



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE DISEÑO Y PUBLICIDAD

TEMA:

LA FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL COMO MEDIO DE CONCIENTIZACIÓN SOCIAL,
CASO: MENDICIDAD DE ADULTOS MAYORES EN LA IGLESIA LA MERCED DE
IBARRA, 2017-2018

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciado en la especialidad de Diseño y
Publicidad

AUTOR: Tulcanaza Yandún Leandro Jhonattan

DIRECTOR: MSc. Ortiz Dávila Andrés David

Ibarra, 2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|-----------------------------|---|------------------------|------------|
| CEDULA DE IDENTIDAD: | 100251458-4 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Tulcanaza Yandún Leandro Jhonattan | | |
| DIRECCIÓN: | Ibarra – La Campiña, Calle Río Chinchipe, Casa B7 | | |
| EMAIL | ljtulcanazay@utn.edu.ec | | |
| TELÉFONO FIJO: | 062602551 | TELÉFONO MÓVIL: | 0986137797 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|--------------------------------|---|
| TÍTULO: | LA FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL COMO MEDIO DE CONCIENTIZACIÓN SOCIAL, CASO: MENDICIDAD DE ADULTOS MAYORES EN LA IGLESIA LA MERCED DE IBARRA, 2017-2018 |
| AUTOR: | Tulcanaza Yandún Leandro Jhonattan |
| FECHA: DD/MM/AAAA | 15/05/2019 |
| SOLO PARA TRABAJO DE GRADO | |
| PROGRAMA: | PREGRADO (X) POSGRADO () |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | Licenciado en la especialidad de Diseño y Publicidad |
| ASESOR/DIRECTOR: | MSc. Ortiz Dávila Andrés David |

2. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y q es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 días del mes de mayo del 2019.

EL AUTOR:

Firma:

Nombre: Tulcanaza Yandún Leandro Jhonattan

Cédula de Identidad: 100251458-4



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **TULCANAZA YANDUN LEANDRO JHONATTAN**, con cédula de identidad Nro. **100251458-4**; manifiesto la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: “LA FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL COMO MEDIO DE CONCIENTIZACIÓN SOCIAL, CASO: MENDICIDAD DE ADULTOS MAYORES EN LA IGLESIA LA MERCED DE IBARRA, 2017-2018”, que ha sido desarrollado para optar por el título de Licenciado en la especialidad de Diseño y Publicidad en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En la condición de autor reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 16 días del mes de mayo del 2019

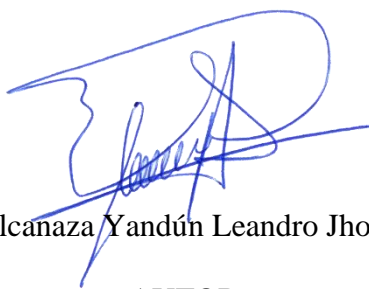
Firma:

Nombre: Tulcanaza Yandún Leandro Jhonattan

Cédula de Identidad: 100251458-4

AUTORÍA

Yo, Tulcanaza Yandún Leandro Jhonattan portador de la cédula de ciudadanía Nro. 100251458-4, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “LA FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL COMO MEDIO DE CONCIENTIZACIÓN SOCIAL, CASO: MENDICIDAD DE ADULTOS MAYORES EN LA IGLESIA LA MERCED DE IBARRA, 2017-2018”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento, por lo mismo he de responsabilizarme por el contenido de la misma.



Sr. Tulcanaza Yandún Leandro Jhonattan


AUTOR

C.C. 100251458-4

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de director de trabajo de grado presentado por el egresado Tulcanaza Yandún Leandro Jhonattan para optar por el Título de Licenciatura en Diseño y Publicidad cuyo tema es: “LA FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL COMO MEDIO DE CONCIENTIZACIÓN SOCIAL, CASO: MENDICIDAD DE ADULTOS MAYORES EN LA IGLESIA LA MERCED DE IBARRA, 2017-2018”, considero que reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 15 días del mes de mayo del 2019.



MSc. David Ortiz
DIRECTOR DEL PROYECTO

DEDICATORIA

Este proyecto de Investigación está dedicado a:

DIOS por darme la oportunidad de poder estudiar y realizar un trabajo de interés social desde mi futura profesión, mediante el cual he podido conocer a muchas personas que me han ayudado a ser un mejor ser humano.

Jhonattan.

AGRADECIMIENTO

A mi familia por siempre apoyarme en este largo caminar de mis estudios, quienes con sus palabras de aliento y cariño me han ayudado a culminar este trabajo y mi carrera.

A todos mis docentes quienes guiaron este trabajo de investigación y a todos quienes colaboraron de una u otra manera en cada etapa de la misma.

RESUMEN

En el presente trabajo investigativo, se demuestran los conocimientos adquiridos durante los ocho niveles, de la carrera de Diseño y Publicidad, y se los pone en práctica al servicio de la sociedad, como un aporte de la Universidad Técnica del Norte a la misma.

El proyecto de investigación recoge un largo proceso de convivencia con el caso de estudio, se muestra una realidad pocas veces conocida sobre la mendicidad en los adultos mayores; durante la investigación se logró determinar, que no existe material fotográfico referente al caso de estudio, y la información sobre los adultos mayores inmersos en la mendicidad es nula, viéndose reflejado en la invisibilización de estas personas.

La documentación fotográfica es la principal herramienta utilizada durante el proceso investigativo, mediante esta se captaron los momentos vividos en la convivencia y trabajo de campo, es así que nace el producto alternativo, como un medio de visibilización social de una realidad visible, y al mismo tiempo oculta ante los ojos de la sociedad.

El documental fotográfico y su exposición, contribuyen a visibilizar a este grupo de la sociedad, el producto busca convertirse en un referente para futuras investigaciones sobre el tema, busca marcar el inicio de acciones concretas en beneficio de este grupo por parte de la sociedad y sus autoridades, que conlleven a erradicar la mendicidad de este lugar.

El proyecto de investigación y su producto alternativo, has sido aplicados en un ambiente real, los resultados han sido medidos en el lugar de los hechos, los datos obtenidos están basados en la aplicación de todo lo planificado, se muestra un trabajo planificado y ejecutado, logrando cumplir con los objetivos planteados.

PALABRAS CLAVE: Fotografía, documental, mendicidad, visibilización, adultos mayores

ABSTRACT

In the current research work, the acquired knowledge are demonstrated during the eight levels, of the Design and Publicity career, and they are put into practice to the service of the society, as a contribution of Universidad Técnica del Norte.

The research project gathers a long process of coexistence with the case study, it shows a little known reality about begging in older adults; during the investigation it was possible to determine that photographic material does not exist regarding to the case study, and the information on older adults immerses in begging is null, being reflected in the invisibilization of these people.

The photographic documentation is the main tool used during the investigative process, throughout this the moments lived in the coexistence and field work were captured, it is so the alternative product is born, as a means of social visibilization of visible reality, and at the same time hidden before the eyes of the society.

The photographic documentary and its exhibition, contribute to visualize this group of the society, the product seeks to become a reference for future investigations about the topic, it seeks to establish the beginning of concrete actions for the benefit of this group by the society and its authorities that bear to eradicate the begging of this place.

The research project and its alternative product, have been applied in a real atmosphere, the results have been measured in situ, the obtained data are based on the application of all that was planned, it shows a planned and executed work, being able to fulfill the outlined objectives.

KEY WORDS: photography, documental, begging, visibilization, older adults

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|------|
| TEMA: | i |
| 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA | ii |
| 2. CONSTANCIA | iii |
| CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO..... | iv |
| AUTORÍA..... | v |
| ACEPTACIÓN DEL TUTOR | vi |
| DEDICATORIA..... | vii |
| AGRADECIMIENTO..... | viii |
| RESUMEN..... | ix |
| ABSTRACT | x |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | 11 |
| ÍNDICE DE TABLAS | 14 |
| ÍNDICE DE FIGURAS | 15 |
| INTRODUCCIÓN | 18 |
| OBJETIVOS..... | 20 |
| Objetivo General | 20 |
| Objetivos Específicos..... | 20 |
| CAPÍTULO I..... | 21 |
| 1.- Marco Teórico..... | 21 |
| 1.1.- Diseño | 21 |

| | |
|--|-----------|
| 1.2.- Publicidad | 22 |
| 1.3.- Estrategia Publicitaria | 23 |
| 1.4 Medios publicitarios | 24 |
| 1.5.- Comunicación Visual..... | 25 |
| 1.5.1.- El mensaje visual y su composición | 26 |
| 1.5.2.- La Imagen | 28 |
| 1.6.- La Fotografía..... | 30 |
| 1.6.1.- Géneros Fotográficos | 32 |
| 1.6.2.- Fotografía Documental | 34 |
| 1.6.3.- Narrativa Fotográfica | 35 |
| 1.6.4.- Parámetros Fotográficos | 36 |
| 1.7.- Visibilización Social | 38 |
| 1.8.- Pobreza..... | 39 |
| 1.8.1.- Mendicidad | 40 |
| 1.9.- Adultos Mayores | 41 |
| CAPÍTULO II | 43 |
| 2.- Metodología de la Investigación..... | 43 |
| 2.1.- Sujetos..... | 44 |
| 2.2.- Población y muestra | 44 |
| 2.3.- Tipos de Investigación | 45 |
| 2.4.- Métodos de Investigación | 45 |
| 2.5.- Técnicas e Instrumentos de Investigación | 47 |

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO III | 49 |
| 3. Análisis y Discusión de Resultados | 49 |
| 3.1. Encuesta. | 49 |
| 3.2. Ficha de Datos Observación Participante..... | 53 |
| 3.3 Entrevista 1..... | 67 |
| 3.4 Entrevista 2..... | 71 |
| 3.5 Entrevista 3..... | 74 |
| CAPÍTULO IV | 77 |
| 4. Propuesta Alternativa | 77 |
| 4.1 Título | 77 |
| 4.2 Justificación..... | 77 |
| 4.3 Fundamentación | 78 |
| 4.4 Objetivos | 79 |
| 4.5 Ubicación sectorial y física | 80 |
| 4.6 Desarrollo de la propuesta..... | 80 |
| 4.6.1 Concepto..... | 80 |
| 4.6.2. Narrativa..... | 81 |
| 4.6.3 Documentación Fotográfica | 81 |
| 4.6.4 Procesamiento de las imágenes fotográficas | 84 |
| 4.6.5 Validación de fotografías para exposición..... | 87 |
| 4.6.6. Construcción de la identidad visual “Momentos” | 89 |
| 4.6.7. Diseño de la exposición fotográfica “Momentos” | 91 |

| | |
|---|-----|
| 4.6.8. Promoción | 98 |
| 4.6.9. Montaje exposición fotográfica Momentos..... | 103 |
| 4.6.10. Actividades BTL en exposición | 104 |
| 4.6.11. Valoración del producto | 107 |
| 4.6.11.1 Análisis de Encuesta de Valoración | 108 |
| 4.6.12 Folleto Informativo | 112 |
| 4.6.13 Presupuesto de la exposición Momentos | 113 |
| CONCLUSIONES | 114 |
| RECOMENDACIONES | 115 |
| GLOSARIO..... | 116 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 118 |
| ANEXOS..... | 121 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Escala de iconicidad | 29 |
| Tabla 2. Géneros Fotográficos según el contenido | 33 |
| Tabla 3. Metodología de la Investigación | 43 |
| Tabla 4. Tabulación encuesta, pregunta 1 | 50 |
| Tabla 5. Tabulación encuesta, pregunta 2 | 51 |
| Tabla 6. Tabulación encuesta, pregunta 3 | 52 |
| Tabla 7. Tabulación ficha de datos, indicador sexo | 53 |
| Tabla 8. Tabulación ficha de datos, indicador edad | 54 |
| Tabla 9. Tabulación ficha de datos indicador, estado civil | 55 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 10. Tabulación ficha de datos, indicador zona de residencia | 56 |
| Tabla 11. Tabulación ficha de datos, indicador nivel de educación | 57 |
| Tabla 12. Tabulación ficha de datos, indicador vivienda..... | 58 |
| Tabla 13. Tabulación ficha de datos, indicador convivencia familiar | 59 |
| Tabla 14. Tabulación ficha de datos, migración familiar..... | 60 |
| Tabla 15. Tabulación ficha de datos, indicador discapacidad..... | 61 |
| Tabla 16. Tabulación ficha de datos, indicador beneficiario de programas de MIES | 62 |
| Tabla 17. Tabulación ficha de datos, indicador empleo..... | 63 |
| Tabla 18. Tabulación ficha de datos indicador motivación | 64 |
| Tabla 19. Tabulación ficha de datos indicador ingresos diarios | 65 |
| Tabla 20. Validación de fotografías explosión Momentos | 88 |
| Tabla 21. Tabulación encuesta de valoración pregunta 1 | 108 |
| Tabla 22. Tabulación encuesta de valoración pregunta 2 | 109 |
| Tabla 23. Tabulación encuesta de valoración pregunta 3 | 110 |
| Tabla 24. Tabulación encuesta de valoración pregunta 4 | 111 |
| Tabla 25. Presupuesto Exposición Momentos | 113 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Elementos de la Comunicación..... | 25 |
| Figura 2. El mensaje Visual | 27 |
| Figura 3. Esquema de la comunicación narrativa | 35 |
| Figura 4. Tabulación encuesta, pregunta 1 | 50 |
| Figura 5. Tabulación encuesta, pregunta 2..... | 51 |
| Figura 6. Tabulación encuesta, pregunta 3..... | 52 |
| Figura 7. Tabulación ficha de datos, indicador sexo..... | 53 |

| | |
|---|----|
| Figura 8. Tabulación ficha de datos, indicador edad..... | 54 |
| Figura 9. Tabulación ficha de datos indicador, estado civil..... | 55 |
| Figura 10. Tabulación ficha de datos, indicador zona de residencia..... | 56 |
| Figura 11. Tabulación ficha de datos, indicador nivel de educación | 57 |
| Figura 12. Tabulación ficha de datos indicador vivienda. | 58 |
| Figura 13. Tabulación ficha de datos, indicador vivienda. | 59 |
| Figura 14. Tabulación ficha de datos, indicador migración familiar | 60 |
| Figura 15. Tabulación ficha de datos, indicador discapacidad | 61 |
| Figura 16. Tabulación ficha de datos, indicador beneficiario de programas de MIES | 62 |
| Figura 17. Tabulación ficha de datos, indicador empleo | 63 |
| Figura 18. Tabulación ficha de datos indicador motivación | 64 |
| Figura 19. Tabulación ficha de datos indicador ingresos diarios..... | 65 |
| Figura 20. Proceso de observación participante..... | 83 |
| Figura 21. Planos Fotográficos..... | 84 |
| Figura 22. Clasificación y selección de fotografías con Adobe Bridge..... | 85 |
| Figura 23. Revelado digital con Adobe Lightroom..... | 86 |
| Figura 24. Retoque efecto Dragan con Photoshop..... | 87 |
| Figura 25. Boceto identidad de visual Momentos..... | 89 |
| Figura 26. Identidad visual “Momentos” | 90 |
| Figura 27. Retícula de trabajo | 92 |
| Figura 28. Dimensiones de Afiche Promocional | 93 |
| Figura 29. Dimensiones de Roll up..... | 94 |
| Figura 30. Dimensiones de fotografías para exposición | 95 |
| Figura 31. Índex Exposición Fotográfica Momentos..... | 97 |
| Figura 32. Pruebas de impresión | 98 |

| | |
|---|-----|
| Figura 33. Reportaje UTV Canal Universitario | 99 |
| Figura 34. Entrevista programa La U en casa | 100 |
| Figura 35. Entrevista TVN Canal 9..... | 101 |
| Figura 36. Entrevista Radio Canela..... | 101 |
| Figura 37. Entrevista Radio Los Lagos | 102 |
| Figura 38. Reportaje Diario El Norte | 102 |
| Figura 39. Montaje de la Exposición Momentos | 103 |
| Figura 40. Asistente a Exposición Fotográfica Momentos | 104 |
| Figura 41. Estrategia BTL..... | 105 |
| Figura 42. Publico colaborando con actividad BTL | 105 |
| Figura 43. Campaña de vacunación MSP | 106 |
| Figura 44. Adultos mayores en actividad BTL | 106 |
| Figura 45. Tabulación encuesta de valoración pregunta 1 | 108 |
| Figura 46. Tabulación encuesta de valoración pregunta 2 | 109 |
| Figura 47. Tabulación encuesta de valoración pregunta 3 | 110 |
| Figura 48. Tabulación encuesta de valoración pregunta 4 | 111 |
| Figura 49. Portada folleto informativo | 112 |

INTRODUCCIÓN

El presente informe del trabajo de investigación, recoge el proceso investigativo, con la finalidad de cumplir los objetivos planteados, sin embargo en el transcurso del mismo, durante la revisión bibliográfica y la validación por los expertos investigadores, se recomendó el cambio del tema propuesto como: LA FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL COMO MEDIO DE CONCIENTIZACIÓN SOCIAL, CASO: MENDICIDAD DE ADULTOS MAYORES EN LA IGLESIA LA MERCED DE IBARRA, 2017-2018, debido a que el término “CONCIENTIZACIÓN”, abarca un tema amplio, complejo, que difiere con la especialidad del investigador que es el Diseño y Publicidad, por lo que se propone la investigación basado en la “VISIBILIZACIÓN”, un tema que es de competencia del investigador y puede desarrollarse de mejor manera, quedando el tema de siguiente manera: : LA FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL COMO MEDIO DE VISIBILIZACIÓN SOCIAL, CASO: MENDICIDAD DE ADULTOS MAYORES EN LA IGLESIA LA MERCED DE IBARRA, 2017-2018.

La población mundial y las expectativas de vida han crecido en los últimos años, esto contribuyó a que existan cada vez más adultos mayores en nuestra sociedad, según la ONU en su revisión de datos del informe Perspectivas de la Población Mundial (2017): “Hay 962 millones de personas con 60 años o más, es decir, un 13% de la población mundial. Este grupo de población tiene una tasa de crecimiento anual del 3%” (P. 11). La sociedad se vuelve más longeva, debido a los avances científicos en cuidados de salud y prevención, otro factor es la reducción de la natalidad, debido a la evolución de la sociedad y las familias, que ahora no son tan numerosas como antes.

Los adultos mayores son vistos por la sociedad, como una carga que no produce dividendos económicos, generando problemas como: la discriminación, vulneración de sus derechos y la invisibilización, creando condiciones adecuadas para la mendicidad. Según cifras del INEC,

del año 2016 indican que la pobreza a nivel nacional se ubicó en 22,9 % y la pobreza extrema en 8,7 %.”, estas cifras se mantienen a pesar de las políticas impulsadas desde los entes gubernamentales, con el fin de reducir la pobreza en el Ecuador. La iglesia Nuestra Señora de La Merced de Ibarra, se ha convertido en el lugar donde adultos mayores asisten los fines de semana a mendigar, debido a la afluencia de personas. ¿Cómo parte de la sociedad es posible que, desde el Diseño y la Publicidad podamos contribuir con este grupo prioritario?

