



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

LICENCIATURA EN DISEÑO Y PUBLICIDAD

TEMA:

“EL MOTION GRAPHIC INFOGRÁFICO APLICADO PARA LA REVITALIZACIÓN DE LA CULTURA VISUAL DE LA CIUDAD DE EL ÁNGEL EN EL AÑO 2016-2017”.

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciatura en la
Especialidad de Diseño y Publicidad

AUTOR: ANDREA MÁBEL YARUSCUÁN CHALACÁN

DIRECTOR: MSC. CAROLINA GUZMÁN C.

IBARRA/ 2018

Ibarra, 31 de Mayo del 2017

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 de la tesis del siguiente tema **“EL MOTION GRAPHIC INFOGRÁFICO APLICADO PARA LA REVITALIZACIÓN DE LA CULTURA VISUAL DE LA CIUDAD DE EL ÁNGEL EN EL AÑO 2016-2017”**. Trabajo realizado por la señorita egresada: **YARUSCUÁN CHALACÁN ANDREA MÁBEL**, previo a la obtención del título de Licenciada en la especialidad Diseño y Publicidad.

A ser testigo presencial, y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

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



MSc. Carolina Guzmán.

DIRECTOR

Ibarra, 18 de diciembre de 2017

Magíster
Raimundo López
DECANO FECYT
Presente.-

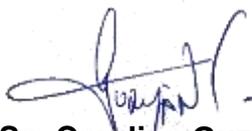
Señor Decano

En mi calidad de Evaluador del Trabajo de Grado cuyo título es: **“EL MOTION GRAPHIC INFOGRÁFICO APLICADO PARA LA REVITALIZACIÓN DE LA CULTURA VISUAL DE LA CIUDAD DE EL ÁNGEL EN EL AÑO 2016-2017”** de autoría de la señorita **Andrea Mábel Yaruscuán Chalacán**, egresada de la carrera de Licenciatura en Diseño y Publicidad, luego del proceso de Investigación cumple las normas establecidas para el efecto, me permito consignar la calificación de 10/10 (diez).

El presente trabajo se encuentra listo para la sustentación correspondiente ante el tribunal que designe el H. Consejo Directivo.

Particular que informo para los fines legales pertinentes.

Atentamente,



MSc. Carolina Guzmán
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



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 1 | | | |
|-----------------------------|---|------------------------|------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 040163853-1 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Yaruscuán Chalacán Andrea Mábel | | |
| DIRECCIÓN: | Carchi - El Ángel – José Benigno Grijalva | | |
| E-MAIL: | andre_mbl8@hotmail.es | | |
| TELÉFONO FIJO: | 06 2977 750 | TELÉFONO MÓVIL: | 0992263676 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|-----------------------------------|---|
| TÍTULO: | “EL MOTION GRAPHIC INFOGRÁFICO APLICADO PARA LA REVITALIZACIÓN DE LA CULTURA VISUAL DE LA CIUDAD DE EL ÁNGEL EN EL AÑO 2016-2017” |
| AUTOR: | YARUSCUÁN CHALACÁN ANDREA MÁBEL |
| FECHA: AAAMMDD | |
| SOLO PARA TRABAJO DE GRADO | |
| PROGRAMA: | <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | LICENCIATURA EN DISEÑO Y PUBLICIDAD |
| ASESOR/DIRECTOR: | MSC. CAROLINA GUZMÁN C. |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.

Yo, **ANDREA MÁBEL YARUSCUÁN CHALACÁN**, con cédula de identidad N° **040163853-1**; en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos 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. CONSTANCIA.

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.
Ibarra, a los 07 días del mes de junio del 2018.

Autor:

Firma:


Nombre: Andrea Mabel Yaruscuaan Chalacán

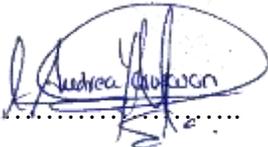
Cédula de identidad: 040163853-1



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

Yo, Yaruscuán Chalacán Andrea Mábel, con cedula de identidad Nro. 040163853-1; manifiesto la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: **“EL MOTION GRAPHIC INFOGRÁFICO APLICADO PARA LA REVITALIZACIÓN DE LA CULTURA VISUAL DE LA CIUDAD DE EL ÁNGEL EN EL AÑO 2016-2017”**., que ha sido desarrollado para optar por el título de Licenciatura en Diseño y Publicidad en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En la condición de autor reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 07 días del mes de junio del 2018.

Firma: 

Nombre: Andrea Mábel Yaruscuán Chalacán

Cédula de identidad: 040163853-1

AUTORÍA

Yo, Andrea Mábel Yaruscúan Chalacán, portadora de la cédula de identidad N° 040163853-1, declaro bajo juramento que el proyecto enmarcado en el actual trabajo es de mi autoría: “EL MOTION GRAPHIC INFOGRÁFICO APLICADO PARA LA REVITALIZACIÓN DE LA CULTURA VISUAL DE LA CIUDAD DE EL ÁNGEL EN EL AÑO 2016-2017”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a blue oval. The signature appears to read "Andrea Yaruscúan Chalacán".

Andrea Mábel Yaruscúan Chalacán

040163853-1

RESUMEN

El presente trabajo tiene la finalidad de determinar la necesidad de revitalizar la Cultura Visual de la ciudad de El Ángel mediante la aplicación del *Motion Graphics* Infográfico, cuyo propósito es hacer que las nuevas generaciones se sientan identificadas y conozcan a fondo la cultura visual que posee la ciudad; con este fin se realizó el diagnóstico mediante la aplicación de una encuesta a 340 personas, quienes aportaron con sus opiniones; estudio que refleja el poco conocimiento y escasa comunicación acerca de la interpretación como identificación de los elementos más importantes.

En la ciudad de El Ángel, la cultura visual se ha considerado de vital importancia desde tiempos históricos, autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de Espejo, han realizado las debidas socializaciones para dar a conocer a la gente sobre dichos elementos que más sobresalen, con las cuales se ha logrado la difusión de información básica acerca de sitios turísticos principalmente, seguidamente de los monumentos, artesanía y la cultura ancestral Pasto. Pero no es suficiente ya que son contenidos que no han llegado a persuadir a la gente más joven porque el contenido utilizado para dicha acción no va acorde con el público objetivo. Como alternativa de solución se realiza animaciones digitales mediante la aplicación del *Motion Graphics* con diseño de infografías en relación a los dos elementos más importantes que conforman la cultura visual con el objetivo de transmitir mensajes que conlleven a la revitalización de la cultura visual para ser difundidos en redes sociales, beneficiando a los ciudadanos con información clara y correcta, para mejorar la actitud frente a la identidad cultural.

Palabras claves: cultura visual, *motion graphics*, animación digital, El Ángel.

ABSTRACT

The present work has the purpose of determining the need to revitalize the Visual Culture of the city of El Ángel through the application of the Motion Graphics Infographic, whose purpose is to make the new generations feel identified and thoroughly know the visual culture that the city; To this end, the diagnosis was made by applying a survey to 340 people, who contributed their opinions; study that reflects the little knowledge and scarce communication about interpretation as identification of the most important elements.

In the city of El Angel, the visual culture has been considered of vital importance since historical times, authorities of the GADM de Espejo, have made the necessary socializations to make people know about these elements that stand out, with which they have achieved the dissemination of basic information about tourism mainly, followed by monuments, crafts and ancestral Pasto culture. But it is not enough because they are contents that have not managed to persuade younger people because the content used for such action is not in accordance with the target audience. As an alternative solution, digital animations are made by applying Motion Graphics with the design of infographics in relation to the two most important elements that make up visual culture with the aim of transmitting messages that lead to the revitalization of visual culture to be disseminated. in social networks, benefiting citizens with clear and correct information, to improve the attitude towards cultural identity.

Keywords: visual culture, motion graphics, digital animation, El Ángel.

DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar; con toda la humildad, dedico en primer lugar a Dios.

De igual forma, dedico este trabajo a mis padres que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores.

A mis hermanos, quienes día a día me regalan las mejores alegrías de la vida.

Andrea Mábel Yaruscuán Chalacán

AGRADECIMIENTO

A mis padres quienes con su demostración de buenos padres me han enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar.

A mis profesores, quienes en mi proceso de aprendizaje supieron ser mis guías, mi ayuda, que con dedicación me proporcionaron sus conocimientos,

A la Universidad Técnica del Norte, la institución quien me dio la oportunidad de ser parte de su familia, permitiéndome cumplir mi meta.

Andrea Mábel Yaruscuán Chalacán

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|------|
| ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR..... | ii |
| AUTORÍA..... | vii |
| RESUMEN..... | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| DEDICATORIA | x |
| AGRADECIMIENTO..... | xi |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | xii |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| Objetivo General | 3 |
| Objetivos Específicos..... | 3 |
| CAPÍTULO I..... | 4 |
| 1. MARCO TEÓRICO O FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... | 4 |
| 1.1 <i>Motion Graphics</i> | 4 |
| 1.1.2 Clasificación de <i>Motion Graphics</i> | 6 |
| Según la técnica..... | 6 |
| • <i>Kinetic – Motion Graphics</i> .- | 6 |
| • <i>Kinetic Typography (tipografía cinética)</i> .- | 6 |
| Según su aplicación..... | 7 |

| | |
|---|----|
| • <i>Motion Graphics</i> corporativo.-..... | 7 |
| • <i>Motion Graphics</i> educativo-explicativo..... | 7 |
| 1.2 La Animación..... | 7 |
| 1.2.1 Principios de la animación | 7 |
| • <i>Estirar y encoger</i> :..... | 7 |
| • <i>Anticipación</i> : | 8 |
| • <i>Acción continuada y superposición</i> : | 8 |
| • <i>Entradas lentas y salidas lentas</i> :..... | 8 |
| • <i>Arcos</i> : | 8 |
| • <i>Acción secundaria</i> :..... | 8 |
| • <i>Ritmo</i> :..... | 8 |
| • <i>Exageración</i> : Significa a..... | 8 |
| • <i>Dibujos sólidos</i> :..... | 8 |
| 1.3 Infografía..... | 9 |
| 1.3.1 Clasificación del diseño de infografías | 10 |
| - Diagrama ilustrado..... | 11 |
| 1.3.2 Lenguaje de diseño en infografías..... | 12 |
| • Vector:..... | 12 |
| 1.3.3 Técnicas del diseño de infografías | 13 |

| | |
|---|----|
| • Marco informativo y mapas mentales | 13 |
| • Procesado de datos e investigación: | 13 |
| 1.3.4 El color en el diseño de infografías | 14 |
| 1.4 Cultura Visual | 16 |
| 1.4.1 De qué habla la Cultura Visual. | 16 |
| 1.4.2 La cultura visual en relación al diseño gráfico y a la publicidad | 16 |
| 1.5 Cultura visual El Ángel | 18 |
| 1.5.1 Características de la cultura visual actual. | 19 |
| CAPÍTULO II | 21 |
| 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 21 |
| 2.1 Método Inductivo | 21 |
| 2.2 Método Descriptivo | 21 |
| 2.3 Técnicas de investigación | 21 |
| 2.3.1 Encuesta | 21 |
| 2.3.2 Observación de campo | 21 |
| 2.3.3 Entrevista..... | 22 |
| 2.4 Población y muestra | 22 |
| 2.4.1 Población..... | 22 |
| 2.4.2 Muestra..... | 22 |
| CAPÍTULO III..... | 24 |

| | |
|--|----|
| 3. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS | 24 |
| 3.1 Tabulación de la encuestas | 24 |
| 3.2 Análisis de las entrevistas a expertos en el tema “Cultura Visual” | 31 |
| 3.2.1 Conclusiones | 43 |
| 3.2.2 Recomendaciones..... | 43 |
| CAPITULO IV..... | 45 |
| 4. PROPUESTA ALTERNATIVA..... | 45 |
| 4.1 Título de la Propuesta..... | 45 |
| 4.2 Justificación..... | 45 |
| 4.3 Fundamentación teórica | 46 |
| 4.4 Objetivos | 47 |
| 4.4.1 Objetivo General | 47 |
| 4.4.2 Objetivos Específicos..... | 47 |
| 4.5 Ubicación sectorial y física | 47 |
| 4.6 IMPACTOS..... | 49 |
| 4.8 Recopilación de información | 51 |
| 4.9 Estructuración de datos | 57 |
| 4.10 Nombre del proyecto..... | 58 |
| 4.11 Público Objetivo..... | 58 |
| 4.12 Diseño de identidad visual | 59 |

| | |
|---|----|
| 4.12.1 Marca - Imagotipo..... | 59 |
| 4.12.2 Imagotipo | 59 |
| 4.12.3 Grilla estructural..... | 60 |
| 4.12.4 Área de seguridad y reducción | 61 |
| 4.12.5 Tipografía | 61 |
| 4.12.6 Colores | 62 |
| 4.12.7 Isotipo..... | 63 |
| 4.14 Frase comercial | 64 |
| 4.15 Producción y elaboración de <i>Motion Graphics</i> | 64 |
| 4.15.1 Línea grafica..... | 64 |
| 4.15.2 Cromática | 64 |
| 4.15.3 Tipografía | 65 |
| 4.15.4 Técnica utilizada en el <i>motion graphics</i> | 66 |
| 4.15.5 Tipo de <i>Motion Graphics</i> aplicado | 66 |
| 4.16 Trama | 67 |
| 4.17 Guion Literario..... | 67 |
| 4.18 Storyboard | 70 |
| 4.19 Guion técnico | 72 |
| 4.20 Guion Literario 2..... | 73 |
| 4.21 Story Board | 74 |

| | |
|---|----|
| 4.22 Guion Técnico | 75 |
| 4.23 Concept Art | 77 |
| 4.23.1 Creación de Personajes | 77 |
| 4.23.2 Arte del concepto | 82 |
| 4.24 Animación | 84 |
| 4.25 Software como herramienta | 85 |
| 4.26 Musicalización | 86 |
| 4.27 Socialización | 86 |
| 4.27.1 Redes Sociales..... | 86 |
| 4.28 Estrategia de promoción..... | 89 |
| CAPÍTULO V | 91 |
| 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 91 |
| 5.1 Conclusiones | 91 |
| 5.2 Recomendaciones..... | 91 |
| FUENTES DE INFORMACIÓN..... | 93 |
| ANEXOS..... | 96 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Ciudad de El Ángel – vista panorámica..... | 18 |
| Figura 2. Tabulación de la encuesta pregunta 1 | 24 |
| Figura 3. Tabulación de la encuesta pregunta 2 | 25 |
| Figura 4. Tabulación de la encuesta pregunta 3 | 26 |
| Figura 5. Tabulación de la encuesta pregunta 4 | 27 |
| Figura 6. Tabulación de la encuesta pregunta 5 | 28 |
| Figura 7. Tabulación de la encuesta pregunta 6 | 29 |
| Figura 8. Tabulación de la encuesta pregunta 7 | 30 |
| Figura 9. Ubicación Macro | 48 |
| Figura 10. Ubicación Micro | 48 |
| Figura 11. Monumento Botijuela | 51 |
| Figura 12. Monumento nuevo milenio..... | 51 |
| Figura 13. Monumento vasija de barro | 51 |
| Figura 14. Reserva Ecológica El Ángel | 52 |
| Figura 15. Bosque Polylepis | 52 |
| Figura 16. Artesanos – Paja de páramo..... | 53 |
| Figura 17. Artesanos - Pastoñan..... | 53 |
| Figura 18. Artesanos – paja de páramo | 53 |
| Figura 19. Pastos fase Piartal | 54 |
| Figura 20. Pastos fase Piartal - Vasijas | 54 |
| Figura 21. Pastos fase Piartal - herramientas | 54 |
| Figura 22. Hombres angeleños..... | 55 |

| | |
|--|----|
| Figura 23. Mujer angeleña | 55 |
| Figura 24. Costumbres y tradiciones..... | 55 |
| Figura 25. Arquitectura urbana | 55 |
| Figura 26. Arquitectura urbana – iglesia San Miguel de El Ángel | 56 |
| Figura 27. Casa de Ángel M. Pozo | 56 |
| Figura 28. Pintura de Ángel M. Pozo..... | 56 |
| Figura 29. Marca El Ángel – cultura visual | 60 |
| Figura 30. Grilla de la marca..... | 60 |
| Figura 31. Área de seguridad y protección | 61 |
| Figura 32. Aplicación de colores | 62 |
| Figura 33. Isotipo de la marca..... | 63 |
| Figura 34. Colores monocromáticos | 65 |
| . Figura 35. Story Board - turismo | 70 |
| Figura 36. Story Board - monumentos..... | 74 |
| Figura 37. Ficha de personaje 1 | 78 |
| Figura 38. Bocetos de personaje 1 | 79 |
| Figura 39. Ficha de personaje 2 | 80 |
| Figura 40. Boceto de personaje 2..... | 80 |
| Figura 41. Ficha de personaje 3 | 81 |
| Figura 42. Boceto de personaje 3..... | 81 |
| Figura 43. Ilustración vectorial del personaje principal en Adobe Illustrator..... | 82 |
| Figura 44. Ilustración vectorial del personaje principal en Adobe Illustrator..... | 82 |
| Figura 45. Ilustración vectorial de la mujer artesana en Adobe Illustrator. | 83 |

| | |
|--|----|
| Figura 46. Ilustración vectorial del ciudadano angeleño en Adobe Illustrator. | 83 |
| Figura 47. Ilustración vectorial de escenas de la animación Motion Graphics – Turístico en Adobe® Illustrator. | 84 |
| Figura 48. Ilustración vectorial de escenas de la animación Motion Graphics – Monumentos en Adobe® Illustrator. | 84 |
| Figura 49. Motion Graphics – Monumentos Botijuela en software Adobe After Effects | 85 |
| Figura 50. Motion Graphics – Lugares Turísticos El Ángel edición en software Adobe Premiere Pro..... | 86 |
| Figura 51. Página Facebook..... | 87 |
| Figura 52. Difusión de contenidos - página Facebook..... | 87 |
| <i>Figura 53.</i> Exhibición de contenidos audiovisuales – red social GADM-E..... | 88 |
| Figura 54. Exhibición de motion graphics monumentos | 88 |
| Figura 55. Difusión de contenidos – YouTube | 89 |
| Figura 56. Juego didáctico | 90 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Componentes visuales del motion graphics | 5 |
| Tabla 2 Tabulación encuesta pregunta 1 | 24 |
| Tabla 3 Tabulación encuesta pregunta 2 | 25 |
| Tabla 4 Tabulación de la encuesta pregunta 3 | 26 |
| Tabla 5 Tabulación de la encuesta pregunta 4 | 27 |
| Tabla 6 Tabulación de la encuesta pregunta 5 | 28 |
| Tabla 7 Tabulación de la encuesta pregunta 6 | 29 |
| Tabla 8 Tabulación de la encuesta pregunta 7 | 30 |
| Tabla 9 Tabulación de la entrevista pregunta 1 | 31 |
| Tabla 10 Tabulación de la entrevista pregunta 2 | 34 |
| Tabla 11 Tabulación de la entrevista pregunta 3 | 36 |
| Tabla 12 Tabulación de la entrevista pregunta 4 | 39 |
| Tabla 13 Tabulación de la entrevista pregunta 5 | 41 |
| Tabla 14 Planificación..... | 50 |
| Tabla 15 Matriz de elementos de la cultura visual El Ángel. | 51 |
| Tabla 16 Guion técnico – Turismo..... | 72 |
| Tabla 17 Guion técnico – Monumentos | 75 |

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el *Motion Graphic* infográfico aplicado a la revitalización de los elementos más importantes que componen la cultura visual de la ciudad de El Ángel.

