



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

TEMA:

**Creación de catálogo de trabajos de titulación de los
estudiantes de Gestión Gráfica Publicitaria de la
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.**

AUTOR:

Cruz Cárdenas José Miguel

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
LICENCIADO EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

TUTOR:

Lcdo. Quintana Morales, Washington David, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

12 de septiembre del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Cruz Cárdenas José Miguel**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**.

TUTOR

f. _____

Lcdo. Washington David Quintana Morales, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Lcdo. Billy Gustavo Soto Chávez, Mgs.

Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Cruz Cárdenas José Miguel**

DECLARO QUE:

El trabajo de titulación **Creación de catálogo de trabajos de titulación de los estudiantes de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre del año 2017

EL AUTOR

f. _____

Cruz Cárdenas José Miguel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Cruz Cárdenas José Miguel**

Autorizo a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil la **publicación** en la biblioteca de la institución del trabajo de titulación **Creación de catálogo de trabajos de titulación de los estudiantes de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre del año 2017

AUTOR:

f. _____

Cruz Cárdenas José Miguel

REPORTE URKUND

URKUND

Washington Quintana Morales (washington.quintana)

Lista de fuentes Bloques

Lista de fuentes	Categoría	Enlace/nombre de archivo
		Rodríguez.Plan.de.marketing.orkund.docx
		http://docplayer.es/3781566-Universidad-catolica-de-santiago-de-guayaquil.html
		mafer_calva_tesis.revision.orkund.docx
		https://senati.lcid.bz/ETI-Carreras/89000000/24
		https://www.questionpro.com/blog/es/cualitativa-cuantitativa-o-ambas-haz-investigacion-d...

Documento [Urkund_José_Cruz.doc \(D30272812\)](#)

Presentado 2017-08-28 14:29 (-05:00)

Presentado por washington.quintana@cu.ucsg.edu.ec

Recibido washington.quintana.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje JOSE CRUZ [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de estas 15 páginas, se componen de texto presente en 4 fuentes.

0 Advertencias. Reinciar Exportar Compartir

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA

TEMA: Creación de catalogo de trabajos de titulación de los estudiantes de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil

AUTOR: Cruz Cárdenas José Miguel

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de LICENCIADO EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA

TUTOR:

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme las fuerzas necesarias en estos tres años viviendo lejos de mi familia para poder terminar mi carrera universitaria que había empezado en mi ciudad natal, Machala.

A mis padres, Cristóbal y Betty, por el gran apoyo brindado en todo este tiempo, por enseñarme a luchar por mis sueños sin importar lo difícil que sea lograrlo. Mis hermanos, Karina, Patricia e Isaac, por ayudarme de alguna manera a superar los momentos difíciles que he pasado. De igual manera a mi tía Martha por ser como una segunda madre para mí y apoyarme cuando he necesitado de su ayuda.

A mis amigas, Karen, Ana María y Natasha, por compartir tantos momentos de su gran amistad incondicional y apoyo en los momentos más difíciles que me ha tocado vivir.

A Lourdes, por darme ese empuje cuando más lo necesitaba para poder seguir adelante, a no rendirme y luchar por mis metas. Gracias por estar conmigo en el momento indicado.

Y por último a mis docentes (Félix, Katherine, Will, Roger, Anaís), por haberme brindado en cada clase todos sus conocimientos acerca de la carrera, a mi tutor el Prof. Washington Quintana por ayudarme a cumplir este trabajo.

Muchas gracias a todos.

José Miguel Cruz Cárdenas

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por haberme acompañado, guiado y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional lejos de mi ciudad natal.

A mi familia, que con su apoyo y afecto me han brindado todo para poder seguir adelante luego de que cerraron la universidad en donde comencé esta gran carrera de diseño gráfico.

Y de manera especial a mi abuelito Miguel Ángel, usted fue el partícipe de este logro, tu partida todavía pesa en la familia, pero sabemos que estás junto a mi abuelita Olga después de tanto tiempo.

Este logro es para ustedes.

José Miguel Cruz Cárdenas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Lcdo. Félix Jaramillo Valle, Mgs.
DELEGADO 1

f. _____

Lcdo. Will Vergara Macías, Mgs.
DELEGADO 2

f. _____

Lcdo. Roger Ronquillo Panchana, Mgs.
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

CALIFICACIÓN

f. _____

Lcdo. Washington David Quintana Morales, Mgs.

ÍNDICE

1. Introducción.....	18
1.1. Planteamiento del problema.....	18
1.2. Objetivos del proyecto.....	19
1.2.1. Objetivo general.....	19
1.2.2. Objetivos específicos.....	19
2. Metodología de investigación.....	20
2.1.1. Recolección de información sobre la carrera.....	22
2.1.2. Análisis, interpretación y organización de la información.....	24
2.1.2.1. Entrevistas.....	24
2.1.2.2. Encuesta.....	30
2.2. Análisis de proyectos similares	34
2.2.1 Actas de diseño, recopilación de proyectos	34
2.2.2 Catálogo de investigaciones	38
2.2.3 CATÁLOGO DE PROYECTOS INTEGRADORES: IDEAR	41
3. PROYECTO	49
3.1. Criterios de diseño.....	49
3.1.1. Identificador	49
3.1.2. Cromática	50
3.1.3. Formato	50
3.1.4. Tipografía	51
3.1.5. Contenido	52

3.1.6. Retícula	53
3.1.7. Separación de temáticas.....	54
3.2. Desarrollo de bocetos o artes iniciales.....	55
3.3. Evaluación de Artes Iniciales	59
3.4. DESARROLLO DE LA LÍNEA GRÁFICA INICIAL.....	60
3.5. Desarrollo de la línea gráfica definitiva	64
3.6. Contenido	66
3.7. Impresión.....	67
3.8. Implementación y verificación	68
3.9. Producto final.....	744
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	75
5. Referencias	77
6. ANEXOS.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Docentes entrevistados.....	22
Tabla 2. Síntesis de las entrevistas.....	28
Tabla 3. Resultados de la evaluación de artes iniciales.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. Calculadora de muestras de estudiantes.....	30
Figura 2. Conocimiento del Código QR.....	31
Figura 3.Código QR instalado.....	31
Figura 4. Medios impreso.....	32
Figura 5. Información que ha visualizado.....	32
Figura 6. Interés del uso código QR.....	33
Figura 7. Portada Actas de Diseño.....	35
Figura 8. Página interna - Actas de Diseño.....	36
Figura 9. Índice - Actas de Diseño.....	37
Figura 10. Contraportada - Actas de Diseño.....	38
Figura 11. Portada Catálogo de Investigaciones.....	39
Figura 12. Página interior - Catálogo de investigaciones.....	40
Figura 13. Contraportada - Catálogo de investigación.....	40
Figura 14. Portada – IDEAR.....	42
Figura 15. Contenido – Idear.....	42
Figura 16. Contenido – Idear.....	43
Figura 17. Página interior – Idear.....	44
Figura 18. Página interna – Idear.....	45
Figura 19. Contenido página – Idear.....	46
Figura 20. Página Créditos – Idear.....	47
Figura 21. Contraportada – Idear.....	47
Figura 22. Marca de la carrera de GGP.....	49

Figura 23. Cromática de la carrera de GGP.....	50
Figura 24. Tipografía Georgia.....	51
Figura 25. Tipografía Lato.....	51
Figura 26. Tipografía Press Feeling.....	51
Figura 27. Insertar código QR.....	52
Figura 28. Código QR.....	52
Figura 29. Retícula Columnas.....	53
Figura 30. División de temas.....	54
Figura 31. División de temas.....	54
Figura 32. Propuesta 1 - Portada y contraportada.....	55
Figura 33. Propuesta 1 - Portada y contraportada Digital.....	55
Figura 34. Propuesta 2 - Portada y Contraportada.....	56
Figura 35. Propuesta 2 – Digital.....	56
Figura 36. Propuesta 3 - Portada y contraportada.....	57
Figura 37. Propuesta 3 digital.....	57
Figura 37. Propuesta páginas internas - formato vertical.....	58
Figura 38. Propuesta páginas internas - formato horizontal.....	58
Figura 39. Formato elegido para el catálogo.....	60
Figura 40. Diagramación de páginas internas.....	61
Figura 41. Propuesta para sección de cada tema.....	61
Figura 42. Propuesta inicial.....	62
Figura 43. Propuesta inicial.....	62
Figura 44. Propuesta inicial gráficos.....	63

Figura 45. Propuesta inicial código.....	63
Figura 46. Tipografía Gardelglynn.....	64
Figura 47. Título para la portada.....	64
Figura 48. Propuesta portada.....	65
Figura 49. Tipografía para el contenido del catálogo.....	65
Figura 50. Ajuste del documento.....	66
Figura 51. Márgenes y columnas.....	66
Figura 53. Perfil De color	67
Figura 54. Propuesta final Portada-Contraportada.....	68
Figura 55. Propuesta final.....	68
Figura 56. Propuesta final créditos.....	69
Figura 57. Propuesta final Sumario.....	69
Figura 58. Propuesta final - páginas internas.....	70
Figura 59. Propuesta final página gráficos.....	70
Figura 60. Propuesta final páginas con gráficos.....	71
Figura 61. Propuesta final sección código QR.....	71
Figura 62. Propuesta final índice por autor.....	72
Figura 63. Presentación del catálogo a estudiante.....	73
Figura 64. Presentación del catálogo a estudiante.....	73
Figura 65. Producto final.....	74

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es una propuesta para implementar un catálogo que compile todos los trabajos de titulación de los estudiantes egresados de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil (UCSG). Para ello se aplica la metodología cualitativa en base de las siguientes técnicas investigativas: revisión bibliográfica, encuesta y entrevistas. Asimismo, se aplica el estudio de caso de tres catálogos emblemáticos en el área del diseño gráfico, como son: *Actas de diseño* (Universidad de Palermo), *Catálogo de Investigaciones* (Universidad de Belgrano) e *Idear* (Escuela Superior Politécnica del Litoral) para así seleccionar las buenas prácticas del diseño en la propuesta final de este trabajo de investigación. Como conclusión final se infiere que un catálogo editorial es necesario no solo para archivar y ordenar los trabajos de titulación de forma eficiente, sino también como una plataforma que permita visibilizar el ejercicio práctico e investigativo de los estudiantes de pregrado.

Palabras clave: Catálogo, titulación, investigación, propuesta editorial, diseño gráfico, publicación.

ABSTRACT

The present research article is a proposal to implement a catalog that compiles all the degree works of graduated students from the Graphic Advertising Management degree at the Santiago de Guayaquil Catholic University (UCSG). To do that, the qualitative methodology is applied based on the following investigative techniques: bibliographic review, survey and interviews. Also, this article applies the case study in three emblematic catalogs in the area of graphic design, such as: *Design Minutes* (University of Palermo), *Research Catalog* (University of Belgrano) and *Idear* (ESPOL) with the objective to select the good design practices in the final proposal elaboration. To conclude, this article infers that an editorial catalog is necessary not only to efficiently archive and order the titling works, but also as a platform that allows to visualize the practical and investigative exercise of undergraduate students.

Keywords: Catalog, degree, research, editorial proposal, graphic design, publication.

1. Introducción

En la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria, perteneciente a la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Católica de Santiago de "Guayaquil", actualmente carece de una publicación seriada en la cual agrupe los trabajos de titulación por parte de los estudiantes que han egresado en su respectivo semestre.

Adobe Indesign CC ofrece una nueva herramienta por medio de un nuevo menú que nos permite la creación de códigos QR (Quick Response o Respuesta Rápida), se trata de un código de barras bidimensional cuadrada en donde solamente se agrega el URL del contenido que deseamos incorporar. (NEOPIXEL, 2013)

"Hoy en día, los códigos QR se pueden ver en folletos, carteles, revistas, etc. Usted puede detectar fácilmente estos códigos de barras de dos dimensiones a tu alrededor". (Unitag QR, s.f)

"Un código QR puede vincularse a una serie de letras o números o a una dirección web. Por lo tanto, con un QR podremos enlazar a texto, imágenes, ilustraciones, animaciones, vídeos, sites, etc, todo aquello que pueda albergar una web". (Blasco, 2016)

Es por eso que mediante los elementos estructurales del diseño editorial y el código QR, diseñar un catálogo que asocie entre el medio impreso con el digital y a la vez obtener un producto que diferencie de lo convencional.

1.1 Planteamiento del problema

La carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, necesita un documento formal que agrupe los trabajos de titulación con una debida clasificación, haciendo que la información se encuentre desorganizada, disminuyendo los alcances que debería tener los proyectos investigativos de la carrera.

Una publicación seriada de cada una de las promociones, permite juntar los trabajos de titulación. Se propone un catálogo editado en partes continuadas, el cual debe tener una designación numérica o cronológica y sea publicado durante un período indefinido bajo un mismo título. Del mismo modo, debe tener un título común y su propósito es que continúe indefinidamente y sea institucionalizado.

Una vez que se realiza la observación previa del objeto de estudio y la investigación de los elementos necesarios para la documentación y la revisión bibliográfica, nuestra propuesta se plantea de forma innovadora y continua, caracterizada por su funcionalidad, creatividad y sentido académico.

Por consiguiente, el planteamiento del problema se enuncia con la siguiente pregunta de investigación: ¿la creación de un catálogo para los trabajos de titulación visibilizará la labor investigativa y académica de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil?

1.2. Objetivos del proyecto

1.2.1. Objetivo general

Diseñar un catálogo editorial para clasificar los trabajos de titulación de los estudiantes de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la UCSG con la finalidad de visibilizar la producción académica de los estudiantes de pregrado.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar los elementos estructurales de una publicación académica científica con fines divulgativos.
- Analizar los elementos estructurales de un proyecto de grado para diseñar un esquema apegado a los componentes de una publicación seriada, de carácter académico.
- Diseñar un catálogo que contenga los proyectos de grado de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria a través del uso de los elementos del diseño editorial.

2. Metodología de investigación

Para la elaboración del presente trabajo de titulación, la investigación tiene un enfoque metodológico cualitativo y cuantitativo, en la cual se divide en los siguientes pasos:

Primero. Aplicar la técnica de la *revisión bibliográfica* por documentos científicos indexados en revistas académicas de alto impacto, monitoreadas con las siguientes palabras clave: diseño gráfico, catálogo, arte visual, editorial.

Segundo. Recopilar información mediante el uso de la técnica de la entrevista con preguntas estructuradas a las siguientes personas: personal de atención en la biblioteca, docentes, director de carrera y a un profesional en diseño editorial.

Tercero. Realizar la técnica de la encuesta a los estudiantes de la carrera. La muestra de este trabajo está enfocado en los estudiantes de los ciclos finales de la carrera de gestión gráfica publicitaria.

Cuarto. Establecer el *estudio de casos similares*, en base de las siguientes publicaciones: *Actas del diseño* (Universidad de Palermo), *Catálogo de Investigaciones* (Universidad de Belgrano) e *Idear* (Escuela Superior Politécnica del Litoral) para así seleccionar las buenas prácticas del diseño en la propuesta de este trabajo de investigación.

Unidades de análisis: trabajos de titulación de los egresados de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria.

2.1 Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación

En cuanto a la técnica de la entrevista, esta se realiza a la bibliotecaria de la Facultad de Arquitectura y Diseño, docentes, director de la carrera y de un profesional en el área del diseño editorial. También se desarrolló una encuesta como investigación cuantitativa, a los estudiantes de los últimos ciclos para conocer la familiarización con los códigos QR.

La entrevista a la Srta. Yuliana Yagual Delgado, quien es encargada de la biblioteca de la Facultad de Arquitectura en el turno vespertino, se la realizó con el fin de obtener sugerencias sobre la organización y la identificación de documentos que permitan facilitar a los estudiantes la selección de materiales de búsqueda. Además, se trató de conocer si la bibliotecaria tenía conocimiento previo sobre algún tipo de catálogo que recopile trabajos de titulación de cualquier carrera o universidad.

La segunda entrevista se efectúa a un profesional en el diseño editorial, cuyo criterio sirvió para la recolección oportuna de datos acerca de la diagramación, tipo de papel, acabado para la portada - contraportada y el diseño del catálogo de forma organizada y atractiva visualmente.

Por otra parte se aplica una entrevista a los docentes de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica de “Santiago de Guayaquil” con el objetivo de conocer sus opiniones en torno al contenido primordial para el diseño del catálogo de los trabajos de titulación. Docentes participantes se presentan en la tabla 1.

