



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“ESTUDIO DEL NIVEL DE RECONOCIMIENTO DE LA TEORÍA DEL COLOR EN EL DISEÑO GRÁFICO, BASADO EN ELEMENTOS ARTESANALES Y DE IDENTIDAD ECUATORIANA MÁS IMPORTANTES, PARA EL DESARROLLO DE UNA PROPUESTA INTERACTIVA, DURANTE EL AÑO 2013”

Trabajo de Grado Previo a la Obtención del Título de Licenciada en
Diseño Gráfico

AUTORA: Oña Ruales Omayra Yadira

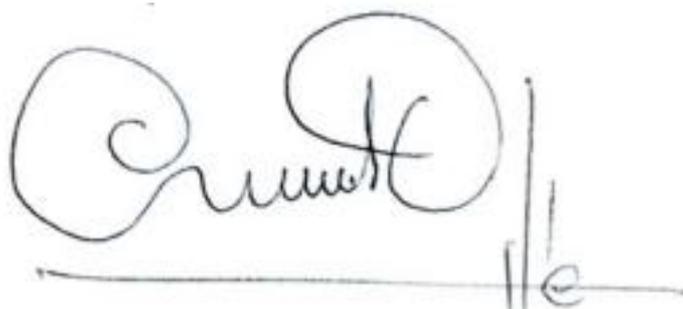
DIRECTOR: Msc. David Ortiz D.

Ibarra,
2015

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director del Trabajo de Grado titulado **“ESTUDIO DEL NIVEL DE RECONOCIMIENTO DE LA TEORÍA DEL COLOR EN EL DISEÑO GRÁFICO, BASADO EN ELEMENTOS ARTESANALES Y DE IDENTIDAD ECUATORIANA MÁS IMPORTANTES, PARA EL DESARROLLO DE UNA PROPUESTA INTERACTIVA, DURANTE EL AÑO 2013”** de autoría de la señorita Oña Ruales Omayra Yadira, previo a la obtención del Título de Licenciada en Diseño Gráfico. A ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, afirmo que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puede certificar por ser justo y legal.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ortiz D.', with a horizontal line underneath and a vertical line to the right.

Msc. David Ortiz D.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con mucho amor y cariño a mi hija Valentina por darme la fuerza diaria que necesité en el transcurso de este proyecto, por todas las buenas ideas que me diste, por ser mi inspiración, por todo el amor, ternura y alegría que brindas a todos te amo con todo mi corazón hija mía.

A mis Padres por todo el sacrificio que hicieron y hacen a diario, por sus enseñanzas, por siempre guiarme con sabiduría y por todo el amor que eternamente nos brindan a mi y a mi familia.

A mi Esposo Luis Miguel por su apoyo incondicional por ser mi soporte y cuidar a nuestra hija en mi ausencia por tratar de ser el mejor padre y esposo, por todo tu esfuerzo diario de ser una persona próspera para nosotros.

A mis hermanos Oscar y Andrea por estar a mi lado y ayudarme siempre, por todo el amor que nos dan, por siempre estar pendientes de mi y mi hija.

A mi Tío Salomón Ruales y Erika Acosta por su cariño, por ser personas incondicionales y por su buen corazón.

Omayra Oña

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que me apoyaron directa o indirectamente con palabras de aliento o soporte mil gracias por su cariño.

A mi Papi por ser mi compañero de aventuras en todo el transcurso de mi tesis, por sus sabias palabras y consejos que me han servido para culminar esta meta que me he propuesto.

A mi Mami por siempre estar aquí a mi lado y ser ese soporte en mi vida que siempre esta cuidando del bienestar mío y de mi familia.

A mi Tío Salomón Ruales por su valioso tiempo dedicado a mi tesis, por su paciencia, apoyo y enseñanzas que me servirán de por vida.

A mi Director de Tesis el Msc. David Ortiz por su paciencia y tiempo dedicado en este proyecto sus conocimientos, orientaciones y motivación han sido fundamentales para concluir esta etapa.

A Msc. Henry Pineda por su paciencia y sencillez para enseñar, por siempre estar presente cuando surgía alguna duda o problema.

Omayra Oña

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE GENERAL.....	iv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	ix
INDICE DE GRÁFICOS	x
INDICE DE IMÁGENES.....	xi
RESUMEN	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
CAPÍTULO I.....	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del Problema	2
1.3. Formulación del Problema	4
1.4. Delimitación del Problema	4
1.5. Objetivos	5
1.5.1. Objetivo General	5
1.5.2. Objetivos Específicos.....	5
1.6. Justificación	6
1.7. Factibilidad.....	7
CAPÍTULO II.....	9
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. Fundamentación Teórica	9
2.1.1. Diseño Gráfico	9
2.1.1.1. Relación entre Comunicación y Diseño	10
2.1.1.2. Comunicación	10
2.1.1.3. Diseño.....	12

2.1.1.3.1. Proceso metodológico en el diseño o áreas relacionadas	13
2.1.1.4. Diseño y Multimedia.....	16
2.1.1.5. Elementos que comprende la Multimedia	16
2.1.1.5.1. Interactividad.....	18
2.1.1.5.2. Hipermedia.....	20
2.1.1.5.3. Hipertexto.....	20
2.1.1.5.4. Sistemas de navegación	21
2.1.1.5.5. Gestión de contenidos	23
2.1.1.6. Fotografía.....	23
2.1.1.6.1. Géneros en la fotografía	25
2.1.1.6.2. Tipos de fotografía	27
2.2. Fundamentación Social.....	29
2.2.1. Cultura	29
2.2.2. Artesanía.....	31
2.2.3. Diseño y Artesanía.....	33
2.2.4. Identidad	34
2.3. Posicionamiento Teórico Personal.....	37
2.4. Glosario de Términos.....	38
2.5. Interrogantes de la Investigación	40
CAPÍTULO III.....	41
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.1. Tipo de Investigación	41
3.1.1. Investigación de Campo.....	41
3.1.2. Investigación Documental y Tecnológica	42
3.1.3. Proyecto Factible	42
3.2. Métodos	43
3.2.1. Recolección de Información.....	43
3.2.2. Método Inductivo-Deductivo.....	43
3.2.3. Método de Resolución de Problemas	44
3.2.4. Método Estadístico	44
3.3. Técnicas.....	44
3.3.1. Encuesta	44

3.3.2. Población	45
3.3.3. Muestra	45
CAPÍTULO IV.....	47
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	47
4.1. Presentación de Resultados	47
CAPÍTULO V.....	57
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	57
5.1. Conclusiones	57
5.2. Recomendaciones	58
CAPÍTULO VI.....	61
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	61
6.1. Título de la Propuesta.....	61
6.2. Introducción	61
6.3. Justificación	63
6.4. Fundamentación	65
6.4.1. Círculo cromático	65
6.4.2. Colores primarios y secundarios.....	66
6.4.3. Teorías del Color	68
6.4.3.1 Colores Complementarios.....	68
6.4.3.2. Complementarios Divididos	69
6.4.3.3. Complementarios mutuos	70
6.4.3.4. Complementarios cercanos	71
6.4.3.5. Dobles complementarios.....	72
6.4.3.6. Analogías	73
6.4.3.7. Tríadas.....	74
6.4.3.8. Propiedades de los colores.....	75
6.4.3.9. Esquemas Cromáticos	76
6.5. Objetivos	79
6.5.1. Objetivo General	79
6.6. Recomendaciones Metodológicas	79

6.7. Ubicación sectorial y física.....	79
6.8. Desarrollo de la propuesta.....	80
6.8.1. Planteamiento Inicial.....	80
6.8.2. Grupo Objetivo.....	80
6.8.3. Soporte.....	81
6.8.3.1. Formato.....	82
6.8.3.2. Estructura.....	83
6.8.3.3. Identidad del Soporte Multimedia.....	84
6.8.4. Producto Multimedia.....	100
6.8.4.1. Mapa de Sitio.....	100
6.8.4.2. Concepto Gráfico.....	101
6.8.4.3. Sistema de Navegación.....	129
6.8.4.4. Manual de ayuda para el Soporte Multimedia.....	133
6.8.4.5. Manual de guía del color para Pigmento.....	138
6.8.4.6. Empaque para el Soporte Multimedia.....	154
6.8.5. Soundtrack utilizado en Pigmento.....	155
6.9. Impactos.....	156
6.9.1. Impacto Educativo.....	156
6.9.2. Impacto Cultural.....	156
6.9.3. Impacto Tecnológico.....	157
6.10. Proceso del Trabajo de la Propuesta.....	158
6.11. Presupuesto.....	159
6.12. Bibliografía.....	160
ANEXOS.....	162
Árbol del Problema.....	163
Matriz Categorical.....	164
Matriz de Coherencia.....	167
Encuesta a Estudiantes.....	170

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso del Diseño, según Archer (1958).	14
Figura 2. Navegación Lineal	21
Figura 3. Navegación Jerárquica	22
Figura 4. Navegación Mixta	22
Figura 5. Mapa de sitio del Soporte multimedia Pigmento.....	100

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Conocimientos sobre Teoría del Color.....	47
Cuadro 2. Interés por la Teoría del Color	48
Cuadro 3. Importancia de la Teoría del Color en su futuro	49
Cuadro 4. Aplicación de la Teoría del Color Universal	50
Cuadro 5. Importancia del color en el diseño como Identidad Nacional ...	51
Cuadro 6. Fomento de la Identidad Nacional mediante el color	52
Cuadro 7. Existencia de material didáctico tecnológico.....	53
Cuadro 8. Soporte educativo que mejore el reconocimiento del Color.....	54
Cuadro 9. Costo promedio a invertir en un Soporte educativo	55
Cuadro 10. Proceso del trabajo de la Propuesta	158
Cuadro 11. Proceso del trabajo de la Propuesta	159

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Conocimientos sobre Teoría del Color.....	47
Gráfico 2. Interés por la Teoría del Color.....	48
Gráfico 3. Importancia de la Teoría del Color en su futuro	49
Gráfico 4. Aplicación de la Teoría del Color Universal.....	50
Gráfico 5. Importancia del color en el Diseño como Identidad Nacional ..	51
Gráfico 6. Fomento de la Identidad Nacional mediante el color.....	52
Gráfico 7. Existencia de material didáctico tecnológico	53
Gráfico 8. Soporte educativo que mejore el reconocimiento del Color	54
Gráfico 9. Costo promedio a invertir en un Soporte educativo.....	55

INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Círculo Cromático Universal	65
Imagen 2. Círculo Cromático RGB.....	66
Imagen 3. Círculo Cromático CMYK	67
Imagen 4. Colores Complementarios.....	68
Imagen 5. Colores Complementarios Divididos	69
Imagen 6. Colores Complementarios Mutuos	70
Imagen 7. Colores Complementarios Cercanos	71
Imagen 8. Colores Complementarios Dobles	72
Imagen 9. Colores Análogos.....	73
Imagen 10. Tríada.....	74
Imagen 11. Adobe Color CC	77
Imagen 12. Paleta de Colores para Web o Multimedia.....	78
Imagen 13. Formato para Diseño de la Interfaz del Soporte multimedia .	82
Imagen 14. Estructura de la Interfaz del Soporte multimedia	83
Imagen 15. Portada del Manual de Imagen de Pigmento	85
Imagen 16. Primera hoja del Manual de Identidad de Pigmento.....	86
Imagen 17. Índice	87
Imagen 18. Introducción	88
Imagen 19. Justificación	89
Imagen 20. Zona 1 del Ecuador.....	90
Imagen 21. Arquitectura de la Marca	91
Imagen 22. Arquitectura de la marca	92
Imagen 23. Arquitectura de la Marca	93
Imagen 24. Cromática de la marca	94
Imagen 25. Usos permitidos de la marca.....	95
Imagen 26. Usos permitidos de la cromática de la marca	96
Imagen 27. Tipografía de la Marca	97
Imagen 28. Ilustración.....	98
Imagen 29. Contraportada del Manual de Identidad de Pigmento	99
Imagen 30. Pantalla de Inicio de Pigmento.....	102
Imagen 31. Pantalla Principal de Navegación.....	103

Imagen 32. Índice	104
Imagen 33. Video.....	105
Imagen 34. Color en el Diseño.....	106
Imagen 35. Atributos del Color.....	107
Imagen 36. Círculo Cromático	108
Imagen 37. Esquemas Cromáticos, Análogos	109
Imagen 38. Esquemas Cromáticos, Naranjillas	110
Imagen 39. Esquemas Cromáticos, Análogos	111
Imagen 40. Esquemas Cromáticos, Collares.....	112
Imagen 41. Esquemas Cromáticos, Contrastes.....	113
Imagen 42. Esquemas Cromáticos, Cardo Borriquero.....	114
Imagen 43. Esquemas Cromáticos, contrastes.....	115
Imagen 44. Esquemas Cromáticos, Flor Río Verde.....	116
Imagen 45. Esquemas Cromáticos, Neutros	117
Imagen 46. Esquemas Cromáticos, Fréjol	118
Imagen 47. Esquemas Cromáticos, Neutros	119
Imagen 48. Esquemas Cromáticos, Quenas	120
Imagen 49. Pigmento, Carchi.....	121
Imagen 50. Pigmento, Cerámica Pastos.....	122
Imagen 51. Pigmento, Esmeraldas	123
Imagen 52. Pigmento, coco cáscara.....	124
Imagen 53. Pigmento, Imbabura.....	125
Imagen 54. Pigmento, Diablo Huma	126
Imagen 55. Pigmento, Sucumbíos	127
Imagen 56. Pigmento, Collar semillas.....	128
Imagen 57. Botones del encabezado.....	129
Imagen 58. Botonera Secundaria	130
Imagen 59. Botonera Secundaria	131
Imagen 60. Botonera Principal.....	132
Imagen 61. Ayuda del Soporte Multimedia	133
Imagen 62. Ayuda del Soporte Multimedia	134
Imagen 63. Ayuda del Soporte Multimedia	135

Imagen 64. Ayuda del Soporte Multimedia	136
Imagen 65. Ayuda del Soporte Multimedia	137
Imagen 66. Portada Manual de guía del color	138
Imagen 67. Índice	139
Imagen 68. Aplicaciones Cromáticas.....	140
Imagen 69. Colores Análogos.....	141
Imagen 70. Colores Complementarios.....	142
Imagen 71. Colores Complementarios Divididos	143
Imagen 72. Colores Complementarios Mutuos	144
Imagen 73. Colores Complementarios Cercanos	145
Imagen 74. Colores Complementarios Dobles	146
Imagen 75. Monocromáticos.....	147
Imagen 76. Tríada.....	148
Imagen 77. Tétrada.....	149
Imagen 78. Pentagrama	150
Imagen 79. Compuestos	151
Imagen 80. Neutros	152
Imagen 81. Contraportada Manual guía del Color Pigmento	153
Imagen 82. Caja Portada	154
Imagen 83. Caja Contraportada.....	154

RESUMEN

El color es uno de los recursos más vitales dentro del Diseño; puede simbolizar una idea, transmitir sensaciones o emociones y tener relevancia cultural; mediante este elemento se puede hablar de identidad ya que posee la habilidad de captar la atención y dar a conocer un significado al mismo tiempo. Como parte de esta investigación se estudió el nivel de reconocimiento de la Teoría del Color en el Diseño Gráfico, basado en elementos artesanales y paisajísticos más importantes; por medio de una encuesta realizada a los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte, se determinó que los estudiantes presentan interés por la Teoría del Color pero es necesario el conocimiento práctico, material didáctico tecnológico para aplicar lo aprendido y promover la Identidad nacional mediante el color. Desde este contexto se estudió las Teorías del Color Universal más utilizadas y con mayor incidencia en el Diseño Gráfico así se estableció el tipo de soporte que permitirá indagar a los estudiantes y profesionales incentivando a promover el interés por la Identidad Nacional mediante el Color, por ello se diseñó un soporte interactivo como herramienta de trabajo para los diseñadores gráficos. Esta propuesta interactiva habla de la identidad con cromática; basada en el criterio de que nuestro entorno es apto para inspirar miles de ideas con un fin práctico sobre el color, posee relevancia social y valor teórico, sustentándose en el construccionismo social.

ABSTRACT

Color is one of the most vital resources in graphic design. It can symbolize an idea, convey feelings or emotions and have cultural relevance. Through this element we can talk about its identity, since it has the ability to capture attention and provide a meaning at the same time. As part of this research was the study of the recognition of the color theory in graphic design, based on the most important elements of the craftsmanship and landscape. This study was through a survey to the graphic design students at UTN University. It was determined that the students had an interest for the color theory, but they need more practical knowledge, a better understanding on the technological aspect so they can apply what has been learned and promote the national identity through color. Within this context a study was made about the most used Universal Color Theory and with more impact in Graphic design. Thus, we can establish the tools that can be used to further the education of students and professionals about our national identity through color. For this reason, an interactive tool was designed to help graphic designers job. This interactive proposal tells about its identity with chromatics; based on the view that our environment is able to inspire miles of ideas with a practical purpose on color. It has social relevance and theoretical value, supporting in the social constructionism.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de grado nació con el interés de analizar una de las herramientas menos consideradas en el proceso para diseñar imágenes. Desde esta perspectiva, se evalúan el criterio de estudiantes de la Carrera de Diseño gráfico para conocer si existe alguna ventaja en reconocer el entorno para la aplicación práctica del color, de esta manera se establecen en el Capítulo I el planteamiento del problema, los objetivos que esencialmente, permiten organizar los conceptos que se explican en el Capítulo II y los alcances del trabajo para recopilar los datos en la metodología del Capítulo III.

Los resultados de la investigación son expuestos en el Capítulo IV de forma: tabulada, organizada y sistematizada, en la que se demuestra los alcances de cada pregunta.

Para finalizar, el Capítulo V pretende ser un puente con el establecimiento de las conclusiones y se toman decisiones que permiten orientar el problema y las soluciones que se desarrollan en un “kit de ayuda para el diseñador” estructurado en el Capítulo VI, enfocado en explicar el color para sacar provecho de forma práctica y conceptual.

A continuación se exponen los resultados del proceso de investigación y el desarrollo de la propuesta previa a la obtención del título de Licenciada en Diseño Gráfico.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

En la Universidad Técnica del Norte, como parte del programa de Diseño Gráfico, se imparte la asignatura de Teoría del Color, por ello, luego de un análisis práctico se descubre que los estudiantes de Diseño Gráfico cuentan con materiales artísticos para poder desarrollar la asignatura de Teoría del Color, aunque estas técnicas son de gran aporte para el estudiante, el hecho de desconocer los métodos cromáticos relacionados con la tecnología se convierten en una enorme desventaja para el desarrollo de productos visuales basados en criterios de correspondencia con el entorno.

Siendo esta una materia práctica, se hace necesario que los diseñadores cuente con un material de apoyo que les permita abrir las posibilidades de análisis y decisión sobre el color, de esta manera se convierte en un recurso visual importante, del cual se puede definir a la imagen con sentido práctico de identidad nacional.

Los diseñadores tienen en su poder creativo posibilidades de construir una cultura visual rica en elementos simbólicos, así como la naturaleza de diversidad y pluriculturalidad en el país, el diseño puede acudir a estos lenguajes y discursos, para que desde la manifestación de los procesos de comunicación visual mantengan el concepto de unidad y apoyar la construcción de los elementos que puedan hablar de: estilos, definir tendencias, proponer estereotipos, consolidar estructuras simbólicas,

fortalecer la marca país, psicológicamente posicionar indicadores para mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos. Como estos muchos otros valores se pueden beneficiar si se vuelve la mirada de análisis a los componentes que desde el diseño se pueden recoger para enriquecer el lenguaje visual en el diseño ecuatoriano.

1.2. Planteamiento del Problema

En la actualidad, el avance de la tecnología permite fortalecer los procesos de enseñanza aprendizaje, por esta razón es importante que la educación este en constante evolución y actualización; de esta manera se puede generar material de estudio, basado en las nuevas tecnologías interactivas, que estén en ritmo al cambio generacional y a las nuevas exigencias sociales.

Es necesario que el Diseño Gráfico ecuatoriano tenga material interactivo referencial sobre estudios como de la Teoría del Color, esto se formula debido a que los procesos de investigación son escasos o bibliográficos inexistentes, y del poco material generado son momentos aislados para las diferentes zonas o regiones del Ecuador, utilizados de la misma manera en necesidades específicas a nivel educativo.

El hecho de no poseer una Identidad visual bien marcada hace que no se construya desde el lenguaje visual ese sentido de pertenencia, el color puede significar en la imagen un nivel muy importante de iconicidad, por lo que se convierte en un recurso fundamental para que la gente pueda identificar su entorno, se es lo que se ve, piensa y habla.

El Ecuador es una zona con regiones de diferente naturaleza, por lo que se convierte en uno de los países con mayor oportunidad de exportar imagen o marcas de reconocimiento. El aprovechamiento de dichos recursos podría facultar a establecer diálogos sobre: lugares, atractivos,

sitios históricos, maravillas naturales, entre otros de interés y potencial, pero esto ha sido desaprovechado por varias razones motivadas por el desinterés general y la falta de creación de argumentos que se promuevan a través del discurso visual.

Los cambios generacionales exigen la inmediata utilización de las nuevas tecnologías; sobre el color el internet presenta diferentes convencionalidades sobre el uso, aplicación y teoría, pero es extraño que se indique desde los criterios de identidad o compromiso con el entorno, sabiendo que dichos elementos al ser propios de las regiones no pueden adaptarse de mejor manera a la gráfica.

Las teorías del color son universales, los esquemas basados en los diferentes conceptos son aplicables, pero normalmente este recurso a pesar de explicar la naturaleza de los colores en cuanto a su composición, es de difícil percepción por parte del diseñador; la propuesta de materiales complementarios o de apoyo puede ocasionar un mejor entendimiento y lograr una mejor aplicación con sentido intencional.

Esto nos aleja de como normalmente se aplica el color; sea como un recurso ajeno o de difícil selección, los elementos y las posibilidades en el diseño de la imagen se debe contemplar de manera integral para fortalecer los resultados en un arte final y la construcción de la imagen.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo construir una imagen con el Diseño Gráfico a través de la selección adecuada de la cromática, basado en elementos artesanales o paisajísticos que sean parte de nuestro entorno, organizados desde las Teorías del Color más utilizadas?

1.4. Delimitación del Problema

a. Delimitación Espacial: Ibarra.

b. Grupo de Estudio: Estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte.

c. Delimitación Temporal

El desarrollo del trabajo de tesis se realizó durante el período 2013, la fase de investigación y durante el 2015 el desarrollo de la propuesta alternativa.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- Estudiar el nivel de reconocimiento de la Teoría del Color en el Diseño Gráfico, basado en elementos artesanales y paisajísticos más importantes, para el desarrollo de una propuesta multimedia.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Estudiar las Teorías del Color Universal más utilizadas y que tengan mayor incidencia en el Diseño Gráfico.
- Definir el tipo de soporte que permita reforzar en los estudiantes los conocimientos sobre Teoría del Color.
- Diseño de un soporte educativo interactivo como una herramienta de trabajo para los Diseñadores Gráficos.
- Promover el interés por la Identidad Ecuatoriana mediante la Teoría del Color.

1.6. Justificación

El establecer una propuesta Interactiva para contribuir con la Identidad Nacional y a que a su vez favorecerá la aplicación del Diseño con relación a la identidad, viene a constituir una herramienta de apoyo en los procesos de formación; en la actualidad las tecnologías de la información están teniendo profundas consecuencias en el mundo de la socialización, por eso nos vemos en la necesidad de renovar, motivar a los Diseñadores y a la ciudadanía a generar ese sentido de pertenencia.

Es importante demostrar y evidenciar nuestra identidad por medio de un material basado en los colores, que ayude a nuestros Diseñadores a utilizarlo como una herramienta para realizar sus diseños con un aporte cultural y de esta manera estar en constante aprendizaje, ayudándoles a adquirir vivencias pre profesionales, para que puedan demostrar lo aprendido a futuro, desarrollando la Teoría del Color de manera más profunda y consiente; cumpliendo con los requerimientos de una profesión cada vez más exigente.

Como diseñadores estamos en la capacidad de integrar procesos de comunicación, manejo de la información, desarrollo tecnológico y habilidades creativas que nos permiten tener una interrelación activa entre el diseño y la identidad, que son las herramientas indispensables para la creación de materiales de apoyo que ayuden a fortalecer el aprendizaje y a la vez den al estudiante las pautas necesarias para la aplicación de la asignatura en el campo del Diseño.

Todos estos factores hacen necesario que el estudiante esté consciente de la importancia que tienen las nuevas herramientas de diseño gráfico así como contar con los conocimientos necesarios en cada área que se le presente, como en este caso la Teoría del Color; ya que el color es una parte importante a través del cual podemos expresar y dar a conocer todo

lo que deseamos con un mensaje visual de gran aceptación.

El material de estudio interactivo es una fuente de investigación de suma importancia, que beneficiará al Diseñador; porque le permitirá innovar la aplicación del Diseño en relación a la Identidad Nacional pretendiendo despertar el amor a nuestra patria; este material será un avance para los Diseñadores ya que contara con creatividad, interactividad pensando en el Diseñador y su interés por la Teoría del Color, tratando de crear expectativa y satisfacción al momento de analizarla.

Así mismo será un aporte significativo porque contribuirá al fomento de la Identidad Nacional mediante el color y al mismo tiempo ayudará a desarrollar el campo de la materia de forma más práctica, provocando en el Diseñador ganas de ilustrarse, investigar e innovar, proporcionándole más creatividad para aplicarla en el Diseño.

En este caso siendo estudiante de Diseño Gráfico, al haber obtenido conocimiento de la materia en el tiempo de estudio en la Universidad Técnica del Norte he visto la necesidad de la creación de una propuesta Interactiva enfocada a la Teoría del Color ya que es una parte indispensable a la hora de Diseñar.

1.7. Factibilidad

Esta propuesta Interactiva, está orientado a los diseñadores con el fin de que sea un material de investigación o refuerzo de lo aprendido sobre el color, además está relacionado con la Identidad Nacional y la posibilidad de mejorar la propuesta de la imagen con este sentido.

Es factible su implementación ya que ayuda a fomentar la Identidad nacional desde el enfoque del color y sus partes; aporta al diseñador dándole las herramientas para realzar nuestra Identidad y tiene las pautas

para darle un uso adecuado al color de acuerdo al diseño que se vaya a realizar. Además fortalece el nuevo sistema educativo y tecnológico.

La elaboración de la Multimedia beneficiará a los Diseñadores y profesionales porque es un material de bajo costo e inversión ya que se tiene contemplado como un costo de producción que se absorberá como parte del ejercicio de Tesis y que se entregará en formato digital para su posterior conocimiento y uso.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Diseño Gráfico

Es un campo que con el paso de la historia de la humanidad se ha definido entre varios momentos oportunos de las artes visuales, comunicación e incluso de las artesanías comerciales.

En la actualidad no está lejos del panorama multidisciplinario porque abarca varios momentos que permiten comprender el complejo fenómeno de la imagen que van desde: fotografía, software especializado, semiótica, ilustración, tipografía, cromática, marcas entre los más importantes.

La investigación en el diseño juega un papel importante, se reconoce el problema y la necesidad, ampliando el horizonte, se pueden adaptar los procesos a los individuos y no la forma impersonal que se solía manejar, para poder acercar una imagen al grupo objetivo, demandaba que éste realice una serie de esfuerzos para lograr la experiencia.

La tecnología tiene una influencia directa en la actualidad, porque permite a los procesos productivos ser más óptimos y efectivos. También hay campos que por su naturaleza son compatibles con las actividades de diseño, como la publicidad y el marketing; dichas áreas involucran los

temas de comercialización, para que con lenguajes persuasivos puedan maximizar las oportunidades de promoción en el mercado.

Es por esta razón que el principal significado del Diseño Gráfico, tiene como objetivo primordial transmitir visualmente un mensaje de forma efectiva y la imagen se encuentra como principal recurso para cumplir este propósito. De aquí que el diseñador utilice su inteligencia creativa como mayor recurso de riqueza visual para la satisfacción de necesidades. En otros momentos de la crisis global y el renacimiento del movimiento industrial optó por ser acogida directamente a los procesos publicitarios, que, sin desmedir, no es el único campo afín para ser diseñador y hacer diseño. El fin como tal, corresponde a todos los aspectos vitales para habitar en un mundo mejor.

2.1.1.1. Relación entre Comunicación y Diseño

Reimers Design (2003) explica en su diccionario: “El diseñador a diferencia del artista no es normalmente la fuente de los mensajes que comunica, sino su intérprete”.

La relación entre áreas o disciplinas de estudio siempre viene determinada por objetivos, y consecuentemente el producto de cada una varía acorde al método en el proceso.

2.1.1.2. Comunicación

Los códigos, señales, indicadores, signos y símbolos están en todas partes y momentos de la vida, y estos elementos permiten la interacción humana por el lenguaje y la forma como se entiende los mensajes.

Los procesos de interacción social generan constantemente indicadores o significaciones con el lenguaje, para poder comprender los mensajes, las personas interpretan las ideas acorde al entorno y el medio, la comunicación es un proceso de carácter social que comprende, todos los actos mediante los

cuales, los seres vivos se comunican con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. (Poveda, 2009).

Un buen diseño debe ser y estar basado en un buen conocimiento de la percepción visual y, además es el resultado de conocer el problema con profundidad, que implican algunas variables como conocimiento del tema, conducta, habilidades y valores culturales del público al que se dirige.

Siempre existió la necesidad de comunicar por imágenes, desde los tiempos primitivos del hombre en las cuevas de Lascaux, Altamira o las del Río Pinturas, se pueden encontrar los vestigios visuales más primitivos del hombre con diferentes construcciones sobre el lenguaje. Esta es la referencia para hablar de imagen en sociedad.

El rol de las comunicaciones visuales no termina en su producción y distribución, sino en su efecto sobre la gente. La motivación para su creación y cumplimiento de su propósito se centra en la intención de transformar una realidad existente en una realidad deseada. Esta realidad no está constituida por formas gráficas, sino por personas.(Frascara, 2004).

Entonces, en el desarrollo de la comunicación visual no se ignoran las características específicas del grupo elegido, la perfección del mensaje y su forma hace que la comunicación adquiera fuerza; con la habilidad de generar el mensaje de forma impactante y eficaz. Entonces todo el mundo vive alrededor de la imagen o la construcción de esos indicadores permiten comprender las señales de tránsito, utilizar un manual de instrucciones, mirar la tv, caminar por sitios seguros o advertir por los que no son, e incluso la tendencia sobre el consumismo está determinado directamente por el reconocimiento de las marcas, esos pequeños símbolos que determinan el precio sobre las cosas al otorgarle un valor agregado o una sensación al poseerlas o no, por lo que según Frascara (2004) “toda percepción es un acto de búsqueda de significado, y, en este sentido, es un acto de comunicación o de búsqueda de comunicación. La

función biológica de la percepción visual es la de proveer información acerca del medio ambiente en función de asegurar la subsistencia”.

Comunicare, según la etimología latina, significa: compartir algo o tener algo en común, al pensar en esta definición particular de interacción que permite entender a los humanos, habla desde su definición más básica de “comunidad”, para poder obtener información a través de: señales, lenguaje, comportamiento humano, actividad cognoscitiva, psíquica, psicología, códigos, canales, distorsiones y una serie de elementos interdependientes para que se comprenda el proceso de comunicación.

2.1.1.3. Diseño

Es un proceso que comprende tareas como: proyectar, seleccionar, organizar, programar, coordinar con el fin de solucionar problemas de carácter gráfico; de por medio existen características estéticas y funcionales que benefician la calidad del mensaje que se programó transmitir. La creatividad del diseñador es un papel fundamental para diferenciar los mensajes gráficos cuyo contenido debe enfocarse en un grupo de personas en el mercado.

Importa destacar la incidencia de los diseñadores en el campo de la semiótica, pues ello explica la necesidad de satisfacer exigencias de racionalidad según las cuales los signos constituyen una manera de transformar las cosas, a fin de crear realidad que conducen a otras realidades. (Vilchis, 2002)

Existen entre sí, tanto hacia o desde el diseño y la comunicación áreas que condicionan mediante la objetividad; dirigirse a un público objetivo con el diseño de mensajes específicos. Los sentidos son incentivados para la reacción frente a los estímulos planteados. Las particularidades de cada cultura plantea una reacción en particular, los símbolos y como se plantean los indicadores visuales, se comprenden acorde al momento y la

relación geográfica del individuo. La cultura entonces define un papel trascendental en el uso y diseño de mensajes considerándose factores: productivos, económicos, sociales, ecológicos, que, en un mundo en el que es necesario el intercambio de bienes la comunicación visual se plantea como un eje estratégico de la promoción y comercialización.

El Diseño Gráfico es un medio importante por el cual podemos expresar sentimientos, pensamientos, creencias, ideas, ya sean de factores sociales, culturales, económicos, tecnológicos o de la vivencia diaria; pero a diferencia de otros campos, el mensaje debe ser planificado e interpretado manteniendo la coherencia y consistencia creando buenas comunicaciones visuales destinadas a producir un impacto positivo en la sociedad. “El diseño es un pequeño universo, donde el contexto operativo, la estructura de la totalidad de un diseño y cada una de sus partes y detalles son importantes e interdependientes.” (Frascara, 2004).

Además diseñar es una disciplina enfocada a la producción de comunicaciones visuales dirigidas a alterar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente, la construcción del mensaje no son supuestos principios estéticos, ni caprichos personales del diseñador; si no que proviene de la investigación y de la realidad actual de la gente y su entorno.

2.1.1.3.1. Proceso metodológico en el diseño o áreas relacionadas

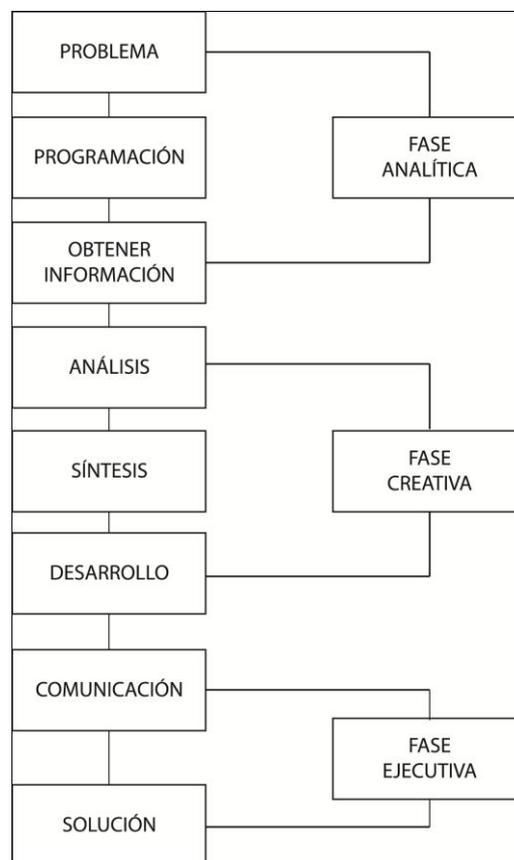
El método sistemático para diseñadores desarrollado por Bruce Archer (1958), propone como definición y proceso del diseño: “Seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles”.

Entonces el método de diseño comprende las etapas: analítica, creativa y de ejecución. Estas etapas se subdividen en las siguientes fases:

El problema, se comprende como la parte en la que las necesidades son interpretadas, es conocido como el momento más sensible porque una incorrecta transcripción del problema puede acarrear dificultades durante todo el proceso de creación.

Figura 1.

Proceso del Diseño, según Archer (1958).



Fuente: Omayra Oña

- **La programación** es entendida como la planificación o prospectiva del proyecto gráfico. Con esto, se puede generar e idealizar los alcances para la etapa de **solución** que es en la que se presenta los prototipos, artes finales o diseños terminados.

- **Obtener información**, canaliza las posibilidades de conceptualizar en torno a esa necesidad. Mientras más información se requiera, más claro estaría entendido el problema, pero hay que prevenir la saturación de elementos porque pueden generar amplitudes no deseadas o elementos complejos. Incluso los procesos creativos podrían obstruirse, al no hallar un fin en común.

- **Análisis – síntesis**, conforma un camino que podría ser entendido como: aprender a tomar decisiones para poder elegir entre diferentes variables: software, materiales, costos, inversión, equipos, recursos, talento humano, deficiencias, puntos a favor, problemáticas menores, entre otros, que ya marcan el rumbo hacia la construcción de mensajes creativos en el proceso de **Comunicación** hasta el planteamiento de la **Solución**.

Este sistema bien puede ser sistemático en el mundo del diseño, o incluso similar a tantos procesos creativos que existen o tratan diferentes autores de la misma manera más o menos compleja, pero el diseñador con su experiencia tiene el conjunto de habilidades de recortar distintas fases para exponer los mismos o mejores resultados.

En la actualidad existen definiciones polémicas sobre el rol del diseñador, porque el perfil de los diseñadores debe ser múltiple, afectando la competencia laboral y creando personas con capacidades profesionales insensatas o incompatibles, pero este tipo de problemas dependen del tipo de necesidades sociales en el que se ven reflejadas: idiosincrasia, cultura o conocimiento general, pensamiento, intelecto entre otras capacidades.