La comunicación visual juega un papel importante en la sociedad. Es necesario comprender que esta herramienta, es potencial al momento de desarrollarse en el entorno del diseño publicitario por su alcance e interacción con la sociedad.

La importancia del uso de herramientas como el *Motion Graphics* hoy en día es algo que debe considerarse al momento de hablar de diseño y publicidad, se presenta de manera útil que permite difundir contenidos de forma abierta y didáctica (Gajardo, 2010).

W.J.T Mitchell (2005), “Mostrando el Ver: Una Crítica de la Cultura Visual”, hace referencia a la utilidad de distinguir entre estudios visuales y cultura visual, el primero el campo de estudio y el segundo su objeto. Estudios visuales es el análisis de la cultura visual. Esta información evita la ambigüedad que contagia disciplinas como la de la historia, en la cual el campo y las cosas abarcadas por lo que reciben el mismo nombre.

La temática cultural y tradicional ha formado parte de nuestras vidas, las que en tiempo pasado fueron importantes hasta convertirse en nuestra identidad. El GAD-Espejo, ha formado parte de la conservación de la cultura y tradición de la ciudad de El Ángel, sin embargo, en la actualidad no es suficiente con las acciones realizadas, no son de atracción para las nuevas generaciones que de a poco han ido perdiendo su interés por la cultura visual y en algunos caso desconocimiento por parte de ellos, es necesario la aplicación de nuevas estrategias de las que vayan a la par con el tiempo en el que vivimos.

Nos encontramos en una era predominante visual, la modernidad sobrelleva la influencia de la visión y los medios visuales. La cultura visual trata fundamentalmente acerca de la construcción social del campo de lo visual, lo que vemos y la manera en que llegamos a verlo no es simplemente el resultado de una habilidad natural.

La cultura visual no se refiere solo a una serie de objetos, sino a un campo de estudios que ha ido surgiendo desde la agrupación de diferentes disciplinas en particular desde la sociología, semiótica, estudios culturales y la historia cultural del arte. La importancia de la Cultura Visual debe ser potenciada mediante las nuevas tecnologías no solo en el ámbito de la creación, sino en la orientación de la distribución, que debe ser mayor, de esta manera la información visual llega a un mayor número de espectadores.

Este tipo de cultura es especialmente útil en publicidad, donde a través de imágenes ya sean estáticas o animadas, se busca causar una determinada sensación en el espectador, con el fin de atraerlo hacia el producto anunciado. El estudio de la cultura visual es importante, por ejemplo, prestar atención a la intersección de raza, clase social, sexo y género en los medios visuales para poder aclarar y observar operaciones y formas de visualización.

El *Motion Graphic* es uno de los temas de interés por su habilidad de captar al espectador mediante la elaboración de un diseño y luego exponerle la información más relevante en un corto periodo de tiempo. ¿Es factible la aplicación de *Motion Graphic* como técnica para la revitalizar de ámbitos abandonados referentes a la cultura visual de la ciudad de El Ángel?

¿Cambiaría la visión en las nuevas generaciones frente a la cultura visual de su pueblo al visualizar productos innovadores en la difusión de contenidos?

Objetivos

Objetivo General

Analizar el *Motion Graphics* infográfico aplicado a la revalorización de la cultura visual de la ciudad de El Ángel.

Objetivos Específicos

- Identificar al *Motion Graphics* como una forma de realizar diseño y publicidad estableciendo definiciones, aplicaciones y herramientas para su creación.
- Analizar cómo se constituye el campo de la cultura visual.
- Elaborar distintos procesos utilizados al realizar un producto de este tipo.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO O FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 *Motion Graphics*

El *Motion Graphics* es una técnica multimedia que significa “Gráficos en Movimiento”. Ofrece la ventaja de combinando diferentes disciplinas como la fotografía, el diseño gráfico, el audio y video, con el fin de transmitir un determinado mensajes.

En la actualidad el *Motion Graphics* es una tendencia nueva de animación que es aplicado en el mercado de la comunicación audiovisual, el que consiste en el uso e interacción de elementos gráficos ya sea vectoriales, imágenes, tipografías, etc. Además contiene video animación y sonido dando la ilusión de movimientos (Pixel Creativo, 2014).

Al ser elementos visuales de imagen y escritura se presentan casi siempre acompañados de efectos de audio o música, por eso es considerado como uno de los avances en estética de las artes gráficas de la publicidad y la comunicación.

Con el pasar del tiempo, las nuevas tecnologías se han convertido en el medio de difusión de los grafismos en movimiento. Por eso, cuando hablamos de esta técnica de animación estamos hablando de diseño gráfico, de infografía y de animación, que ha ido desarrollándose en el campo del diseño y la publicidad como para la creación de videos publicitarios, videoclips, cortinillas televisivas, videos corporativos, etc. Por ello se propone su uso para generar contenidos didácticos haciendo que la información presentada sea comunicativa, fresca y dinámica (Valdivieso, 2015).

1.1.1 Elementos visuales del Motion Graphics

Son los que componen un diseño audiovisual donde realizan una conexión de sus elementos audiovisuales, formando un todo. La aplicación de dichos elementos genera una imagen y sonido que interactúan en el tiempo mediante movimientos que identifican el lenguaje del diseño audiovisual (Gajardo, 2010).

Tabla 1
Componentes visuales del motion graphics

| Componentes visuales | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Espacio Morfológico | Propiedades visuales | Elementos escalares | Espacio compositivo |
| Punto | Forma | Tamaño | Campo |
| Línea | Luz | Escala | Escenas |
| Volumen | Color | Proporción | Planos |
| perspectiva | texturas | Formato | Secuencias |
| | | | Tomas |

Fuente: (Monje, P. 2010)

Cada uno de los componentes a la hora de realizar un *motion graphics* cumple un papel importante. Al referirnos al espacio morfológico se trata de que los elementos sean distinguidos para poder leer fácilmente al obtener la sensación de profundidad que es la que permite percibir un espacio que en ocasiones no puede ser completamente plana. (Gajardo, 2010).

La forma es uno de los componentes de las propiedades visuales, presentándose como un elemento básico toda forma creada por la mano humana. Las formas se realizan de acuerdo al sentido que pretenda dar al audiovisual se pone en conocimiento que los pictogramas son los más utilizados, luego las marcas, figuras geométricas y formas naturales. Además de la forma el color

y la luz son los elementos que resaltan el mensaje y se muestra atractivo al causar efectos como oscuridad o claridad al igual que cuando se aplica una textura. (Gajardo, 2010).

En los elementos escalares, encontramos al tamaño como elemento importante que permite segmentar y ordenar los objetos en el espacio. La escala y proporción son necesarios para entender lo visual, la proporción construye relación entre un objeto y las demás partes mostrando orden en los elementos, las proporciones establecida tienen relación con el formato de la pantalla.

El espacio compositivo contiene los planos aplicados según el encuadre. Los planos se utilizan en un tiempo rápido al ser mostrados en *motion graphics*. Lo que observamos en el cuadro se denomina como campo. Dentro del espacio compositivo se encuentra la escena, la que se conforma del momento de acción. La secuencia está conformada por escenas donde se encuentra un inicio, desarrollo y conclusión (Gajardo, 2010).

1.1.2 Clasificación de *Motion Graphics*

Este tipo de animación se puede clasificar de dos formas:

Según la técnica

- ***Kinetic – Motion Graphics***.- Combina elementos tipográficos con el diseño gráfico acompañado de elementos de audio.
- ***Kinetic Typography (tipografía cinética)***.- Se trata de utilizar tipografía como elemento para ser animado, se caracteriza por ser sencilla, pero bastante atractiva. Se aplica voz en off para dar énfasis al texto y al obtener el resultado de la unión entre estos elementos, el mensaje es transmitido con claridad.

- **Combinación con imagen real.-** esta forma permite insertar una imagen real al audiovisual, la que puede ser fotografía o video.

Según su aplicación

- **Motion Graphics corporativo.-** Es aplicado en publicidad y comercio, para dar a conocer un producto o servicio, de manera clara y llamativa. Cada vez ha ido adquiriendo fuerza en el campo publicitario.
- **Motion Graphics educativo-explicativo.-** Es utilizado con más frecuencia porque explica cualquier tipo de concepto, dato, idea, historia, teorías y hacerlos de manera clara, sencilla y directa. Puede ir acompañado de infografías y texto.

1.2 La Animación

1.2.1 Principios de la animación

Para la elaboración de una animación digital se debe tomar en cuenta los doce principios de la animación, el objetivo de aplicar dichos principios es crear la ilusión de que los personajes se vean atractivos y a la vez transmitan emociones. Algunos de los principios han sido acogidos por estudios de animación tradicional, tienen una gran relevancia en la animación por computador (Thomas & Jonhston, 1995).

- **Estirar y encoger:** Al basarse en la exageración y deformación de los cuerpos, con el objetivo de lograr un efecto más cómico o más dramático además que brinda la sensación de velocidad.

- **Anticipación:** Se toma en cuenta la mirada del espectador, la que debe ser anticipada de manera que tiene que ser guiada, cumpliendo tres pasos: anticipando la preparación para la acción para pasar a la acción y finalizar con la reacción.
- **Puesta en escena:** En este punto los personajes pasan de intenciones y ambientes a tomar posiciones y acciones ya específicas.
- **Acción continuada y superposición:** Genera un detalle más a la acción del personaje, en la acción continuada el personaje permanece en movimiento después de la acción principal y las acciones superpuestas se mezclan los movimientos que influyen en la posición de personajes,
- **Entradas lentas y salidas lentas:** Se trata de acelerar el centro de la acción, y de hacer lento el principio y el final de la misma.
- **Arcos:** Al utilizar trayectorias en arco para animar los movimientos del personaje le estaremos dando una apariencia más natural, ya que la mayoría de las criaturas vivientes se mueven en trayectorias curvas, nunca en líneas perfectamente rectas.
- **Acción secundaria:** Consiste en pequeños movimientos que complementan a la acción principal y, de hecho son consecuencia de ella. La acción secundaria nunca debe estar más marcada que la acción principal.
- **Ritmo:** El ritmo se encarga de dar sentido al movimiento. El tiempo que tarda un personaje en realizar una acción, o las interrupciones y dudas en los movimientos definen la acción.
- **Exageración:** Significa acentuar una acción y ayuda a hacerla más creíble.
- **Dibujos sólidos:** Un buen modelado ayuda a hacer que el personaje se vea más real. Para esto hay que tener en cuenta el peso, la profundidad.

- **Personalidad o apariencia:** Facilitar la conexión emocional con el espectador, hay que tomar en cuenta la forma de ser del personaje debe estar relacionado con su forma de moverse.

1.3 Infografía

Ráfols y Colomer (2014) afirman: “La infografía es la aplicación de la informática a la creación y el tratamiento de la imagen, o lo que es lo mismo a la representación gráfica” (p.63). Al momento de realizar una representación gráfica, significa que los ojos serán el acceso para ser persuadidos. Desde el momento en que la Infografía forma parte de los medios de comunicación ha tenido un protagonismo visual impresionante que hace juego con las nuevas herramientas tecnológicas que contribuyen a su desarrollo como una forma de comunicar más actual.

La combinación de elementos visuales aportan a un despliegue gráfico a información y aclara que se utiliza fundamentalmente para brindar información que por medio de una representación gráfica puede sintetizarse y presentar una información clara y más atractiva combinando el diseño y la ilustración. Esta nueva presentación de información tiene la capacidad de que sea comprendida de manera más fácil los acontecimientos que suceden actualmente, de manera que la presentación de información sea estética y comprensible.

Al hablar de infografía digital es un aporte de cualidades que le hacen especial a la infografía y mediante esto generar resultado con la presentación de un nuevo ambiente. El trabajo con la Infografía requiere de un alto nivel de trabajo en su creación de contenidos y presentación, requiere de un gran aporte visual.

Costa, J. (2003). En realidad, la infografía es el encuentro técnico de la informática – info y el grafismo – grafía. La infografía comprende dos categorías de actividades. El análisis o tratamiento de imagen a partir de una imagen existente y la síntesis de imagen que produce por medio del cálculo formas en general realistas y estéticas.

La infografía debe presentarse de una manera fácil de comprensión lo que permite una rápida asimilación del contenido del mensaje, de los acontecimientos y acciones. A pesar del funcionalismo en el que se pretende enmarcarla sin embargo es detectable cualquier elemento gráfico, ilustración o dibujo realizado con cierta dosis de originalidad belleza que permite obtener un valor superior de connotaciones. (Valero, 2001, p.24)

Costa. J. (2003). p. 136. La infografía comprende dos categorías de actividades. El análisis o tratamiento de imagen a partir de una imagen existente y la síntesis de una imagen mediante la forma. De esta manera el trabajo icnográfico marca tres orientaciones: la orientación gráfica, la orientación fotográfica y la orientación videografía.

1.3.1 Clasificación del diseño de infografías

Al hablar del diseño de infografías se refiere a un arte técnico interdisciplinar el que está inmerso en algunos campos. Según Parramón Arts & Design (PAD, 2015) “El diseño de infografías contribuye a generar obras con efectos visuales únicos y divide el diseño de infografías en tres categorías según distintas perspectivas”.

A continuación se describe los tipos de infografías según el Libro Presentación de Infografías y Datos.

- Tipos de infografías

(PAD, 2015) en el libro Presentación de Infografías y Datos explica que hay muchos diseños de infografías adecuados para realizar datos básicos y se divide en cinco categorías según tipos de datos:

- a) **Gráfica de barras:** La que permite realizar interpretación de resultados mostrando datos con relación proporcional a los datos, puede dividirse en tres tipos como las gráficas de barra, grafica circular y grafica de anillos.
- b) **Datos agrupados:** Cuando se dispone de una gran cantidad de datos con distintos valores se denomina como datos agrupados y se los presenta de manera infográfica la que se divide en histogramas y gráficas lineales.
- c) **Gráfica de datos en bruto:** Compuesta por datos que pretende mostrar claramente la jerarquía. Dentro de este tipo de infografía encontramos en diagrama de tallo y hojas y el diagrama de caja.
- d) **Datos de series temporales.-** También conocida como cronológica que muestra datos en forma de secuencia. Se divide en gráficos lineales.
- e) **Datos multivariados.-** Se compone de varios tipos de datos los que forman una relación y se refleja en una gráfica.

- Diagrama ilustrado

“Se caracterizan por mostrar gráficos con sentido artístico que permite al espectador olvidarse de los datos y concentrarse por completo en la escena o en los símbolos gráficos interesantes, por este motivo, es muy utilizado en el diseño de infografías” (PAD, 2015, p.12). Al

mostrar de manera diferente una infografía como diagramas ilustrados se explica conceptos o métodos, representación de lugares, objetos y ayuda a que la información se presente en ocasiones de forma adicional sobre algún tema.

- **Gráfico de mapa**

Consiste en realizar una docena de pequeñas ilustraciones, las que pueden ser gráficas, líneas, puntos de color formando combinación armoniosa con los datos presentando al mismo tiempo efectos estáticos que cumplen la función de informar (PAD, 2015).

1.3.2 Lenguaje de diseño en infografías

Según (PAD, 2015) en el libro Presentación de Infografías y Datos expone cinco clases de lenguaje utilizado en el diseño de infografías las cuales son:

- **Vector:** Son los más utilizados en el diseño de infografías debido a que presentan simplicidad y abstracción en el efecto visual.
- **Gráficos realistas:** Se encuentra entre lo virtual y realidad sin embargo muestra información reflejando el objetivo del diseño y sus ideas.
- **Dibujo a mano:** El objetivo de presentar contenidos con dibujos a mano es conmover al espectador con la combinación de gustos estéticos personales del diseñador, sus sentimientos y técnicas de dibujo.
- **Caricatura:** Expresión creativa utilizada para el diseño de infografías al prestarse para representaciones literarias, ofreciendo al espectador un placer especial de razonamiento y al mismo tiempo la transmisión de información.

