualizar que la tipografía más utilizada pertenece a la familia Sans Serif o palo seco.
- Imágenes: en esta variable se obtienen varias categorías en cuanto a tipo de imágenes en primer lugar aparecen las fotografías de manera predominante, de igual manera se utilizan con frecuencia mapas e iconos; se ha podido visualizar que la cantidad varía entre una o dos fotos por página, en tamaño predominan las fotografías de una página y media, aunque también se ocupan de una o media página.
- Textos: se ha visualizado que la estructura básica de una revista digital está conformada por títulos, subtítulos, cuerpo y número de página; por otro lado, el manejo de los textos es justificado permitiendo que los bordes sean homogéneos, el interlineado predominante es de 1,5 aproximadamente y la cromática tipográfica es negro o blanco (dependiendo del fondo).
- Retícula: se ha podido visualizar que la distribución de los elementos tiene como base una retícula de columnas siendo la de dos columnas la más usada, siguiéndole la reticular modular y jerárquica.
- Formato: se observó que la orientación del formato más utilizada es vertical.
- Otros elementos, la mayoría de las revistas observadas manejan letra capital, colores vivos utilizados en filetes o pequeños elementos que adornan la pieza y ocupan espacios en blanco muchas veces no tan bien distribuidos de tal manera que se percibe como incompleto.

Tabla 2

Mapa de categorías

TIPOGRAFÍA	IMAGEN	TEXTO	RETÍCULA	FORMATO	OTROS
<ul style="list-style-type: none"> • Palo seco 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías • Mapas • Iconos • 1 - 2 fotos por página • 1 página y media, 1 página, 1/2 página 	<ul style="list-style-type: none"> • Títulos • Subtítulos • Cuerpo • Número de página • 1,5 interlineado • Justificado • Color negro o blanco 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 columnas • Modular • Jerárquica 	<ul style="list-style-type: none"> • Vertical 	<ul style="list-style-type: none"> • Letra capital • Colores vivos • Espacio en blanco

Ficha bibliográfica

Las fichas bibliográficas aplicadas a libros/manuales referentes a diseño editorial responde a las variables *criterios de calidad y composiciones editoriales*, desde este instrumento se extraen los siguientes resultados.

- Tipografía: para esta variable se encontraron diferentes aspectos entre ellos se menciona que lo adecuado es utilizar dos diferentes fuentes tipográficas como máximo, puesto que para indicar cambio de información o crear jerarquía tipográfica se puede hacer uso de las variaciones de cada familia como lo son la anchura, inclinación o estilo. En cuanto a tamaño de los tipos es recomendable utilizar títulos con más de 14 puntos, los textos o cuerpos mínimo 8 y máximo 12 puntos y menor a 8 puntos se utiliza para pies de fotos o páginas; otro aspecto importante es la cromática tipográfica, el contraste que genera mayor legibilidad es el color negro sobre un fondo blanco, de la misma manera se menciona que cuando se desea utilizar tipografías a color se debe tener en cuenta el contraste que debe generar con el fondo. Además, se menciona que las tipografías palo seco ópticamente son más grandes que las serif, aunque tengan el mismo puntaje, por ello son las más recomendadas para piezas digitales porque su visualización en pantalla es más clara y legible.
- Imagen: las fotografías son el tipo de imágenes recomendadas para transmitir información con mayor rapidez y generar confianza en los lectores, mientras que los iconos o símbolos se asocian con instrucciones. En relación a la diagramación de la imagen fotográfica se encontraron dos puntos relevantes, las fotografías a sangre proyectan la realidad mostrando más detalles de la imagen, sin embargo, el margen profundo permite visualizar las imágenes y sus textos acompañantes como pies, membretes y demás información; otro aspecto importante para evitar la deformación de las imágenes es adaptar la retícula y no forzar el tamaño.
- Texto: dentro de esta variable destacan diferentes criterios que aportan a la legibilidad de los párrafos. Para la lectura el ojo humano debe hacer saltos de una línea a otra, por ello se recomienda que la anchura de los párrafos oscile entre 60 – 80 caracteres por línea; otro criterio es el interlineado el cual debe ser óptimo a la vista con un aumento del 20% en relación con el cuerpo tipográfico, es decir, 2 puntos más al tamaño de la tipografía para diferenciar los vocablos entre sí. La

alineación de los textos va a depender de su función, los textos para lectura se recomienda alinearlos a la izquierda para evitar espaciados innecesarios entre palabras y facilitar la lectura, mientras que los textos de acompañamiento y pies de página o foto serán alineados a la derecha por la dificultad de lectura y contraste de información.

- **Retícula:** las revistas son maquetadas generalmente bajo retículas de columnas 2/3 porque facilita la distribución y separación de diferentes elementos como textos largos o cortos, imágenes, pies, entre otros, así mismo es flexible permitiendo añadir o disminuir la cantidad de columnas según se necesite; por otro lado, la retícula modular es utilizada para proyectos más complejos con mayor contenido y es conveniente para la colocación de imágenes.
- **Formato:** esta variable no tiene un criterio determinado, el formato se aplica de acuerdo a la finalidad de la pieza editorial, el formato comercial es el más utilizado con medidas DIN de 15x21 cm, sin embargo, pueden variar entre 13x21 cm a 17x24cm; en cuanto a orientación se recomienda utilizar el formato de manera vertical para distribución de varios elementos, el formato horizontal es recomendable para imágenes panorámicas.
- **Otros criterios:** los espacios en blanco en la maquetación de revistas permiten concentrarse en la lectura, pero deben ser moderados para que no se convierta en una distracción. El modo de color es una parte importante porque cambia dependiendo de cómo se va a presentar la pieza; el modo de color para artes digitales es el sistema aditivo RGB, el cual se compone de colores luz.

Tabla 3

Mapa de categorías

TIPOGRAFÍA	IMAGEN	TEXTO	RETÍCULA	FORMATO	OTROS
<ul style="list-style-type: none"> • Palo seco • 2 familias tipográficas y sus variaciones • Títulos mayores a 14 puntos, cuerpos entre 8 - 12 puntos y pies menores a 8 puntos 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías a sangre o con margen profundo • Fotografías reflejan realidad y símbolos • No forzar tamaños instrucciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Alineado a la izquierda para lectura • Alineado a la derecha pies y textos acompañantes • Interlineado 2 puntos mayor • Párrafos con 60 - 80 caracteres por línea 	<ul style="list-style-type: none"> • 2/3 columnas para distribuir y separar información • Modular para trabajos más complejos e imágenes 	<ul style="list-style-type: none"> • Depende de la función • 13x21cm a 17x24 cm de manera vertical 	<ul style="list-style-type: none"> • Espacios en blancos moderados pero necesarios • Modo de color RGB • Márgenes anchos

Es importante mencionar que con el análisis de resultados que se obtuvo por medio de los instrumentos metodológicos y la elaboración de una matriz de datos, se evidenció que los parámetros para piezas editoriales están establecidos de manera general, sin tomar en cuenta el medio por el cual serán presentados.

4. CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como finalidad determinar los parámetros formales para la composición de revistas digitales de turismo, donde se evidenciaron los diferentes elementos visuales que conforman un arte editorial digital, por medio de la aplicación de fichas de observación y fichas bibliográficas.

De los resultados obtenidos por medio de los instrumentos metodológicos se puede mencionar en cuanto a tipografía que las familias Sans Serif o palo seco son las más utilizadas para piezas editoriales, Guailas (2016), Quintana (2013) y Montes (2013) complementan esto con sus investigaciones, las cuales tuvieron como resultados que para la elaboración de revistas las fuentes palo seco son visualmente más agradables y cómodas para el lector.

A su vez el estudio planteado por Quintana (2013) indica que el color negro en tipografías sobre un fondo blanco es de mayor uso en las composiciones de revistas por generar mayor contraste, del mismo modo lo afirma Montes (2013), quien menciona que el color negro utilizado como mancha sobre fondo blanco es apto para elementos textuales puesto que facilita la lectura; estas teorías se pudieron evidenciar con la aplicación de las fichas bibliográficas utilizadas en esta investigación a los libros/manuales sobre Diseño Editorial; sin embargo Guailas (2016), arroja como resultados que el color de la tipografía se determina por lo que se desea transmitir siempre que no dificulte la lectura.

En relación a los tamaños tipográficos según el análisis de resultados de esta investigación deben ser grandes para titulares y pequeños para cuerpos de texto, de igual manera en los estudios de Quintana (2013), Plazas (2012) y Guailas (2016), demuestran que esta teoría debe ser aplicada para que los títulos tengan una fuerte presencia y los cuerpos de texto una mayor legibilidad.

De la misma manera con respecto a imágenes se obtuvo como resultado, al igual que en la investigación de Montes (2013), que el uso de fotografías en la elaboración de revistas digitales es de mucha importancia ya que tienen la capacidad de representar la realidad, atraer visualmente y despertar curiosidad en el lector; Guailas (2016) integra a esta hipótesis que las fotografías transmiten información más relevante y ayudan a retener la atención del lector, especialmente cuando representan lugares turísticos.

En cuanto a retícula esta investigación arrojó que las más utilizadas son las de columnas y modulares por su flexibilidad en la distribución de información, de igual manera los resultados de las investigaciones de Montes (2013) y Plazas (2012), mencionan que este tipo de retículas demuestran una composición sólida y compacta, y el ordenamiento de diversos elementos gráficos respectivamente; además Montes agrega que se puede aplicar ambos tipos de retícula en una sola página con la finalidad de facilitar la unidad de los elementos visuales.

Finalmente, las investigaciones de Quintana (2013), Plazas (2012) y Guailas (2016) proponen que el uso de dos fuentes tipográficas diferentes es suficiente para generar contraste de información; este resultado se relaciona con lo arrojado en esta investigación donde se menciona que la aplicación de las variables de cada fuente permite visualizar una jerarquía tipográfica.

5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar los criterios de calidad para el diseño de revistas turísticas online, con la finalidad de apoyar en la elaboración de composiciones editoriales funcionales. De igual manera se establecieron tres objetivos específicos: primero se realizó un análisis de los elementos visuales que forman parte de la composición de revistas turísticas digitales. Así mismo se investigó los criterios de calidad para el uso de los elementos visuales en este tipo de revistas. Por último, se proponen los parámetros formales de calidad para la elaboración de revistas digitales.

Con la implementación de las técnicas metodológicas: observación y análisis documental, se constató la falta de piezas editoriales para la difusión turística de la ciudad de Esmeraldas y sus destinos, puesto que las revistas observadas hacen mención a otros lugares del Ecuador; por otro lado se comprobó acerca de los parámetros para piezas editoriales, que se encuentran establecidos de manera general independientemente del medio por el cual se presenten; es decir, los criterios para la composición visual de piezas digitales o impresas son los mismos, con la diferencia del modo de color.

El uso de los criterios de calidad dentro de cualquier pieza editorial, permiten que la composición adquiera armonía y genere fiabilidad al lector o usuario. Tanto las revistas digitales como impresas son un medio de comunicación masivo, sin embargo, las versiones digitales tienen la posibilidad de llegar a un público más amplio y que estos disfruten de la publicación de manera ilimitada, puesto que las ediciones se mantienen disponibles en el sitio donde circulen.

Por las características antes mencionadas las revistas digitales se convierten en un medio de comunicación provechoso para mostrar las cualidades de un destino y aportar a la demanda turística de un lugar, puesto que permite presentar de manera real el sector por medio de imágenes e información clara y concisa; esto se logra por medio del buen uso de fotografías, colores, tipografías y construcción del mensaje, provocando que la información llegue al usuario de manera más rápida, eficaz y que el mensaje tenga mayor impacto y pregnancia en el usuario.

6. CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

Para la elaboración de revistas digitales a nivel tipográfico se recomienda utilizar fuentes pertenecientes al estilo Sans Serif o palo seco, puesto que ópticamente presentan mayor legibilidad y claridad en medios digitales. Para crear jerarquía tipográfica y contraste de información se sugiere utilizar dos familias tipográficas como máximo o hacer uso de las variables de cada fuente como ancho, peso o inclinación, de esta manera no se provocará sobrecarga. Los tamaños tipográficos recomendados para títulos son más 14 puntos, los cuerpos entre 8 a 12 puntos y para pies de fotos o páginas menos 8 puntos; con contraste de blanco o negro para elementos de lectura, donde el blanco sea el fondo y el negro la tipografía.

Los párrafos no deben superar los 60 a 80 caracteres por línea para no cansar la lectura, el interlineado “ópticamente normal” es de 2 puntos más al tamaño de la tipografía o al menos deben diferenciarse los vocablos entre sí. La alineación a la izquierda es recomendada para cuerpos y la alineación a la derecha para pies y textos de acompañamiento, esto provoca una jerarquía de información y a su vez facilita la lectura.

A nivel de imagen se recomienda para revistas turísticas digitales utilizar fotografías, porque retienen la atención del lector y transmite información significativa, por ello también se sugiere utilizar fotografías reales, de calidad y no forzar sus dimensiones. Los iconos son otro tipo de imágenes recomendadas en el uso de mapas para dar indicaciones.

Toda pieza editorial se realiza bajo una retícula, se recomienda utilizar las de 2/3 columnas para distribuir elementos como textos, imágenes, entre otros; sin embargo, cuando se dispone de mucha información, se recomienda utilizar la retícula modular. Los formatos indicados para revistas digitales son entre 12x21 cm a 17x24 cm en forma vertical; pero si el objetivo es elaborar una pieza de fotografías panorámicas se utiliza horizontal.

El aspecto más importante es el sistema aditivo RGB, el cual se refiere a los colores que se presentan en ordenadores y se forman a base de luces de color; en este modo los colores primarios los conforman el rojo (red), verde (green) y el azul (blue), las combinaciones de estas luces de color obtienen los colores secundarios cian, magenta, amarillo (CMY) y la mezcla de estos últimos generan el blanco.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfredo. (20 diciembre 2010). *La historia del diseño editorial*. (Publicación tipo blog).