La fotografía contribuye desde su invención, a evidenciar sucesos que han cambiado la forma como vemos el mundo, es posible con la misma recordar acontecimientos importantes de la sociedad, su contribución es amplia dentro de algunos ámbitos de las ciencias sociales, donde a través de la misma, se ha podido tener registros detallados de estudios que ayudan a entender cómo vivimos. Su aporte es importante, debido a su valor iconográfico y narrativo, así como las emociones que es capaz de generar. La interrogante es, ¿es posible visibilizar a un grupo prioritario de nuestra sociedad, por medio de la fotografía documental?

A través del presente trabajo, se plantea el papel de la fotografía documental, como el medio para visibilizar, del entorno que la rodea. Por medio de la fotografía queremos contribuir a una mejor comunicación visual sobre esta problemática social en nuestra ciudad. El trabajo de investigación espera aportar a la sociedad ibarreña, generando conciencia de la realidad socioeconómica, de las personas que mendigan en las afueras de la iglesia Nuestra Señora de La Merced, deseamos evidenciar, los factores que los impulsan a dejar sus hogares, cada fin de semana y trasladarse a este lugar.

La existencia de pocos trabajos gráficos que hayan abordado el tema de la mendicidad, da la pauta para poder proponer material visual, que logre visibilizar a estas personas. Este trabajo busca ser un referente para futuras investigaciones sobre el tema, este es un proyecto que se basa en datos recolectados bibliográficamente, buscando ser un aporte para la sociedad, de

forma independiente y con recursos propios, con la guía de profesionales en el área específica de la línea investigación.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Desarrollar un documental fotográfico, como medio de visibilización social, sobre la mendicidad de adultos mayores en la iglesia La Merced, del cantón Ibarra.

Objetivos Específicos.

- Recopilar y analizar información teórica que permita contextualizar el problema de investigación.
- Diagnosticar la situación de los adultos mayores inmersos en la mendicidad y el aporte del Diseño y Publicidad sobre el tema en la ciudad de Ibarra.
- Elaborar un producto visual sobre la mendicidad de los adultos mayores, que cumpla con criterios conceptuales y de composición.
- Valorar el producto visual, mediante la aplicación de una encuesta en el lugar de la investigación.

CAPÍTULO I

1.- Marco Teórico

1.1.- Diseño

Se define al diseño como, la actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos, Wucius Wong, en su libro Fundamentos del Diseño, dice que: “un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de “algo”, ya sea esto un mensaje o producto” (Wong, 1991, p.9), el diseño entonces es concebido como un proceso, el cual tiene por fin, la creación visual con un propósito de utilidad variable que satisface necesidades. El diseño al ser un proceso, se basa en una metodología estructurada que busca generar un producto de calidad y sobre todo útil, que sirve para el propósito para el cual fue creado.

Bruno Munary en su libro Como Nacen Los Objetos, plantea al diseño como un proceso basado en un modelo metodológico proyectual, Munary propone que el diseño se basa en una serie de pasos sistemáticos, los cuales están estructurados en un orden lógico basado en la experiencia del diseñador, prevaleciendo esta sobre los datos obtenidos, logrando así sacar el máximo provecho con un menor esfuerzo. (Munary, 1984).

Otro de los métodos comúnmente utilizados es el de la caja de cristal, este método propone al diseño como un proceso sistemático racional, totalmente explicable y basado en la lógica y la toma de decisiones apoyado en argumentos tomados de la investigación previa. En el libro Métodos de Diseño para Diseñadores, Julio Tórtola dice que:

“Las características a los métodos de caja de cristal son las siguientes:

- *Objetivos, variables y criterios se fijan de antemano.*
- *El análisis se completa, o al menos se intenta, antes de buscar las soluciones.*
- *La evaluación es totalmente lingüística y lógica (como oposición a experimental).*

- *La estrategia se fija de antemano y generalmente funciona de forma secuencial, aunque puede incluir operaciones paralelas, condicionales y reciclajes” (Tórtola, 2002, p.34)*

Con base en estas dos metodologías, se propone al modelo La Caja de Cristal como la base metodológica para el proceso de la elaboración del producto alternativo, debido a que este método por sus características permitirá elaborar un producto útil y de buena calidad.

1.2.- Publicidad

El diccionario de la Real Academia de la Lengua, define a la publicidad como: “La divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios”, (Real Academia Española, 2014). Si bien este concepto define la publicidad, no refleja en si lo que la misma significa en el contexto en el cual ahora se desarrolla, hoy en día el concepto de publicidad, se ve enfocado desde espacios como el social y político, no simplemente limitándose al ámbito comercial.

Una definición moderna de publicidad, es la que nos propone el libro Manual de Publicidad el cual dice que la publicidad es la: “Comunicación que tiene por objetivo promover entre los individuos la adquisición de bienes, la contratación de servicios, o la aceptación de ideas o valores.” (Gonzales & Prieto del Pino, 2009, p. 16). Este concepto de publicidad refleja en lo que hoy en día se ha convertido esta, la cual utiliza cada vez mejores estrategias y demanda de una planificación con más detalle con el fin de cumplir estos objetivos.

En un análisis sobre la publicidad se puede definir dos aspectos esenciales como son: *Capacidad informativa*, a través de la cual se da a conocer o informa de la existencia de un producto, bien, servicio, ideas, y se pone en conocimiento sus características a los individuos y la forma como se puede adquirir o sumarse a estos.

Fuerza persuasiva, toda publicidad tiene un ingrediente de intencionalidad en lo que hace y ofrece al público, trata de persuadir al mismo con la finalidad de que adquiera o consuma un producto o servicio, ofreciéndolo de la manera más atractiva posible, toda forma de comunicación que no persuada al público sería cualquier otra cosa menos publicidad. (Gonzales & Prieto del Pino, 2009)

1.3.- Estrategia Publicitaria

En publicidad la estrategia se define como el camino que se elige para conducir una marca, producto o servicio desde su posición actual en el mercado a un lugar distinto. La estrategia permite trazar un mapa del camino o los caminos a seguir para poder ir desde el punto A al punto B. El desarrollo de una buena estrategia conlleva:

Conocer al público, es decir saber las actitudes, pensamientos, sentimientos, del público frente a un determinado producto, marca o acontecimiento, si conocemos a nuestro público sabremos desde donde partimos, es decir se conoce el punto A.

Definir el objetivo, conociendo al público, sabiendo de donde partir, es necesario definir el objetivo u objetivos hacia los cuales se quiere llegar, cual es la meta que se busca, este es el punto B.

Explicar qué vamos hacer para que el consumidor pase del punto A al punto B. A través de la estrategia publicitaria se busca generar en el público o consumidor, tres cosas, crear una nueva actitud, consolidar actitudes existentes, cambiar actitudes. (Bassat, 2001)

1.4 Medios publicitarios

Los medios publicitarios son aquellos canales de comunicación por los cuales se transmiten los mensajes publicitarios en todas sus formas. Estos medios publicitarios con el paso del tiempo y la evolución tecnológica, han ido variando, sumando unos y restando otros que por su forma y usos han desaparecido en su mayor parte. Es por eso que, desde las diferentes áreas de estudio, han planteado una división que satisfaga a la mayoría de quienes están inmersos en este ámbito. Los países anglosajones son los que han distinguido entre dos grandes tipos de medios publicitarios.

Medios convencionales conocidos como ATL Above The Line (encima de la línea), este tipo de medios existen independientemente de la publicidad. El público al cual se dirigen estos medios, centra su interés principal en el contenido del medio, mas no en la publicidad. “Estos medios buscan acaparar la mayor parte de las inversiones de los anunciantes, y están comprendidos por la prensa, la radio, la televisión, el cine y el medio exterior, y desde el 2001 también Internet.” (Estanyol, 2017, p.16)

Medios no convencionales denominados también BTL por sus siglas en inglés below the line, este tipo de medios es más amplio y diverso, son medios que, debido a la evolución de la sociedad su uso es cada vez más frecuente. Su finalidad es persuadir de una mejor manera al público, esto genera que las empresas inviertan cada vez más en este tipo de medios. Entre los medios no convencionales está el marketing directo, la publicidad en punto de venta, patrocinio, sponsoring, ferias y exposiciones, regalos, objetos publicitarios, promociones de ventas.

Es importante conocer y comprender el papel que desempeña los medios publicitarios, si se conoce las características publicitarias y sus ventajas, se puede aprovechar cada uno de estos de la mejor manera, y de esta manera se podrá realizar una planificación de medios adecuada.

1.5.- Comunicación Visual

El ser humano desde sus inicios ha buscado comunicarse, esta capacidad la fue desarrollando con el paso del tiempo y le ha dado la posibilidad de ocupar un lugar sobresaliente sobre las demás especies. La comunicación visual permite mediante las imágenes interpretar mensajes entre individuos, el cerebro humano busca las señales que el mundo le ofrece para poder decodificar los mensajes que en ellas se encuentran. Según la Real Academia de la Lengua define la comunicación como la “transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”, (Real Academia Española, 2014).

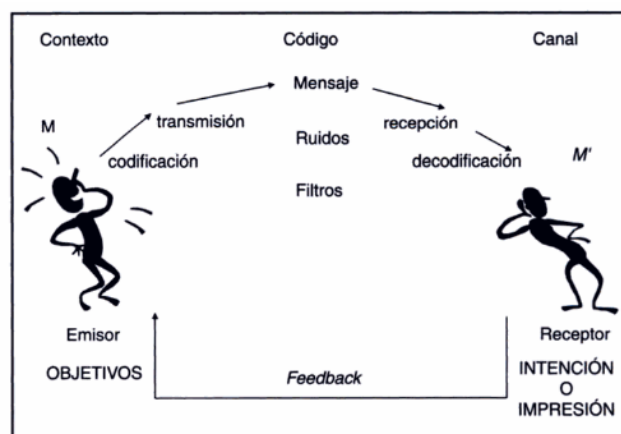


Figura 1. Elementos de la Comunicación

Fuente: (van-der Hofstadt, 2005, p. 16)

Carlos van-der Hofstadt en su libro *Habilidades para la Comunicación*, nos dice que: “La comunicación, mejor dicho, el acto de comunicar, como un proceso más o menos complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse.” (van-der Hofstadt, 2005, p.9),

Bruno Munary (1907-1998), un italiano referente del siglo XX en diseño, contribuyó con su creatividad tanto al diseño gráfico como industrial, realizó investigaciones sobre la luz, pintura y la escultura. En su libro titulado *Diseño y Comunicación Visual*, define a la comunicación visual como todo lo que ven nuestros ojos, realizando dos distinciones dependiendo del contexto en el que se mire la imagen, pudiendo esta ser intencional o causal.

La comunicación causal es aquella que se genera, sin la intención de comunicar algo específico, es decir esta no ha sido codificada por un emisor, y por lo tanto no tiene un mensaje en sí misma, como ejemplo podemos citar las nubes en el cielo que se mueven por acción de viento.

La comunicación intencional es descrita como, aquella que se genera con la intención de transmitir un mensaje específico, y se la examina en base a dos aspectos; la práctica como aquella que es eficaz como el dibujo técnico; la estética es descrita como aquella que busca generar un agrado al receptor del mensaje. (Munari, *Diseño y Comunicación Visual*, 1984)

1.5.1.- El mensaje visual y su composición

La comunicación es una acción que se produce entre dos individuos, el mensaje que se produce con este fin, busca estimular nuestra mente y sentidos. El emisor es quien produce el mensaje enviándolo hacia el receptor por medio de un canal, este mensaje está codificado de diferentes maneras, sea mediante sonidos, imágenes, gestos, figuras, sin embargo, en el ambiente existen factores que intervienen en la forma como se transmite el mensaje, el ruido o interferencia, pueden hacer que este no sea percibido con claridad, e incluso puede llegar a ser anulado. Existen además de esto factores que intervienen en la forma como el receptor puede asimilar el mensaje, basado en su percepción sensorial, así como factores de modo operativo, cultural, que influyen en la decodificación del mismo.

El mensaje visual está compuesto por dos factores que lo hacen posible; como primero está la información que lleva, es decir el mensaje en sí mismo; y segundo el soporte visual, entendiéndose este por todo aquello que hace posible que este se pueda ver, como por ejemplo la textura, la forma, la estructura, el módulo, el movimiento, es decir todo aquello que podemos mirar, ver, escuchar, sentir o tocar. (Munari, Diseño y Comunicación Visual, 1984).

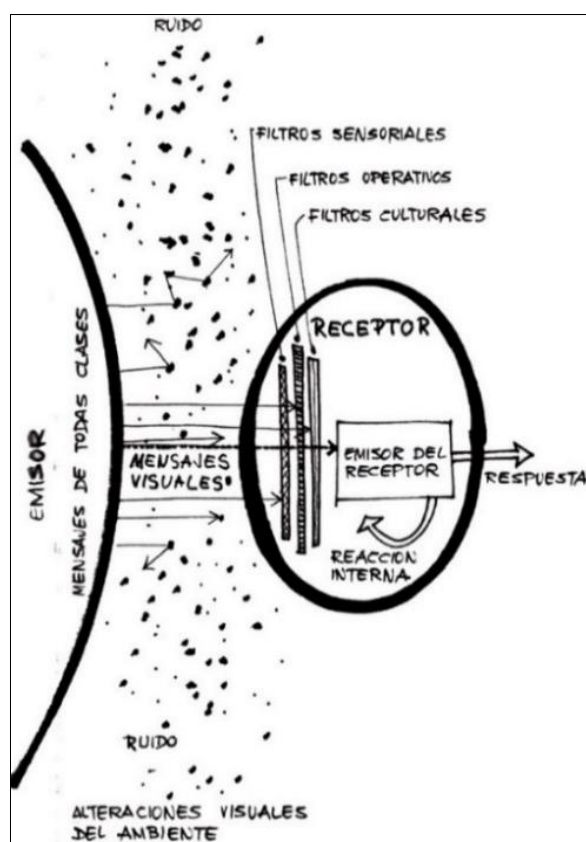


Figura 2. El mensaje Visual

Fuente: (Munari, 1984, p. 83)

1.5.2.- La Imagen

La palabra imagen proveniente de la raíz latina imago, que se define como: figura o imitación de algo, la palabra imagen es un término usado para referirse a la representación de carácter visual de la realidad. En el lenguaje castellano existen una serie de definiciones para la palabra imagen, sin embargo, se toma la referencia de María Acaso, quien en su libro El Lenguaje Visual nos dice que “Dentro del campo de la semiología de la imagen, representar consiste en sustituir la realidad a través del lenguaje visual”. (Acaso, 2009, p.31).

La imagen por lo tanto es la representación visual de la realidad de una manera icónica, en donde el emisor o autor representa la realidad, basado en un contexto determinado por múltiples factores que influyen en su percepción de la misma. Justo Villafañe, profesor de teoría de la imagen en la Universidad Complutense de Madrid, en su libro Introducción a la Teoría de la Imagen, señala sobre la imagen que, “la infinita variedad icónica hace imposible cualquier definición mono sémica del concepto de imagen” (Villafañe, 2006, p.39), es así que crear una definición de una imagen esta tan variada como lograr una clasificación de las mismas.

La clasificación de la imagen es variada, se ha buscado múltiples criterios por diferentes estudiosos de la teoría de la imagen, sin embargo, la clasificación basada en el criterio del nivel de la realidad que representa esta, es la que se tomara en cuenta, el grado de semejanza de la imagen es el que abarca a la fotografía, así se logra contextualizar la investigación teórica del proyecto basado en la imagen.

Tabla 1. *Escala de iconicidad*

| Grado | Nivel de realidad | Criterio | Ejemplo |
|-------|--|---|--|
| 11 | La imagen natural | Restablece todas las propiedades del objeto. Existe identidad. | Cualquier percepción de la realidad sin más mediación que las variables físicas del estímulo. |
| 10 | Modelo tridimensional a escala. | Restablece todas las propiedades del objeto. Existe identificación pero no identidad. | La Venus de Milo. |
| 9 | Imágenes de registro estereoscópico. | Restablece la forma y posición de los objetos emisores de radiación presentes en el espacio. | Un holograma. |
| 8 | Fotografía en color. | Cuando el grado de definición de la imagen esté equiparado al poder resolutivo del ojo medio. | Fotografía en la que un círculo de un metro de diámetro situado a mil metros, sea visto como un punto. |
| 7 | Fotografía en blanco y negro. | Igual que el anterior. | Igual que el anterior. |
| 6 | Pintura realista. | Restablece razonablemente las relaciones espaciales en un plano bidimensional. | <i>Las meninas</i> de Velázquez. |
| 5 | Representación figurativa no realista. | Aún se produce la identificación, pero las relaciones espaciales están alteradas. | <i>Guernica</i> de Picasso. Una caricatura de Peridis. |
| 4 | Pictograma. | Todas las características sensibles, excepto la forma, están abstraídas. | Siluetas. Monigotes infantiles. |
| 3 | Esquemas motivados. | Todas las características sensibles abstraídas. Tan sólo restablecen las relaciones orgánicas. | Organigramas. Planos. |
| 2 | Esquemas arbitrarios. | No representan características sensibles. Las relaciones de dependencia entre sus elementos no siguen ningún criterio lógico. | La señal de circulación que indica «ceda el paso». |
| 1 | Representación no figurativa. | Tienen abstraídas todas las propiedades sensibles y de relación. | Una obra de Miró. |

Fuente: (Villafañe, 2006, p. 41)

1.6.- La Fotografía

La fotografía se define como el procedimiento técnico, mediante el cual se permite crear imágenes por medio de la luz. Desde su invención la fotografía ha tenido una contribución vital para la sociedad por su naturaleza visual, es considerada como una ciencia, así como también un arte. (Newhall, 2002). Desde hace tiempo atrás se ha buscado perennizar los momentos en imágenes que recuerden una realidad pasada, o sean capaces de transmitir un mensaje. En la era moderna quienes poseían dinero, podían disfrutar de los retratos pintados por algún pintor famoso, así es como se desarrolló la pintura y también la escultura. El ímpetu del ser humano y su curiosidad, sin embargo, lo llevaron a través de una serie de procesos, con la finalidad de capturar las imágenes y poder perennizarse en el tiempo.

Desde Aristónes, quien empezó a realizar los primeros experimentos con la cámara oscura; a Leonardo Da Vinci, el que perfeccionó este método y comenzó a documentar algo mucho más estructurado sobre este tema; Thomas Wedgwoog fue la primera persona que intentó registrar la imagen de la cámara valiéndose de la acción de la luz, poco antes de 1.800 comenzó a experimentar con nitrato de plata sobre papel, a los cuales colocaba transparencias pintadas, exponiéndolos a la luz.