Tabla 1*Docentes participantes de la técnica de entrevista*

DOCENTE	MATERIA(S) QUE DICTA
LCDO. FELIX ENRIQUE JARAMILLO VALLE	- DIAGRAMACION EDITORIAL - PRACTICAS BASICAS
LCDA. MARÍA KATHERINE NARANO ROJAS	- PUBLICIDAD I - REDACCION PUBLICITARIA I
LCDO. WILL ALBERTO VERGARA MACÍAS	- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR - ADMINISTRACION DE PROYECTOS
LCDO. ROGER IVÁN RONQUILLO PANCHANA	- SEMIÓTICA - DISEÑO EDITORIAL
LCDA. FERNANDA ANAÍS SÁNCHEZ MOSQUERA	- DISEÑO IMAGEN CORPORATIVA - PSICOLOGÍA PERCEPCIÓN

Fuente: elaboración propia.

2.1.1. Recolección de información sobre la carrera

Para trabajar en el tema de investigación se procede previamente a la indagación sobre el perfil profesional del egresado, misión y visión de la carrera así como las expectativas del mundo laboral de futuro profesional en Diseño Gráfico. Esta información se sintetizó así:

Perfil profesional

La Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria tiene como objetivo contribuir con la optimización del diseño gráfico y la comunicación publicitaria a través del proceso de configuración y comunicación de la información visual, icónica y textual, abordando los factores sociales, económicos y políticos que influyen directamente en la relación sociedad-medios de comunicación.

Mundo laboral

El Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil es un profesional con una sólida e integral formación humanista, social, científica, intelectual, cultural, espiritual y ética; que le permita actuar, en su vida personal y profesional, de forma responsable, comprometida y consciente, con autonomía, creatividad y autorrealización en el proceso de configuración y

comunicación de la información visual, icónica y textual, contribuyendo así a la creación de una cultura visual con identidad para el Ecuador.

El Licenciado es un profesional de alto nivel que:

- Planifica, gestiona y coordina proyectos gráficos publicitarios.
- Diseña piezas gráficas publicitarias y productos editoriales empleando técnicas y herramientas manuales y digitales.
- Diseña, programa e implementa proyectos multimedia y sitios web aplicando tecnología de punta.
- Diseña programas de Identidad Corporativa e Imagen Global para resolver problemas de comunicación visual.
- Analiza, diagnostica, y evalúa los problemas gráficos y de comunicación visual para la implementación de proyectos de mejoramiento.
- Integra equipos de trabajo para el diseño de campañas publicitarias y de Marketing.
- Integra equipos de trabajo multidisciplinarios en proyectos culturales y comerciales.
- Domina el idioma Inglés como segunda lengua para el ejercicio de su profesión.

Misión

La Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria tiene como misión la formación completa e integral de profesionales creativos y capaces de resolver, de manera eficiente, los problemas de la gestión gráfica y la comunicación publicitaria, socialmente responsables, comprometidos y plenamente identificados con el medio en el que se desenvuelven y con su realidad social.

Visión

Convertir a la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria en un referente crítico y analítico de los problemas que se presentan en la ciudad de Guayaquil y en el país, en el ámbito de la gestión gráfica y la comunicación publicitaria, conscientes de la identidad cultural, del país y la región.

2.1.2. Análisis, interpretación y organización de la información

2.1.2.1. Entrevistas

a) ENTREVISTA A DOCENTES Y DIRECTOR DE CARRERA

“La investigación cualitativa genera principalmente palabras, es principalmente una investigación exploratoria. Se utiliza sobre todo para obtener una comprensión de las opiniones y motivaciones”. (Data Análisis, 2015)

Para conocer opiniones y definir el contenido del catálogo de trabajos de titulación se establecieron varias entrevistas. Una de ellas realizada al director de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria, Lcdo. Billy Gustavo Soto Chávez, y a los siguientes docentes: Lcda. Fernanda Anaís Sánchez Mosquera, Lcdo. Félix Enrique Jaramillo Valle, Lcda. María Katherine Naranjo Rojas, Lcdo. Roger Iván Ronquillo Panchana y el Lcdo. Will Alberto Vergara Macías.

Las entrevistas buscan determinar la siguiente información:

- Conocimiento previo del entrevistado sobre catálogos de publicaciones de estudiantes de diseño.
- Contenido primordial que incluya cada trabajo a ser presentado.
- Periodicidad de la publicación.
- Recomendaciones a tener en cuenta para la elaboración del catálogo.

Lcdo. Billy Soto, Director de la carrera, manifiesta no conocer un catálogo de titulación pero si uno de recopilación de trabajos como proyectos de clases. En este punto, citó el libro *Actas de Diseño* de la Universidad de Palermo, el cual, para su punto de vista, es el mejor referente en cuanto a recopilación de trabajos. Sobre el contenido primordial para el catálogo comentó que es necesario establecer un esquema para futuras publicaciones en base de: título, desarrollo del problema, objetivos, criterios de diseño, herramientas de creación visual y referencias bibliográficas.

Acerca del tiempo adecuado para la publicación, Soto cree que es conveniente realizarlo semestralmente. Igualmente, indicó que el uso de códigos QR en las publicaciones le parece algo diferente e innovador. De igual manera, sugirió que los catálogos sean de mucho contenido visual y se complementen con algún blog, web o fanpage donde los usuarios consulten sobre la producción adicional del egresado.

Por su parte, Lcda. Anaís Sánchez expresa que sí conoce de un catálogo llamado *Idear*, referente a la carrera de diseño de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), como resultado de un producto editorial que compila trabajos integradores de los estudiantes. Asimismo, las pautas para el contenido que plantea son: nombre del trabajo, autor, objetivos, metodología y reseña bibliográfica. Para la periodicidad de la publicación recomienda que sea semestral. Del mismo modo, la propuesta de códigos QR le parece interesante y cree conveniente un diseño distinto para cada semestre.

Lcdo. Félix Jaramillo citó como referencia el libro *Actas de Diseño*. En cuanto al contenido a mostrar lo enlistó así: año, resumen general, introducción, objetivos y metodología. Sobre el período de publicación considera que debería ser anual porque a lo largo del semestre existe un número limitado de trabajos a ser expuestos y resultar económicamente costoso la elaboración de un catálogo semestral. Jaramillo ve de mucha importancia implementar códigos QR ya que estos permiten enlazar lo impreso con la web. Como recomendación indica utilizar fotos o imágenes de los productos, mostrar a qué sectores beneficia, las áreas de investigación en que se incluye la propuesta, el área de diseño a la que aporta y una sección de trabajos similares.

En la entrevista con la Lcda. Katherine Naranjo se cita nuevamente como referencia el libro *Actas de Diseño*. Sobre el contenido a mostrar, enumera los siguientes elementos: título, descripción del trabajo, gráfico del producto final y resultados obtenidos. Recomienda la realización de un catálogo semestral para que los estudiantes tengan una referencia continua

de las publicaciones de la carrera. Además, considera la implementación de los códigos *QR* como una facilidad de acceso al catálogo. Finalmente, sugiere trabajar en la parte gráfica del documento, la distribución por módulo para texto e imágenes y la no saturación de contenido.

Lcdo. Roger Ronquillo cita el catálogo *Idear* de la ESPOL. En cuanto al contenido recomienda: dividir la información, ubicar descripción, objetivos y desarrollo de cada proyecto. Para el tiempo de publicación comenta que lo ideal sería por semestre para darle más importancia a los trabajos de los estudiantes. La propuesta de códigos *QR* le resulta interesante de implementar ya que así se buscaría de manera fácil los catálogos en la web.

Lcdo. Will Vergara, docente de la carrera, no conoce de un catálogo que recopile trabajos de titulación. Sus recomendaciones para el contenido son: utilizar un título claro en la portada, tener resumen, objetivos, resultados y metodología. En cuanto a la publicación, indica que debería ser por semestre. Sobre los códigos *QR* piensa que podrían colocarse individualmente en cada trabajo. Para el Lcdo. Will Vergara, el contenido primordial del catálogo tiene que incluir: índice, tema, resumen y referencias bibliográficas.

A continuación se procede a sintetizar los resultados de las entrevistas aplicadas en una matriz de elaboración propia, con el fin de observar los puntos comunes en los que concordaron cada uno de los entrevistados (ver tabla 2).

Tabla 2
Síntesis de las entrevistas

Entrevistados	Conocimiento previo de un catálogo	Contenido primordial	Periodicidad de la publicación	Recomendaciones para la elaboración del catálogo.
Lcdo. Bill Soto	Actas de diseño	Título. Desarrollo del problema. Objetivos. Criterios de diseño. Herramientas de creación visual. Referencias bibliográficas.	Semestral	Mayor contenido visual y enlace a redes sociales del autor.
Lcda. Anais Sánchez	Idear	Nombre del trabajo. Autor. Objetivos. Metodología. Reseña bibliográfica.	Semestral	Diseño distinto cada semestre.
Lcdo. Félix Jaramillo	Actas de diseño	Año. Resumen General. Introducción. Objetivos. Metodología.	Anual	Fotos o imágenes de los productos. Sectores que beneficia. Área de investigación. Área de diseño a la que aporta. Sección de trabajos similares.
Lcda. Katherine Naranjo	Actas de diseño	Título. Descripción del trabajo. Gráfico del producto. Resultados obtenidos.	Semestral	Trabajar en la parte gráfica del documento. Distribución por módulo para texto e imagen. No saturación de contenido.
Lcdo. Roger Ronquillo	Idear	Dividir la información. Descripción. Objetivos. Desarrollo del proyecto.	Semestral	Se enfoca en la parte visual.
Lcdo. Will Vergara	No conoce	Índice. Tema. Resumen. Referencias bibliográficas.	Semestral	Título claro en la portada. Resumen. Objetivos. Resultados. Metodología.

Fuente: elaboración propia.

B) ENTREVISTA A PERSONA ENCARGADA DE BIBLIOTECA

Yuliana Yagual Delgado, persona encargada de la biblioteca en el turno de la tarde nos indica que la información relevante de un catálogo debe ser su respectivo índice para reconocer el contenido que lleve dicha publicación. Nos comentó que antes existía un catálogo impreso en la facultad pero ahora todo está en la plataforma digital de la universidad.

Menciona que si existe una publicación seriada, perteneciente a la facultad y trata sobre temas de arquitectura, diseño de interiores y de gestión gráfica. Y para finalizar no conoce mucho acerca de los códigos QR, solo ha leído algo breve referente a ellos.

C) ENTREVISTA A PROFESIONAL ENCARGADO EN DISEÑO EDITORIAL

Se realiza entrevista al diseñador gráfico Leonardo Yagual (Ver Anexo 11), de la imprenta GRAFINPREN, para conocer una diagramación adecuada, paginación, acabados para portada, formato y si ha realizado trabajos con códigos QR.

Nos comenta que la paginación para nuestro trabajo es trabajar con múltiplos de 4, un formato de 15x21 centímetros para optimizar el uso del papel y que últimamente ha trabajado con los códigos.

Como el objetivo de tratar de no diseñar algo común, recomienda que usemos este recurso del código para tener algo diferente a lo convencional para hacer una interacción entre el medio impreso con el digital.

2.1.2.2. Encuesta

“La investigación cuantitativa genera principalmente números, datos que se pueden transformar en estadísticas utilizables”. (QuestionPro, s.f.)

La obtención de los resultados, se realiza mediante una encuesta (Ver Anexo) para conocer la familiarización de los estudiantes con el código QR. La encuesta se realiza de manera virtual para poder cumplir el propósito.

a) Población

La población que se investiga está constituida por partes de los estudiantes que están en ciclos finales de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria.

b) Muestra

Para realizar el cálculo se utiliza la calculadora de muestra de la página web: netquest, con un margen de error del 5% y un 99% en nivel de confianza. La población que se investiga está constituida por partes de los estudiantes que están en ciclos finales de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria.

The image shows a screenshot of the Netquest website's sample size calculator. The page has a teal header with the Netquest logo and navigation links: 'Acerca', 'Panel', 'Servicios', 'Soluciones', 'Blog', and 'Contacto'. The main content area is titled 'Calculadora de muestra para proporciones'. It includes a descriptive paragraph, instructions for use, and a list of input parameters with their values: 'TAMAÑO DEL UNIVERSO' (72), 'HETEROGENEIDAD %' (50), 'MARGEN DE ERROR %' (5), and 'NIVEL DE CONFIANZA %' (99). The calculated result is 'MUESTRA' (66). A 'Calcular' button is at the bottom.

Parameter	Value
TAMAÑO DEL UNIVERSO	72
HETEROGENEIDAD %	50
MARGEN DE ERROR %	5
NIVEL DE CONFIANZA %	99
MUESTRA	66

Figura1. Calculadora de muestras de estudiantes

Fuente: www.netquest.com

ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

A continuación se presentan los resultados de la encuesta y el análisis correspondiente de cada pregunta:

1. ¿Tiene conocimiento sobre el código QR? Si responde afirmativamente explique ¿Qué entiende usted por código QR?

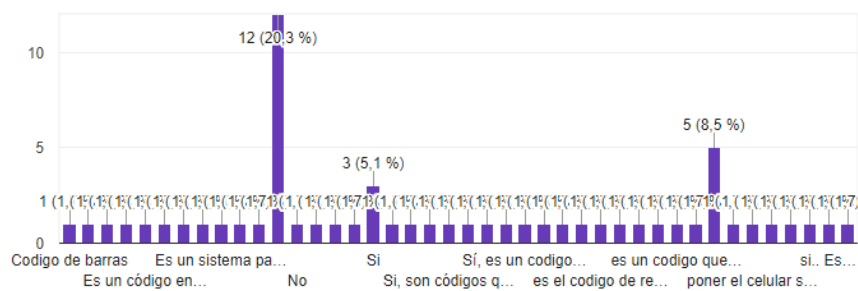


Figura 2. Conocimiento del Código QR

Fuente: Elaboración propia

79,7% de los encuestados entiende que un código de barra, de respuesta rápido para acceder a cualquier información que almacena la web.

2. ¿Tiene instalado en su dispositivo móvil una aplicación que permita leer códigos QR?

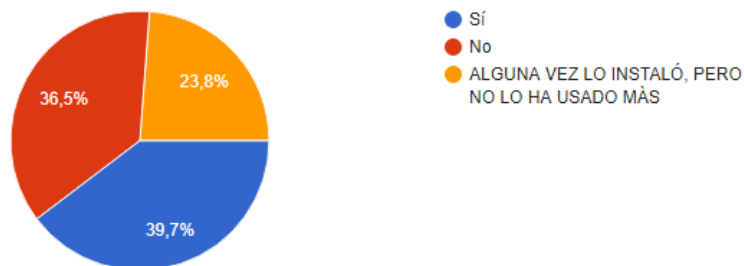


Figura 3. Código QR instalado

Fuente: Elaboración propia

39,7 % tiene instalado un lector de código QR, 23,85 % alguna vez lo instaló y el 36,55 % no tiene dicha.

3. ¿En qué medio impreso ha visto usted un código QR? Elija hasta tres opciones.

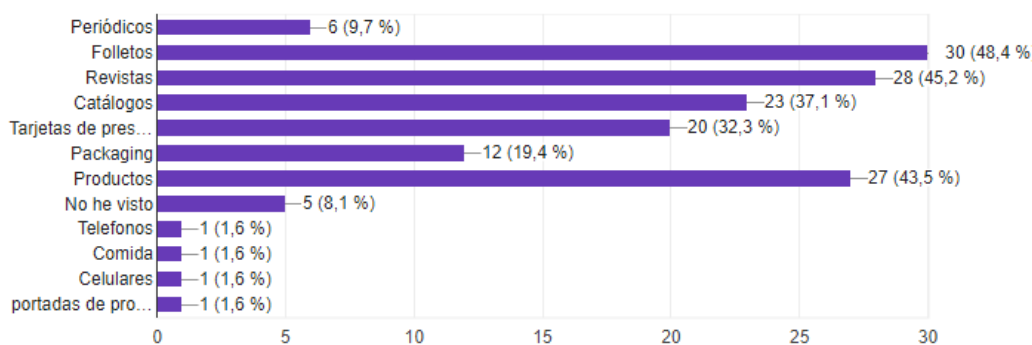


Figura 4. Medio impreso

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados en alguna ocasión ha podido visualizar los códigos QR en folletos, revistas y en los productos.

4. ¿Qué información usted ha podido visualizar varias veces cuando ha escaneado un código QR?