- **Fotografía:** es utilizada por la manera eficaz de transmitir la información al espectador al conectar las necesidades y los deseos de la gente la que hace que se estimule las actividades mentales.

1.3.3 Técnicas del diseño de infografías

La información presentada al público no siempre ha sido vista de manera curiosa, agradable, entendible. PAD (2015) indica. “La información es el núcleo de la supervivencia tanto en las redes sociales como en la vida real” (p.28). Al momento de diseñar infografías, debemos saber que lleva un proceso realizarlas el mismo que es complejo y se divide en cinco pasos: marco informativo y mapas mentales, procesador de datos e investigación, *Storyboard* y comprensión de la información,

A continuación se detalla cada paso:

- **Marco informativo y mapas mentales:** Lo primero que debe utilizarse son palabras que permitan establecer gráficos que luego permitan enlazar la información puede ser mediante mapas mentales.
- **Procesado de datos e investigación:** Antes de diseñar infografías es necesario contar con información y datos fiables que ayuden como soporte de todo el marco de diseño.
- ***Storyboard* y comprensión de la información:** Es importante que el diseño de la información sea clara, entendible y concisa, por lo tanto se describe el pensamiento lógico de la estructura de la historia y del guion, lo que es la parte más importante

del diseño. Los *storyboard* son el medio de expresión muy importante en el diseño de infografías.

- **Estilo de diseño y símbolos gráficos.-** la parte más notable en un diseño de infografía es el estilo. Dentro de los estilos existen tipos de gráficos como los temáticos y los que contienen información relevante. El estilo que sea utilizado en el diseño hace que el espectador sea atraído por la información de manera rápida y clara.
- **Color y tipografía.-** para finalizar el diseño de infografías y dar un toque final es aplicar el color y la tipografía adecuada. En el color es importante tomar en cuenta el contraste para resaltar la información, de igual manera la saturación del color que puede atraer la atención del espectador. En cuanto a la tipografía utilizada es importante el uso adecuado de fuentes, puede transmitir emociones.

1.3.4 El color en el diseño de infografías

Uno de los pasos para realizar una infografía es la aplicación de color, el que debe ir encaminado a lo que deseamos producir en el espectador. Moore, Pearce y Applebaum (2010) indican: “En sentido general, el color es uno de los elementos visuales que mejor informa sobre el estado del medio en el que nos encontramos” (p.7). El órgano visual contempla colores, siendo un fenómeno óptimo generando sensaciones, puede afectar o causar influencia en algo. El color juega un papel muy importante en el diseño de infografías, convirtiéndose en una de las herramientas más valiosa y poderosa de las que dispone el diseñador.

PAD (2015) expone. “La percepción de cada color produce unos efectos psicológicos especiales y otras reacciones emotivas y características perceptivas, como frío o cálido, suave o

duro, feliz o triste” (p.62). Mediante la aplicación de colores según la percepción, se puede transmitir la información visualmente, el punto está en saber los significados de los colores para dar un primer paso luego de haber diseñado el estilo de diseño de la infografía.

A continuación se define colores con el significado o aporte que brinda.

Rojo: Uno de los colores más cálidos, transmite entusiasmo, positivismo, fuerza, estimulación.

Naranja: Parte de los colores cálidos, transmite equilibrio, calidez y energía, crea ambientes confortables. Brinda vitalidad y dinamismo en los diseños.

Amarillo: Uno de los colores más brillantes que aportan felicidad, calidez, entusiasmo.

Verde: Utilizado en el diseño para transmitir equilibrio y coordinación, es considerado como un color calmado que brinda la sensación de frescura, juventud y rejuvenecimiento.

Azul: Es considerado como un color que transmite confianza, serenidad. De acuerdo a su variación en la tonalidad tiene diferente significado por ejemplo el color azul oscuro es adecuado para diseños para empresas o negocios, ya que transmite ideas de futuro. El azul claro es adecuado para utilizarse en redes sociales aportando seriedad y calidez.

Morado: Es asociado con la creatividad, de igual manera su significado varía de acuerdo a la tonalidad del color por ejemplo, el morado oscuro representa riqueza a diferencia del claro que representa romance.

Negro: simplemente es signo de elegancia y seriedad. Siempre se presentará como un color de misterio.

Entender cada uno de los colores resulta difícil al tener una infinidad de colores, sin embargo es importante para saber escoger y combinar de manera adecuada, el diseñador debe aprender a utilizarlos tomando en cuenta lo que transmite cada uno.

1.4 Cultura Visual

1.4.1 De qué habla la Cultura Visual.

La Cultura visual es un aporte teórico para el análisis de imágenes e iconografías especialmente de carácter histórico que se propone como herramienta importante de significación para los investigadores. Hernández (2005).

Bermúdez (2010) afirma: En la revista Cultura Visual sostiene que la cultura visual permite la observación de cambios históricos representados por materiales que contengan: emblemas, alegorías, iconografías, monumentos, sellos, escudos e impresos” (p.8).

En relación a la cultura visual es conveniente analizar que para algunos autores ver no es creer, sino interpretar. Las imágenes visuales pueden llegar a dos puntos si bien al éxito o al fracaso en la medida en las que podemos interpretarlas satisfactoriamente.

1.4.2 La cultura visual en relación al diseño gráfico y a la publicidad

Tapia (2004) indica: “Los diseñadores no deben olvidar que si bien sus herramientas y habilidades operan sobre objetos y formas, el eje de sus conceptos y sus acciones se ubica más bien afuera, en las relaciones que echan a andar en el entorno” (p.49).

Los diseñadores gráficos catalogan como cultura visual a la incorporación de objetos que se encuentran en el ámbito de nuestra vida práctica. El diseño ha ocupado un lugar que antes no lo

había logrado durante la evolución del proceso cultural. El diseño está en todas partes, las imágenes los espacios habitables. Por otra parte el diseño en la cultura visual actúa como regulador social, pero tampoco quiere decir que es una actividad que ayude a resolver la comunicación visual, sino que procede como un organizador de información con el fin de hacerla más legible (Tapia, 2004).

En el medio que habitamos existen varias imágenes de todo tipo, conocer aquellas imágenes significa aumentar las posibilidades de contacto con la realidad lo que llevaría a ver y comprender más su significado (Munari, 2016). Todo lo que el ojo humano observa tiene una estructura por lo cual tiene un significado. El diseñador gráfico debe proyectar imágenes considerando algunos aspectos que el espectador al interpretar entienda claramente su significado. La mente del diseñador debe ser elástica al momento de crear diseños, de poner en marcha una campaña publicitaria por ejemplo ¿Cuándo tiene que hacer un diseño para una comunicación visual?, ¿Qué instrumento utilizar?

El entorno que nos rodea es visual, lo que ha llegado a desempeñar un papel importante en la vida moderna. Mirzoeff (2003) afirma: “Los elementos constituyentes de la cultura visual no están definidas por el medio, sino por la interacción entre el espectador y lo que observa y se define como un acontecimiento visual” (p.34). Para esto hoy en día se presta como herramienta la tecnología la que permite hacer que el espectador interactúe con la información y se sienta conectado. El hecho de llevar una vida cotidiana no significa que obligatoriamente la gente conozca lo que observa, el desafío está ahora en mostrar la cultura visual en medios de comunicación interactivos como es el internet o aplicaciones de realidad virtual (Mirzoeff, 2003).

El diseño y la publicidad hoy en día se encuentran en el ojo del huracán, el que nos compromete a tomar en cuenta y pensar en el impacto que genera la producción en las culturas donde ejercemos

como diseñadores con el fin de generar nuevas formas y perspectivas de comunicar. Por esto la cultura visual presta las posibilidades de desarrollar el desempeño profesional como diseñadores buscando un impacto de la construcción de producciones (Melenje, 2014).

1.5 Cultura visual El Ángel



Figura 1. Ciudad de El Ángel – vista panorámica

El Ángel, es una ciudad con una población de 4.383 habitantes, en la que se ha ido desarrollando acontecimientos visuales durante el pasar del tiempo. Fue declarado como Patrimonio Cultural por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural considerando algunos aspectos. Esto permitió elevar la categoría de la ciudad que ha permanecido indiferente a ciertos aspectos culturales, a exponentes y valores históricos que han sido ignorados por la sociedad. Desde una arquitectura sencilla, valores paisajísticos, áreas urbanas y rurales, su gente, arte, monumentos, pintura, tradiciones y formas de vida son parte de la cultura visual de la ciudad. Sin pasar por alto la época prehispánica que recorrió el territorio angeleño que estuvo poblado por las culturas Capulí, Piartal y Tusa, dejando una gran historia.

El GADM-E ha mostrado gran interés en mantener y salvaguardar el patrimonio, se han desarrollado actividades que ayudan a mantener viva una cultura en el sentido de pertenencia, pero con estrategias que hoy en día ya no causan novedad a los ojos del espectador.

Al cambiar constantemente los medios visuales y sus usos, la cultura visual tiene un carácter temporal y variable, es decir no es fija en el tiempo. Se adapta a la época y a las circunstancias.

La ejecución de estrategias para revitalizar esa cultura visual que es de interés para la sociedad actual, porque en si es la identidad del pueblo. Por lo tanto se constituye una herramienta fundamental del círculo publicitario al *Motion Graphics*, mediante este tipo de animación gráfica se pretende llegar a las nuevas generaciones de una manera atractiva, sofisticada y efectiva.

Dentro de la cultura visual de la ciudad existen muchos aspectos que son parte de esta cultura entre ellos sobresale el tema del patrimonio turístico el que viene siendo la presentación de la ciudad, sin pasar por alto el artes, los monumentos, etc. Pero la pregunta es cómo mostrar esta gran riqueza cultural a las nuevas generaciones para su revitalización, de manera que sea una información mostrada de forma novedosa y que vaya a la par con la tecnología.

1.5.1 Características de la cultura visual actual.

Actualmente la humanidad se halla inmersa en una sociedad con una cultura basada en cambios acelerados que ahora poco tiene que ver con la de hace algunos años atrás, se ha ido observando un desarrollo demasiado veloz en el pueblo angeleño que ha impedido se logre integrar adecuadamente la cultura visual que tenemos en nuestro alrededor la que siempre ha estado presente en el medio pero no ha sido explotada adecuadamente provocando que las nuevas generaciones adquieran nuevos estilos de vida y distintas mentalidades.

Las transformaciones que ha sufrido la cultura visual llevan parejo, la falta de un análisis y una reflexión crítica de sus verdaderas posibilidades, limitaciones e impactos. Sin embargo el rasgo primordial de este cambio acelerado de cultura y el que nos interesa es el enorme avance tecnológico, el que ha posibilitado un gran despliegue de medios de información.

Cole (2003) afirma: “Los ambientes socioculturales de los pueblos se van separando cada vez con el paso del tiempo” (p.31).

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Método Inductivo

Este método es aplicado cuando se procesa y se analiza datos desde un caso particular, para luego llegar a generalidades.

2.2 Método Descriptivo

Consiste en llegar a tener conocimiento sobre las situaciones, costumbres y actitudes predominantes mediante la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen la información para luego analizar los resultados de manera que contribuyan al conocimiento.

2.3 Técnicas de investigación

2.3.1 Encuesta

Este instrumento metodológico fue utilizado como fuente primaria, que respaldó a los temas tratados. La construcción del instrumento fue guiada de manera cerrada, con ítems estructurados, generando sistemas de categorías. Esta investigación se realizó cuantitativamente para buscar, describir y explicar características generales de la Cultura Visual de El Ángel y la forma en que será mostrada a las personas. Esto nos permitirá obtener información importante del pensamiento que tiene cada persona con respecto a esta temática.

2.3.2 Observación de campo

Aplicando este procedimiento en distintos momentos de la investigación más compleja, en su etapa inicial se usa en el diagnóstico del problema a investigar y es de gran utilidad en el diseño de la investigación.

2.3.3 Entrevista

Utilizada para generar una comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio con el objetivo de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema planteado. Es considerado como uno de los métodos más eficaces a comparación con la encuesta porque permite obtener información más completa. Mediante ella el investigador puede justificar el propósito del estudio de manera clara con una información más completa.

Se utiliza un tipo de entrevista estructurada ya que se plantean preguntas en un orden. Tiene ventajas como asegurar la elaboración uniforme de las preguntas para los que van a responder.

2.4 Población y muestra

2.4.1 Población

La población son los 4.497 habitantes de la ciudad de El Ángel (INEC, 2010).

2.4.2 Muestra

Se tomó en cuenta a personas de 17 años en adelante tanto de género masculino como femenino, considerando que esta población tiene idea de lo que trata el tema propuesto y pueden aportar de mejor manera a los cuestionarios planteados.

Se aplicó la siguiente fórmula para obtener la muestra, donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

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

$$n = 2321$$

$$0.05_2 (2321 - 1) + 1$$

$$n = 2321$$

$$0.0025 (2320) + 1$$

$$n = 2321$$

$$5,8 + 1$$

$$n = 2321$$

$$6,8$$

$$\text{Total} = 340$$

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1 Tabulación de la encuestas

Pregunta N° 1

¿Qué elementos de la cultura visual de la ciudad de El Ángel piensa que son más importantes?

Tabla 2 Tabulación encuesta pregunta 1

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA |
|-------------------------------|------------|
| Sitios turísticos | 157 |
| Monumentos | 47 |
| Artesanos | 38 |
| Iglesia y parques | 29 |
| Artes | 31 |
| Museo Arqueológico Blas Ángel | 38 |
| TOTAL | 340 |

Elaborado por: el autor 2017

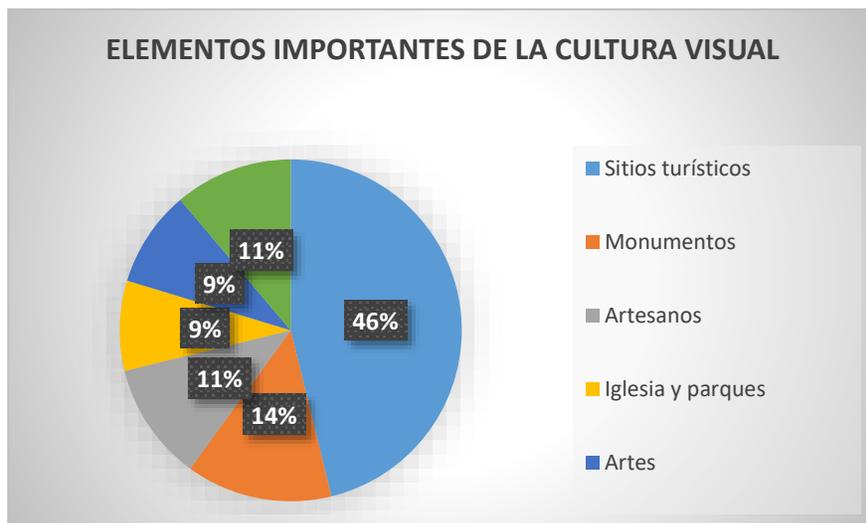


Figura 2. Tabulación de la encuesta pregunta 1

Elaborado por: el autor 2017

La mayoría de la población encuestada considera que los Sitios Turísticos son uno de los elementos más importantes de la Cultura Visual de la Ciudad. Mediante este análisis se llega a considerar al turismo como uno de los elementos que aportan al desarrollo de la economía de la ciudad, seguidamente de los Artesanos siendo parte fundamental para la elaboración y conservación de identidad cultural.

Pregunta N° 2

En escala del 1 al 5 califique la importancia que se le ha dado a la Cultura Visual de la ciudad durante los últimos años. Siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta.

Tabla 3
Tabulación encuesta pregunta 2

| Alternativa | Frecuencia |
|--------------|------------|
| 1 | 15 |
| 2 | 72 |
| 3 | 174 |
| 4 | 65 |
| 5 | 14 |
| TOTAL | 340 |

Elaborado por: el autor 2017

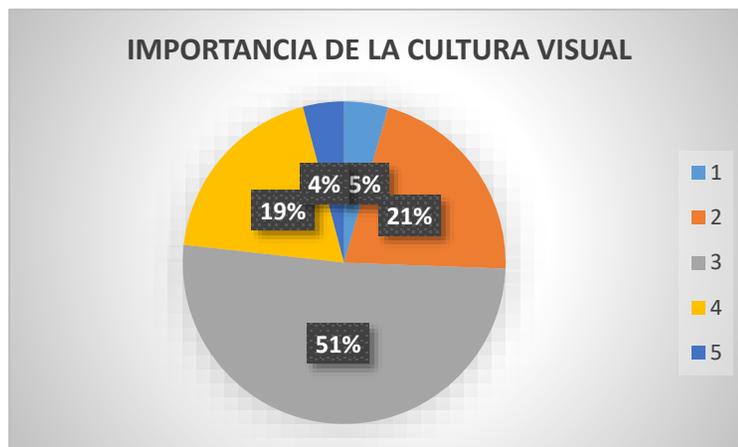


Figura 3. Tabulación de la encuesta pregunta 2

Elaborado por: el autor 2017

De acuerdo al criterio de valoración de la Cultura Visual, se considera que se encuentra en un nivel 3 de la escala del 1 al 5. Mediante esta valoración se muestra que la importancia que se ha dado a la Cultura Visual ha sido intermedia por lo que la revitalización de la Cultura Visual es viable para alcanzar un nivel más de importancia.

Pregunta N° 3

¿En qué nivel considera usted que ha sido explotada la Cultura Visual?