Para el año de 1816 Joseph-Nicephore Niepce, científico químico de origen francés, empezó dar sus primeros pasos para lograr captar una imagen a través de la luz, tuvo muchos tropiezos, pero para 1827 logro plasmar lo que hoy se reconoce como la primera fotografía llamada: Vista desde la ventana en Le Gras. Es a partir de aquí, que muchos fotógrafos empezaron a experimentar, con base en los descubrimientos de Niepce, y fueron perfeccionando la técnica, la cual fue mejorando (Newhall, 2002). Esta es una breve síntesis de la historia de la fotografía tomada del Libro Historia de la Fotografía de Beaumont Newhall (1908-1993) destacado autor, profesor y erudito, en temas de arte y fotografía.

Roland Barthes (1915-1980), quien fue un crítico, ensayista y semiólogo francés, en su libro *La Cámara Lucida*, dice:

“Técnicamente, la Fotografía se halla en la encrucijada de dos procedimientos completamente distintos; el uno es de orden químico; es la acción de la luz sobre ciertas sustancias; el otro es de orden físico; es la formación de la imagen a través de un dispositivo óptico” (Barthes, 1989, p.36).

Barthes plantea que la fotografía tiene dos aspectos esenciales para poder ser plasmada; el operador relacionado directamente con el dispositivo, es quien mira a través de la cámara y traduce esa realidad en imagen; y el espectador, es quien está relacionado con la parte química que asume la luz y mediante procesos impregna la misma en el papel, de esta manera relaciona como el espectador, asume el mensaje que la imagen en una fotografía le transmite al mirar.

La fotografía ha sido estudiada como huella de la realidad, como un testigo en el tiempo de lo que ha sucedido, en el estudio teórico de la fotografía el artista y articulista de origen belga, Philippe Dubois, en su libro *El Acto Fotográfico*, hace un análisis de las principales tendencias de estos estudios.

La fotografía como espejo de lo real, esta concepción teórica fue una de las primeras en ser debatidas, planteada desde el inicio de la fotografía, se consideraba la misma como una imitación perfecta de la realidad. Esta característica de semejanza se la atribuyo a que en ella no intervine la mano del artista, debido al procedimiento mecánico y químico que plasma de manera automática la imagen. Es aquí cuando nacen las primeras divergencias sobre la fotografía como arte, los artistas de la época discrepan sobre el trabajo, genio y talento que son necesarios para crear una obra de arte (hasta esa época consideradas solamente la pintura y la escultura), esto hizo que la fotografía comenzara a ser estudiada por muchos artistas de la época, muchos de los cuales terminaron rindiéndose ante ella.

La fotografía como transformación de lo real, en el siglo XX al contrario de lo que sucedía en el siglo pasado, los estudios ya no hablan de una imagen que muestra la realidad, sino más bien como una imagen que la transforma. Si bien la fotografía muestra imagen muy clara de lo que sucede, esta está sesgada por el punto de vista del fotógrafo, la distancia, el encuadre, es decir la realidad tridimensional se reduce a una imagen bidimensional que no es capaz de mostrar todo en su completa magnitud, esto hace que tengamos una visión totalmente transformada de lo que sucede realmente.

La fotografía como huella de lo real, llamada representación por contigüidad física del signo con su referente, es decir un análisis de la fotografía desde la semiótica, y su representación icónica con el referente fotográfico físico que ella muestra. Barthes en su libro *la cámara lucida* dice: “Llamo referente fotográfico no a la cosa facultativamente real a la cual remite o un signo sino a la cosa necesariamente real que ha sido colocada ante el objeto y a falta de la cual no hubiera habido fotografía.” (Dubois, 2015)

1.6.1.- Géneros Fotográficos

Los Géneros fotográficos se refieren a la clasificación de las imágenes de acuerdo a características comunes, de forma y contenido que permiten mejorar su manejo. Se han establecido clasificaciones desde varios puntos de vista, de acuerdo a los temas que recogen las imágenes. Los primeros géneros que se puede encontrar son aquellos provenientes de los pintores, quienes adoptaron la fotografía, y por ende trabajaron en los ya conocidos como, el retrato, paisajismo y naturaleza muerta (bodegón). Con el paso del tiempo las técnicas de los fotógrafos fueron evolucionando, esto provoco un sin número de géneros fotográficos, clasificados en dos grandes grupos que son la fotografía ficción y realidad.

La fotografía ficción, es aquella tomada de una realidad preparada, donde la mano del fotógrafo interviene para generar un ambiente óptimo, creando una composición acorde a las necesidades del mismo.

La fotografía realidad, es aquella tomada de un ambiente real en el cual la mano del fotógrafo no interviene, el mismo es parte de esta, en un modo expectante, y capta las imágenes de un cotidiano y de los acontecimientos tal como suceden.

Joaquín Perea en su artículo científico, *Los Géneros Fotográficos*, nos presenta una clasificación basada en la ausencia o presencia del hombre, en escenas preparadas o fotografía ficción, y escenas encontradas o fotografía realidad, las cuales se han descrito anteriormente; a partir de esta clasificación, se han ido creando subgéneros y una derivación de un sinnúmero de los mismos que podemos encontrar en nuestra época.

Tabla 2. *Géneros Fotográficos según el contenido*

| | ESCENA PREPARADA | ESCENA ENCONTRADA |
|--------------------|---------------------|---------------------------|
| Hombre Presente | Retrato | Reportaje (Documental) |
| Hombre Ausente | Bodegón | Paisaje |

Fuente: (Perea , 2010)

1.6.2.- Fotografía Documental

Desde sus inicios la fotografía considerada como el reflejo de la realidad, ha estado relacionada directamente a la creación artística, sin embargo, la fotografía por naturaleza es documental, constituyéndose en un aporte de información para varias investigaciones. La autenticidad que una fotografía contiene implícita, le da un valor especial como testimonio, por esto es llamada documental. (Newhall, 2002)

Las imágenes en fotografía documental, manifiestan en mayor o menor grado datos sobre un tema, sin embargo, todas permiten testimoniar un acontecimiento, tomando de la realidad, de forma que el fotógrafo es quien levanta una especie de acta notarial mediante su cámara. (Lopez, 2015). La Documentalidad de la fotografía, se da en función del aporte de información y el grado de iconicidad, está relacionada directamente con el fotógrafo, este es parte íntegra dentro del proceso, es desde su punto de vista y su concepción como nace; la relación, fotógrafo y fotografía son relevantes en este género fotográfico.

El fotógrafo es quien describe la realidad desde su percepción, con un fin comunicativo, es él quien imprime su propio estilo a cada una de las imágenes; el estilo, en lenguaje comunicacional, se refiere a la técnica propia, el encuadre, color, y en especial la experiencia personal del fotógrafo respecto a cada situación, todo esto se ve reflejado directamente en la imagen. El estilo, permite marcar diferencias y similitudes en las imágenes técnicamente iguales. A pesar de que cada fotógrafo ha impreso su propio estilo, esto no ha hecho que la fotografía documental pierda su esencia como documento de la realidad.

El génesis de la fotografía documental data de 1842, para ese momento habían transcurrido tres años de la presentación del daguerrotipo a la Academia de Ciencias de Paris, en este año se realizó la primera publicación llamada Excursios daguerrienes, esta recogía una serie de grabados a partir de daguerrotipos, es así que nació el interés de las personas, por documentar

diferentes acontecimientos de su entorno. El interés que despertó la fotografía y su poder como documento, llevo a la creación de sociedades, bibliotecas, asociaciones y una serie de organizaciones con el fin de recopilar y almacenar fotografías con fines de estudio e información. En el año 1905 se creó el Repertorio Iconográfico Universal, por parte del Instituto Internacional de fotografía, este facilitaba el estudio de materias referentes a documentación fotográfica y coordinaba la recolección de las mismas. (Newhall, 2002)

1.6.3.- Narrativa Fotográfica

La narrativa fotográfica, es la capacidad que tiene una imagen de contar una historia. La narrativa puede componerse por una o más fotografías que siguen una línea de narración, y en conjunto cuentan los acontecimientos sucedidos. El uso adecuado de los recursos técnicos y materiales por parte del fotógrafo en la construcción de la imagen, crean una mejor narrativa, una narrativa fuerte genera un mensaje claro y con alto impacto emocional. (Sánchez , 2006)

La narrativa en el acto de comunicación refuerza el mensaje, en el siguiente esquema se muestra el proceso comunicativo narrativo.

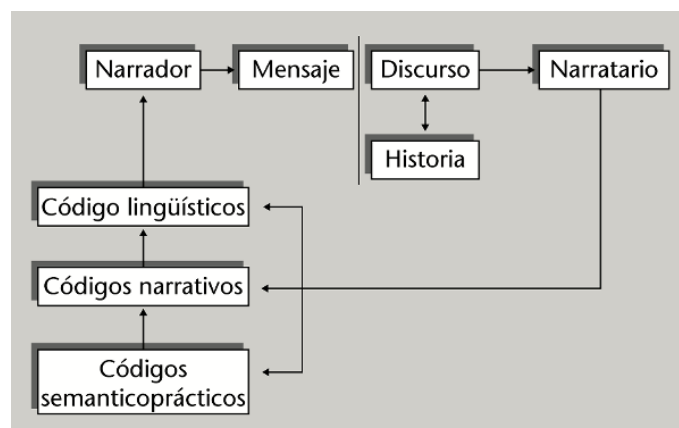


Figura 3. Esquema de la comunicación narrativa

Fuente: (Sánchez, 2006, p. 58)

El proceso comunicativo narrativo, abarca aspectos más complejos y técnicos que la comunicación simple, los códigos que el narrador plasma en la imagen, generan un mensaje más complejo de descifrar, el mensaje ahora es un discurso visual, una historia codificada hacia el receptor, quien desde su perspectiva y experiencia decodifica el mensaje para crear en su mente la historia.

1.6.4.- Parámetros Fotográficos

Son aquellas variables controlables que inciden en el grado de iconicidad y el mensaje de una fotografía, si se logran manipular de manera correcta, permiten crear una fotografía óptima. Según Francisco Martínez en su libro *Documentalidad y Artisticidad en el medio fotográfico* los parámetros más importantes que influyen en una fotografía son:

Ajustes de cámara, son los parámetros que podemos controlar en el dispositivo mecánico, apertura de diafragma, velocidad de obturación y sensibilidad ISO, manejados adecuadamente generan una imagen con buena iconicidad y narrativa, ayudan al fotógrafo a que la imagen transmita un mensaje claro al público.

Composición es el orden que tienen los objetos en la imagen, la composición ayuda a crear un mensaje diferenciador entre las buenas imágenes y las comunes, el orden que tienen los objetos en la imagen, proporciona al público la narrativa de lo que ha sucedido en la realidad fotografiada. La composición se ve reforzada por los siguientes parámetros:

La Luz, influye directamente en la iconicidad de la imagen, una luz natural genera una silueta mucho más estilizada de un sujeto que una luz artificial, entre mayor cantidad de luz, mayor la iconicidad del sujeto/objeto fotografiado.

El Ambiente, es el espacio físico en el cual está situado el sujeto/objeto, ayuda a la construcción de la narrativa, debido a la relación que se genera entre estos, una persona mendigando en un parque, se ve diferente mendigando en las afueras de una iglesia.

Punto de Vista, Encuadre y Planos, sitúa al sujeto/objeto en la fotografía, en relación de dirección, espacio y proporción con el ambiente, la narrativa varía dependiendo de las distintas opciones que nos ofrece la combinación de estos parámetros. La imagen de una persona llorando, vista en ángulo frontal, en un plano general, no genera la misma impresión que la imagen en el mismo ángulo, con un encuadre que muestra sus ojos con lágrimas, en primer primerísimo plano.

Enfoque y Profundidad de campo influyen en la iconicidad de la imagen por la distorsión o claridad que pueden aportar en referencia al sujeto/objeto y el ambiente que lo rodea, esto genera mejor estética, pero disminuye la calidad narrativa de la imagen. (Martinez , 2007)

1.6.5.- Fotografía Social

Fotografía social, se refiere a la intervención de las imágenes, en la conformación del razonamiento científico en las ciencias sociales, y como estas han aportado en los diferentes estudios e investigaciones. La fotografía social, se ha convertido en la base de la construcción visual, de las ciencias relacionadas a la investigación de la naturaleza física, social y cultural del ser humano, convirtiéndola en un instrumento esencial para la comprensión de nuestra sociedad. La representación social, ha tenido su auge en gran medida a las exigencias de los investigadores, quienes desean documentos fidedignos para la presentación de los resultados de sus investigaciones. (Davila Legerén, 2015)

Jesús de Miguel en su artículo científico, Para una sociología de la fotografía, explica que la fotografía social está dividida en tres tipos:

Fotografía Ventana, son imágenes exactas de la realidad, lo que muestran es similar a una ventana abierta que muestra su exterior, nada de lo que vemos a través de ella está alterado, son un testigo presencial, fuente fidedigna de lo que ha sucedido, usadas normalmente como evidencia legal. Sin embargo, la foto ventana no muestra el entorno que rodea a la imagen, esto debido a una selección previa de lo que se desea mostrar.

Fotografía Espejo, esta foto refleja los sentimientos del fotógrafo, son una manera de expresión propia, buscan transmitir los sentimientos y pensamientos íntimos del este y generar empatía, este tipo de fotos tiene un mensaje subliminal e indirecto, tratando de persuadir al espectador a una reacción. Usadas en la investigación social, en este tipo de fotos, la realidad no importa tanto, como lo que comunica.

Fotografía Regla, en aquella que muestra un mundo irreal, utilizadas en la parte publicitaria y comercial, bajo ciertas normas o reglas, producen por sí mismas un significado al que ya poseen, dictan normas de comportamiento social. (De Miguel, 1998)

1.7.- Visibilización Social

El término visibilizar se define como; “hacer visible artificialmente lo que no puede verse a simple vista”. (Real Academia Española, 2014). La visibilización social, abarca un proceso que conlleva una serie de actividades, estructuradas de una manera lógica y estratégica, capaces de mostrar una realidad oculta de la sociedad.

El proceso de visibilización busca crear en la persona conciencia de su entorno, y de lo que en él sucede; S. Sánchez en su libro *Paulo Freire una Pedagogía para el Adulto*, hace una reseña de las etapas de evolución de la conciencia que propone Freire:

Conciencia Intransitiva, se puede ver este tipo de conciencia en las sociedades cerradas, el hombre no posee una visión de la realidad, su consciente está limitado a funciones básicas

propias del ser, sus prioridades están basadas en satisfacer sus necesidades básicas, carece de percepción de tiempo por lo tanto sus preocupaciones son limitadas.

Conciencia transitiva, el hombre se preocupa de problemas más generales, que sus necesidades básicas, se hace sensible ante las dificultades de otras personas, su compromiso con la existencia es alto, se descubre a sí mismo y se hace parte de la sociedad. En esta etapa de la conciencia tenemos dos niveles que son:

Conciencia transitiva ingenua, es una conciencia simple y vaga con poco argumento de lo que sucede a su alrededor, existe una conciencia de las acciones que suceden en un modo vago, sin interesarse sobre ninguna de ellas, sino de una forma vaga.

Conciencia transitiva crítica, es una conciencia abierta con conceptos críticos y válidos sobre la realidad, el hombre deja de lado los mitos y las suposiciones de lo que sucede en la realidad., el hombre se involucra en las acciones de la sociedad que lo rodea y es participe de ellas en mayor grado. (Sanchez, 2007)

1.8.- Pobreza

La Organización de las Naciones Unidas ha definido la pobreza como “la condición caracterizada por una privación severa de necesidades humanas básicas, incluyendo alimentos, agua potable, instalaciones sanitarias, salud, vivienda, educación e información. La pobreza depende no sólo de ingresos monetarios sino también del acceso a servicios” (ONU, 1995: 57).

En el Ecuador el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC nos dice que, son pobres las personas cuyo consumo per cápita está por debajo de la línea de pobreza, esta línea se calcula con base en los ingresos mensuales de un hogar, dividido para el número de miembros del mismo. Según cifras en el Ecuador la línea de pobreza está ubicada en 2,85 usd dos dólares con

ochenta y cinco centavos, para la pobreza y 1,61 usd un dólar con sesenta y un centavos para la pobreza extrema. (INEC, Indicadores de Pobreza y Desigualdad, 2017)

La investigación tiene como referencia la Pobreza por Ingresos per cápita, es decir está basada en el estudio de los ingresos mensuales de cada persona, y se los compara con los datos suministrados por el INEC, el cual, en su informe Indicadores de pobreza y desigualdad a junio del 2017, plantea una metodología amplia que mide esta variable, sin embargo, con motivos de investigativos, tomaremos solo los datos referenciales que se ofrecen para el análisis de los casos individuales.

1.8.1.- Mendicidad

Según la Real Academia de la Lengua la mendicidad se define como la “situación social de la persona que no posee otros ingresos para vivir que los que le proporcionan las limosnas”. El concepto si bien ligero, aporta una clara definición del tema, sin embargo, es necesario tomar en cuenta términos asociados a la mendicidad que ayuden a comprenderla de mejor manera.

Mendigar, verbo que proveniente de la raíz latina mendicare, y que significa poner la mano, la definición que plantea Amalia Quevedo en su libro *Mendigos Ayer y Hoy*, está basada en la acción de pedir algo con importunidad y humillación, la autora, hace una análisis del término, teniendo en consideración que es comúnmente usado para definir la acción de pedir dinero en las calles, sin embargo existen otras situaciones de la vida cotidiana en las que se usa, para referirnos a realizar algo humillante, por ejemplo cuando hablamos de un hombre que mendiga amor a una mujer.

Mendigo, se conoce como mendigo a aquella persona que pide limosna, es quien realiza la acción de mendigar, quien pone la mano esperando recibir algo que le procure bienestar. El

mendigo es quien se humilla y se vuelve importuno, busca la compasión de las personas, procura que su accionar le genere una recompensa económica o material.