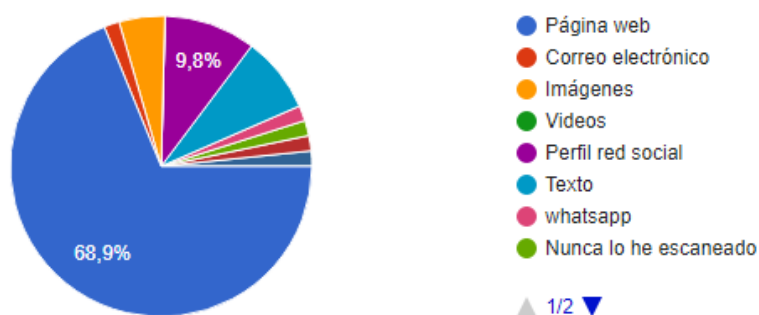


Figura 52. Información que ha visualizado

Fuente: Elaboración propia

68,9% cuando escanean un código QR visualizan una página web, 9,8% ven el perfil de una red social, 4,9% observan imágenes y 1,6% puede leer un correo electrónico.

5. ¿Considera interesante el uso del código QR en los medios impresos? Si responde afirmativamente, justifique su respuesta.

Si por qué es una manera fácil de llegar. (2)
Si asi evitamos el flajjo
Si
Una gran ventaja se ve en los link de los sitios web largos si colocamos en texto se demora en escribir pero si se coloca un QR de ese link largo seria mas rapido el acceso
Es muy interesante porque se une con lo digital
Si, el QR ayuda a visualizar más rápido la búsqueda de alguna dirección web.
si, para tener beneficios de compras
Nunca he usado

Figura 6. Interés del uso código QR

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados ve algo muy novedoso en los códigos QR. También lo consideran importante para la interacción entre el medio impreso y el medio digital.

Conclusiones de las encuestas

Después de haber tabulado y analizado las respuestas de las encuestas, se puede concluir que:

- Se tiene conocimiento acerca del código QR, a tal punto que conocen cuál es su función.
- La mayoría ha visto este código en algunos medios impresos y varias veces visualizaron alguna página web.
- Los encuestados les parece interesante este código porque se fusiona los medios impresos con el digital.

2.2. Análisis de proyectos similares

2.2.1 Actas de diseño, recopilación de proyectos

El libro *Actas de Diseño* es una publicación donde preponderan los proyectos académicos-profesionales realizados en los *Encuentros Latinoamericanos de Diseño*, donde la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo es la organizadora desde el año 2006 en Buenos Aires-Argentina. La información técnica del libro se muestra a continuación:

Formato: Vertical.

Número de páginas: Varían en cada publicación (253 – 265 Págs.).

Tipo de retícula: Dos columnas.

Interlineado de texto: Sencillo.

Tipografía: FF Zine Sans Display OT, ExtraBold (títulos) y Times New Roman (bloques de textos).

En cuanto a la portada del libro se muestra la siguiente información: título, foro, facultad y universidad a la cual pertenece. En el centro se coloca el número de tomo o colección, nombre del evento, fecha y lugar en que fue realizado. Como identificador gráfico, se ubica el logo de la universidad en la parte inferior (ver figura 7).

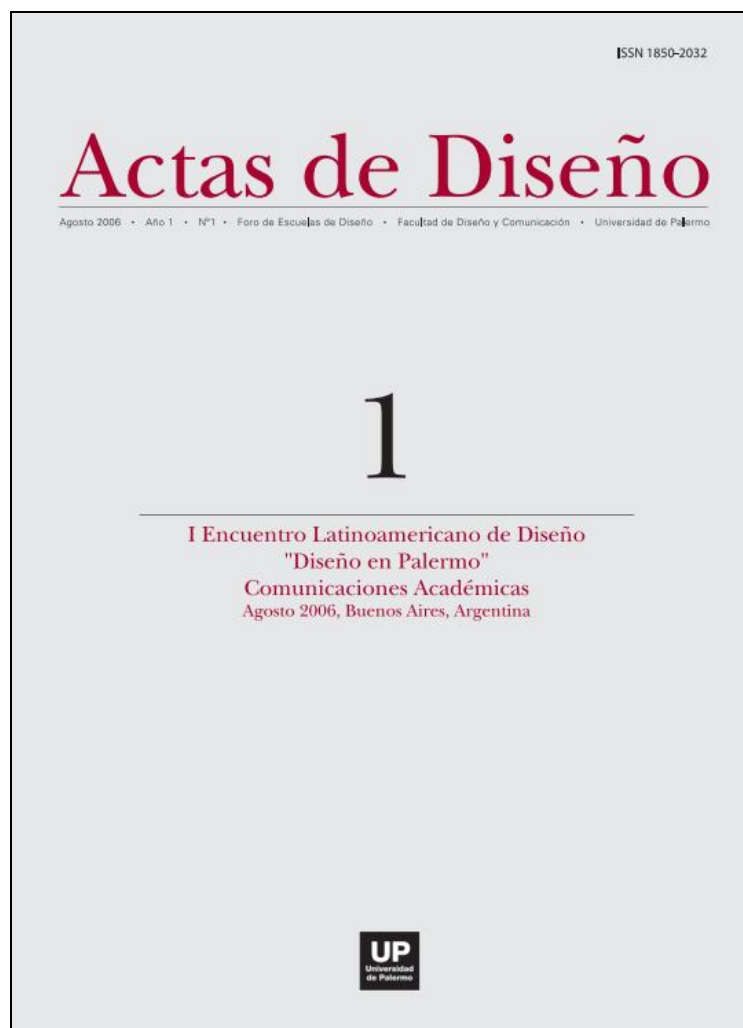


Figura 7. Portada Actas de Diseño

Fuente: Universidad de Palermo

En lo que concierne a la diagramación del contenido, este lleva un sistema reticular de columnas. En el encabezado se recalca información como: nombre del evento y en el pie de página se ubica: título del libro, nombre de la facultad y universidad origen. El código ISSN se establece junto a la numeración de la página (ver figura 8).

igual activación y/o mediante contrapedal. Estas propuestas de configuración y sistemas generales reúnen las condiciones de pre-factibilidad necesarias para el proyecto en los términos de plazo y recursos disponibles, mientras que permiten la generación de variantes de diseño por el equipo de estudiantes.

• **Espectro de utilización:** El espectro es amplio, delimitado contemplando los usos recreativos y prácticos que mejor atienden las necesidades y expectativas conocidas y/o probadas del usuario, para uso en solitario y grupo, uso compartido del producto, hacer mandados, desplazarse y transportar pequeñas cargas, etc.

• **Instancias de uso:** Considerar la puesta en marcha (coloca en posición y orden de marcha), accion, ajuste de posición y manejo, visibilidad desde y hacia el vehículo, arranque, manejo a baja velocidad, cambio de dirección y superación de obstáculos, manejo a velocidades media y alta, cambios de dirección, frenado, maniobras evasivas combinadas y de emergencia, confort de marcha, subidas y bajadas con vehículo cargado o descargado y remolque del vehículo.

• **Instancias de uso:** Considerar estacionamiento y almacenamiento en interiores y exteriores, transporte del vehículo, reparaciones, ajustes, mantenimiento y limpieza.

• **Contexto:** Se considera como modelo del terreno de uso habitual el que rodea en viviendas en un radio de aproximadamente 5 km (15 minutos - 20 km/h), siendo sus características y obstáculos frecuentes: cordones, pendientes, charcos y eventuales parches de barro y arena, pozos y grietas, vehículos estacionados, en movimiento y en manobras de salida / entrada a viviendas.

• **Seguridad:** Garantizar estabilidad en todo el rango de velocidades, en maniobras normales y de emergencia, asegurando la integridad estructural y funcional de componentes de riesgo: ruedas, rodamientos, chasis, frenos y dirección. Reducir al máximo los factores de riesgo de daño al usuario en caso de accidente y permitir una correcta visibilidad del vehículo en el tránsito de día y noche, y una posición de manejo que garantice la visibilidad del usuario durante la conducción.

• **Tecnología y recursos:** Se contará con los recursos productivos y de taller de Motociclo S.A. y Laboratorios de Diseño de CIRT. Un representante de la empresa Motociclo S.A. brindará asesoramiento durante el proyecto sobre tecnologías disponibles y factibilidad de realización de las propuestas. Los Laboratorios de Diseño CIRT permitirán la construcción de modelos de control a escala y tamaño natural, con materiales alternativos a los de producción.

• **Documentación técnica:** Planos y especificaciones completas serán entregadas a Motociclo S.A. para la construcción de un modelo operativo - prototipo para verificación y validación de la propuesta.

El 3 y 4 de diciembre de 2008 en la Maratón Televisiva "Teléfono sin mensaje" o "Llamad al vehículo" Tiva por el ciclista y modelista olímpico Milton Wynants, cumpliendo el sueño de Leonel. El sueño cumplido no pudo ser sorpresa ya que el tiempo disponible supuso la incorporación de Leonel al equipo de Diseño para la evaluación de los modelos y su estacionamiento en el manejo, para que en la noche de su presentación pudiera

debutar con su habilidad adquirida en pocos días y dedicarnos en mejor suerte, siendo ese propósito grato para los integrantes del Equipo de Diseño el mejor premio nunca antes recibido.



Se agradecen los apportes para la redacción del caso del D. Ing. Daniel Domínguez y el D. Ing. Gabriel Cross.

*Universidad Ort Uruguay.
** Universidad Ort Uruguay

Cine y moda (2009)

La permanencia de los viejos arquetipos

Eugenia Guervara* y Florencia Mangini**

Cada temporada se pone de manifiesto (ya sea en la presentación de las colecciones de los diseñadores más prestigiosos del mundo o en la estética y las ideas expuestas en el trabajo de estilistas y fotógrafos), que aún permanecen, que rotan y son retomados, revalorados, revisados y recordados, los estilos de aquellas actrices y actores del cine que se impusieron como arquetipos o modelos.

Vemos multiplicarse en producciones de moda publicitarias en las revistas más importantes del mundo a nuevas Marilyn, Marlene, Greta, Anna Karina, Hepburn por partido doble (Audrey y Katharine) y Brigitte, junto a nuevas Brando o Deane. Lo mismo sucede en la publicidad de moda, en los desfiles y en las mismas, siempre resuavadas, colecciones que regresan una y otra vez al pasado para encontrar su inspiración en estilos icónicos. "El cine surge inagotablemente de datos y sugerencias a creaciones francesas, británicas, japonesas e italianas. Sus retrospectivas miradas invitan al balance del pasado más cercano", decía Geoffrey Bares, diseñador americano que fue el primero de su país en presentar su colección en Europa (citado en Marta Belluscio, *Vestir a las estrellas*, 2001)

Sin embargo, no se puede dejar de considerar que la principal fuente de inspiración del cine ha sido y es, la realidad. "Si bien la película lleva dentro de sí la moda,

Figura 8. Página interna - Actas de Diseño

Fuente: Universidad de Palermo

El libro termina con dos tablas *índice*. El primero está señalado por títulos organizados alfabéticamente y en la siguiente tabla consta: nombre de los autores en formato de dos columnas, diferenciando en la tipografía los títulos de los autores. Además, cada índice tiene su número de página para la localización de los trabajos. Finalmente, la contraportada muestra el logo de la universidad, dirección de la misma y su sitio web, información ubicada en la parte inferior (ver figura 9 y 10).

Diseño en Palermo 1 | Encuentros Latinoamericanos de Diseño 2018

Índice por títulos

A "Magical" Social de Designer (1982). The social "Magic" of Designer Adriana Letria Barreto Matos y Wolaska Maria Lopez Vianna.....	Apuntes para una historia del diseño gráfico para televisión en Venezuela (1126) Apuntes al lenguaje televisivo latinoamericano Facundo Solís.....
p. 167	p. 130
A relación de informaciones de estética en industria de moda da sociedade pós-industrial (1091) Leonardo de Queiroz Braga Cavalcante.....	Apuntes para una semiología del gesto y la interacción musical (1114) Jorge Sol.....
p. 23	p. 120
A Ergonomia como base conceitual para o design de bens de capital (1091) Edson Alves Castanha y Carlos Antonio Romêz Rigli.....	Arts, moda y vanguardia. Una lectura del campo del diseño (1098) Loren Viqueque.....
p. 165	p. 108
A informática aplicada na criação de moda (1085) Adriana Letria Barreto Matos.....	Artes visuales (1014) Una propuesta de continuación integrada de estudios Ana Beatriz Pereira de Andrade.....
p. 210	p. 24
A interação arte-moda (1098) Juliana Demarecos de Matos.....	Artisanato de moda na moda: Design e Tecnicarte (1097) María de Jesús Fariña Medeiros.....
p. 226	p. 109
A metáfora como operadora de projeto (1095). Um estudo epistemológico. Elaine Fontes.....	Artisanato cubano (A003) Producción Latinoamericana con identidad Maricela Sánchez Valencia y Julio Santesteban.....
p. 227	p. 23
A modelagem tridimensional: Uma ferramenta de design adaptada para melhorar o produto ao corpo (1141) Adriana Caldas.....	Bianca y diseño (1096) - natura como referente de creación Rodrigo Coronado Escobar.....
p. 144	p. 20
Amodalidade urbana e desenho universal como parâmetros para análise e avaliação de uma galeria comercial em Florianópolis - Sc - Brasil (1073) Rodrigo Gonçalves dos Santos.....	Branding Argentina 2020 (1068) Diseño estratégico desde una perspectiva interdisciplinaria Elián Linares.....
p. 210	p. 170
Algunos temas que surtirán los textos (1093). Como resolver o empujar la redacción de las piezas de diseño gráfico y digital Ricardo Palmiter.....	Calidad de proyecto y tiempo de elaboración (1007) Una diferid emanación para el diseño contemporáneo Eduardo Castilla.....
p. 23	p. 17
Análisis de condiciones organizativas en el diseño en el caliente laboral (1094) Proyecto de Investigación Universidad - Industria. Universidad Pontificia Bolivariana - Caliente Ronder S.A. Luz Mercedes Sique Zepeda.....	Caminhando pelas ruas de baixo, para democrático encontro com a moda (1098) Adriana Letria Barreto Matos y María Dolores de Brito Matá.....
p. 168	p. 171
Aprendizaje y práctica de la investigación para proyectos en la formación gráfica (1140) Una modalidad formativa de autogestión del aprendizaje en la especialidad de Diseño gráfico en la post-secundaria Universidad Católica del Perú Mildred Escobedo de Sierra de Montaña y Carmen García Rodríguez.....	Cine y moda (1080) La permanencia de los viejos arquetipos Eugenia Goveara y Florencia Mingot.....
p. 139	p. 20
	Ciudad Escocada (1161) Apropiações del espaço público João Diego Santos Santamaría.....
	p. 101
	Comunicación Visual y Estilo en el universo de las telas (1136) Lidia Bergamoni Costa Weyman.....
	p. 130

Actas de Diseño 1. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, pp. 240-271. ISBN 980-9-2072..... 249

Figura 9. Índice - Actas de Diseño

Fuente: Universidad de Palermo

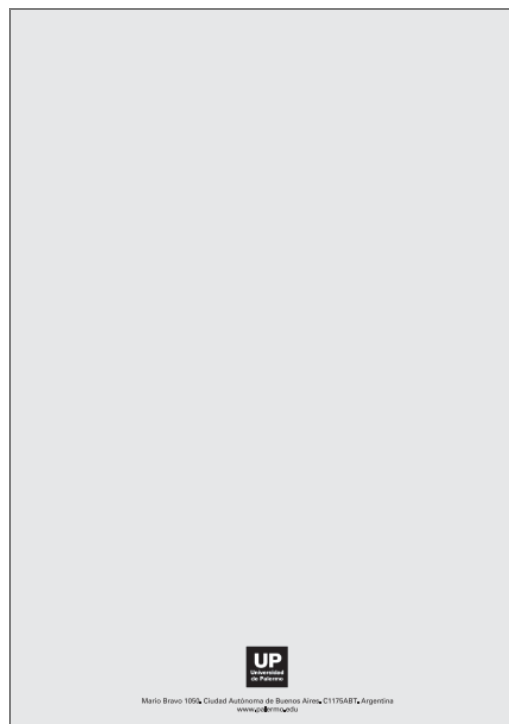


Figura 10. Contraportada - Actas de Diseño

Fuente: Universidad de Palermo

2.2.2 Catálogo de investigaciones

El *Catálogo de Investigaciones* de la Universidad de Belgrano es una publicación que recopila los mejores proyectos de investigación de esta casa de estudios, donde intervienen docentes y estudiantes en conjunto, quienes ponen en práctica los conocimientos adquiridos para mejorar el área investigativa del diseño. Su tipo de estructura es:

Formato: Vertical.