2.1.1.4. Diseño y Multimedia

Muchos campos o especialidades se han asociado directamente hacia el diseño, en la actualidad más bien se han ido apegando o puliendo procesos al orden del avance de las nuevas tecnologías, directamente con el acceso liberado a software de paga o licencia libre, el diseño y los procesos de comunicación se abren a un mundo de posibilidades mucho más versátiles.

Los condicionantes en un producto o sistema multimedia se debe a que se estimulan los sentidos, mientras esta respuesta desencadene una participación por parte del usuario, la facultad de poder manejar mensajes con varios elementos integrados forman el entendimiento reactivo, es decir que la comprensión de estas señales acceden a estructurar la calidad del entendimiento, dicho de un modo más simple se logra estimular, persuadir, informar, comunicar o el propósito para que haya sido creada la multimedia puede definir el objetivo de comunicación.

Los fines en si mismo son variados, porque la multimedia es uno de los campos que se apuntan hacia el futuro y están presentes en todos los momentos tecnológicos, desde el diseño de la interfaz de un dispositivo móvil, el panel de indicadores de instrumentos industriales, kioscos interactivos por mencionar algunos y si se integra con acceso al internet existen posibilidades aun infinitas.

2.1.1.5. Elementos que comprende la Multimedia

Siempre que se idea entorno a un producto multimedia surgen las interrogantes de ¿cómo se hace?. El primer acercamiento correspondería a que un producto multimedia se estructura y planifica al igual que en los procesos para el diseño en general.

Es necesario identificar los parámetros que esto conlleva, para fines prácticos la multimedia, está conformado por varios (multi), medios (media) que son:

- Texto
- Imagen
- Sonido
- Animación
- y Video.

En la actualidad se define como un campo muy complejo que depende directamente de las n'utics, los avances en la industria de la imagen y los dispositivos móviles, ocasionan niveles exigentes de consumo que, entre los principales criterios se destaca:

- La imagen debe ser adaptada para computadores, dispositivos móviles, pantallas de diversa índole, reproductores, entre otros; es decir que una misma imagen en multimedia puede ser reproducida por miles de dispositivos de forma heterogénea, esto a su vez ocasiona una preocupación en el momento de planificar el diseño.
- La multimedia en uno de sus particulares recursos como es el vídeo, se ha transformado desde la tv analógica a la UHD (ultra alta definición), lo que ha extendido el uso de recursos tecnológicos que van desde cámaras HD portátiles, reproductores de la misma manera HD, sonido con varios canales, y para la edición súper computadores que impensables eran hasta hace un par de años atrás.
- Existe software variado que se explicará más adelante, que en posibilidades solo existe como límite la creatividad. Para multimedia van desde los que están orientados a la programación, así como los que se centran en el diseño y otros que son híbridos y pueden generar

productos mediante formas combinadas.

Bou (1997) dice: “El objetivo del diseñador multimedia es que el usuario piense que navega libremente, mientras que en realidad está inmerso en un esquema de etapas predeterminado” este principio de libertad en conjunto ha sido planificado para lograr reforzar el o los mensajes que se pretenden recalcar o estructurar para que el usuario los entienda; detrás de este principio se encuentra la interactividad, dicho resultado es un instrumento que incrementa el interés sobre los medios de manera que los mensajes se integren con mayor profundidad cognitiva.

2.1.1.5.1. Interactividad

Siempre existirá el debate entre la máquina y el hombre. La polémica en la actualidad radica justamente en el nivel de participación entre la computadora y el ser humano.

La interactividad es el sistema componente que permite utilizar el o los dispositivos, porque la mezcla estratégica de los recursos multimedia, emite indicadores constructivos con lo cual los mensajes se hacen más fácil y dinámicos de entender. Por lo tanto es un principio que se encuentra como base de la comunicación digital. El usuario al estar en contacto con una pantalla en primera instancia necesita el control para establecer márgenes psicológicos de seguridad, y la interactividad en conjunto con el diseño de las interfaces lo permiten en primera instancia.

“El nivel de interactividad mide las posibilidades y el grado de libertad del usuario dentro del sistema , así como la capacidad de respuesta de este sistema en relación al usuario, en cualidad y cantidad”. (Reuelta y Sánchez, 2009) , siendo el que determina el nivel de intercomunicación, esto se puede entender por la facilidad de intercambiar o retroalimentar con información.

Los primeros elementos de interactividad están basados por obvias consecuencias en facilitar el entendimiento a través de parámetros orientados en el usuario traducido en algunos componentes visuales presentes en la interfaz como:

- La ubicación estratégica de los elementos interactivos.
- El tamaño adecuado de los caracteres y gráficos en pantalla.
- El color adecuado en la tipografía.
- La resolución de pantalla acorde al dispositivo.
- La combinación de gráficos y textos adecuados.
- El nombre de los botones y las guías visuales.
- La respuesta inmediata en el sistema de navegación
- Consistencia en el modo de navegación.

Esto supuso históricamente la corrección y la mejora del diseño de interfaces para encontrarnos en la actualidad frente a una avalancha de adictos digitales. Como resultado se han adaptado visual y ergonómicamente de forma tan efectiva que, es tan difícil abandonar un dispositivo móvil, una página de internet, una red social o el uso de un software o aplicación digital.

El otro salto que se ha apoderado del éxito de los sistemas interactivos son los contenidos diseñados en función del usuario, no resultaría tan efectivo simplemente una forma visual en la pantalla, a esto debió sumarse la calidad de la información que se dedique explícitamente a mantener informado, comunicado o persuadido al usuario.

En la actualidad las diferentes aplicaciones que inundan el mercado para dispositivos basados en Android e iOSX, están orientados a satisfacer las necesidades más impensables, pues a través de tiendas colaborativas, los usuarios pueden acceder a software de paga o gratuito.

2.1.1.5.2. Hipermedia

Es un concepto que se encuentra previo a la interactividad. Los recursos cuando pueden ser potencializados, es decir los elementos multimedia en el momento que son adaptados en conjunto y responden a la interrelación entre si llega a definirse como tal.

“Hipermedia designa la convergencia interactiva de medios y sustancias expresivas de los mismos (imagen fija, imagen en movimiento, sonido, imágenes tipográficas, e incluso, imágenes extraterritoriales) en los que el receptor-lector se convierte en lectoautor”. (Blanco, 2012); la asociación entre animación, imagen, video, texto y sonido no supone un ejercicio simple, desde los parámetros de coordinación – sincronización está presente la hipermedia, pero que no siempre es un ejercicio simple. Inicialmente lo que se pretende es que el computador de respuestas al usuario, esta pequeña pero increíble acción hizo posible que el usuario pudiese dar click a un botón para saltar de contenido, esta capacidad por ahora primitiva estuvo presente en los códigos iniciales del lenguaje HTML con el nombre de hipertexto.

2.1.1.5.3. Hipertexto

Es la capacidad de enlace de un contenido con otro diferente. Para este fin, una palabra, gráfico (hipergráfica) o un espacio (hiperespacio) puede comportarse como link o puerta de enlace. La información debe presentarse de manera clara y concisa para que el usuario pueda acceder de forma sistemática. Es la naturaleza del ser humano aprender por asociación, los sistemas basados con mensajes de aprendizaje deben ser secuenciales, para ello se adaptan métodos que permiten dosificar la información, para acceder en el momento que el usuario desee.

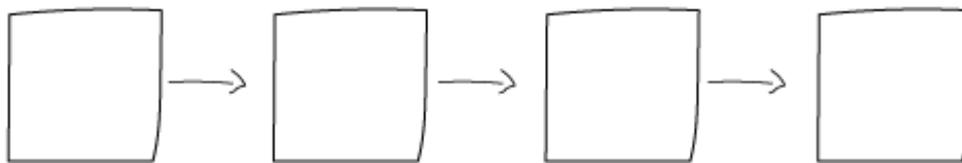
2.1.1.5.4. Sistemas de navegación

La información y los contenidos visuales para ser dispuestos en una multimedia deben ser organizados con estructuras presentadas a través del diseño para que puedan estar orientados al navegador. Esta es la representación que provee al usuario una forma de acceder a los contenidos diferentes entre sí, sin la necesidad de ocasionar sentimientos de pérdida, confusión o inseguridad.

Figura 2.

Navegación Lineal

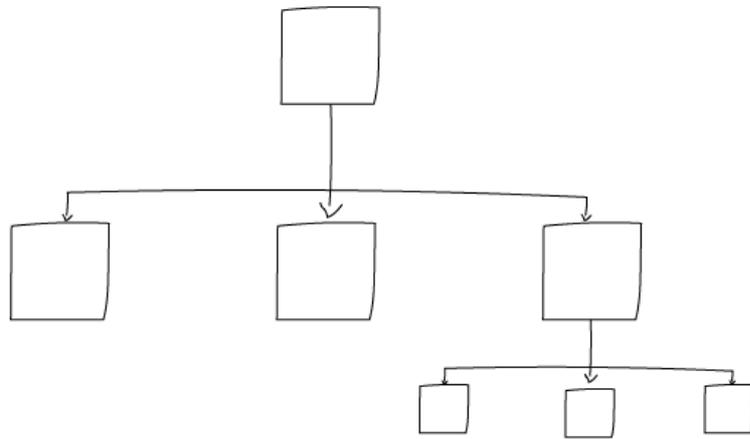
Navegación lineal



Fuente: Omayra Oña

En este tipo de navegación el usuario debe acceder a la información secuencial, puede ser porque el tipo de elementos son necesarios de pantalla a pantalla.

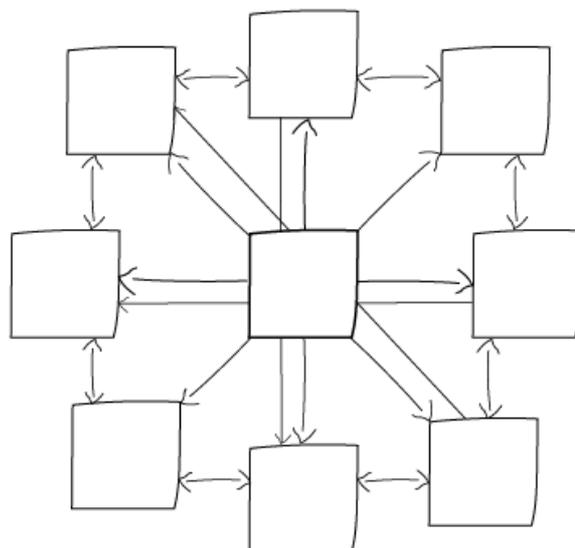
Figura 3.
Navegación Jerárquica



Fuente: Omayra Oña

En este tipo de navegación casi siempre existe una pantalla de presentación principal, desde aquí se puede acceder a los diferentes contenidos. Es la representación en mapa de contenidos más frecuente.

Figura 4.
Navegación Mixta



Fuente: Omayra Oña

En la navegación mixta, se pueden combinar todas las formas de

navegación, y la relación entre contenidos puede ser de diversa naturaleza. El sistema de navegación es más complejo, pero no necesariamente la información pierde secuencia

Los sistemas de navegación en el diseño multimedia se deben facilitar para acceder claramente a los botones o menú de hiperenlaces, donde se presenta la información o cuerpo (body), y los elementos complementarios como encontrarlos.

2.1.1.5.5. Gestión de contenidos

Es necesario definir la información que se va a ofrecer en el material multimedia analizando los contenidos que más le puedan interesar a los usuarios; los textos, las imágenes, los videos y sonidos que se escojan para la multimedia deberán ser concisos, reflejar de la manera más exacta la realidad sin ser distorsionada, y deben estar actualizados para no brindar a los usuarios una información errada que cause en el usuario un impacto negativo.

2.1.1.6. Fotografía

Con el revuelo de las tecnologías, la imagen digital fotográfica se ha convertido en el medio de comunicación testimonial, documental y de reportaje a nivel mundial. Las redes sociales juegan un papel esencial al momento de reportar noticias por usuarios que están en todas partes del mundo con un dispositivo móvil con cámara fotográfica incorporada para retratar esos momentos claves.

Etimológicamente está definido por phōs: luz y grafē: escritura, por lo que significa escritura con luz o imágenes que se grafican con luz.

sin luz es imposible ver o tomar fotografías, y es la luz la que hace a los objetos visibles al ojo y a la cámara. La luz como el sonido, es una forma de energía que se emite en forma de ondas que viajan a

enorme velocidad a partir de una fuente...la luz determina la percepción de la forma y el volumen de los objetos. (Langford, 2001)

El principio radica en el cuarto oscuro, sistema que fue descubierto a través de polémicas que se adjudican a: Leonardo DaVinci, Botichelli y otros artistas del renacimiento que habrían hecho uso de este principio para sus pintar cuadros famosos.

Con el paso del tiempo Daguerre y Niepce fueron los personajes que estabilizaron el uso de los materiales fotosensibles, para que desde ahí en adelante Kodak con la invención de la cámara portátil y Polaroid del revelado instantáneo, tengan mucho que ver con la evolución de la imagen fotográfica actual.

Sin embargo la fotografía a desempeñado un papel fundamental que van desde aplicaciones médicas hasta el fenómeno de redes sociales, y como es de esperar la vida en todo el mundo a implicado un uso que sigue cumpliendo funciones basadas en transmitir información o servir a la imagen digital para una función en particular.

Buxo y De Miguel (1999) recalcan lo que: “Desde una perspectiva empírica y reflexiva y en sus múltiples definiciones la foto y el cine han sido tratadas como técnicas para recoger datos y representar o ilustrar sujetos, objetos y textos de forma fija y en movimiento. También han sido definidas como arte e información”, por lo que la fotografía conforma la sociedad significativa, la imagen que elabora cadenas de signos de complementariedad al texto escrito y puede significar discursos relacionados con intereses de: verdad, encubrimiento, razón, opinión, crítica, educación entre otros.

2.1.1.6.1. Géneros en la fotografía

Muchos conceptos se confunden en la actualidad sobre este tema, lo que hay que destacar es que en el momento que se habla de género se habla de una tipología, una serie de convencionalidades que ayuden a clasificar este tipo de imagen en particular

a. Fotografía realista o de no ficción

A lo largo de la historia de la fotografía, han aparecido varias escuelas y se han generado tendencias, estando al margen de la confusión pueden ocasionar algún tipo de desconocimiento, más bien en ejercicio práctico mucho tiene que ver la imagen fija como la animada para poder determinarla.

Podría resultar una ambigüedad al hablar del objeto fotográfico y de realidad porque justamente es la representación del momento pasado, para entender Sontag (2011) nos dice lo siguiente: “Una fotografía es a la vez una pseudopresencia y un signo de ausencia. Como el fuego del hogar, las fotografías sobre todo las de personas, de paisajes distantes y ciudades remotas, de un pasado desaparecido incitan a la ensoñación.”

La imagen que corresponde a la no ficción está relacionada con aquella fotografía que no ha sido intervenida o manipulada, muestra los elementos y objetos tal cual como preceden a su naturaleza; es decir que, bien puede presentar esta tipología en el marco de la imagen que muestra la realidad tal cual como es.

Muchos teóricos se preguntan: ¿qué se puede retratar? porque la imagen fotográfica se convierte en un testimonio documental y en un recurso para afianzar o destruir la verdad o los juicios de valor, y la respuesta se ha extendido para que la práctica fotográfica se convierta en un ejercicio que

promueve a millones de personas en el mundo buscando retratar todo lo que se encuentre en los alrededores.

La fotografía de no ficción cumple varias funciones, sirviendo de testigo clave para demostrar la realidad a través: de noticias, reportajes o documentales como tal.

“La fotografía puede dar a conocer y a denunciar situaciones sociales de hambre, violencia, carencias u opresión. La fotografía también puede colaborar a un conocimiento crítico de la sociedad”. Este breve análisis de Buxo y De miguel (1999) definitivamente explica de modo objetivo algunas de las pretensiones contemporáneas de la fotografía al apearse a la crítica, a la denuncia, al problema y a las necesidades sociales.

b. Fotografía no realista o de ficción

Es de suponer que la fotografía que entra en este campo no corresponda a la realidad, pero más bien su concepto está ligado al nivel de intervención, montaje o representación de los objetos fotográficos, y una parte también destinado a lo hiperrealista, surrealista, abstraccionismo o incluso la fotografía experimental caben en este grupo.

El hombre siempre tuvo la necesidad de inventar o desarrollar ideas fuera de lo convencional, este marco ha permitido encontrar mundos paralelos, oníricos, utópicos o de realismo fraccionado con el fin de escapar de la realidad. En medida aparecen varios tipos de fotografía en este marco como la publicitaria, o la imagen para cine que responden en igual o mayor medida a las adaptaciones de lenguaje para la pantalla.

Cualquier buen escritor crea con sus palabras sobre el papel, un sueño vívido y continuo, con vívido se refería a un sueño que se sintiera tan claro y concentrado como la vida misma, con continuo se refería a un sueño que no permite que la mente del lector se distraiga o se aleje del mundo ficticio. (Steele, 2012)

Porque con la fotografía no existe diferencia de lo escrito, se persuade a través de mensajes que estimulen todos los sentidos, y posiblemente romper esa frágil barrera de lo visual y evocar emociones más allá incluso de lo táctil.

La fotografía de ficción es así, evoca lo inexistente, por eso la tendencia en el mundo ha pasado de la imagen fría, inexpresiva, gris, a la fotografía llena de virtudes y momentos que hablen por sí mismos sin una palabra, que permitan explicar caminos de mensajes inventados.

2.1.1.6.2. Tipos de fotografía

Para poder encajar el ejercicio fotográfico en una razón de ser, los tipos de fotografía sea de ficción o realismo, ayudan a entender las formas, estilos y comportamiento de la luz, y existen algunas categorías, por mencionar algunas:

a. Fotografía de Arquitectura: edificios, casas, habitaciones, lugares de descanso, símbolos coloniales, edificaciones, estructuras, lugares de recreación, entretenimiento y todo lo que esté relacionado con el hábitat, el espacio y la luz.

b. Fotografía de retrato: cuerpos, caras, facciones, expresiones, posturas, movimientos, piel, texturas, vestimenta, indumentaria, adornos corporales forman parte de esta tipología. Se toman en cuenta las metáforas visuales que a partir del retrato contemporáneo se puedan aplicar de manera creativa.

c. Fotografía macro: con objetivos, lentillas o extensores se pueden generar efectos de máximo acercamiento a los objetos fotográficos.

d. Fotografía social: costumbres, tradiciones, fiestas, celebraciones, comportamientos, artesanías, arte, expresiones que estén en torno a la cultura o a la participación social.

e. Fotografía de naturaleza: flora, fauna, paisajismo, entornos naturales, reservas ecológicas, bosques, zoológicos, senderos, caminatas al aire libre, cuidado del entorno, conforman entre otros motivos uno de los más grandes campos fotográficos.

g. Fotografía de alimentos – publicitaria: menajería, sopas, verduras, frutas, platos de entrada, platos fuertes, vegetales, dulces, postres, alta cocina, cocina popular, ingredientes, bodegones, posiblemente puedan constituir unos de los campos que con mayor frecuencia se utilicen.

h. Fotografía de texturas: patrones, motivos, mosaicos, agrupación de materiales o elementos, constituyen uno de los campos más básicos en el ejercicio fotográfico.

i. Fotografía de desnudos: entraría como parte de retratos, pero se diferencia en mostrar el lenguaje de la piel, dejar a la imaginación lo sexual y erótico.

f. Fotografía experimental: se define por la capacidad de manejar los mensajes sin necesidad de ser planteados o pensados, se pretende ver a imagen para transmitir una sensación o evocar algo.

g. Fotografía con bodegones: se instala o prepara una temática en particular, el ambiente, la luz y los efectos visuales son preparados.

2.2. Fundamentación Social

2.2.1. Cultura

La cultura es el conjunto de conocimientos, apegos y modelos de comportamiento de un grupo social en un determinado espacio, incluye los recursos naturales, materiales y tecnológicos que usan las personas para comunicarse entre sí y resolver cualquier tipo de necesidad.

Malo (1991) dice: “El hombre nace dotado de una serie de aptitudes subyacentes biológicas y psicológicas que se desarrollan y progresan si es que hay una sistemática interrelación con otros hombres”, en congruencia la historia de cada parte de la tierra definen claras habilidades sobre el entorno que permite identificar al individuo en posesión y aprehensión de lo que le rodea, para poder subsistir en elemental vida social con conocimiento de la realidad y organización colectiva.

Lo que se observa comúnmente es por tanto el comportamiento que depende de los hábitos, costumbres, y por aquello que es deseado. En relación aquí aparece el primer acercamiento para que la comunicación persuasiva funcione, en base a la dimensión que está conformada por el resultado de los procesos históricos y ciertas utopías.

Los romanos hablaban de cultura animi como la cultivación del alma, este uso metafórico fue creado desde el siglo XVII que llegó a influenciar en un significado de secularización distinguido de lo religioso, culto, pero relacionado para ambas formaciones individuales, el religioso y el del cultivo. (Förnas, 1995).

Entre otros miles de conceptos se puede precisar que al hablar de cultura se refiere a la posición de la identidad, por lo que se sujeta a otros haberes de discusión a nivel: moral, intelectual, político y religioso.

Es por esta definición que engloba la conducta, creencia y valores sobre los límites de una zona, enraizados por valores emocionales, conflictos

propios que arraigan o adquieren con el paso del tiempo. Por esta razón en los últimos años es endeble que las culturas en todas partes adapten fácilmente los opios de la globalización y acepten como propias las manifestaciones que a tendencia, la aldea global trae.

Las civilizaciones se definen entonces como personas en sociedad que poseen un mismo conjunto de características entre sí, intereses y creencias; se consolidan las economías y las formas de producción y así también por obvias razones las de conducta social. En las circunstancias que estas características sean catalogadas como de trascendencia e importancia para lo contemporáneo se convierten en patrimonios y legados culturales nacionales e incluso reconocidos y aceptados a nivel internacional, de acuerdo a la profundidad de su singularidad cultural.

Además se refiere también a un modelo de crítica cultural que se expone dentro de lo expresivo y político. Este comportamiento no surge por obligación, está conceptualizada intangiblemente en si misma, de las necesidades de los seres humanos y su construcción social. Los valores culturales tampoco dependen de una decisión confabulada, es decir, varios elementos materializan el uso o la adaptación del lenguaje, creencias religiosas o espirituales, la importancia sobre las manifestaciones tradicionales, la arquitectura y el uso del suelo, la ciencia, el arte, la literatura y música.

De estos momentos en la cultura popular aparecen varios rasgos característicos y propios que se definen por ser comunes para vastos grupos sociales. Siempre han existido culturas diferentes, pero parte de la definición consiste en entender a través de un patrón en el que se puede encontrar muchos rasgos a veces inentendibles y justamente eso hace distinguirse de otras.

Uno de los discursos que han aparecido como resultado de la globalización es la preservación de esos rasgos de identidad popular en

los pueblos, por esta preocupación la necesidad de otorgar la importancia que se merece.

“La nación logra instituirse como unidad sociocultural sustituyendo la comunidad natural de sangre, de origen étnico, por la comunidad de símbolos socialmente creados y concretados”. (Berriain, 1996).

2.2.2. Artesanía

Etimológicamente provienen del italiano “*artigianato*” que representa la actividad del artesano con un valor cultural muy alto, porque se trata de objetos que son realizados a mano basados para su confección en tradiciones o experiencias que nacen del contexto. Para Vilchis (2002): “El trabajo artesanal se caracteriza por el control que tiene su autor sobre la totalidad del ciclo del diseño: desde la concepción del objeto hasta su realización por lo cual puede mejorar o perfeccionar el proceso de fabricación”.

El primer acercamiento de la artesanía sería la de hablar sobre materiales y elementos, que se han transformado con la mano; sin embargo, hay que considerar que depende de una simbiosis entre el pensamiento y la mano. La estética está de por medio, porque para el ser humano es necesaria esa dosis de belleza, el adorno en el medio que le rodea.

Los elementos que están alrededor no solo deben cumplir una función utilitaria, más bien poseer un grado de estética, porque el ser humano siempre lo necesita y los diferentes momentos históricos lo definen. La indumentaria es uno de los campos más diferenciados y que con mayores convulsiones determinan el paso de la moda.

Si no fuese necesario ese apego hacia lo estético, pues no habría necesidad de diferenciar por colores, motivos o tramas, es más, los productos incluso industrializados serían homogéneos.

Este particular fenómeno por así decirlo, está detrás de la mente de las personas; otra vez se encuentra la cultura como responsable en definir la percepción o el nivel de indicadores estéticos.

Esta corriente del apego hacia lo estético siempre fue propio del hombre, como menciona Turok (1988): “se inició un proceso de revalorización. Y de esta manera el sello de los hecho a mano se contrapuso a la producción en serie y se le agregó un valor cultural que antes no se había tenido que justificar”, esta revalorización fue la reacción del movimiento arts and crafts en Inglaterra, en plena revolución industrial, que protestó por la eliminación de las artes y oficios.

En los datos históricos la humanidad evolucionó y esto lo logró gracias a la intervención artesanal de determinadas materias, recursos y elementos del entorno inmediato para poder adaptar a diferentes necesidades de caza, alimentación, vestimenta y otras más, que incluso en la actualidad algunas culturas practican aún en mayor o menor aceptación la construcción de estos accesorios utilitarios. La artesanía está definida por el conocimiento popular.

La artesanía ocasiona movimientos muy importantes en la sociedad porque promueve interés de visitantes locales o extranjeros, entonces el ciclo puede inclinarse por mejorar las economías que dependen del turismo como: la gastronomía, servicios de hotelería y alojamiento, negocios privados, gestión y productos culturales. Muchas sociedades con legados culturales importantes proyectan en la actualidad a la artesanía como una solución productiva y rentable.

Es necesario también pensar que la posibilidad de elaborar artesanía viene con la posibilidad de desarrollar técnicas de diferentes maneras. Pero lo que si estimula el crecimiento de la producción artesanal es justamente el entendimiento del material y los diferentes rasgos que la

naturaleza puede inspirar en el artesano para la creación propia y original. Muchos materiales son extraídos en determinadas cantidades de elementos naturales como: la madera, caña guadua, marfil natural, badea, alambre de alpaca, piedras preciosas -semipreciosas, rocas, semillas, cordones naturales extraídos del penco y un largo sin fin, porque cada sector justamente determina la exclusividad de la artesanía y su transformación.

La concepción de que un conjunto de legados y atributos culturales están a salvo mientras menos contacto esté en globalización es un conducto de afirmaciones, es decir las características propias de la identidad se mantienen y no se ven debilitadas.

“Mientras más aisladas las etnias, mayor fuerza tienen las artesanías para funciones eminentemente utilitarias y ceremoniales” dice Malo (1999).

2.2.3. Diseño y Artesanía

La referencia que propone el diseño están en los elementos espacio temporales que se afinan según las tradiciones en el orden empírico, entre estos espacios está lo que la tradición aporta. Y ¿qué decir entonces del diseño?, la cultura popular nos permite hablar de un sinnúmero de posibilidades creativas que se arraigan en los pueblos durante el paso del tiempo, las posibilidades que ofrecen los materiales, técnicas, formas y estilos sin embargo, la artesanía también abre paso a nuevas posibilidades tras el avance de las nuevas tecnologías, los procesos con mayor versatilidad, por lo que se han ido adaptando a estos avances significativos, y siguen diferenciándose de los procesos industriales o masificados.

La mayor diferencia entre ambos campos es cuando se habla de investigación, los procesos en el diseño en la actualidad responden a un

análisis coyuntural sistemático entre deseo y necesidad, también existe un apego de lo estético pero con mayor incidencia sin duda en la artesanía.

Para poder entender mejor este comportamiento Brunari (1996): “El soporte visual es el conjunto de elementos que hacen visible el mensaje, todas aquellas partes que se toman en consideración y se analizan para poder utilizarlas con la mayor coherencia respecto a la información son: la textura, la forma, la estructura, el módulo y el movimiento”

Por lo que el artesano posee esta información integrada en su pensamiento, decodifica estos signos para transformar la materia en objetos, el diseñador en cambio programa su creación a través de procesos estructurados para definir el mensaje dirigido al grupo de personas meta.

2.2.4. Identidad

La identidad según el diccionario RAE se define como el “Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”.

Es una de las definiciones más polémicas en la actualidad. La globalización elimina cualquier rastro de singularización de las sociedades para convertirlas en mercados homogéneos o estructurales que facilitan el paso de las grandes empresas o afiancen los términos de una gran y sola comunidad mundial.

La identidad marca. Define a las personas a través de diferentes características singulares. Es decir cada elemento por mínimo que sea tiene factores únicos e irrepetibles.

La personalidad es aspecto esencial y clave de la identidad, porque aquí se depositan elementos característicos y diferenciables de una cultura a

otra. La marca en las personas, es ese sello de identidad, con el conjunto de atributos que van demostrando desde la forma de pensamiento, el uso del lenguaje, la participación ciudadana, el acceso a las condiciones óptimas de vida, que se resumen en sociedad.

Siempre, además es importante hablar del pasado para poder definir la identidad, pero, insinuando lo sucedido, la dialéctica del cambio perdura los cambios y proyecta las sociedades hacia el futuro.

La identidad siempre será un debate sobre el sentido de pertenencia del entorno pero no sólo lo que se siente, sino también lo que se piensa, actúa y comporta. Dondis (2014) “la experiencia visual humana es fundamental en el aprendizaje para comprender el entorno y reaccionar ante él; la información visual es el registro más antiguo de la historia humana”.

En gran medida esa capacidad de entender el entorno está determinado sobre los indicadores visuales o la representación del imago esa “abstracción mental” que construyen claves en el pensamiento: “la imaginación”.

La memoria de los pueblos es un papel fundamental para alimentar en mayor o menor grado el criticismo sobre la estética, por ejemplo algo que puede resultar alimento para las culturas orientales en la dieta está basado en el consumo de insectos, mientras en el occidente particularmente en Sudamérica resultaría sumamente extraño en la mayoría de países con algunas excepciones de las regiones del Amazonas.

Esta información se interpreta de muchas maneras en donde actúan fuerzas expresivas, perceptivas y de recepción sensorial. Todas las respuestas o condicionamientos culturales vienen definidos por una naturaleza, no existe un estudio extenso o exhausto que hacer, porque la

identidad en la cultura viene determinada por si misma, no se destruye, degrada o infecta como erróneamente se puede concebir, más bien se transforma o germina en nuevos productos o resultados sociales sin condicionamientos.

2.3. Posicionamiento Teórico Personal

Construccionismo social: Este punto de vista, también llamado "interaccionismo simbólico", considera a la comunicación como el producto de significados creativos e interrelaciones compartidas y esta construcción del pensamiento tiene mucho que ver con la promoción de la identidad nacional. No se habla de hacer publicidad del entorno, más bien de promover ideas de las tradiciones, costumbres, de los paisajes, de la cultura y sus diferentes manifestaciones para que, en primera instancia el individuo pueda comprender la riqueza que posee. Este cambio dinámico de pensamiento, bien puede establecerse por condicionamientos que estén ligados a la adquisición del conocimiento y el Diseño Gráfico como herramienta que permite proveer la solución de alguna necesidad en particular establecida desde los campos contemporáneos que aborda, puede resolver en medida, como el aporte de un grano de arena, pero el mucho o poco esfuerzo puede verse beneficiado a corto, mediano o largo plazo.

Siempre regresar a contemplar el pasado de los pueblos o sociedades sirve para retomar el presente y proyectar a futuro el rumbo de una nación.

Cualquier síntoma de identidad nacional de seguro construirá una sociedad con individuos conscientes de lo que poseen.

2.4. Glosario de Términos

Activista: Militante de un movimiento social, de una organización sindical o de un partido político que interviene activamente en la propaganda y el proselitismo de sus ideas.

Cognitivo: Perteneciente o relativo al conocimiento.

Cognoscitivo: Que es capaz de conocer. Potencia cognoscitiva.

Diagnosticar: Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

Educación: Métodos por los que una sociedad mantiene sus conocimientos, cultura y valores y afecta a los aspectos físicos, mentales, emocionales, morales, y sociales de la persona.

Factibilidad: Cualidad o condición de factible.

Información: Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar lo que se posee sobre una materia determinada.

Interactivo/va: Dicho de un programa: Que permite una interacción, a modo de diálogo, entre la computadora y el usuario

Metodología: Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrina.

Técnica: Conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte.

Tecnología: Conjunto de los conocimientos técnicos y científicos aplicados a la industria.

Teorías: Conocimiento especulativo considerado con independencia de toda aplicación. Serie de las leyes que sirven para relacionar determinado orden de fenómenos.

Método: Conjunto de operaciones ordenadas para lograr un resultado determinado.

Dialéctica: Arte de dialogar, argumentar y discutir.

Idiosincrasia: Rasgos, temperamento, carácter, etc., distintivos y propios de un individuo o de una colectividad.

Equidistante: Que equidista. Dicho de un punto, de una línea, de un plano o de un sólido: Hallarse a igual distancia de otro determinado.

Adyacente: Situado en la inmediación o proximidad de algo.

2.5. Interrogantes de la Investigación

- ¿Cuál es el nivel de reconocimiento de la Teoría del Color basado en los criterios de Identidad Ecuatoriana?
- ¿Cuáles son las Teorías del Color más utilizadas y que tengan mayor incidencia en el Diseño Gráfico?
- ¿Qué tipo de soporte permitiría reforzar en los estudiantes los conocimientos sobre la Teoría del Color?
- ¿Es importante diseñar un Software Interactivo con la finalidad de que sea utilizado como una herramienta de trabajo para los Diseñadores Gráficos?
- ¿Se debería promover el interés por la Identidad Ecuatoriana mediante la Teoría del Color?

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

“La investigación es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico, que permite descubrir nuevos hechos o datos, relaciones o leyes, en cualquier campo del conocimiento humano”. (Rodríguez, 2005)

Los resultados esperados de la investigación estaban en marco del comportamiento de que tipo de artesanías se encontraban en las provincias de Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos correspondiente a la Zona 1 del norte del país, para poder extraer los esquemas cromáticos y plantear en un producto que sea accesible para personas interesadas en el diseño y la cromática con sentido de pertenencia e identidad.

3.1.1. Investigación de Campo

“Es la que el mismo objeto de estudio sirve de fuente de información para el investigador de los hechos en los lugares donde se están desarrollando los acontecimientos”. (Poveda, 2009).

Para este tipo de trabajo investigativo se utilizaron los instrumentos como son: fichas de observación, encuestas, cuestionarios y entrevistas.

La investigación de campo nos permitió obtener la información del lugar de los hechos es decir de estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte, a través de ésta se llegó a conocer el nivel de conocimiento del color y al mismo tiempo la percepción de la identidad

nacional basada en elementos artesanales más importantes, y con estas referencias proyectar los resultados esperados en un producto diseñado con contenidos de cromática.

3.1.2. Investigación Documental y Tecnológica

“Se refiere a la información que se recoge en documentos que constituyen toda clase de escritos, sonidos, imágenes y los objetos culturales”. (Poveda, 2009).

La investigación documental se aplica en la búsqueda de las teorías de color, los libros es cierto, extienden una información limitada, por lo que se recurre a utilizar diferentes guías como la ayuda misma del manual oficial de Adobe Illustrator. Bien es cierto que la mayor biblioteca mundial es el internet, por lo que las páginas web, en determinadas circunstancias extienden de forma práctica la teoría del color, por lo que se recurre a analizar como se puede presentar de mejor manera los esquemas cromáticos.

3.1.3. Proyecto Factible

Proyecto Factible es un trabajo da carácter científico y técnico, o modelo operativo viable, productivo o social, que versara sobre un problema relacionado con la formación obtenida de la carrera y la especialidad y apunta a la solución parcial o total de una necesidad de carácter económico, social, técnico, y/o cultural de una organización, barrio, cooperativa, comunidad, centro educativo. (Fernandez, 2004)

Se podría decir que fue proyecto factible porque se realizó una investigación para elaborar y desarrollar una propuesta diferente, accesible, que aportó fomentando la identidad nacional por medio del color basado en las artesanías más importantes de la región, y para fines prácticos el material que se presenta como resultado de la investigación

es un producto multimedia, con el fin de orientar mejor el uso hacia los estudiantes y personas que tengan relación con el diseño.

3.2. Métodos

3.2.1. Recolección de Información

La recolección de datos se realizó a través de la aplicación de encuestas a los estudiantes de Diseño Gráfico, que permitió procesar y analizar los datos de la encuesta realizada sobre el color e identidad.

3.2.2. Método Inductivo-Deductivo

Es un método mixto en el cual la inducción y la deducción se complementan en el proceso de investigación.

- a. **Inductivo:** Parte de lo particular a lo general, permite razonar a lo general, compara, establece semejanzas y diferencias y comprender por si misma una situación. Este método permitió analizar las características de los motivos artesanales o que posean una influencia, para determinar los esquemas cromáticos.
- b. **Deductivo:** Parte de lo general a lo particular, consiste en presentar conceptos o principios, definiciones o afirmaciones, enunciados o fórmulas, en los cuales se obtienen conclusiones o consecuencias.