Limosna, significa compasión o misericordia, una definición del término desde la sociología nos dice que la limosna “es una acción realizada al pobre, por compasión y misericordia, para mitigar una situación de necesidad o indigencia. (...), hablamos de limosna cuando lo que se dona es algo modesto, de escaso valor.” (Quevedo , 2007, p.25)

1.9.- Adultos Mayores

La ONU reconoce a los adultos mayores como las personas que han cumplido 60 años en países en vías desarrollo y 65 años en países desarrollados, los adultos mayores son considerados la base de la sociedad, por su experiencia y conocimientos, ellos se han encargado de la formación de las nuevas generaciones, que guían nuestra sociedad. (del Polo, 2001)

El proceso de envejecimiento que genera cada día más adultos mayores, y que afecta a las personas tanto como a las poblaciones, es conocido como envejecimiento demográfico, donde los habitantes de la sociedad se vuelven cada vez más longevos, aumenta el número de personas mayores y se reducen los jóvenes, este proceso varía de acuerdo la condición social. (MIES, 2013)

Según el último censo de población y vivienda del INEC, en nuestro país existían, 1'229.089 personas con edades superiores a los 60 años, lo que representa el 7% de la población, se estima que para el año 2050 el 18% de la población sean adultos mayores. Las leyes de la república del Ecuador contemplan a los adultos mayores como un grupo prioritario de atención, es por eso que le otorgan un reconocimiento especial en derechos por su condición. La ley del anciano en su artículo 1 nos dice que:

“Son beneficiarias de esta ley las personas naturales que hayan cumplido sesenta y cinco años de edad, sean éstas nacionales o extranjeras, que se encuentren legalmente establecidas en el país. Para acceder a las exoneraciones o rebajas en los servicios públicos o privados estipulados en esta Ley, justificarán su condición únicamente con la cédula de identidad y ciudadanía o con el documento legal que les acredite a los extranjeros. (Ley Del Anciano, Reglamento, Legislación Conexa, 2007, p. 3).

Leyes como esta se han creado para proteger a los adultos mayores, otorgándoles beneficios especiales sobre los demás, este tipo de leyes, no solo existen en nuestro país, a nivel mundial existen organismos que reconocen derechos especiales a favor de este grupo.

CAPÍTULO II

2.- Metodología de la Investigación

Tabla 3. *Metodología de la Investigación*

| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | | | | | |
|---------------------------------|--------------------------|--|--|---|---|
| Etapa De La Investigación | Tipo Investigación | Método | Técnica | Instrumentos | Resultado |
| Fundamentación Teórica | Bibliográfica | *Historio- Lógico *Inductivo- Deductivo *Analítico- Sintético | - Exploración bibliográfica - Estudio científico - Búsqueda Internet | Ficha Bibliográfica | Base Teórica de la investigación |
| Diagnóstico del Problema | De Campo | Etnográfico | - Observación participante - Entrevista no estructurada | - Ficha de registro - Cuestionario no estructurado | Diagnóstico de la situación de los adultos mayores inmersos en la mendicidad y el aporte del Diseño y Publicidad sobre el tema. |
| Producto | Bibliográfica y de Campo | La Caja de Cristal | -Ordenamiento y selección fotográfica -Modulación -Elección de Tipografías y Cromática | | Producto visual sobre la mendicidad, que cumpla con criterios conceptuales y de composición. |
| Valoración | De Campo | Estadístico | Encuesta | Ficha de encuesta | Valoración del producto Visual |

Fuente: Elaboración del autor

2.1.- Sujetos

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizó como sujetos principales de la investigación a los adultos mayores que se reúnen a mendigar en las afueras de la iglesia La Merced y también a las personas que asisten al lugar, se buscó el criterio de expertos en el área de sociología, diseño y publicidad y fotografía documental, con estos sujetos se realizó, la observación participante, encuestas y entrevistas respectivamente de acuerdo a los requerimientos de la investigación.

2.2.- Población y muestra

La investigación se centró en los adultos mayores que se reúnen en las afuera de la Iglesia la Merced, en el proceso de observación, se determinó que el número era variable cada fin de semana, por lo que se decidió trabajar con quienes se encontraban de manera constante. El número que se toma como referencia para este trabajo de investigación son 22 sujetos, de los cuales se decidió trabajar en 2 casos puntuales, con la finalidad de buscar el material documental fotográfico, estos casos son; una pareja de esposos, y una mujer que vive sola, el criterio selección de la muestra se basó en la apertura de los sujetos con el investigador y las historias de cada uno de ellos.

Para el diagnóstico de la situación y validación del producto alternativo, la selección de la muestra se la realiza por conveniencia del investigador, debido a que no existe una población determinada que asiste a este lugar. Esta técnica, permitió escoger una parte de la población, basados en criterios propios de investigador, como la facilidad, accesibilidad, representatividad y aporte de datos al proyecto de investigación. (Martínez Bencardino , 2012)

2.3.- Tipos de Investigación

2.3.1.- Investigación Bibliográfica

La investigación documental bibliográfica, como su nombre lo dice se basa en la exploración y búsqueda de documentos referentes al tema de investigación, esto permite conocer las teorías y estudios de diversos autores, con la finalidad de fundamentar el Marco teórico, el cual permite contextualizar este trabajo. (Behar, 2008). Los conceptos, datos, referencias, se tomaron desde libros, documentos, informes, internet, revistas, todos relativos al ámbito de la investigación.

2.3.2.- Investigación de Campo

La investigación de campo, permitió la recolección de datos en el lugar donde se desarrolla el problema, a través de esta, la información se levantó directamente en contacto con el caso que se investigó, el trabajo se centró en el lugar y los individuos que fueron de interés del investigador, se buscó cubrir todas las aristas dentro de los objetivos planteados. (Garcia de Ceretto & Giacobbe, 2009)

2.4.- Métodos de Investigación

2.4.1.- Histórico – Lógico

Este método permitió buscar referencias bibliográficas cronológicas sobre la mendicidad a nivel general, y de los adultos mayores, los estudios o trabajos que se han realizado sobre el tema, así como también lo referente a los trabajos realizados sobre fotografía documental, sobre el tema.

2.4.2.- Método Analítico – Sintético

El método analítico sintético, permitió examinar los elementos del tema de investigación, de una manera individual, dividiéndolos en segmentos más pequeños que facilitaron su estudio, logrando un mejor razonamiento lógico, de esta manera se logró recopilar y clasificar la información más relevante sobre el tema.

2.4.3.- Método Inductivo – Deductivo

El método inductivo - deductivo permitió procesar la información recolectada sobre el tema de investigación, basado en el razonamiento de forma lógica, se partió desde lo general hacia lo específico, a través de este método se propone conclusiones sobre el tema de investigación.

2.4.4.- Método Estadístico

A través de este método se tabuló los datos obtenidos en la investigación, de esta manera se pudo obtener una visión estadística de la información que fue de importancia y aportó al tema de la investigación. Este método permitió refutar o validar información durante el proceso investigativo y la validación y aceptación del producto alternativo en la sociedad. (Martínez Bencardino , 2012)

2.4.5.- Método Etnográfico

El método brindó las facilidades necesarias para conocer el modo de vida de los individuos inmersos en el tema de investigación, a través de este método se buscó tener una descripción clara de su interacción, sus costumbres, sus motivaciones, es decir lo relevante sobre el tema de investigación y los sujetos. Este método es empírico por lo cual no se rige a

una estructura específica y está basado en la experiencia del investigador. (Garcia de Ceretto & Giacobbe, 2009)

2.4.6.- Método La Caja de Cristal

Este método permitió proponer un producto de calidad, que cumpla con criterios conceptuales y de funcionalidad, debido a que se basa en un análisis detallado de la información obtenida en la investigación, se realizó una propuesta estructurada en base a estos datos, y luego del proceso creativo, se realizó la evaluación del producto resultante y se obtuvo una valoración del mismo. (Tórtola, 2002)

2.5.- Técnicas e Instrumentos de Investigación

2.5.1.- Revisión Bibliográfica, Lectura Científica, Consultas Internet

Estas técnicas se usaron con la finalidad de obtener información que permita estructurar el marco teórico, a través de estas técnicas se obtuvo el conocimiento científico sobre el tema, así como la contextualización del mismo. Como instrumento para la recolección de datos se utilizó la ficha bibliográfica, con el afán de registrar cada uno de los documentos para su posterior uso o consulta.

2.5.2.- Observación participante

Permitió recolectar información de manera directa desde la fuente, los datos son de primera mano, se buscó una convivencia con los individuos inmersos en el tema de investigación, durante el tiempo que ellos acuden al sector donde se concentran, así como en sus lugares de residencia. Como instrumento se utilizó la ficha de registro datos, esta permitió marcar con una

X los indicadores prefijados, esto se realizó de manera individual con cada persona. También se utilizó los registros documentales fotográficos, los cuales fueron la base para la propuesta alternativa. (Garcia de Ceretto & Giacobbe, 2009)

2.5.3.- Entrevista de profundidad

Mediante esta técnica se buscó conocer a profundidad ciertos datos relevantes que aporten al tema de investigación. Se realizó con la finalidad el criterio de expertos en temas como sociología, fotografía y diseño y publicidad, con el propósito de obtener datos que aporten a cumplir con los objetivos planteados. Como instrumento se utilizó el cuestionario, el cual no se encontraba estructurado, sino más bien como una guía para la ejecución de la entrevista. (Garcia de Ceretto & Giacobbe, 2009)

2.5.4.- Ordenamiento, selección, modulación

Este conjunto de técnicas de diseño ayudó al investigador, en la generación de un producto visual con una estructura acorde a la necesidad, se pudo crear una propuesta que cumpliera con criterios conceptuales y de diseño, que fuera de calidad, con la finalidad de ponerla a consideración del público.

2.5.5.- Encuesta

Esta técnica contribuyó recolectar información estandarizada, directa, y de forma masiva, se aplicó a las personas que asisten a la iglesia Nuestra Señora de La Merced, como técnica para determinar si existe la visibilización de las personas que mendigan en las afueras de esta iglesia, así como también en la valoración del producto alternativo.

CAPÍTULO III

3. Análisis y Discusión de Resultados

Mediante las diferentes técnicas de recolección de datos se buscó información relevante sobre el tema de investigación, partiendo desde un diagnóstico de la situación de la problemática en el sitio; también se realizó un análisis de la situación de los adultos mayores, mediante la observación participante, y el levantamiento de información de cada uno de ellos; mediante las entrevistas se buscó el criterio de expertos en los temas relacionados al proyecto, con la finalidad de contrastar, reforzar o refutar la información bibliográfica obtenida.

3.1. Encuesta.

Por medio de esta técnica se buscó información que permita realizar el diagnóstico del problema, se trabajó en el lugar donde se desarrolla la problemática, el objetivo de la encuesta, fue el de obtener datos estadísticos que permitan justificar de la pertinencia del proyecto. El instrumento usado fue la una ficha en a cuál se hicieron al público tres preguntas, con indicadores que permitieron luego realizar una tabulación numérica de los datos obtenidos.

Pregunta 1

¿Ha observado usted a las personas que mendigan en las afuera de la Iglesia La Merced?

Tabla 4. Tabulación encuesta, pregunta 1

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Si | 50 |
| No | 0 |

Fuente: Elaboración del autor

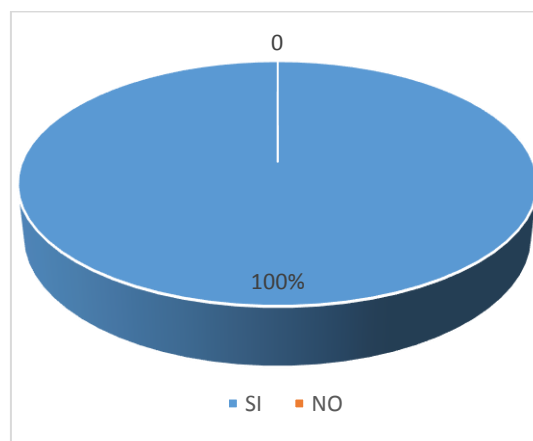


Figura 4. Tabulación encuesta, pregunta 1

Fuente: Elaboración del autor

Análisis:

Al inicio de la investigación se buscó determinar si las personas que asisten al lugar observan a quienes mendigan en el lugar con la finalidad de determinar la pertinencia del proyecto. Por los datos obtenidos se puede establecer que en su totalidad las personas observan a quienes mendigan, esto en contexto, reafirmó a futuro la necesidad o no del proyecto.

Pregunta 2

¿Conoce algún dato o información sobre alguna de estas personas o su situación?

Tabla 5. Tabulación encuesta, pregunta 2

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Si | 4 |
| No | 46 |

Fuente: Elaboración del autor

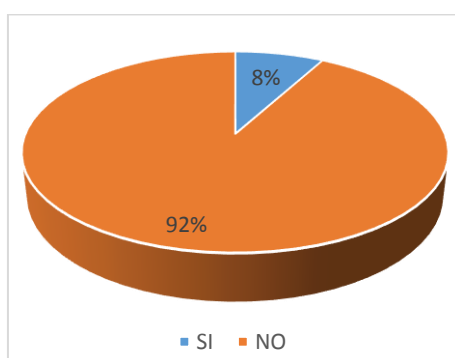


Figura 5. Tabulación encuesta, pregunta 2

Fuente: Elaboración del autor

Análisis:

Esta interrogante buscó complementar la pregunta anterior, debido a la diferencia que existe entre observar y conocer datos relevantes sobre una realidad, es así que en base a estos datos se pudo determinar que la mayoría de las personas desconocen el contexto y todo lo que rodea a la mendicidad en el lugar.

Pregunta 3

¿Ha visto o leído alguna información sobre la mendicidad en las afueras de La Iglesia La Merced?

Tabla 6. Tabulación encuesta, pregunta 3

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Si | 0 |
| No | 50 |

Fuente: Elaboración del autor

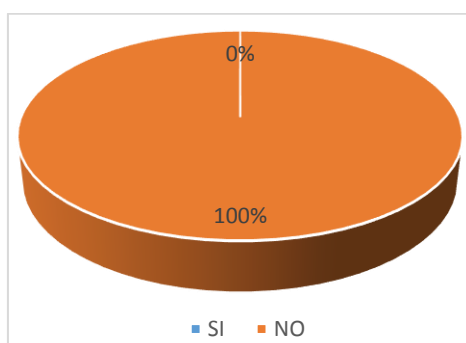


Figura 6. Tabulación encuesta, pregunta 3

Fuente: Elaboración del autor

Análisis:

La pregunta permitió conocer datos sobre la validez del proyecto, se reafirmó la necesidad dar a conocer esta situación a las personas que asisten al lugar, y al público en general, quienes, a pesar de observar la situación, no visibilizan esta realidad.

3.2. Ficha de Datos Observación Participante

Tabla 7. Tabulación ficha de datos, indicador sexo

| Variable | Valor |
|-----------|-------|
| Masculino | 10 |
| Femenino | 12 |

Fuente: Elaboración del autor

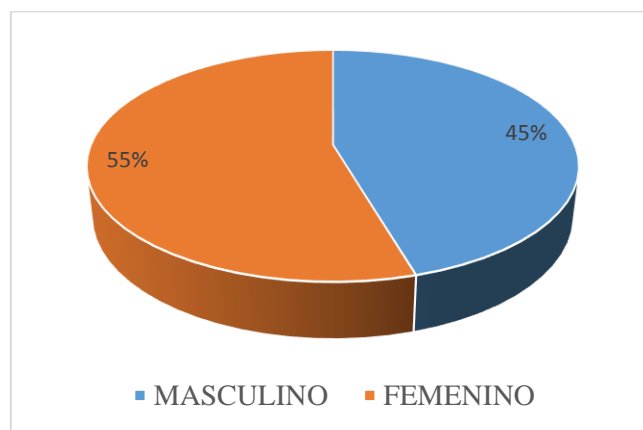


Figura 7. Tabulación ficha de datos, indicador sexo

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 8. *Tabulación ficha de datos, indicador edad*

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| 60-65 | 4 |
| 66-75 | 6 |
| +75 | 12 |

Fuente: Elaboración del autor

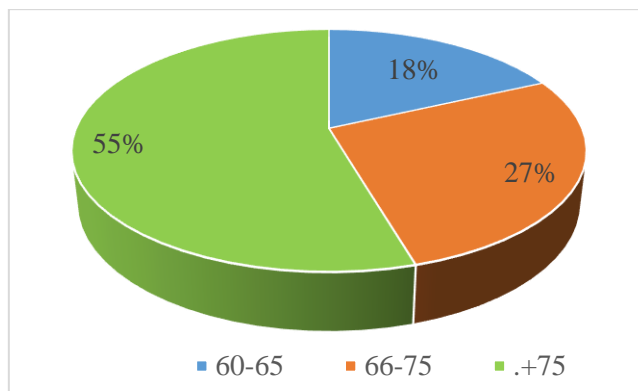


Figura 8. *Tabulación ficha de datos, indicador edad*

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 9. Tabulación ficha de datos indicador, estado civil

| Variable | Valor |
|------------|-------|
| Soltero | 6 |
| Casado | 9 |
| Divorciado | 1 |
| Viudo | 6 |

Fuente: Elaboración del autor

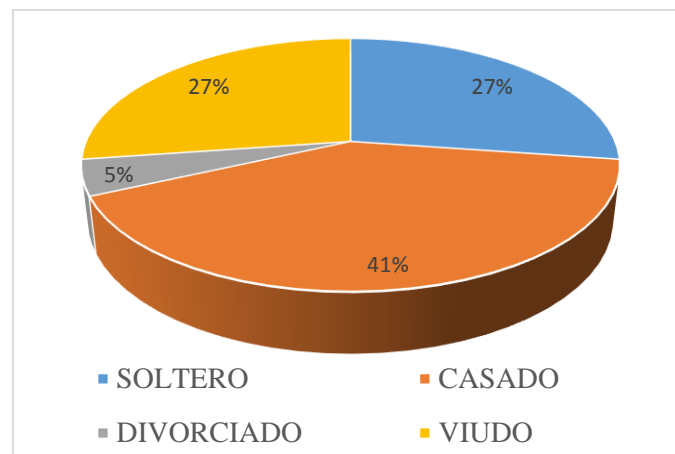


Figura 9. Tabulación ficha de datos indicador, estado civil

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 10. *Tabulación ficha de datos, indicador zona de residencia*

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Urbana | 6 |
| Rural | 16 |

Fuente: Elaboración del autor

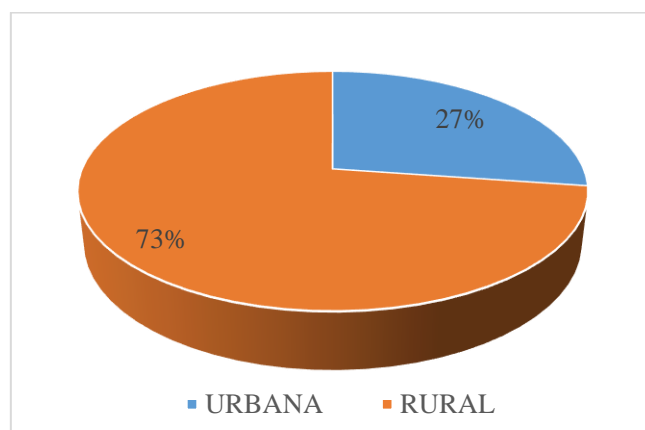


Figura 10. *Tabulación ficha de datos, indicador zona de residencia*

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 11. *Tabulación ficha de datos, indicador nivel de educación*

| Variable | Valor |
|------------|-------|
| Ninguna | 11 |
| Básica | 10 |
| Secundaria | 1 |