Número de páginas: 154 págs.

Tipo de Retícula: Retícula.

Interlineado de texto: Sencillo.

Tipografía: *Zurich ExtraCondensed Light* (títulos nombrando a las facultades) y *Utah WGL Condensed Light* (para títulos en mayúscula y bloques de texto).

La portada del *Catálogo de Investigaciones* utiliza una fotografía de sus instalaciones, título de la publicación y año de edición. En la parte inferior se observa el logo respectivo de la Universidad de Belgrano (ver figura 11).



Figura 11. Portada Catálogo de Investigaciones

Fuente: Universidad de Belgrano (2009).

En cuanto al contenido de *Catálogo de Investigaciones*, su formato muestra una combinación de una a dos columnas, resaltando el título con tamaño grande de tipografía y el nombre de los autores (dentro de un recuadro). Asimismo, de encabezado va el nombre de la universidad y como pie de página el número de la misma. En la contraportada observamos lo siguiente: en la parte inferior consta el logo de la universidad, departamento encargado de la información del libro, dirección y sitio web (ver figura 12 y 13).

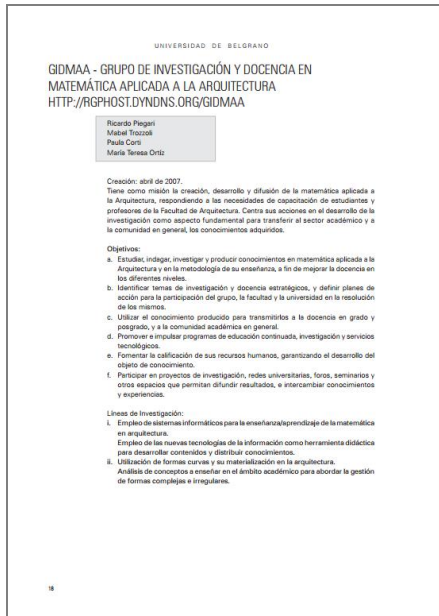


Figura 12. Página interior - Catálogo de investigaciones

Fuente: Universidad de Belgrano (2009).



Figura 13. Contraportada - Catálogo de investigación

Fuente: Universidad de Belgrano (2009).

2.2.3 CATÁLOGO DE PROYECTOS INTEGRADORES: IDEAR

Idear-Crear y diseñar es una edición de la Escuela de Diseño y Comunicación Visual (EDCOM) perteneciente a la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) donde se recopilan los proyectos tanto de estudiantes como de egresados de la carrera. Cada semestre se agrupa los trabajos realizados dentro de una materia integradora para ser presentados de manera conjunta en dicha publicación. Su estructura es:

Formato: Vertical.

Número de páginas: 90 Páginas

Tipo de Retícula: Modular.

Interlineado de texto: Sencillo.

Su portada tiene la siguiente información: título, isologo del proyecto *Idear* y número de edición. En la parte inferior consta: logo de la ESPOL junto al logotipo de la EDCOM (ver figura 14 y 15).



Figura 14. Portada - IDEAR

Fuente: Edcom-Espol

Contenido:		
01.	Identidad Corporativa	13
02.	Campaña	19
03.	Señalética	25
04.	Diseño de Espacios	31
05.	Diseño Editorial	37
06.	Tipografía Experimental	45
07.	Comunicación Social	50
08.	Producción Audiovisual	62

Figura 15. Contenido - Idear

Fuente: Edcom-Espol

En la parte del contenido en extenso se ubica el número de cada capítulo y asignatura. También se encuentra una introducción del proyecto, donde se hace referencia al tema de la publicación, desarrollo de la propuesta y personas involucradas en su ejecución (ver figura 16).

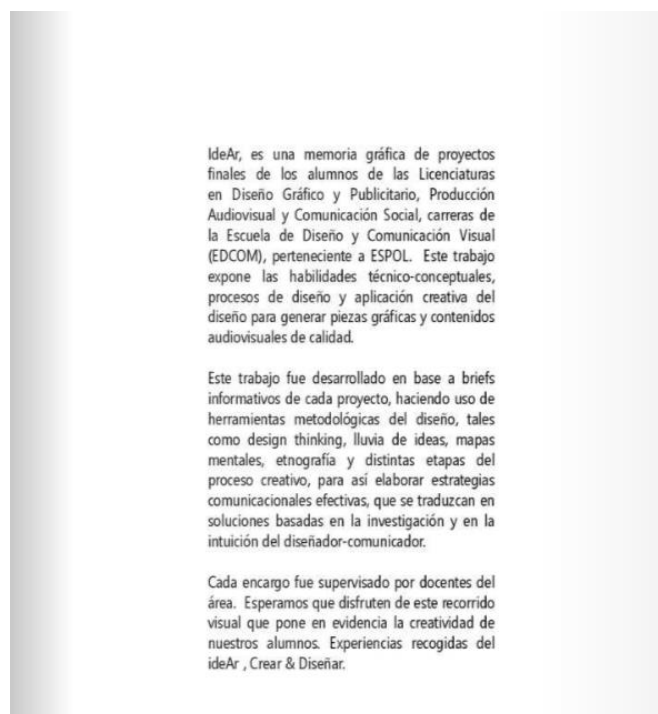


Figura 16. Contenido - Idear

Fuente: Edcom-Espol

Del mismo modo, la presentación de cada asignatura o capítulo tiene un diseño diferente. Por ejemplo, en la sección *Diseño y Construcción de Proyectos Gráficos* el texto se ubica en la parte superior derecha utilizando fondo color amarillo y una imagen referente al tema (en este caso, un lápiz). Y en la parte opuesta de dicha página se utiliza una parte simbólica o icónica de la marca (ver figura 17).

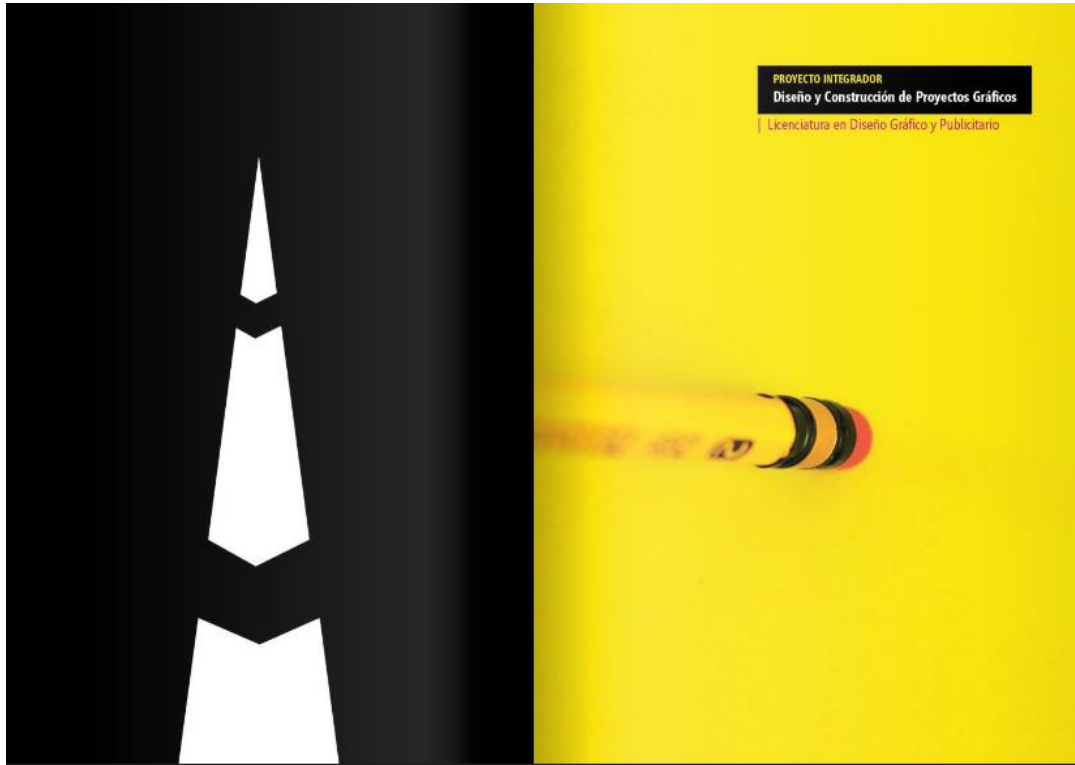


Figura 17. Página interior - Idear

Fuente: Edcom - Espol

En lo que respecta a los capítulos, estos se presentan en un fondo oscuro donde se ubica el número de capítulo y el nombre de la asignatura, junto a una parte icónica de la marca (ver figura 18).



Figura 538. Página interna - Idear

Fuente: Edcom-Espol

Para el contenido de la publicación, se ubican imágenes de cada trabajo elaborado en la mitad de la página y un breve texto correspondiente. En este caso se exhibe: título, nombre del cliente, descripción y responsables del diseño. Por su parte, el encabezado utiliza: número perteneciente de la hoja y en el pie de página se muestra el logo de la marca (figura 19).



Figura 19. Contenido página - Idear

Fuente: Edcom-Espol

En la última página se encuentran los créditos del proyecto, información que incluye: personas que participaron en la elaboración del contenido, edición, responsables de fotografía, diseño, diagramación e impresión, así como los responsables del volumen. En la contraportada se ubica el nombre de la escuela de diseño con su respectivo copyright, todo en la parte inferior (ver figura 20 y 21).

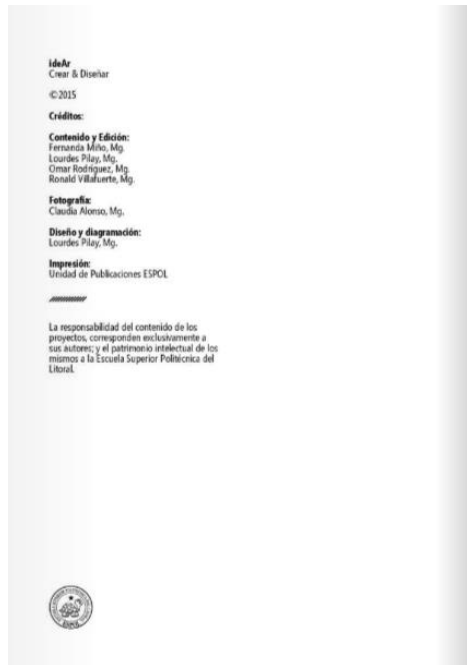


Figura 20. Página Créditos - Idear

Fuente: Edcom-Espol

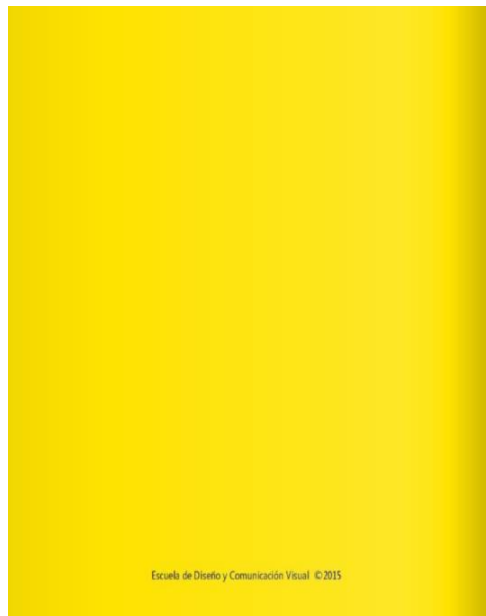


Figura 21. Contraportada - Idear

Fuente: Edcom-Espol

CONCLUSIONES DE LOS CASOS SIMILARES

Luego de haber analizado los diferentes proyectos similares que se relacionan en ser publicaciones seriadas y de recopilar trabajos, se puede concluir que:

- Cada una de las publicaciones tiene diferentes tipos de diagramación debido a la información que maneja cada institución.
- El contenido de *Idear* es muy llamativo porque da prioridad a la parte gráfica de cada trabajo mientras que en la parte textual utiliza la información necesaria.
- Índices ya sea por títulos, temática o por los respectivos nombres de los autores de cada trabajo.
- La cromática, en el caso del *Catálogo de investigaciones de Belgrano* utiliza su respectivo color institucional. Las demás publicaciones utilizan diferentes tonalidades.
- La utilización de códigos QR no se ha visualizado en los casos similares que hemos analizado, lo que permite realizar una propuesta que salga de lo convencional.

Estas observaciones son tomadas en cuenta para el desarrollo de nuestro catálogo porque permite conocer, en este caso, como maneja cada institución sus respectivas publicaciones editoriales.

3. PROYECTO

3.1. Criterios de diseño

Después de realizar el proceso de investigación y análisis de los casos similares, se empieza a diseñar la portada – contraportada y la diagramación de las páginas interiores del catálogo, teniendo en cuenta los elementos estructurales adecuados para la maquetación del mismo.

La función del catálogo es recopilar los proyectos de los estudiantes egresados por cada semestre. El contenido tendrá los puntos más relevantes de un esquema de trabajos de titulación, con el propósito de crear una publicación seriada que pertenezca a la carrera y a la vez sirva como portafolio de la producción gráfica de los futuros profesionales.

3.1.1. Identificador

(Murphy & John) afirman que “una de las funciones clave de una marca o de un logotipo es identificar un producto, un servicio o una empresa”. Para una publicación seriada se ve la necesidad de utilizar la marca ya establecida de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria en la portada del catálogo para así marcar la diferencia de las demás instituciones.



Figura 22. Marca de la carrera de GGP

Fuente: Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria

3.1.2. Cromática

Para la cromática de nuestra publicación se aplica la función corporativa y para ello se utiliza los colores de la marca perteneciente a la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria, lo que permite reforzar su identidad gráfica (Paredro, 2015).

DISEÑO GRÁFICO
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



#E9532D

C: 0 %
M: 78 %
Y: 85 %
K: 0 %



#949393

C: 30 %
M: 24 %
Y: 24 %
K: 30 %

Figura 23. Cromática de la carrera de GGP

Fuente: Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria

3.1.3. Formato

“El utilizar los formatos estándares nos facilita la optimización del papel, lo que supone un beneficio económico, puesto que reduce la cantidad de papel utilizado” (Guía de buenas prácticas para diseñadores, s.f.). De acuerdo a lo citado anteriormente, para el diseño del catálogo se escogió el tamaño de 15 x 21 centímetros, medidas que concuerdan con la opinión del profesional en diseño editorial.

3.1.4. Tipografía

La tipografía, al igual que el tono de voz con que se habla, posee un significado oculto en su forma de expresarse. Por ejemplo, cuando una persona habla no lo hace con el mismo tono todo el tiempo, hay inflexiones en la voz que denotan ánimo, entusiasmo, alegría, tristeza, fastidio e interés. Esto mismo se ve reflejado al momento de representar el habla de forma gráfica y ello se logra mediante el uso de la tipografía. (AHARONOV, 2011)

Por eso la tipografía elegida para el contenido de las páginas interiores del catálogo será *Georgia*, para los títulos internos *Lato Bold*, y por último *Press Feeling* para el boceto de la portada.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - ! " # \$ % & / () = ? ; ' ' * [:

Georgia - Regular

Figura 24. Tipografía Georgia

Fuente: www.dafont.com

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - ! " # \$ % & / () = ? ; ' ' * [:

Lato Bold

Figura 25. Tipografía Lato

Fuente: www.dafont.com

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - ! [\$] # \$ % & / () = ? ~ ^ Å ÿ * [:

Press Feeling

Figura 26. Tipografía Press Feeling

Fuente: www.dafont.com

3.1.5. Contenido

Se utilizará las características de una publicación seriada: título, designación numérica y periodicidad. La numeración total de páginas que trabaja un catálogo debe ser múltiplo de cuatro, incluyendo portada y contraportada. Para esta edición será de 72 páginas. Al final de cada trabajo recopilado, tendrá su respectivo código QR que permita visualizar todo el contenido en un dispositivo móvil.