Tabla 4
Tabulación de la encuesta pregunta 3

| Alternativa | Frecuencia |
|--------------|------------|
| ALTO | 18 |
| MEDIO | 149 |
| BAJO | 146 |
| NADA | 27 |
| TOTAL | 340 |

Elaborado por: el autor 2017



Figura 4. Tabulación de la encuesta pregunta 3

Elaborado por: el autor 2017

Hasta la actualidad la Cultura Visual ha sido mostrada de una manera poco llamativa siendo la causa por la que las nuevas generaciones no son persuadidas. Lo que indica que la explotación de

la Cultura Visual no ha llegado a un nivel alto siendo viable la aplicación de *motion graphics* en la revitalización de la Cultura Visual.

Pregunta N° 4

¿Cuál es el nivel de conocimiento de las nuevas generaciones sobre la Cultura Visual de la ciudad de El Ángel?

Tabla 5
Tabulación de la encuesta pregunta 4

| Alternativa | Frecuencia |
|-------------|------------|
| ALTO | 18 |
| MEDIO | 158 |
| BAJO | 152 |
| NADA | 12 |
| TOTAL | 340 |

Elaborado por: el autor 2017



Figura 5. Tabulación de la encuesta pregunta 4

Elaborado por: el autor 2017

Con el pasar del tiempo las generaciones se han ido adaptando a otras culturas y se han olvidado y otros casos no conocer la cultura del pueblo del que son parte. El nivel de conocimiento de las nuevas generaciones con respecto a la Cultura Visual de El Ángel esta entre media y baja debido a la baja explotación de la misma por lo que es necesario adaptar al panorama una difusión de contenidos.

Pregunta N° 5

Indique según considere ¿En qué grado se ha valorizado la identidad cultural de El Ángel?

Tabla 6
Tabulación de la encuesta pregunta 5

| Alternativa | Frecuencia |
|--------------|------------|
| ALTO | 19 |
| MEDIO | 146 |
| BAJO | 143 |
| NADA | 32 |
| TOTAL | 340 |

Elaborado por: el autor 2017



Figura 6. Tabulación de la encuesta pregunta 5

Elaborado por: el autor 2017

La identidad cultural y por ende la Cultura Visual ha sido siempre parte del pueblo, pero debido a factores externos no ha sido valorizada como debería ser. Según lo considerado el grado de valorización esta entre medio y bajo, con lo que genera una perspectiva para aplicar a la revitalización.

Pregunta N° 6

¿Cuál es el medio de comunicación al que le dedica mayor tiempo de uso?

Tabla 7
Tabulación de la encuesta pregunta 6

| Alternativa | Frecuencia |
|-----------------|------------|
| INTERNET | 267 |
| MEDIOS IMPRESOS | 25 |
| RADIO | 21 |
| TV | 27 |
| TOTAL | 340 |

Elaborado por: el autor 2017

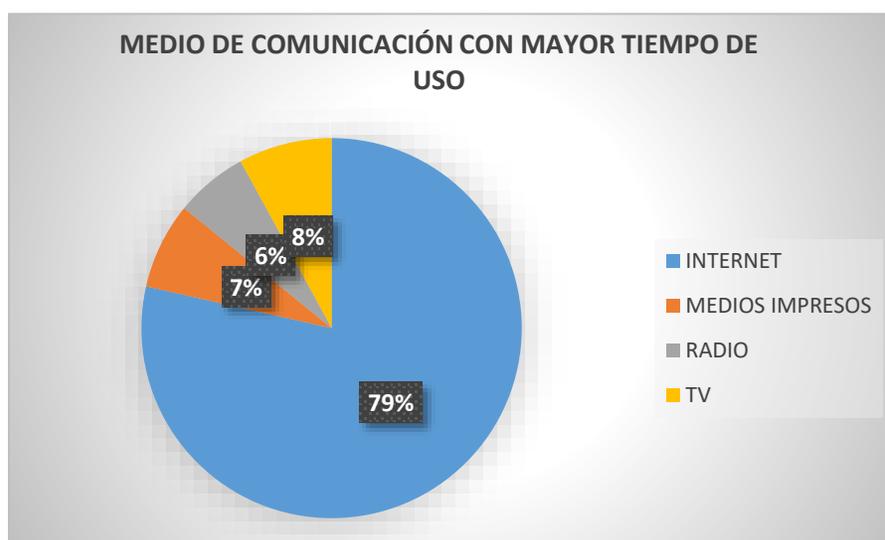


Figura 7. Tabulación de la encuesta pregunta 6

Elaborado por: el autor 2017

El internet es una de las herramientas que hoy en día se ha vuelto la más utilizada, dejando claro que los medios digitales forman parte de las estrategias de marketing, por la acogida que tienen. El mayor porcentaje de personas utilizan el internet más que otros medios de comunicación dejando a un lado los medios masivos.

Pregunta N° 7

¿Cuánto tiempo dedicaría para revisar animaciones en medios interactivos sobre la Cultura Visual de El Ángel?

Tabla 8
Tabulación de la encuesta pregunta 7

| Alternativa | Frecuencia |
|-----------------|------------|
| Menos de 1 hora | 172 |
| De 1 a 2 horas | 138 |
| 3 horas o más | 12 |
| Nada | 18 |
| TOTAL | 340 |

Elaborado por: el autor 2017

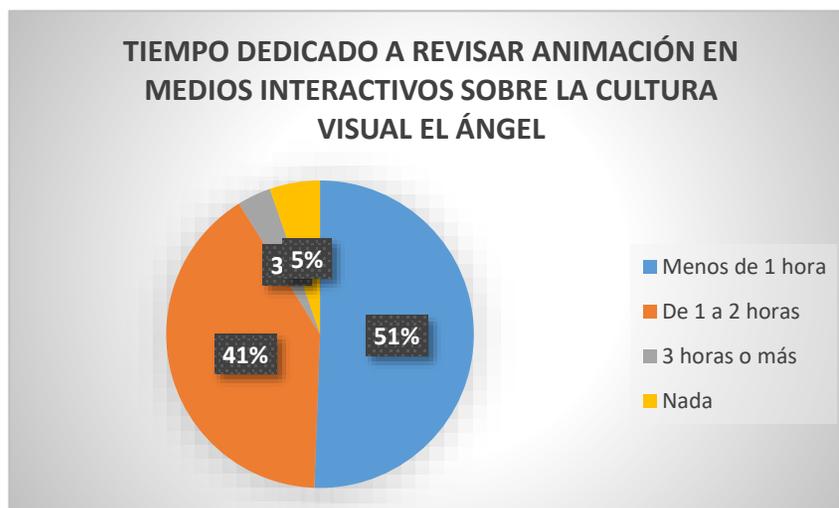


Figura 8. Tabulación de la encuesta pregunta 7

Elaborado por: el autor 2017

Los resultados de esta pregunta permiten conocer el tiempo que las personas dedicarían a observar contenidos visuales en medios interactivos con relación a la revitalización de la Cultura Visual. El tiempo que puede durar un contenido visual puede llegar hasta una hora por lo que debe ser rápido y claro el mensaje, por lo tanto el tiempo que dedicarían las personas a revisar publicaciones basadas en la revitalización es la adecuada seguida de la opción de tiempo de 1 a 2 horas.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Luego de haber realizado la tabulación de las encuestas realizadas a la muestra poblacional, se ha determinado que la Cultura Visual es importante para la ciudadanía por lo que es la identidad del pueblo, sin embargo no se ha explotado de manera que vaya acorde con la actualidad.

3.2 Análisis de las entrevistas a expertos en el tema “Cultura Visual”

1. ¿Cuál cree usted que es el elemento más representativo de la cultura visual de El Ángel?

Tabla 9
Tabulación de la entrevista pregunta 1

| ENTREVISTA | RESPUESTA | ANÁLISIS |
|--|--|--|
| Licenciado Antonio Ibarra – Jefe del departamento de Turismo del GADM-E. Escritor angeleño | “Hay diferentes elementos importantes por ejemplo el patrimonio prehispánico la que se fue desarrollando hace 6000 mil años a.C y dentro de la | Existen diversos elementos importantes que son partes de la Cultura Visual de la ciudad de El Ángel entre los que se |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>cultura tenemos la cerámica de los Pastos, los tejidos la gastronomía. En segundo punto tenemos un escenario turístico que está dentro de la cultura de nuestra ciudad además lo artesanal es otro elemento importante que ha sido parte de un proceso evolutivo referente a los diseños característicos de la zona, al inicio fueron de tela de bayeta y han ido sufriendo cambios día a día.</p> | <p>consideran son la cultura Pasto, el turismo, artesanías y en general todo lo que ha venido siendo la historia de la ciudad.</p> |
| <p>Licenciado Alirio Ibarra – Guía turístico – I tur El Ángel – Espejo</p> | <p>Tenemos algunos elementos que son parte de nuestra tierra pero principalmente sobresale el Turismo, el que ha venido siendo una fuente de ingresos para algunas personas. Pero actualmente para las generaciones actuales hablar de turismo es solamente un</p> | <p>El turismo es uno de los elementos más importantes de nuestro pueblo, siendo una de las fuentes de ingreso para familias angeleñas, pero es necesario la fomentación del mismo ya que en la actualidad no tiene la valoración correspondiente</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>sentido poético ya que por falta de conocimiento de su identidad cultura y visual ellos no valoran porque la información recibida no es suficiente o no se sienten a gusto con lo que ellos reciben”.-</p> | <p>por parte de nuevas generaciones por lo que es necesario se realice la revitalización de la cultura visual de la ciudad de El Ángel.</p> |
| <p>Licenciado – German Bracho – Guía de Museo Arqueológico “Blas Ángel”</p> | <p>En nuestra ciudad existen muchos elementos que han venido siendo la identidad del pueblo, principalmente ha sobresalido y es más conocido la cultura Pasto, que desde hace muchos años han formado parte de la identidad cultural de los angeleños, sin embargo hay elementos como el turismo, las artesanías elaboradas por manos de mujeres y hombres y como no decir la gastronomía la música y gente que bien son parte de una cultura visual que</p> | <p>Elementos como el turismo, la cultura Pasto, la artesanía han sido parte de una identidad cultural la que se ha ido desarrollando y evolucionando con el pasar del tiempo, de tal forma que es necesario mantener o mejorar en algunas situaciones el sentido de pertenencia principalmente en jóvenes.</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | poco a poco ha ido desarrollándose de manera que va evolucionando. | |
|--|--|--|

Elaborado por: el autor 2017

2. ¿Porque considera que el elemento antes mencionado es el más representativo?

Tabla
Tabulación de la entrevista pregunta 2

10

| ENTREVISTA | RESPUESTA | ANÁLISIS |
|--|--|--|
| Licenciado Antonio Ibarra – jefe del departamento de Turismo del GADM-E. | “Son los más relevantes porque son representativos de la zona y hemos podido visualizar y es necesario de que ciertos elementos identitarios sean fortalecidos y me parece muy positivo dentro de ese aspecto, pero debemos tener como base la parte identitaria”. | Dentro de muchos elementos que son representativos de la ciudad de El Ángel, se ha considerado tres elementos los que forman parte de la identidad del pueblo. |
| Licenciado Alirio Ibarra – Guía turístico – I tur El Ángel – Espejo | “Es importante porque han sido siempre la base fundamental de la cultura visual, es representativo para el grupo de personas que lo conocen pero el otro grupo | Al de tener una cultura visual es tener una identidad, pero cierto grupo de personas lo han ido desvalorizando por lo que es necesario hablar de estrategias para una revitalización de la |

| | | |
|---|---|---|
| | <p>que no conocen a fondo para lo cual debería aplicarse estrategias que permitan llegar a ese punto de hacernos sentir identificados con dichos elementos”.</p> | <p>cultura y ser aplicada en cierto grupo.</p> |
| <p>Licenciado – Germán Bracho – Guía de Museo Arqueológico “Blas Ángel”</p> | <p>Al mencionar como uno de los elementos más importantes de la ciudad de El Ángel a la cultura Pasto como identidad de nuestro pueblo estamos hablando de que tenemos una historia y muy trascendental que con el paso del tiempo ha ido perdiendo su valiosa importancia ya que la gente hoy en día se adueña de culturas que no les pertenece y lo nuestro está quedándose a un lado. Al igual que el Turismo la cultura propia de nuestro pueblo como es la</p> | <p>Al tener una historia como pueblo, es importante considerar que debe ser recordada de alguna manera y más aún en la actualidad motivo por el cual los jóvenes han ido creciendo en un medio en donde todo va evolucionando y van perdiendo muchas costumbres las que a su vez son de gran importancia para el desarrollo de su pueblo.</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | música la gastronomía la artesanía que también es importante como cultura visual. | |
|--|---|--|

Elaborado por: el autor 2017

3. ¿Cree usted que la sociedad conoce las riquezas que posee la cultura visual de El Ángel?

Tabla

11

Tabulación de la entrevista pregunta 3

| ENTREVISTA | RESPUESTA | ANÁLISIS |
|--|--|---|
| Licenciado Antonio Ibarra – jefe del departamento de Turismo del GADM-E. | “Se ha realizado las socializaciones respectivas de parte del departamento ITur a Instituciones especialmente acerca de los atractivos turísticos lo más relevante es la Reserva Ecológica “El Ángel”, el mismo que es el elemento capital dentro de la parte turística. La gastronomía es otro elemento relevante y los tejidos elaborados por los artesanos también son considerados como una de | La sociedad conoce las riquezas ya sea a fondo o en otros casos escasamente pero el punto importante es que sean conocidas y valorizadas, principalmente como ciudadanos angeleños deberían empoderarse y adquirir un sentido de pertenencia con la identidad que poseen. |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>las riquezas que posee la cultura visual de nuestra ciudad. No hay que dejar pasar la parte arquitectónica por ejemplo las casas de tipo neo republicano, monumento y parques. Pero no ha sido suficiente para lograr que la sociedad conozca las riquezas que posee nuestra ciudad debería promocionarse de manera que las nuevas generaciones sean parte de esto”.</p> | |
| <p>Licenciado Alirio Ibarra – Guía turístico – I tur El Ángel – Espejo</p> | <p>“La sociedad no tiene el conocimiento adecuado de nuestra cultura visual ya que si las conociera las utilizaría como su identificación, entonces para tener una idea más clara de la cultura visual que tenemos en nuestra</p> | <p>Al hablar de una cultura visual estamos tratando de explicar que ver no es creer sino interpretar, de manera que se tenga un conocimiento adecuado de lo que se muestra visualmente. Por lo que es necesario informar al público de manera más clara</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | ciudad es diversificar el concepto en el hecho”. | el contenido de una cultura visual y la importancia de la misma. |
| Licenciado – German Bracho – Guía de Museo Arqueológico “Blas Ángel” | “En gran parte el público que conoce sobre lo cultural son personas adultas que han vivido desde hace años atrás una cultura establecida en la ciudad, pero si hablamos del publico de hoy en día es diferente porque el pensamiento de los más jóvenes ha ido en cambio conjuntamente con el tiempo, adoptando otros pensamientos que poco a poco han ido alejándolos del conocimiento adecuado con respecto a su ciudad”. | La revitalización de la cultura visual de la ciudad de El Ángel, se debe realizar de manera que el público sea persuadido por el mensaje y actué de manera que se sienta identificado con esta cultura. |

Elaborado por: el autor 2017

4. ¿Cree usted que el medio de comunicación más conveniente para la difusión de contenidos visuales hoy en día es en internet?

| ENTREVISTA | RESPUESTA | ANÁLISIS |
|---|---|---|
| Licenciado Antonio Ibarra – jefe del departamento de Turismo dl GADM-E. | La preservación y el mantenimiento y la difusión del patrimonio de la cultura es el objetivo principal como departamento de I tur. El internet es uno de los medios de comunicación actualmente más utilizado pero también hay medios como la prensa la TV, todo medio es adecuado pero en la sociedad actual el internet sobresale y es conveniente para llegar a público joven principalmente”. | Existen diversos medos de comunicación pero actualmente el internet se ha vuelto el medio de comunicación masiva y alternativa ya que nos permite la interacción grupal en la que el usuario obtiene información acerca de todo lo que nos rodea. |
| Licenciado Alirio Ibarra – Guía turístico – I tur El Ángel – Espejo | “Al momento de utilizar adecuadamente esta herramienta si será un medio adecuado para la difusión de mensajes, pero primero se debería empezar | La información ser comunicada debe ser lo más clara y llamativa de tal manera que el público observe y entienda el mensaje que será transmitido |

| | | |
|---|---|---|
| | <p>concientizando a las personas a la correcta utilización por ejemplo de las redes sociales y concentrarse en observar información que les ayudaría. Además depende de la manera en la que se va a comunicar información en el internet, de manera que esta información sea de interés, novedosas para el público objetivo”.</p> | <p>y cumpla con el objetivo de persuadir.</p> |
| <p>Licenciado – German Bracho – Guía de Museo Arqueológico “Blas Ángel”</p> | <p>“Actualmente el internet nos da la facilidad de encontrar mucha información de todo tipo, pero depende como se maneje la información que se va a comunicar en el internet para que sea entendida por las personas”.</p> | <p>Es importante saber manejar en contenido a ser publicado en internet ya que de esto depende que el mensaje haya sido entendido o no haya cumplido con el objetivo.</p> |

Elaborado por: el autor 2017

5. ¿Cree usted que la animación digital es el medio adecuado para conseguir el objetivo propuesto?