Las teorías de color universales sirven para definir los esquemas cromáticos basados en componentes de identidad.

3.2.3. Método de Resolución de Problemas

El problema descubierto está en torno al uso del color, el proceso de diseño no esquematiza la cromática, en los casos esporádicos en los que se utilizan van orientados más en el sentido estético general que en un criterio de significación en base al entorno.

El método para el diseño está en función de:

- Identificar el problema – necesidad
- Planificar y proyectar los resultados, esbozar
- Determinar el producto
- Determinar costos
- Análisis de software
- Diseño
- Revisión del prototipo
- Fase final, presentación del prototipo
- Empaque, Embalaje - Distribución

3.2.4. Método Estadístico

Este método se utilizó para que después de la recopilación-interpretación se tabulen los datos de las encuestas, que fue realizado con los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico.

3.3. Técnicas

3.3.1. Encuesta

Se realizó un modelo de encuesta para los estudiantes con preguntas claras, de fácil comprensión, debidamente estructurado, con la cual se pretende establecer la realidad en la que se desarrolla la materia de Teoría del Color y que se aborde la problemática desde diferente

perspectivas, a través de las cuales se pudieron establecer las bases para el planteamiento de la solución y la realización de la propuesta.

3.3.2. Población

Se tomó como población o universo a los estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica del Norte.

3.3.3. Muestra

Con la población antes anotada encontraremos el tamaño de la muestra a través de siguiente fórmula cuando el caso así lo requiera.

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n = Tamaño de la muestra

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

N = Población/Universo

(N-1) = Corrección geométrica

E2 = Margen de error estadístico aceptable.

0,02 = 2% (mínimo)

0,3 = 3% (máximo)

0,05 = 5% (recomendado en educación)

K= Coeficiente de corrección de error, valor constante=2

$$n = \frac{0,25 \cdot 125}{(125 - 1) \frac{0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{31,25}{(124) \frac{0,0025}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{31,25}{0,0775 + 0,25}$$

$$n = \frac{31,25}{0,3275}$$

$$n = 95,419$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de Resultados

1. ¿Los conocimientos de Teoría del Color son fortalecidos por medio de programas multimedia?

Cuadro 1.

Conocimientos sobre Teoría del Color

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	25	34
Poco	48	64
Nada	26	2
TOTAL	99	100

Fuente: Estudiantes UTN – Diseño Gráfico

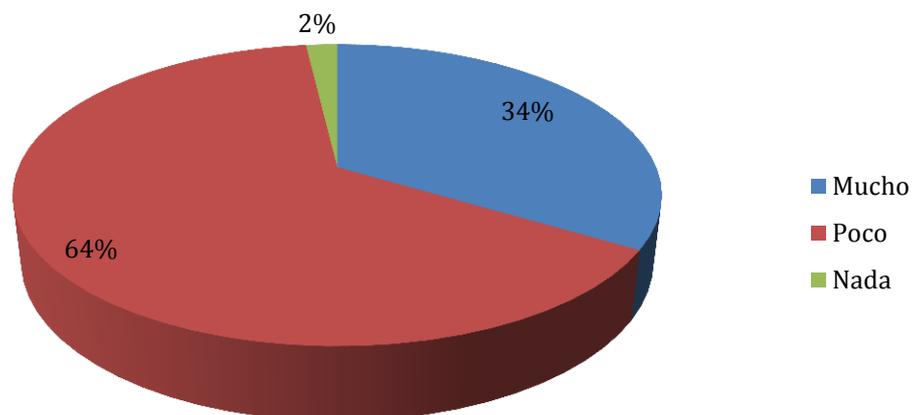


Gráfico 1. Conocimientos sobre Teoría del Color

Elaborado por: Omayra Oña

De acuerdo a los porcentajes obtenidos se evidenció que más de la mitad de las personas encuestadas dijeron que es poco el uso de programas multimedia para fortalecer los conocimientos de Teoría del Color; hoy en día la multimedia es la forma más atractiva de transmitir ideas o conocimientos ya que es un material que posee varios recursos haciéndolo diferente y acorde a la tecnología, que cada vez va avanzando rápidamente; por esta razón es necesario estar en constante investigación e innovación buscando materiales o soportes que aporten en la educación y creen expectativa en los estudiantes.

2. ¿El entorno en el que Ud. se desarrolla, le motiva el interés por la Teoría del Color?

Cuadro 2.

Interés por la Teoría del Color

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	27	27
A veces	64	64
Nunca	8	9
TOTAL	99	100

Fuente: Estudiantes UTN – Carrera de Diseño Gráfico

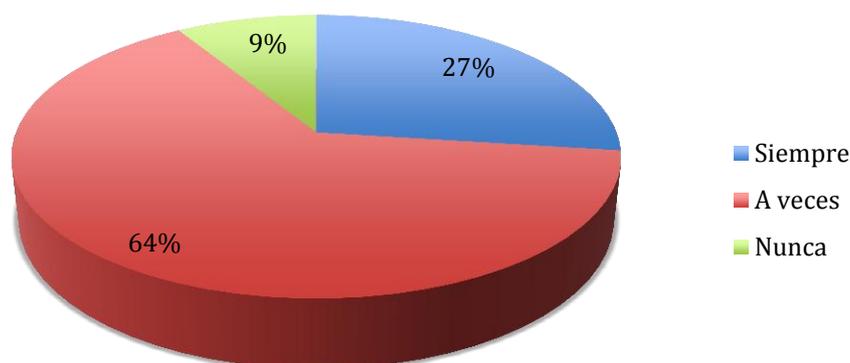


Gráfico 2. Interés por la Teoría del Color

Elaborado por: Omayra Oña

Con los porcentajes obtenidos se evidenció que más de la mitad de las personas encuestadas dijeron que a veces el entorno les motiva el interés por la Teoría del Color; el entorno en el que nos desarrollamos y estamos constantemente influye en la personalidad de cada uno, en la forma de pensar y actuar; para que el entorno motive el interés por el color es necesario conocer a fondo las Teorías del Color y aplicarlas jugando con el entorno en el que nos desarrollamos de esta manera podremos inspirarnos con lo que nos rodea y poner en practica al momento de realizar un diseño.

3. ¿Cree que es importante la Teoría del Color en su futuro como profesional?

Cuadro 3.

Importancia de la Teoría del Color en su futuro

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	81	84
Poco	15	14
Nada	2	2
TOTAL	99	100

Fuente: Estudiantes UTN – Carrera de Diseño Gráfico

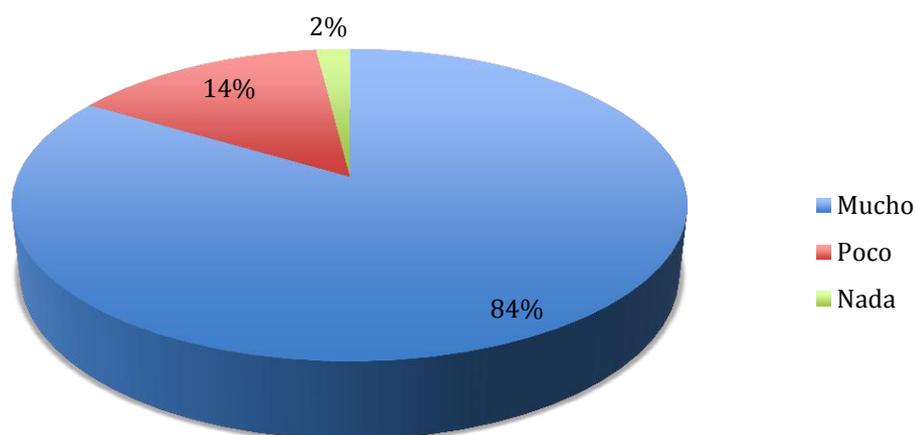


Gráfico 3. Importancia de la Teoría del Color en su futuro

Elaborado por: Omayra Oña

Con los porcentajes obtenidos se evidenció que la mayoría de las personas encuestadas dijeron que es muy importante la Teoría del Color en su futuro como profesional; el color es uno de los recursos esenciales dentro del diseño porque es el que permite persuadir de manera directa al grupo objetivo provocando sensaciones y emociones, por lo tanto se puede aprovechar esta premisa para motivar la educación objetiva del color y el uso del color obteniendo mejores aplicaciones.

4. ¿Aplica las Teorías del Color Universal en el Diseño Gráfico ?

Cuadro 4.

Aplicación de la Teoría del Color Universal

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	82	83
A veces	17	17
Nunca	0	0
TOTAL	99	100

Fuente: Estudiantes UTN – Carrera de Diseño Gráfico

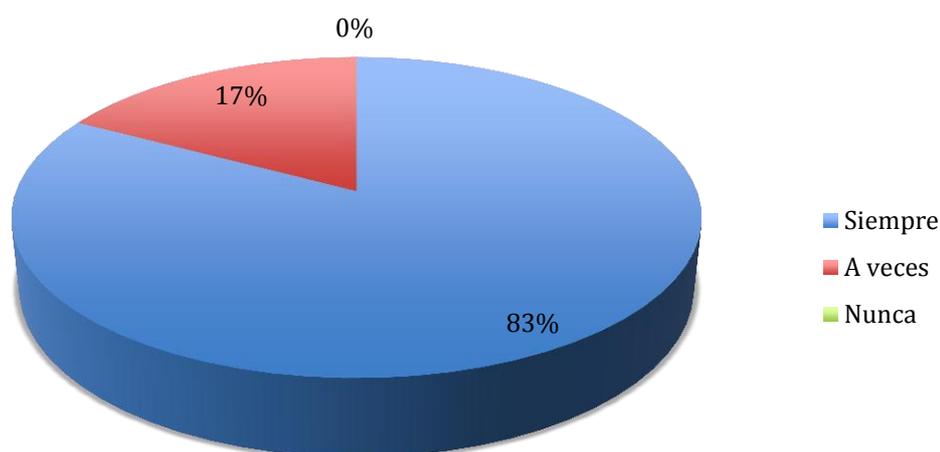


Gráfico 4. Aplicación de la Teoría del Color Universal

Elaborado por: Omayra Oña-investigadora.

Con los porcentajes obtenidos se evidenció que la mayoría de las personas encuestadas dijeron que aplican las Teorías del Color Universal en el Diseño Gráfico; el color se aplica siempre en el diseño, todo diseño que se realice va a llevar color, pero es primordial saber que resultados deseo tener con ese diseño y para esto es importante jugar con los colores, es decir hacer nuestros propios esquemas cromáticos o tomar los existentes que encontramos en las diferentes Teorías del Color que constan en el círculo cromático. Es necesario aplicar el color y sus teorías con fundamentos bien establecidos para saber que es lo que queremos lograr.

5. ¿Cree qué es importante saber cómo utilizar el color en el Diseño para qué sirva como referencia de Identidad Nacional?

Cuadro 5.

Importancia del color en el diseño como Identidad Nacional

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	83	84
Poco	14	14
Nada	2	2
TOTAL	99	100

Fuente: Estudiantes UTN – Carrera de Diseño Gráfico

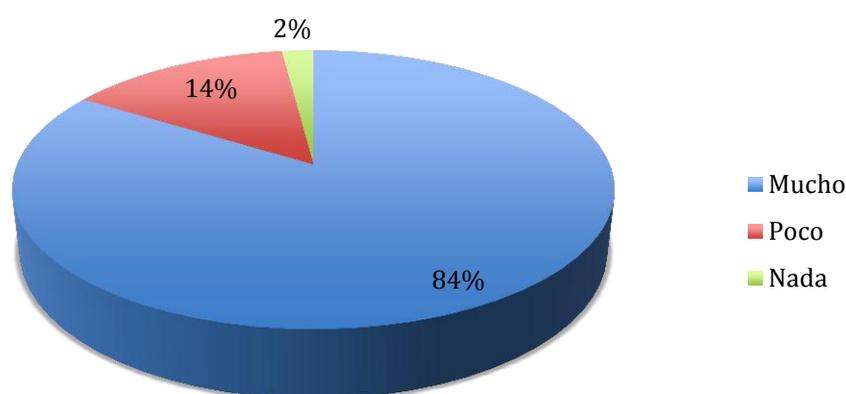


Gráfico 5. Importancia del color en el Diseño como Identidad Nacional

Elaborado por: Omayra Oña

De acuerdo al porcentaje obtenido, se evidencia que la mayoría de personas encuestada dice que muy importante saber como utilizar el color para que sirva como referencia de la Identidad Nacional; es relevante generar diseños que denoten nuestra identidad y más si el color nos ayuda a darle esa característica única destacando nuestra cultura y costumbres por esta razón es elemental que los estudiantes conozcan como utilizar el color en las distintas formas del diseño y aplicarlas a diario, para que más adelante se pueda obtener un producto o diseño basado en la identidad, innovando, aportando a nuestra cultura y resucitando el sentido de patriotismo necesario.

6. ¿Mediante el color se puede fomentar la Identidad Nacional como aporte hacia la cultura?

Cuadro 6.

Fomento de la Identidad Nacional mediante el color

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	62	63
A veces	37	37
Nunca	0	0
TOTAL	99	100

Fuente: Estudiantes UTN – Carrera de Diseño Gráfico

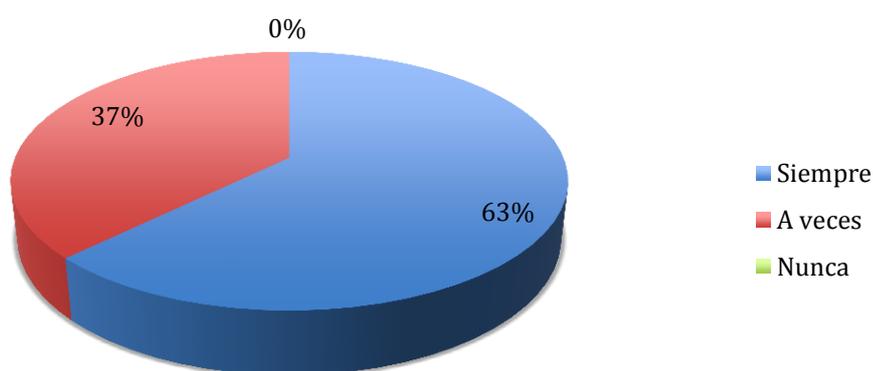


Gráfico 6. Fomento de la Identidad Nacional mediante el color

Elaborado por: Omayra Oña

Con los porcentajes obtenidos se evidenció que la mayoría de las personas encuestadas dijeron que siempre el color puede fomentar la identidad nacional como aporte hacia la cultura; el color es un recurso que puede beneficiar a cualquier campo y sabiendo utilizarlo de la manera correcta puede despertar las mejores ideas y formas para posesionar en el mercado un país o una marca, en este caso el color puede mejorar la identidad o hacer que las personas se sientan identificadas viendo los colores de su entorno en un diseño, los estudiantes pueden generar símbolos o estructuras icónicas basadas en los colores de nuestro entorno, demostrando que valoramos y sabemos lo que tenemos.

7. ¿Existe material didáctico tecnológico para aplicar lo aprendido en clase sobre Teoría del Color?

Cuadro 7.

Existencia de material didáctico tecnológico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	29	30
Poco	52	53
Nada	17	17
TOTAL	99	100

Fuente: Estudiantes UTN – Carrera de Diseño Gráfico

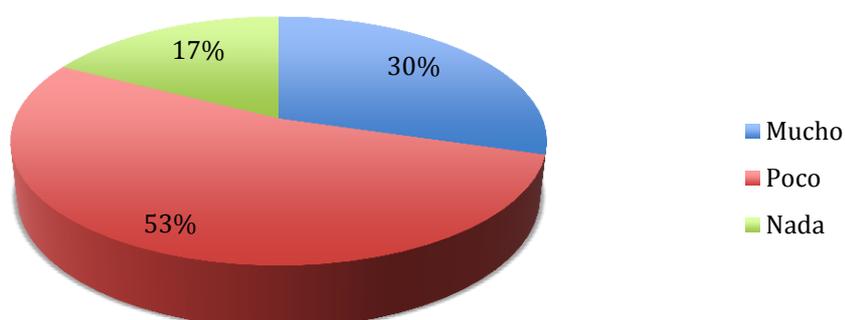


Gráfico 7. Existencia de material didáctico tecnológico

Elaborado por: Omayra Oña

Con los porcentajes obtenidos se evidenció que la mitad de las personas encuestadas dijeron que es poco el material didáctico existente para aplicar lo aprendido en clase sobre Teoría del Color; aplicar los conocimientos adquiridos es fundamental ya que esto permite saber si en verdad se está aprendiendo la materia, ayuda a los estudiantes a conocerse a sí mismos en cuanto a sus fortalezas y debilidades de acuerdo al diseño, para de esta manera poner más énfasis en mejorar sus debilidades para ser un excelente profesional.

8. ¿Para mejorar el reconocimiento del color en el Diseño Gráfico usted que soporte educativo utilizaría?

Cuadro 8.

Soporte educativo que mejore el reconocimiento del Color

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Multimedia	53	50
Impreso	24	22
Audiovisual	30	28
Auditivo	0	0
TOTAL	99	100

Fuente: Estudiantes UTN – Carrera de Diseño Gráfico

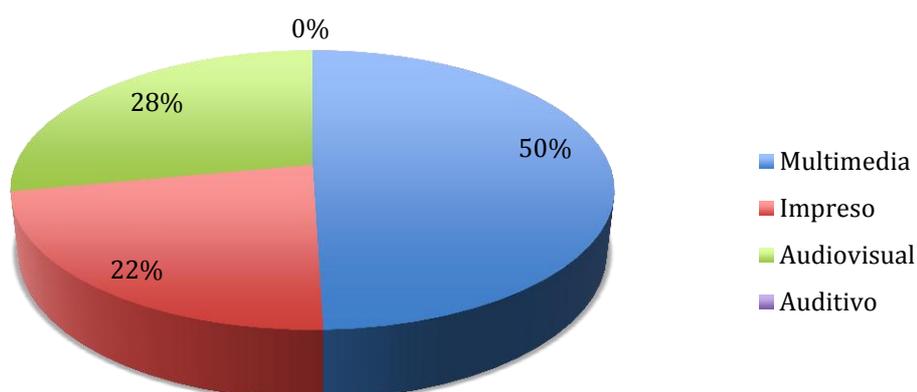


Gráfico 8. Soporte educativo que mejore el reconocimiento del Color

Elaborado por: Omayra Oña

De acuerdo al porcentaje obtenido, se evidencia que la mayoría de personas encuestadas dice que para mejorar el reconocimiento de la Teoría del Color se debería usar una multimedia como soporte educativo; los contenidos explicados a través de una multimedia pueden mejorar el entendimiento, porque al estar conformados por componentes interactivos y varios recursos los mensajes pueden visualizarse de una forma más creativa e interesante, los gráficos y su uso estratégico pueden cimentar el conocimiento adquirido previamente, sobre teorías u orientaciones del color.

9. ¿Cuál es el costo promedio que estaría dispuesto a invertir en este soporte educativo?

Cuadro 9.

Costo promedio a invertir en un Soporte educativo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$3 - \$5	23	23
\$10 - \$20	57	58
\$20 - \$30	16	16
Otro	3	3
TOTAL	99	100

Fuente: Estudiantes UTN – Carrera de Diseño Gráfico

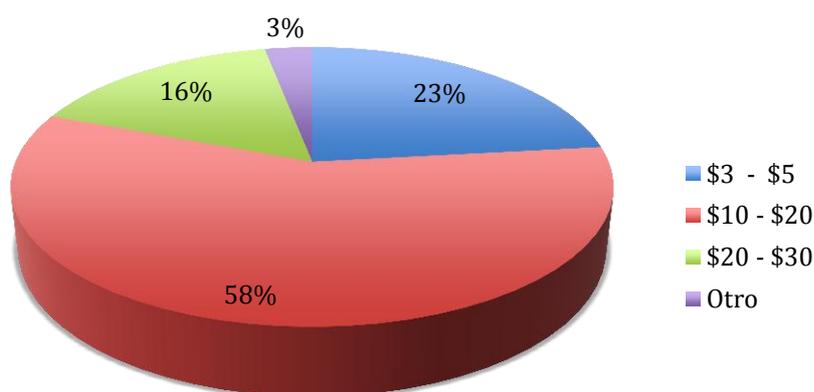


Gráfico 9. Costo promedio a invertir en un Soporte educativo

Elaborado por: Omayra Oña

De acuerdo al porcentaje obtenido, se evidencia que un poco más de la mitad de las personas encuestadas dicen que estarían dispuestos a invertir su dinero en un soporte educativo; existe interés en realizar una inversión en productos que complementen la información o conocimientos sobre la Teoría del Color, por lo tanto el producto debe poseer elementos característicos, contenidos e imágenes que aporten a este criterio y sean muy atractivos.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

1. De acuerdo a la investigación de campo se concluye que los estudiantes de Diseño Gráfico reciben la materia de Teoría del Color con pocos materiales didácticos tecnológicos, esto nos dice que es escasa la utilización de tecnología como un medio para fortalecer y aplicar los conocimientos sobre Teoría del Color.

2. La Teoría del Color es un elemento del diseño muy importante, mediante el cual podemos transmitir ideas, recordar un significado y resaltar una cultura, así es que el color puede fomentar la identidad nacional dando a conocer los colores que posee nuestro entorno, nuestras riquezas como son: la naturaleza, los paisajes, los animales y gente; por esta razón los estudiantes de Diseño Grafico piensan que fundamentar los conocimientos sobre Teoría del Color, les aportará a mejorar en la materia.

3. El uso de tecnología aporta a extender los conocimientos y aplicarlos de manera más interesante, por esta razón es importante estar en constante investigación y uso de materiales tecnológicos que contribuyan significativamente en el educación de los diseñadores y diseñadoras.

4. El entorno en el que se encuentran los estudiantes debe motivar a crear y jugar con los elementos del diseño; el color que podemos encontrar en lo que nos rodea puede cambiar la perspectiva de creación de un diseño de esta manera hacer que el estudiante se sienta a gusto y pueda desarrollar sus habilidades en el campo del Diseño.

5.2. Recomendaciones

1. El investigador recomienda que se utilicen adicionalmente programas multimedia para aplicar lo aprendido; tecnología para que así los maestros y estudiantes puedan generar una interacción en cuanto al aprendizaje, realizando diseños con un toque de personalidad e innovación; de esta manera estar en continuo avance tecnológico.

2. Se recomienda despertar el interés de los estudiantes mediante salidas de campo o aplicación de la materia de forma mas creativa, apoyándose en el entorno, los paisajes, flora, fauna que tenemos como provincia, rica en artesanías, comida y sobre todo cultura; al momento de salir y estar en contacto con nuestra tierra podrán darse cuenta de los maravillosos colores que poseemos. Ver el color desde diferentes puntos de vista podría incentivar a crear diseños únicos y motivar a conocer más sobre el color o lugares y objetos para extraer de estos mediante fotografías esquemas cromáticos únicos e irrepetibles, de esta manera impulsar por medio del color la identidad nacional aportando al Diseño ecuatoriano con esquemas cromáticos propios para desarrollar en diferentes ámbitos del diseño generando un aporte cultural.

3. Se recomienda hablar de la Identidad Nacional y hacer que el estudiante un poco se informe y sepa como realizar un diseño que contenga nuestra Identidad y sirva de aporte cultural, destacando a nuestro país y nuestra cultura, demostrando lo que somos.

4. Se recomienda darle la importancia que tiene el color; es uno de los fundamentos del Diseño, de donde nace la imagen y el Diseño mismo; ya que el color expresa diferentes pensamientos, sentimientos, sensaciones; puede actuar bien o mal sobre un grupo determinado; por eso es importante conocer el color y saber cómo aplicarlo al momento de Diseñar.

5.3 Contestar las interrogantes de investigación en base a los resultados obtenidos.

- **¿Cuál es el nivel de reconocimiento de la Teoría del Color basado en los criterios de Identidad Ecuatoriana?**

Es casi sin intención el uso del color con criterios de identidad nacional. Los elementos que pueden conformar un diseño muchas veces son caotizados, se lucha con la premura del tiempo para diseñar más que comprender estos elementos y es más relevante interpretar cada uno de los elementos del diseño para estar seguros al momento de diseñar y crear diseños bien fundamentados.

- **¿Cuáles son las Teorías del Color más utilizadas y que tengan mayor incidencia en el Diseño Gráfico?**

Todas las Teorías del Color son necesarias al momento de diseñar para crear diseños diferentes y únicos; pero las teorías más utilizadas o las que generan mas sensaciones y emociones en el espectador son las analogías, los contrastes o complementarios y utilizar colores neutros de acuerdo al significado e ideas que queramos transmitir.

- **¿Qué tipo de soporte permitiría reforzar en los estudiantes los conocimientos sobre la Teoría del Color?**

El soporte más completo que existe hoy en día y que brinda mayores recursos para captar la atención de todos nuestros sentidos es una multimedia porque posee interactividad y al momento de utilizarla genera expectativa, haciendo que nuestra mente se concentre más y aprenda de forma más efectiva teniendo una participación activa y decidiendo por si mismos que es lo que desean ver o conocer.

Es por eso que una multimedia es el soporte más indicado para fortalecer

los conocimientos sobre Teoría del Color; aportando en los estudiantes motivación hacia la materia.

- **¿Es importante diseñar un Soporte Educativo Interactivo con la finalidad de que sea utilizado como una herramienta de trabajo para los Diseñadores Gráficos?**

Desde las nuevas tecnologías se pueden abordar muchos campos no solo en el Diseño Gráfico; la interactividad puede incrementar la expectativa de aprendizaje y como complemento la fotografía utilizada adecuadamente puede facilitar aun más el entendimiento sobre cualquier tema; se podría decir que si es importante porque mediante un soporte educativo de esta índole se podría innovar el aprendizaje y aplicación de los campos del Diseño Grafico.

- **¿Se debería promover el interés por la Identidad Ecuatoriana mediante la Teoría del Color?**

Hoy en día se esta tomando más en cuenta la Identidad Nacional, el hecho de consumir productos hechos en Ecuador, de conocer nuestra riqueza cultural y natural hacen que de alguna manera hablemos de identidad nacional, pero es poco lo que se a logrado con eso, porque depende de nosotros mismos como ciudadanos valorar lo que tenemos en nuestro país la riqueza intelectual, natural, cultural; comenzar por nosotros mismos; es por eso que se debería promover el interés por valorar nuestras raíces, nuestras artesanías, nuestra comida y muchas cosas más que poseemos. El color esta inmerso en todo lo que nos rodea y es una herramienta poderosa dentro del diseño y de la cual podemos sacar provecho como diseñadores dándole un enfoque correcto o diferente, promoviendo mediante el color lo que somos.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta

“DISEÑO DE UN SOPORTE MULTIMEDIA SOBRE TEORÍA DEL COLOR, BASADO EN ELEMENTOS: ARTESANALES Y DEL ENTORNO PERTENECIENTES A LOS LUGARES MÁS IMPORTANTES DE LA ZONA 1, DIRIGIDO A DISEÑADORES GRÁFICOS”.

6.2. Introducción

La propuesta Interactiva se desarrolla con el fin de aportar a la materia de Teoría del color, también para que los estudiantes conozcan diferentes maneras de aplicación del color, haciendo que un Diseño se transforme en un aporte Cultural.

Esta propuesta interactiva será basada en los elementos artesanales y de identidad más importantes de la Zona 1 del Ecuador; para fomentar la construcción de la Identidad Nacional a través de símbolos gráficos, demostrando que los colores pueden ser los que expresan nuestra cultura, sociedad y diario vivir.

La propuesta interactiva contiene un mapeo de los: lugares, artículos, animales, recursos naturales, artesanías, paisajes, entre otros, que se toma como referencia para la construcción de una guía de color, en el cual se extraen los esquemas cromáticos y son presentados tomando como referencia las dimensiones del color universal pero en modo local.

Por mencionar en síntesis durante el recorrido y levantamiento de las fotografías se capturan formas (objetos de fotografía) que presenten características cromáticas que se puedan extraer y utilizar en lo posterior en el diseño.

La metodología aplicada para la obtención de las fotografías es la siguiente:

- Planificación para la visita de los lugares correspondientes a las provincias de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos que conforman la Zona 1.
- En la planificación se programó tomar fotografías de diversos objetos y formas interesantes, pero tomando en cuenta el concepto de la artesanía que está inspirada en el entorno del artesano, se procedió a aprovechar las visitas y obtener imágenes de paisajes, animales, modelados, y diferentes motivos que puedan ser interesantes.
- Las fotografías conforman y reposan en una base de datos personal.
- Selección de las fotografías de acuerdo a las teorías cromáticas.
- Los negativos digitales se transfieren a imagen digital.
- Se procede a corregir: saturación, brillo,
- Se guarda una copia para obtener las muestras y que sean parte del catálogo.

6.3. Justificación

Es importante que sepamos valorar lo nuestro; de dónde venimos y quiénes somos, entender nuestras raíces, nuestra cultura; el momento en que los ecuatorianos reconozcamos el espacio el entorno al que pertenecemos, se obtendrían muchas ventajas, pero es más importante tener una imagen en donde todo el mundo pueda identificarnos como ecuatorianos y la cual se pueda apreciar.

La propuesta interactiva será desarrollada como un material de apoyo para Diseñadores Gráficos y profesionales, en donde queremos destacar la Identidad; que valoremos lo que somos como Ecuatorianos y a nuestro País, el instante en que se evoca cualquier parte de la cultura en sus diferentes manifestaciones, se provoca la expresión o participación socio-cultural, y si dichos componentes tienen alguna, poca o mucha relación con el pasado o presente, el aporte fomenta la razón cultural.

Este material interactivo aporta a extender los conocimientos de teoría del color ya que, de manera más creativa, se puede aplicar la Teoría del Color; un producto multimedia es la mejor herramienta a la hora de aprender con una gran cantidad de información.

Entonces, el programa propuesto es una herramienta confiable para el manejo y manipulación de los estudiantes y profesionales; el material interactivo resultado de esta investigación está orientado a mejorar el aprendizaje de la Teoría del Color, su importancia y la manera adecuada de utilización.

Después de utilizar la multimedia, lo más seguro es que muchos se preguntarán de dónde se pueden extraer más y mejores sistemas de color, pues la respuesta que brinda en forma práctica, es la de utilizar los elementos y millones de formas que son parte del entorno.

El color por lo tanto a través del Diseño Gráfico, se convierte en un recurso potencial, el conocimiento no estará fragmentado y las decisiones que se pueden tomar en torno a la aplicación cromática van a estar encaminadas de manera que se otorgue concepto y razón de ser.

Los costos de inversión sobre la investigación y el registro fotográfico con el fin de poder recorrer los diferentes lugares que se decidieron que sean parte de este muestrario cromático son desglosados más adelante, pero sin duda, un viaje para el diseñador puede convertirse en un cúmulo de experiencias gratificantes, tomando en cuenta que el acceso a la cámara digital es más popular; el registro de imágenes puede inspirar a más de uno a viajar por descubrir el Ecuador pero desde otra perspectiva más constructiva.

6.4. Fundamentación

6.4.1. Círculo cromático

Es una representación circular del espectro cromático: “Sirve para explicar la relación entre los colores y es una parte fundamental de la Teoría del Color”. (Ambrose, 2008).

El círculo cromático clasifica los colores, dando una referencia de los tonos primarios, secundarios, terciarios; ayudando al diseñador a seleccionar combinaciones sistemáticas adecuadas a sus intenciones, además se pueden describir como colores cálidos y fríos.

La siguiente imagen indica con más detalle el círculo cromático:

Imagen 1.

Círculo Cromático Universal



Correspondiente al círculo cromático universal con colores primarios, secundarios y terciarios.

Fuente: Omayra Oña

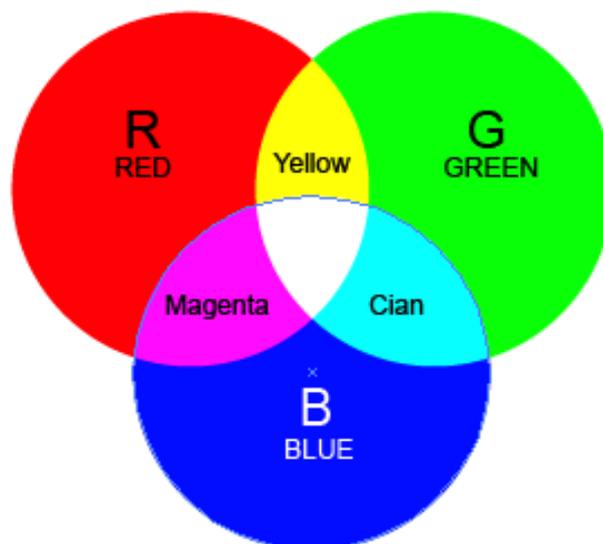
El círculo cromático es el sistema más común para poder organizar el color, en base a éste se encuentran explicadas todas las teorías del color como: origen, la naturaleza, la mezcla e incluso las posibles combinaciones cromáticas.

6.4.2. Colores primarios y secundarios

Existen dos tipos de colores primarios: los aditivos y los sustractivos. Los primarios aditivos son colores obtenidos de la emisión de luz, como: el rojo, el verde y el azul, los tres combinados producen el blanco por sus siglas son conocidas como color RGB que corresponden a las iniciales de Red, Green y Blue.

Imagen 2.

Círculo Cromático RGB



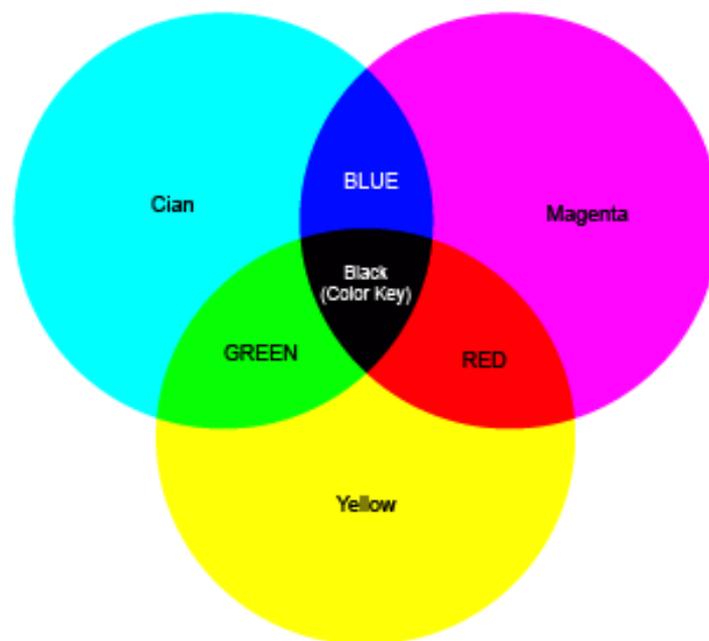
Círculo cromático en RGB, los secundarios en aditivos son: el amarillo, cian y magenta.

Fuente: Omayra Oña

Los primarios sustractivos son los relacionados con la interpretación de la luz, conformados por: el cian, el magenta y el amarillo, combinados producen el negro. Esta tipología cromática está basado en colores pigmento se utilizan en producción gráfica o mediante sistemas de impresión. Los colores secundarios resultantes son: azul, rojo y verde.

Imagen 3.

Círculo Cromático CMYK



Círculo cromático en CMYK, los secundarios en este modelo son: el azul, rojo y verde.

Fuente: Omayra Oña

6.4.3. Teorías del Color

6.4.3.1 Colores Complementarios

Los colores complementarios son los que se hallan frente a frente en el círculo cromático, estos proporcionan un contraste alto, visualmente ocasiona un fuerte impacto.

Imagen 4.

Colores Complementarios



Círculo cromático universal, contraste por complementarios.

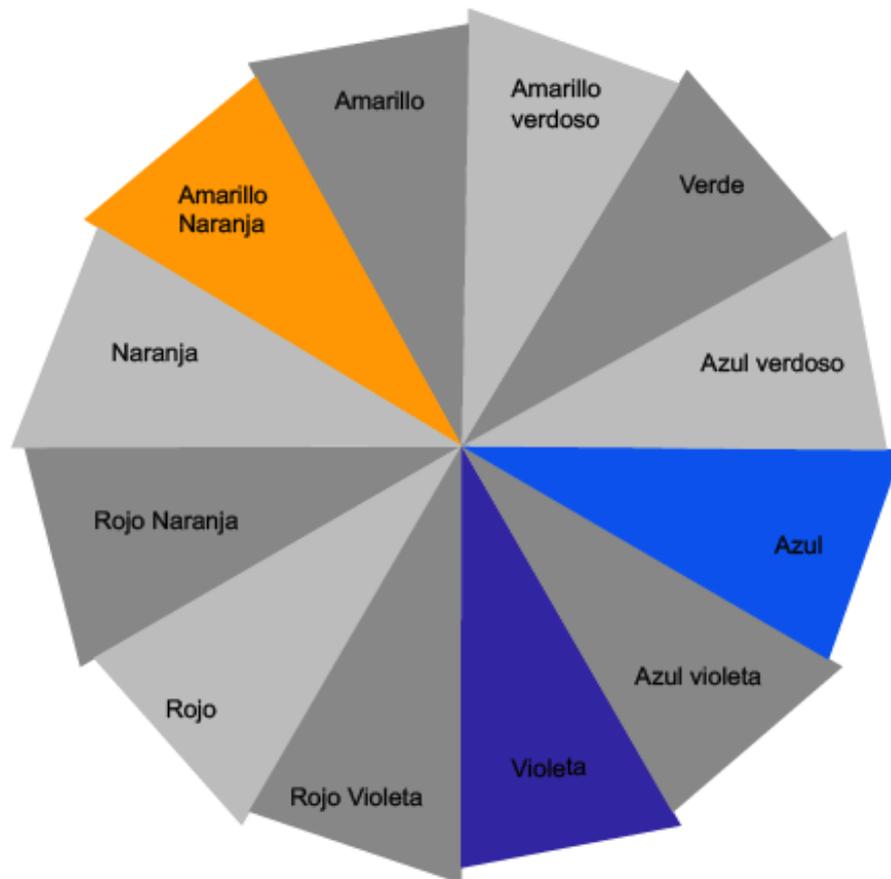
Fuente: Omayra Oña

6.4.3.2. Complementarios Divididos

Los colores complementarios divididos están conformados por tres colores: el color principal y los dos colores adyacentes a su complementario.