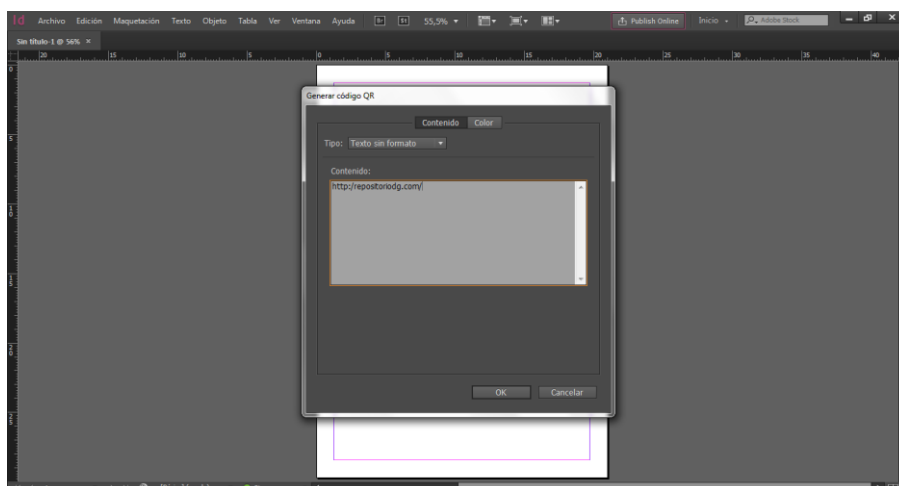


Figura 27. Insertar código QR

Fuente: Elaboración Propia

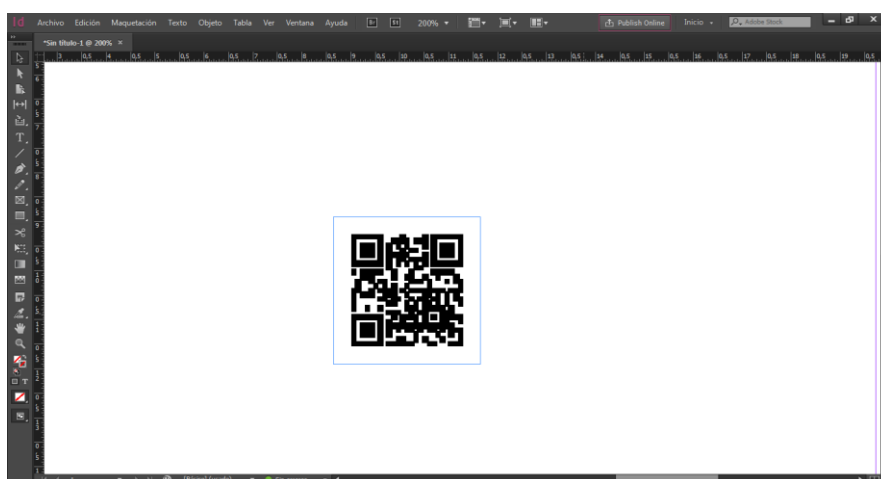


Figura 28. Código QR

Fuente: Elaboración Propia

3.1.6. Retícula

“Construir una retícula eficaz para un proyecto determinado significa valorar de forma profunda el contenido, específico de dicho proyecto, en lo que se refiere a las características visuales y semánticas del espacio tipográfico”. (Katherine Portillo, 2011)

Para la realización del proyecto se utiliza el sistema reticular de columna, ya que brinda flexibilidad al momento de diagramar los diferentes tipos de contenido, como imágenes y cuerpo de texto.

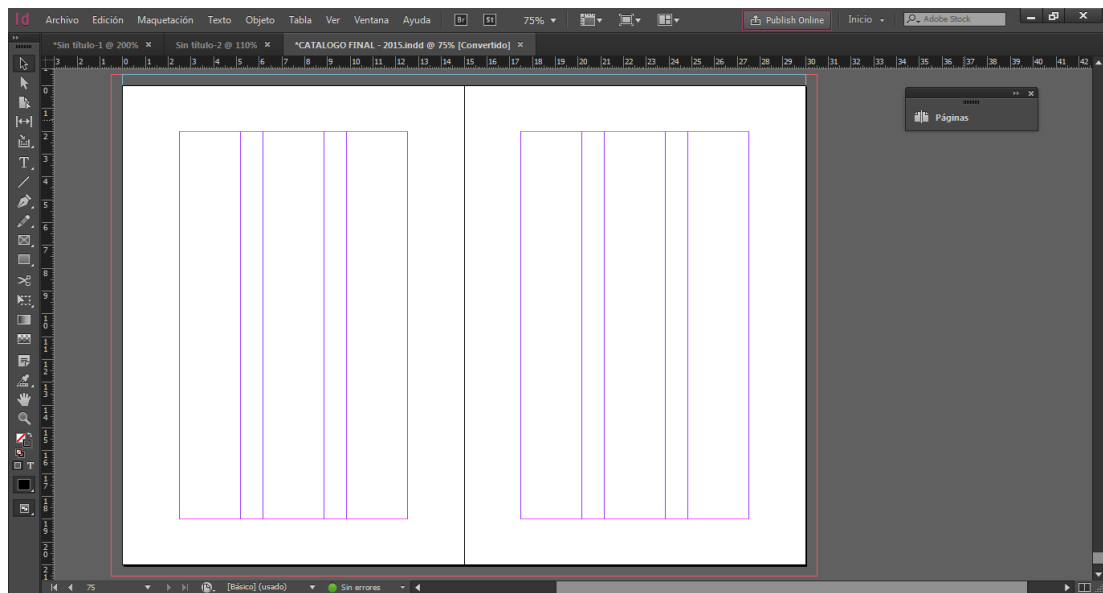


Figura 29. Retícula Columnas

Fuente: Elaboración Propia

3.1.7. Separación de temáticas

Para la realización de dividir las asignaturas se lo hace mediante una pestaña con el respectivo nombre de la materia.

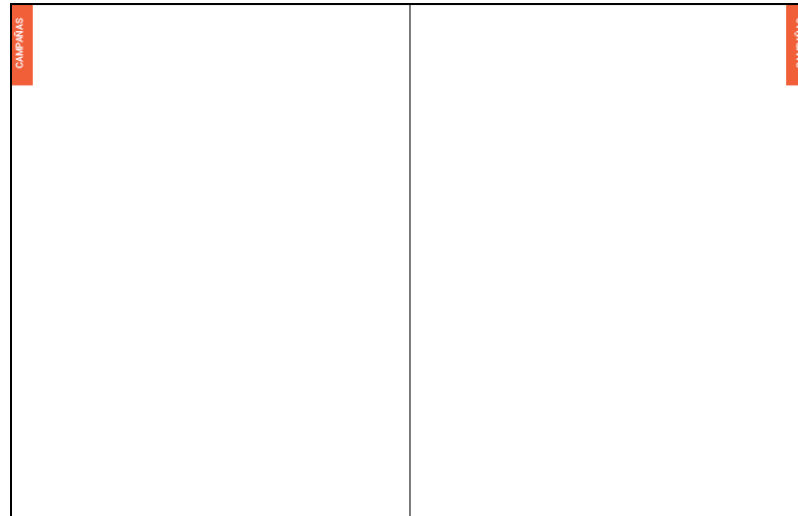


Figura 30. División de temas

Fuente: Elaboración Propia

Y cuando se pasa a otra asignatura la pestaña comienza a bajar y así se separar cada una de ellas, logrando el propósito de que cada trabajo de titulación este en la sección correspondiente.

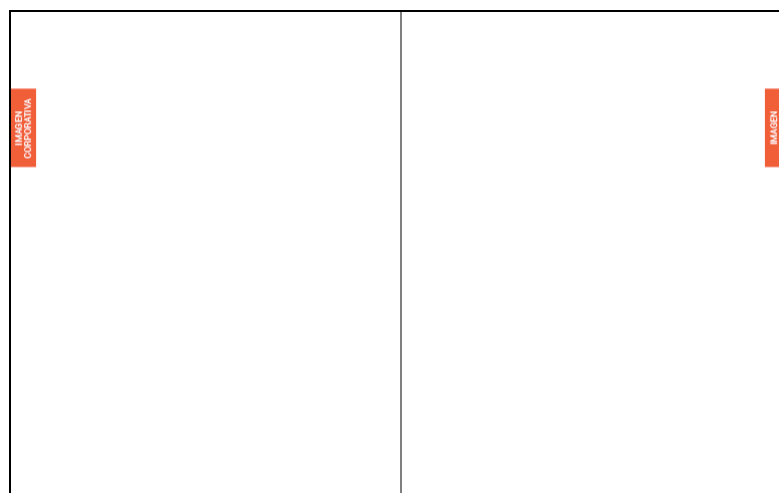


Figura 31. División de temas

Fuente: Elaboración Propia

3.2. Desarrollo de bocetos o artes iniciales

Según Sáiz (2011), “un boceto es un dibujo esquemático que no incluye detalles ni terminaciones. Su objetivo es representar ideas o conceptos, sin preocuparse por la estética”. La realización de bocetos es un proceso que permite plasmar ideas para originar propuestas de diseño. A continuación se muestran propuestas para: portada, contraportada, capítulos y contenido de catálogo.

- **BOCETOS Y PROPUESTAS DIGITALES**

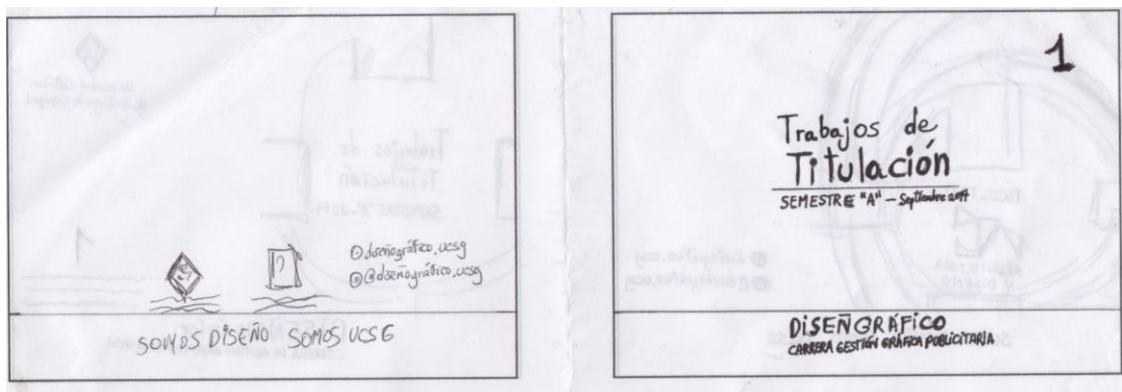


Figura 32. Propuesta 1 - Portada y contraportada

Fuente: Elaboración Propia

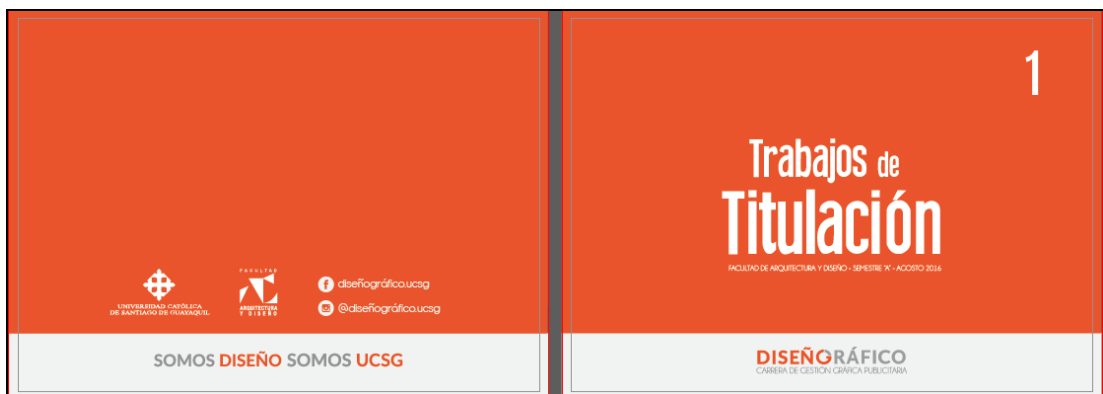


Figura 33. Propuesta 1 - Portada y contraportada Digital

Fuente: Elaboración Propia

Para la primera propuesta de la portada del catálogo, se utiliza la tipografía *Press Feeling* para el título, el fondo es el color corporativo de la carrera, el respectivo número de edición y datos como facultad perteneciente, semestre, etc.

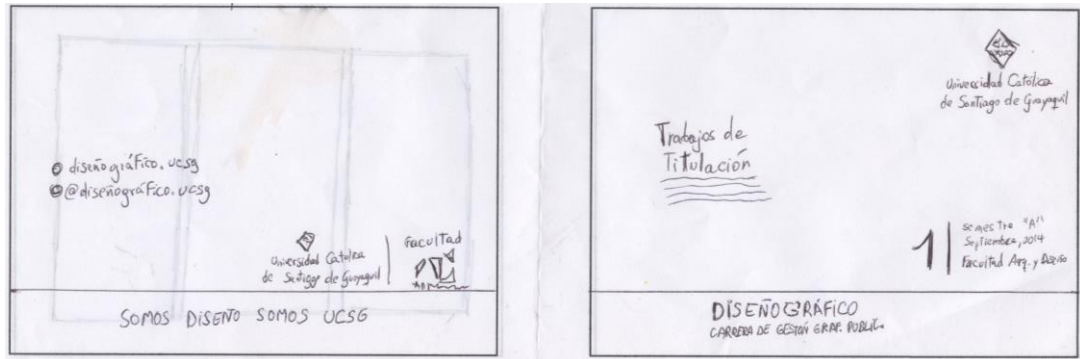


Figura 34. Propuesta 2 - Portada y Contraportada

Fuente: Elaboración Propia

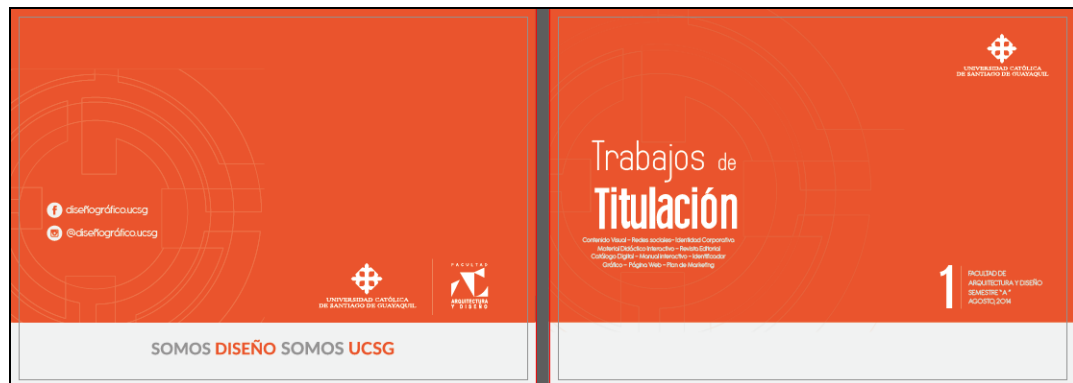


Figura 35. Propuesta 2 – Digital

Fuente: Elaboración Propia

En la segunda propuesta, se sigue usando el mismo color pero se ubica información adicional. Por ejemplo debajo del título están los nombres de las respectivas temáticas de los trabajos de titulación que se han realizado. En la parte superior está el logo de la universidad y en la inferior el número de edición, semestre, etc.