Tabla
Tabulación de la entrevista pregunta 5

13

| ENTREVISTA | RESPUESTA | ANÁLISIS |
|---|---|---|
| Licenciado Antonio Ibarra – jefe del departamento de Turismo dl GADM-E. | “Pienso que es importante y posicionar sería desde la parte de conciencia e integralidad de parte de todos los habitantes y mostrar que lo que tenemos como cultura visual será un patrimonio para las nuevas generaciones e ir fortaleciendo mediante la difusión de manera novedosa y llamativa. Si existe un patrimonio cultural todos estamos en la obligación de conocerlo y así será más relevante para las personas que nos visitan de todas partes del mundo y vean que son espacios únicos”. | Al utilizar la animación digital como la forma de comunicar algo es trabajar en producciones audiovisuales con el objetivo de generar un impacto social y dejar una huella positiva del mensaje que se transmite. |

| | | |
|---|--|---|
| <p>Licenciado Alirio Ibarra – Guía turístico – I tur El Ángel – Espejo</p> | <p>“Mi punto de vista ante esta estrategia para comunicar es interesante porque me parece que está manejándose de acuerdo al entorno actual y si el objetivo es llegar a público joven o público que se encuentra actualizado en cuanto a lo tecnológico sería una opción adecuada, lograr llegar con el mensaje de una manera rápida sencilla y fuera de lo que comúnmente se realiza”.</p> | <p>Salir de lo común es importante ya que para comunicar algo se utiliza material publicitario típico y en algunas ocasiones no está ligada al público objetivo por lo que el mensaje no llega.</p> |
| <p>Licenciado – German Bracho – Guía de Museo Arqueológico “Blas Ángel”</p> | <p>“Me parece que la animación digital hoy en día es una herramienta que va con el avance de la tecnología, además es interesante porque la información que se presenta es diferente y más llamativa, creo que para la gente jóvenes está bien</p> | <p>Al utilizar la animación digital como herramienta para la comunicación de mensajes estamos brindando la oportunidad de explicar ideas complejas de una manera sencilla, clara y entendible.</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | porque ellos son los que más interactúan en el internet”. | |
|--|---|--|

Elaborado por: el autor 2017

3.2.1 Conclusiones

- La ciudad de El Ángel se ha caracterizado principalmente por su actividad turística, sin embargo, es necesario brindar la importancia a los elementos que pertenecen a la cultura visual de la ciudad de manera que vayan a la par con la tecnología que actualmente disponemos.
- La utilización de recursos como la infografía y la animación digital en la revitalización de la cultura visual de la ciudad permiten la visualización de información, al mostrarse en movimiento genera una dinámica visual que muestra la información más atractiva para el público objetivo.
- La valoración de la cultura visual en la ciudadanía es escasa, en su mayoría se debe a la falta de comunicación. Por ello, será mostrada de manera atractiva y diferente a la que se ha venido observando.
- Actualmente, la tecnología juega un papel importante en la comunicación, por esta razón, la información que vaya dirigida al público joven, debe estar sujeta a las nuevas herramientas digitales, manteniendo su esencia y respetando el contexto.

3.2.2 Recomendaciones

- La tecnología cada día avanza, para difundir este tipo de información debe ser aplicada de acuerdo a las herramientas actuales que estén a disposición, de esta manera se cumplirá con los objetivos propuestos.

- Los temas encaminados a la revitalización de cultura de un pueblo deben tener más apoyo e importancia, el ciudadano debe tener sentido de pertenencia. Para llegar a ese objetivo, la información debe ser difundida de acuerdo a diferentes aspectos.
- El correcto uso de las nuevas tecnologías hacen que información sea mostrada de manera más atractiva e innovadora, por lo que es importante hacer buen uso de herramientas tecnológicas, de forma que sea una forma de aprender nuevas cosas con la aplicación de la creatividad.

CAPITULO IV

4. PROPUESTA ALTERNATIVA

4.1 Título de la Propuesta

Motion graphics infográfico aplicado a la revitalización de la cultura visual de la ciudad de El Ángel.

4.2 Justificación

El desarrollar una propuesta con elementos de diseño publicitario, permitirá la revitalización de la Cultura Visual de la ciudad de El Ángel, la que actualmente se encuentra en un entorno en el que la gente no se siente identificada y no reconoce la importancia que tiene la cultura visual, esta cultura ha ido cambiando poco a poco con el pasar del tiempo, hasta llegar a un punto en el que las nuevas generaciones desconocen los elementos más sobresalientes de la ciudad de El Ángel.

Es de gran importancia que la cultura visual sea difundida de una u otra manera, es por esto que se ha buscado una estrategia con la que se pueda llegar a transmitir mensajes de acuerdo al entorno en el que nos encontramos. La tecnología, ha sido una de las herramientas más utilizadas actualmente para la difusión de contenidos con mensajes que permitan la ejecución del objetivo planteado.

La propuesta, tiene como finalidad promover la revitalización de la cultura visual y fortalecer la identidad cultural en la población angeleña, especialmente en las nuevas generaciones, por lo tanto, el contenido de los mensajes publicitarios será educativo, estrategia que se propone con la finalidad de propiciar conocimientos en la población, creando conciencia sobre la necesidad de cambiar la actitud con respecto a la cultura visual que existe en la ciudad de El Ángel.

4.3 Fundamentación teórica

Actualmente las imágenes son las de mayor influencia en la comunicación, pasando por alto que son parte de la cotidianidad de los seres humanos ya que desde muchos años atrás han sido utilizadas como una forma de comunicación.

La infografía, al ser una técnica de mostrar información de una manera de presentación diagramática de datos, ha sido aplicada para la elaboración de elementos gráficos, partiendo de la recolección de los más importantes para la ciudad de El Ángel.

Las infografías al presentarlas de manera estática no tienen el mismo valor de captación por el espectador que una infografía en movimiento. Es decir, para obtener la atención y que los mensajes lleguen a la mente del público objetivo, es necesario realizar la aplicación de *Motion Graphics* o también conocida como gráficas en movimiento, el que nos permite el diseño de elementos visuales y sonoros que de esta forma permitirá comunicar el mensaje ya de una manera en la que se determina secuencias en el tiempo, en el sistema comunicacional llamado diseño audiovisual.

Al ser la parte principal del paisaje audiovisual en conjunto con la integración de las tecnologías, además su evolución en el contexto de la era de la información y la necesidad de comunicar de manera efectiva se ha determinado como la forma de persuadir al público objetivo con la presentación de animaciones digitales con sentido altamente creativo y a la vez que contengan elementos que permitan visualizar un producto atractivo en cuanto a comunicación y a nivel de persuasión en la gente ya que los recursos gráficos utilizados permiten generar narrativas y estéticas novedosas para los espectadores saliendo de las cotidianas formas de mostrar información.

4.4 Objetivos

4.4.1 Objetivo General

Realizar piezas de *Motion Graphics* Infográfico para socializar la cultura visual de la ciudad de El Ángel.

4.4.2 Objetivos Específicos

- Recabar información sobre la cultura visual de la ciudad de El Ángel.
- Estructurar los dos elementos más relevantes de la cultura visual de la ciudad de El Ángel.
- Desarrollar las piezas *Motion Graphics* con infografías partiendo de la información de la cultura visual de la ciudad de El Ángel.
- Mostrar los resultados a través de una campaña mediante el uso especialmente de redes sociales.

4.5 Ubicación sectorial y física

MACRO

País: Ecuador

Región: Sierra Norte

Provincia: Carchi

4.6 IMPACTOS

Cultural

- Refuerzo a la cultura visual de la ciudad y de las tradiciones, patrimonio y costumbres.
- Valoración arqueológica y a monumentos culturales de actitudes de la gente de años pasados que aún mantienen y conocen una cultura visual.

Social

- Revitalización de identidad en la ciudadanía angeleña.
- Conservación del patrimonio cultural.
- La investigación y educación asociada al turismo, artesanal, identidad cultural y como ciudad en general.

Educativo

- Enseñanza y socialización de temas referentes a los elementos más relevantes de la cultura visual de la ciudad El Ángel.
- Generación de nuevas ideas y empoderamiento de la cultura que les pertenece.

Turístico

- Conservación de patrimonio, recursos naturales, productos artesanales y arqueología.
- Aumento de la afluencia de personas propias y extrañas a los distintos lugares de la ciudad.
- Generación de acciones que conlleven al mejoramiento de aspectos relacionados con los elementos que conforman la cultura visual de la ciudad.

Económico

- La generación de empleo tanto principal como secundario de manera que el crecimiento económico vaya en desarrollo de la ciudad.

4.7 Plan Estratégico

Tabla 14
Planificación

| DURACIÓN | MES 1 | | | | MES 2 | | | | MES 3 | | | | MES 4 | | | | MES 5 | | | | MES 5 | | | | | | | |
|-----------------------------------|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|----|----|----|-------|----|----|----|-------|----|----|----|-------|----|----|----|--|--|--|--|
| TAREAS/PROCESOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | | | | |
| Recolección de información | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Proceso Creativo | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ideas | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nombre del Proyecto | █ | | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño de identidad visual-marca | | | █ | | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Guión literario | | | | █ | | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Story Board | | | | | █ | | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Guión Técnico | | | | | | █ | | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Proceso Producción | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fichas de personajes | | | | | | | | | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño de personajes | | | | | | | | █ | | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ilustración de personajes | | | | | | | | | | █ | | █ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño de infografías | | | | | | | | | | | █ | | █ | | | | | | | | | | | | | | | |
| Animación | | | | | | | | | | | | █ | | | | █ | | | | | | | | | | | | |
| Edición | | | | | | | | | | | | | | | | | █ | | █ | | | | | | | | | |
| Musicalización | | | | | | | | | | | | | | | | | | █ | | █ | | | | | | | | |
| Postproducción | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Redes sociales | | | | | | | | | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Promoción | | | | | | | | | | | | | | | | | | █ | | | | | | | | | | |
| Exhibición | █ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Elaborado por: el autor 2017

4.8 Recopilación de información

Mediante la investigación realizada se procedió a la recopilación de información necesaria para tener conocimiento acerca de los elementos que forman parte de la cultura visual de la ciudad de El Ángel. La investigación principalmente fue basada en técnicas de investigación como la encuesta, la entrevista y la recolección de datos mediante fotografías, relatos, etc.

Tabla 15
Matriz de elementos de la cultura visual El Ángel.

| ELEMENTO CULTURA VISUAL | DESCRIPCIÓN | MUESTRA |
|--------------------------------|--|--|
| Monumento Botijuela | Elementos representante de la cultura visual de la ciudad. Se caracterizan por su elegancia y por la decoración que representa la vida del pueblo antiguo. Ubicados dentro de la zona urbana de la ciudad cada uno |  <p data-bbox="1073 1058 1403 1087"><i>Figura 11. Monumento Botijuela</i></p> |
| Monumento a nuevo milenio | construido con un significado y objetivo, la de representar un pueblo con historia y con futuro del que sabemos de dónde venimos y a dónde vamos. |  <p data-bbox="1045 1415 1424 1444"><i>Figura 12. Monumento nuevo milenio</i></p> |
| Monumento Vasija de barro | |  <p data-bbox="1036 1793 1419 1822"><i>Figura 13. Monumento vasija de barro</i></p> |

| | | |
|--|--|--|
| <p>Turismo Reserva Ecológica “El Ángel”</p> <p>Bosque El Polylepis</p> | <p>Al ser una ciudad privilegiada de tener atractivos turísticos de gran variedad en fauna y flora es uno de los principales representantes de la zona por su herencia cultural formando una comunidad con posibilidades de crecimiento a futuro. Sus principales sitios son la Reserva Ecológica El Ángel y Bosque Polylepis al ser calificados como primarios y milenarios en el mundo. Los habitantes de la ciudad deberían tener conocimiento sobre los sitios pertenecientes a la cultura, generando un sentido de pertenencia más profundo en cada uno de ellos.</p> |  <p><i>Figura 14.</i> Reserva Ecológica El Ángel</p>  <p><i>Figura 15.</i> Bosque Polylepis</p> |
|--|--|--|

Artesanos – Paja
de páramo.

Artesanos –
Pastoñan

Mujeres representantes de las asociaciones de artesanos de la ciudad, trabajan día a día para mejorar la calidad de vida, sus productos son comercializados principalmente a los turistas que al observar los trabajos quedan fascinados. Pero eso es una parte en cuanto a lo que comúnmente se observa y se dice, sin saber que son parte de la cultura visual de la ciudad.

La artesanía expresa y manifiesta la vivificación del pueblo y es considerado como un distintivo visual que es plasmado en diversos motivos, diseños, etc. En la actualidad las artesanías sufren una transformación al ir pasando por un periodo de transformación en referencia a la fabricación manual que pueden cambiar a la implementación de las nuevas tecnologías.



Figura 16. Artesanos – Paja de páramo



Figura 17. Artesanos - Pastoñan



Figura 18. Artesanos – paja de páramo

| | | |
|---|--|---|
| <p>Cultura Ancestral</p> <p>Pastos – Fase Piartal</p> | <p>Uno de los elementos principales es la cultura Pasto que se asentó en la ciudad de El Ángel conocida como fase Piartal. Desde la época de su asentamiento ha sido la identificación del pueblo al contener una historia que ha marcado a la gente como pobladora de la ciudad. Formando parte de la cultura visual, es importante y necesario conservar o revitalizar dicha cultura ancestral. La cultura ancestral Pasto ha sido caracterizada por ser trabajadora la que aún perdura, siendo elemento de gran importancia en la identidad del pueblo. En las investigaciones se ha concluido que el arte encontrado después de su asentamiento en la zona expresaban su estilo de vida de una forma delicada y sensible, llevándonos a un futuro en el que ahora somos de interés nacional.</p> |  <p><i>Figura 19. Pastos fase Piartal</i></p>  <p><i>Figura 20. Pastos fase Piartal - Vasijas</i></p>  <p><i>Figura 21. Pastos fase Piartal - herramientas</i></p> |
|---|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| <p>Gente – Habitantes de la ciudad</p> | <p>La población angeleña es el resultado de la mezcla de pastos y españoles según el último censo del INEC, se caracteriza por ser de personalidad reservada y conservadora, lo que va de la mano con la vestimenta, alimentación que ha sido conservada en parte de los antiguos habitantes además caracteriza la ubicación geográfica de la ciudad. Nuestra singular forma de hablar es otro factor que nos identifica, en su mayoría se auto identifican como mestizos, algo que caracteriza es los apellidos que provienen de los Pastos asentados hace muchos años atrás.</p> |  <p><i>Figura 22. Hombres angeleños</i></p>  <p><i>Figura 23. Mujer angeleña</i></p>  <p><i>Figura 24. Costumbres y tradiciones</i></p> |
| <p>Arquitectura urbana</p> | <p>La arquitectura de las casas de la ciudad es de tipo republicano con la característica única de sus fachadas que se han convertido en un atractivo para los visitantes. Formando parte de la cultura visual de la ciudad es conservado. Actualmente forma parte</p> |  <p><i>Figura 25. Arquitectura urbana</i></p> |

| | | |
|-----------------------|---|---|
| | <p>del patrimonio cultural. La iglesia es una de los principales atractivos arquitectónicos de la ciudad al mostrar un diseño estilo gótico que guarda una gran historia durante el tiempo que tomó construirla.</p> |  <p><i>Figura 26. Arquitectura urbana – iglesia San Miguel de El Ángel</i></p> |
| <p>Arte - Pintura</p> | <p>En la ciudad de El Ángel nació el señor Ángel María Pozo López, quien desde pequeño demostró su interés por la pintura. Tiempo después se convirtió en uno de los mejores artistas plásticos orgullosamente carchense. Realizo muchos retratos entre los que sobresalen los relacionados al tema religioso, paisajes, monumentos. Formando parte de la cultura visual de la ciudad, se ha tratado de rescatar su valioso trabajo realizado en años atrás, de manera que se busca adecuar su antigua vivienda para ser convertido</p> |  <p><i>Figura 27. Casa de Ángel M. Pozo</i></p>  <p><i>Figura 28. Pintura de Ángel M. Pozo</i></p> |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>en un museo en el que se expongan los trabajos del pintor.</p> | |
|--|---|--|

Elaborado por: el autor 2017

La aplicación de la encuesta arrojó los resultados necesarios para proceder a la recopilación de información sobre los elementos más relevantes de la ciudad, como son: monumentos, turismo, artesanías, cultura ancestral, arte, pintura y en general, los datos importantes que guarda la ciudad. La entrevista que fue aplicada a personas que tienen conocimiento en cada uno de los elementos mencionados, colaboró a la aclaración de datos que son de gran valor para continuar con el proceso.

La visita a personas y lugares que son los protagonistas de la existencia de una cultura visual en la ciudad, permitió la experimentación de observar de cerca los elementos que forman parte de esta cultura, expresando su identidad como ciudadanos, indicando que es necesario la difusión de lo que guarda la ciudad y el sentido de valoración y apropiación como gente angeleña, más aun hoy en día para la juventud.

4.9 Estructuración de datos

Los resultados obtenidos después de la aplicación de técnicas de investigación para tener conocimiento acerca de los elementos que más sobresalen como parte de la cultura visual de la ciudad, se consideraron dos elementos los que son: monumentos y sitios turísticos.

Para lo cual se ha considerado tomar de dos elementos un ejemplar, para desde ahí partir realizando las animaciones mediante *Motion Graphics*. A raíz de esto, se procede a la elaboración de piezas graficas que al final arrojarán como resultado las producciones audiovisuales.

4.10 Nombre del proyecto

El Ángel, ama-conoce, resumen de la idea fundamental de la revitalización de la cultura visual de la ciudad El Ángel. Ama, por un lado invita a sentir apropiación, amor por lo que nos pertenece, nos representa y por otro lado para amar algo hay que conocerlo desde las características más básicas hasta llegar a tener ideas claras de lo que se trata.

El nombre de las marcas de las cosas es el mensaje más repetidor de todos, más que los logotipos, los símbolos o los colores. Elegir este concepto, es fundamental y hacer referencia para una fácil recordación y asociación de los receptores (Costa, 2009).