Imagen 5.

Colores Complementarios Divididos



Círculo cromático universal, contraste por complementarios divididos.

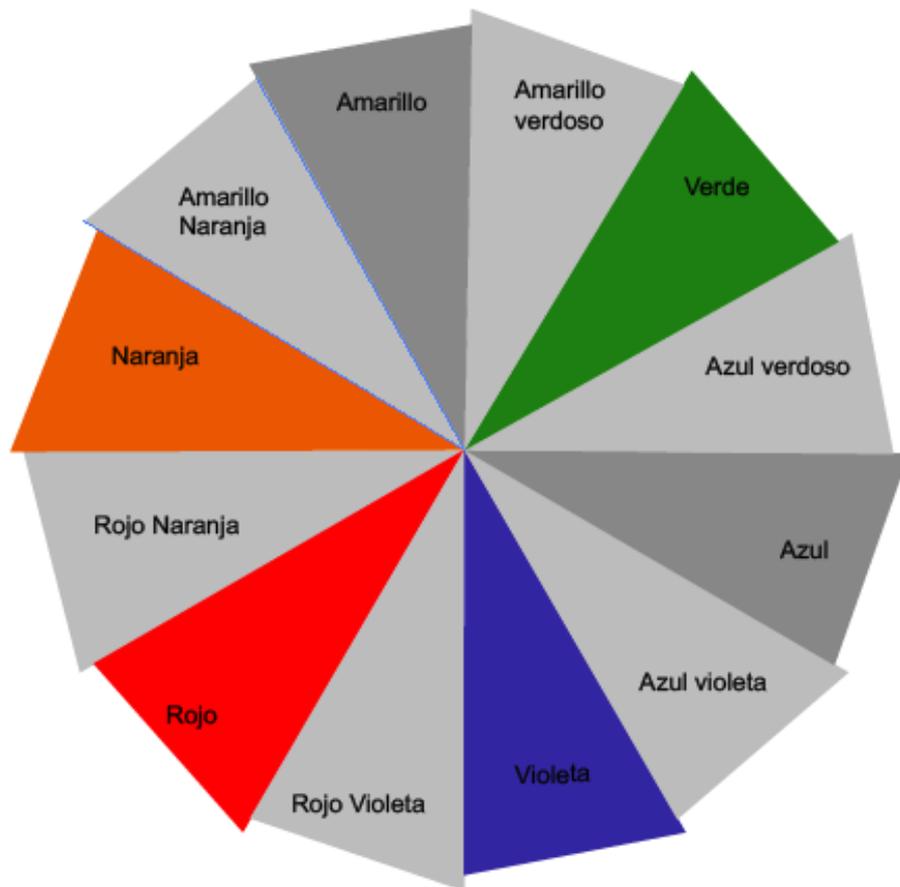
Fuente: Omayra Oña

6.4.3.3. Complementarios mutuos

Los colores complementarios mutuos son una tríada de colores equidistante y el complementario del color central.

Imagen 6.

Colores Complementarios Mutuos



Círculo cromático universal, contraste por complementarios mutuos

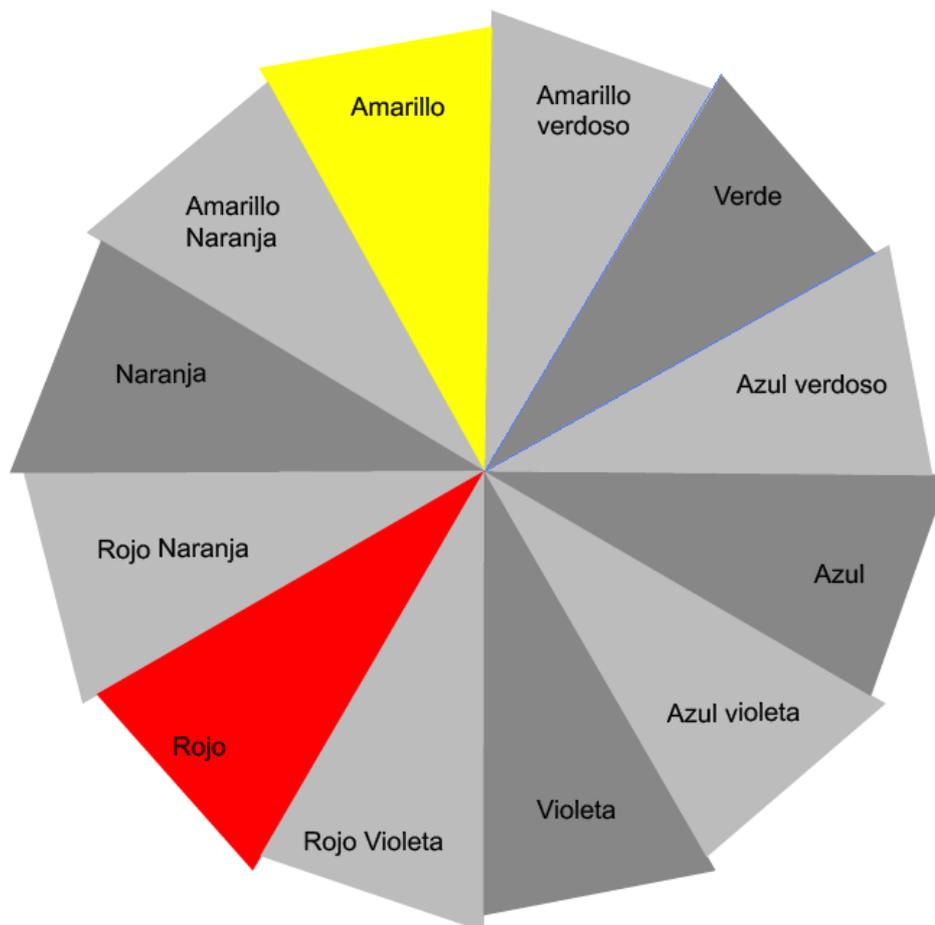
Fuente: Omayra Oña

6.4.3.4. Complementarios cercanos

El complementario cercano es uno de los adyacentes al complementario del color principal seleccionado.

Imagen 7.

Colores Complementarios Cercanos



Círculo cromático universal, contraste por complementarios cercanos.

Fuente: Omayra Oña

6.4.3.5. Dobles complementarios

Los dobles complementarios son dos colores adyacentes y sus dos complementarios ubicados frente a frente en el círculo cromático.

Imagen 8.

Colores Complementarios Dobles



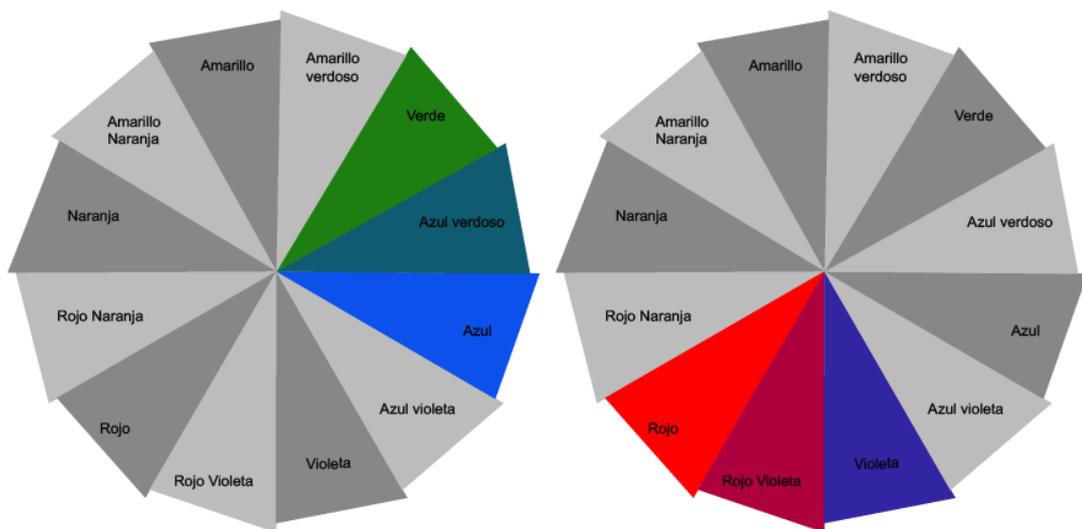
Círculo cromático universal, contraste por dobles complementarios.

Fuente: Omayra Oña

6.4.3.6. Analogías

Los colores análogos son los dos colores ubicados a los dos lados del color principal seleccionado, es decir consiste en cualquier segmento de tres colores consecutivos. Esta teoría del color está conformado por familias de color, por lo que las combinaciones de colores análogos proporcionan una combinación armoniosa y natural, visualmente bastante relajante y pacífica.

Imagen 9.
Colores Análogos



Círculo cromático universal, analogías
Fuente: Omayra Oña

6.4.3.7. Tríadas

Una tríada son tres colores equidistantes en el círculo de color universal. Los colores contrastan entre sí, estas composiciones en tríadas hacen que el espectador perciba tensión. Los colores primarios y secundarios son tríadas.

Imagen 10.

Tríada



Círculo cromático universal, contraste por triadas.

Fuente: Omayra Oña

6.4.3.8. Propiedades de los colores

a. Tono / Color

“Es la característica única de cada color que nos permite distinguirlo visualmente de los demás. Los tonos o colores están formados por luz de diferentes longitudes de onda”. (Ambrose, 2008); es decir que cada color se diferencia de otro por el tono, en relación se habla del color por su nombre, e incluso cuando tienen propiedades particulares existe un sinfín de modismos para referirse al tono, teniendo incluso un valor cultural para definir aquello.

b. Saturación / Croma

La saturación se define como el nivel de pureza de un color, mientras este no sea intervenido por otra capacidad cromática se habla de un color saturado. También se define como la capacidad del color de no estar mezclado con gris, si estuviese intermediado el color tiende a ser más apagado.

c. Valor / Brillo

EL valor o brillo es la capacidad del color y muestra un nivel de intensidad hacia la oscuridad o claridad, respectivamente en porcentajes.

6.4.3.9. Esquemas Cromáticos

El momento de la planificación en el diseño, obra de arte, o el recurso sobre el que se va a aplicar el color, existe un análisis por el que se descifran las oportunidades de intervenir con gamas, matices, contrastes, analogías, y también se puede apegar cierto criterio para definir estas estructuras cromáticas.

Se determina cuáles son los colores que se aplican, qué modelo y teoría se aplicaría y de igual manera si no se aplica, se toma la decisión de con que tipo de estructura cromática se cuenta.

Existen muchas formas de extraer modelos cromáticos para conformar esquemas, en realidad depende de una percepción y en diseño, se toma en cuenta el significado de los colores.

a. Adobe Color CC

Es una aplicación en línea <https://color.adobe.com> por el cual se tiene acceso a todas las posibilidades cromáticas orientadas en función del diseño o campos similares.

Imagen 11.

Adobe Color CC



Pantalla web de Adobe Color.

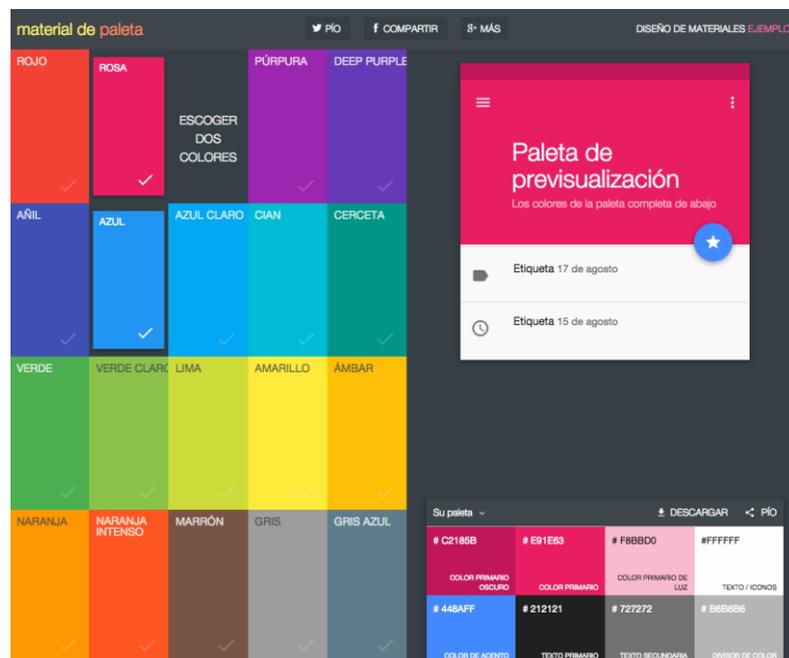
Fuente: <https://color.adobe.com/es/create/color-wheel/>

b. Material de paleta

Es un sitio web <https://www.materialpalette.com> en el que se orienta la aplicación de cromática para web, pero como tal también se puede con creatividad extender el uso a aplicaciones varias.

Imagen 12.

Paleta de Colores para Web o Multimedia



Pantalla web de Material de paleta.

Fuente: <https://www.materialpalette.com>

6.5. Objetivos

6.5.1. Objetivo General

- Dinamizar el tratamiento de los conocimientos sobre la Teoría del Color basado en esquemas cromáticos originarios de los lugares y objetos que corresponden a la Zona 1 del Ecuador.

6.6. Recomendaciones Metodológicas

- Usar el soporte multimedia con cuidado de rayones y daños al cd, porque puede evitar su correcto funcionamiento.
- Cuidar el “kit para diseñadores” de la lluvia o contacto con el agua porque puede dañar los colores y el material.
- Cuidar el soporte multimedia de manera que no pueda tener virus ni algún problema al momento de reproducirlo.
- Leer la ayuda que brinda el soporte multimedia para saber su funcionamiento y los programas que son necesario para su reproducción.
- Reproducir el soporte multimedia en los programas correctos para que no haya ningún problema en cuanto a resolución de imágenes, reproducción del sonido y video.

6.7. Ubicación sectorial y física

El presente trabajo de grado se realizó en la ciudad de Ibarra en la Universidad Técnica del Norte.

Las fotografías de campo se realizaron en las provincias que conforman la Zona 1 de la sierra norte del Ecuador.

6.8. Desarrollo de la propuesta

6.8.1. Planteamiento Inicial

Los factores a tomarse en cuenta para el desarrollo de la multimedia es el contenido y las herramientas a utilizarse; en este caso fue preciso un previo estudio de la Teoría del Color, sus características, sus aplicaciones y como va a ser utilizada para este material interactivo; como está el color inmerso en nuestras artesanías y parte del entorno, las cuales están tomadas como identidad nacional; realizando un análisis de las mismas (formas y color) se toman en cuenta para la multimedia de manera que se pueda dar a conocer una parte de la artesanía de nuestro país; en cuanto a las herramientas necesarias utilizadas sobre todo software, se utilizó programas de diseño del paquete de Adobe: Illustrator, Photoshop, InDesign, (diseño de la interfaz), Adobe Kuler o Color para la extracción de los esquemas de colores de cada fotografía, ScreenFlow para los videos explicativos sobre la Teoría del Color.

6.8.2. Grupo Objetivo

Una vez recopilada y analizada la información acerca de la multimedia fue necesario determinar el grupo objetivo al cual se dirigirá la propuesta, es decir los usuarios finales que tendrán acceso a la información que brinde la multimedia:

USUARIO PRINCIPAL: Estudiantes y profesionales

USUARIO GENERAL: Profesores

TENDENCIA: buscar información a través de medios digitales

6.8.3. Soporte

Un material multimedia es un medio de educación completo porque esta conformado por imágenes, video, sonido, animación y tipografía, eso permite que todos los sentidos se encuentren atentos a todo lo que hay en el producto, haciendo que se sienta más atractiva la percepción de la Teoría del Color.

En la investigación documental realizada pudimos evidenciar que los estudiantes creían que es necesario utilizar como soporte educativo a la multimedia por contener varias elementos que aportan interés al estudiante por la materia en este caso de Teoría del Color.

El material interactivo no tendrá gran complejidad en cuanto a su uso, solo es necesario tener conocimientos básicos sobre computación, por lo cual la factibilidad de que mucha gente pueda acceder a la información que proporciona es muy grande.

El soporte multimedia interactivo contiene información sobre Teoría del Color, resaltando los aspectos importantes a conocerse como: qué es el color y su utilización; los colores primarios, secundarios, terciarios, cuaternarios, el círculo cromático; tono, saturación, valor, matices, degradado y las sensaciones que genera el color.

En el soporte multimedia se resalta las imágenes que corresponden a la Zona 1; las artesanías, paisajes, objetos, animales, flora y fauna de las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos, Imbabura.

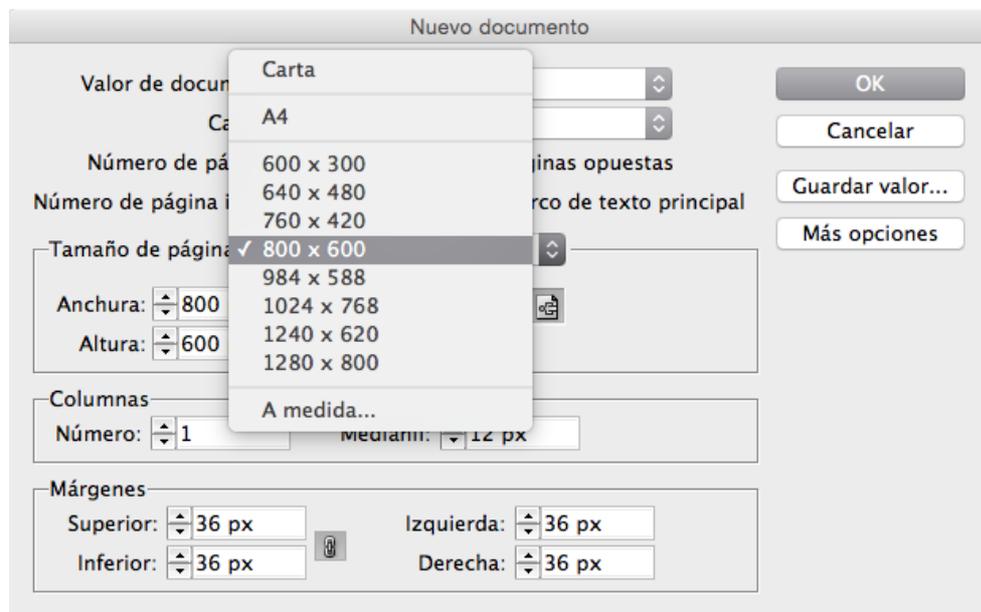
6.8.3.1. Formato

El formato para realizar una multimedia depende el dispositivo en el cual se va a reproducir este soporte, en este caso el soporte esta diseñado para reproducirse en computadoras PC o Mac.

El formato depende de los tamaños de pantallas existentes, pero existen tamaños para diferentes dispositivos como son:

Imagen 13.

Formato para Diseño de la Interfaz del Soporte multimedia



Fuente: Adobe Indesign

Los expertos recomiendan que la interfaz de la multimedia tengan los tamaños mas grandes de pantalla ya que se va a reproducir en todo tipo de computadores

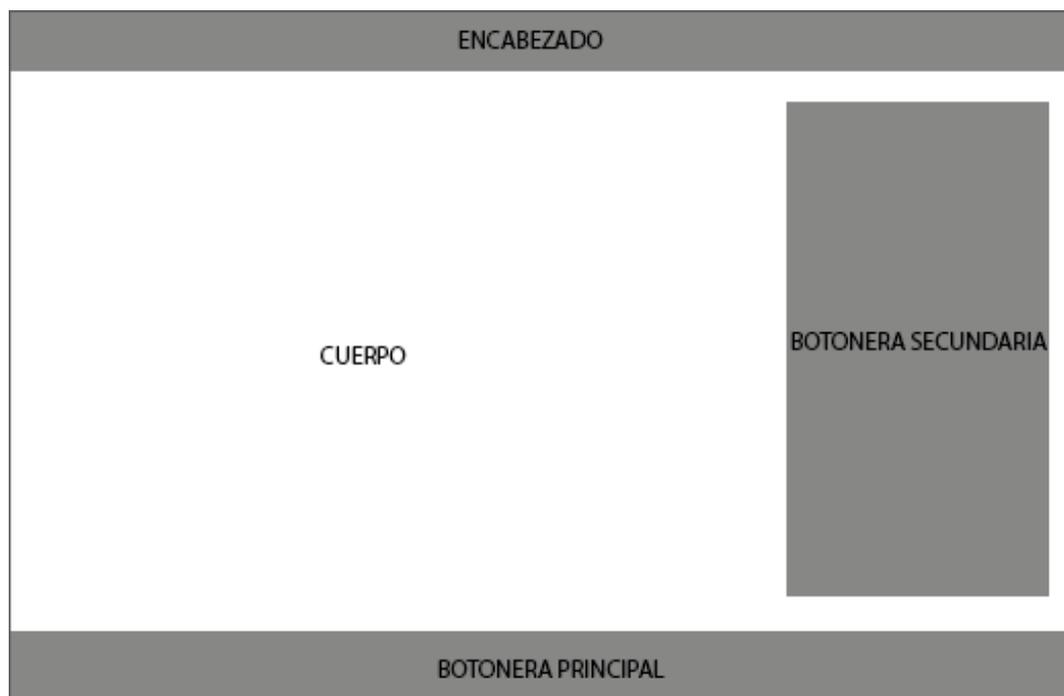
El soporte multimedia será de 1024 x 768 el tamaño estándar para computadores y se pueda observar en modo de pantalla completa.

6.8.3.2. Estructura

La estructura usada para el soporte multimedia consta de cuerpo, encabezado, botonera principal y botonera secundaria.

Imagen 14.

Estructura de la Interfaz del Soporte multimedia



Retícula de la Interfaz del Soporte multimedia

La tipografía usada para el soporte multimedia fue Sans Serif o Palo seco porque este tipo de letra es más fácil de visualizar en un dispositivo como la computadora.

La tipografía que se usó en toda la multimedia fue la Antipasto, también fue la usada para los: manual de ayuda, manual de identidad y manual de guía del Color de Pigmento

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
12345678910
!@#\$%^&()*=?:;~^*Ç

Antipasto Mayúscula

ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
12345678910
!@#\$%^&()*=?:;~^*Ç

Antipasto Minúscula

6.8.3.3. Identidad del Soporte Multimedia

Pigmento según el diccionario RAE: Materia colorante que se usa en la pintura.

Pigmento entonces es un nombre que evoca a color, el color químico, el color físico, al color existente; que diseñar con el color si se puede y está presente en todo momento y en todas partes de nuestro entorno.

Color con Identidad hace referencia a lo nuestro a los colores que se pueden ver en nuestro entorno a diario, en las artesanías, en los animales, las plantas, en la gente mismo, en nuestras costumbres y nuestra cultura; color con identidad quiere destacar a nuestro país mediante la cromática.

Como diseñadores estamos en la capacidad de crear esquemas cromáticos que nos representen, que hablen de lo lindo que es el Ecuador y de la misma manera incentivemos a que propios y extraños conozcan todas las riquezas que poseemos. Es necesario que seamos el cambio para nuestro País impulsando lo nuestro, nuestra creatividad, nuestros Diseños pero con un toque de Identidad, valorar todo lo que nos rodea y sacarle provecho.

Para la creación de una marca es necesario tener un isotipo, logotipo, eslogan, la arquitectura de la marca, los usos permitidos, cromática y la

tipografía utilizada; por eso a continuación verán el Manual de Identidad de Pigmento.

Imagen 15.

Portada del Manual de Imagen de Pigmento



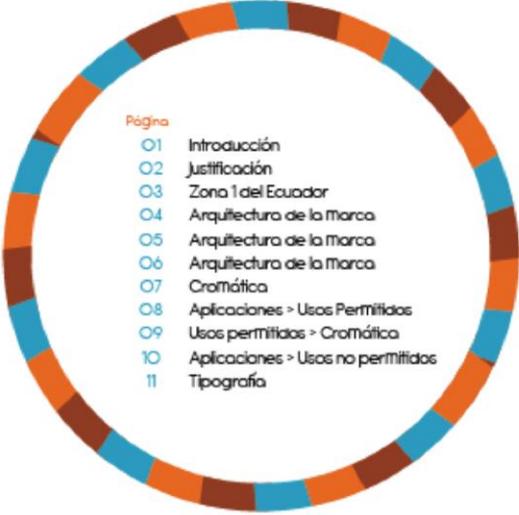
Imagen 16.

Primera hoja del Manual de Identidad de Pigmento



Imagen 17.
Índice

ÍNDICE



Página	
01	Introducción
02	Justificación
03	Zona 1 del Ecuador
04	Arquitectura de la Marca
05	Arquitectura de la Marca
06	Arquitectura de la Marca
07	Cromática
08	Aplicaciones > Usos Permitidos
09	Usos permitidos > Cromática
10	Aplicaciones > Usos no permitidos
11	Tipografía

Imagen 18. Introducción



Imagen 19. Justificación

Justificación 02

PIGMENTO entonces es un nombre que evoca al color físico, al color existente, que diseñar con el color sí se puede y está presente en todo momento y en todas partes de nuestro entorno.

Más que ser una herramienta de inspiración para ejercicios visuales, es un Método de inspiración para acercarse a lo nuestro, a lo Donito que es el Ecuador.

Y hablar de identidad no se convierte en un ejercicio tedioso, se puede aportar a construir íconos basados en el color, solamente con considerar lo nuestro, lo que somos y tenemos en la diversidad.

Según el diccionario RAE
Pigmento: Materia colorante que se usa en la pintura.



Imagen 20.
Zona 1 del Ecuador



Página en la que se explica los alcances de Pigmento

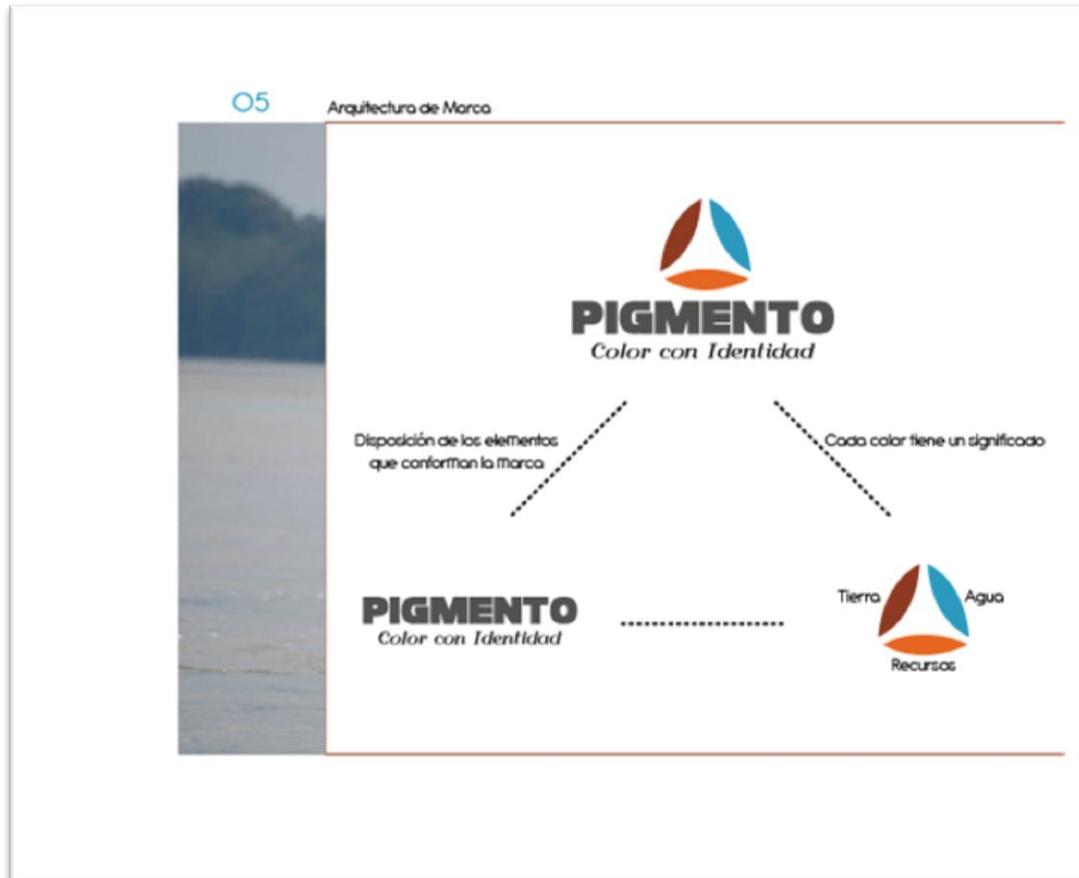
Imagen 21.

Arquitectura de la Marca



Explicación de los símbolos de la Identidad correspondiente a Pigmento.

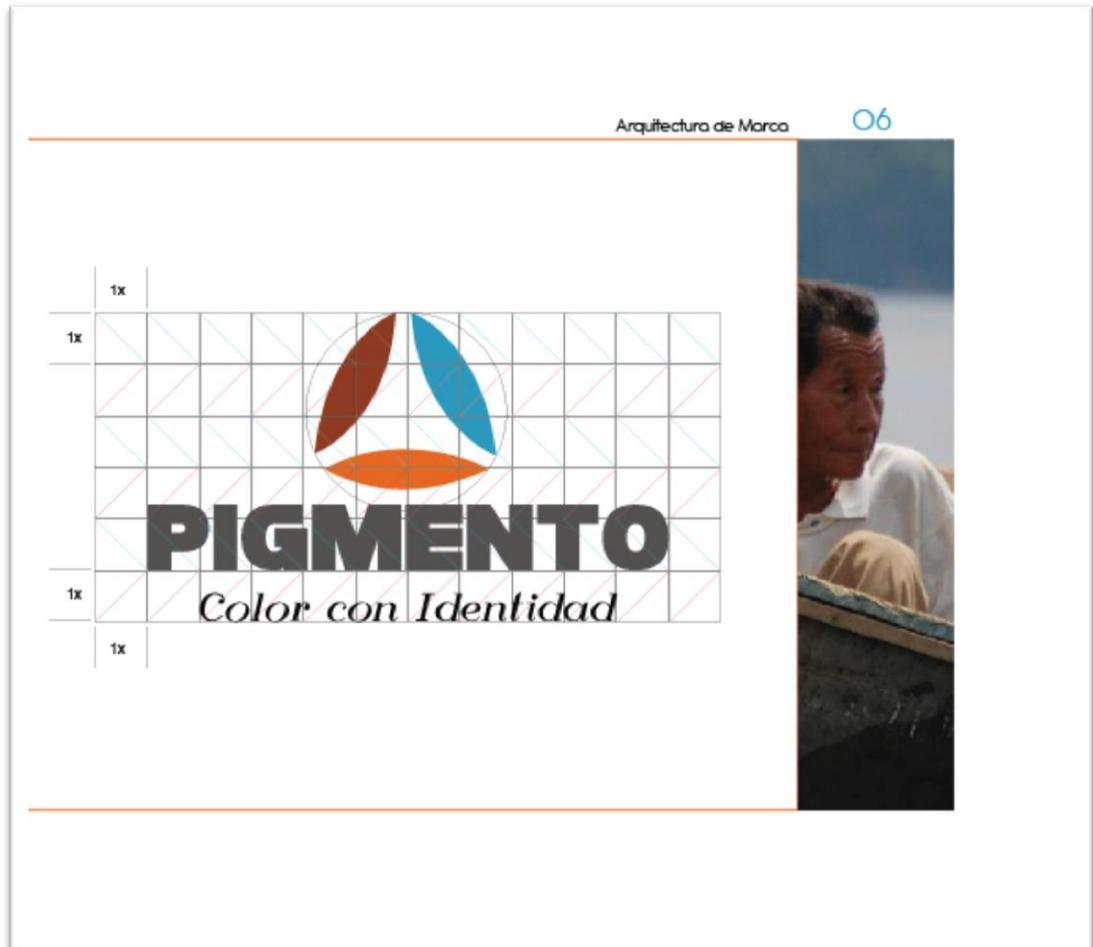
Imagen 22.
Arquitectura de la marca



Signos de identidad de Pigmento.

Imagen 23.

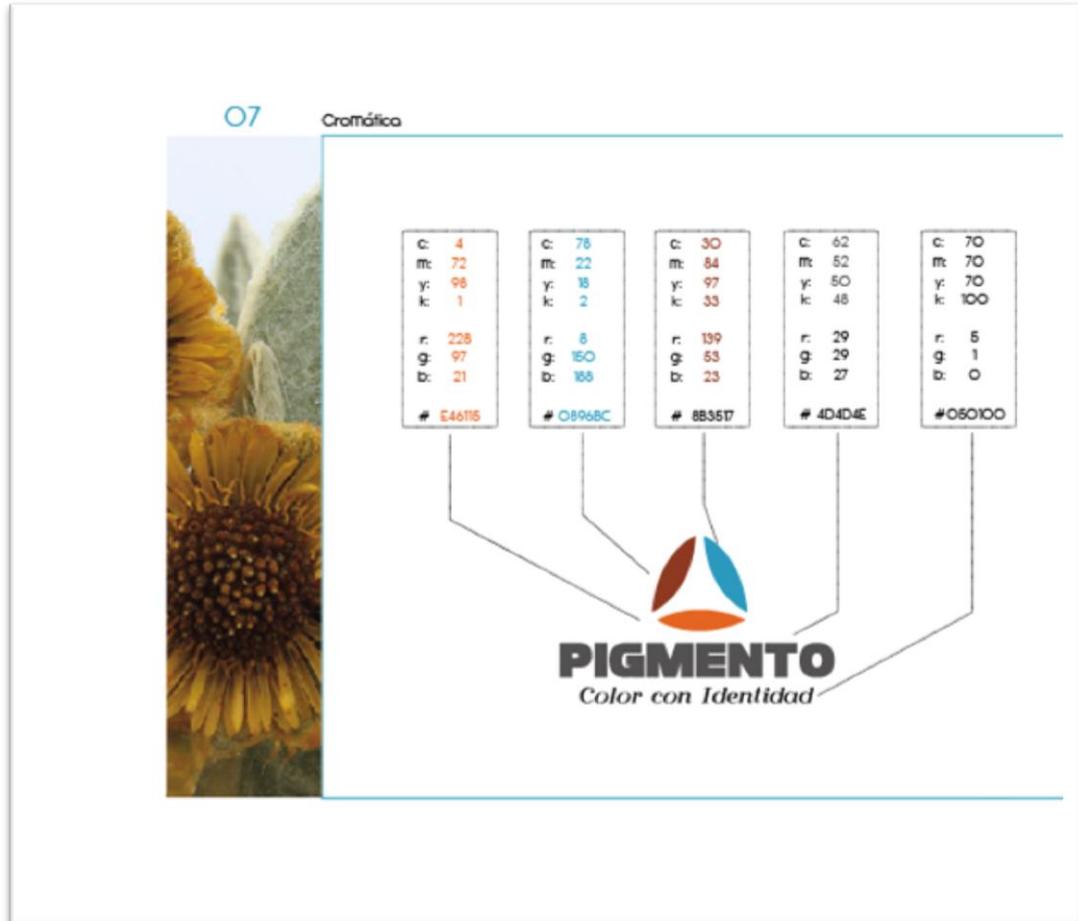
Arquitectura de la Marca



Explicación de la construcción geométrica de la marca a través de proporciones.

Imagen 24.