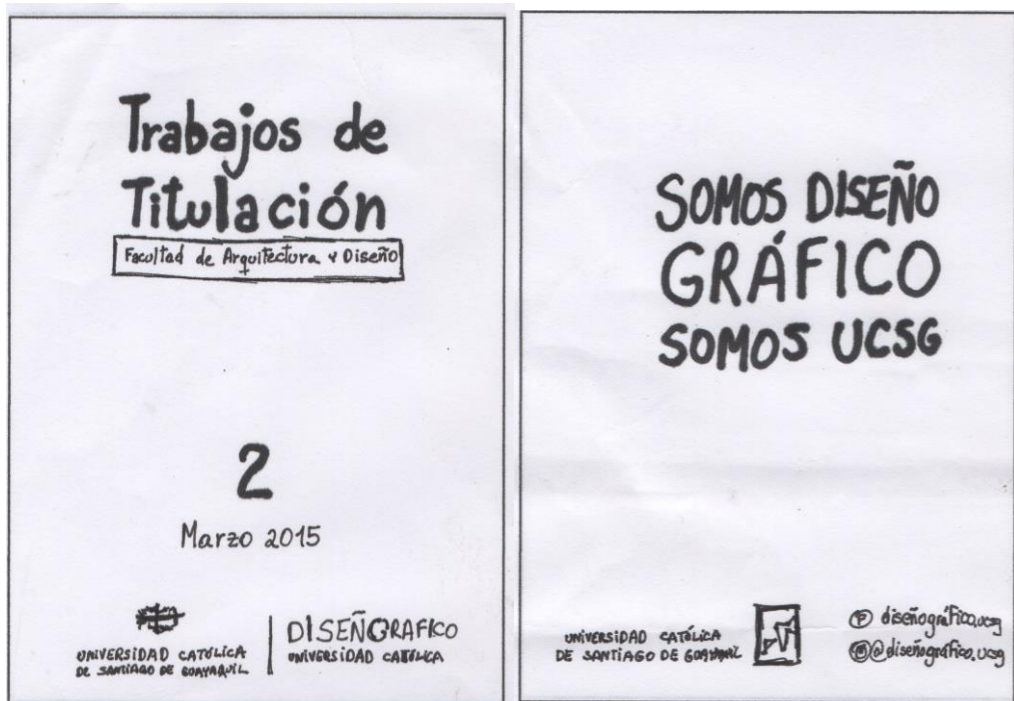


Figura 36. Propuesta 3 - Portada y contraportada

Fuente: Elaboración Propia

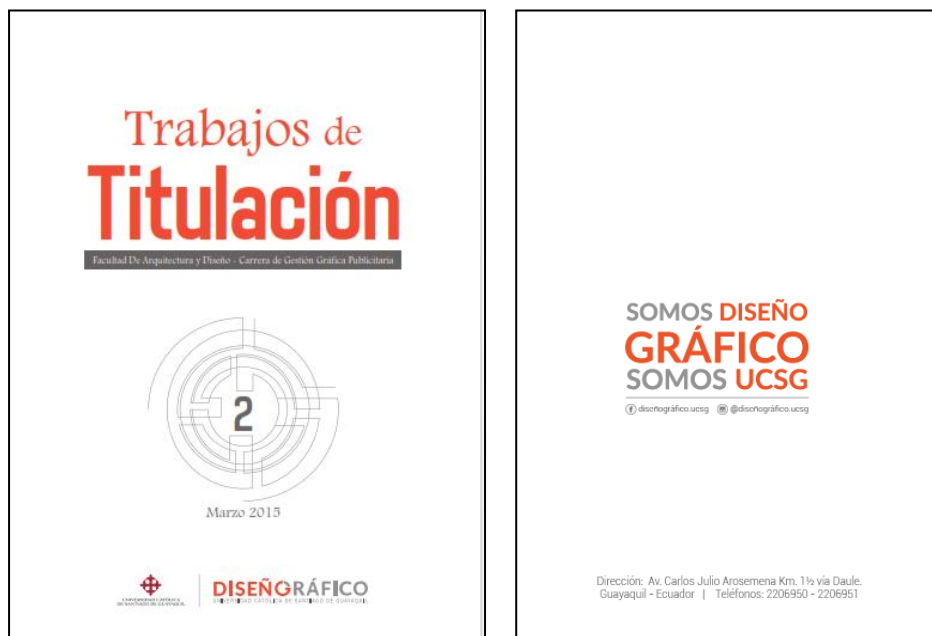


Figura 54. Propuesta 3 digital

Fuente: Elaboración Propia

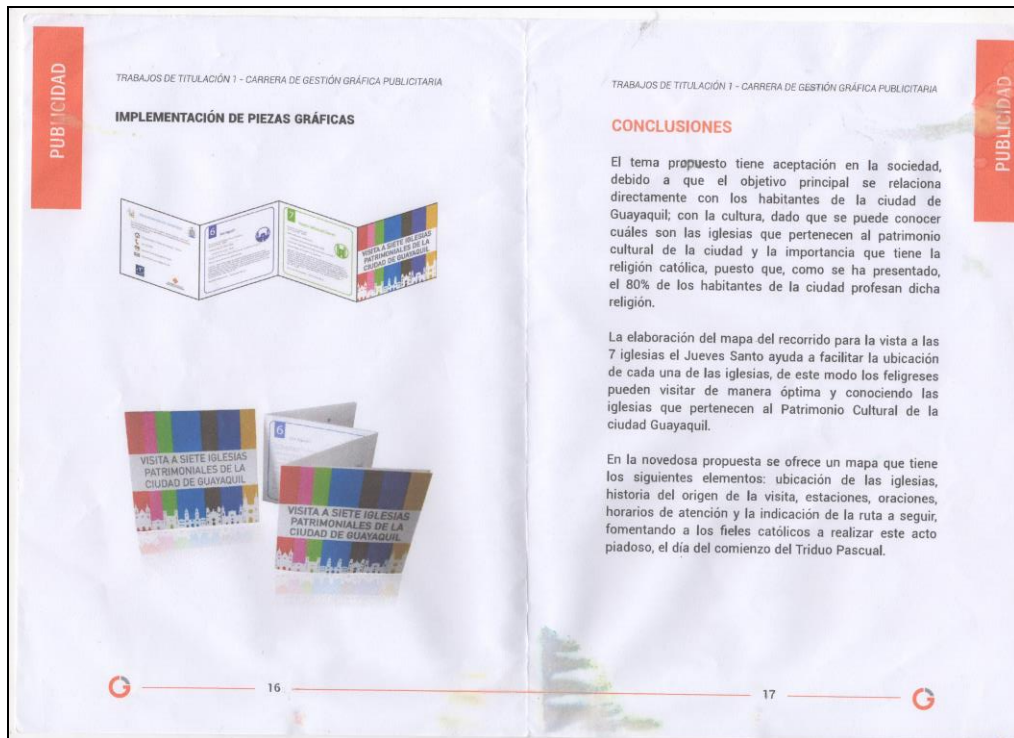


Figura 38. Propuesta páginas internas - formato vertical

Fuente: Elaboración Propia



Figura 39. Propuesta páginas internas - formato horizontal

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Evaluación de Artes Iniciales

Al realizar las primeras propuestas, se procede a la realización de las evaluaciones de los artes con los docentes y el director de la carrera. Las preguntas realizadas fueron las siguientes:

- ¿La portada refleja el contenido acorde al tema?
- ¿Considera que los colores son adecuados para el catálogo?
- ¿Los elementos gráficos utilizados son legibles?
- ¿El tamaño de la tipografía es legible?
- ¿Es comprensible la información que contiene el lomo del catálogo?

Para evaluar el contenido del catálogo se tomará en cuenta lo siguiente:

- Diseño de la portada
- Cromática
- Diagramación del texto e imágenes
- Tipografía
- Legibilidad y armonía

Tabla 3

Resultados de la evaluación de artes iniciales

	PORTADA Y CONTRAPORTADA	PÁGINAS INTERNAS
Propuesta 1	2	6
Propuesta 2	1	2
Propuesta 3	5	

Fuente: elaboración propia.

Como resultado se obtuvo que el diseño para la portada – contraportada, la propuesta 3 fue de mayor aprobación sugiriendo utilizar el color de la marca y utilizar una tendencia de diseño minimalista para hacer

más llamativo el catálogo. En las páginas internas, se eligió por su manejabilidad el formato vertical y recomiendan utilizar una tipografía Sans Serif por su legibilidad y modernidad.

Una vez recopiladas las opiniones de los participantes, se procede al análisis respectivo a fin de obtener un diseño funcional para la portada y el contenido adecuado para cumplir los criterios de diseño ya establecidos, en miras a un desarrollo óptimo de la línea gráfica inicial.

3.4. DESARROLLO DE LA LÍNEA GRÁFICA INICIAL



Figura 40. Formato elegido para el catálogo

Fuente: Elaboración Propia

Luego de las evaluaciones realizadas, la propuesta elegida es la de formato vertical por su cómoda manejabilidad, en cuanto a la portada se propone una nueva línea gráfica para reflejar el contenido que se basa el catálogo, para las páginas internas se trabajará con una sola tipografía pero con sus diferentes variaciones.

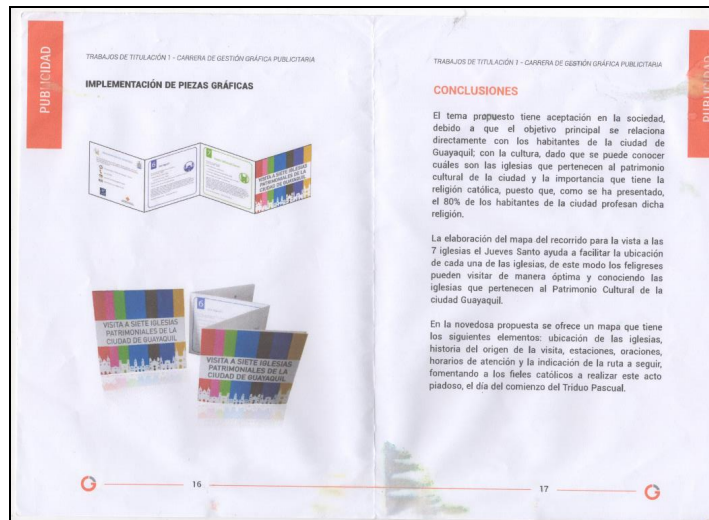


Figura 41. Diagramación de páginas internas

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a la diagramación de las páginas internas, se opta por trabajar el texto en un solo bloque para evitar muchos espacios.



Figura 42. Propuesta para sección de cada tema

Fuente: Elaboración Propia

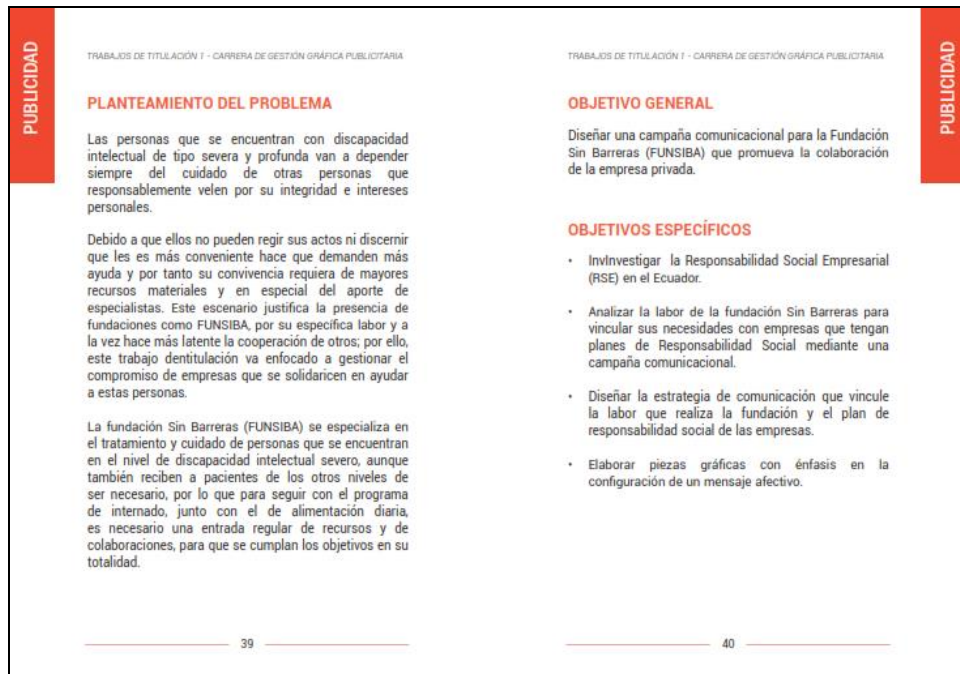


Figura 43. Propuesta inicial

Fuente: Elaboración Propia



Figura 44. Propuesta inicial

Fuente: Elaboración Propia



Figura 45. Propuesta inicial gráficos

Fuente: Elaboración Propia

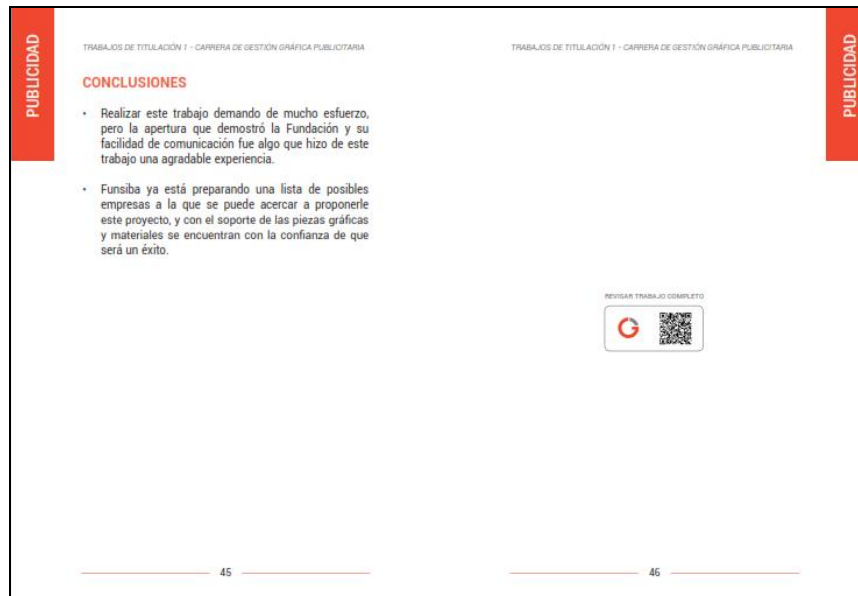


Figura 46. Propuesta inicial código

Fuente: Elaboración Propia

En conclusión, la evaluación es la guía para conocer la ubicación correcta de la tipografía así como las ilustraciones en la diagramación del folleto.

3.5. Desarrollo de la línea gráfica definitiva

Tomando en cuenta las observaciones de los docentes y del director de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la UCSG, se realizan las siguientes modificaciones para obtener el resultado definitivo en la propuesta final.

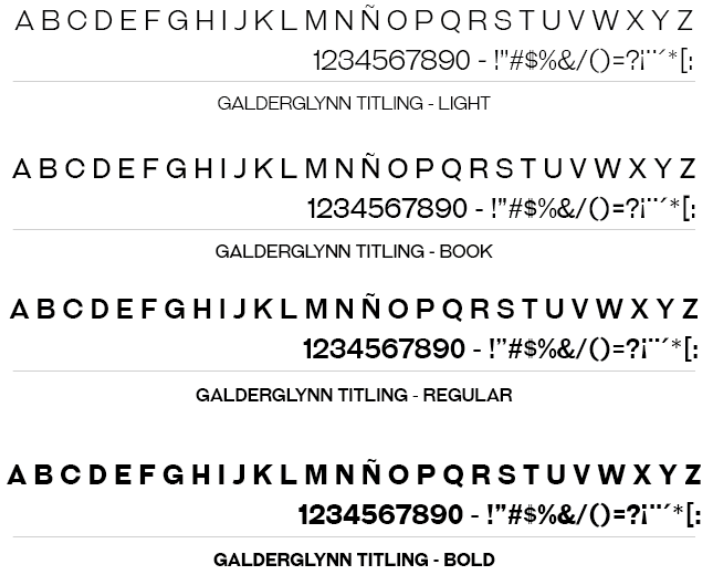


Figura 47. Tipografía Gardelglynn

Fuente: Dafont

Galderglynn Titling es seleccionada como la tipografía adecuada para el título de la portada y se utiliza sus variaciones de estilo de fuente.

TRABAJOS DE TITULACIÓN

Figura 48. Título para la portada

Fuente: Elaboración Propia

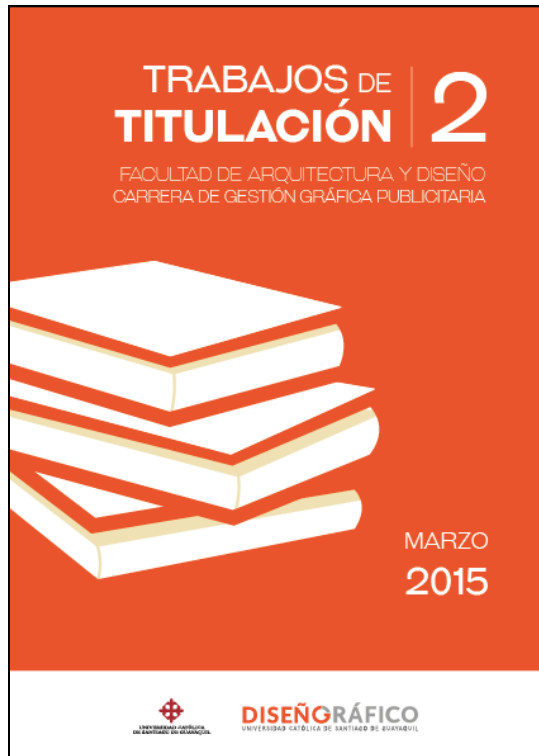


Figura 55. Propuesta portada

Fuente: Elaboración Propia

Roboto es seleccionada como la tipografía adecuada para las páginas interiores y se utiliza sus variaciones de estilo de fuente.