La marca creada, brinda una introducción al tema, lo categoriza e identifica aun sin haber visto la animación *motion graphics*, sintetizando en dos palabras “ama-conoce” la fundamentación de la animación. Aparte de generar una imposición de propuestas o ideales, se está realizando una invitación abierta y clara a la acción.

4.11 Público Objetivo

Este proyecto está dirigido principalmente a jóvenes en etapa escolar, universitaria y profesional y demás público que se encuentre en un rango de edad de 17 a 50 años de edad, con acceso a las tecnologías de la información y comunicación y que muestre una actitud flexible ante el planteamiento de apropiación, amar y conocer lo que es la cultura visual de la ciudad El Ángel.

Los receptores que más se acercan al proyecto tienen algún grado de interés en lo que son las raíces culturales. Al presentar una animación *motion graphics* en redes sociales, permite que sea

visualizada por todo el público objetivo y accedan a él y a sus vínculos el público que no tenga un interés en el tema.

4.12 Diseño de identidad visual

4.12.1 Marca - Imagotipo

Es necesario contar con una marca que funcione como identificación del proyecto como una parte importante, dándole una visualidad que ayuda a una pronta recordación y asociación. Para llegar a su construcción se hicieron algunas pruebas de formas, colores, tipografía, isotipos, hasta llegar a una idea final satisfactoria.

Se requería una imagen que contenga lo que es la cultura visual más no la representación de los elementos que conforman la cultura visual de forma individual, al final se utilizó elementos que están asociados con el estilo deseado.

4.12.2 Imagotipo

Está creado a partir de la creación tipográfica, basándose en el estilo juvenil, colores vivos, llamativos. Su tipografía es de fácil lectura con colores que complementan, muestra dinamismo y juventud. El imagotipo está conformado por tres elementos, siendo dos textos 1(El Ángel), texto 2 (ama conoce) e isotipo que representa los elementos principales de la cultura visual de la ciudad y se ubica en la parte superior central de la tipografía.

La marca será utilizada en forma horizontal sin realizar modificaciones de sus elementos.



Figura 29. Marca El Ángel – cultura visual

4.12.3 Grilla estructural

El imagotipo expone la grilla de construcción, permitiendo mostrar las proporciones utilizadas en su diseño.



Figura 30. Grilla de la marca

4.12.4 Área de seguridad y reducción

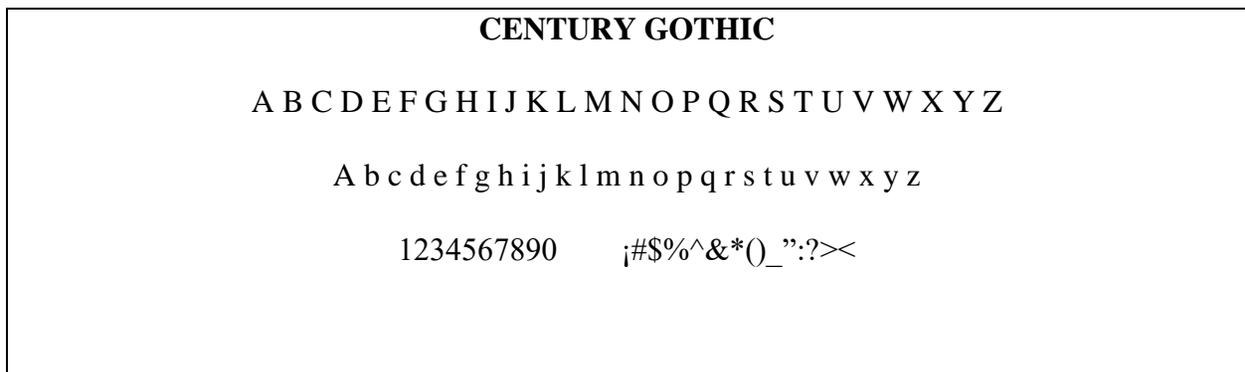
La marca dispone de una grilla constructiva la que permite mantener las proporciones reales del imago tipo.



Figura 31. Área de seguridad y protección

4.12.5 Tipografía

La marca contiene dos tipos de letra, la primera es CENTURY GOTHIC que es aplicada al texto "EL ÁNGEL" y la segunda es PACIFICO REGULAR aplicada a la frase "ama conoce".



| | |
|---|--------------------------------|
| PACIFICO REGULAR | |
| A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z | |
| a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z | |
| 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 | ! # \$ % ^ & * () _ " : ? > < |

4.12.6 Colores

La aplicación de línea cromática se realiza pensando en el público objetivo, en el contenido de las animaciones *motion graphics* y el impacto visual a generar.



Figura 32. Aplicación de colores

PANTONE P 111-7 C



C: 82 M: 29 Y: 0 K: 40
R: 0 G: 100 B: 145

PANTONE P 118 – 14 C



C: 72 M: 0 Y: 11 K: 10
R: 0 G: 171 B: 204

PANTONE P 151-15 C



C: 64 M: 0 Y: 90 K: 13
R: 94 G: 164 B: 62

4.12.7 Isotipo

Al momento de diseñar el isotipo, se utilizó los elementos más sobresalientes de la cultura visual de la ciudad El Ángel, en forma de silueta.



Figura 33. Isotipo de la marca

Al crear una marca para ser utilizada en las animaciones *motion graphics*, se habla de realizar un branding emocional, buscamos establecer un contacto directamente con el receptor. Más que vender un producto, se trata de que el público se encuentre con sentimientos y emociones, conociendo una cultura visual que le pertenece como ciudadano.

Al presentar la marca en los trabajos *motion graphics*, se hará presencia de marca creando un vínculo con el target a través de una experiencia que invoque a las emociones, por ejemplo en un trabajo de *motion graphics* con tema monumentos, tenemos la Botijuela que contiene un sinnúmero de significados que deben ser mostrados de manera que llame la atención, entonces el

público lo observará y sabrá que el la iconografía simboliza la presencia de la cultura Pasto en la fase El Ángel y asociará con los antepasados y generará un sentido de pertenencia y emoción al saber que la ciudad El Ángel tiene un pasado importante.

4.14 Frase comercial

Es necesario establecer una frase que identifique a la ciudad, la misma que se deberá utilizar en cada animación *motion graphics* realizada colocándola al final conjuntamente con la marca y el personaje de cada animación.

Al inicio se establecieron varias ideas de frases pero también se analizó que la frase sería mejor una que ya esté en la mente de los ciudadanos angeleños. El Ángel se caracteriza por tener un clima frío 12°C con una altitud de 3007 m s. n. m. Al tener estas características la frase está establecida como: “Paraíso más cercano al cielo”

4.15 Producción y elaboración de *Motion Graphics*

El proceso creativo fue basado en recursos como:

4.15.1 Línea grafica

Flat Design o Diseño Plano consiste en la elaboración de diseños con escasa decoración con el fin de facilitar la funcionalidad. No presenta texturas, degradados y demás recursos similares es decir se elimina todo elemento que no aporte valor al diseño ni al mensaje que se desea comunicar.

4.15.2 Cromática

El contenido de cada diseño determinará el uso de colores para ser aplicados en las infografías.

Partiendo de la definición de colores monocromáticos los que se derivan de un tono base y el que se va extendiendo debido a la variación de tonalidad de claras a oscuras. Además proporciona una sensación atracción visual.

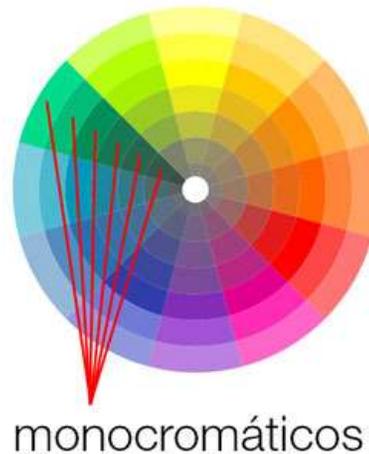


Figura 34. Colores monocromáticos

4.15.3 Tipografía

La tipografía utilizada es sans serif, debido a que va en función de la línea gráfica que va aplicada en el proyecto. La tipografía principalmente asociada a las infografías es ITC Franklin Gothic Std ya que es una tipografía de palo seco, se presta para diseños modernos y lo más importante es legible ante el espectador.



4.15.4 Técnica utilizada en el *motion graphics*

Al utilizarse texto y diseño en algunas de las piezas de infografía y al estar acompañadas de fondos musicales se aplica la técnica denominada como kinetic / graphics que se basa en las infografías con texto es la que más se utiliza actualmente al brindar un refuerzo a la imagen con el texto y sonidos haciendo que el mensaje sea transmitido de la mejor manera.

La técnica a utilizar puede variar dependiendo del contenido de la animación, es decir si el contenido de un trabajo lleva más tipografía que gráficos entonces utilizamos la técnica tipografía kinetica que se refiere a la forma de expresar emociones mediante movimientos que se presentan como animación de palabras de esta manera se convierte en objetos que superan la función de leer. Debe estar ligado con el color, el tamaño, el interletrado e interlineado de cada palabra además es importante considerar el ritmo de la animación a ser presentada. Acompañado de la animación de las palabras es necesario el uso de sonidos y fondos, de esto depende que el mensaje cumpla la función de persuadir. Con la aplicación de todos estos elementos, se obtiene un excelente recurso visual.

4.15.5 Tipo de *Motion Graphics* aplicado

Al existir algunos tipos de *Motion Graphics* para trabajar siendo estos, los logo animados, *Motion Graphics* educativo/explicativo y corporativo, se ha definido como el tipo de *Motion Graphics* educativo/explicativo al momento de trabajar con las animaciones referentes a la cultura visual, debido a que se basa en una forma de explicar o enseñar ideas, hace que un concepto sea explicado de manera más sencilla. Es una de las técnicas más utilizada.

4.16 Trama

Cada una de las animaciones lleva como base una trama en la que se muestra principalmente la enseñanza y la comunicación de manera jovial, motivo por el cual es una forma de persuadir más atractiva y llama la atención del público objetivo al salir de lo que se realiza comúnmente para la difusión de contenidos audiovisuales.

El personaje principal que es un duende llamado *Curupí*, es el que se encarga de la difusión de mensajes y contenidos de una manera en que él es parte de la trama, propone un inicio y es parte durante la duración de la presentación llegando a un final con una especie de solución.

Además se observa en la trama que se está aplicando, la interacción con las demás infografías mostrando una presentación clara y de agrado para el público objetivo.

4.17 Guion Literario

Título: Lugares Turísticos – El Ángel

Descripción del personaje principal

Curupí, el protagonista de la animación, viste con un pantalón corto color rojo marrón, saco azul oscuro, un cinturón, un par de botines negros y un sombrero marrón. Su estatura es pequeña, delgado y siempre muestra una sonrisa es muy amigable y carismático. Le gusta la aventura y es muy misterioso. Le gusta aprender y ama su ciudad, especialmente su bosque. Es el encargado de enseñar muchas cosas acerca de la cultura visual que contiene la ciudad El Ángel.

Escena 1:

Fondo: exterior / ciudad

Música: Fondo de melodía - Italian Afternoon by Twin Musicom

El duende Curupí aparece por la ciudad El Ángel caminando, se muestra feliz. Cuando de pronto aparece un mensaje en una burbuja mencionando: ¿A dónde deseas ir?

Enseguida el personaje principal “curupí” se muestra con un rostro pensativo e imaginándose lugares, y piensa en el bosque polylepis el que es su hábitat. Pero ¿cómo llegar a él?

Escena 2:

Fondo: Color Verde

Música: Fondo de melodía - Italian Afternoon by Twin Musicom

El personaje gira a la derecha y observa cómo va apareciendo un camino el mismo que lo llevará hasta su lugar de destino.

Escena 3:

Fondo: ciudad / camino

El personaje empieza a caminar y mientras lo hace, va apareciendo punteros de ubicación con el nombre de los lugares a visitar al ingresar ahí aparece información relevante del lugar. Realiza el ingreso al lugar y lo explora al terminar su recorrido sale e ingresa de la misma forma al siguiente lugar que se encuentra en el camino.

El duende curupí va observando la información que aparece en cada uno de los lugares y se muestra con rostro feliz de aprender sobre cada lugar.

Escena 4:

Fondo: camino / fondo de color

Música: Fondo de melodía - Italian Afternoon by Twin Musicom

Sigue su camino y aparece el puntero con la parroquia “La Libertad” en la que ingresa primero y se encuentra con la asociación de mujeres tejedoras de artesanías de paja de páramo. Al observar

los objetos de paja que ellas elaboran, decide adquirir un sombrero de paja y enseguida sale del lugar y sigue su camino.

Escena 5:

Fondo: camino / fondo de color

Música: Fondo de melodía - Italian Afternoon by Twin Musicom

Mientras va caminando pasa y aparece un puntero de ubicación que dice: “Reserva Ecológica El Ángel” y al ser tan curioso ingresa a observar, ahí se encuentra con un campo rodeado de la planta endémica “frailejón”. El duende curupí muestra una expresión de sentir frío pero al mismo tiempo está contento de estar en aquel lugar.

Aparece infografías con textos que indica la información sobre el lugar en fondo de color se despliega el siguiente texto:

- Existe 250 especies de plantas
- 16541 hectáreas
- Clima frío
- Variedad en fauna

Escena 6:

Fondo: camino / fondo de color

Música: Fondo de melodía - Italian Afternoon by Twin Musicom

Sigue su camino y aparece en el camino el puntero de ubicación el Bosque Polylepis, y se muestra feliz al ver que su recorrido ha finalizado. Ingresa al bosque y se muestra rodeado de árboles y enseguida aparece infografía con la siguiente información del lugar:

- Extensión 12 has.
- 40 árboles en 500m²

- A 22 km de la ciudad El Ángel

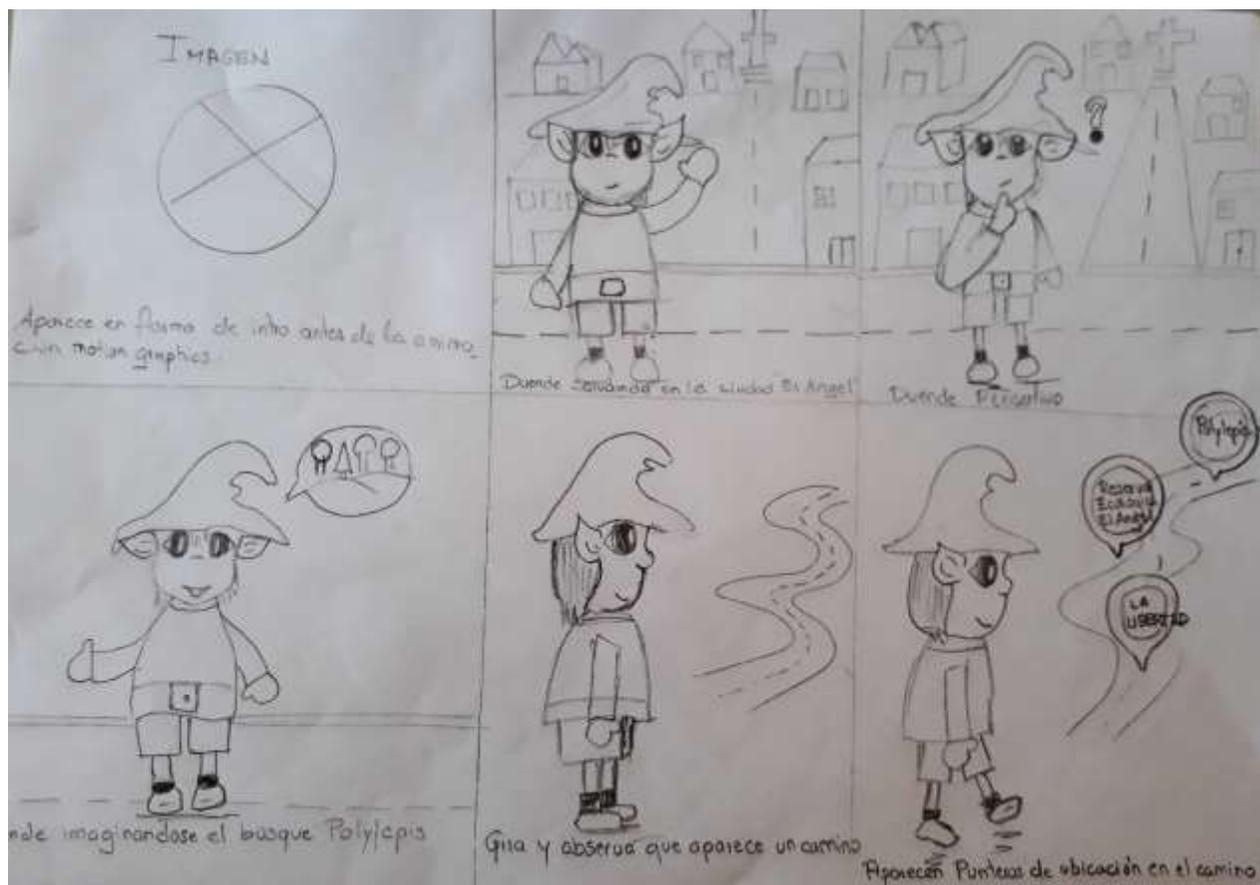
Después que aparece la información se muestra feliz y se despide.