Fuente: Elaboración del autor

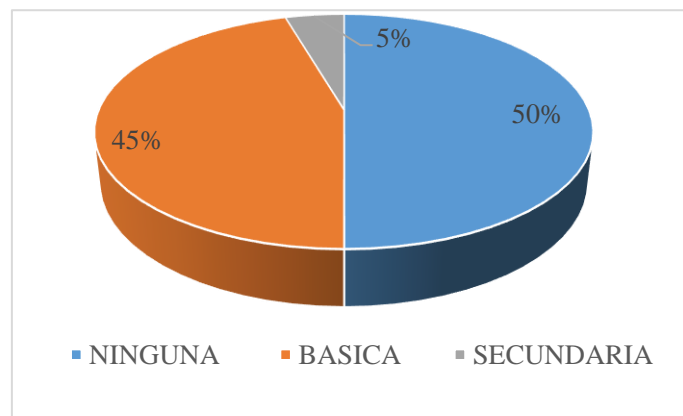


Figura 11. *Tabulación ficha de datos, indicador nivel de educación*

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 12. *Tabulación ficha de datos, indicador vivienda*

| Variable | Valor |
|-----------|-------|
| Propia | 8 |
| Arrendada | 2 |
| Prestada | 12 |

Fuente: Elaboración del autor

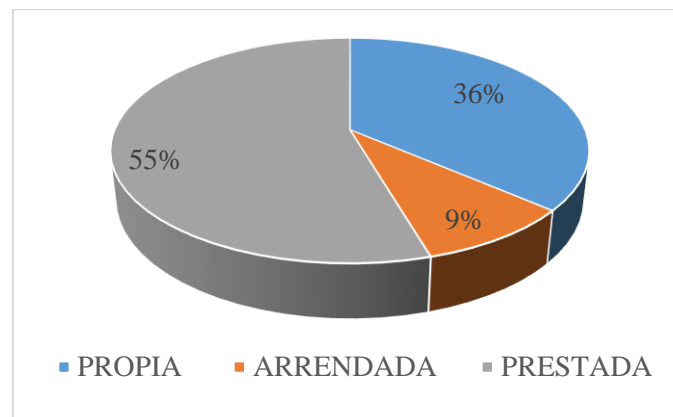


Figura 12. *Tabulación ficha de datos indicador vivienda.*

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 13. *Tabulación ficha de datos, indicador convivencia familiar*

| Variable | Valor |
|------------|-------|
| Solo | 7 |
| Acompañado | 15 |

Fuente: Elaboración del autor

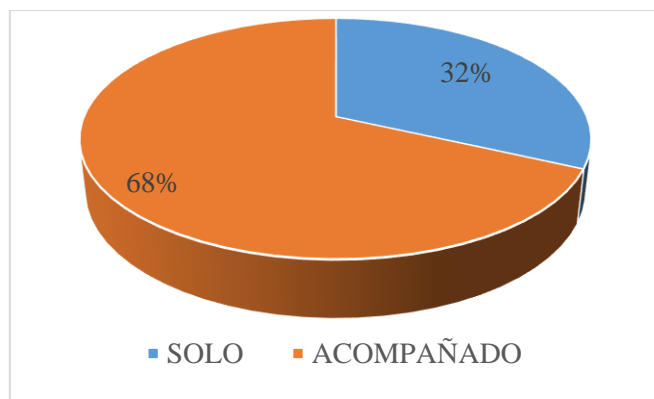


Figura 13. *Tabulación ficha de datos, indicador vivienda.*

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 14. *Tabulación ficha de datos, migración familiar*

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Si | 16 |
| No | 6 |

Fuente: Elaboración del autor

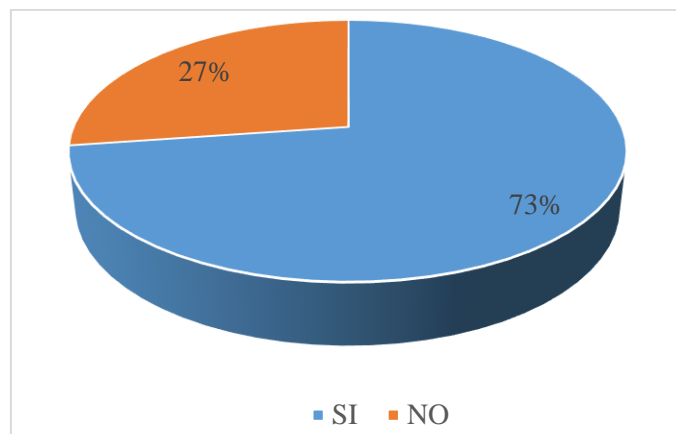


Figura 14. *Tabulación ficha de datos, indicador migración familiar*

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 15. Tabulación ficha de datos, indicador discapacidad

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Si | 7 |
| No | 15 |

Fuente: Elaboración del autor

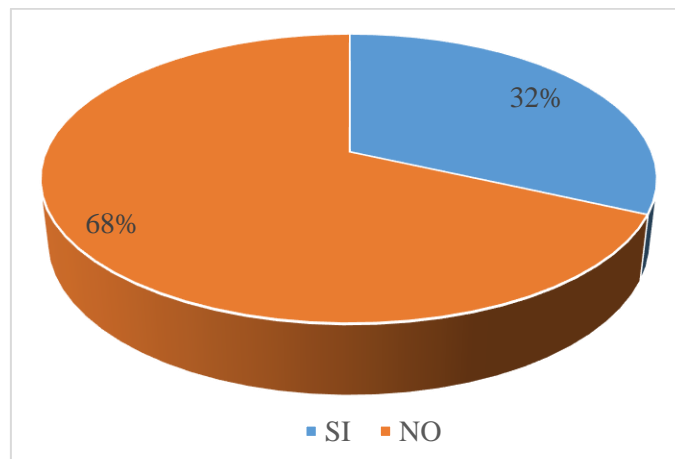


Figura 15. Tabulación ficha de datos, indicador discapacidad

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 16. Tabulación ficha de datos, indicador beneficiario de programas de MIES

| Beneficiarios Mies | |
|--------------------|----|
| Si | 12 |
| No | 10 |

Fuente: Elaboración del autor

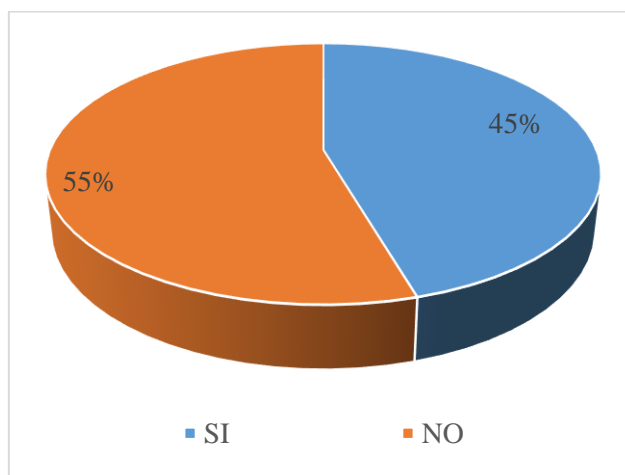


Figura 16. Tabulación ficha de datos, indicador beneficiario de programas de MIES

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 17. *Tabulación ficha de datos, indicador empleo*

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Si | 1 |
| No | 21 |

Fuente: Elaboración del autor

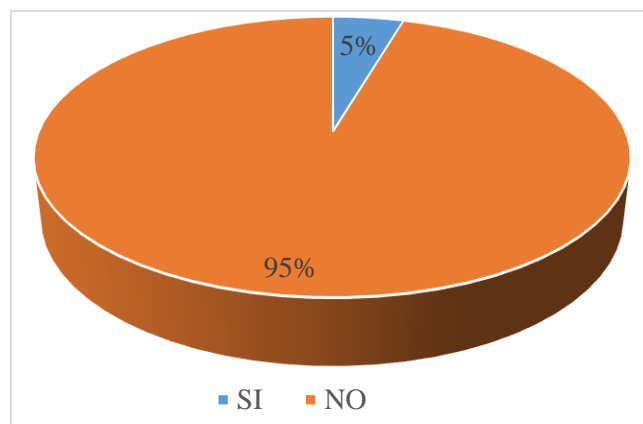


Figura 17. *Tabulación ficha de datos, indicador empleo*

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 18. Tabulación ficha de datos indicador motivación

| Variable | Valor |
|-----------|-------|
| Necesidad | 21 |
| Costumbre | 1 |

Fuente: Elaboración del autor

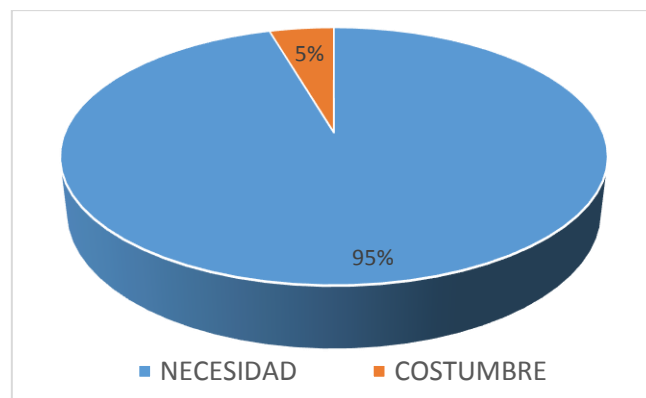


Figura 18. Tabulación ficha de datos indicador motivación

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 19. Tabulación ficha de datos indicador ingresos diarios

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| < 1,61 | 5 |
| < 2,85 | 15 |
| > 2,85 | 2 |

Fuente: Elaboración del autor

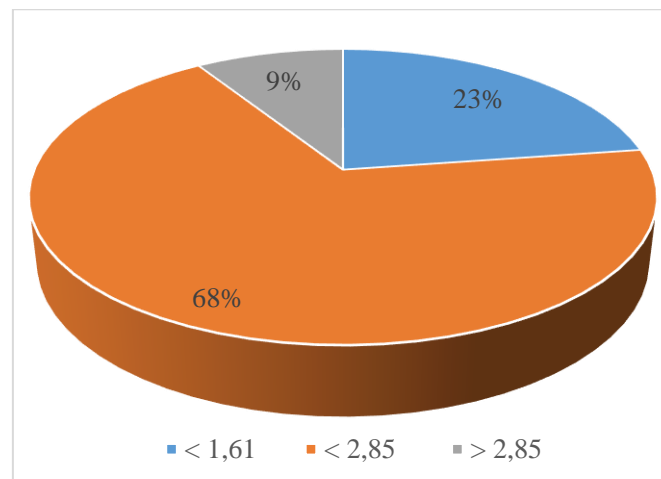


Figura 19. Tabulación ficha de datos indicador ingresos diarios

Fuente: Elaboración del autor

Análisis de información ficha de datos observación participante

Por medio de la observación participante, la misma que permitió interactuar con la mayoría de los adultos mayores que asisten a la iglesia La Merced, se pudo recolectar información importante, la cual se registró en una ficha de datos individual de cada una de las personas; luego de este registro se realizó la tabulación respectiva, con la finalidad de que se reflejen en datos estadísticos mediante el uso de tablas y gráficos, esto permitió tener una visión clara de la situación en la que se encuentra el grupo.

Por los datos recolectados se puede determinar que la mayoría de las personas son pobres, basados en la metodología del INEC, que mide la pobreza por ingresos per cápita de cada hogar, según este indicador las personas que viven con menos de 2,85 diarios son pobres, en este caso el 68% del grupo está en este grupo; un 23% de las personas viven en la pobreza extrema, con ingresos por debajo de 1.61 usd diarios. Del total del grupo solo dos personas no son pobre ya que viven con más de 2,85 usd diarios, sin embargo, están muy cerca de ese límite.

La edad es el factor preponderante para su situación, el empleo es casi nulo para ellos, el no poder trabajar por su edad, sumado a la migración de los hijos, hacen que su situación los lleve a mendigar en este lugar. Además de estos datos que se muestran en los gráficos estadísticos, la convivencia con las personas, permitió obtener información cualitativa que fue de importancia para el proceso de la elaboración de la propuesta alternativa, se pudo encontrar historias, anécdotas, enseñanzas que muestran una realidad diferente a la que se mira en el lugar, y que se aborda desde el ámbito de la fotografía documental, con la finalidad de obtener un producto con una narrativa y contenido que impacte y permita visibilizar la situación de las personas inmersas en la mendicidad.

3.3 Entrevista 1

Entrevistado: Msc. Ney Delgado

Profesión: Sociólogo de la empresa eléctrica Emelnorte

1.- ¿Desde el punto de vista de la sociología cómo se define a la Mendicidad?

La mendicidad es un problema de una sociedad globalizada, forjada por la falta de planificación territorial, en la que está involucrado no solo los entes gubernamentales sino toda la sociedad, la cual no se ha involucrado con el objetivo de generar una mejor calidad de vida de todos sus individuos.

Análisis

Esta definición que no la encontramos en los libros, permite tener un punto de vista diferente de la mendicidad y como se la mira desde la sociología, y la manera de abordarla durante la investigación. Este criterio permite tener una base conceptual para la propuesta alternativa, debido a que viene de un profesional involucrado en el entorno de la ciudad de Ibarra.

2.- ¿Cómo se genera la mendicidad?

La mendicidad es una escuela que nace del propio capitalismo, debido al desperdicio de recurso, que ha hecho que se esconda o bote alimento que evita que la brecha entre quienes tienen y no se acorte. La estructura del estado no como gobierno sino como sociedad es la que ha contribuido a generar este problema, la educación prevarica con los principios, somos formado en una escuela donde aprendemos materias como matemáticas, biología, pero no

aprendemos valorar y amar las plantas, el ambiente y a las personas, generando individuos creados con modelos preestablecidos carentes de valores humanos y sociales, y es ahí donde nace la mendicidad, en el desapego por el otro, por lo que le sucede al mendigo, en una sociedad donde el que más tiene esta sobre el que no tiene nada. La mendicidad comienza en el estómago, el hambre es la que genera mendigos en niños, jóvenes, adultos, ancianos.

Análisis

Por medio de esta respuesta se tiene un criterio que permite contextualizar el problema de investigación, y ubicarse en ciertos aspectos sociales que son de importancia para centrarse en ciertos puntos o cualidades a tomar en cuenta durante este proceso de investigativo.

3.- ¿Cuáles son los factores que influyen en la mendicidad?

Uno de los factores que más contribuye a la mendicidad es la distribución inequitativa de los recursos, las enormes brechas sociales que se han creado en la sociedad es el principal factor que influye en la mendicidad, ningún gobierno ha logrado resolver esta brecha, el capitalismo es quien busca que prevalezcan la ignorancia, el hambre, las guerras y buscar en todo esto un rédito económico. El abandono de los hijos a sus padres, por motivos como la descomposición social, la migración, y un sin número de factores contribuyen a que este problema se acrecenté. Injusticia, desigualdad e inequidad, son los factores fundamentales que provocan mendicidad.

Análisis

Por medio de esta respuesta, se puede determinar que existen factores establecidos por los profesionales de la sociología sobre el tema de investigación, lo que se podrá comprobar o refutar mediante el levantamiento de datos desde los individuos inmersos en la mendicidad.

4.- ¿Cuál es el comportamiento de la sociedad con respecto a este tema?

Cada vez existe menos gente con empatía por el tema como la mendicidad, somos escuela del capitalismo, donde detrás de un mendigo existe una estructura de explotación, gente que se aprovecha de este para generar ingresos económicos. La sociedad se ha hecho apática, ahora se tiene la idea del tape del bache, generamos soluciones temporales, las instituciones del estado brindan migajas económicas y no van a la parte medular del problema que es el trabajo en la descomposición de la sociedad como tal.

Análisis

La respuesta nos permite analizar las conductas sociales con respecto al tema de investigación, permitiendo obtener una base para contrastar con los datos obtenidos en el proceso investigativo.

5.- ¿Cómo afecta la cotidianidad de la mendicidad a la sociedad?

Cuando se comienza a ver una figura posesionada en un lugar por mucho tiempo, esta se convierte en parte del entorno, y cada día que pasa parece normal, la primera vez se siente empatía, pero después de un tiempo se piensa que es responsabilidad del municipio, del gobierno, o de alguien más, y este problema, aunque visible pasa a ser un problema oculto a la vista de toda la sociedad.

Análisis

La respuesta respalda el tema de investigación, el mismo que busca visibilizar la mendicidad en una sociedad que se ha acostumbrado a la misma.

6.- ¿Cuál es el aporte que se puede generar desde la sociedad?

La sociedad debería involucrarse en conocer quiénes son los individuos que están inmersos en este problema, conocer de dónde vienen que hacen, con quien conviven, cuáles son sus problemas, para desde el conocimiento proponer soluciones no temporales o parches sino soluciones integrales que ayuden a solucionar este problema, no hacer lo que yo quiero como sociedad con ellos, sino llegar a una solución en acuerdo con ellos.

Análisis

La respuesta aporta con propuestas que son datos útiles como base para elaboración de la propuesta alternativa, las conclusiones y recomendaciones del tema de investigación.

3.4 Entrevista 2

Entrevistado: Msc. David Ortiz

Profesión: Diseñador Gráfico - director de la carrera de Diseño y Publicidad UTN

1.- ¿Cuál es el aporte de la carrera de Diseño y Publicidad en temas de interés social como la mendicidad?

El aporte en cuanto a este tema es muy limitado, a pesar de que las instituciones públicas estén al servicio de la sociedad, sin embargo, en vinculación con colectividad se busca aportar a la sociedad, en el sector rural de la ciudad, y en el tema de las practicas pre profesionales los chicos se han ido involucrando en la sociedad, pero en respecto a este tema sigue siendo escasa y limitada.

Análisis

A través de esta respuesta podemos determinar que el aporte desde la carrera de Diseño y Publicidad ha sido poco con respecto a los temas de interés social, esto contribuye los datos necesarios para el objetivo específico 2.

2.- ¿Los temas de interés social, tienen espacio de estudio en la carrera de Diseño y Publicidad?

Los temas de interés social son de preocupación de la universidad, pero si existen limitaciones en cuanto a este tipo de temas, dentro del pensum de la carrera está enfocado más hacia el tema de interés comercial, que del fin social; sin embargo, existen materias como campañas del bien público, donde se trata de generar y promulgar un diseño con un fin social.

Sin embargo, no debemos olvidar que la Universidad Técnica busca formar primero personas y luego profesionales, por eso se realizan esfuerzos para que en la mayoría de materias se enfoque de alguna manera el tema de ayuda social.

Análisis

El aporte de esta respuesta permite determinar cómo se está trabajando en las entidades públicas sobre temas como el de investigación, genera un aporte para corroborar el objetivo 2, y por qué no existe un aporte desde la carrera de Diseño y Publicidad.

3.- ¿Cómo se está trabajando para generar propuestas sobre temas de interés social?