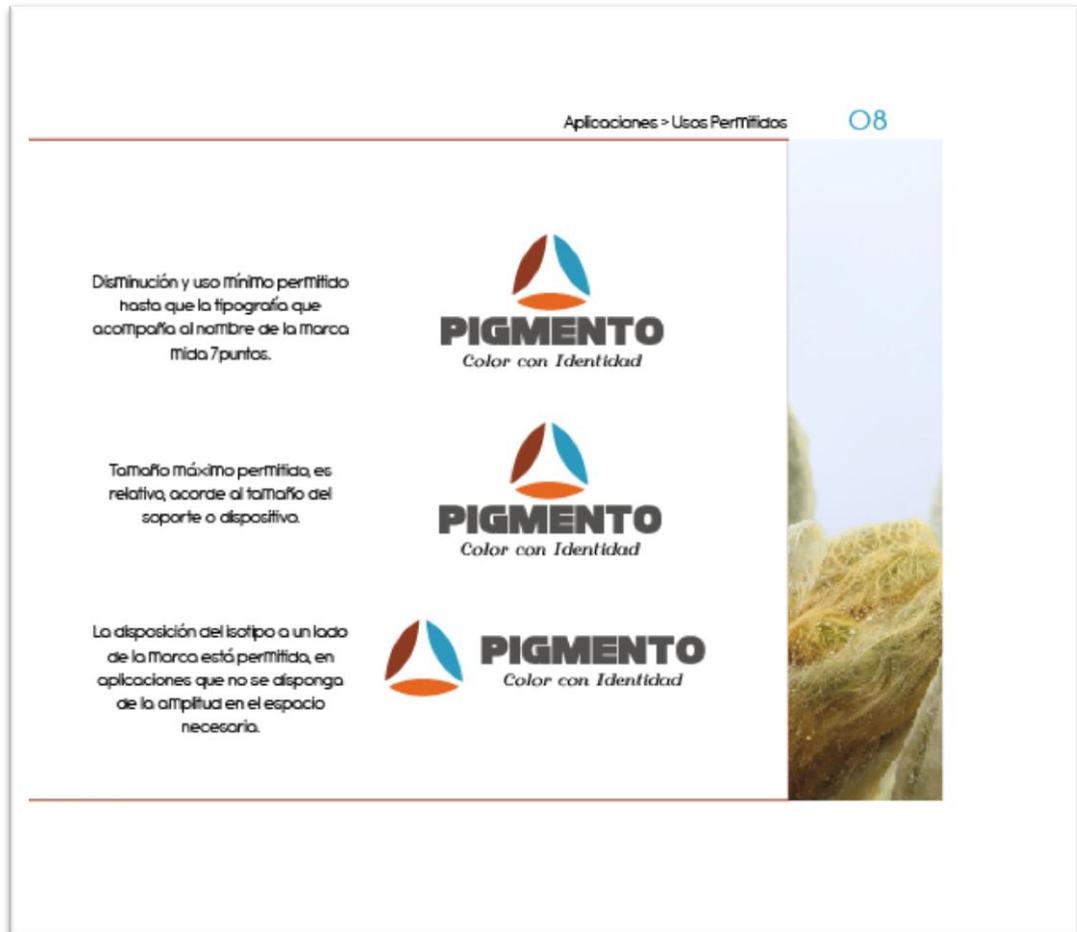
Cromática de la marca



Denominación de los códigos correspondientes a la aplicación cromática de Pigmento.

Imagen 25.

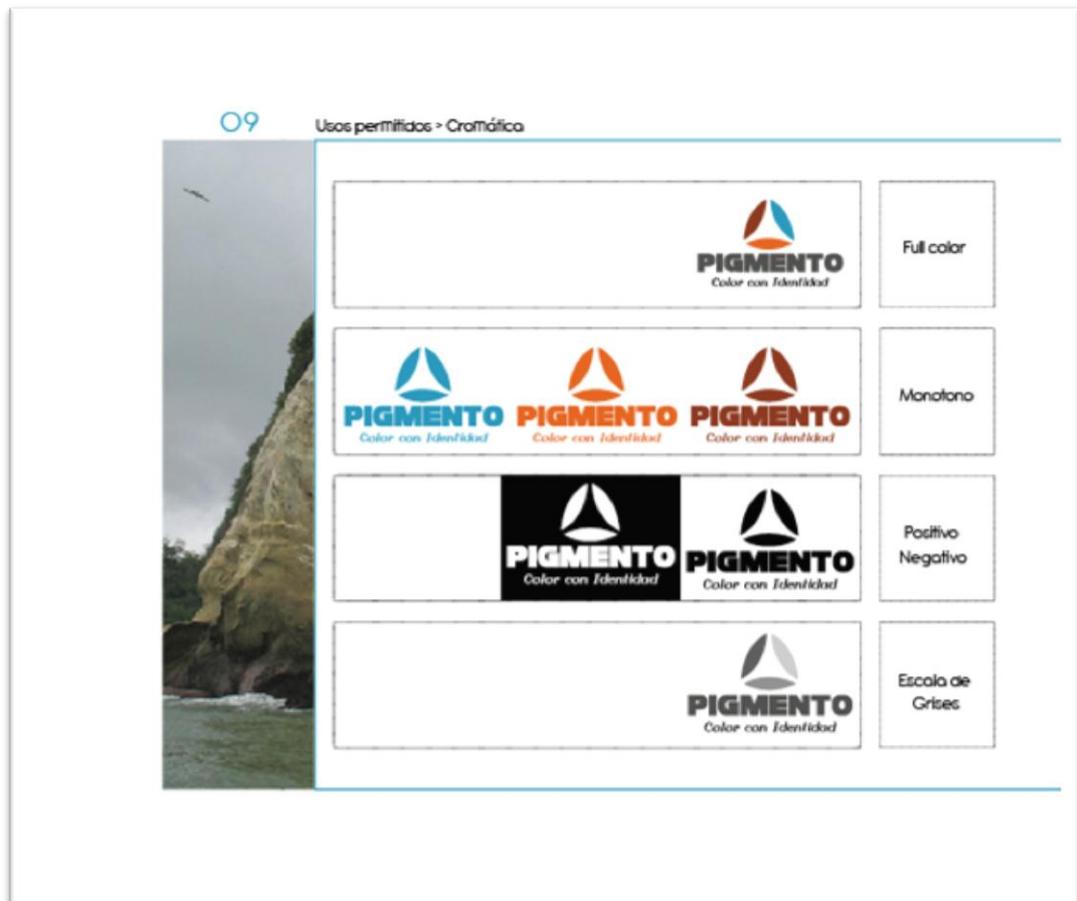
Usos permitidos de la marca



Limitaciones en el uso permitido de Pigmento.

Imagen 26.

Usos permitidos de la cromática de la marca



Variaciones de aplicación en base a las escalas de grises, positivo, negativo y monocolor de la identidad para Pigmento.

Imagen 28.
Ilustración



Ilustración realizada para representar las regiones del Ecuador o Zona 1 con sus respectivas características.

Imagen 29.

Contraportada del Manual de Identidad de Pigmento



6.8.4. Producto Multimedia

6.8.4.1. Mapa de Sitio

El Mapa de sitio es lo primero que se debe hacer para desarrollar una multimedia ya que este te ayuda a:

- Ordenar toda la información que va a poseer el soporte multimedia
- Crear enlaces entre los temas principales y secundarios
- Decidir que tipo de navegación es la adecuada para el soporte Multimedia, en este caso se escogió la navegación jerárquica.
- Saber en que lugar debemos incorporar el video, el sonido o las imágenes

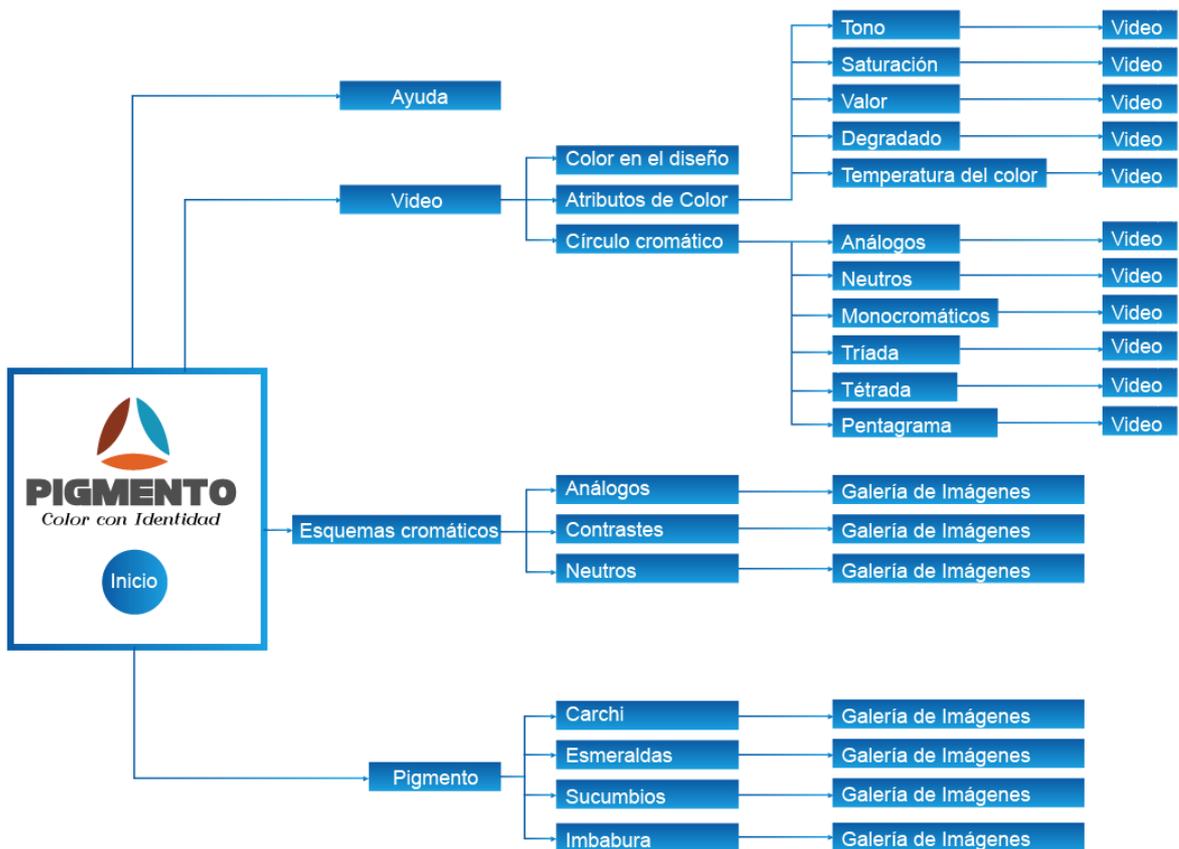


Figura 5. Mapa de sitio del Soporte multimedia Pigmento

Fuente: Omayra Oña

6.8.4.2. Concepto Gráfico

La Zona 1 del Ecuador está conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Imbabura, Sucumbíos. Estas provincias se caracterizan por su pluriculturalidad étnica, que se puede ver a través de sus costumbres, artesanía y modo de vida; además existen variedad de atractivos, destacando su riqueza arqueológica, histórica, la biodiversidad y los hermosos paisajes que tiene cada uno de estos lugares.

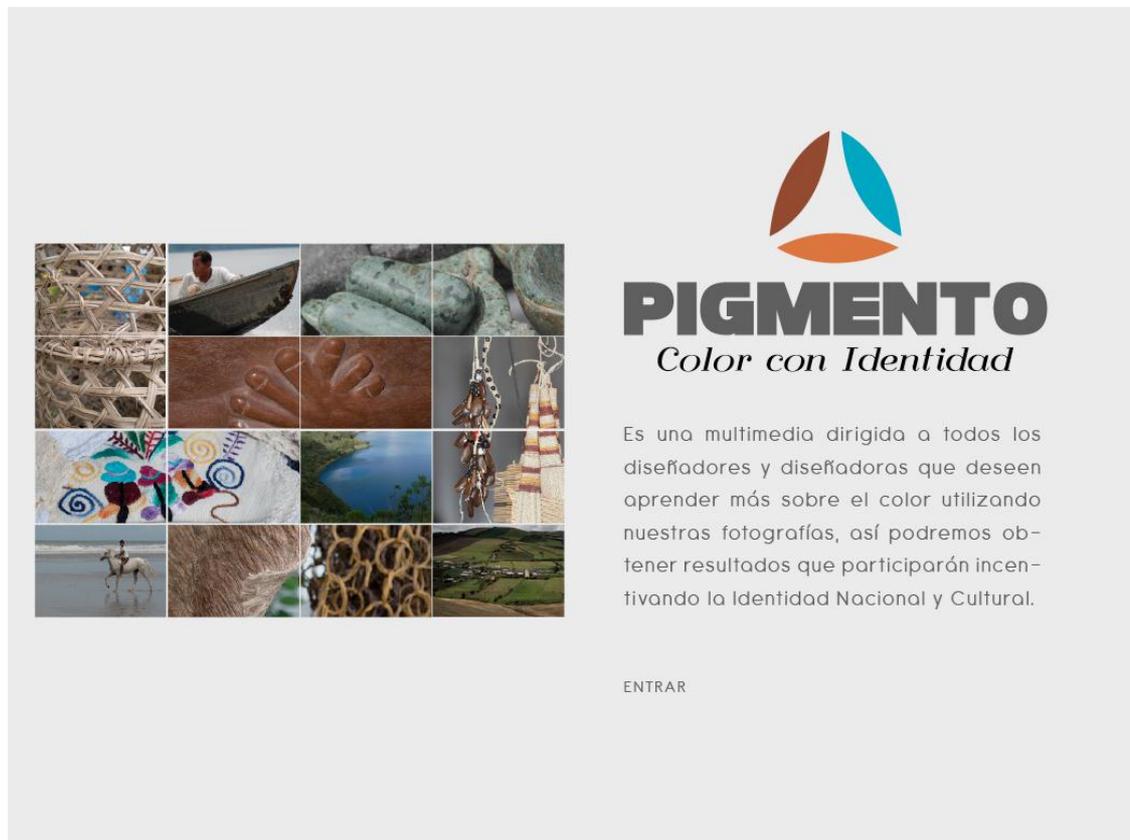
Basados en los aspectos representativos y aprovechando los recursos que tiene la provincia se plantea como eje conceptual la pluriculturalidad y la biodiversidad, conceptos que engloban los atractivos y la belleza.

Por eso he usado en el diseño las mejores fotografías que demuestren la diversidad de climas, animales, artesanías (de cada provincia), la gente amable y cálida de cada lugar; los hermosos y valiosos recursos que tenemos en cada rincón de nuestro país. Más que ser una herramienta o soporte para hacer ejercicios visuales, es un método para acercarse a lo nuestro, a lo bonito que es el Ecuador; de esta manera hablar o tomar el tema de Identidad no se vuelve un ejercicio tedioso, aportando a construir iconos basados en el color o la forma.

Los esquemas cromáticos fueron extraídos de las fotografías realizadas íntegramente por la investigadora en las ciudades que conforman las provincias de la Zona 1, basadas en el criterio de que, nuestro entorno es apto para inspirar miles de ideas, pero con un fin práctico sobre la cromática

Imagen 30.

Pantalla de Inicio de Pigmento



Pantalla de Inicio del Soporte multimedia

Imagen 31.
Pantalla Principal de Navegación



Pantalla Principal del Soporte multimedia, desde este punto parte la navegación entre los temas y subtemas

Imagen 32.

Índice

VIDEO	ESQUEMAS CROMÁTICOS	PIGMENTO
Bienvenida	Naranjillas	Cerámica Réplica
Color en el Diseño	Shigras	Conchas Valdivia
Atributos del Color	Coco Confitado	Cerámica Pastos
Tono	Hojas enredadera	Rostro Pastos
Saturación	Collares	Bastón de Mando
Valor	Bufandas	Piedra Jadé
Degradado	Montaña	Coco Cáscara
Temperatura del color	Cholinas	Hamaca
Círculo Cromático	Cardo Borriquero	Red de Pescar
Análogos	Mariposa Sucumbios	Piquigua y Coco
Complementarios	Collares Mullos	Conchas Artesanía
Complementarios Divididos	Mariposa Imbabura	Abanico
Complementarios Mutuos	Adorno Hombre Shuar	Otavaló
Complementarios Cercanos	Flor Río Verde	Atrapasueños
Complementarios Dobles	Hualcas	Incensario
Neutros	Shigra	Madera
Monocromático	Canasta Piquigua	Diablo Huma
Tríada	Fréjol	Bolso Cuero
Tétrada	Chachas	Collar Semillas
Pentagrama	Hongos	Aretes Huairuru
	Quenas	Ojo de Venado
	Café	Achira y Caimito
	Tambor	Manilla Chambira
	Chopa	Collar Caimito

Pantalla correspondiente al índice del soporte multimedia

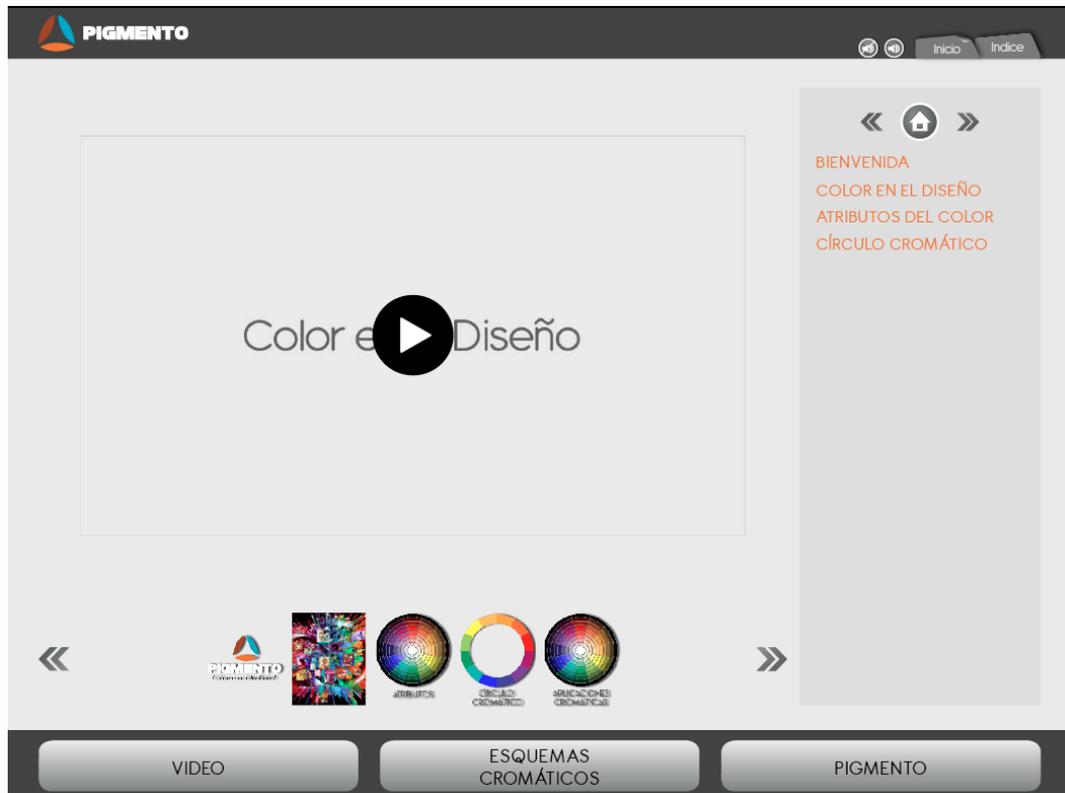
Imagen 33.

Video



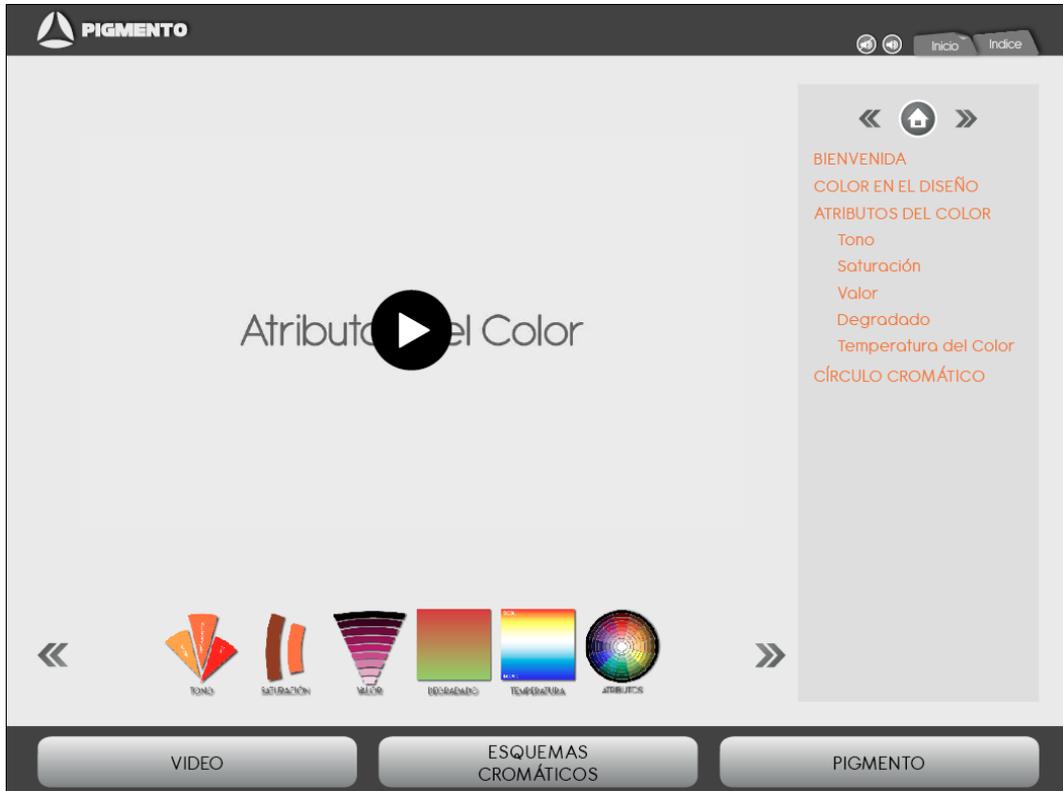
Pantalla correspondiente a Video

Imagen 34.
Color en el Diseño



Pantalla correspondiente a Video > Color en el Diseño

Imagen 35.
Atributos del Color



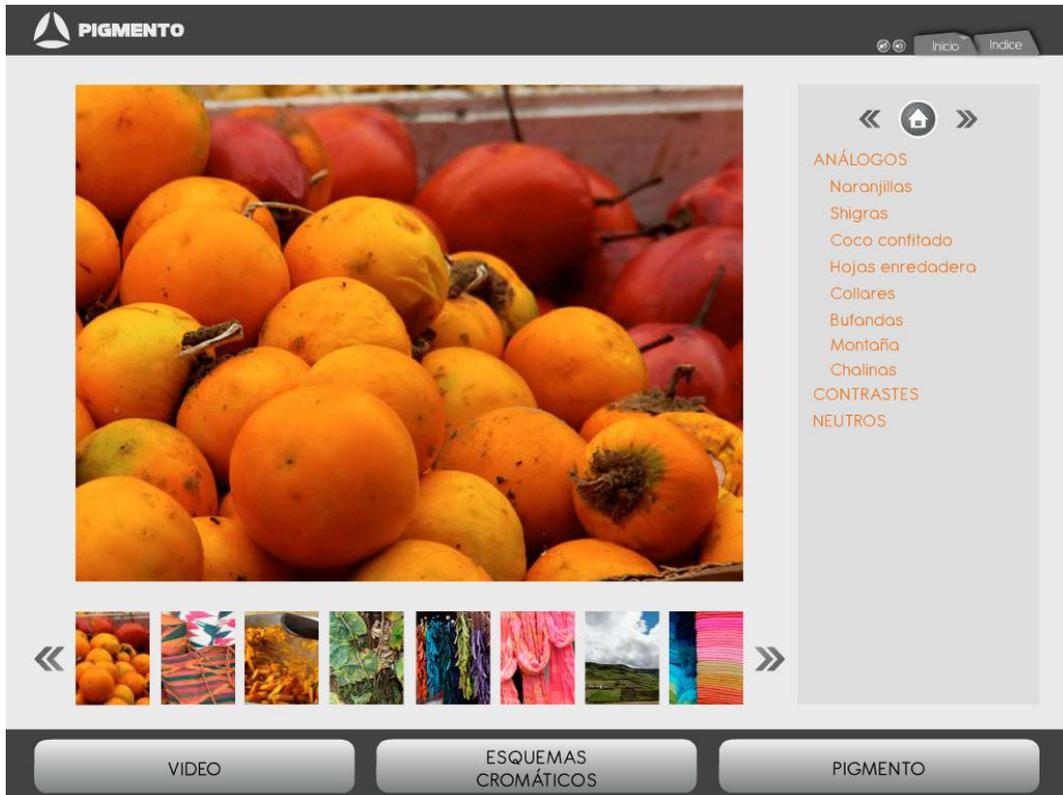
Pantalla correspondiente a Video > Atributos del Color

Imagen 36.
Círculo Cromático



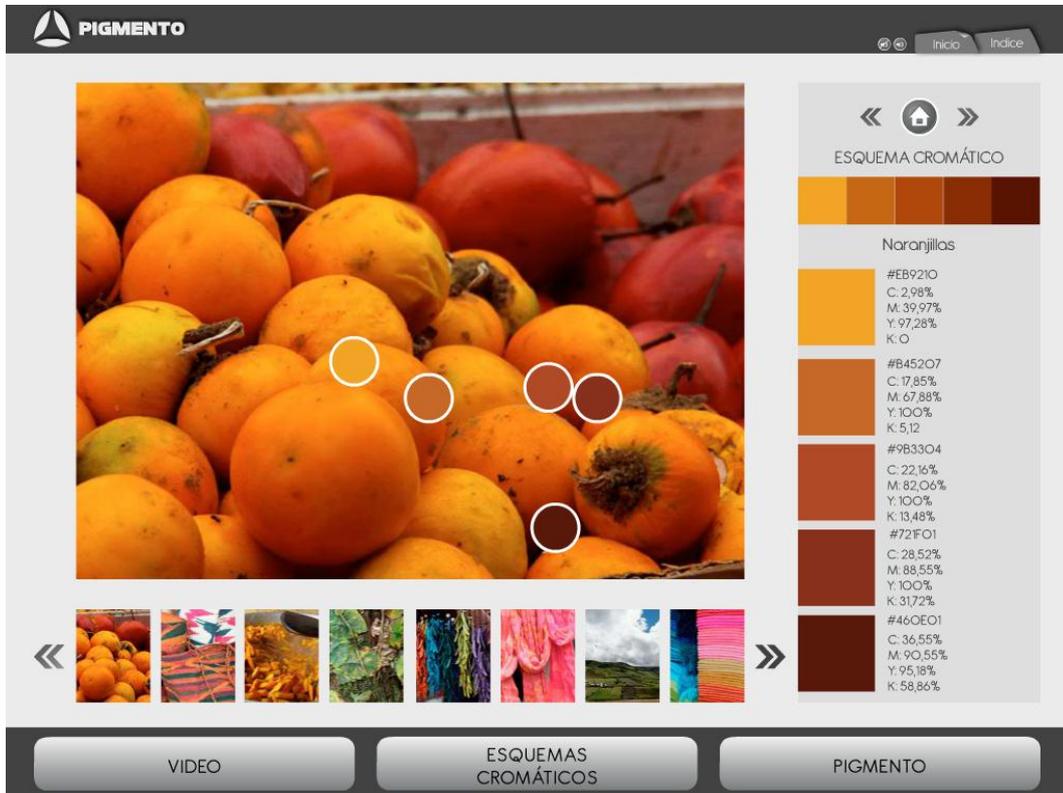
Pantalla correspondiente a Video > Círculo Cromático

Imagen 37.
Esquemas Cromáticos, Análogos



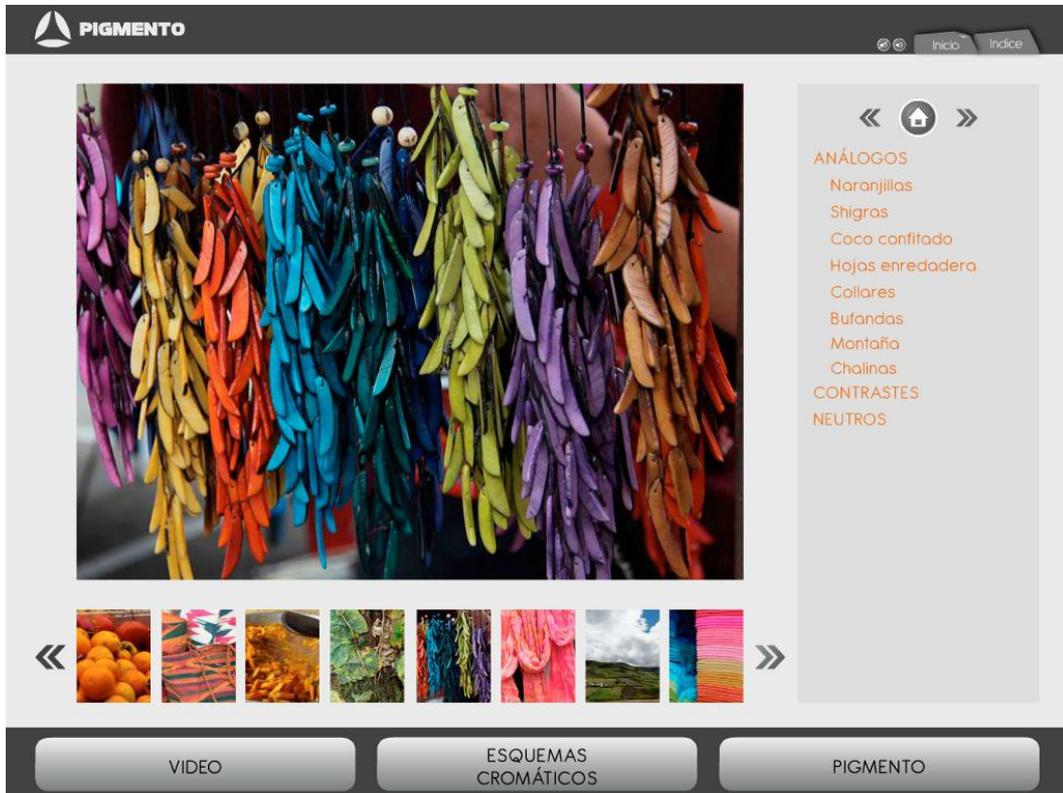
Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos> Análogos > Naranjillas

Imagen 38.
Esquemas Cromáticos, Naranjillas



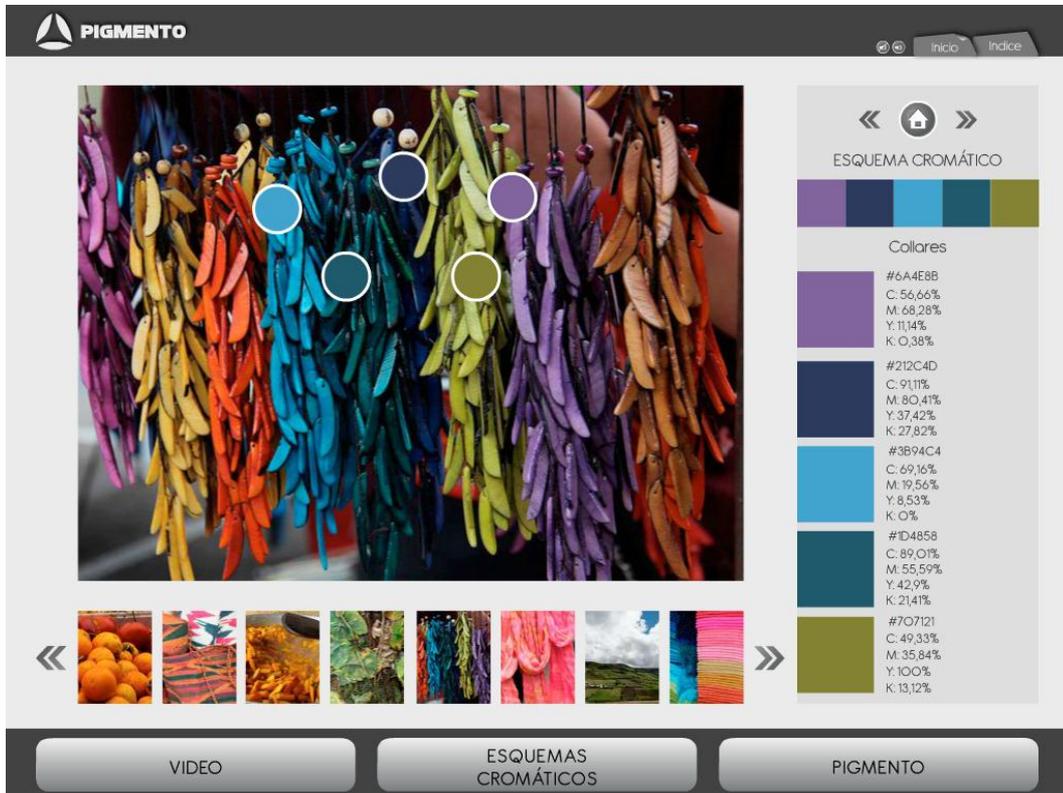
Pantalla correspondiente al Esquemas Cromáticos > Análogos > Naranjillas

Imagen 39.
Esquemas Cromáticos, Análogos



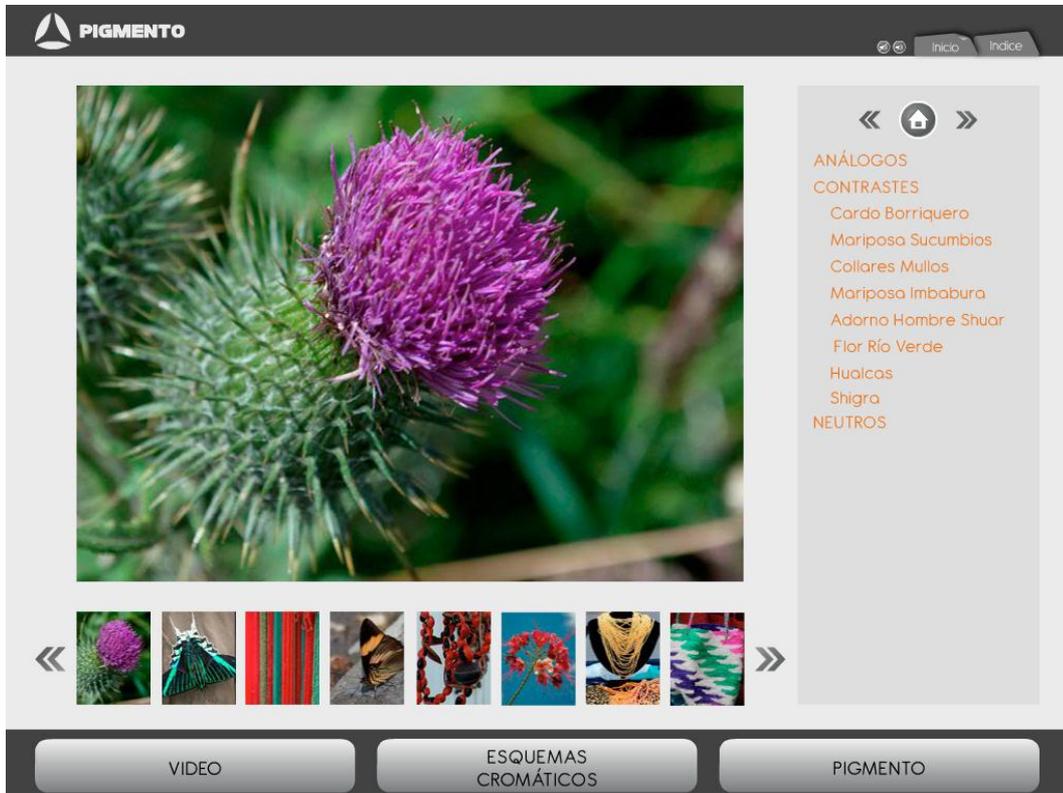
Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos > Análogos > Collares

Imagen 40.
Esquemas Cromáticos, Collares



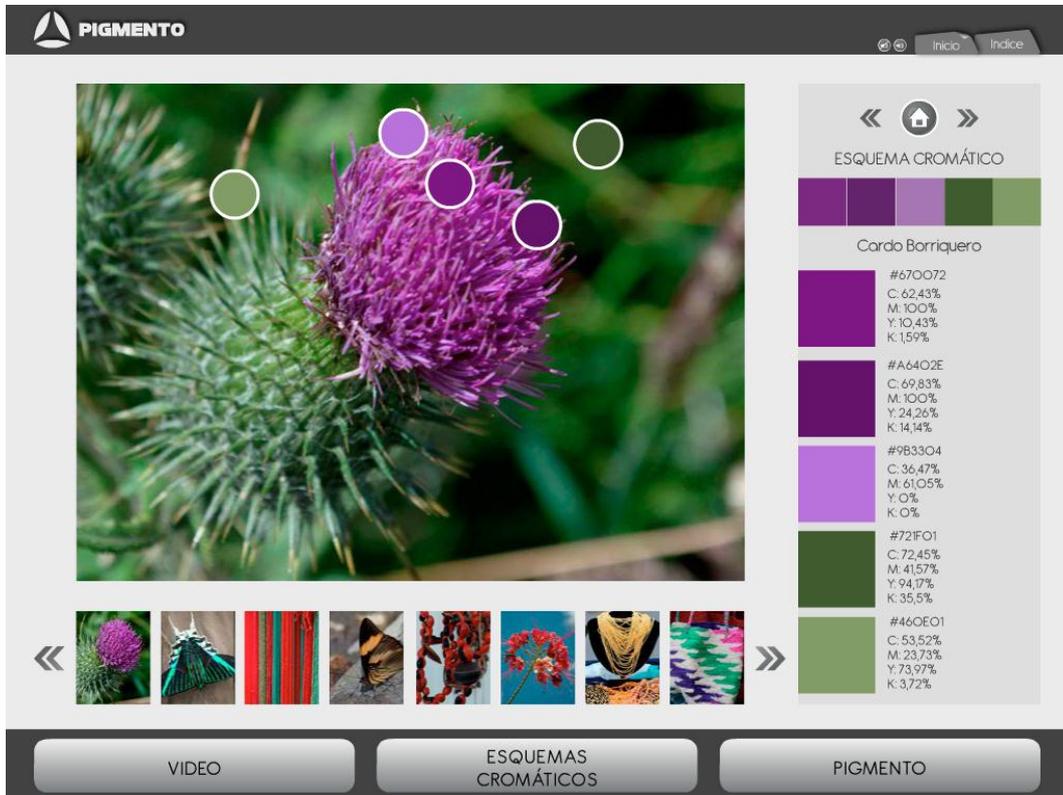
Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos > Análogos > Collares