Recuperado de <http://www.estudiologos.com/la-historia-del-diseno-editorial/>

Ane Diseño. (27 junio 2012). *La Revista*. (Publicación tipo blog). Recuperado de

<https://anedisenowordpress.wordpress.com/2012/06/27/la-revista/>

Angulo, M. (2014). *La evolución de las revistas digitales – Forbes México*.

Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/la-evolucion-de-las-revistas-digitales/>

Arias, G. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: EDITORIAL EPISTEME, C.A.

Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*.

Recuperado de

http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Asamblea Nacional. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Recuperado de

http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf

Bernis, L. (2017). *Diseño gráfico digital*. (Figura). Recuperado de

<http://www.lorenabernis.com.ar/wp-content/uploads/2017/05/presentacion-C3%B3n-Color.pdf>

Boscardin, J. (2007). *Lenguaje gráfico. Composición y ubicación de los elementos de diseño*. Recuperado de [http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-](http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_grafico.pdf)

[lenguaje_grafico.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_grafico.pdf)

Calderón, M. (2014). *Libro diseño editorial*. Recuperado de

https://issuu.com/marlynalcalderon/docs/libro_ultimo

Camusso, Gastaldo, Marchetti, Menéndez y Provensa (2014). *Composición visual y diseño editorial*. Recuperado de

<https://visualgrafica.files.wordpress.com/2012/03/modulo-composicion-2014.pdf>

- Cantó, M. (2016). *Muestras de diseño editorial, covers, maquetaciones*. (Publicación tipo blog). Recuperado de <http://diversidad.com/disenio-editorial/>
- Castillo, M. y Castaño, V. (2014). *La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas*. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eyp/v24n3/v24n3a17.pdf>
de la revista literaria "Arma Blanca". Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21433/1/Tesis.pdf>
- Dondis, A. (1984). *La sintaxis de la imagen*. Recuperado de https://www.academia.edu/20018793/Dondis-D_A.-La-sintaxis-de-la-imagen.-Introducci%C3%B3n-al-alfabeto-visual?auto=download
- Ecuador Travel. (2017). *Esmeraldas Costa del Pacífico*. Recuperado de <https://ecuador.travel/destination/pacific-coast/esmeraldas/>
- El equipo de marketing. (2014). *¿Qué es y para qué sirve el diseño gráfico?* Recuperado de <https://www.optimizacion-online.com/que-es-y-para-que-sirve-el-diseno-grafico/>
- Fernández, L. (2006). *Fichas para investigadores*. Recuperado de <http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha7-cast.pdf>
- Fonseca, J. (2003). *El desarrollo axiológico del profesorado y la mejora institucional: III parte - Marco referencia metodológica*. Recuperado de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8899/MARCODEREFERENCIAMETODOLOGICAdoctoral.pdf?sequence=6>
- Galabay, V. (2015). *Diseño e ilustración para la segunda edición*
- Ghinaglia, D. (2009). *Entre corondeles y Tipos*. (Material didáctico). Recuperado de http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf
- Guailas, W. (2016). *Diseño de una revista turística para la difusión del cerro Las Cabras como sitio de convergencia en la provincia del Guayas, cantón Durán*. (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10311/1/TESIS%20FINAL%20WEN%20corregido.pdf>

- Guerrero, L. (2016). *El diseño editorial. Guía para la realización de libros y revistas*. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/39751/1/TFM%20-%20autor%20Leonardo%20Guerrero%20Reyes.pdf>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F., México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Inchiglema, P. (2017). *Elementos del Diseño*. Recuperado de https://slidebr.com/download/patricia-inchiglema-diseo-grafico_59ee3f4ed64ab2bd20150c38_pdf#
- López, X. (2009). *Nuevos Medios de Comunicación para Intervenir en la Sociedad Mundializada*. México: Trillas.
- Ludewig, C. (2014). *Universo y muestra*. Recuperado de <http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/muestreo.pdf>
- Mariño, R. (2005). *Diseño de páginas web y diseño gráfico*. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=DTbyZPnxOI8C&printsec=frontcover&dq=Dise%C3%B1o+de+p%C3%A1ginas+web+y+dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico:+metodolog%C3%ADa+y+t%C3%A9cnicas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiDuLnDtv3XAhWlQpAKHdaIA9UQ6AEIJTAA#v=onepage&q&f=false>
- Martínez, M. (2009). *Revistas impresas vs Revistas digitales*. Recuperado de http://libros.malaletra.com/blog/impresas_vs_digitales/
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de http://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos_y_tecnicas.pdf
- Minervini, M. (2012). *Cátedra de producción gráfica*. (Figura). Recuperado de <https://graficaeci2012.files.wordpress.com/2012/03/diagramacic3b3n-y-retc3adcula-modo-de-compatibilidad.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2002). *Ley de Turismo*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

- Ministerio de Turismo. (2015). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%3%ADstica.pdf>
- Montes, J. (2013). *Análisis del diseño gráfico de las revistas de moda en España, desde una perspectiva cromática*. (Tesis doctoral, Universidad Rey Juan Carlos).
Recuperado de https://www.academia.edu/6223323/TESIS_DOCTORAL_AN%3%81LISIS_DEL_DISE%3%91O_GR%3%81FICO_DE_LAS_REVISTAS_DE_MODAL_EN_ESPA%3%91A_DESDE_UNA_PERSPECTIVA_CROM%3%81TICA?auto=download
- Oleas, A. (13 marzo 2017). *Historia de las revistas*. (Publicación tipo blog).
Recuperado de <https://www.imprimirmirevista.es/blog/historia-revistas/>
- Organización Mundial del Turismo – UNWTO. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Organización Mundial del Turismo. UNWTO. (2014). *Glossary of tourism terms*.
Recuperado de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary-of-terms.pdf>
- Plazas, H. (2012). *DISEÑO DE DIARIOS DIGITALES: Estudio de Interfaz gráfica de usuario de tres diarios de la ciudad de Buenos Aires*. (Tesis de maestría, Universidad de Palermo). Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/1099.pdf
- Quintana, M. (2013). *Creación de una revista informativa-turística para la parroquia La Merced*. (Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador). Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1456/1/T-UCE-0009-95.PDF>
- Ricupero, S. (2007). *Diseño gráfico en el aula*. (Figura). Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=_COD0A-85lcC&printsec=frontcover&dq=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico+en+el+aula&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjRisu3tv3XAhVGkZAKHWvbDiIQ6AEIJTAA#v=onepage&q&f=false