Escena 7:

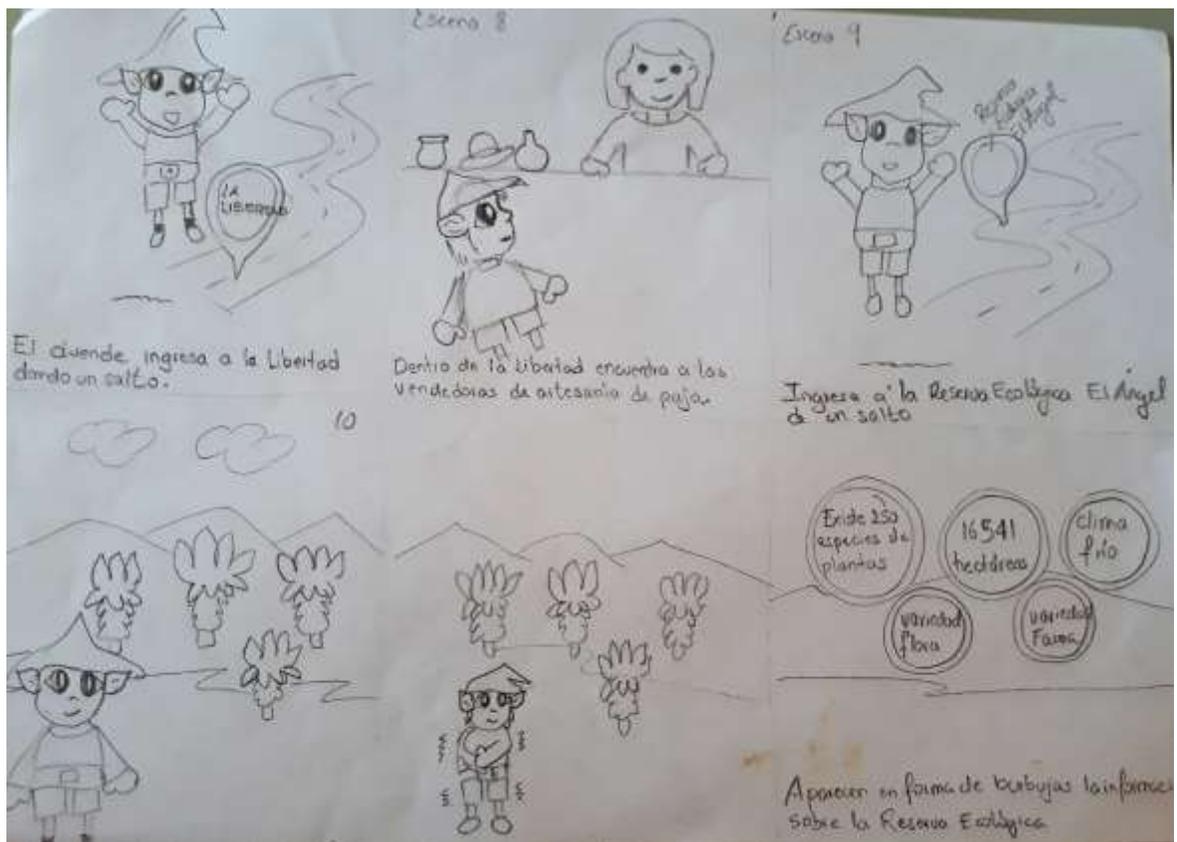
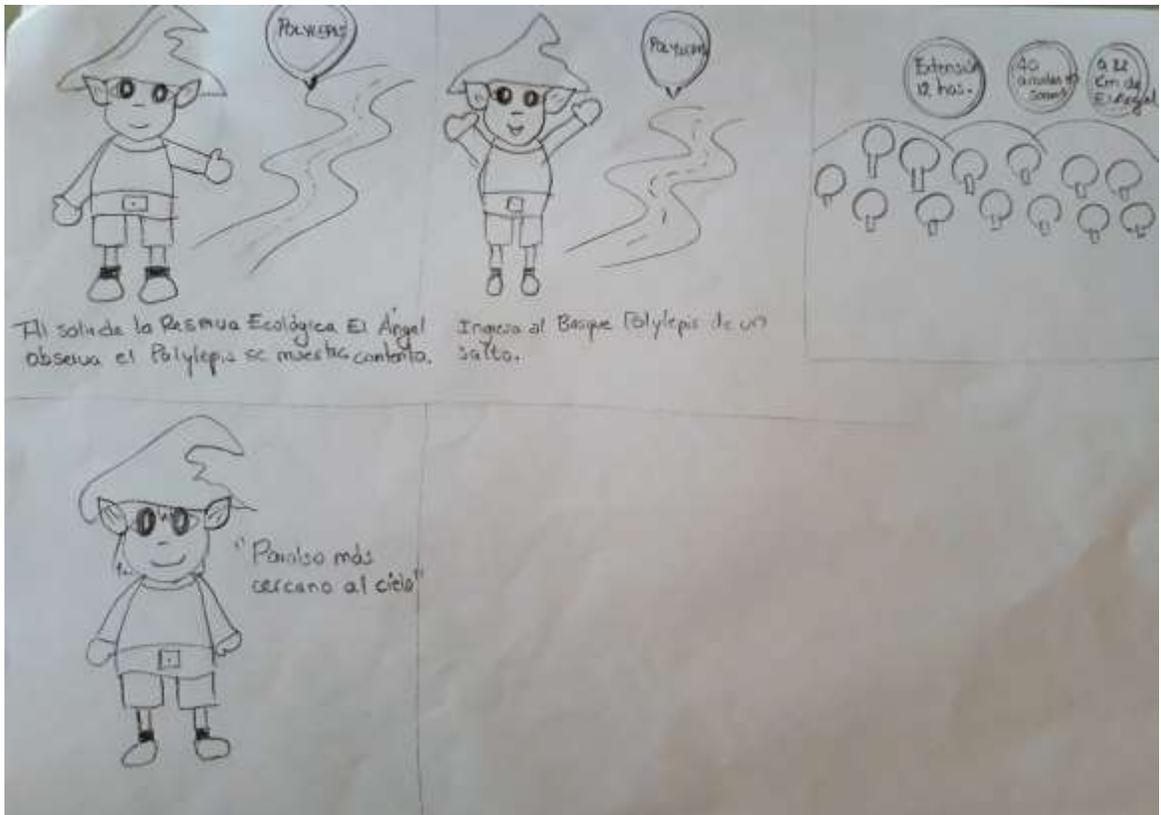
Al final aparece el duende Curupí junto a la frase comercial: “Paraíso más cercano al cielo”

4.18 Storyboard

Conjunto de ilustraciones presentadas de forma secuencial que tiene por objetivo servir de guía para pre visualizar una animación previa a una narración.



. Figura 35. Story Board - turismo



4.19 Guion técnico

Tema: Turismo – El Ángel

Tabla 16
Guion técnico – Turismo

| Descripción del video | Descripción del audio | Texto | Tiempo |
|---|---|---|---------------|
| Efectos de sonido acorde a la animación | Efectos de sonido acorde a la animación | Marca EL Ángel ama - conoce | 4 seg |
| Duende | Efectos de sonido acorde a la animación | ¿A dónde deseas ir? | 3seg |
| Duende y se muestra a la derecha un camino | Efectos de sonido acorde a la animación | Burbujas de ubicación con nombres de lugares Reserva Ecológica “El Ángel”, Libertad, Polylepis | 4seg |
| Duende ingresa a cada una de las ubicaciones que están en el camino | Efectos de sonido acorde a la animación | Reserva Ecológica “El Ángel” | 4seg |
| Duende observa las ubicaciones y la distancia a recorrer | Efectos de sonido acorde con la animación | Libertad 2km Polylepis 4km | 4 seg |
| Infografías de flora y fauna | Instrumental Efectos acorde con la animación | | 3seg |
| Duende ingresando a la parroquia Libertad | Instrumental | Libertad | 3seg |

| | | | |
|---|---|--|------|
| | Efectos acorde con la animación | Artesanías de Paja | |
| Duende aparece con un sombrero nuevo y se muestra feliz | Instrumental Efectos acorde con la animación | | 3seg |
| Duende sigue el camino y observa a lo lejos el bosque | Instrumental Efectos acorde con la animación | Bosque Polylepis | 3seg |
| Duende feliz cerca de los árboles que son parte de la leyenda | Instrumental Efectos acorde con la animación | MENSAJE: “PARAÍSO MAS CERCANO AL CIELO” | 3seg |

Elaborado por: el autor 2017

4.20 Guion Literario 2

Título: Monumentos El Ángel – La Botijuela

Escena 1:

Fondo: exterior / ciudad

Música: fondo de melodía - Payday - Jason Farnham

Aparece la marca “El Ángel ama - conoce” como intro del *motion graphics*.

El duende curupí aparece en la ciudad El Ángel sonriente, caminando y pasa por el redondel “La Botijuela”, aparece un hombre turista y se encuentra con el duende curupí y le pregunta:

¿Qué representa este monumento?

Escena 2

El duende curupí se muestra pensativo y observa el monumento que se encuentra en aquel lugar.

El duende mueve su cabeza pensando y van apareciendo infografías.

Escena 3

Aparecen infografías en forma de letreros que se despliegan referentes al monumento la botijuela como:

- Escultor Freddy Mejía Velastegui
- Los iconos prehispánicos simbolizan el asentamiento de la cultura pasto, fase “El Ángel”.
- Esta iconografía indica que es un pueblo con gente trabajadora y luchadora.
- Es un pueblo lleno de cultura.

Escena 4

Aparece la marca “El Ángel” ama - conoce, con la frase “Paraíso más cercano al cielo” y el duende curupí.

4.21 Story Board

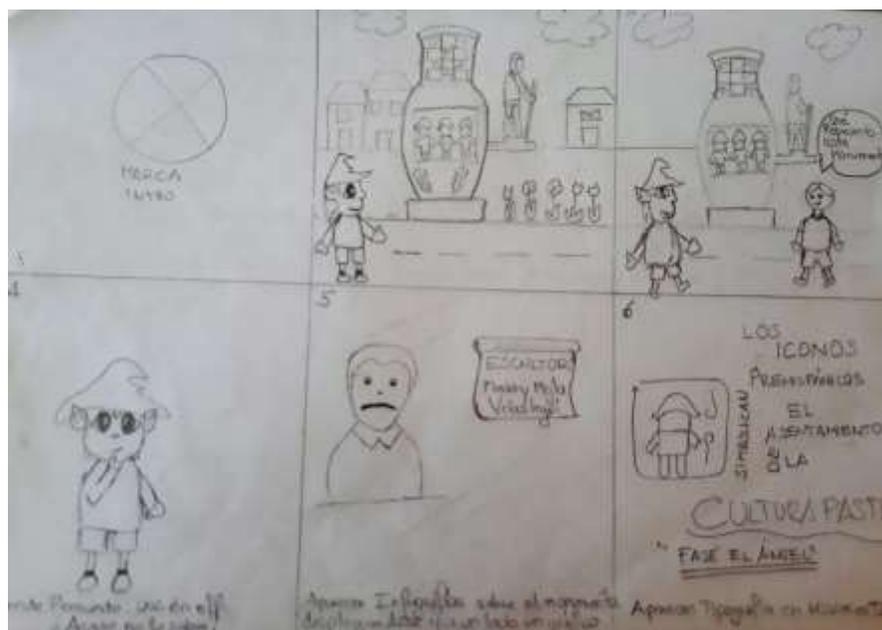


Figura 36. Story Board - monumentos



4.22 Guion Técnico

Tema: Cultura Visual – Monumentos “La Botijuela”

Tabla 17
Guion técnico – Monumentos

| Descripción del video | Descripción del audio | Texto | Tiempo |
|--|--|---------------------------------|--------|
| Ingreso de marca El Ángel ama-conoce | Efectos de sonido Payday - Jason Farnham | Marca EL Ángel ama - conoce | 4 seg |
| Duende caminando por la ciudad | Efectos de sonido Payday - Jason Farnham | | 3seg |
| Duende se encuentra con el joven Angeleño en la calle. | Efectos de sonido Payday - Jason Farnham Efectos acorde al ingreso de infografías | ¿Qué representa este monumento? | 4seg |

| | | | |
|--|--|--|-------|
| Duende se muestra pensativo | Efectos de sonido Payday - Jason Farnham | | 2seg |
| Aparece infografías de la botijuela y el escultor | Efectos de sonido Payday - Jason Farnham Efectos acorde al ingreso de infografías | Escultor Freddy Mejía Velastegui | 4 seg |
| Aparece un icono prehispánico con tipografía en movimiento | Efectos de sonido Payday - Jason Farnham | Los iconos prehispánicos simbolizan el asentamiento de la cultura Pasto Fase El Ángel. | 5seg |
| Aparece un iconografía de una mujer cortando trigo “extraída de la botijuela” | Efectos de sonido Payday - Jason Farnham | Esta iconografía indica que es un pueblo de gente trabajadora y luchadora. | 5seg |
| Aparece una iconografía sobre rasgos dejados por los Pastos. | Efectos de sonido Payday - Jason Farnham | Un pueblo con mucha cultura | 4seg |
| Aparece la marca y la frase acompañado del duende. | Efectos de sonido Payday - Jason Farnham | El Ángel ama – conoce “Paraíso más cercano al cielo” | 4 seg |

Elaborado por: el autor 2017

4.23 Concept Art

4.23.1 Creación de Personajes

El diseño de personajes a ser utilizados en las infografías se crean basados en la investigación gráfica realizada, partiendo desde un personaje conocido, representante de la ciudad de El Ángel, analizando todas las características se procede a realizar bocetos inicialmente hasta finalizar con la ilustración de los gráficos, trabajando en capas, utilizando figuras planas y colores monocromáticos. Para proceder con el diseño de los personajes que van a ser parte de cada una de las animaciones, se consideraron todos los rasgos y personalidades que mediante la investigación realizada previamente, fueron descubiertos.

Antes de la elección de los personajes definitivos para ser convertidos a infografías, se realizó una infinidad de opciones para la elección y continuar con el diseño de infografías de cada uno de ellos. Son personajes esféricos que presentan rasgos muy rápidos y sencillos, motivo por el cual van acorde con la línea grafica establecida.

El diseño de los demás elementos a ser presentados como infografías, también son realizados en función de la línea grafica establecida, es decir de manera rápida y sencilla, cumpliendo con el objetivo de persuadir y comunicar el mensaje de manera más directa, lo que le caracteriza a una infografía.

FICHA DE PERSONAJE

| | |
|---|--|
| Nombre o apodo (significado) | Duende Curupí Pequeño duende habitante del bosque Polylepis, ubicado en El Ángel |
|---|--|

Función en la animación:

Protagonista de cada animación.

Apariencia:

Amigable, sabio. Viste un saco color azul oscuro, pantalón rojo marrón,
un par de botas negras, y un sombrero marrón.

Lugar que habita:

Duende Curupí vive en el Bosque Polylepis, amante de la ciudad El Ángel.

Carácter:

Es un duende muy alegre, amigable, sabio, inteligente, cuida de su ciudad
es muy curioso y tierno. Sus aficiones es que el pueblo Angeleño se sienta
orgullosos de su cultura en general. Su objetivo comunicar los elementos más
sobresalientes de la cultura visual.

Figura 37. Ficha de personaje 1

Duende Curupí Bocetos



Figura 38. Bocetos de personaje 1

Ficha de personaje 2

FICHA DE PERSONAJE

**Nombre o apodo
(significado)** Mujer Artesana
Realiza artesanías de paja de páramo de El Ángel.

Función en la animación:

Realiza artesanías como sombreros de paja de páramo y los vende,
está ubicada en la parroquia La Libertad.

Apariencia:

Viste con una blusa azul, su cabello es negro.

Lugar que habita:

Vive en la parroquia La Libertad a 10 minutos de la ciudad de El Ángel.

Carácter:

Es amigable con la gente que se acerca a comprar las artesanías es amable.

Es muy trabajadora, le gusta realizar cosas que representen a la ciudad .

Se siente orgullosa de su pueblo.

Figura 39. Ficha de personaje 2

Mujer Artesana Bocetos

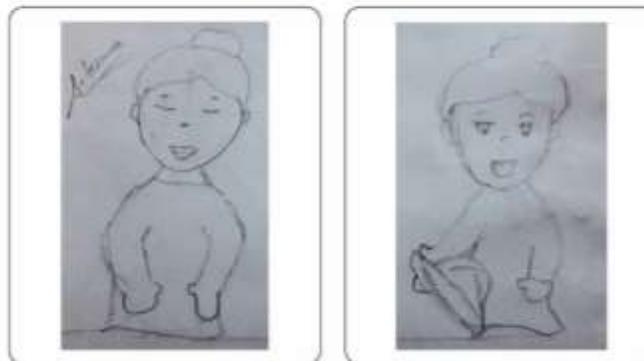


Figura 40. Boceto de personaje 2

Ficha de personaje 3

FICHA DE PERSONAJE

**Nombre o apodo
(significado)** Ciudadano Angeleño

Función en la animación:

Camina por la ciudad, amigo del protagonista.

Apariencia:

Viste un saco amarillo y un pantalón azul oscuro.

Lugar que habita:

Angeleño

Carácter:

Un joven que ama su pueblo pero que no está enterado de que la ciudad guarda una cultura visual muy valiosa.

El joven Angeleño desea aprender junto a Curupí.

Figura 41. Ficha de personaje 3

Joven Angeleño Bocetos

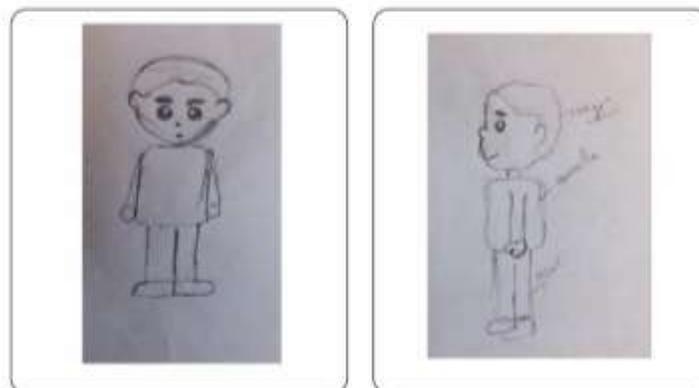


Figura 42. Boceto de personaje 3

4.23.2 Arte del concepto

A partir de los bocetos realizados a lápiz y con base a la ficha de cada personaje a utilizar en las animaciones *motion graphics*, se procede a realizar la digitalización, dar color, caracterizar, utilizando el software Adobe Illustrator, aplicando la cromática de acuerdo al círculo de colores monocromáticos. Todas las ilustraciones son planas pero si llevan colores que lo hagan ver llamativo.