Figura 50. Tipografía para el contenido del catálogo

Fuente: Elaboración Propia

3.6. Contenido

El tamaño de la portada, contraportada y de las páginas internas tiene las siguientes medidas: 15 x 21 cms dejando 0,5 centímetros de rebase.

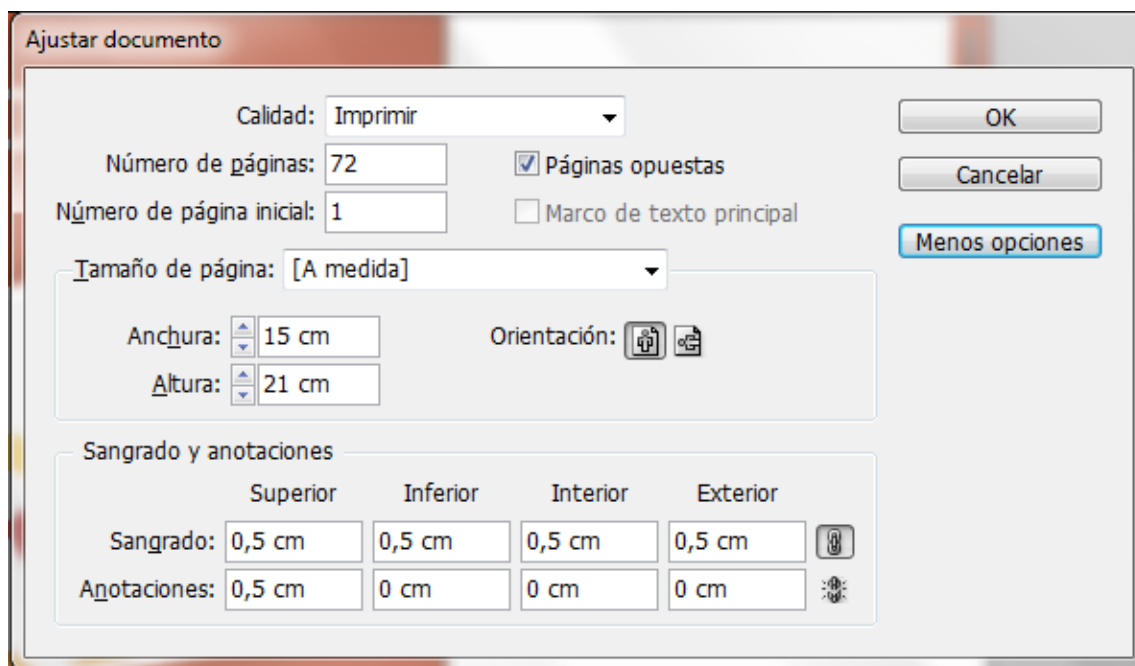


Figura 51. Ajuste del documento

Fuente: Elaboración Propia

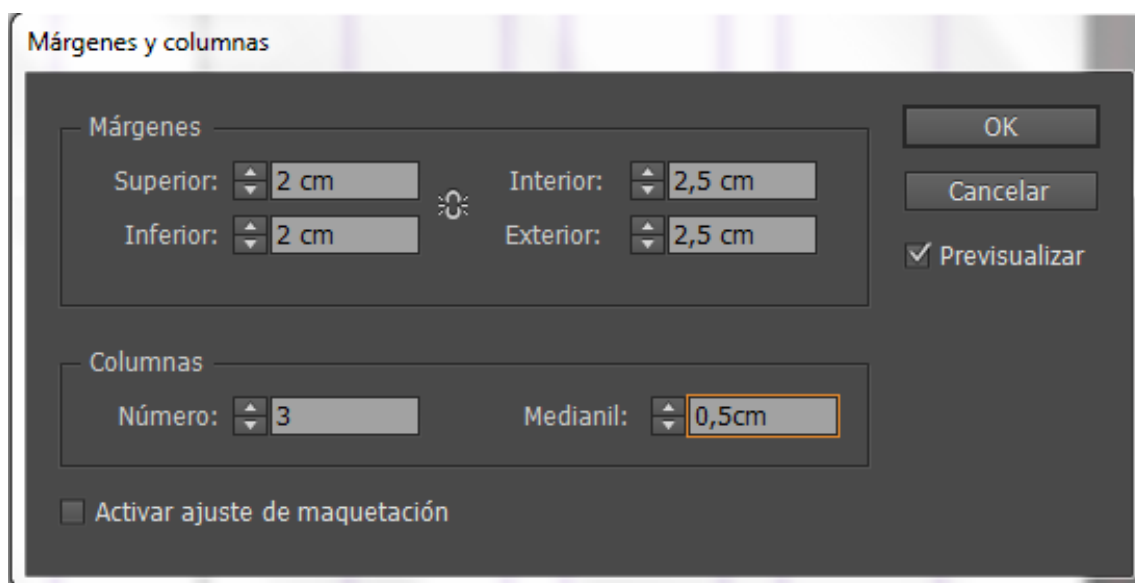


Figura 56. Márgenes y columnas

Fuente: Elaboración Propia

3.7. Impresión

3.7.1. Perfil de color

Para la impresión del libro se usará el perfil de color CMYK (Coated FOGRA39), perfil con el cual la imprenta trabaja.

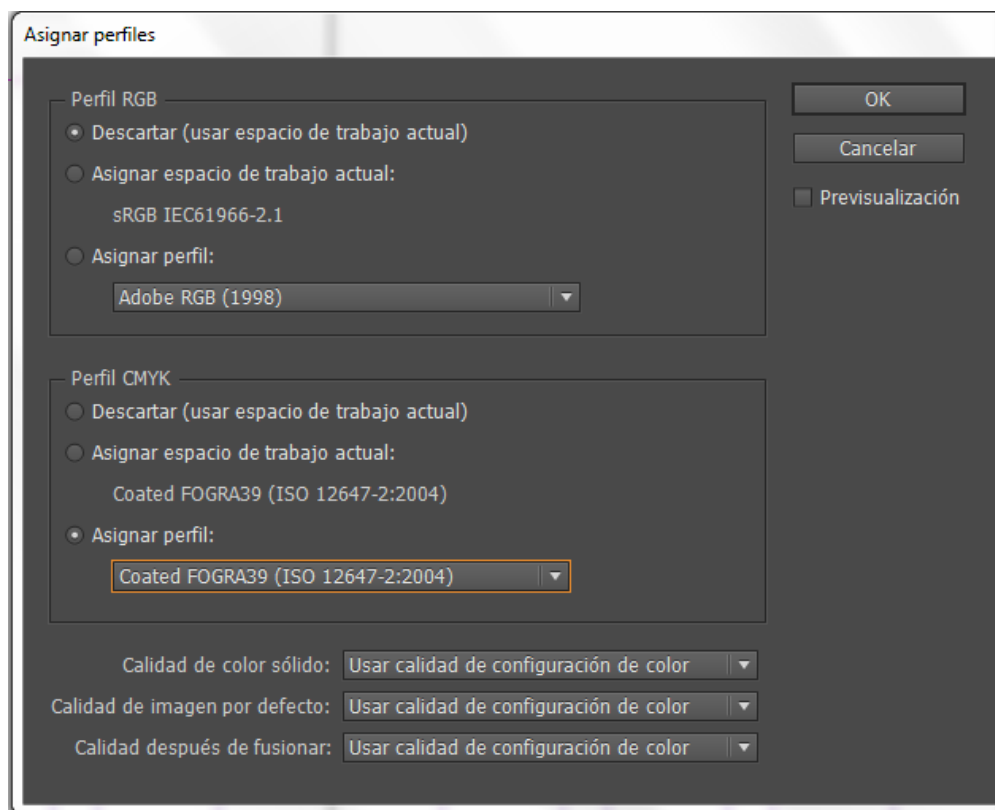


Figura 53. Perfil de color

Fuente: Elaboración Propia

3.7.2. Papel

Para la impresión de las hojas internas se utilizará el papel kimberly de 90 gramos y para la portada-contraportada, cartulina plegable.

3.8. Implementación y verificación

Luego del desarrollo de la propuesta final del catálogo, se procede a realizar la respectiva evaluación para comprobar la utilización del documento editorial.

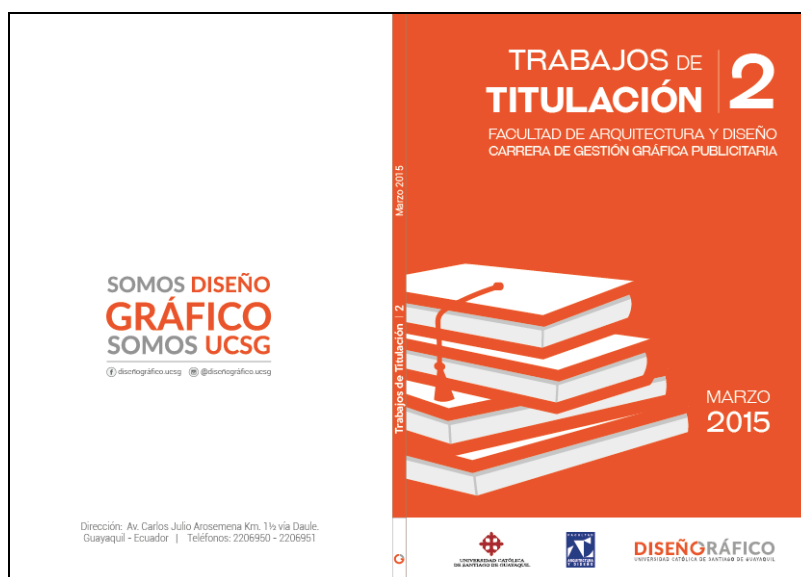


Figura 57. Propuesta final Portada-Contraportada

Fuente: Elaboración Propia

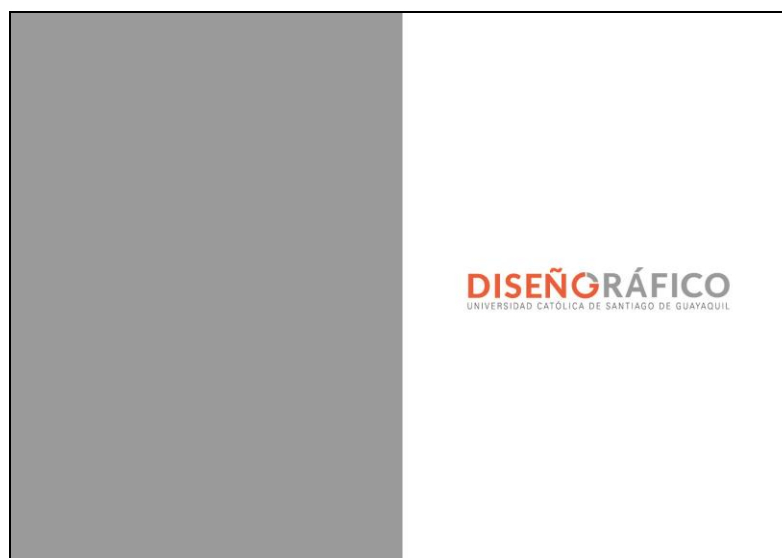


Figura 55. Propuesta final

Fuente: Elaboración Propia

<p>Trabajos de Titulación Segunda edición: Marzo 2015</p> <p>Facultad de Arquitectura y Diseño Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria Dirección: Av. Carlos Julio Arosemena Km. 11a Vía Dadae, Guayaquil - Ecuador Teléfonos: 2206950 - 2206951</p> <p>Portada: José Miguel Cruz Cárdenas Diagramación: José Miguel Cruz Cárdenas Editor: José Miguel Cruz Cárdenas</p> <p>Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, sin la debida autorización por escrito del editor.</p>	<p>MISIÓN</p> <p>La Carrera de Gestión Gráfica Publicitaria tiene como misión la formación completa e integral de profesionales creativos y capaces de resolver, de manera eficiente, los problemas de la gestión gráfica y la comunicación publicitaria, socialmente responsables, comprometidos y plenamente identificados con el medio en el que se desenvuelven y con su realidad social.</p> <p>VISIÓN</p> <p>Convertir a la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria en un referente crítico y analítico de los problemas que se presentan en la ciudad de Guayaquil y en el país, en el ámbito de la gestión gráfica y la comunicación publicitaria, conscientes de la identidad cultural, del país y la región.</p>
--	--

Figura 56. Propuesta final créditos

Fuente: Elaboración Propia

<p>TRABAJOS DE TITULACIÓN, de primera instancia podemos indicar que, es una publicación que resume de manera precisa y rápida para su búsqueda de los proyectos cumplidos por los estudiantes egresados de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica de "Santiago de Guayaquil".</p> <p>El mismo que se trata de un catálogo, que alcanza cumplir con un resultado gráfico final, además de plasmar los objetivos planteados, del mismo modo, consume la práctica de lo aprendido durante la etapa universitaria.</p> <p>La publicación fue efectuada teniendo como base los trabajos de titulación que se localizan en el repositorio digital de la universidad, utilizando los puntos más relevantes y un código QR que permite acceder a cada proyecto en su totalidad de manera digital.</p> <p>Esta impresión, fue supervisada por los docentes indicando que cada información tiene una validez sustentable y aceptable para conocer cada pieza gráfica elaborada por nuestros estudiantes.</p> 	<p>SUMARIO</p> <p>- Campañas -</p> <p>Siete Iglesias patrimoniales - Nancy Bonilla - Pág. 9 Si callas fallas - Maria Cornejo - Pág. 19 Fundación Sin Barrera - Victor Lam - Pág. 29 Municipio de Machala - Kenny Barberán - Pág. 39</p> <p>- Identidad corporativa -</p> <p>Cantón La Maná - Gabriela Madrid - Pág. 49 Parroquia Puerto Jeli - Isabel Quevedo - Pág. 59</p>
---	--

Figura 57. Propuesta final Sumario

Fuente: Elaboración Propia

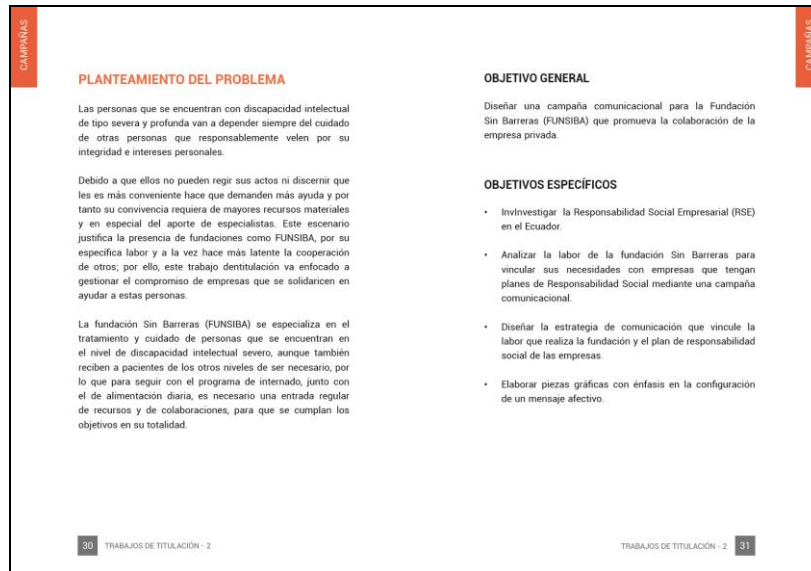


Figura 58. Propuesta final - páginas internas

Fuente: Elaboración Propia



Figura 59. Propuesta final página gráficos

Fuente: Elaboración Propia



Figura 60. Propuesta final páginas con gráficos

Fuente: Elaboración Propia



Figura 58. Propuesta final sección código QR

Fuente: Elaboración Propia

<h2>ÍNDICE POR AUTOR</h2>	
Autor (a): Nancy Cecilia Bonilla Ojeda f /nancybonillaojeda	
Autor (a): María Paz Cornejo Cárdenas f /mariapaz.cornejo	
Autor (a): Víctor Alfonso Lam Barriga f /victor.lam.779205	
Autor (a): Kenny Alberto Barberán Arellano @ /kbarberan.wordpress.com k /kaba2304	
Autor (a): Gabriela Lissete Madrid Lalangui f /lissete.madrid	
Autor (a): Isabel María Quevedo Otero f /isabel.quevedo	

Figura 59. Propuesta final índice por autor

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente se muestra al público interno el catálogo de trabajos de titulación para implementarla como una publicación seriada perteneciente a la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria.