- Rodríguez, E. (10 agosto 2011). *Evolución historia del turismo*. (Publicación tipo blog). Recuperado de http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_del_turismo.html
- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. (Figura). Recuperado de <http://www.edgarmatamoros.com.mx/wp-content/books/Dise%C3%B1ar%20con%20y%20sin%20ret%C3%ADcula%20-%20Timothy%20Samara.pdf>
- Samara, T. (2010). *El diseñador como chef*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Sánchez, J. (10 febrero 2015). *Un repaso por la historia del diseño*. Recuperado de <https://www.freelancer.es/community/articles/breve-historia-del-diseno-grafico>
- Sierra, P. (2012). *Conceptos generales*. (Material didáctico, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo). Recuperado de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/conceptos_generales_inv.pdf
- Universidad Tecnológica – EcoTec. (2011). *Fundamentos de Diseño Gráfico*. Recuperado de http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cdocentes_y_directivos%5Carticulos/6201_trecalde_00451.pdf
- Vallejo, A. (2013). *Diseño editorial para fomentar el turismo. Creación de un fotolibro sobre las iglesias coloniales de la ciudad de Quito*. (Tesis de pregrado, Instituto Tecnológico Cordillera). Recuperado de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1376/150-DIS-13-13-1719249466.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vega, E. (2013). *Diseño editorial: página y retícula*. (Material didáctico). Recuperado de <http://www.eugeniovega.es/asignaturas/edicion/presenta/20130419lecture.pdf>
- Velasco, L. (2004). *Capítulo 5 manual de diseño editorial*. (Tesis de pregrado, Universidad de las Américas Puebla). Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/velasco_f_le/capitulo5.pdf


Zambrano, E. (2015). *Diseño Publicitario*. Recuperado de
<https://newerdesign.wordpress.com/2015/06/17/disenopublicitario/>

Zanón, D. (2007). *Introducción al diseño editorial*. Visión Net: Madrid. Recuperado de
<https://books.google.com.ec/books?id=-UKgj-nolasC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS

Anexo 1: Validación de instrumentos


VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

INSTRUMENTOS	CRITERIOS A EVALUAR								Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem, por favor indique)	
	Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Ficha de observación	X			X	X			X		
Ficha bibliográfica	X			X	X			X		
Aspectos generales								SI	NO	*****
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación								X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir								X		
VALIDEZ										
APLICABLE X					NO APLICABLE					
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES										
Validado por: NUNIA REY SOMOZA					CI: 1757351984		Fecha: 22 Noviembre 2017			
Firma: 					Teléfono: -		E-mail: nunia.rey@pucesec.edu.ec			

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

INSTRUMENTOS	CRITERIOS A EVALUAR								Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem, por favor indique)	
	Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Ficha de observación	✓			✓	✓			✓		
Ficha bibliográfica	✓			✓	✓			✓		
Aspectos generales								SI	NO	*****
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación								✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir								✓		
VALIDEZ										
APLICABLE ✓					NO APLICABLE					
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES										
Validado por: CRISTINA MARMOLEJO CUEVA					CI: 03022477-4		Fecha: 21/11/17			
Firma: 					Teléfono: 0980071575		E-mail: melba.marmolejo@pucesec.edu.ec			

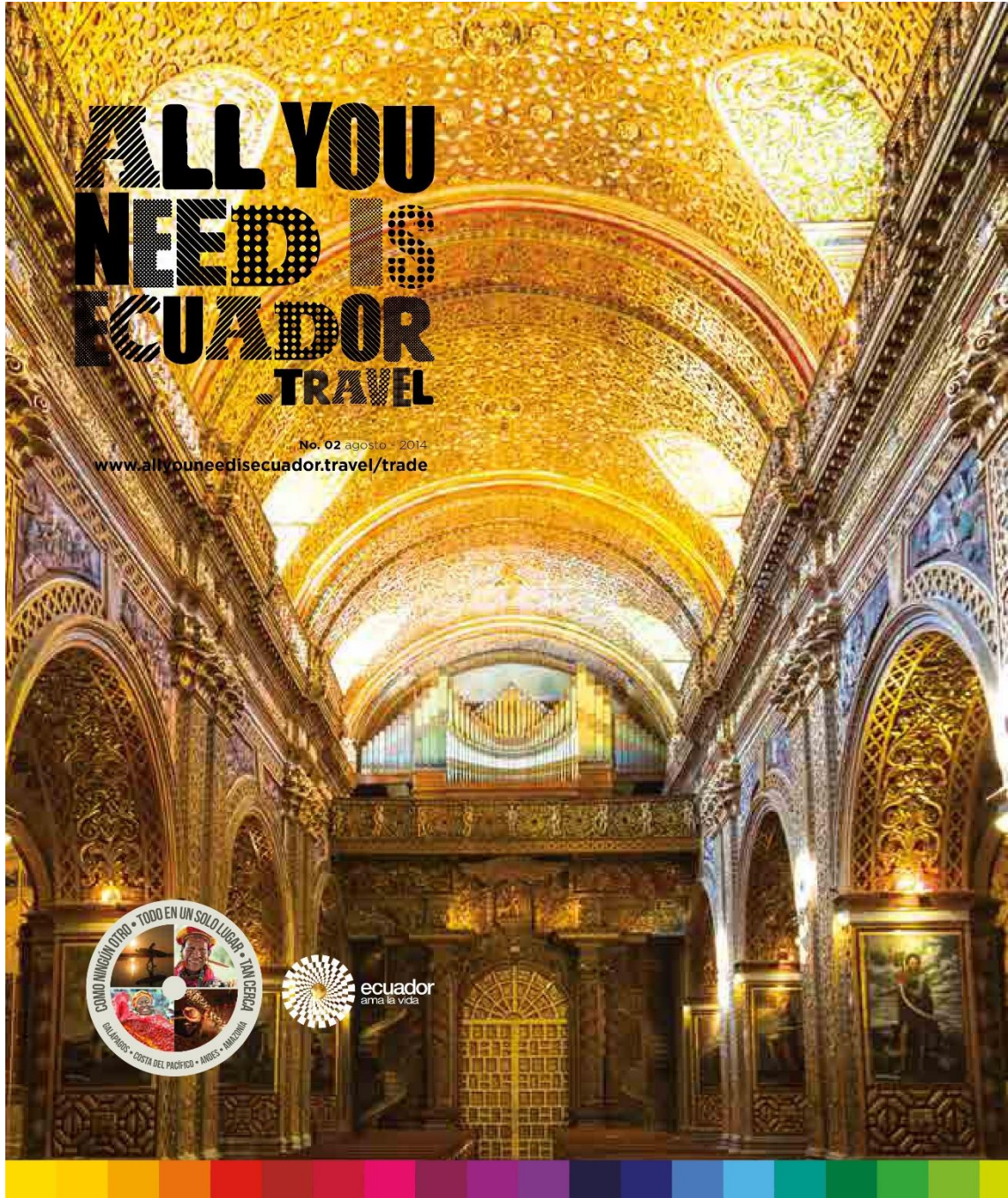
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