Imagen 41.
Esquemas Cromáticos, Contrastes



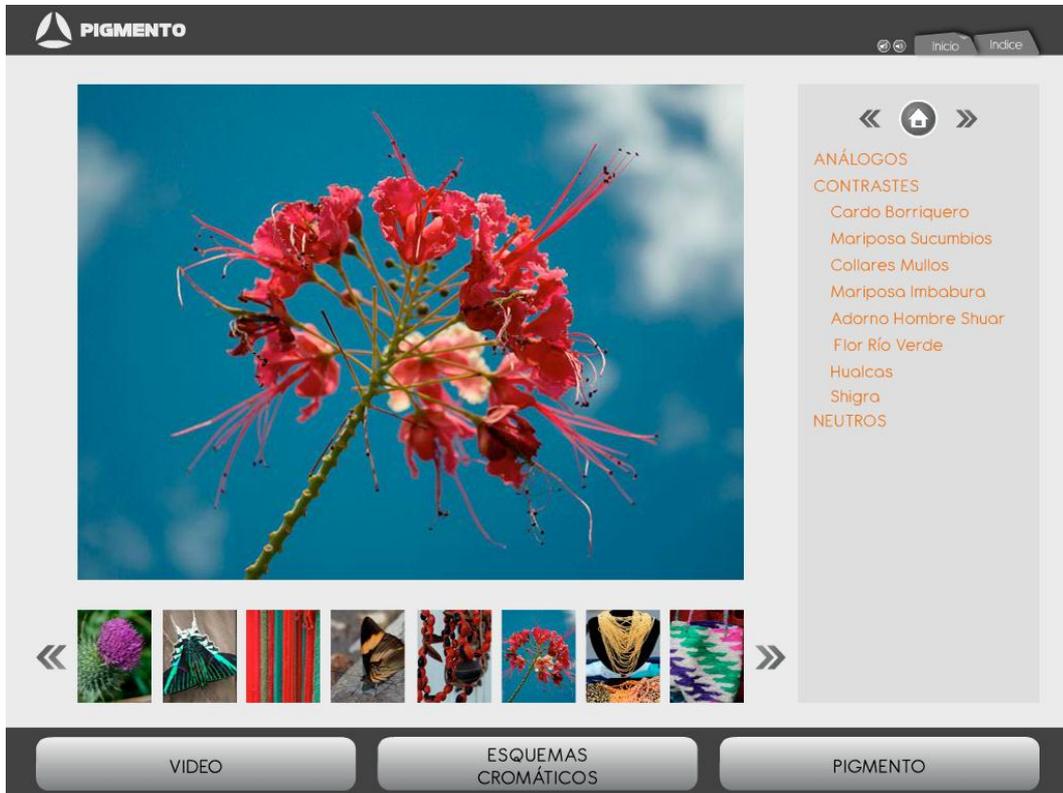
Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos > Contraste > Cardo Borriquero

Imagen 42.
Esquemas Cromáticos, Cardo Borriquero



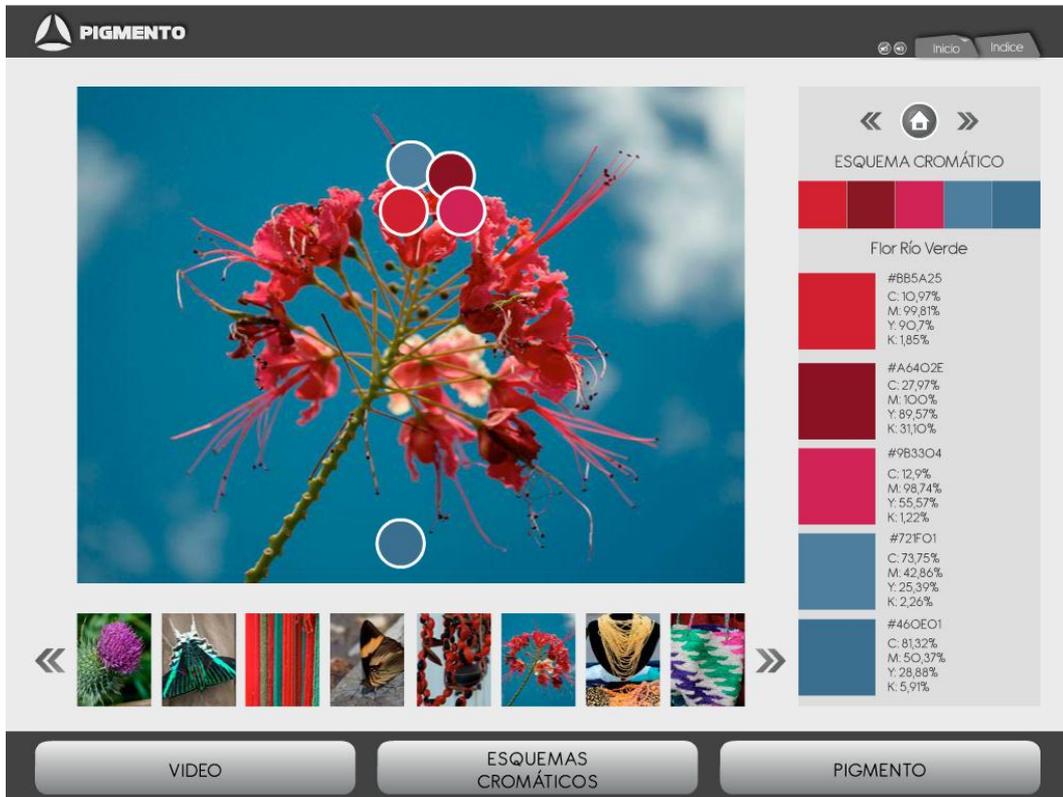
Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos > Análogos > Cardo Borriquero

Imagen 43.
Esquemas Cromáticos, contrastes



Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos > Contrastes > Flor Río Verde

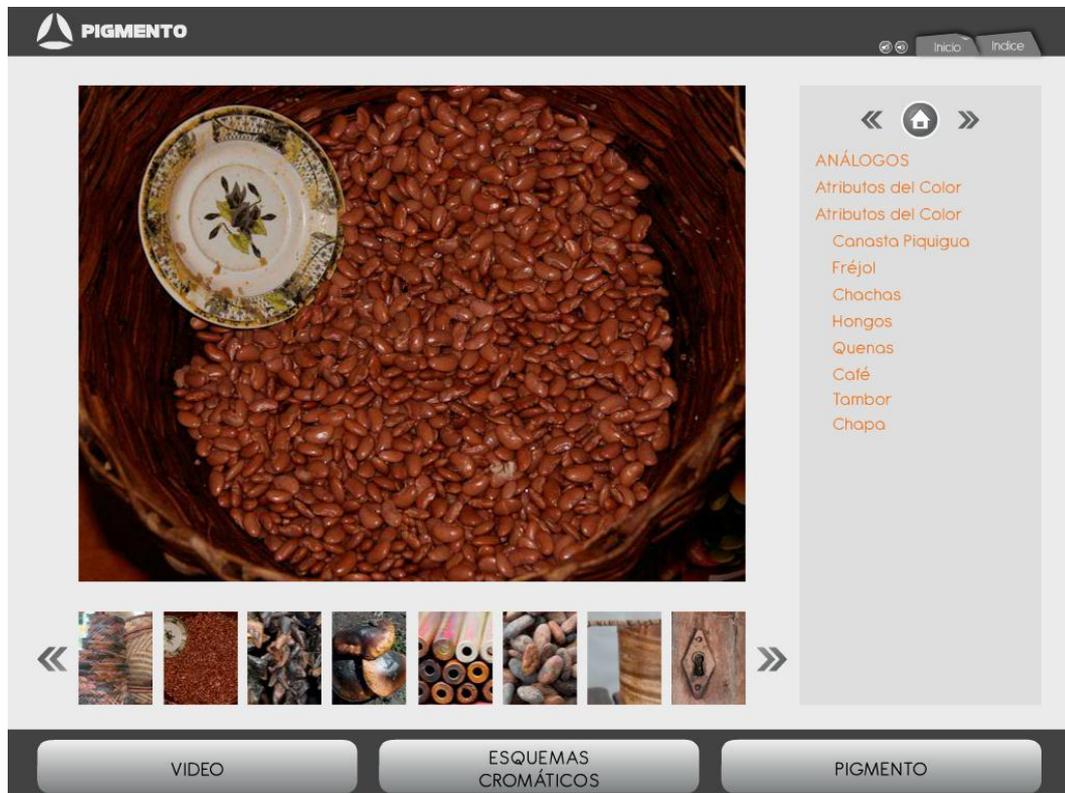
Imagen 44.
Esquemas Cromáticos, Flor Río Verde



Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos > Contrastes > Flor Río Verde

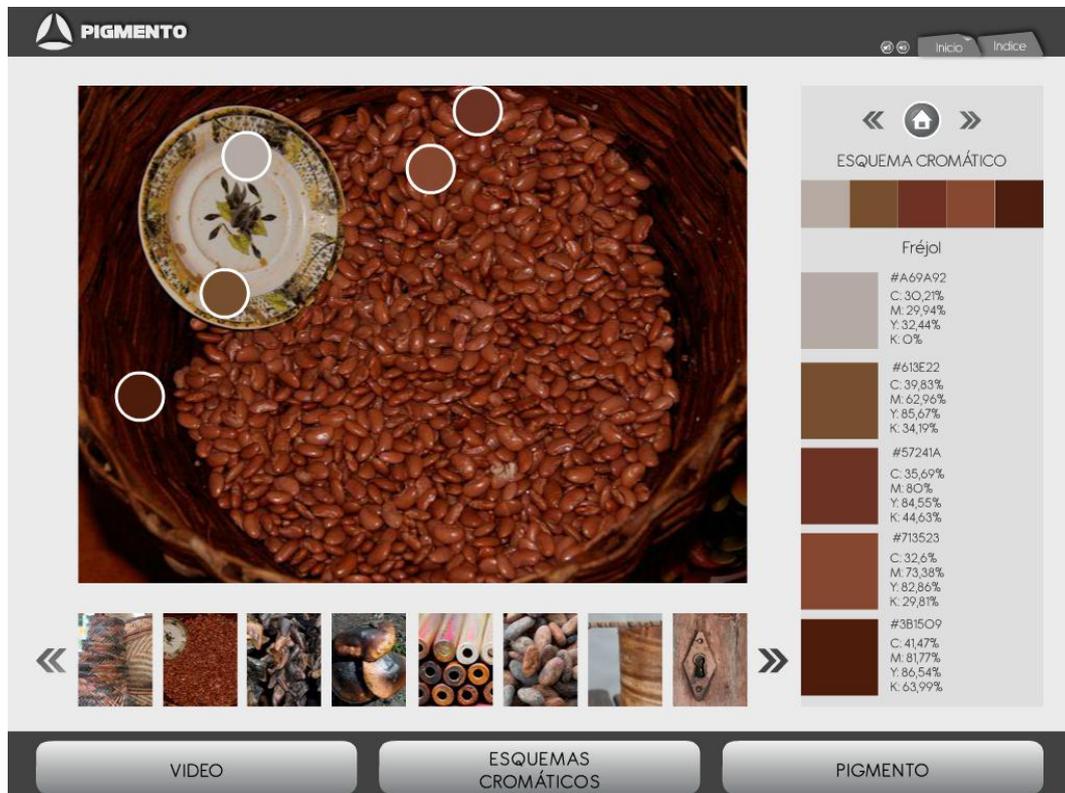
Imagen 45.

Esquemas Cromáticos, Neutros



Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos > Neutros > Fréjol

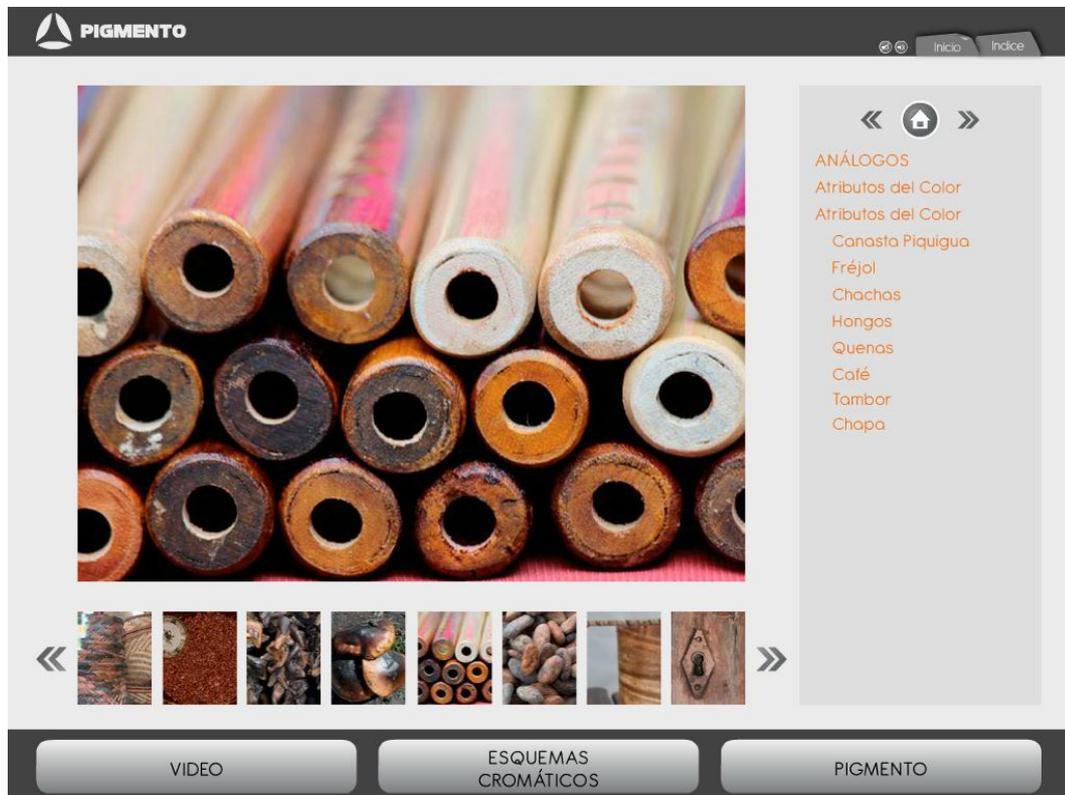
Imagen 46.
Esquemas Cromáticos, Fréjol



Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos > Neutros > Fréjol

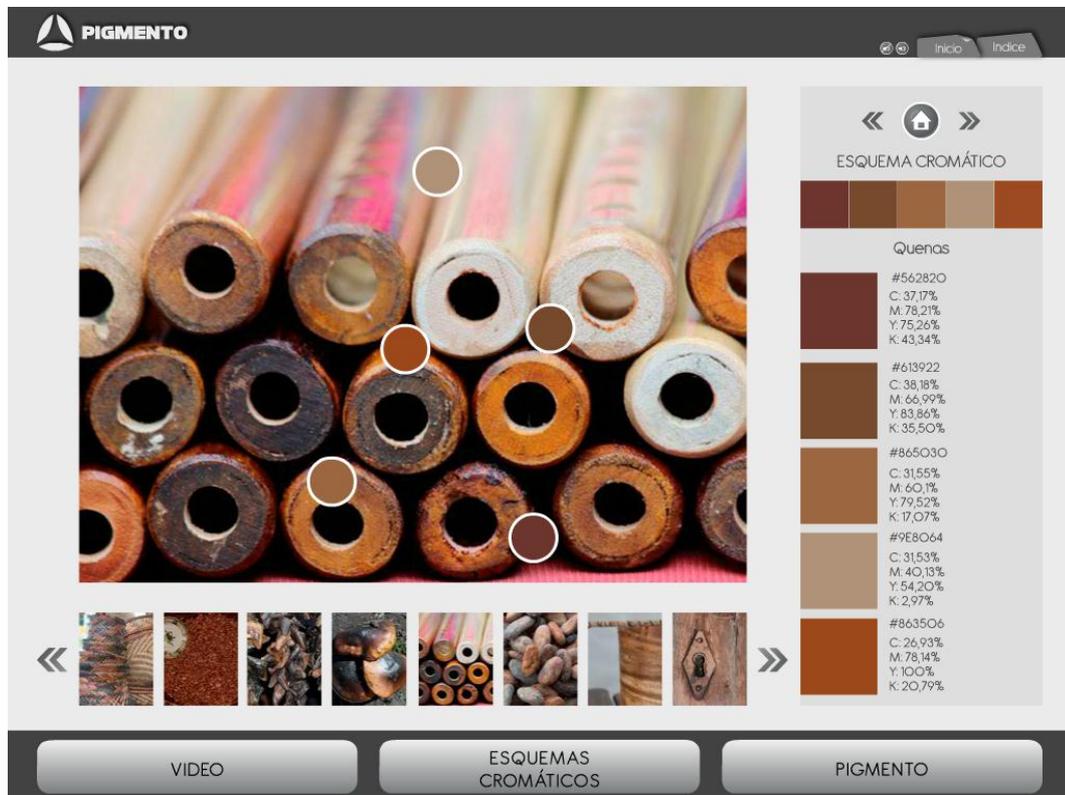
Imagen 47.

Esquemas Cromáticos, Neutros



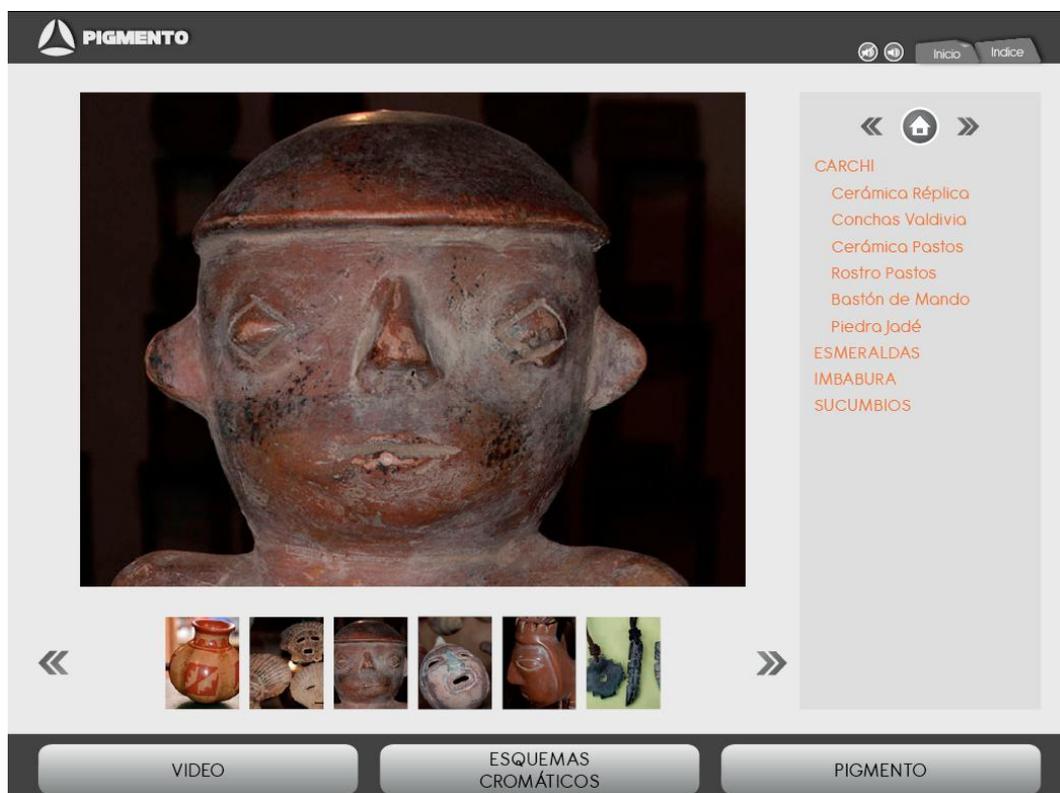
Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos > Neutros > Quenas

Imagen 48.
Esquemas Cromáticos, Quenas



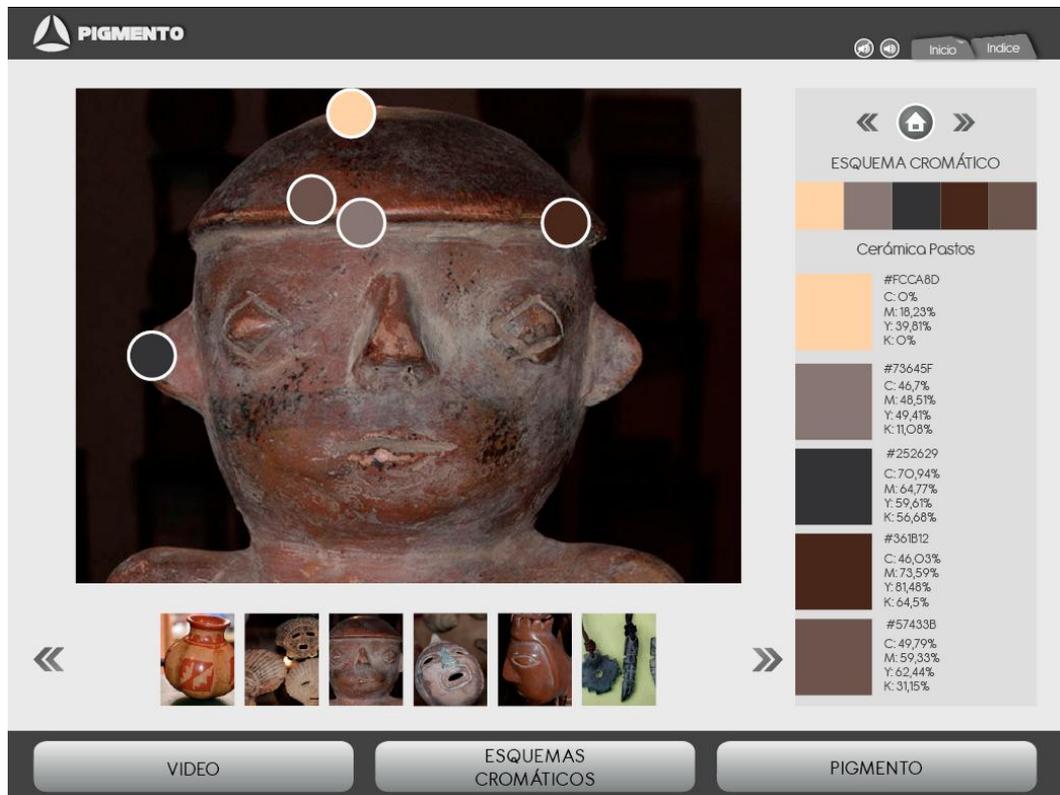
Pantalla correspondiente a Esquemas Cromáticos > Neutros > Quenas

Imagen 49.
Pigmento, Carchi



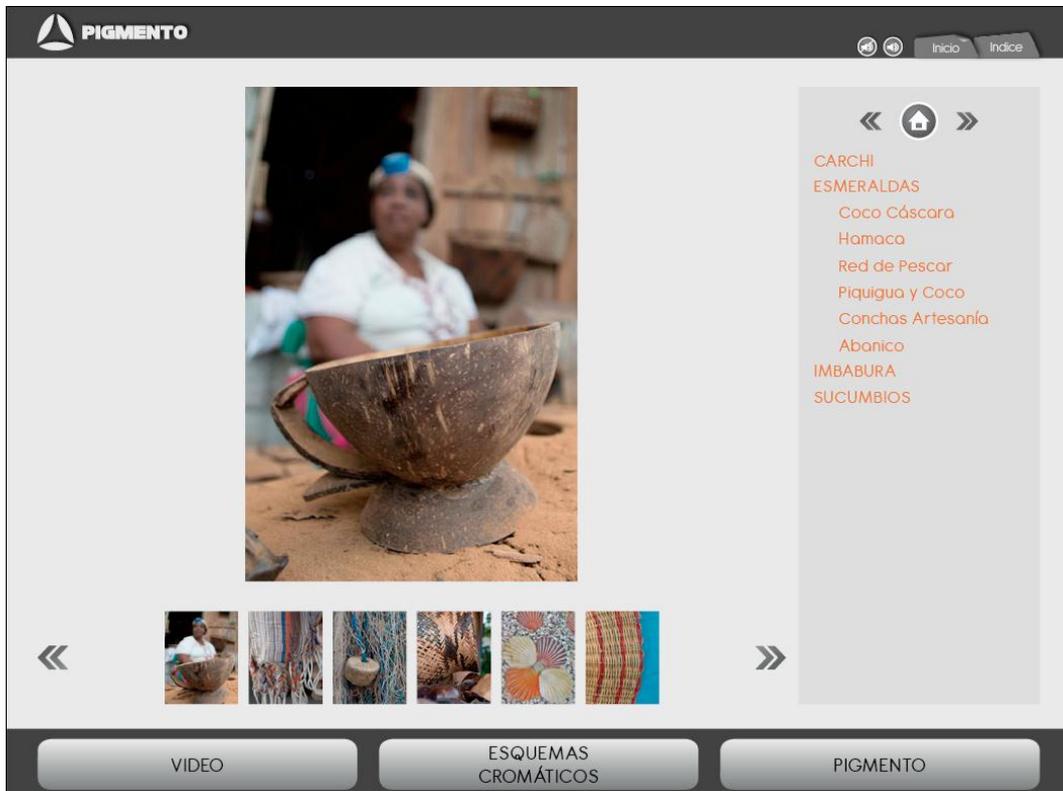
Pantalla correspondiente a Pigmento > Carchi > Cerámica Pastos

Imagen 50.
Pigmento, Cerámica Pastos



Pantalla correspondiente a Pigmento > Carchi > Cerámica Pastos

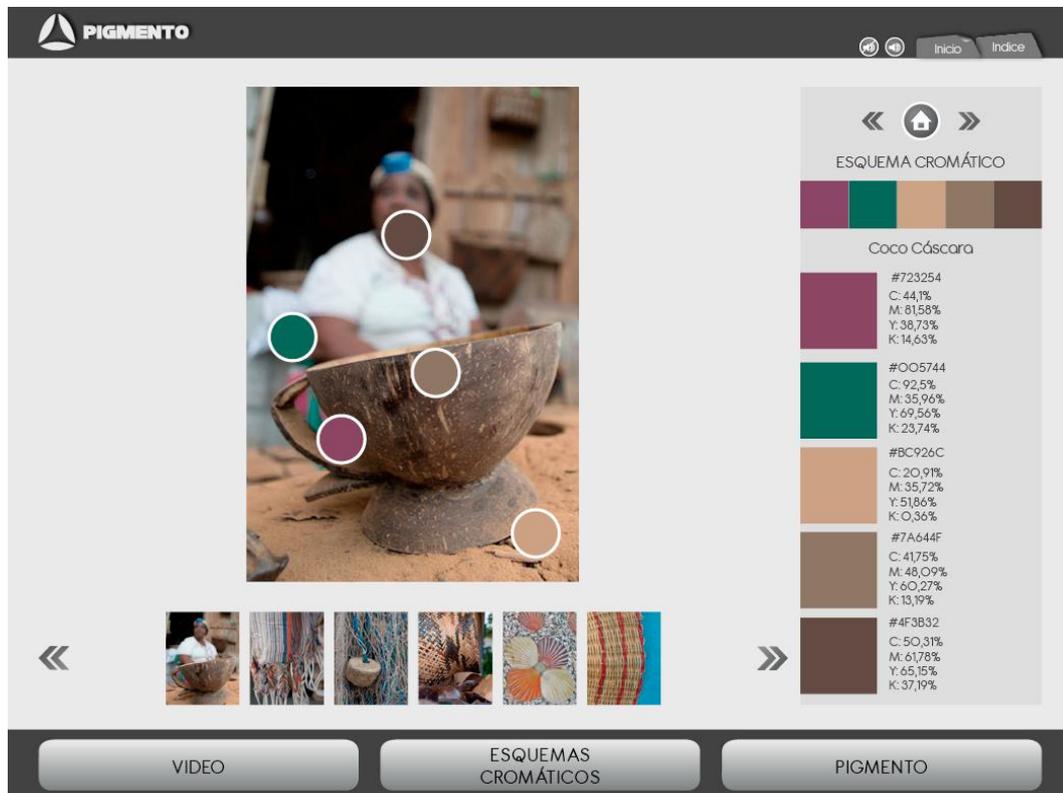
Imagen 51.
Pigmento, Esmeraldas



Pantalla correspondiente a Pigmento > Esmeraldas > Coco Cáscara

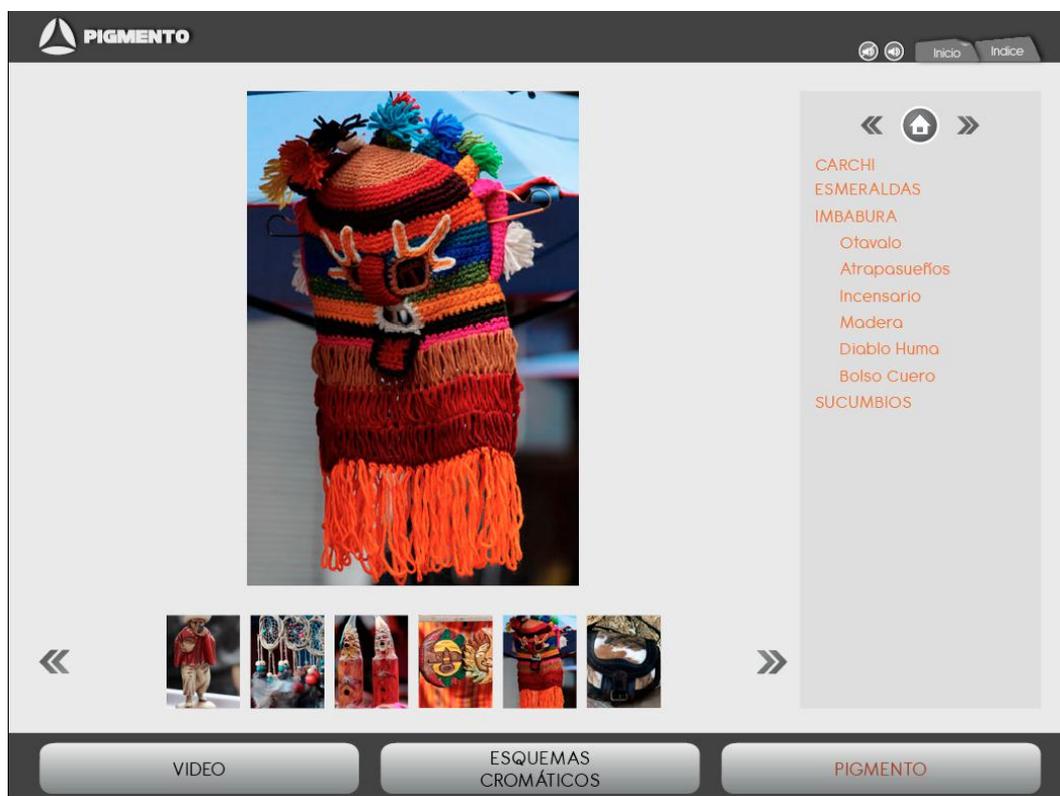
Imagen 52.

Pigmento, coco cáscara



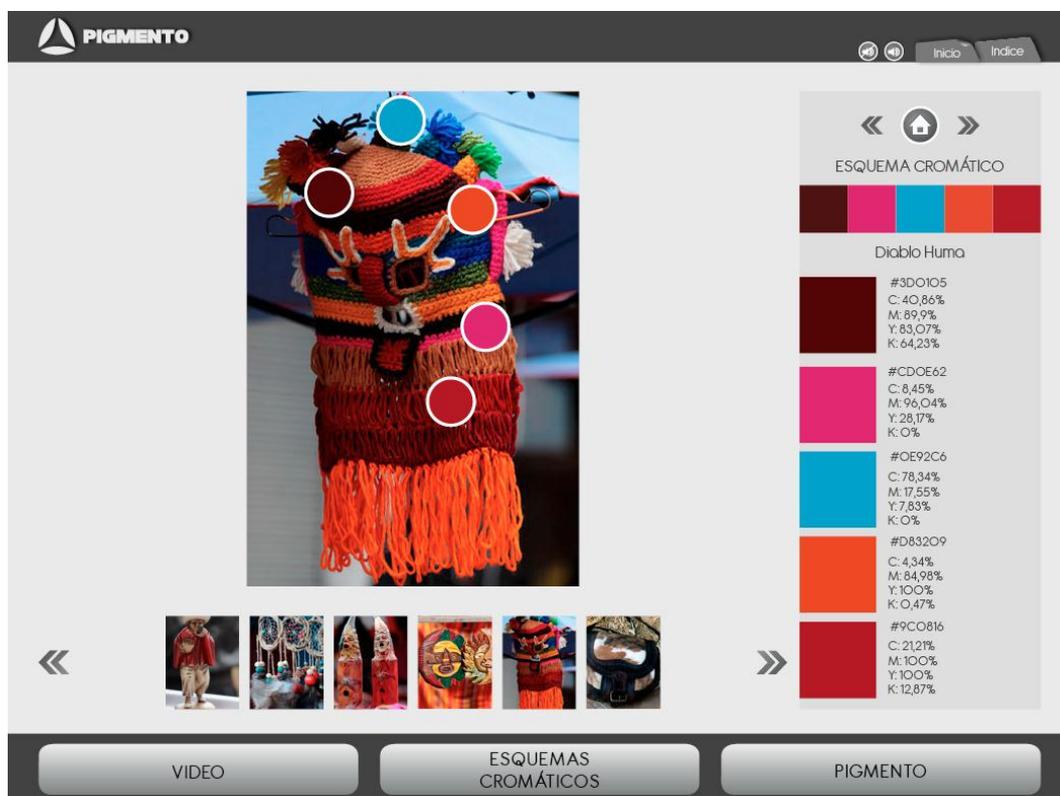
Pantalla correspondiente a Pigmento > Esmeraldas > Coco Cáscara

Imagen 53.
Pigmento, Imbabura



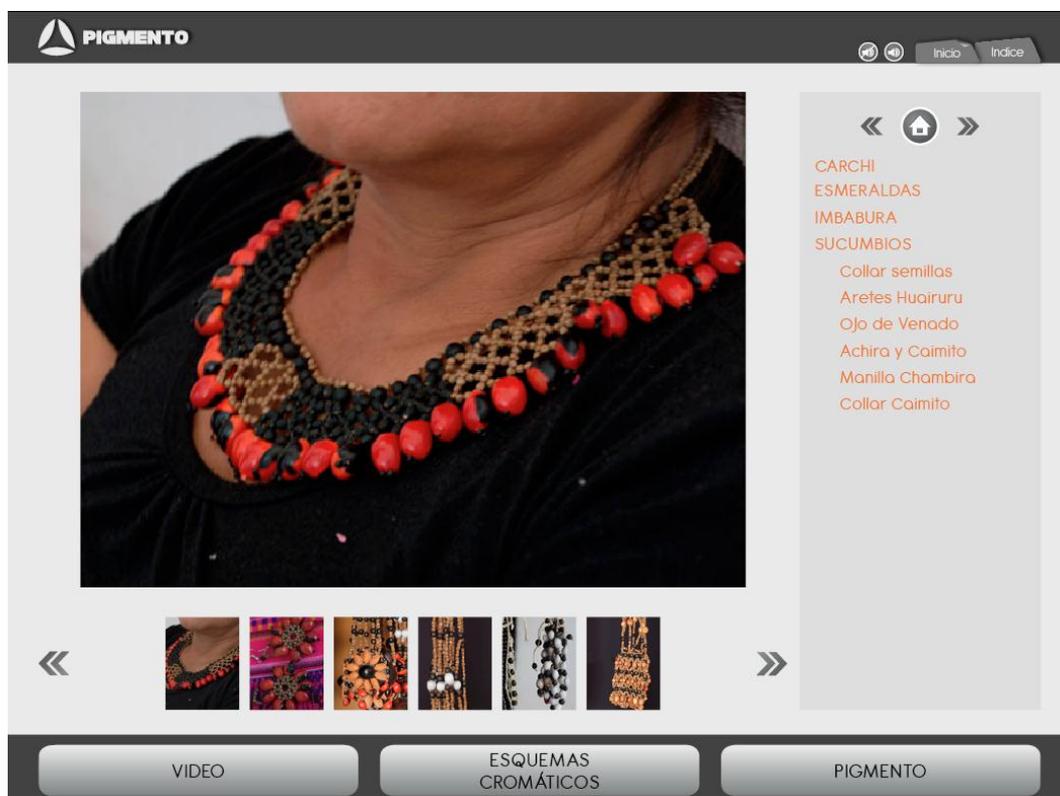
Pantalla correspondiente a Pigmento > Imbabura > Diablo Huma

Imagen 54.
Pigmento, Diablo Huma



Pantalla correspondiente a Pigmento > Imbabura > Diablo Huma

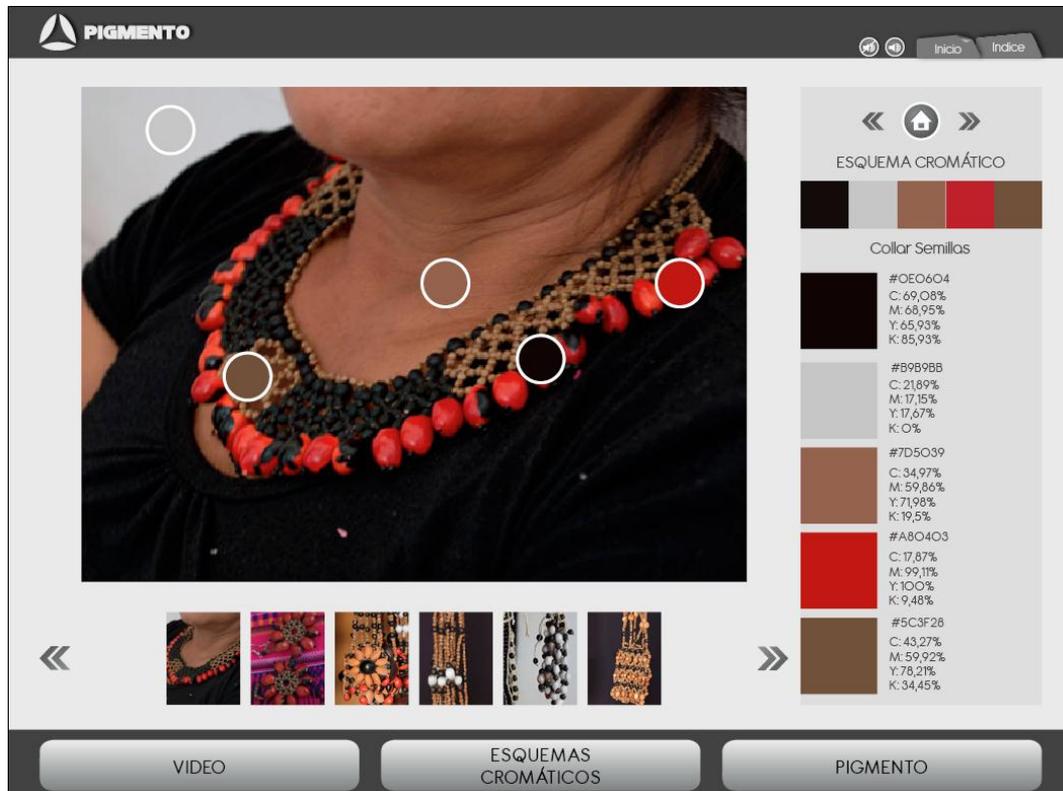
Imagen 55.
Pigmento, Sucumbíos



Pantalla correspondiente a Pigmento > Sucumbíos > Collar Semillas

Imagen 56.