A partir de la promulgación del Plan Nacional del Buen Vivir, este en la universidad tuvo una incidencia en el modelo educativo, teniendo como base el formar personas, a partir de eso cada una de las carreras se enmarca dentro de dos oportunidades de aplicarlo como son prácticas y vinculación, pero como decíamos el aporte es muy poco. Pero en cambio en los trabajos de investigación y de grado, se genera una oportunidad de aportar a la sociedad, porque tenemos que circunscribirnos a las necesidades del entorno, trabajando en la resolución de problemas, desde el ámbito creativo descubriendo necesidades y proponiendo soluciones útiles que sean de impacto social.

Análisis

Por medio de esta respuesta, nos permite tener una visión de cómo se está trabajando desde la carrera de Diseño y Publicidad, para generar aportes sobre temas de interés social, como la mendicidad que puedan aportar a la sociedad.

4.- ¿Qué tipo de políticas existen para el impulso de propuesta realizadas por los estudiantes sobre el tema?

El interés de la universidad es por ir descubriendo trabajos de investigación que sean pertinentes, entonces la universidad a través de los docentes o delegación de tutores de trabajos de grado, el docente potencia la capacidad de descubrir estas necesidades y llevarlas a niveles de investigación que ayudan al estudiante a desarrollar su proyecto. El apoyo económico no existe, debido a que no existe una normativa que permita este apoyo, pero se lo puede hacer a través de docentes.

Análisis

A través de esta respuesta se puede diagnosticar el cómo se está haciendo por parte de la carrera para el impulso de los proyectos de interés social, las políticas que existen y las que no.

5.- ¿Qué aportes se han realizado sobre el tema de la mendicidad desde los estudiantes?

No existen trabajos específicos sobre el tema de la mendicidad en la carrera de Diseño y publicidad, sin embargo, existen aportes en otros temas de interés social, como discapacidad, violencia de género.

Análisis

A través de esta respuesta se puede determinar que el aporte desde los estudiantes tampoco ha sido relevante sobre temas de interés social y específicamente en temas de mendicidad es nulo.

3.5 Entrevista 3

Entrevistado: Msc. Mijaíl Vallejo Prut

Profesión: Fotógrafo Documental

1 ¿Cuál es su experiencia como fotógrafo documental?

Tengo 7 años de experiencia como fotógrafo documental publicando en medios internacionales como: The New York Times Lens, GEO Francia, VICE Estados Unidos, BuzzFeed News, Esquire Rusia y muchos otros.

Análisis

A través de esta pregunta, buscamos poner en contexto la experiencia del entrevistado, con respecto al tema de investigación, y la relevancia de sus respuestas, como un aporte al proyecto.

2 ¿Cómo se debe tratar los temas como la fotografía sobre la mendicidad?

La fotografía de mendicidad debe ser tratada con mucho respeto hacia el retratado y siempre tomado con pinzas para no caer en la porno miseria.

Análisis

La respuesta nos da un concepto claro, del modo cómo se debe abordar el tema de investigación, también aporta en la creación del concepto de la propuesta, para poder generar un buen material.

3.- ¿Cómo se debería tratar este tema desde el punto de vista conceptual para generar un buen material fotográfico?

En primer lugar, se debe tener claro en por qué se quiere retratar este tema. En segundo lugar, se debe realizar un trabajo a fondo, no solo pasar un día con el sujeto, sino que visitarlo en varias ocasiones para entender mejor el problema y fotografiarlo de una forma más horizontal, sincera y sin prejuicios. Lo más importante es tener respeto al acercarse al sujeto y al fotografiarlo. Se debe estar consciente de que el fotógrafo tiene una herramienta de poder (la cámara) y si ésta es mal utilizada puede generar un mensaje condescendiente o se puede caer en la porno miseria.

Análisis

Esta pregunta aporta una metodología de investigación tomada desde la experiencia del entrevistado, con base en su experiencia podemos obtener, un trabajo con una calidad y concepto valiosos.

4.- ¿Qué aspectos diferencian a un trabajo normal de un excelente trabajo?

No hay recetas para la fotografía, es diferente con cada tema, país, personaje, fotógrafo, etc.

Análisis

Esta respuesta aporta en reafirmar los conceptos de la fotografía documental, en cuanto no existe una receta, y las imágenes nacen desde la percepción del fotógrafo.

5.- ¿Desde su experiencia cuál es la mejor opción para exponer al público un trabajo fotográfico de este tipo?

Debe ser mostrado en un medio democrático que tenga acceso gran cantidad de gente, pero sobre todo los retratados.

Análisis

Esta respuesta nos da la pauta para el método de visibilización del trabajo de investigación, aporta con un criterio basado en la experiencia sobre la mejor manera de lograr exponer el material producto de la investigación.

CAPÍTULO IV

4. Propuesta Alternativa

4.1 Título

Diseño y Planificación de una exposición fotográfica, para visualizar la mendicidad de los adultos mayores en la Iglesia La Merced de la ciudad de Ibarra.

4.2 Justificación

Diseñar tiene como objetivo la creación de algo que sea funcional y estéticamente atractivo, es así que este proyecto propone, el diseño y planificación de una exposición fotográfica que visibilice la mendicidad de los adultos mayores en la Iglesia La Merced de Ibarra.

En este caso no existe material visual que ayude a visibilizar la realidad que viven los adultos mayores que se ven obligados a mendigar en las afueras de la iglesia La Merced. Por medio de la investigación se pudo conocer realidades ocultas sobre el tema; el propósito de este producto es, visibilizar esta situación que se vive en el lugar, todo esto mediante la fotografía documental.

La exposición fotográfica es el medio más adecuado para llegar hacia nuestro público meta, debido a la interacción directa que se busca generar, entre las personas que asisten a la iglesia de La Merced y los adultos mayores que allí se reúnen a mendigar cada domingo.

Las características relevantes que posee el producto son: el contenido fotográfico documental, con una narrativa creada a partir de momentos vividos en la investigación participativa, el soporte fotográfico en formato acorde para su exposición, la estrategia BTL que busca hacer parte de la exposición a las personas cuyas historias se busca visibilizar.

4.3 Fundamentación

El desarrollo de la presente propuesta alternativa se inició con la investigación y recopilación de información sobre los adultos mayores que mendigan en la Iglesia La Merced, se consideró los siguientes temas: origen, modo de vida, pobreza por consumo, factores relevantes, etc.; esta información permitió conocer el entorno en el cual se va desarrollar y enfocar el contenido de la propuesta, estos aspectos son esenciales, debido a que aportan directamente a la concepción de la narrativa que se busca generar.

La investigación social, se ha basado en la documentación fotográfica, desde los inicios de la fotografía, debido a la capacidad de conservar y contar los temas investigados de una manera fidedigna. Estas fotografías han generado un gran impacto en las sociedades de diferentes países del mundo; las imágenes producto de una realidad ajena a los ojos del público, tiene cada vez más uso en los diferentes campos de la investigación. El impacto de estas imágenes en la sociedad, en los últimos años ha logrado visibilizar temas tan ajenos a nuestra realidad como: la migración en Medio Oriente y Europa, las catástrofes sociales y naturales en partes tan alejadas a nuestra sociedad, que jamás se hubieran podido conocer si no fuera por la fotografía.

La fotografía documental, por su característica innata que permite contar una parte de la historia en una imagen, es la base de la propuesta, las referencias bibliográficas de trabajos realizados en el ámbito social en diferentes países de Latinoamérica, son la base e inspiración del producto alternativo. Documentales fotográficos como los de la socióloga Elizabeth Jelin, ayudaron a generar un contenido apropiado de propuesta, Jelin a partir de su trabajo investigativo sobre los sectores populares y urbanos de la argentina pobre, generó su libro titulado Podría Ser Yo, en él se recogen imágenes y testimonios de una sociedad en decadencia, a través de este trabajo se buscó mostrar los temas ocultos de una sociedad cada vez más pobre;

de la misma manera que este producto busca mostrar la realidad, sobre la mendicidad de los adultos mayores a la sociedad Ibarreña. (Jelin, 2011).

La presente propuesta alternativa a través de su contenido, otorga un enfoque diferente sobre la mendicidad de los adultos mayores, busca abordar los temas desde una perspectiva poco conocida, con un concepto donde prima la dignidad humana y visibiliza la realidad de estas personas, rescatando los mejores momentos vividos de la observación participante del investigador.

La exposición fotográfica se llevó a cabo en el sitio donde se desarrolló la investigación, por recomendación de expertos en fotografía, como Mijaíl Vallejo, fotógrafo documentalista con una amplia experiencia en el tema. Mijaíl propone que la manera más adecuada para visibilizar la mendicidad, es trabajar con las personas inmersas en ella, y que estas sean parte directa de la misma, esto permitió a los involucrados en el proceso investigativo mirar sus propias vivencias desde un punto de vista nunca antes visto por ellos, y generó un impacto diferente en quienes asistieron a la exposición.

4.4 Objetivos

4.4.1 Objetivo General

Diseñar y Planificar una exposición fotográfica, que permita visibilizar la mendicidad de los adultos mayores en la Iglesia La Merced de Ibarra.

4.4.2 Objetivos Específicos

- Documentar fotográficamente las historias invisibilizadas de los adultos mayores que mendigan en la iglesia La Merced de la ciudad de Ibarra.

- Seleccionar y editar digitalmente las fotografías de manera que permitan generar una narrativa acorde al concepto deseado.
- Diagramar los artes, de manera que la narrativa, el concepto y los soportes permitan visibilizar la realidad oculta sobre la mendicidad en la iglesia La Merced.
- Buscar el criterio de profesionales en fotografía sobre los artes, antes de su impresión y exposición.

4.5 Ubicación sectorial y física

El presente proyecto tiene su enfoque principal en el sector urbano de la Ciudad de Ibarra, específicamente en el parque Víctor Manuel Peñaherrera (Parque La Merced), debido que aquí es donde se desarrolla el caso de estudio.

El parque Víctor Manuel Peñaherrera es el lugar físico donde se reúnen cada domingo los adultos mayores a mendigar, aunque se ha determinado en la investigación, que la mayoría de las personas provienen de la zona rural, en este lugar es donde la mendicidad se puede evidenciar, y por los datos obtenidos en el proceso, se llega a la conclusión de que, la mayoría de personas que asisten a la iglesia La Merced y sus alrededores, no visibilizan la realidad sobre esto.

4.6 Desarrollo de la propuesta

4.6.1 Concepto

Esta propuesta se basa en el concepto de: *Momentos*, se busca a través de este concepto, mostrar algunos instantes de la vida de los adultos mayores, los que han sido documentados en imágenes, muchos de estos momentos son desapercibidos para las personas que asisten a la iglesia de La Merced.

En el proceso de investigación, si bien existen muchos momentos duros, tristes, difíciles de mostrar, se busca desde esta propuesta, visibilizar la situación de los adultos mayores, desde un punto de vista diferente al que las personas que asisten al lugar conocen, buscando conceptualmente mostrar un contraste entre los momentos difíciles por su situación y aquellos momentos buenos, que todos los seres humanos valoramos más.

4.6.2. Narrativa

La narrativa en la exposición se muestra de una manera artística, buscando transmitir primeramente de forma individual, las acciones y emociones vividas en el momento que fueron tomadas las fotografías. Cada una de las imágenes cuentan una historia, su composición, encuadre, enfoque, luz se combinan para detener el tiempo en sí mismas. Las imágenes están reforzadas con un texto en su parte inferior, el cual complementa la narrativa.

Además de la narrativa de manera individual, las fotografías en conjunto cuentan una historia a nivel global del caso de mendicidad, la secuencia de imágenes permite visibilizar aspectos ocultos sobre esta realidad. La narrativa se ha estructurado de manera que quienes miran la exposición partan desde un conocimiento global y rápido, al nivel individual de las historias.

4.6.3 Documentación Fotográfica

4.6.3.1 Selección de casos

La presente propuesta alternativa está basada en la documentación fotográfica de los casos seleccionados por el investigador, para esta selección se tomó en cuenta ciertos aspectos, los cuales surgieron en el proceso de la observación participante. La confianza y afinidad desarrollada con los adultos mayores, fueron el principal factor para seleccionar un caso,

además de esto se tomó en cuenta otro factor como, la frecuencia con que asisten al lugar las personas.

Caso a nivel General. - El caso a nivel general sobre la mendicidad, es desde donde se partió hacia el largo proceso de convivencia con los adultos mayores, en este caso se trabajó con la mayoría de las personas, compartiendo, conversando, y ganando su confianza, que permitiera una apertura para obtener el material fotográfico, sobre su convivencia en el lugar y su entorno.

Casos a nivel individual. – Los casos seleccionados a nivel individual son dos, en estos se tuvo mayor apertura y confianza con las personas, después del largo proceso de convivencia se pudo trabajar con ellos de una manera más directa.

En el primer caso, se trabajó con Celiana Cobos, conocida en el lugar por todos como Anita, una señora de 80 años, caracterizada por su amplia sonrisa y calidez humana, en este caso la confianza fue rápida y se tuvo gran apertura para la documentación fotográfica, se documentó sus vivencias en el lugar de los hechos, la convivencia con los demás adultos mayores, y sus actividades cotidianas en el lugar. Sus historias personales, vivencias, tristezas y familia, caracterizaron las interacciones cada visita y encuentro en el Parque La Merced.

En el segundo caso, se tuvo interacción directa con un matrimonio conformado por el Sr. Manuel Yépez de 78 años, y la Sra. María Pérez de 69 años, en el principio del proceso investigativo estas dos personas fueron con las que menos se pudo interactuar, sin embargo, con el paso del tiempo se llegó a tener confianza y apertura, a tal punto que el caso se documentó fotográficamente en su domicilio, al cual el investigador fue invitado para compartir e interactuar con ellos.

De esta selección de casos se obtuvo el material fotográfico, con el cual se estructura la presente propuesta alternativa.



Figura 20. Proceso de observación participante

Fuente: Elaboración del Autor

4.6.3.2 Toma de fotografías

La fotografía documental es la base de la presente propuesta, a través de esta se registra las imágenes desde la perspectiva del investigador, buscando generar un concepto acorde a la necesidad del producto. El proceso de documentación fue extenso, en el comienzo de la investigación se utiliza el plano general para obtener imágenes del entorno donde se desarrolla la investigación, así como situar a los adultos mayores en el mismo. Los planos más cortos como el plano americano, plano medio, y primer primerísimo plano, permiten tener una visualización directa de las personas, sus rasgos y características físicas son más visibles, además de mostrar su fisonomía de una manera más clara, lo cual tiene un impacto diferente en el público.

Los primeros pasos dentro de la investigación, permitieron ir teniendo un acercamiento paulatino a los adultos mayores, es por eso que conforme avanza la investigación los planos fotográficos varían del plano general al primer primerísimo plano.

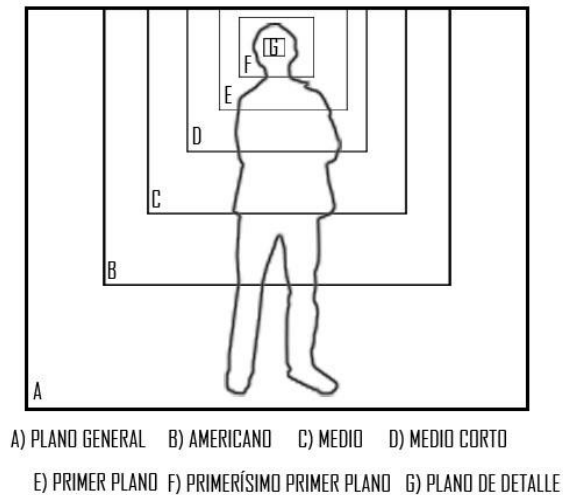


Figura 21. Planos Fotográficos

Fuente: <http://bokehla.blogspot.com>

4.6.4 Procesamiento de las imágenes fotográficas

4.6.4.1 Ordenamiento y selección

El proceso de ordenamiento de las fotografías, se lo realizó teniendo en cuenta el nivel de investigación en el cual se trabajó; es así que tenemos dos parámetros de clasificación: las imágenes relacionadas a la investigación a nivel general del caso de mendicidad de adultos mayores; y las imágenes sobre los casos individuales seleccionados como base para la propuesta.

Las fotografías una vez clasificadas de acuerdo al nivel de investigación, se seleccionaron teniendo en cuenta criterios tales como: encuadre, composición, exposición, nitidez, narrativa, además de todo esto se tuvo en cuenta el concepto de la propuesta. Para esta selección se utilizó el programa Adobe Bridge, el mismo que permite puntuar a cada imagen con estrellas del 1 al 5 siendo cinco el valor máximo para una imagen, de esta manera las imágenes con mejor puntuación son las seleccionadas para la propuesta.

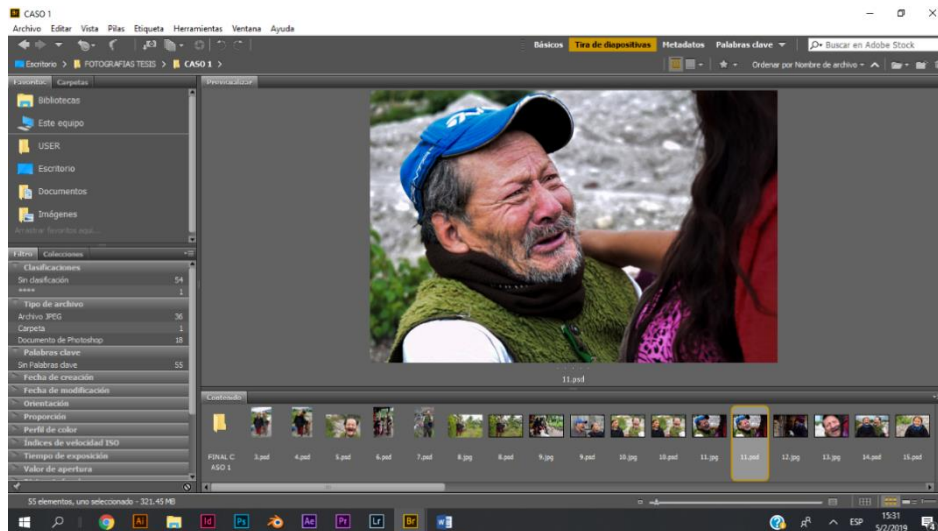


Figura 22. Clasificación y selección de fotografías con Adobe Bridge

Fuente: Elaboración del Autor

4.6.4.2 Revelado digital

El siguiente paso en el procesamiento de las imágenes es el revelado digital, el cual nos permitió realizar correcciones de las imágenes como; ajuste de balance de blancos, mejorar contraste y saturación, reducción del ruido, mejorar el enfoque mediante el uso de filtros de enfoque, además de trabajar la calidez de la imagen para darle un toque homogéneo con el concepto deseado.

El proceso del revelado digital se lo lleva a cabo con el programa Adobe Lightroom, el programa nos brinda las herramientas necesarias para obtener una imagen con una buena calidad para el siguiente proceso que es la edición digital o retoque fotográfico.