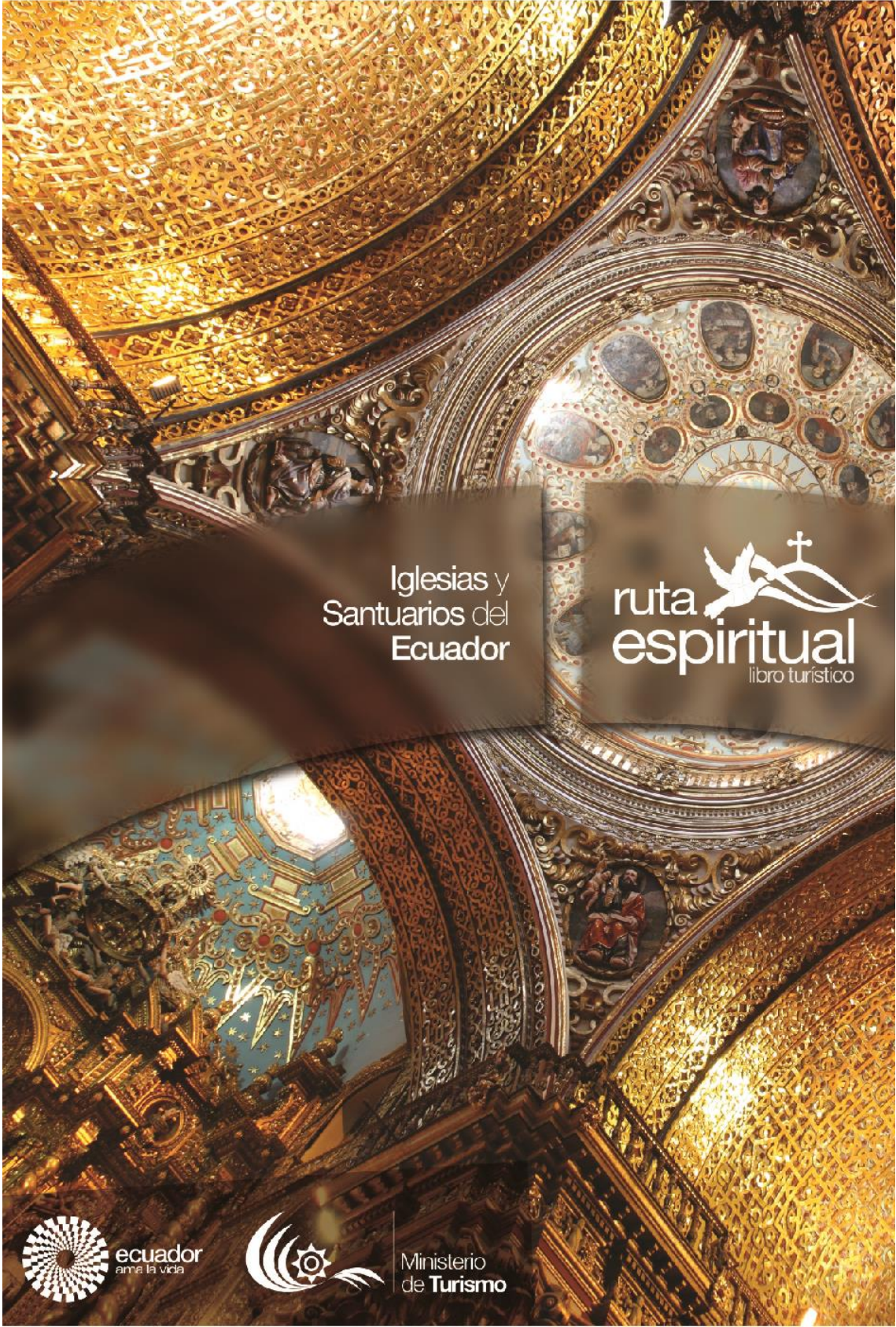
INSTRUMENTOS	CRITERIOS A EVALUAR								Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem, por favor indique)	
	Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Ficha de observación	X		X		X		X			
Ficha bibliográfica	X		X		X		X			
Aspectos generales								SI	NO	*****
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación								X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir								X		
VALIDEZ										
APLICABLE <input checked="" type="checkbox"/>					NO APLICABLE					
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES										
Validado por: 				Cl.: 080287013-9			Fecha: 23/11/2017.			
Firma: Sabrina Harcillo.				Teléfono: 062461609.			E-mail: sabrina.harcillo@hotmail.com			

Anexo 2: Instrumento: Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN	
Tema:	
Nombre de la revista:	Fecha de observación:
Fuente:	Fecha de publicación:
Elementos visuales	Descripción
Tipografía	
Imagen	
Texto	
Reticula	
Formato	
Otros (En caso de que se observe)	

Anexo 3: Portadas de revistas





Iglesias y
Santuarios del
Ecuador

ruta 
espiritual
libro turístico



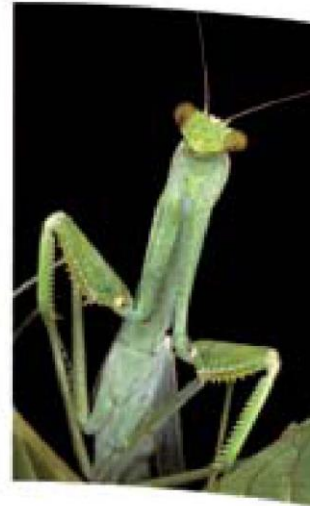
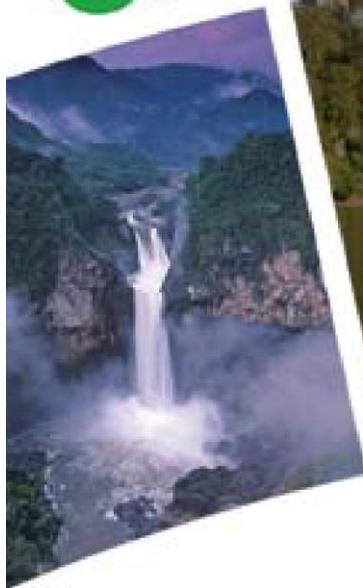
ecuador
ama la vida



Ministerio
de Turismo



PARQUE NACIONAL
CAYAMBE COCA



FOLLETO INFORMATIVO DE
TURISMO SOSTENIBLE



Ecuador Culinario

saberes y sabores





RESERVA DE LA BIOSFERA

YASUNÍ



GUÍA DE TURISMO SOSTENIBLE



ecuador ama la vida



Gruta de la Paz

Aguas termales con poder sanador le esperan en el Carchi

El Carnaval

Cinco lugares donde disfrutar de esta fiesta con música, danza, coplas y buena comida

ecuador.travel.com

GUAYAQUIL

EL CARIBE TERMINA EN GUAYAQUIL





LA REVISTA DE VIAJES
DE ECUADOR
ECUADOR'S
TRAVEL MAGAZINE

 Institut de Recherche
pour le Développement
FRANCE
Institut français de Investigación para el Desarrollo

ñan

cuentos del camino | tales from the road



ECUADOR:
Laboratorio
para el mundo
The world's
laboratory

**ESPECIAL HABITAT III
HABITAT III
SPECIAL EDITION**



Banco del Pacífico



70
ANIVERSARIO
PUCP



ESCUELA
POLITÉCNICA
NACIONAL



IG
Instituto Geofísico



European Union



7 861000 282383
9000 EJEMPLARES - PVP US\$4,90

VIAJE DE
LA MANO DE
LA CIENCIA... /
A SCIENTIFIC
JOURNEY

HACIA LA
CIUDAD DEL
MAÑANA /
THE CITY OF
TOMORROW

LA TERCERA
MISIÓN GEODÉSICA /
THE THIRD GEODESIC
MISSION

TERREMOTOS,
VOLCANES, GLACIARES /
EARTHQUAKES,
GLACIERS, VOLCANOES

trama

ecuador infinito

Discovering Ecuador



US\$ 5.60
incluye IVA

trama



Grand Tour

Expedición por el Yasuní | Regarding Yasuní | Shishink | La bebida revitalizante de Morona Santiago | La Compañía de Jesús: la piedra se hace libro | Las alturas que me adoptaron | El presente y el futuro se conjugan en la Plaza de San Francisco | Tocar la nieve del Cotopaxi | El equinoccio en el Cayambe: un día para renacer | Tierra de Chagras | Instantáneas en el frío de El Cajas | De paso por Chuquiribamba | Fotografía de aves en Ecuador | Comer mote en Azuay | San Jacinto y su festejo en alta mar | La playa desierta en Tonsupa | El fruto de la provincia verde | Las tintorerías | Caminando por Isabela | Galápagos: La vida debajo de la superficie