Pigmento, Collar semillas



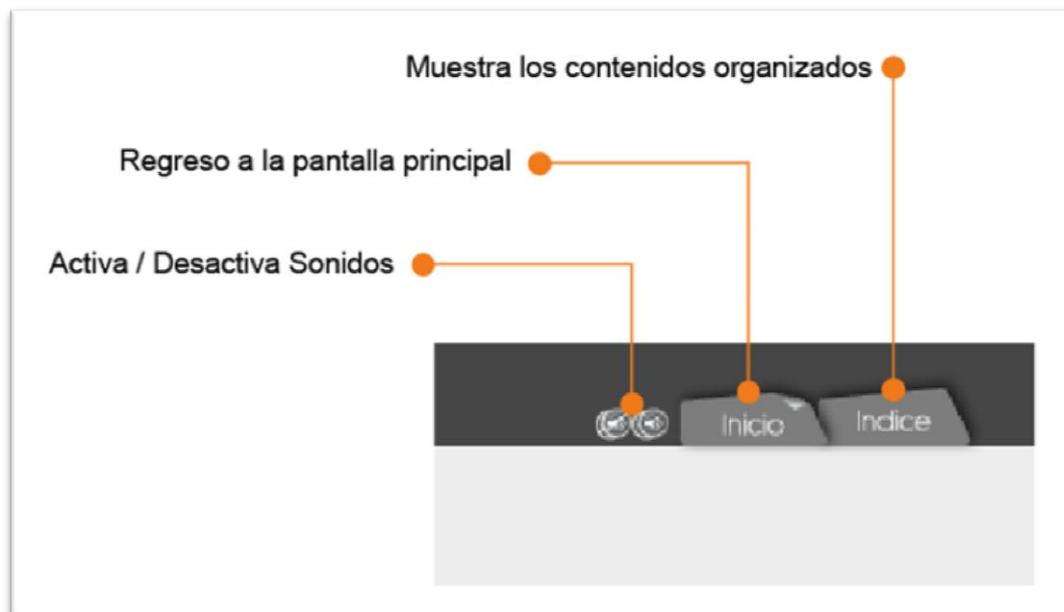
Pantalla correspondiente a Pigmento > Sucumbíos > Collar Semillas

6.8.4.3. Sistema de Navegación

El sistema de navegación utilizado es el Jerárquico ordenando primero los temas y debajo los subtemas; se diseño dos botoneras para que haya más facilidad al momento de navegar en el soporte multimedia y se puedan encontrar los temas principales fácilmente; de esta manera no se encontraran confundidos o perdidos los espectadores cuando manejen este soporte multimedia.

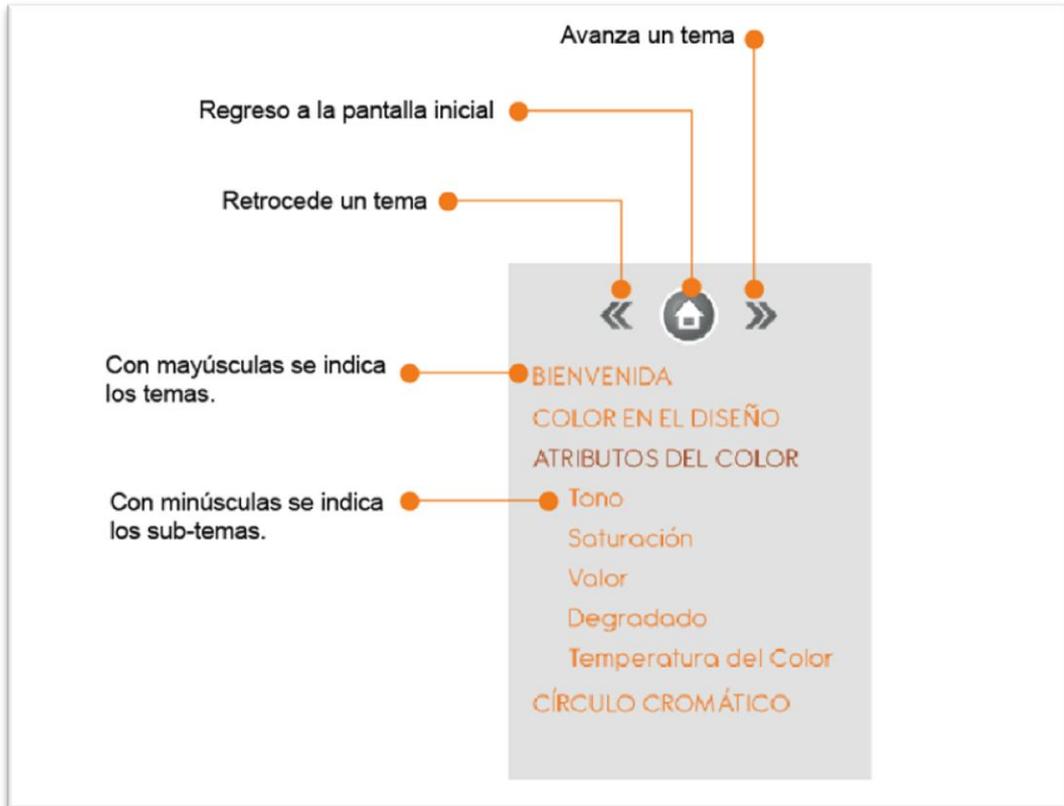
Imagen 57.

Botones del encabezado



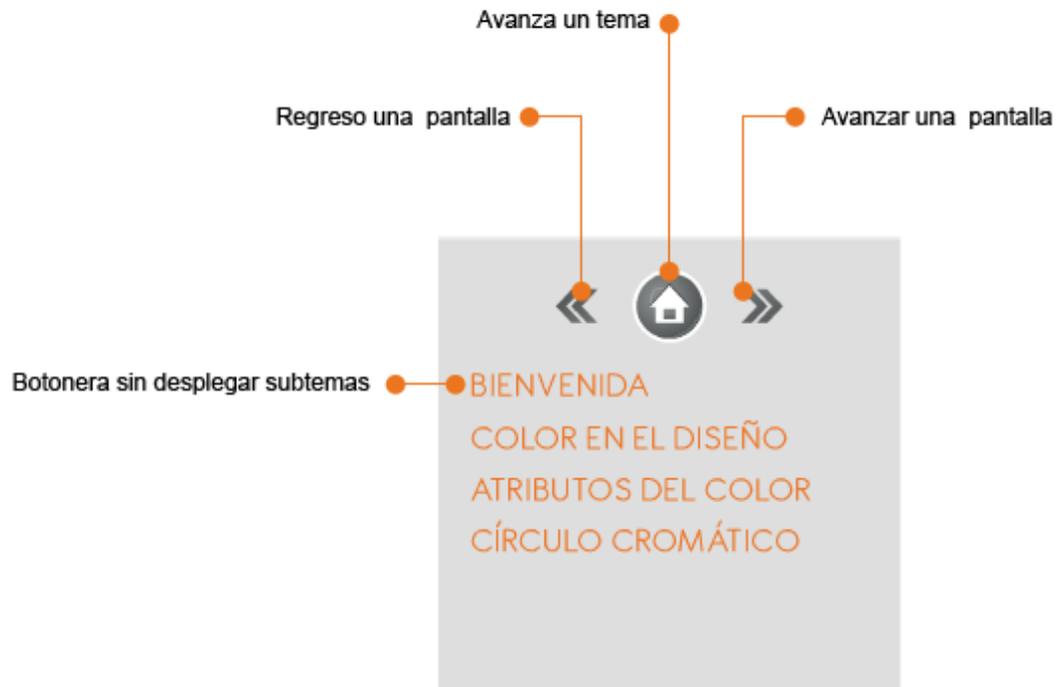
Botones del encabezado, correspondientes al inicio, índice, sonido

Imagen 58.
Botonera Secundaria



Botonera Secundaria, muestra el menú de acceso a temas y subtemas

Imagen 59.
Botonera Secundaria



Botonera Secundaria, muestra el menú de acceso a temas y subtemas

Imagen 60.
Botonera Principal



Botonera Principal, menú principal

6.8.4.4. Manual de ayuda para el Soporte Multimedia

Imagen 61.

Ayuda del Soporte Multimedia



Hoja correspondiente al manual de ayuda para el Soporte Multimedia Pigmento, Introducción.

Imagen 62.

Ayuda del Soporte Multimedia



PIGMENTO

Como ejecutar la multimedia

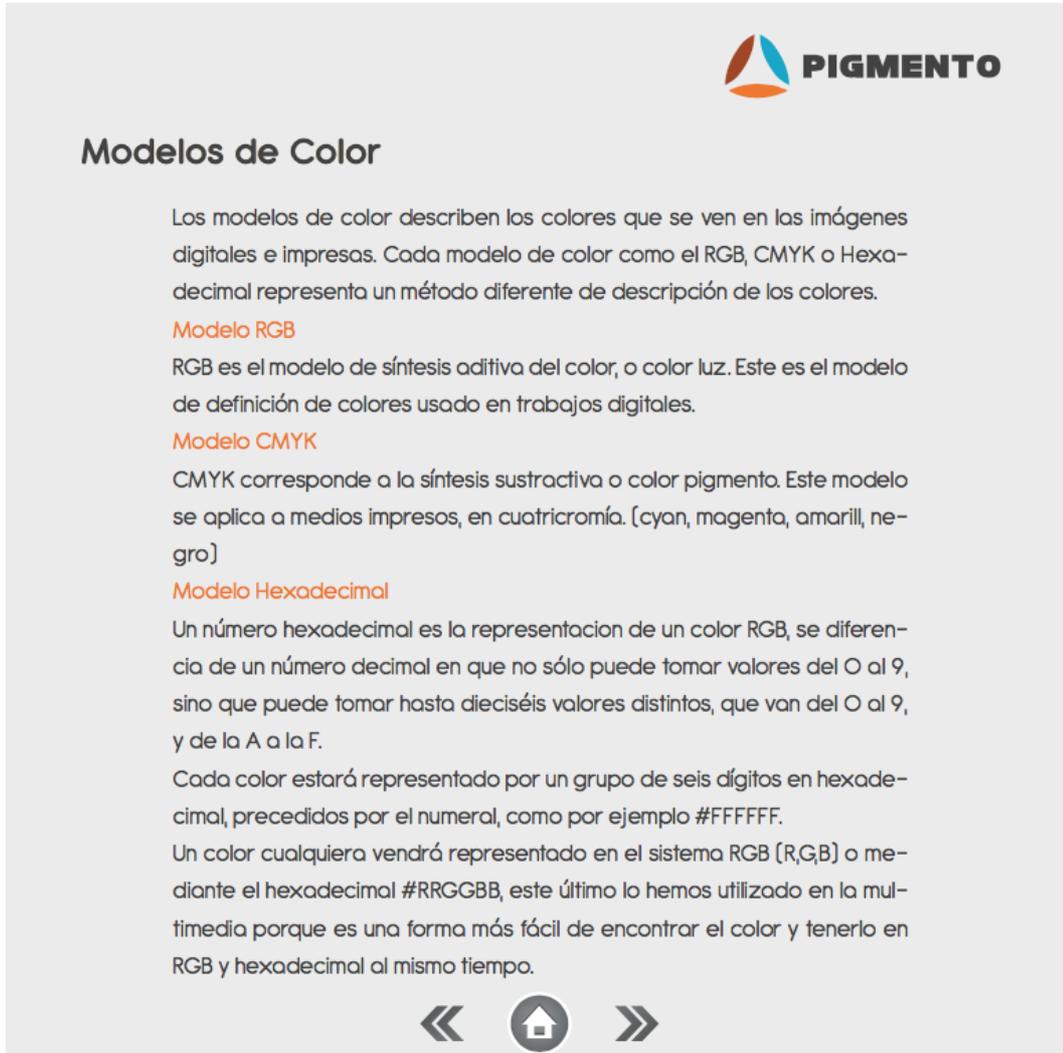
1. Introducir el disco PIGMENTO Color con Identidad (Adjunto al kit de ayuda para el diseñador)
2. Ejecutar el archivo PIGMENTO Color con identidad.swf o PIGMENTO Color con Identidad.html
3. Esperar que cargue y luego presionar el botón entrar
4. Aparecerá de inmediato la pantalla principal en donde se encuentra el menú principal (ubicado en la parte inferior de la ventana), mediante el cual podrás navegar en la multimedia.
5. En el menú principal seleccionar las opciones: Video (Teoría del Color), Esquemas Cromáticos (Análogos, Contrastes y Neutros) y Pigmento (Zona 1 Ecuador).
6. Cada opción seleccionada permite su navegación mediante los botones de atrás (◀) y siguiente (▶) o por el menú secundario (ubicado al lado derecho de la ventana)
7. Además se puede controlar el encendido (🔊) y apagado (🔇) del sonido, ir a la ventana de inicio así como también a la ventana del índice (despliega el contenido de toda la multimedia)

◀ ◻ ▶

Hoja correspondiente al manual de ayuda para el Soporte multimedia Pigmento, Manejo de la multimedia.

Imagen 63.

Ayuda del Soporte Multimedia



The screenshot shows a help page for 'Modelos de Color' from the Pigmento support system. At the top right is the Pigmento logo, which consists of a stylized 'P' made of three overlapping shapes (red, blue, and orange) followed by the word 'PIGMENTO' in bold black letters. The main title 'Modelos de Color' is centered. Below it, there is a paragraph explaining that color models describe colors seen in digital and printed images, with examples like RGB, CMYK, and Hexadecimal. Three sub-sections are listed: 'Modelo RGB' (additive color synthesis), 'Modelo CMYK' (subtractive color synthesis), and 'Modelo Hexadecimal' (hexadecimal representation of RGB). At the bottom, there are three navigation icons: a left-pointing double arrow, a home icon (a house inside a circle), and a right-pointing double arrow.

Modelos de Color

Los modelos de color describen los colores que se ven en las imágenes digitales e impresas. Cada modelo de color como el RGB, CMYK o Hexadecimal representa un método diferente de descripción de los colores.

Modelo RGB

RGB es el modelo de síntesis aditiva del color, o color luz. Este es el modelo de definición de colores usado en trabajos digitales.

Modelo CMYK

CMYK corresponde a la síntesis sustractiva o color pigmento. Este modelo se aplica a medios impresos, en cuatricromía. (cyan, magenta, amarill, negro)

Modelo Hexadecimal

Un número hexadecimal es la representación de un color RGB, se diferencia de un número decimal en que no sólo puede tomar valores del 0 al 9, sino que puede tomar hasta dieciséis valores distintos, que van del 0 al 9, y de la A a la F.

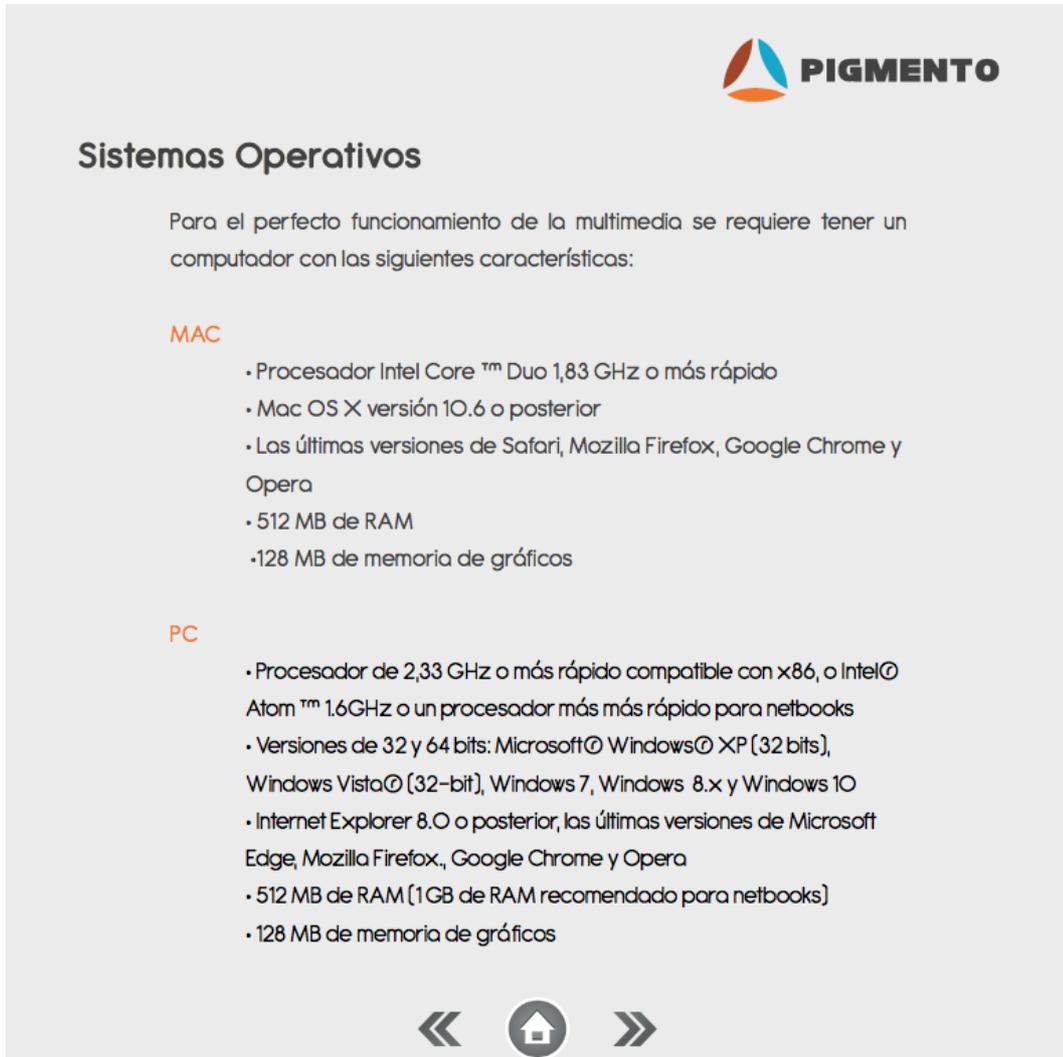
Cada color estará representado por un grupo de seis dígitos en hexadecimal, precedidos por el numeral, como por ejemplo #FFFFFF.

Un color cualquiera vendrá representado en el sistema RGB (R,G,B) o mediante el hexadecimal #RRGGBB, este último lo hemos utilizado en la multimedia porque es una forma más fácil de encontrar el color y tenerlo en RGB y hexadecimal al mismo tiempo.

Hoja correspondiente al manual de ayuda para el Soporte multimedia Pigmento, modelos de color.

Imagen 64.

Ayuda del Soporte Multimedia



The screenshot shows a help page for Pigmento multimedia support. At the top right is the Pigmento logo, which consists of a stylized 'P' made of three overlapping shapes in blue, orange, and red, followed by the word 'PIGMENTO' in bold black capital letters. Below the logo is the title 'Sistemas Operativos' in a bold, dark grey font. Underneath the title is a paragraph in a smaller, regular font: 'Para el perfecto funcionamiento de la multimedia se requiere tener un computador con las siguientes características:'. This is followed by two sections: 'MAC' and 'PC', both in orange text. Each section contains a bulleted list of requirements. At the bottom of the page, there are three navigation icons: a left-pointing double arrow, a home icon (a house inside a circle), and a right-pointing double arrow.

PIGMENTO

Sistemas Operativos

Para el perfecto funcionamiento de la multimedia se requiere tener un computador con las siguientes características:

MAC

- Procesador Intel Core™ Duo 1,83 GHz o más rápido
- Mac OS X versión 10.6 o posterior
- Las últimas versiones de Safari, Mozilla Firefox, Google Chrome y Opera
- 512 MB de RAM
- 128 MB de memoria de gráficos

PC

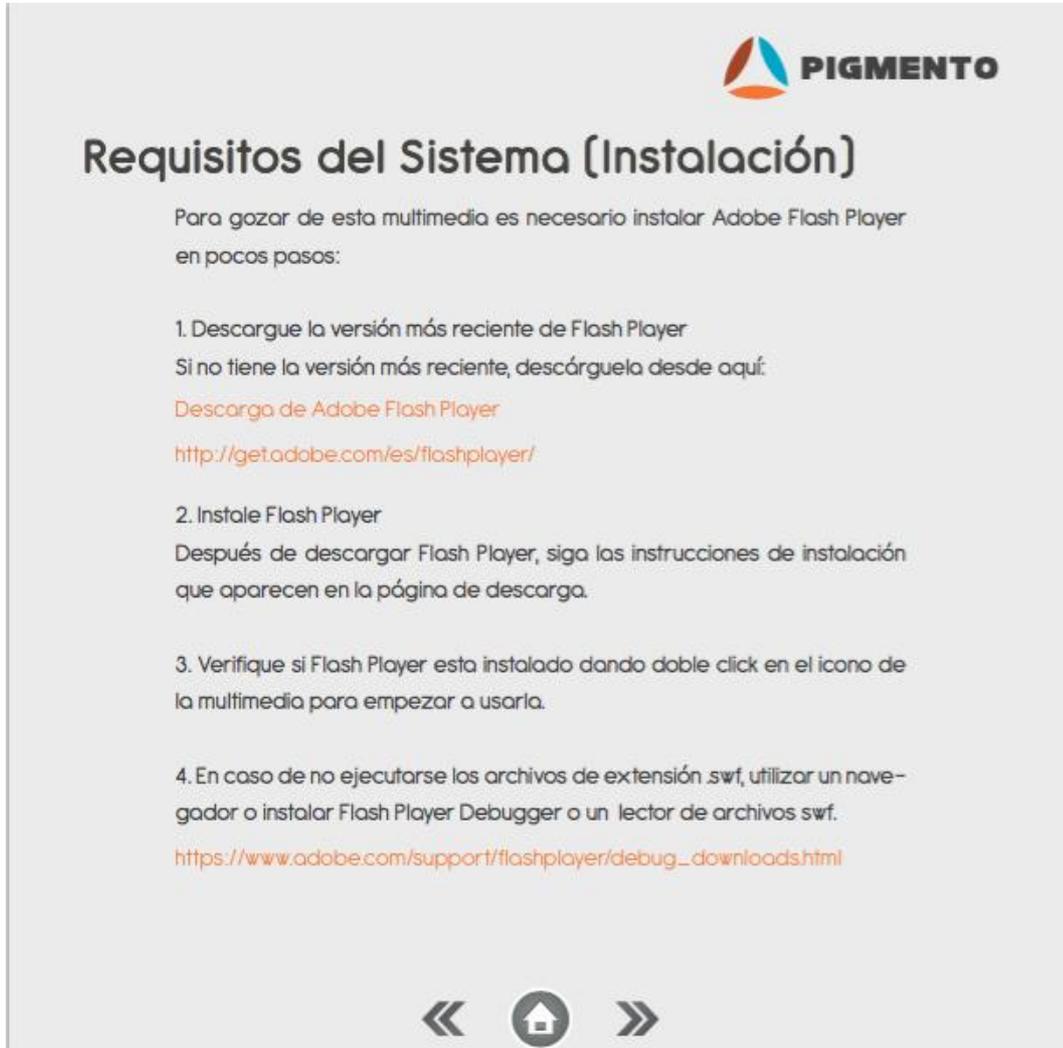
- Procesador de 2,33 GHz o más rápido compatible con x86, o Intel® Atom™ 1.6GHz o un procesador más rápido para netbooks
- Versiones de 32 y 64 bits: Microsoft® Windows® XP (32 bits), Windows Vista® (32-bit), Windows 7, Windows 8.x y Windows 10
- Internet Explorer 8.0 o posterior, las últimas versiones de Microsoft Edge, Mozilla Firefox, Google Chrome y Opera
- 512 MB de RAM (1GB de RAM recomendado para netbooks)
- 128 MB de memoria de gráficos

« ‹ › »

Hoja correspondiente al manual de ayuda para el Soporte multimedia Pigmento, requerimientos mínimos.

Imagen 65.

Ayuda del Soporte Multimedia



The image shows a help page for Pigmento. At the top right is the Pigmento logo, which consists of a stylized 'P' made of three overlapping shapes in blue, orange, and red, followed by the word 'PIGMENTO' in a bold, black, sans-serif font. Below the logo is the main heading 'Requisitos del Sistema (Instalación)' in a large, bold, black font. Underneath the heading is a paragraph: 'Para gozar de esta multimedia es necesario instalar Adobe Flash Player en pocos pasos:'. This is followed by a numbered list of four steps. Step 1: '1. Descargue la versión más reciente de Flash Player. Si no tiene la versión más reciente, descárguela desde aquí:'. Below this step is the text 'Descarga de Adobe Flash Player' in orange, followed by the URL 'http://get.adobe.com/es/flashplayer/' in orange. Step 2: '2. Instale Flash Player. Después de descargar Flash Player, siga las instrucciones de instalación que aparecen en la página de descarga.' Step 3: '3. Verifique si Flash Player está instalado dando doble click en el icono de la multimedia para empezar a usarla.' Step 4: '4. En caso de no ejecutarse los archivos de extensión .swf, utilizar un navegador o instalar Flash Player Debugger o un lector de archivos swf.' Below this step is the URL 'https://www.adobe.com/support/flashplayer/debug_downloads.html' in orange. At the bottom of the page are three navigation icons: a left-pointing double arrow, a house icon inside a circle, and a right-pointing double arrow.

PIGMENTO

Requisitos del Sistema (Instalación)

Para gozar de esta multimedia es necesario instalar Adobe Flash Player en pocos pasos:

1. Descargue la versión más reciente de Flash Player
Si no tiene la versión más reciente, descárguela desde aquí:
[Descarga de Adobe Flash Player](http://get.adobe.com/es/flashplayer/)
<http://get.adobe.com/es/flashplayer/>
2. Instale Flash Player
Después de descargar Flash Player, siga las instrucciones de instalación que aparecen en la página de descarga.
3. Verifique si Flash Player está instalado dando doble click en el icono de la multimedia para empezar a usarla.
4. En caso de no ejecutarse los archivos de extensión .swf, utilizar un navegador o instalar Flash Player Debugger o un lector de archivos swf.
https://www.adobe.com/support/flashplayer/debug_downloads.html

Hoja correspondiente al manual de ayuda para el soporte multimedia Pigmento, Instalación de Adobe Flash Player (en caso de requerir).

6.8.4.5. Manual de guía del color para Pigmento

Imagen 66.

Portada Manual de guía del color



Portada del manual de guía del color

Imagen 67.

Índice

INDICE	
COLORES ANÁLOGOS	2
COLORES COMPLEMENTARIOS	3
Complementarios Divididos	4
Complementarios Mutuo	5
Complementarios Cercanos	6
Complementarios Dobles	7
MONOCROMÁTICO	8
TRÍADA	9
TÉTRADA	10
PENTAGRAMA	11

Manual de guía del color Pigmento, índice.

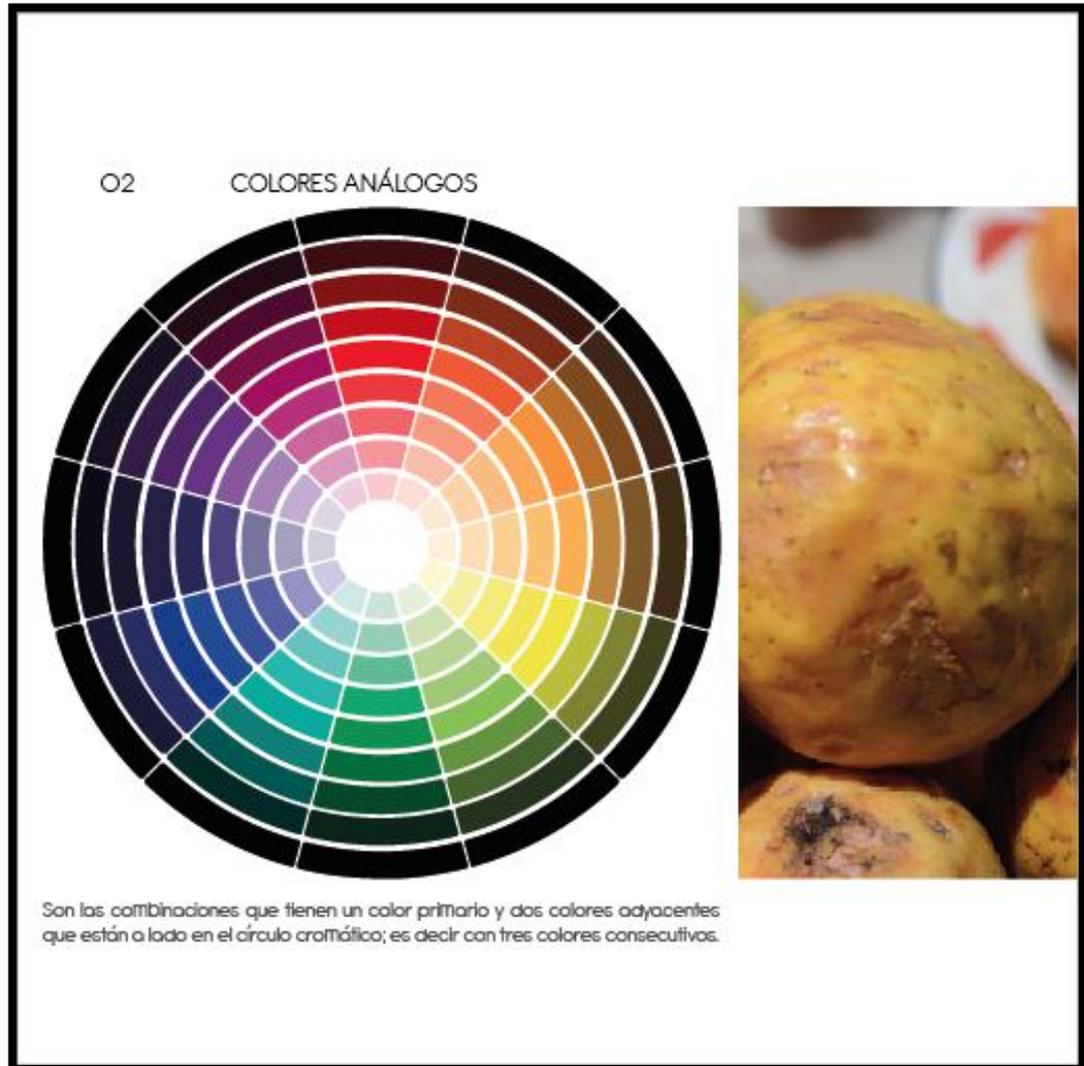
Imagen 68.

Aplicaciones Cromáticas



Manual de guía del color, aplicaciones cromáticas.

Imagen 69.
Colores Análogos



Manual de guía del color Pigmento, colores Análogos.

Imagen 70.

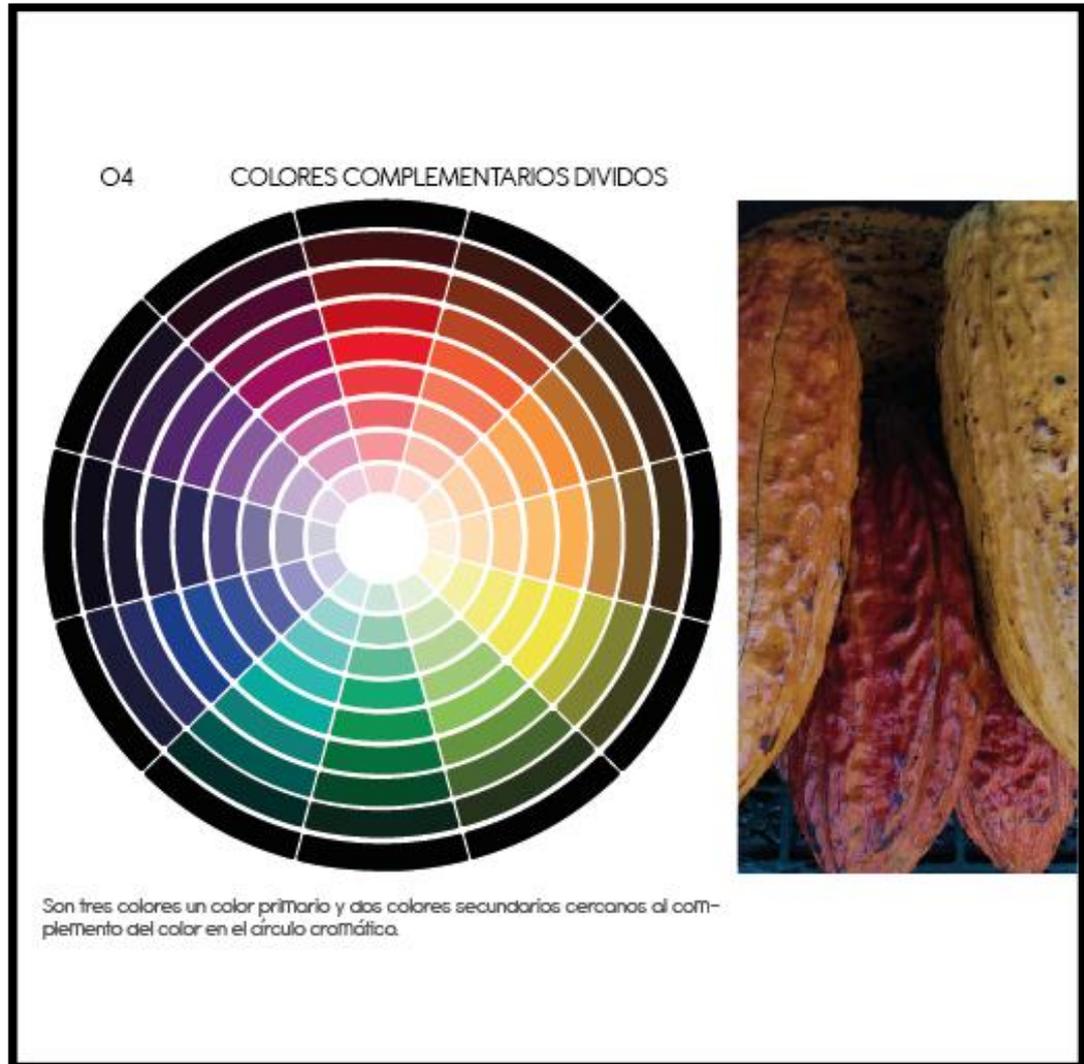
Colores Complementarios



Manual de guía del color, colores Complementarios.