Figura 23. Revelado digital con Adobe Lightroom

Fuente: Elaboración del Autor

4.6.4.3 Retoque de Imágenes

Con el proceso de selección y revelado preliminar de las imágenes, se pudo obtener una galería aceptable de las mismas, sin embargo, es necesario ahondar un poco más en una técnica de retoque, con la finalidad de buscar que el concepto de la exposición se pueda transmitir de una manera clara, y tenga una buena aceptación, es así que los efectos que se busca generar por medio de la técnica de retoque escogida reafirman el concepto deseado.

4.6.4.3.1 Técnica del efecto Dragan

Esta técnica llamada también Draganizado, consiste en realzar los rasgos, gestos, fisonomía y facciones de los individuos, basado en el manejo selectivo de ciertos parámetros de la imagen mediante el programa de edición como Photoshop, concentrándose especialmente en la saturación de color, subexposición y sobreexposición selectiva, de esta manera se enfatiza detalles como ojos, arrugas de la piel, barba y cabello.

Lo que se busca con la aplicación de esta técnica, es realzar a las personas sobre el ambiente, y que estas sean el centro de atracción, y así generar un dramatismo que llame la atención de quienes miran las imágenes, buscando despertar emociones en cada uno de ellos.



Figura 24. Retoque efecto Dragan con Photoshop

Fuente: Elaboración del Autor

4.6.5 Validación de fotografías para exposición.

Para la validación de las fotografías antes de su impresión y exposición se utilizó una herramienta del *Criterio por expertos*, la cual se basa en la opinión de personas que conocen sobre el tema, reconocidas por su trabajo y estudios. Se utilizó esta técnica debido a que existe un amplio grado de confiabilidad en los criterios proporcionados por personas con conocimientos en el tema, lo cual reafirmó el trabajo del investigador, y ayudó a una selección adecuada del material para la exposición.

El instrumento que se diseñó para este objetivo fue una matriz en base a parámetros fotográficos como:

- *Enfoque*: Este parámetro permite evaluar la nitidez de las imágenes, y su influencia en el producto.
- *Composición*: permitió evaluar los elementos que componen la imagen y la forma como estos generan un mensaje hacia el público.
- *Iluminación*: Por medio de este parámetro se pudo evaluar el grado de iluminación y la forma como esta influye en la imagen.
- *Encuadre*: Ayudó a determinar si las reglas de encuadre se emplearon de la manera adecuada en el proceso fotográfico
- *Narrativa*: Se evaluó la calidad del mensaje que contienen las imágenes y si este se transmitiría de una forma adecuada al público.

Los niveles de calificación para el producto son:

- Correcto si el producto cumple con este parámetro de forma óptima.
- Casi correcto si el producto cumple con los parámetros, pero se puede mejorar.
- Poco Correcto las imágenes se deberían descartar y mejorar.

La validación se la realizó con tres expertos, a quienes se les mostró las imágenes del documental fotográfico, y calificaron en forma general el producto de acuerdo a su criterio.

Tabla 20. *Validación de fotografías explosión Momentos*

| INDICADOR | CORRECTO | CASI CORRECTO | POCO CORRECTO |
|-------------|----------|---------------|---------------|
| ENFOQUE | 2 | 1 | |
| COMPOSICIÓN | 2 | 1 | |
| ILUMINACIÓN | 1 | 2 | |
| ENCUADRE | 2 | 1 | |
| NARRATIVA | 2 | 1 | |

Fuente: Elaboración del autor

La valoración del producto, dio como resultado que el producto cumple con los parámetros en su mayor parte, sin embargo, en cuanto a la iluminación se podría mejorar. Cabe indicar que, al ser un producto a partir de la documentación fotográfica., las imágenes fueron tomadas en un momento determinado sin preparación y sin la opción de la repetición, por lo tanto, se concluye que el producto tiene una buena calidad para su exposición.

4.6.6. Construcción de la identidad visual “Momentos”

4.6.6.1 Nombre

MOMENTOS, el nombre hace referencia a un pequeño espacio de tiempo en el que se captaron las imágenes, la palabra evoca recuerdos, y en modo general los recuerdos se guardan en imágenes fotográficas, de esta manera se hace referencia al producto. Con esta palabra se busca dar una identidad a la exposición, sin hacer alusión a la problemática.

4.6.6.2 Identidad



Figura 25. Boceto identidad de visual Momentos

Fuente: Elaboración del Autor



Figura 26. Identidad visual “Momentos”

Fuente: Elaboración del Autor

La identidad está conformada por elementos que se han estructurado pensando en reforzar el concepto del producto, estos elementos son los siguientes:

El isotipo, se hace uso de una figura en forma cuadrada, como una representación icónica del visor de la cámara, mostrando en este el origen fotográfico del producto, este icono se usa como un contenedor del logotipo, dando la percepción de ser una fotografía de este. La figura cuadrada le ofrece estabilidad, honestidad y confianza.

El nombre del producto, la palabra MOMENTOS, se lo ha convertido en un logotipo, y se ha dividido en sílabas, esto para reforzar el concepto, así de esta manera se lee el nombre pausadamente, asociando esta acción al producto.

La Definición del Producto, las palabras EXPOSICIÓN FOTOGRAFICA, se utilizan para definir la naturaleza del producto de una manera rápida y así dar mayor relevancia al nombre.

El eslogan, UNA MIRADA DIFERENTE A LA MENDICIDAD, se utiliza con el fin de situar al público en la realidad que se aborda y generar el concepto diferenciador sobre los demás productos en el mercado.

Los cromática utilizada, donde priman los colores en tonos naranja, se han escogido pensando en dar una identidad basada en la innovación, accesibilidad, vitalidad, y juventud, volviéndose una antítesis sobre trabajos sobre la mendicidad, en los cuales por lo general se usan los colores fríos, y tonos grises. El producto a ir en contra de los conceptos preestablecidos sobre fotografía sobre mendicidad merece tener una cromática acorde a su concepto.

Las tipografías utilizadas para la elaboración de la identidad son del tipo SanSerif, o también llamadas Palo Seco, estas tipografías se usa con el fin de transmitir credibilidad, seriedad y sencillez, se utiliza la tipografía The Bold Font, como fuente principal para el logotipo, esta le da peso visual que genera que el primer elemento en el que se concentre el público sea en este. Las tipografías Volkswagen-Serial-Light-Regular y TacticSans-Med, son el complemento de la identidad, son de la misma familia de las Sanserif, debido a que estas tipografías por su forma permiten que la lectura sea pausada, y concentrada ya que el ojo necesita detenerse un poco más para reconocer cada carácter al no existir los detalles como en las tipografías con serifas.

4.6.7. Diseño de la exposición fotográfica “Momentos”

Una vez terminado el proceso de preparación de las imágenes, y la identidad del producto, se procedió al diseño de la exposición fotográfica Momentos, basado en aspectos básicos de diseño, los que permiten que el producto tenga características estéticas y funcionales.

4.6.7.1 Retícula de trabajo

La Retícula es un elemento indispensable al momento de diseñar, esta nos ayuda a generar una distribución del espacio a base de líneas, por lo general verticales y horizontales, con la finalidad de ordenar de una manera coherente, todos los elementos de la pieza gráfica, no existe una distribución única de esta retícula, sino que se arma de acuerdo al criterio del diseñador,

sin embargo es necesario tener en cuenta que cada línea de la retícula sirve para colocar o delimitar el espacio que ocupara cada elemento en el diseño de la pieza gráfica.

La propuesta tiene como base a la fotografía, por lo tanto, en la retícula de diseño, la regla de los tercios es lo principal para el ordenamiento y la composición, la distribución de las imágenes y los textos, se basan en esta regla; además de esto existe un margen de 3 mm, que nos permite delimitar el espacio que ocupará la imagen en la impresión, ya que no se desea un bañado completo de la misma. Desde esta línea existe otra hacia la parte interna, a 10 mm para delimitar la posición y límite de los textos.

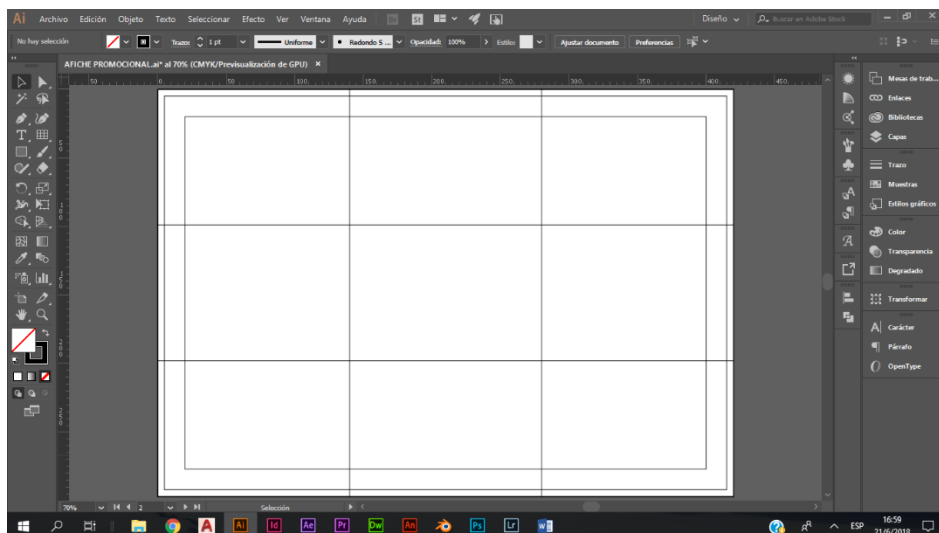


Figura 27. Retícula de trabajo

Fuente: Elaboración del Autor

4.6.7.2 Artes y Dimensiones

En el proceso de diseño se determinó que los artes necesarios para la exposición Momentos, eran los siguientes:

Afiche Promocional. Se decidió elaborar el afiche como medio para promocionar el producto en los días anteriores la exposición, para su elaboración se determinó que el mejor

formato era el INEN A3, esto se logró establecer por la investigación bibliográfica, experiencia del autor y la enseñanza en las aulas. El formato se eligió además por ser uno de los más usados en este tipo de artes, se tuvo en cuenta también características como, espacio y funcionalidad para diseñar, tamaño acorde a las necesidades de producto, impacto y aceptación del público objetivo.



297 x 420 mm, INEN A3

Figura 28. Dimensiones de Afiche Promocional

Fuente: Elaboración del autor

Roll up. Esta pieza grafica se diseñó pensando en mantener la uniformidad de concepto con el afiche promocional, de manera que se asocie al producto y a las piezas graficas de una manera rápida por su semejanza. Las medidas que se utilizaron son 80 x 200 cm, estas medidas son las que se usan en el mercado con mayor frecuencia, debido al tamaño de los soportes existentes y costos. Este roll up se utilizará como material promocional en el sitio de la exposición, así como también en las visitas a los medios de comunicación, en la gira de medios.



Figura 29. Dimensiones de Roll up

Fuente: Elaboración del autor

Fotografías para Exposición. Luego de la revisión bibliográfica y algunas pruebas de tamaño, se determinó que lo mejor era utilizar un formato que permita conservar las proporciones de la fotografía original, es por eso que se trabajó con las medidas de 200 x 300 mm, formato que mantiene las proporciones originales de 2:1 de la cámara, Nikon D3300, utilizada en el proceso fotográfico. Todos estos aspectos, hacen que este formato sea el acorde a las necesidades de la investigación y objetivos planteados, nos permite tener un diseño claro con los elementos distribuidos de una manera acorde, con una buena calidad de impresión, lo cual repercute en la aceptación y el impacto que el mismo tiene en el público.



300 x 200 mm



200 x 300 mm

Figura 30. Dimensiones de fotografías para exposición

Fuente: Elaboración del autor

4.6.7.3 Índex Fotográfico



IMAGEN-01.jpg



IMAGEN-02.jpg



IMAGEN-03.jpg



IMAGEN-04.jpg



IMAGEN-05.jpg



IMAGEN-06.jpg



IMAGEN-07.jpg



IMAGEN-08.jpg



IMAGEN-09.jpg



IMAGEN-10.jpg



IMAGEN-11.jpg



IMAGEN-12.jpg



IMAGEN-13.jpg



IMAGEN-14.jpg



IMAGEN-15.jpg



IMAGEN-16.jpg



IMAGEN-17.jpg



IMAGEN-18.jpg



IMAGEN-19.jpg



IMAGEN-20.jpg



Figura 31. Índice Exposición Fotográfica Momentos

Fuente: Elaboración del autor

4.6.7.4. Pruebas de impresión

Luego de finalizado el trabajo de diseño de los artes para la exposición, se realizó pruebas de impresión, con el objetivo de determinar el material adecuado para estos. Se buscó tres alternativas de impresión, por ser estas las más usadas. Primero, se realizó una impresión laser sobre papel couche de 300 gramos, sin embargo, la calidad de la imagen y el material no aportaron lo esperado; como segunda opción, se decidió por lo tanto el revelado sobre papel fotográfico común, en las opciones mate y brillante, siendo la última opción la escogida para la impresión. Se tomo en cuenta factores como: la buena calidad de impresión, el acabado final, el material, el cual conserva los colores del revelado digital, manteniendo en su totalidad las tonalidades.



Figura 32. Pruebas de impresión

Fuente: Elaboración del autor

4.6.8. Promoción

4.6.8.1. Estrategia BTL

La promoción BTL, se planifico pensando en llegar al público de manera directa, llamando su atención y despertando su interés por la exposición. La estrategia consistió en la entrega del afiche promocional, por parte de los adultos mayores a las personas que asisten a la iglesia La Merced y los alrededores del parque Víctor Manuel Peñaherrera. Esta actividad tuvo una buena aceptación del público, genero preguntas e inquietudes por parte de las personas que recibieron la información, logrando cumplir con el objetivo planteado.

4.6.8.2. Gira de Medios

La gira de medios se planifico en un principio buscando captar los principales medios de comunicación de la ciudad de Ibarra, sin embargo, el paso desde la planificación en la teoría, hacia la realidad en el mercado, difiere de la situación que se presentó al momento de realizar la gira de medios. Se busco promocionar la exposición mediante entrevistas en las principales radios de la ciudad, sin embargo, no existió la apertura o los trámites burocráticos impidieron

hacerlo. No obstante, por gestiones propias del investigador, y por medios de comunicación abiertos a proyectos de servicio a la comunidad, se pudo llegar con una promoción aceptable de la exposición, que genero una buena acogida.

Radio y Televisión de la Universidad Técnica del Norte, como parte de la Universidad Técnica de Norte, uno de nuestros derechos es hacer uso de los medios de comunicación institucionales. Los medios de comunicación de la UTN, estuvieron gustosos de acoger este proyecto y brindar los espacios necesarios para la promoción de esta iniciativa, es por este motivo que los medios institucionales fueron los primeros en ser visitados, difundiendo e invitando a la ciudadanía a la exposición fotográfica Momentos.

Noticiero Voces Contexto Informativo, a través de la reportera Srta. Sandra Enríquez, realizó un reportaje sobre el proyecto, poniendo a este en conocimiento de la ciudadanía, resaltando el enfoque en beneficio de la sociedad, y como un medio de inserción de los estudiantes en temas de interés de los Ibarreños. Cabe resaltar que el noticiero es retransmitido por Radio Universitaria, por esta razón la difusión fue al mismo tiempo en los dos medios.



Figura 33. Reportaje UTV Canal Universitario

Fuente: Elaboración del autor

Programa la U en Casa, una vez que se realizó el reportaje sobre el proyecto y la exposición fotográfica, se recibió una invitación de este programa de entrevistas, el cual aborda temas de interés relevantes para la sociedad. En la entrevista se pudo difundir el proyecto, contestar inquietudes, explicar el producto de una manera clara, además de realizar la invitación a la exposición en el día y la hora que se establecieron.



Figura 34. Entrevista programa La U en casa

Fuente: Elaboración del autor

TVN Canal 9, a través de su segmento de entrevistas, dirigido por el periodista Fabricio Rosero, permitió dar a conocer el proyecto, así como realizar la invitación al público a darse cita en la exposición fotográfica. El entrevistador resaltó la importancia que tiene en la sociedad, iniciativas que contribuyan a visibilizar realidades que la afectan, así como lo significativo que resulta que se ejecuten este tipo de proyectos, que pasan de las aulas de estudio y de una planificación teórica, a la realidad.



Figura 35. Entrevista TVN Canal 9

Fuente: Elaboración del autor

Radio Canela 92.7 Fm, a través de su programa de entretenimiento el Taller del Humor, brindo el espacio para dar a conocer e invitar a la ciudadanía a la exposición fotográfica, en este segmento de entrevistas, se pudo recibir llamas de personas que deseaba colaborar de alguna manera con la exposición.



Figura 36. Entrevista Radio Canela

Fuente: Elaboración del autor

Grupo Corporativo del Norte, una empresa dedicada a la comunicación en el norte del país, y demostrando sus valores de servicio a la comunicad, brindo las facilidades para la difusión de la exposición fotográfica, en sus dos medios de comunicación más importantes como son Radio Los Lagos 102.3 Fm y Diario EL Norte.



Figura 37. Entrevista Radio Los Lagos

Fuente: Elaboración del autor



Figura 38. Reportaje Diario El Norte

Fuente: Elaboración del autor

4.6.9. Montaje exposición fotográfica Momentos

El montaje para la realización de la exposición, conllevó un trabajo de planificación arduo, que incluyó dentro de los principales requisitos, el trámite respectivo en el Municipio de Ibarra, para la ocupación de un espacio en el Parque Víctor Manuel Peñaherrera. Una vez otorgado el permiso y establecida la fecha se coordinó la colocación de una carpa de 6 x 6 metros, esta carpa se instaló frente a la entrada de la Iglesia la Merced, allí se realizó el montaje de las fotografías en las paredes laterales y posterior.

El día y la hora para el montaje de la exposición, se definieron por los datos obtenidos en el proceso investigativo, mediante los cuales se pudo determinar que la mayor afluencia de público, es desde las 10 de la mañana hasta la 1 de la tarde. Por esta razón, el montaje se realizó desde las primeras horas de la mañana, buscando comprometer a los adultos mayores con su presencia en la exposición, con el objetivo de generar la actividad BTL.



Figura 39. Montaje de la Exposición Momentos

Fuente: Elaboración del autor



Figura 40. Asistente a Exposición Fotográfica Momentos

Fuente: Elaboración del autor

4.6.10. Actividades BTL en exposición

Dentro de la planificación de la exposición, se incluyó una actividad BTL, como manera de llamar la atención del público asistente, esta actividad permitió a las personas participar, realizando actividades de limpieza en manos, con corte de uñas, así como afeitado en el caso de los hombres, y a las mujeres se les pudo realizar peinados y pintado uñas. Quienes no se atrevieron a participar de esta actividad, pero se sintieron atraídos por la exposición y la actividad, podían sentarse un momento a conversar y compartir un momento con los adultos mayores en el lugar.