Anexo 4: Matriz de datos: Ficha de observación

REVISTAS	1 All You Need Is Ecuador	2 Iglesias y Santuarios del Ecuador	3 Parque nacional Cayambe Coca	4 Ecuador culinario	5 Reserva de la biosfera Yasuni	6 Ecuador ama la vida: El carnaval	7 Guayaquil	8 Ecuador es cultura	9 Ñan	10 Ecuador Infinito
VARIABLES										
Tipografía	Palo seco	Palo seco	Palo seco	Palo seco	Palo seco	Palo seco	Palo seco	Palo seco	Palo seco	Serif
Imagen	1-2 Fotos por páginas Iconos Mapas	3-6 Fotos por página	1-3 Fotos en página y media Mapas doble página	Fotos en 1 página y media	1-2 fotos en página y media Mapas Iconos	1-2 fotos en página y media Mapas Iconos	Fotos en 1 o 1/2 páginas	Fotos en 1 y 1/2 página	2-14 Fotos por página	Fotografías doble página o 1-2 por página
Texto	Títulos Subtítulos Cuerpo Pie de foto Número de página Interlineado 1,15 aprox. Justificado a la izquierda Color depende del fondo	Títulos Subtítulos Cuerpo Interlineado 1,15 aprox. Color negro o anaranjado Justificado	Títulos Subtítulos Cuerpo Pie de foto Número de página Interlineado 1,5 aprox. Justificado a la izquierda	Títulos Cuerpo Número de página Interlineado 1,15 aprox. Color generalmente negro Justificado	Títulos Subtítulos Cuerpo Pie de foto Número de página Interlineado 1,5 aprox. Color negro Justificado	Títulos Subtítulos Cuerpo Número de página Interlineado 1,5 aprox. Color negro Justificado	Títulos Subtítulos Cuerpo Interlineado 1,5 aprox. Color negro o blanco Justificado	Títulos Subtítulos Cuerpo Número de página Interlineado 1,5 aprox. Color negro o blanco Justificado	Títulos Subtítulos Cuerpo Interlineado 1,5 aprox. Color negro o blanco Justificado	Títulos Subtítulos Cuerpo Número de página Interlineado 1,15 aprox. Color negro o blanco Justificado
Retícula	Modular	Sin definir	Jerárquica	Manuscrita o dos columnas	Jerárquica	3 columnas	Modular	2 columnas	2 columnas (izq:español y der: inglés)	3 columnas
Formato	Vertical	Vertical	Vertical	Cuadrado	Vertical	Vertical	Horizontal	Cuadrado	Vertical	Vertical
Otros	Colores vivos 83 páginas Letra capital	Espacios en blanco 54 páginas No respeta margen	29 páginas	Espacios en blanco Degradados en imágenes 275 páginas	33 páginas	Letra capital Colores vivos en fondos	-	Letra capital 17 páginas	Videos Banner de imágenes	Letra capital 85 páginas

Variable 1 – Tipografía > Categorías: (1.1) Palo seco

Variable 2 – Imagen > Categorías: (2.1) 1-2 fotos por páginas, (2.2) Iconos, (2.3) Mapas, (2.4) Fotos en página y media, (2.5) Fotos en 1 o 1/2 página

Variable 3 – Texto > Categorías: (3.1) Títulos, (3.2) Subtítulos, (3.3) Cuerpo, (3.4) Pie de foto, (3.5) Número de página, (3.6) Interlineado 1,15, (3.7) Justificado a la izquierda, (3.8) Centrado, (3.9) Color negro, (3.10) Color blanco

Variable 4 – Retícula > Categorías: (4.1) Modular, (4.2) Jerárquica, (4.3) Manuscrita, (4.4) 2 columnas, (4.5) 3 Columnas

Variable 5 – Formato > (5.1) Vertical, (5.2) Cuadrado, (5.3) Horizontal

Variable 6 – Otros > Categorías: (6.1) Colores vivos, (6.2) Letra capital, (6.3) Espacios en blanco

Anexo 5: Instrumento: Ficha Bibliográfica

FICHA BIBLIOGRÁFICA PARA ANÁLISIS DOCUMENTAL

1. Datos del documento

Título		
Autor o dependencia al que emite el documento		
Tipo de documento	Elección	Opciones
		Normativos
		Libros o revistas
		Formativos
		Materiales especiales
Edición (virtual, impreso, etc.)		
Ciudad, país, editorial		
Fechas de publicación		
No. de páginas		