Imagen 71.

Colores Complementarios Divididos



Manual de guía del color Pigmento, colores complementarios divididos.

Imagen 72.

Colores Complementarios Mutuos



Manual de guía del color Pigmento, colores complementarios mutuos.

Imagen 73.

Colores Complementarios Cercanos



Manual de guía del color Pigmento, colores complementarios cercanos.

Imagen 74.

Colores Complementarios Dobles



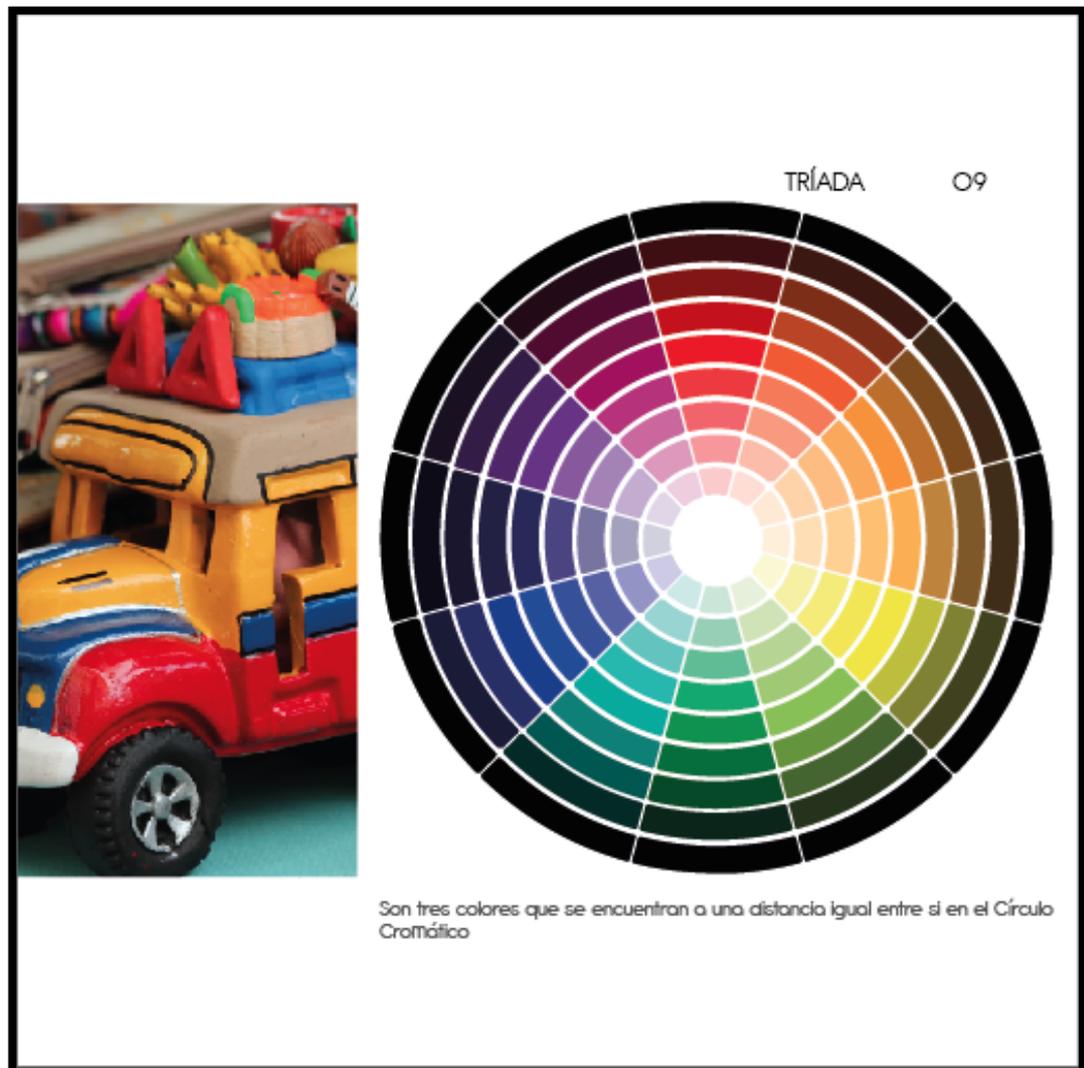
Manual de guía del color Pigmento, colores complementarios dobles.

Imagen 75.
Monocromáticos



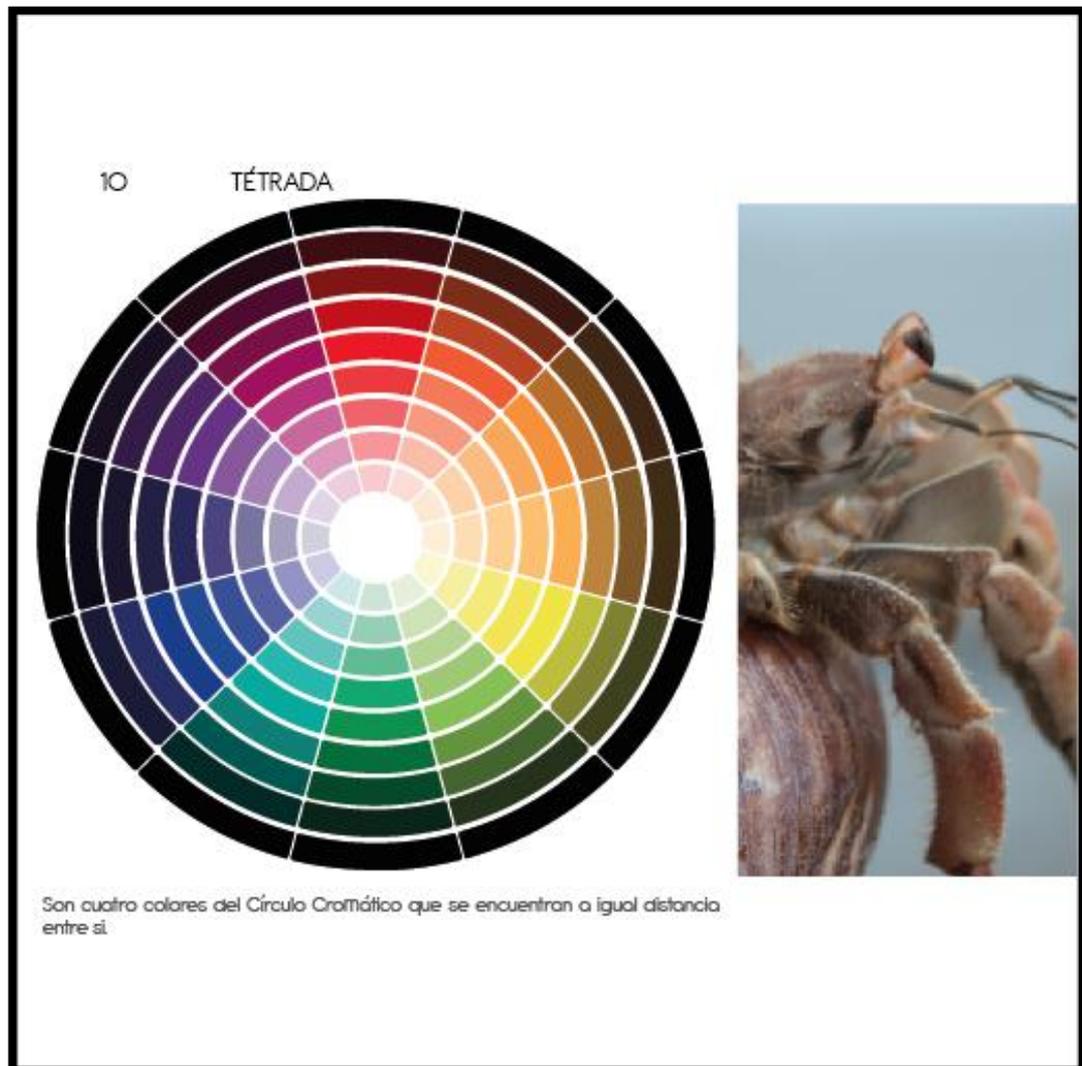
Manual de guía del color Pigmento, monocromático.

Imagen 76.
Tríada



Manual de guía del color Pigmento, tríadas.

Imagen 77.
Tétrada



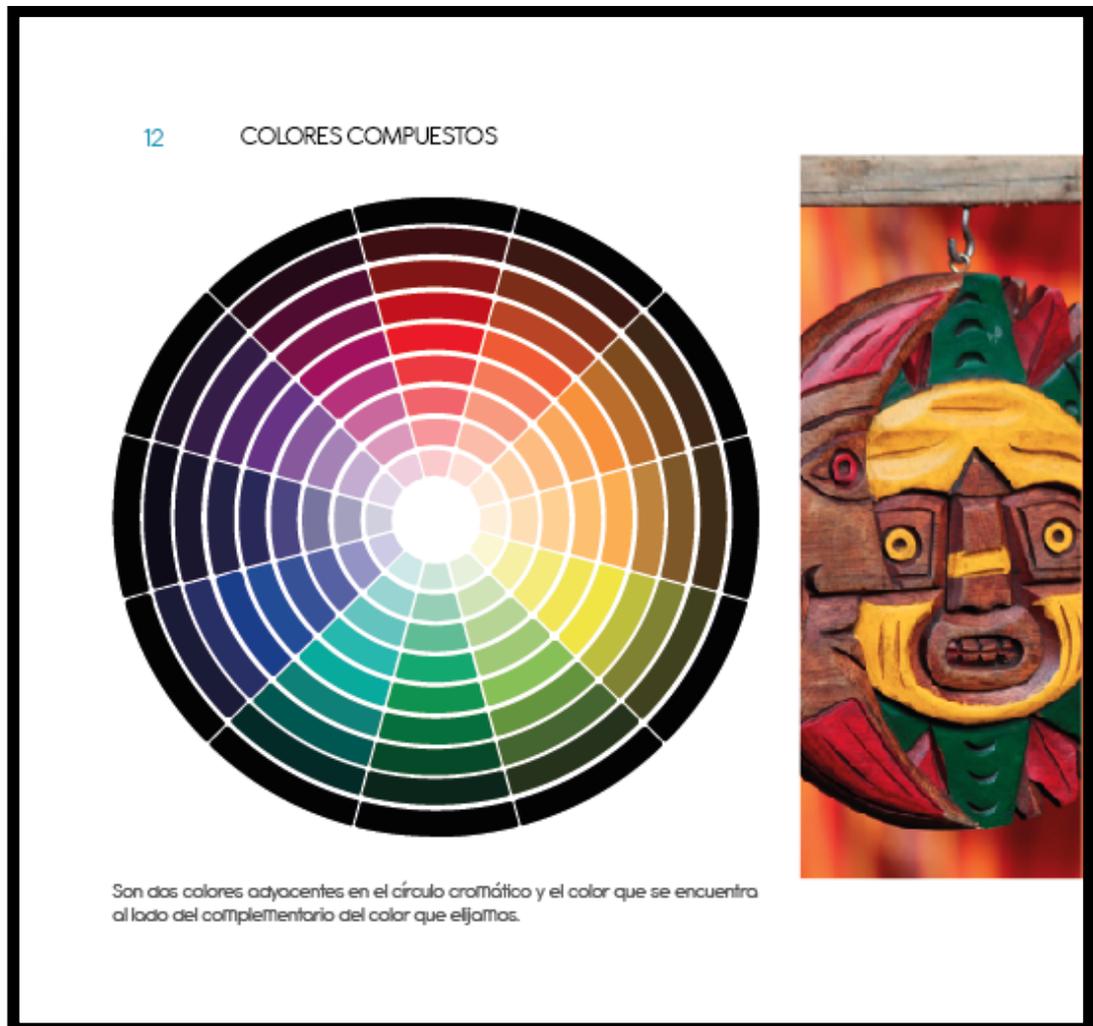
Manual de guía del color Pigmento, tétradas.

Imagen 78.
Pentagrama



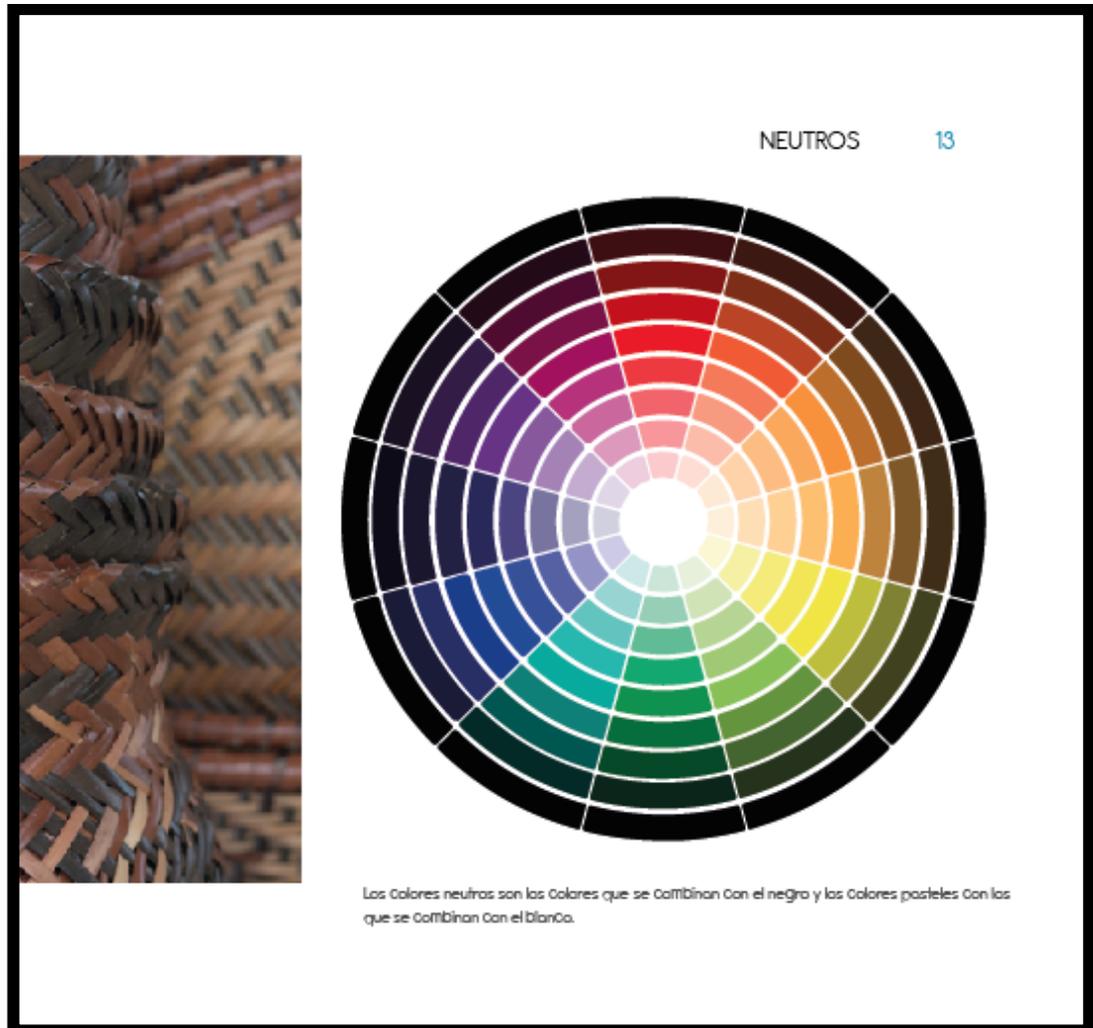
Manual de guía del color Pigmento, pentagramas.

Imagen 79.
Compuestos



Manual de guía del color Pigmento, compuestos.

Imagen 80.
Neutros



Manual de guía del color Pigmento, neutros.

Imagen 81.

Contraportada Manual guía del Color Pigmento



Contraportada del manual de guía del color Pigmento

6.8.5. Soundtrack utilizado en Pigmento

Canción: Lights In The City

Autores: Café del Chillia

<https://www.jamendo.com/es/artist/416786/cafe-del-chillia>

Origen:  Países Bajos - almere

Sitio web: <http://cafedelchillia.bandcamp.com/>

Blog: <http://cafedelchillia.jamendo.net>

6.9. Impactos

6.9.1. Impacto Educativo

En el ámbito educativo, la multimedia aporta al estudiante de forma interactiva puede construir mensajes más sólidos en el usuario.

Se espera una reacción de participación a nivel de pensamiento, el ocasionar en el estudiante o profesional relacionado con lo visual un acercamiento a su entorno, si los elementos son organizados de forma estratégica en la multimedia el nivel de conocimiento puede ocasionar un nivel de experiencia mejorado. Además podría convertirse o replicarse el modelo de esta multimedia hacia otros campos.

Posiblemente en Ecuador y Latinoamérica no existe una costumbre por representar los elementos que se encuentren en nuestro entorno, para que solo desde la artesanía sea contemplado este criterio, pero, no se puede olvidar que grandes inventores o innovadores en el mundo se inspiraron justamente en elementos o comportamientos particulares de la naturaleza o el entorno. En el momento que la educación innove los procedimientos contemplando la naturaleza y las necesidades que se presentan en nuestro entorno, posiblemente se encuentre frente a la verdadera revolución.

6.9.2. Impacto Cultural

Este proyecto tiene como impacto cultural el fomento de la identidad nacional mediante la demostración de las artesanías y los elementos que se encuentren en la Zona 1 del Ecuador; tomando en cuenta las formas y colores de las mismas, se expone una guía de colores que permitan identificarnos como ecuatorianos; de esta manera incentivar a los diseñadores a innovar aportando a la Identidad Nacional mediante el Diseño Gráfico.

6.9.3. Impacto Tecnológico

El impacto tecnológico de la multimedia se ve al demostrar que la tecnología está al alcance de las manos del profesional del Diseño gráfico. Como sea utilizada puede marcar una brecha de beneficio frente a la utilidad y justamente siendo uno de los campos en mayoría desatendidos las nuevas tecnologías en relación al diseño, se puede construir una oportunidad de negocio, no solamente para esta experiencia sino para el usuario en general; animando a la innovación de procedimientos creativos para los campos visuales.

6.10. Proceso del Trabajo de la Propuesta

Para la respectiva difusión de lanzamiento del kit que incluyen el producto multimedia, la guía de color en la caja, se considera el siguiente cronograma recomendado de actividades

Cuadro 10. Proceso del trabajo de la Propuesta

Tiempo	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana
Actividades	1	2	3	4	5
Producción del CD multimedia	x	x			
Producción del Manual de guía del Color			x	x	
Empaque					x

Actividades realizadas para la finalización de la propuesta

Fuente: Omayra Oña

6.11. Presupuesto

Cuadro 11. Proceso del trabajo de la Propuesta

Presupuestos		
Tipo	Valor Unitario	Subtotal
Documentación fotográfica		
Viajes y movilidad		135usd
Alimentación		250usd
Hospedaje		100usd
Equipo fotográfico	1	780usd
Desarrollo Multimedia		
Software, diseño, diagramación de 112 presentaciones multimedia	5usd c/página	560usd
Catálogo		
1000 impresiones Couché tiro y retiro Uv Tamaño(35cmx15cm) # Páginas:	2,50 usd	2500usd
Cd x 1000 unidades Carátula impresa	1usd	1000usd
Grabado de datos	0,05usd	50usd
Packaging		
Caja de 15,5cm x 15,5cm Couche tiro y retiro Mate x 1000 unidades	1,50 usd	1500usd
Manual		
1 impresión de 18cmx 18cm 20 páginas	30usd	30usd
Total:		6905usd

Fuente: Omayra Oña

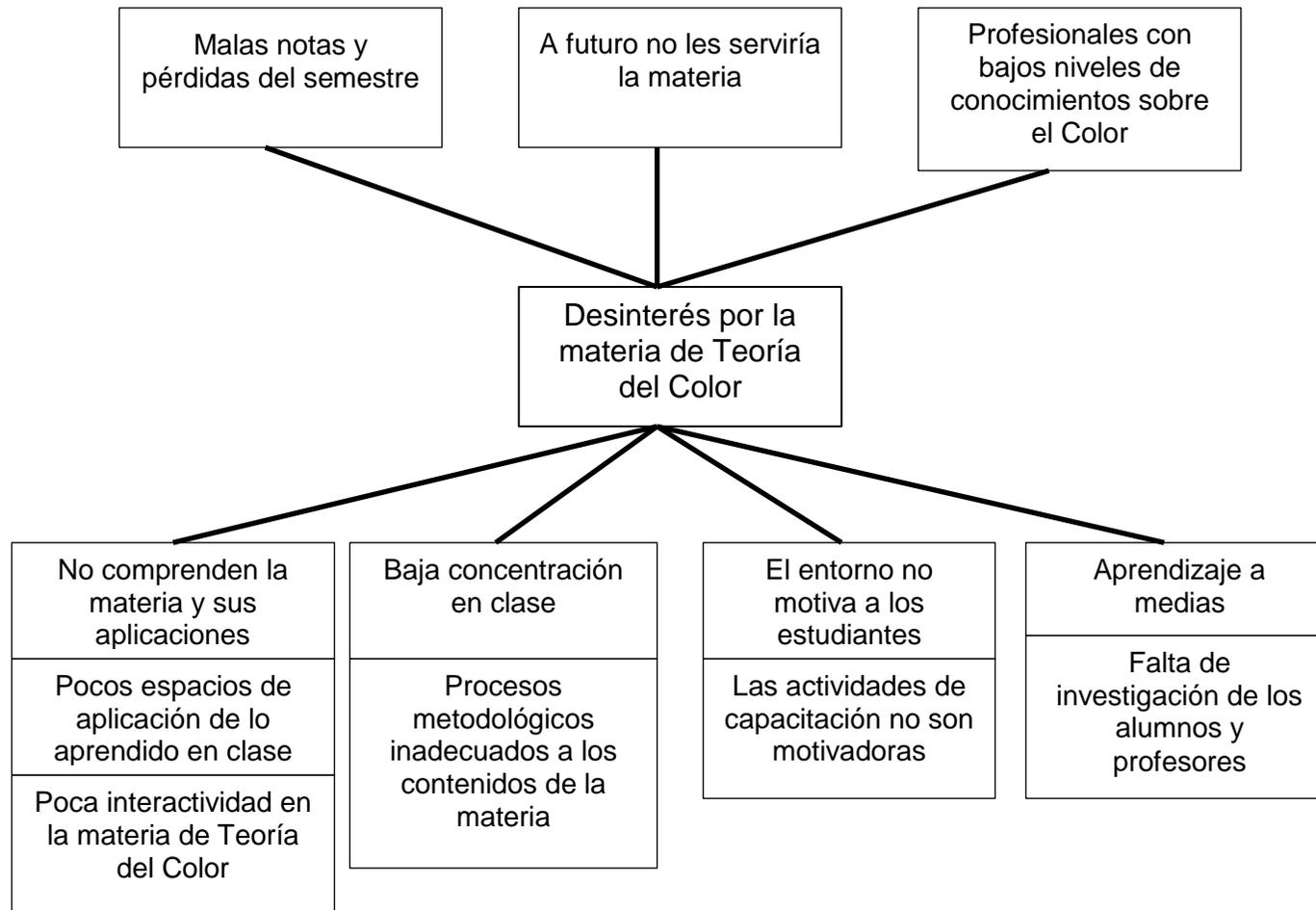
6.12. Bibliografía

1. SHERIN, Aaris, (2013). Elementos del Diseño-Fundamentos del Color, Primera edición, Parramón
2. AMBROSE, G., HARRIS, P. (2008). Color. España: Editorial GG.
3. ARCHER, B. (1958). Systemic method for designers. Londres: Royal College of Art.
4. BERIAIN J., LANCEROS P. (1996). Identidades culturales, Bilbao: Ediciones Deusto.
5. BLANCO, Verónica. (2012). Creatividad y discursos hipermedia. Editum media.
6. BOUZÁ, Guillem. (1997) Guión Multimedia. España: Editorial Anaya.
7. BRUNARI, Bruno (1996). Diseño y Comunicación visual, España: Editorial GG.
8. DESIGN, Reimers. (2003). Pequeño diccionario del diseñador. Creative commons, Colombia.
9. DELGADO, Manuel; KOHN, Rose; PINTO, Carmelo. (1999). España: De la Investigación Audiovisual.
10. DONDIS, Donis. (2014) La sintaxis de la imagen- Introducción al alfabeto visual. España.
11. FERNÁNDEZ, Jorge. (2003). Universidad Nacional de Chimborazo. Tutorías para Trabajos de Grado. Módulo 17. Ecuador.
12. FRASCARA, Jorge. (2004). Diseño Gráfico para la Gente. Comunicación de masa y cambio social. Buenos Aires, Argentina.
13. FORNÄS, Johan. (1995) Cultural and Late Modernity. Londres: Sage Publications.

14. FRASER, Tom; BANKS, Adam. (2005). Color la guía mas completa. Taschen, Barcelona, Edición S.L.
15. LANGFORD, John. (2001). La Fotografía paso a paso. España: Editorial Blume.
16. POVEDA, Elva. (2009). Didáctica de las Teorías del Aprendizaje para los docentes. Quito, Ecuador.
17. REVUELTA, Francisco; SÁNCHEZ, Lourdes (2009) Interactividad de los entornos de formación On-line. Editorial UOC.
18. RODRIGUEZ, Ernesto. (2005). Metodología de la Investigación. México: Universidad Autónoma de tabasco
19. RODRÍGUEZ, Luis. (2004). Diseño: Estrategia y Táctica. México, DF.
20. SONTAG, Susan. (2011). Sobre la fotografía. México: Alfaguara.
21. STEELE, Alexander. (2012). Escribir Ficción Gotham Writers Workshop, USA: Editorial ALBA.
22. TUROK, Marta. (1988). Cómo acercarse a la Artesanía. Editorial Plaza y Valdés.
23. VILCHIS, Luz del Carmen. (2002). Metodología del Diseño. Fundamentos Teóricos. México.
24. <https://color.adobe.com>
25. <https://www.materialpalette.com>

ANEXOS

ÁRBOL DEL PROBLEMA



MATRIZ CATEGORIAL

CONCEPTO	CATEGORIAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>Teoría del Color.- El color es una sensación y una forma inmediata de comunicación no verbal. Ningún otro elemento del diseño permite representar ideas y emociones como el color, este sirve para llamar la atención inmediatamente, es la que estudia al color y sus derivaciones, estados, combinaciones y como puede generar sentimientos, actitudes, reacciones.</p>	<p>Teoría del Color</p>	<p>Colores Primarios Colores Secundarios Colores Terciarios Circulo Cromático Descripción del Color Simbología del Color Uso del Color</p>	<p>Los colores primarios son amarillo, azul y rojo Los colores secundarios son el verde, naranja, purpura. Los colores terciarios son la combinación de los primarios con los secundarios. El círculo cromático está formado por los colores cálidos y los fríos. Describir el color es conocer los valores que con frecuencia son utilizados como: el tono, la saturación y el brillo, matices y degradación.</p>

<p>Diseño Gráfico.- El Diseño Gráfico es un medio importante por el cual podemos expresar sentimientos, pensamientos, creencias, ideas, ya sean de factores sociales, culturales, económico, tecnológicos o de la vivencia diaria; creando buenas comunicaciones visuales destinadas a producir un impacto positivo en la sociedad.</p>	<p>Diseño Gráfico</p>	<p>Comunicación Comunicación Visual Proceso Fotografía</p>	<p>La comunicación es un proceso mediante el cual nos comunicamos e intercambiamos ideas. La comunicación visual se trata de generar un mensaje visual y darlo a conocer. El proceso del diseño se da desde la investigación, hasta la producción. El diseño está en constante interacción con la fotografía.</p>
<p>Artesanía.- La artesanía es, tal vez tan antigua como la humanidad; ya que se han encontrado rastros de ella en los vestigios prehistóricos como son huesos tallados, alfarería, joyas, tejidos o esteras; fabricados por las antiguas culturas indígenas de Ecuador.</p>	<p>Artesanías</p>	<p>Artesanías Ecuatorianas</p>	<p>La artesanía ecuatoriana se caracteriza por la forma del diseño y colores utilizados. Artesanía es una forma de identidad</p>

Es la manera de demostrar o identificar una cultura			
<p>Identidad.- La identidad nacional se manifiesta a través del idioma, las tradiciones y costumbres, la historia común, los valores generales, las aspiraciones como pueblo, la composición étnica de los habitantes, la cultura.</p>	Identidad	<p>Nacionalismo Patriotismo Cultura Democracia</p>	<p>La nación es el referente de identidad de un estado. El amor por la patria La cultura esta se identifica con la identidad. Como país democrático estamos en libertad de tomar decisiones por igual.</p>
<p>Multimedia.- Un sistema multimedia es el que transmite una información mediante imagen, sonido y texto, animación, video; de forma sincronizada, y que hace uso adecuado de la capacidad de usar los diferentes canales de comunicación.</p>	Multimedia	<p>Interactividad NTICs Internet</p>	<p>Una multimedia es un soporte completo para tratar de algún tema en especial, que ayuda a generar interés en todos los sentidos.</p>

MATRIZ DE COHERENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿Cómo construir una imagen con el Diseño Gráfico a través de la selección adecuada de la cromática, basado en elementos artesanales o paisajísticos que sean parte de nuestro entorno, organizados desde las Teorías del Color más utilizadas?</p>	<p>Estudiar el nivel de reconocimiento de la Teoría del Color en el Diseño Gráfico, basado en elementos artesanales y paisajísticos más importantes, para el desarrollo de una propuesta multimedia</p>
INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>¿Cuál es el nivel de reconocimiento de la Teoría del Color basado en los criterios de Identidad Ecuatoriana?</p> <p>¿Cuáles son las Teorías del Color más utilizadas y que tengan mayor incidencia en el Diseño Gráfico?</p>	<p>Es casi sin intención el uso del color con criterios de identidad nacional. Los elementos que pueden conformar un diseño muchas veces son caotizados, se lucha con la premura del tiempo para diseñar más que comprender estos elementos y es más relevante interpretar cada uno de los elementos del diseño para estar seguros al momento de diseñar y crear diseños bien fundamentados.</p> <p>Todas las Teorías del Color son necesarias al momento de diseñar para crear diseños diferentes y únicos; pero las teorías más utilizadas o las que generan mas sensaciones y emociones en el espectador son las analogías, los contrastes o complementarios y utilizar</p>

<p>¿Qué tipo de soporte permitiría reforzar en los estudiantes los conocimientos sobre la Teoría del Color?</p>	<p>colores neutros de acuerdo al significado e ideas que queramos transmitir.</p> <p>El soporte más completo que existe hoy en día y que brinda mayores recursos para captar la atención de todos nuestros sentidos es una multimedia porque posee interactividad y al momento de utilizarla genera expectativa, haciendo que nuestra mente se concentre más y aprenda de forma más efectiva teniendo una participación activa y decidiendo por si mismos que es lo que desean ver o conocer.</p> <p>Es por eso que una multimedia es el soporte más indicado para fortalecer los conocimientos sobre Teoría del Color; aportando en los estudiantes motivación hacia la materia.</p>
<p>¿Es importante diseñar un Software Interactivo con la finalidad de que sea utilizado como una herramienta de trabajo para los Diseñadores Gráficos?</p>	<p>Desde las nuevas tecnologías se pueden abordar muchos campos no solo en el Diseño Gráfico; la interactividad puede incrementar la expectativa de aprendizaje y como complemento la fotografía utilizada adecuadamente puede facilitar aun más el entendimiento sobre cualquier tema; se podría decir que si es importante porque mediante un soporte educativo de esta índole se podría innovar el aprendizaje y aplicación de los campos del Diseño Grafico.</p>
<p>¿Se debería promover el interés por la Identidad Ecuatoriana mediante la</p>	<p>Hoy en día se esta tomando más en cuenta la Identidad Nacional, el hecho de consumir</p>

Teoría del Color?	<p>productos hechos en Ecuador, de conocer nuestra riqueza cultural y natural hacen que de alguna manera hablemos de identidad nacional, pero es poco lo que se a logrado con eso, porque depende de nosotros mismos como ciudadanos valorar lo que tenemos en nuestro país la riqueza intelectual, natural, cultural; comenzar por nosotros mismos; es por eso que se debería promover el interés por valorar nuestras raíces, nuestras artesanías, nuestra comida y muchas cosas más que poseemos. El color esta inmerso en todo lo que nos rodea y es una herramienta poderosa dentro del diseño y de la cual podemos sacar provecho como diseñadores dándole un enfoque correcto o diferente, promoviendo mediante el color lo que somos.</p>
-------------------	---



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
ESCUELA DE EDUCACION TECNICA
ESPECIALIDAD DE DISEÑO GRÁFICO**

ENCUESTA A ESTUDIANTES

Sr. (ta). Estudiante.

El presente cuestionario tiene como finalidad recopilar información sobre la materia de Teoría del Color, por tal motivo le agradecemos contestar las siguientes preguntas con claridad y sinceridad.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada pregunta y encierre en un círculo lo que crea correcto.

1. ¿Los conocimientos de Teoría del Color son fortalecidos por medio de programas multimedia?
 - a) Mucho
 - b) Poco
 - c) Nada

2. ¿El entorno en el que usted se desarrolla, le motiva el interés por la Teoría del Color?

- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
3. ¿Cree que es importante la materia de Teoría del Color en su futuro como profesional?
- a) Mucho
 - b) Poco
 - c) Nada
4. ¿Aplica la Teoría del Color Universal en el Diseño Gráfico?
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
5. ¿Cree que es importante saber cómo utilizar el Color en el diseño para que sirva como referencia de Identidad Nacional?
- a) Mucho
 - b) Poco
 - c) Nada
6. ¿Mediante el color se puede fomentar la Identidad Nacional como aporte hacia la cultura?
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
7. ¿Existe material didáctico tecnológico para aplicar lo aprendido en clase sobre Teoría del Color?
- a) Mucho

- b) Poco
- c) Nada

8. ¿ Para mejorar el reconocimiento del color en el Diseño Gráfico usted que soporte educativo utilizaría?

- a) Multimedia
- b) Impreso
- c) Audiovisual
- d) Auditivo

9. ¿Cuál es el costo promedio que estaría dispuesto a invertir en este soporte educativo?

- a) \$3 - \$5
- b) \$10 - \$20
- c) \$20 - \$30
- d) Otro



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004175673	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Oña Ruales Omayra Yadira	
DIRECCIÓN:	Sánchez y Cifuentes 4-44 entre Borrero y Mejía	
EMAIL:	omyhumita@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062606766	TELÉFONO MOVIL 0981163047

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DEL NIVEL DE RECONOCIMIENTO DE LA TEORÍA DEL COLOR EN EL DISEÑO GRÁFICO, BASADO EN ELEMENTOS ARTESANALES Y DE IDENTIDAD ECUATORIANA MÁS IMPORTANTES, PARA EL DESARROLLO DE UNA PROPUESTA INTERACTIVA, DURANTE EL AÑO 2013”
AUTOR (ES):	Oña Ruales Omayra Yadira
FECHA: AAAAMMDD	2015/11/05
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	

PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> / PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciada en Diseño Gráfico
ASESOR/DIRECTOR:	Msc. David Ortiz

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

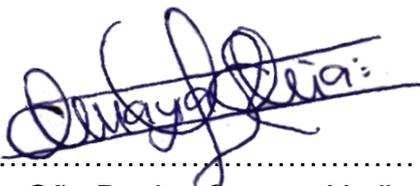
Yo, Oña Ruales Omayra Yadira, con cédula de identidad Nro. 1004175673, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 05 días del mes Noviembre del 2015

EL AUTOR:



(Firma).....
Nombre: Oña Ruales Omayra Yadira
C.C. 1004175673



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Omayra Yadira Oña Ruales con cédula de identidad Nro. 1004175673 manifiesto mi 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 (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“ESTUDIO DEL NIVEL DE RECONOCIMIENTO DE LA TEORÍA DEL COLOR EN EL DISEÑO GRÁFICO, BASADO EN ELEMENTOS ARTESANALES Y DE IDENTIDAD ECUATORIANA MÁS IMPORTANTES, PARA EL DESARROLLO DE UNA PROPUESTA INTERACTIVA, DURANTE EL AÑO 2013”** que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciada en Diseño Gráfico en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me 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 05 días del mes Noviembre de 2015

(Firma).....
Nombre: Oña Ruales Omayra Yadira
C.C. 1004175673