Figura 41. Estrategia BTL

Fuente: Elaboración del autor



Figura 42. Publico colaborando con actividad BTL

Fuente: Elaboración del autor

Otra actividad conjunta que se llevó acabo fue, la campaña de vacunación a los adultos mayores, contra la influenza gracias a la colaboración del Ministerio de Salud, de esta actividad se beneficiaron, todos los asistentes al lugar donde se realizó la exposición.



Figura 43. Campaña de vacunación MSP

Fuente: Elaboración del autor

Como parte de final de la exposición y con la ayuda de los voluntarios y personas que colaboraron con este proyecto, se brindó un almuerzo en el lugar, para esto se contó con la colaboración de un servicio de banquetes, el cual facilitó las mesas con manteles y sillas para hacer de esto una actividad digna y humanitaria que permitió visibilizar de una manera diferente la mendicidad de los adultos mayores en La Iglesia La Merced.



Figura 44. Adultos mayores en actividad BTL

Fuente: Elaboración del autor

4.6.11. Valoración del producto

Para determinar la utilidad y el cumplimiento del objetivo planteado, fue necesario realizar una valoración del producto final, esta valoración se llevó a cabo el día de la exposición, para poder realizarla se utilizó una encuesta con un cuestionario previamente establecido, con preguntas que permitieron saber si la visibilización de la mendicidad de los adultos mayores en el sector se logró realizar.

Para la obtención de la muestra a ser encuestada se utilizó el método por conveniencia del investigador, por medio de este se escogió 50 personas que asistieron a la exposición. Este método se utilizó debido a la dificultad de estimar estadísticamente un número de asistentes, por lo cual el criterio del investigador y las variables circunstanciales permitieron llegar a una muestra representativa.

4.6.11.1 Análisis de Encuesta de Valoración

Pregunta 1

¿Conocía usted alguna información sobre los adultos mayores que mendigan en las afueras de la Iglesia La Merced?

Tabla 21. *Tabulación encuesta de valoración pregunta 1*

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Si | 2 |
| No | 48 |

Fuente: Elaboración del autor

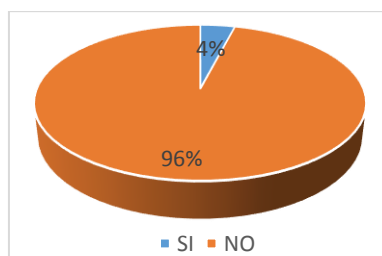


Figura 45. *Tabulación encuesta de valoración pregunta 1*

Fuente: Elaboración del autor

Análisis

Con esto se logró evidenciar que un alto porcentaje de las personas desconocían por completo la realidad que sucede en las afueras de la iglesia La Merced, de esta manera se evidenció la problemática y el trabajo del producto sobre esta.

Pregunta 2

¿Cree usted que es importante este tipo de actividades para conocer esta realidad en nuestra ciudad?

Tabla 22. *Tabulación encuesta de valoración pregunta 2*

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Si | 50 |
| No | 0 |

Fuente: Elaboración del autor

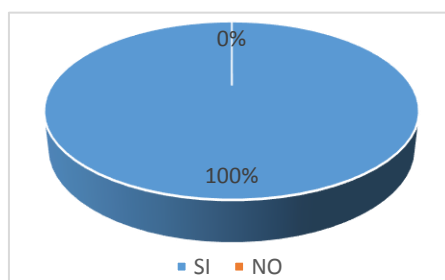


Figura 46. *Tabulación encuesta de valoración pregunta 2*

Fuente: Elaboración del autor

Análisis

Así se pudo medir la importancia del producto sobre el tema de la mendicidad, y el acierto del investigador al trabajar en un tema relevante, y de impacto en la sociedad Ibarreña.

Pregunta 3

¿La Exposición contiene información relevante sobre el tema de la Mendicidad?

Tabla 23. *Tabulación encuesta de valoración pregunta 3*

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Si | 50 |
| No | 0 |

Fuente: Elaboración del autor

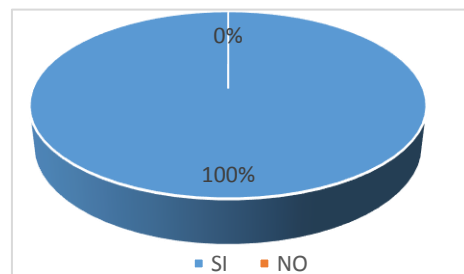


Figura 47. *Tabulación encuesta de valoración pregunta 3*

Fuente: Elaboración del autor

Análisis

En la totalidad de los encuestados se obtuvo una respuesta contundente que avala la calidad y objetividad del producto.

Pregunta 4

¿Cree usted que es importante esta actividad como medio de visibilización social sobre La Mendicidad?

Tabla 24. *Tabulación encuesta de valoración pregunta 4*

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| Si | 50 |
| No | 0 |

Fuente: Elaboración del autor

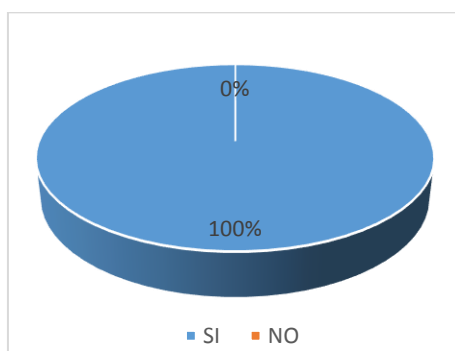


Figura 48. *Tabulación encuesta de valoración pregunta 4*

Fuente: Elaboración del autor

Análisis

Con el análisis de esta pregunta se da por cumplido el objetivo general que busca visibilizar la mendicidad de los adultos Mayores en la Iglesia La Merced por medio de un documental fotográfico en la exposición Momentos.

4.6.12 Folleto Informativo

La exposición Fotográfica Momentos, al ser un producto que se planificó y ejecuto con base en la información obtenida en el proceso investigativo, permitió medir en un ambiente real los objetivos propuestos. Por este motivo y por la buena aceptación del producto, se propone como material adicional a la misma, un folleto informativo como material gráfico que recoge las principales características del producto, su montaje, la estrategia utilizada y los resultados obtenidos en su ejecución en el lugar donde se desarrolla el problema.

Este folleto permitirá dar a conocer la exposición fotográfica a entidades gubernamental, u organizaciones que buscan colaborar con proyectos de este tipo, el objetivo es que la exposición fotográfica Momentos, se pueda realizar nuevamente con el fin de encontrar soluciones que permitan a futuro mitigar la mendicidad de este lugar.



Figura 49. Portada folleto informativo

Fuente: Elaboración del autor

4.6.13 Presupuesto de la exposición Momentos

Tabla 25. *Presupuesto Exposición Momentos*

| DETALLE | CANTIDAD | VALOR U. | TOTAL |
|---|----------|----------|--------|
| Revelado de Fotografías | 28 | 3,50 | 98,00 |
| Montaje sobre fondo | 28 | 1,50 | 42,00 |
| Permisos Municipales | 1 | 50,00 | 50,00 |
| Alquiler de Carpa | 1 | 85,00 | 85,00 |
| Útiles de aseo, y materiales para actividad BTL | 1 | 30,00 | 30,00 |
| Alquiles de Mesas y Manteles | 6 | 5,00 | 30,00 |
| Alquiler de 75 Sillas | 75 | 0,40 | 30,00 |
| Almuerzo con adultos mayores | 60 | 1,50 | 90,00 |
| TOTAL | | | 455,00 |

Fuente: Elaboración del autor

CONCLUSIONES

- Durante el levantamiento de información bibliográfica, se pudo evidenciar que el diseño y la publicidad abarca un área muy amplia de estudio, sin embargo, no podemos adentrarnos en temas que no son de nuestra competencia. Debido a que dentro de este proceso investigativo se descubrió un tema tan complejo como la concientización, afín a la sociología, y que, desde la competencia del investigador, no se podía abordar como un tema con conocimientos reales sobre el mismo.
- La metodología de investigación en temas sociológicos es amplia, la flexibilidad al momento de investigar prima en ella, en su mayor parte priman los métodos empíricos. Estos métodos como el Etnográfico, permitieron al investigador la recolección de información sin estar ligado a un método estricto, sino más bien desenvolverse en completa libertad, interactuando según su criterio y recolectando datos de acuerdo a las circunstancias.
- En el proceso de recolección de datos se pudo determinar que el tema de la mendicidad en adultos mayores, no ha sido abordado desde el área del diseño y la publicidad, no existen registros de investigaciones anteriores sobre este tema. Se busco trabajos relevantes sobre este tema, sin embargo, la escasa información obtenida, fue sobre imágenes en las cuales la mendicidad se la retrata como un problema estético y denigrante para los inmersos en la misma.

RECOMENDACIONES

- Identificar claramente el ámbito de estudio en el cual se centra la investigación, buscando desarrollar proyectos conjuntos con estudiantes de otras carreras, cada uno en su área competencia. Esto permitirá fortalecer los trabajos de los estudiantes, adquiriendo conocimientos, y el intercambio de experiencias las cuales ayuden a generar profesionales mejor capacitados en temas tan relevantes para la sociedad.
- Buscar la guía de expertos investigadores para la elaboración del marco metodológico, mínimo dos con conocimientos en el área de investigación. Esto ayudara a fortalecer la investigación y a enfocarse en los temas seleccionados por el estudiante, sin desviarse por las aristas que pueden surgir durante el proceso.
- Incentivar a los estudiantes proyectos de investigación de impacto social, los cuales generen un aporte a la comunidad donde nos desarrollamos, y es a la cual nos debemos. Esto ayudara a contribuir a crear una sociedad, que cada día se empodera más sobre los problemas que a diario vivimos en nuestra ciudad; desde las aulas se empezaran a formar estudiantes con conocimientos prácticos, teóricos y humanos, dejando en alto el nombre de nuestra querida Universidad Técnica del Norte.

GLOSARIO

Visibilización. – La Real Academia de la Lengua dice que: Visibilización es el sustantivo correspondiente a la palabra visibilizar; la cual significa hacer visible por cualquier método algo que se encuentra oculto a los ojos.

Actividad BTL. - Actividades o acciones llevadas a cabo como técnica publicitaria, que no están en relación con el común usado normalmente, esto con el fin de generar un gran impacto y llamar la atención de un determinado segmento del mercado.

Diafragma. – Dispositivo de una cámara fotográfica que permite el paso de luz en menor o mayor cantidad, la cual es captada por la cámara. Lo abierto o cerrado que se encuentra un diafragma en una cama se conocer como apertura de diafragma en parámetros fotográficos.

Velocidad de obturación. – También conocida como velocidad de disparo de la cámara fotográfica, es el tiempo que está expuesto a la luz el dispositivo fotosensible de la cámara, por lo general este tiempo se expresa en fracciones de segundo.

Sensibilidad ISO. - Es un parámetro de la cámara fotográfica que hace que la cámara sea más o menos sensible a la luz, este parámetro controla la calidad de una fotografía en su nitidez e iluminación.

Etnografía. – Es una ciencia que se encarga del estudio de los pueblos, su cultura, tradiciones e identidad, generalmente la etnografía es usada en estudios sociológicos para describir el comportamiento humano frente a determinadas situaciones.

Isotipo. – Termino utilizado por los diseñadores gráficos para referirse a la parte icónica de una marca; es decir, la imagen o el incono que son la parte visual y reconocible de una marca.

Narrativa. – Se refiere a la capacidad de ciertas imágenes para transmitir o contar una historia sobre un tema específico.

Identidad Visual. - Es la imagen visual, que un producto genera como manera de comunicarse con sus potenciales clientes, mediante el uso de elementos visuales acordes a su necesidad, los cuales trasmities su esencia y valores.

Público Objetivo. - Concepto que hace referencia a un cierto segmento de la población el cual es el potencia e ideal consumidor, al que se aspira llegar con el mensaje de un determinado producto o servicio.

BIBLIOGRAFÍA

Acaso, M. (2009). El Lenguaje Visual. España: Paidós Iberica S.A.

Barthes, R. (1989). La cámara lucida. España: Paidós Iberica S.A.

Bassat, L. (2001). El Libro Rojo de la Publicidad. DeBolsillo.

Behar, D. (2008). Metodología de la Investigación . Shalom.

Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía; Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2011). Los derechos de las personas mayores. Chile.

Chesney, L. (2008). LA CONCIENTIZACIÓN DE PAULO FREIRE. RHEC, 51-72.

Davila Legerén, A. (2015). A la luz de la propia sombra. Incorporaciones de la fotografía a la sociología. Fotocinema , 285-326.

De Miguel, J. (1998). Para una sociología Visual en fotografía. Reis , 84-98.

del Polo, F. (2001). Características sociodemográficas y socioeconómicas de las personas de edad en América Latina. Chile.

Dubois, P. (2015). El acto fotográfico y otros ensayos. Buenos Aires: La Marca.

Estanyol, E. (2017). ¿Dónde cuentan sus historias las marcas? Barcelona: UOC.

García de Ceretto, J., & Giacobbe, M. (2009). Nuevos desafíos en investigación . Santa Fe: Homo Sapiens .

Gonzales, A., & Prieto del Pino, D. (2009). Manual de Publicidad . Madrid: ESIC.

INEC. (2010). Censo De Población y Vivienda (Cpv-2010). Quito.

INEC. (2015). Encuesta de Condiciones de Vida (ECV) 2013 - 2014. Quito .

- INEC. (2017). Indicadores de Pobreza y Desigualdad. Quito.
- Jelin, E. (2011). La fotografía en la investigación social . IDES.
- Legislacion Conexa. (2007). Ley del Anciano y Reglamento. Quito .
- Lopez, E. L. (2015). La Fotografía Como Documento Históricoartístico y Etnográfico: Una Epistemología. Revista de Antropología Experimental.
- Martinez , F. A. (2007). Documentalidad y artisticidad en el medio fotográfico . Barcelona: UOC.
- Martínez Bencardino , C. (2012). Estadística y muestreo. Bogotá: ECOE.
- MIES. (2013). Agenda de Igualda para Adultos Mayores.
- Moratto, N. &. (2015). Conceptualización del ciclo vital familiar: Una mirada a la produccion durante el periodo comprendido entre los años 2002 a 2015. CES Psicología, 103-121.
- Munari, B. (1984). Diseño y Comunicacion Visual. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Munari, B. (1991). Como Nacen Los Objetos . Barcelona : Gustavo Gill S.A.
- Newhall, B. (2002). Historia de la Fotografía. Barcelona: Gustavo Gili.
- Organizacion de las Naciones Unidas. (1995). The Copenhagen Declaration and Programe of Action . Nueva York.
- Perea , J. (2010). Los Generos Fotográficos . Universo Fotografico.
- Quevedo , A. (2007). Mendigos de Ayer y Hoy. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias S.A.
- Real Academia Española. (2014). Diccionario de la Lengua Española. Madrid.
- Sánchez , J. (2006). Narrativa Audiovisual . Barcelona : UOC.

Sanchez, S. (2007). Paulo Freire Una Pedagogia para el Adulto. Argentina : Espacio.

Tellis, G. J. (2012). Estrategias de Publicidad y Promoción. Madrid: Person Education S.A.

Tórtola, J. (2002). Metodos de diseño para diseñadores. Guatemala .

van-der Hofstadt, C. J. (2005). El libro de las habilidades de comunicacion. España: Díaz de Santos S.A.

Villafañe, J. (2006). Introduccion a la Teoria de la Imagen . Madrid: Piramide.

Wong, W. (1991). Fundamentos del Diseño. Barcelona: Gustavo Gilli S.A.



ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

MODELO DE ENCUESTA PROBLEMÁTICA

TEMA: La fotografía documental como medio de visibilización social, Caso: Mendicidad de adultos mayores en la iglesia La Merced de Ibarra, 2017-2018

Aplicable a personas que asisten a la Iglesia La Merced los días domingos

1.- ¿Ha observado usted a las personas que mendigan en las afuera de la Iglesia La Merced?

SI

NO

2.- ¿Conoce algún dato o información sobre alguno de ellos o su situación?

SI

NO

4.- ¿Ha visto o leído alguna información sobre la mendicidad en las afueras de La Iglesia La Merced?

SI

NO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE DATOS – OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

TEMA: La fotografía documental como medio de visibilización social, Caso: Mendicidad de adultos mayores en la iglesia La Merced de Ibarra, 2017-2018

Aplicable a adultos mayores que asisten a la Iglesia La Merced los días domingos

| FICHA DE REGISTRO DE DATOS | | | | |
|------------------------------------|-----------|--------------|-----------|------------|
| Nombres | | | | |
| Edad | Sexo | Estado Civil | | |
| Dirección | | | | |
| Educación | Ninguna | Básica | Media | Superior |
| Vivienda | Propia | | Arrendada | Prestada |
| Convivencia Familiar | | | Solo | Acompañado |
| Familiares Migrantes | | | Si | No |
| Enfermedades | | | Si | No |
| Discapacidad | | | Si | No |
| Beneficiario de programas del MIES | | | Si | No |
| Empleo | | | Si | No |
| Ingresos por esta actividad | | | | |
| Otros ingresos | | | | |
| Acude por: | Necesidad | Costumbre | Otros | |
| Observaciones. - | | | | |



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

INSTRUMENTO PARA LA VALORACIÓN DE MATERIAL FOTOGRÁFICO, A NIVEL
GENERAL, PREVIO A LA REALIZACIÓN DEL PRODUCTO FINAL

TEMA: La fotografía documental como medio de visibilización social, Caso: Mendicidad de adultos mayores en la iglesia La Merced de Ibarra, 2017-2018

Profesional

.....

Datos biográficos

.....

.....

.....

.....

| INDICADOR | CORRECTO | CASI CORRECTO | POCO CORRECTO |
|-------------|----------|---------------|---------------|
| ENFOQUE | | | |
| COMPOSICIÓN | | | |
| ILUMINACIÓN | | | |
| ENCUADRE | | | |
| NARRATIVA | | | |

.....

CI.....



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

MODELO DE ENCUESTA PARA VALIDACIÓN DE PRODUCTO

TEMA: La fotografía documental como medio de visibilización social, Caso: Mendicidad de adultos mayores en la iglesia La Merced de Ibarra, 2017-2018

Aplicable a personas que asisten a la Exposición MOMENTOS

1.- ¿Conocía usted alguna información sobre los adultos mayores que mendigan en las afueras de la Iglesia La Merced?

SI NO

2.- ¿Cree usted que es importante este tipo de actividades para conocer esta realidad en nuestra ciudad?

SI NO

3.- ¿La Exposición contiene información relevante sobre el tema de la Mendicidad?

SI NO

4. - ¿Cree usted que es importante esta actividad como medio de visibilización social sobre La Mendicidad?

SI NO