Figura 63. Presentación del catálogo a estudiante

Fuente: Elaboración Propia



Figura 64. Presentación del catálogo a estudiante

Fuente: Elaboración Propia

3.9. Producto final

Se crea el producto final como un catálogo que permita recopilar los trabajos de titulación de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria y a la vez un publicación seriada perteneciente a nuestra institución que visualiza en una plataforma el desarrollo del producto gráfico de cada estudiante.



Figura 65. Producto final

Fuente: Elaboración Propia

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A partir de la revisión bibliográfica realizada y de las entrevistas aplicadas, se establecen las siguientes conclusiones:

- Un catálogo editorial de los trabajos de titulación de los estudiantes de la carrera de Gestión Gráfica de la UCSG es necesario no solo para archivar y ordenar los trabajos de titulación de forma eficiente, sino también como una plataforma que permita visibilizar el ejercicio práctico e investigativo de los estudiantes de pregrado.
- El diseño editorial requiere acciones de caracterización de sus elementos estructurales, donde se identifique y analice: color, tipografía, retícula, imágenes, forma y formato. De esta manera se genera coherencia formal en las publicaciones seriadas.
- El diseño editorial es un campo profesional que estudia la elección pertinente de los elementos estructurales de un catálogo y al mismo tiempo explora el manejo adecuado de los contenidos, así como la optimización funcional y estética de la comunicación visual.

A modo de sugerencias finales se presentan las siguientes recomendaciones para optimizar el proyecto.

- El catálogo editorial de los trabajos de titulación de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la UCSG debe mantener publicaciones seriadas para que así genere una continuidad lectora en su audiencia, que es la comunidad universitaria.
- Se deben caracterizar los elementos estructurales de las publicaciones para que exista coherencia formal en cada una de sus publicaciones, solo así aseguramos un equilibrio uniforme a nivel estético.
- Es necesario manejar adecuadamente los elementos estructurales y de contenido del catálogo, con la finalidad de potencializar y optimizar la comunicación visual de cada una de las publicaciones.
- La publicación del catálogo además de hacerlo semestralmente, también se lo puede realizar anualmente con los mejores trabajos de titulación realizados por parte de los estudiantes para controlar el gasto de impresión.

5. Referencias

- (s.f.). En E. d. Valencia, *Guía de Buenas Prácticas para diseñadores de productos industriales impresos* (pág. 29). Valencia: Instituto Tecnológico de Óptica, Color e Imagen. AIDO.
- (s.f.). En *Guía de buenas prácticas para diseñadores de productos industriales impresos* (pág. 28).
- AHARONOV, J. (2011). En *PSICO TYPO: PSICOLOGÍA TIPOGRÁFICA* (pág. 57).
- Anónimo. (3 de Enero de 2017). Recuperado de Blog Aula Informativa: <http://blog.aulaformativa.com/fuentes-gratuitas-alternativas-tipografia-helvetica/>
- Anónimo. (s.f de s.f de s.f). *Unitag QR*. Recuperado de <https://www.unitag.io/es/qrcode/what-is-a-qrcode>
- Blasco, F. (21 de Marzo de 2016). Recuperado de Recursos Periodísticos: <http://www.recursosperiodisticos.com/codigos-qr-periodismo/>
- Data Analisis*. (02 de 02 de 2015). Recuperado de <http://www.datanalysis.com/144/investigacion-cualitativa-permite-entender-al-consumidor/>
- Editorial, D. (s.f). *SERVICIOS: BOOMERANG - AGENCIA DE COMUNICACIÓN*. Recuperado de Diseño Editorial: <http://www.agenciadecomunicacion.net/diseo-editorial>
- ideaimpresion, S. (01 de JUNIO de s.f). Recuperado de IDEAIMPRESION: <https://www.ideaimpresion.es/la-importancia-del-formato-en-el-diseno/>
- Katherine Portillo, C. V. (2011). Principios Básicos del Diseño Editorial.

Linotype. (s.f). Obtenido de <https://www.linotype.com/es/2207/fuentes-sans-serif.html>

Murphy, R., & John, M. (s.f.). Cómo diseñar marcas y logotipos? Gustavo Gili, S.A.

NEOPIXEL. (30 de Abril de 2013). Recuperado de <http://www.neopixel.com.mx/noticias/1684-creacion-codigos-qr-con-adobe-indesign-cs7.html>

Paredro, R. (26 de Noviembre de 2015). Recuperado de PAREDRO: <https://www.paredro.com/4-utiles-tips-sobre-color-para-diseno-editorial/>

QuestionPro. (s.f.). Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/cualitativa-cuantitativa-o-ambas-haz-investigacion-de-mercados/>

6. ANEXOS

ANEXO 1

ENTREVISTA A PERSONAL DE BIBLIOTECA DE LA FACULTAD

Nombre:

Cargo:

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Conocer la existencia de algún catálogo impreso en la biblioteca de la facultad.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA: Esta entrevista ayudará a recopilar información acerca de las publicaciones que se encuentran en la biblioteca.

PREGUNTAS

1.- ¿QUÉ INFORMACIÓN CONSIDERA USTED QUE ES RELEVANTE QUE SE INCLUYA DENTRO DE UN CATÁLOGO?

2.- ¿EN LA BIBLIOTECA EXISTE ALGÚN CATÁLOGO IMPRESO QUE CONDENSE LOS TRABAJOS DE TITULACIÓN DE LOS ESTUDIANTES?

3.- ¿TIENE CONOCIMIENTO DE ALGUNA PUBLICACIÓN SERIADA PERTENECIENTE A LA UNIVERSIDAD?

4.- ¿TIENE CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS CÓDIGOS QR DENTRO DE LAS PUBLICACIONES Y LOS CATÁLOGOS?

5.- ¿CUÁNTOS TRABAJOS DE TITULACIÓN HAY EN CADA SEMESTRE DE LA CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA?

ANEXO 2

ENTREVISTA A DOCENTES

Nombre:

Cargo:

1.- ¿Conoce algún catálogo de trabajos de titulación perteneciente a otra universidad ya sea nacional o internacional? Si responde afirmativamente, escriba el nombre de la publicación y la institución a la que representa.

2.- ¿Qué contenido sería primordial que contenga un catálogo? Explique sus argumentos.

3.- ¿En qué tiempo cree usted que sería conveniente la publicación de un catálogo universitario? ¿Por semestre o por año? Explique sus argumentos.

4.- ¿Sería importante implementar un código QR que permita enlazar el catálogo impreso a la página web de los trabajos de titulación?

5.- ¿Qué innovaciones y recomendaciones cree usted que se podría implementar en la propuesta de un catálogo editorial sobre trabajos de titulación?

ANEXO 3

ENTREVISTA A PROFESIONAL DISEÑO EDITORIAL

Nombre:

Cargo:

1.- Mi propuesta es de realizar un catálogo de una carrera universitaria, en este caso de Gestión Gráfica Publicitaria ¿Desde su punto de vista, que me recomienda para la diagramación de un catálogo?

2.- ¿Con cuántas páginas se recomienda trabajar en un catálogo?

3.- ¿Cuál es el tamaño adecuado para trabajar en un catálogo?

4.- ¿Qué acabados me recomienda para la portada y hojas internas?

5.- ¿Ha trabajado con los códigos QR en algún trabajo impreso que ha realizado últimamente?

ANEXO 4

ENCUESTA A ESTUDIANTES

1.- ¿Tiene conocimiento sobre el código QR? Si responde afirmativamente, explique ¿qué entiende usted por código QR?

2.- ¿Tiene instalado en su dispositivo móvil una aplicación que permita leer códigos QR?

SI

ALGUNA VEZ LO INSTALÓ, PERO NO LO HA USADO MÁS

NO

3.- ¿En qué medio impreso ha visto usted un código QR? Elija hasta tres opciones

Periódicos Folletos Revistas Catálogos Tarjetas de presentación

Packaging Productos No he visto

4.- ¿Qué información usted puede visualizar varias veces cuando ha escaneado un código QR?

Página web

Correo electrónico

Imágenes

Videos

Perfil red social

Texto

5.- ¿Considera interesante el uso del código QR en los medios impresos? Si responde afirmativamente, justifique su respuesta.

ANEXO 5

ENTREVISTA A LOS DOCENTES Y DIRECTOR DE CARRERA

FICHA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Objetivo de la entrevista: Análisis de propuestas para portada y contenido del catálogo de trabajos de titulación.

Desarrollo de la entrevista: La entrevista ayudará a evaluar la diagramación de páginas y diseño de la portada.

PREGUNTAS

1. **¿La portada refleja el contenido acorde al tema?**
2. **¿Considera que los colores son adecuados para la publicación del catálogo de la carrera?**
3. **¿Los elementos gráficos utilizados son legibles?**
4. **¿El tamaño de la tipografía es legible?**
5. **¿Es legible la información que contiene el lomo del catálogo?**

ANEXO 6

IMPLEMENTACIÓN Y VERIFICACIÓN

FICHA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Tema: Implementación y evaluación

Objetivo de la entrevista: Implementar el uso del catálogo.

Desarrollo de la entrevista: Evaluar la manipulación y función del catálogo a estudiantes.

PREGUNTAS:

¿Qué piensa Ud. de la portada y contraportada?

¿Qué opina Ud. acerca de las páginas internas?

¿Cuál es opinión acerca del contenido?

¿Considera que el catálogo cumple con las expectativas?

¿El código QR será de mucha importancia en este impreso?

ANEXO 7

ENTREVISTA A PERSONAL DE BIBLIOTECA DE LA FACULTAD

Nombre: Yuliana Yagual Delgado

Cargo: Bibliotecaria – Turno de la tarde (Vespertino)

PREGUNTAS

1.- ¿QUÉ INFORMACIÓN CONSIDERA USTED RELEVANTE PARA SER INCLUIDA DENTRO DE UN CATÁLOGO?

Considero importante que tenga su respectivo índice o sumario que permita ver el contenido o los temas que se encuentran dentro del catálogo. De ahí, es necesario que cada tema o información contenga una reseña breve.

2.- ¿EN LA BIBLIOTECA EXISTE ALGÚN CATÁLOGO IMPRESO QUE CONDENSE LOS TRABAJOS DE TITULACIÓN DE LOS ESTUDIANTES?

Antes había un catálogo ahora ya no, toda la información está en el repositorio digital

3.- ¿TIENE CONOCIMIENTO DE ALGUNA PUBLICACIÓN SERIADA PERTENECIENTE A LA UNIVERSIDAD?

Una publicación seriada de la Universidad es *AUC* y se publica cada seis meses. Trata temas de arquitectura, diseño de interiores y gestión gráfica.

4.- ¿TIENE CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS CÓDIGOS QR? SI RESPONDE AFIRMATIVAMENTE EXPLIQUE ¿CUÁL ES LA VENTAJA DEL USO DE LOS CÓDIGO QR EN LAS PROPUESTAS EDITORIALES?

Tengo entendido que es un código que se escanea y muestra información.

ANEXO 8

ENTREVISTA A PROFESIONAL DISEÑO EDITORIAL

1.- Mi propuesta es realizar un catálogo editorial de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria. Desde su punto de vista, ¿qué recomienda para la diagramación del catálogo?

Si usará texto e imágenes sería conveniente trabajar con una retícula de columnas, que no supere las tres columnas. De ahí que tenga una portada agradable sin tantos elementos gráficos.

2.- ¿Con cuántas páginas recomienda trabajar el catálogo?

Se trabaja con múltiplos de 4, puede ser 60, 64, 72,80, etc. Como es una publicación institucional es necesario que tenga un número considerable de hojas para su respectivo lomo. He trabajado con algunas instituciones que sacan publicaciones periódicas y no tienen un número exacto de hojas ni fechas en específico.

3.- ¿Cuál es el tamaño adecuado para trabajar en un catálogo?

Pude trabajar en un formato de 15 x 21 centímetros. Este es un formato estándar ya que no gasta tanto en papel. Lo que se busca es un catálogo manejable.

4.- ¿Qué acabados recomienda para la portada y las hojas internas?

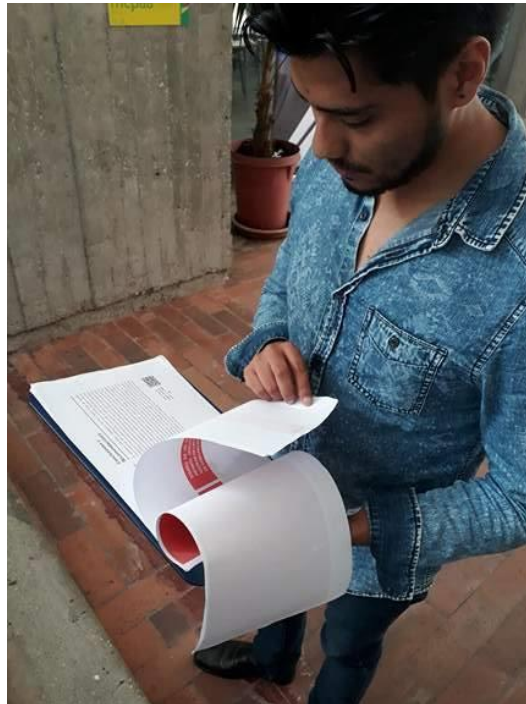
Para la impresión de las hojas internas emplee el papel couché de 115 gramos con alta blancura, a full color. En cambio, utilice para la portada pasta dura o cartón gris.

5.- ¿Ha trabajado con códigos QR en algún trabajo impreso que ha realizado últimamente?

Pues sí, esos códigos están a la moda, por decirlo así. He trabajado en algunos impresos con esos códigos por ejemplo: tarjetas de presentación, folletos, revistas. En el programa *In design*, la versión CC permite poner QR y links.

ANEXO 9

EVALUACIÓN DE PROPUESTAS



ANEXO 10

EVALUACIÓN DE PROPUESTAS



ANEXO 11

ENTREVISTA A PROFESIONAL EN DISEÑO EDITORIAL



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Cruz Cárdenas José Miguel**, con C.C: # **0705588580** autor del trabajo de titulación: **Creación de catálogo de trabajos de titulación de los estudiantes de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica de “Santiago de Guayaquil”** previo a la obtención del título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 12 de septiembre del 2017.

f. _____

Nombre: **Cruz Cárdenas José Miguel**

C.C: **0705588580**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Creación de catálogo de trabajos de titulación de los estudiantes de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica de "Santiago de Guayaquil".		
AUTOR(ES)	Cruz Cárdenas, José Miguel		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcdo. Quintana Morales, Washington David, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Arquitectura y Diseño		
CARRERA:	Gestión Gráfica Publicitaria		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 de septiembre del 2017	No. PÁGINAS:	88
ÁREAS TEMÁTICAS:	Diseño Gráfico / Diseño Editorial / Catálogo		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Catálogo, titulación, investigación, propuesta editorial, diseño gráfico, publicación.		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

El presente trabajo de investigación es una propuesta para implementar un catálogo que compile todos los trabajos de titulación de los estudiantes egresados de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil (UCSG). Para ello se aplica la metodología cualitativa en base de las siguientes técnicas investigativas: revisión bibliográfica, encuesta y entrevistas. Asimismo, se aplica el estudio de caso de tres catálogos emblemáticos en el área del diseño gráfico, como son: Actas de diseño (Universidad de Palermo), Catálogo de Investigaciones (Universidad de Belgrano) e Idear (Escuela Superior Politécnica del Litoral) para así seleccionar las buenas prácticas del diseño en la propuesta final de este trabajo de investigación. Como conclusión final se infiere que un catálogo editorial es necesario no solo para archivar y ordenar los trabajos de titulación de forma eficiente, sino también como una plataforma que permita visibilizar el ejercicio práctico e investigativo de los estudiantes de pregrado.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593995798760	E-mail: miguel_cruz19r7@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Lcdo. Washington David Quintana Morales, Mgs. Teléfono: +593994665153 E-mail: washington.quintana@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	