2. Descripción del documento

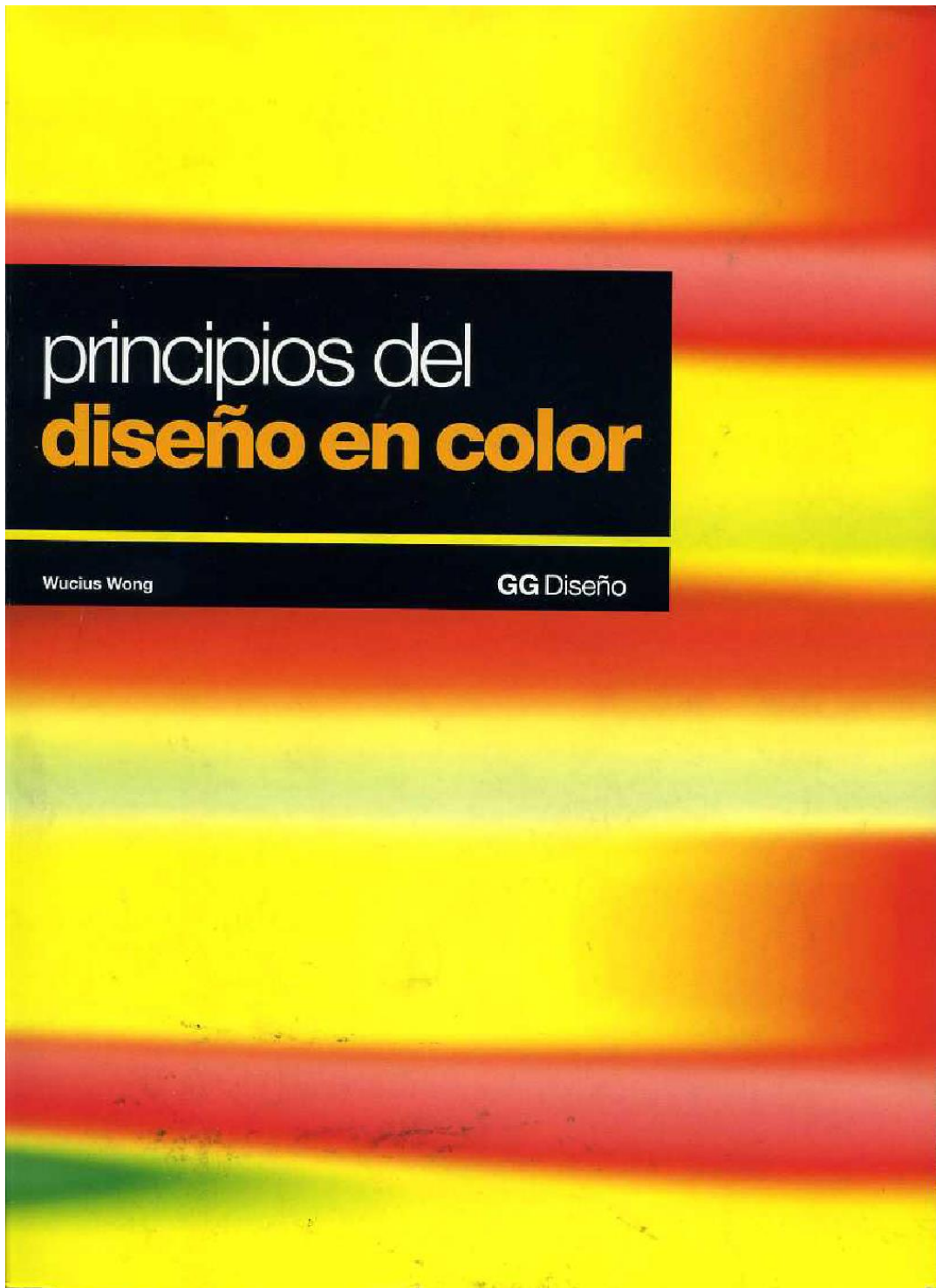
--

Materiales especiales: son los documentos que incluyen documentos electrónicos, audiovisuales, fotografías, imágenes, diapositivas, videos, grabaciones, etc.

Normativos: son los documentos que forman parte de las leyes.

Formativos: son los documentos que sirven como material educativo, artículos o proyectos de investigación.

Anexo 6: Portadas libros/manuales





Los elementos del diseño

Manual de estilo
para diseñadores gráficos

Timothy Samara

GG

ELLEN LUPTON / JENNIFER COLE PHILLIPS



DISEÑO GRÁFICO

NUEVOS FUNDAMENTOS

NUEVA EDICIÓN REVISADA Y AMPLIADA

GG

Manual de tipografía

2ª edición revisada y ampliada

John Kane



a L c o

Ambrose-Harris

Fundamentos de la **tipografía**

Una obra de referencia sobre tipografía,
con una introducción histórica, la terminología
básica y más de 150 ejemplos de tipos.

tipog

© Parramón

DIEGO LUIS ÁLVAREZ FERNÁNDEZ

Lorem ipsum do lor sit amet. Ad fur orum aur. Habunum intem publium se hos la deesta num esci lam taris, signoni octala

Am sent vius iam autum fur hae tabeff redies. Maritlic ae hum senteric vventiam popter festre es?

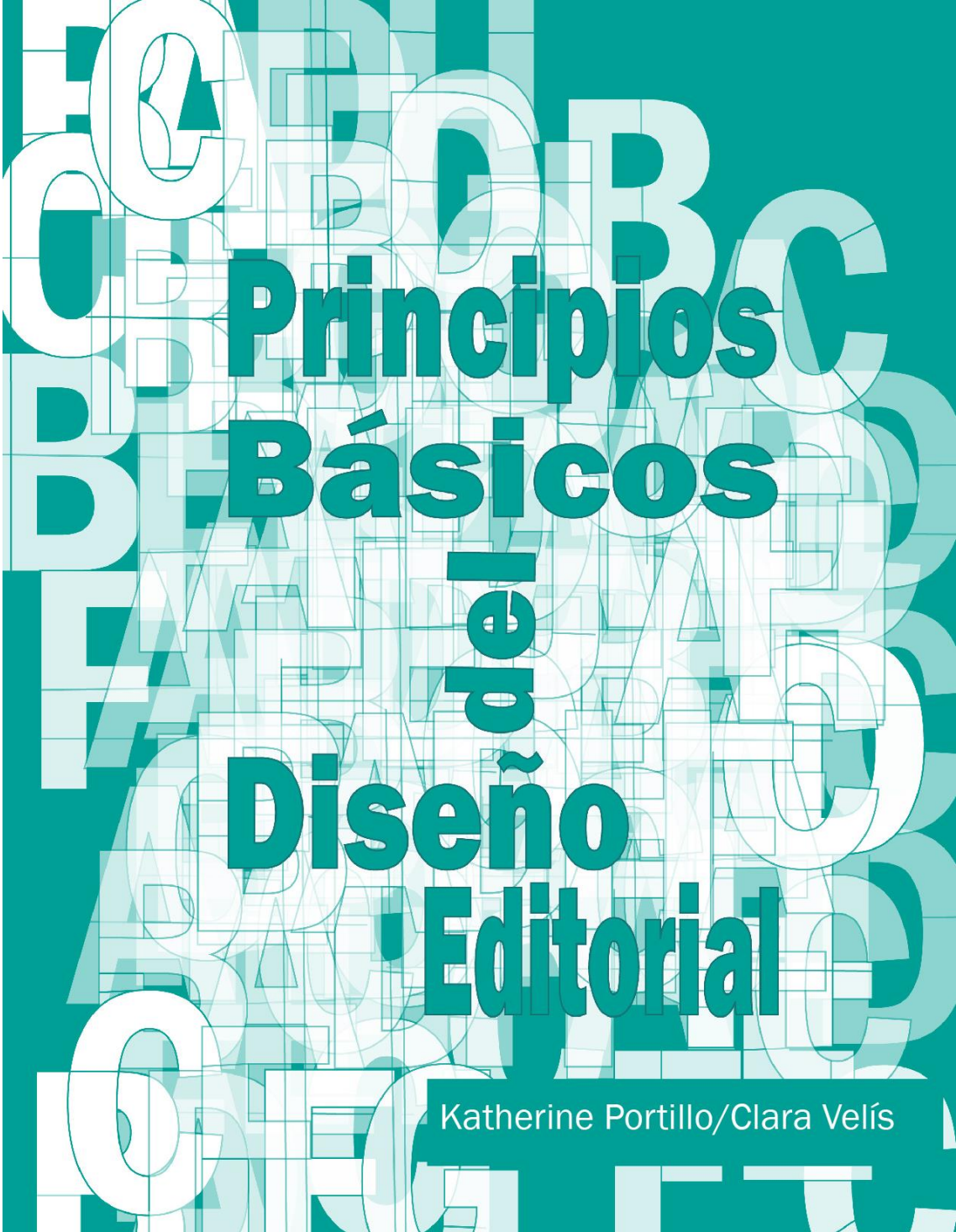
DISEÑO EDITORIAL

LO QUE DEBES SABER

Lorem ipsum do lor sit amet. Ad fur orum aur. Habunum intem publium se hos la deesta num esci lam taris, signoni octala ventemque conum ad mendinverit audea per unties menatalus, num iae conum, nirpoendem teria publici bemquam inem ad neriferisse te. convenihi.