Figura 43. Ilustración vectorial del personaje principal en Adobe Illustrator.



Figura 44. Ilustración vectorial del personaje principal en Adobe Illustrator.



Figura 45. Ilustración vectorial de la mujer artesana en Adobe Illustrator.



Figura 46. Ilustración vectorial del ciudadano angeleño en Adobe Illustrator.

Concluido con la ilustración de personajes, se realiza la ilustración de infografías a ser utilizadas en las animaciones, se utiliza capas apartando cada pieza en una capa diferente para mayor facilidad al momento de realizar la animación. Se basa en el *story board* y se va realizando cada escena.



Figura 47. Ilustración vectorial de escenas de la animación *Motion Graphics – Turístico* en Adobe® Illustrator.



Figura 48. Ilustración vectorial de escenas de la animación *Motion Graphics – Monumentos* en Adobe® Illustrator.

4.24 Animación

Para proceder con las animaciones se implementan las piezas gráficas y personajes los que servirán para comunicar rasgos de la cultura visual de la ciudad de El Ángel, de tal manera que el público objetivo se sienta identificado con lo que observa. Para la realización de la animación se necesita principalmente el programa *Adobe After Effects* el que es una herramienta que nos brinda

una gama de herramientas que hacen que un proyecto se vea impactante y se adapta a las necesidades del usuario.

4.25 Software como herramienta

Desde la creación de la marca hasta la elaboración de las animaciones *motion graphics*, se utiliza el programa Adobe Illustrator el mismo que sirve como herramienta para el diseño de marca, la elaboración de cada una de las infografías, creación de personajes.

Para la realización de animaciones se utiliza el programa Adobe *After Effects*, al ser una herramienta de postproducción de Adobe, que permite agregar efectos especiales y retoques. Además Adobe Premier se utiliza como complemento para editar los contenidos visuales una vez terminados.

El formato a ser trabajado en Adobe *After Effects* es de 1280px por 720px, con una duración por animación de 30 a 40 segundos.

Motion Graphics – Turismo “El Ángel”



Figura 49. *Motion Graphics – Monumentos Botijuela* en software Adobe After Effects



Figura 50. *Motion Graphics* – Lugares Turísticos El Ángel edición en software Adobe Premiere Pro.

4.26 Musicalización

En cada una de las animaciones *Motion Graphics* se usará fondos de sonidos musicales los que irán acorde a la presentación de las infografías, melodías que acompañen a la trama. Tanto la música como los efectos de sonido son de gran importancia como en cualquier pieza audiovisual, es recomendable la selección de música antes del planteamiento del *storyboard*, incluso si no hay un buen ambiente de sonido la animación puede parecer poco realista y no genera emociones en los espectadores. Además se utilizará efectos de sonidos de acuerdo a las infografías utilizadas, estas permitirán la mejor presentación y la comunicación efectiva.

4.27 Socialización

4.27.1 Redes Sociales

La socialización de las animaciones *motion graphics* están destinadas a ser difundidas en sitios como en una página de Facebook. Por ello se genera una página con el nombre de la marca, buscando el mayor número de likes y puedan observar e interactuar con el contenido publicado.

Página de Facebook: <https://www.facebook.com/El-%C3%81ngel-Ama-Conoce>
[904585143031991/?modal=admin_todo_tour](https://www.facebook.com/El-%C3%81ngel-Ama-Conoce)



Figura 51. Página Facebook.



Figura 52. Difusión de contenidos - página Facebook.

Community manager, iniciando en Facebook con pequeñas pastillas del proceso para llegar a realizar las animaciones.

La publicación de las animaciones también es mostrada en la página de Facebook del GADM-Espejo una vez socializado el trabajo realizado con el alcalde del cantón Espejo. Al realizar la publicación se observa los resultados con el número de reproducciones de cada pieza animada.



Figura 53. Exhibición de contenidos audiovisuales – red social GADM-E

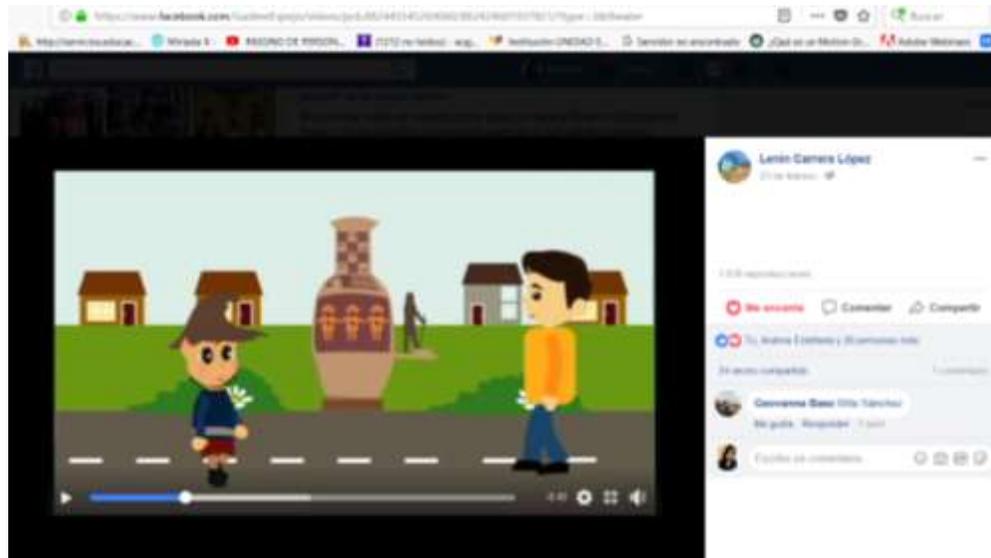


Figura 54. Exhibición de *motion graphics* monumentos

Youtube

La creación de un canal en YouTube permite que las animaciones realizadas sean publicadas y descargadas por los usuarios.



Figura 55. Difusión de contenidos – YouTube

4.28 Estrategia de promoción

Aparte de la publicación de las animaciones *motion graphics*, es necesario realizar difusión de la cultura visual de manera que sean presentadas como estrategias que ayuden al empoderamiento tanto de marca como de los elementos referentes a la cultura visual de la ciudad.

Una de las estrategias es la elaboración de un juego de mesa denominado “Laberintos El Ángel” que se trata de un juego que funciona con dos piezas o fichas, un dado y las reglas del juego las que se deberán seguir, el objetivo a conseguir es que la cultura visual, sea conocida por adolescentes y niños. Esta estrategia está realizada pensando en el aumento de target en un futuro al que deseamos llegar, en la tabla se encuentran ilustraciones de diferentes lugares y elementos que mediante la aplicación de las reglas establecidas genera conocimiento e inquietud, presentándose como una forma más de aprender, divertida, ingeniosa y diferente.



Figura 56. Juego didáctico

Souvenir de los elementos de la Cultura Visual

Con la idea de que sea representado los elementos de la cultura visual de la ciudad se vio ideal la representación del personaje el duende Curupí en forma de llaveros, monumentos como la Botijuela y los frailejones en representación de la parte turística. Estos llaveros serán distribuidos en el GADM-Espejo.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La evolución de recursos tecnológicos permite crear nuevas alternativas que generen una revitalización de la cultura visual de la ciudad de El Ángel, el *motion graphics* infográfico es una alternativa eficaz e innovadora, en la realización y proyección de información, puesto que reúne diversos elementos en una misma producción los que permitirán tener un resultado de impacto.
- Es importante llevar una línea gráfica que represente la cultura visual como lo ha sido, así como elementos representativos relacionados a la cultura de la ciudad.
- Mediante la aplicación de piezas infográficas y con la aplicación del *motion graphics* se ha obtenido resultados positivos de manera que causa un impacto en el público objetivo.

5.2 Recomendaciones

- Aplicar estrategias innovadoras en el desarrollo de campañas publicitarias de manera que no sean las más comunes debido a que hoy en día se presta una tecnología avanzada para proponer nuevas ideas y de esta manera llegar a cumplir objetivos propuestos de comunicación.
- Respetar la línea gráfica establecida en las piezas diseñadas, adaptándose a las necesidades que se presenten en un determinado tiempo.
- Mantener una cultura visual viva adaptándose a los cambios que se presentan hoy en día en la sociedad, de esta manera lograremos conocer lo que es parte de un lugar específico y manejar una comunicación adaptada a las nuevas generaciones.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Motion graphics.- Vídeo o animación digital que crea la ilusión de movimiento mediante imágenes, fotografías, títulos, colores y diseños.

Revitalizar.- Dar a algo nueva vida o actividad, especialmente después de un período de deterioro o inactividad.

Ambigüedad.- Incertidumbre, duda o, vacilación.

Temática.- Tema general o conjunto de temas de una obra, un autor, un asunto, etc.

Predominante.- Cosa que tiene superioridad respecto de otra.

Sociología.- Estudio de las sociedades humanas y de los fenómenos religiosos, económicos, artísticos, etc., que ocurren en ellas.

Semiótica.- Ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos, sus modos de producción, de funcionamiento y de recepción.

Estática.- Que permanece en un mismo estado y no experimenta cambios.

Grafismo.- Disposición estética de las imágenes y las letras que componen un diseño.

Morfología.- La morfología es el estudio de las formas que tienen diferentes cosas.

Cinética.- Rama de la dinámica que estudia las leyes del movimiento de los cuerpos sin considerar las causas que lo originan.

Estética.- Disciplina filosófica que estudia las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza.

Connotación.- Definición comprensiva o intensiva de un término.

Piartal.- Fase de la Cultura Pasto asentada en la ciudad El Ángel conocida también como fase Capulí.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Gajardo, P.M. (2010). *Motion Graphics, Responsabilidad Social y Comunicación* (Tesis de Maestría). Universidad de Chile, Chile. Recuperado de <https://scholar.googleusercontent.com>
- Mitchell, W.J. (2003). *Mostrando el ver: Una crítica de la cultura visual*. Estudios Visuales. Recuperado de <http://www.estudiosvisuales.net>
- Hernández, F. (2005). *De que hablamos cuando hablamos de cultura visual*". *Educação & Realidade* (pp. 11). Barcelona: Espanha.
- Bermudez, Jairo. (2010). "Cultura Visual".
- Calvo, C. (2014). *Motion Graphics infográficos en temáticas sociales* (Tesis Doctorado). Universidad Politécnica del Valencia, Gandia, Recuperado de <https://scholar.google.es>

BIBLIOGRAFÍA

- Cárdenas, R.E. (2008). *Net Art como práctica, creación y representación desde una perspectiva socioeducativa y transcultural* (Tesis Doctoral). Universidad de Granada. Granada.
- Martínez, J.C. (2015). *La reinterpretación de los principios clásicos de animación en los medios digitales* (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- Wells, P. (2007). *Fundamentos de la animación* (1ª ed.). Barcelona: Parragón.
- Bermúdez, J.A. (2010). *¿Qué materiales aportan lectura de cultura visual?* *Cultura Visual*, Año 4: 5-30. p. 5.
- Ferrera, F.V. (2015). *La cultura visual en la adolescencia* (Tesis Doctoral). Universidad de Sevilla. Sevilla.
- Valero, J.L. (2001). *La Infografía, Técnicas, Análisis y usos Periodísticos*. (1ra ed.) Barcelona: Valencia.

- Valero, J.L. (2008). *La infografía digital en el ciberperiodismo*, Revista Latina de Comunicación Social, 63, p. 492-504. doi: 10.4185/RLCS-63-2008-799-492-504
- Da Silva, J. (2005). *Antropología visual, prácticas antiguas e novas perspectivas de investigação*. Revista de Antropología, doi.org/10.1590/S0034-77012005000200007
- Huerta, R. (2010). *Maestros y museos. Educar desde la invisibilidad*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Catalá, J.M. (2005). *La Imagen compleja, la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Navarro, G. (2011). *Cultura Visual y enseñanza de la historia. La percepción de la Edad Media*. Educación Artística Revista de Investigación 2 (2011) 153 – 160
- Cole, M. (2003). *Psicología Cultural (2da ed.)*. Madrid: Ediciones Morata, S.L.
- Ráfols, R. y Colomer, A. (2012). *Diseño audiovisual*.
- Parramón, P. (2013). *Elementos del diseño, fundamentos del color*. Badalona, España: Editorial UBEdició.
- Salmond, M. y Ambrose, G. (2014). *Los fundamentos del diseño interactivo*. Barcelona, España: Editorial BLUME.
- Parramón, A.D. (2015). *Presentación de infografías y datos*.
- Mirzoeff, N. (2003). *Arte y Educación*. Barcelona, España: Editorial Paidós Ibérica, S.A.
- Valdivieso, A. (2015). Enseñar con Motion Graphics. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa, volumen 14(3)*, 76-80. Recuperado de <http://relatec.unex.es>.
- Cole, M. (2003). *Psicología cultural*. Recuperado de <https://books.google.es/books>.
- Valero, J.L. (2001). *La infografía, técnicas, análisis y usos periodísticos*. Recuperado de <https://books.google.es/books>.

Melenje, A. (2014). *Itinerario: Diseño Gráfico, Cultura Visual e identidades locales*. Recuperado de

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=459&id_articulo=9325

Tapia, A. (2004). *El diseñador gráfico en el espacio social*. Recuperado de https://issuu.com/lizrivera3/docs/el_dise__o_gr__fico-en-el-espacio_s

ANEXOS

ENCUESTA

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

Objetivo: Saber si la cultura visual de la ciudad de El Ángel necesita ser revitalizada de manera que el contenido visual sea difundido en medios interactivos.

Esta encuesta va dirigida a personas desde los 22 en adelante años de edad será aplicada en la ciudad de El Ángel, cantón Espejo, provincia del Carchi.

Indique su género:

Masculino

Femenino

Indique en que rango de edad se encuentra:

22 a 28

29 a 34

35 a 40

40 en adelante

- ¿Qué elementos de la cultura visual de la ciudad de El Ángel piensa que son más importantes?
 - Sitios turísticos
 - Parques
 - Artesanos
 - Iglesia
 - Arte
 - Museo Arqueológico Blas Ángel
- En escala del 1 al 5 califique la importancia que se le ha dado a la Cultura Visual de la ciudad durante los últimos años. Siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta.

1 2 3 4 5
- ¿En qué nivel considera usted que ha sido explotada la Cultura Visual?

ALTO MEDIO BAJO NADA
- ¿Cuál es el nivel de conocimiento de las nuevas generaciones sobre la Cultura Visual de la ciudad de El Ángel?

ALTO MEDIO BAJO NADA
- Indique según considere ¿En qué grado se ha valorizado la identidad cultural de El Ángel?

ALTO MEDIO BAJO NADA
- ¿Cuál es el medio de comunicación al que le dedica mayor tiempo de uso?

Internet Medios Impresos Radio TV
- ¿Usted dedicaría tiempo para revisar publicaciones en medios interactivos sobre la Cultura Visual de El Ángel mediante la aplicación de animación digital?

SI NO



| | | | |
|-------------|---------------------|------------|--|
| Experto 1.- | Wilson Rojas | 100218091 | |
| Experto 2.- | David A. Rojas | 040700000 | |
| Experto 3.- | Eleuterio H. Castro | 1003292503 | |

07/04/2017

Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología
DISEÑO Y EVALUACIÓN
COORDINACIÓN DE CARRERA



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

Objetivo: Saber si la cultura visual de la ciudad de El Ángel es identificada por la ciudadanía y conocer si es necesario ser revitalizada de manera que el contenido visual sea difundido en medios interactivos.

Esta entrevista va dirigida a personas con conocimientos de la Cultura Visual de El Ángel y demás temas relacionados a la difusión de contenidos visuales referentes a revitalizar parte de esta cultura.

ENTREVISTA

1. ¿Cuál cree usted que es el elemento más representativo de la cultura visual de El Ángel?
2. ¿Por qué considera que el elemento antes mencionado es el más representativo?
¿Cree usted que la sociedad conoce las riquezas que posee la cultura visual de El Ángel?
3. ¿Qué estrategia piensa usted que es adecuada para la difusión de la cultura visual?
4. ¿Cree usted que el medio de comunicación más conveniente para la difusión de contenidos visuales hoy en día es el internet?
5. ¿Cree usted que la animación digital es el medio adecuado para conseguir el objetivo propuesto?



Posibles alternativas de marca



Souvenirs de elementos de la cultura visual



Etiquetas para souvenir – peluches del personaje



El Angel, 08 de febrero del 2018

Profesor

Lenin Carrera López

ALCALDE DEL CANTON ESPEJO

En su despacho.-

De mis consideraciones

Mediante la presente expreso un cordial saludo y a la vez auguro éxitos en el desempeño de sus funciones en beneficio de nuestro Cantón Espejo.

El motivo del presente es para solicitarle de la manera más comedida me permita realizar socialización a su autoridad y a departamento de comunicación social y la publicación de dos contenidos audio visuales animados en las redes sociales institucionales del GADM-E referentes al tema de la "Revitalización de la cultura visual de la ciudad de El Angel", que como Angeleña orgullosa de su pueblo se ha realizado este proyecto que se está llevando a cabo como trabajo de grado de la carrera de Diseño y Publicidad de la Universidad Técnica del Norte.

Segura de contar con su colaboración, anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente,



Andrea Mabel Yaruscuán Chalacán

C.I: 0401638531

andre_mbl8@hotmail.es