Am sent vius iam autum fur hae tabeff redies. Maritlic ae hum senteric vventiam popter festre es? Nos consumurbit. Lesce consces pectam abul hoc cibus vivi verit. Go ce por hebatri prioris, conesit, se, c onsus se erarimus inter em, Ti. Eriociotabem nonsil vis.





Katherine Portillo/Clara Velís

diciembre 2014

MANUAL

PROFESIONAL

ARMONÍA
TEXTO
IMAGEN
CONCEPTO
COLOR

de
DISEÑO
EDITORIAL

Manual de diseño
editorial
profesional

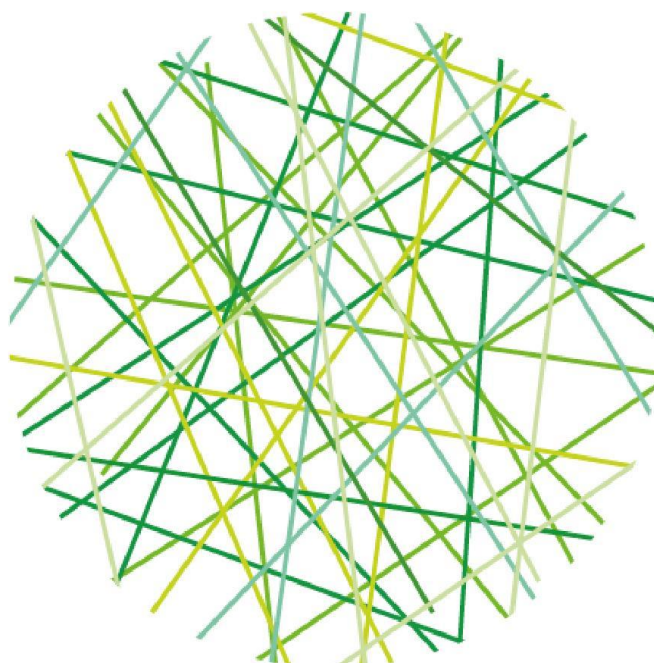
Manual de técnica y diseño editorial
donde se presentan algunos temas relacionados al diseño editorial para
elaborar un tema con una metodología práctica y eficaz.

QUÉ ES

EL DISEÑO EDITORIAL ?

Es la diagramación y/o maquetación y composición de publicaciones
libros, revistas, diarios, suplementos comerciales, manuales, trípticos
etc.

www.elcomercio.com



Diseño Editorial

Compilador
Samantha Saavedra Jiménez

Textere



Editores

Anexo 7: Matriz de datos: Ficha bibliográfica

DOCUMENTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VARIABLES	Principios del diseño en color	Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos	Diseño gráfico: nuevos fundamentos	Manual de tipografía	Fundamentos de la tipografía	Diseño editorial: lo que debes saber	Principios básicos del diseño editorial	Manual profesional del diseño editorial	¿Qué es el diseño editorial?	Diseño editorial
Tipografía	Color negro en fondo blanco Color blanco en letras grandes Letra a color contraste con el fondo	2 fuentes diferentes máximo Familia tipográfica con variaciones para indicar cambio o generar contraste Títulos: mayor a 14 ptos Textos corridos: entre 9-14 ptos Pie de foto: menor a 9ptos	Letra a color en fondo blanco o negro 1 o 2 fuentes máximo Familias tipográficas con sus variables	Para lectura 6 - 12ptos Títulos a partir de 18ptos Tracking adecuado	Títulos mayor a 14ptos Texto de 10 a 14ptos Pies de 8 a 10ptos Familias tipográficas con variables	Palo seco para textos grandes Serif para textos pequeños Títulos 25ptos Entradillas 18ptos Texto menor de 18ptos	Color negro en fondo blanco Letra a color contraste con el fondo Títulos mayores a 14ptos Textos entre 9-12 Familias tipográficas con sus variables	Palo seco Texto de 12-13 ptos	Familias tipográficas con sus variables No mas de 3 diferentes fuentes Texto entre 8 a 12ptos Titulares grandes Imagen detrás de un texto debe generar contraste	Familia tipográfica con sus variables Texto entre 8 y 11 o 12ptos Títulos 36ptos o más
Imagen		Fotografías Símbolos	Fotografía a sangre Margen profundo para mejor visualización			No forzar el tamaño de la imagen		Imágenes panorámicas en formato horizontal Utilizar fotografías en jpg		No forzar el tamaño de la imagen Reticula se adapta al tamaño de la imagen
Texto		Tacking: menor tipografía mayor el espaciado y viceversa Alineado a la izquierda o derecha 50 a 80 caracteres por línea Interlineado 1 o 2 ptos.		Interlineado depende del tamaño de la tipografía 35 a 65 caracteres por línea Alineado a la izquierda para textos largos Alineado a la derecha para pies y textos acompañantes	25 a 70 caracteres por línea Interlineado 2ptos Texto justificado Alineado a la derecha para pies y textos acompañantes	Alineado a la izquierda para texto largo Alineado a la derecha para pies y textos acompañantes	Alineado a la derecha para pies y textos complementarios	60 a 80 caracteres por línea Interlineado 2ptos	Interlineado óptimo a la vista Alineado a la derecha para pies y textos acompañantes	Interlineado 2ptos 60 a 70 caracteres por línea
Reticula		Columnas 2/3 Modular	Columnas 2/3	Columnas 2/3		Columnas	Modulares para mayor contenido Columnas para separar información	Columnas para separar información Modulares para mayor contenido		Columnas 2/4
Formato						Depende del trabajo		13x21cm a 17 x 24cm de manera vertical		
Otros	Modo de color RGB	Modo de color RGB	Modo de color RGB Margen ancho para enfocar texto e imágenes			Espacios en blanco Uso de color			Espacios en blanco Espacio entre texto e imagen de 0,4cm	

Variable 1 – Tipografía > Categorías: (1.1) **Color negro sobre fondo blanco**, (1.2) **Letra a color contraste con el fondo**, (1.3) **2 fuentes máximo**, (1.4) **Familia tipografía con variaciones**, (1.5) **Títulos mayores a 14 pts**, (1.6) **Textos 9-12 pts**, (1.7) **Palo seco**

Variable 2 – Imagen > Categorías: (2.1) **Fotografías**, (2.2) **No forzar el tamaño de la imagen**

Variable 3 – Texto > Categorías: (3.1) **Alineado a la izquierda**, (3.2) **Alineado a la derecha**, (3.3) **Interlineado 2 pts**

Variable 4 – Retícula > Categorías: (4.1) **Columnas 2/3**, (4.2) **Modular**

Variable 5 – Formato > Categorías: (5.1) **Depende del trabajo**, (5.2) **13x21cm a 17x24 de manera vertical**

Variable 6 – Otros > Categorías: (6.1) **Modo de color RGB**, (6.2) **Espacios en blanco**