DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos del autor vigentes. Las idas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

_____

Juan Carlos Tupiza

C.I. 170710535-7

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante TUPIZA ANDRANGO JUAN CARLOS, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECENDETE.- a) El Cedente del pensum de estudio en la carrera de diseño gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en DISEÑO GRÁFICO, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "REALIZACIÓN DE UNA REVISTA GRÁFICA, SOBRE LAS FIESTAS TRADICIONALES, COMIDA TÍPICA Y COSTUMBRE DE LA COMUNA DE SAN MIGUEL DEL COMÚN ", el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador en cualquier medio o procedimiento tal cual lo estable el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa del ordenador que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre deberá guardar la exclusividad del programa a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUITA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las parte fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que en el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Medición, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Medición de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Medición ; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y medición de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 14 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

(f)_____	(f)_____
C.C Nº 1707105357	Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CEDENTE	**CESIONARIO**

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi ESPOSA Silvia Collaguazo, mi ABUELITA Juana Samueza Chushig, a mi TIO Jorge Collaguazo y esposa

Por haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Por último a mis compañeros de clases porque en esta armonía grupal lo hemos logrado y a mi directora de escuela Lizeth Guerrero quién me ayudó en todo momento con sus palabras de motivación.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a mi esposa y a mis hijas.

A mi esposa porque ella ha estado conmigo a cada paso que doy, gracias a usted por su paciencia, por su comprensión, por su dedicación, por su fuerza, por su amor que me ha dado fortaleza para continuar.

A mis hijas Pamela y Araselly, que son el motor principal que me obliga a funcionar y ser cada día mejor.

Es por ellos que soy lo que soy ahora.

Los amo con toda mi vida.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

DECLARATORIA i

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ii

AGRADECIMIENTO iv

DEDICATORIA v

ÍNDICE GENERAL vi

INDICE DE TABLAS ix

INDICE DE GRÁFICOS ix

INDICE DE IMÁGENES xi

RESUMEN EJECUTIVO xiii

ABSTRACT xiv

INTRODUCCIÓN xv

Capítulo I 1

1. **ANTECEDENTES** 1

2. **1.2 JUSTIFICACIÓN** 5

3. **Capítulo II** 8

4. **ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS** 8

5. **2.2. MATRIZ DE ANÁLISIS Y SELECCIÓN CON LOS INVOLUCRADOS.** 8

Capítulo III 11

6. 3.1. ÁRBOL DE PROBLEMAS. 11

3.2. ÁRBOL DE OBJETIVOS 12

Capítulo IV 13

7. 4.1. MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS 13

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO 13

4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 14

4.4. ANÁLISIS AMBIENTAL 16

4.5. MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETOS 16

4.6. DIAGRAMACIÓN DE ESTRATEGIAS 18

4.7. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE MARCO LÓGICO 19

A. REVISIÓN DE LOS CRITERIOS PARA LOS INDICADORES 19

8. B. SELECCIÓN DE INDICADORES 23

9. C. MEDIOS DE VERIFICACIÓN 27

10. D. SUPUESTOS. 32

11. E. MATRÍZ MARCO LÓGICO 35

Capítulo V 39

12. 5.1. REVISTA GRÁFICA. 39

13. 5.1.1 INTRODUCCIÓN. 39

14. 5.1.2 REVISTAS. 44

15. 5.1.2 TIPOS DE REVISTAS. 44

4.2 El color 52

4.3 Fotografía 59

4.4 DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA ..... ¡Error! Marcador no definido.

4.5 Formulación del proceso de aplicación 61

16. Índice de imágenes ..... ¡Error! Marcador no definido.

4.6 Diagramación ..... ¡Error! Marcador no definido.

17. Página master o retículas 69

4.7 DESARROLLO 73

CAPÍTULO VI 90

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS 90

18. 6.01 RECURSOS 90

19. 6.02 Presupuesto 91

20. 6.03 Cronograma 92

CAPÍTULO VII 93

21. 7.01. Conclusiones 93

22. 7.02. Recomendaciones 93

23. BIBLIOGRAFIAS 94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis fuerza T 6
Tabla 2. Matriz de análisis y selección con involucrados 10
Tabla 3. Población de Calderón 15
Tabla 4. Matriz de análisis de impacto de objetivos 17
Tabla 5. Fines 19
Tabla 6. Propósito 20
Tabla 7. Componentes 21
Tabla 8. Actividades 23
Tabla 9. Fines 24
Tabla 10. Propósito 24
Tabla 11. Componentes 25
Tabla 12. Actividades 27
Tabla 13 Fines 28
Tabla 14. Propósito 28
Tabla 15. Componentes 30
Tabla 16. Actividades 31
Tabla 17. Fines 32
Tabla 18. Propósito 32
Tabla 19. Componentes 34
Tabla 20. Actividades 35
Tabla 21. Fines 35
Tabla 22. Propósito 36
Tabla 23. Componentes 37

Tabla 24. Actividades 38

Tabla 25. Psicología del color 55

Tabla 26. Tipos de estilos 63

Tabla 27. Índice de imágenes 68

Tabla 28. Prensa 85

Tabla 29. Gastos operativos 91

Tabla 30. Total inversión 91

Tabla 31. Cronograma 92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapeo de involucrados 8

Figura 2. Árbol de problemas 11

Figura 3. Árbol de objetivos 12

Figura 4. Matriz de análisis de alternativas 13

Figura 5. Diagramación de estrategias 18

Figura 6. El espectro de la radiación 52

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.Pinturas rupestres 39
Gráfico 2. Papiro 40
Gráfico 3 Primeros libros 40
Gráfico 4. La primera imprenta 41
Gráfico 5. Retro Photoshop 42
Gráfico 6. Revistas 44
Gráfico 7. Tipos de revistas especializadas 45
Gráfico 8. Comprando revistas 45
Gráfico 9. Lectura de varias revistas 46
Gráfico 10. Planos fotográficos 60
Gráfico 11. Página 1 69
Gráfico 12. Página 2 70
Gráfico 13. Logo de la Revista 71
Gráfico 14. Diagramación del logo 73
Gráfico 15. Contenido de la revista 73
Gráfico 16. Portada 74
Gráfico 17 Pre-prensa 85
Gráfico 18 Umayaku 88

RESUMEN EJECUTIVO

La Cultura durante su historia ha pasado de generación en generación mostrando sus tradiciones como medio de conservación. La comuna de San Miguel del Común ubicado en la Parroquia de Calderón, enfrenta la pérdida progresiva de su identidad cultural que lo ha mantenido durante varias décadas.

La realización de la revista gráfica enfocado en las costumbres y tradiciones culturales de la comuna de San Miguel del Común propone utilizar diseño editorial como un método para lograr el aprendizaje de las tradiciones de forma más interesante, llamativa y sencilla; causando un interés en la conservación de su identidad y sentirse identificado con sus raíces ancestrales.

El tema citado del proyecto surgió por la necesidad de conservar sus costumbres y tradiciones mediante imágenes que permitan el interés de mantener sus raíces ancestrales.

La finalidad de este proyecto es conseguir fotografías que muestren las actividades culturales que se mantienen en la Comunidad de San Miguel Del Común, para su aplicación en el diseño gráfico de la manera correcta dando como resultado una revista gráfica.

ABSTRACT

Culture during its history has passed from generation to generation showing its traditions as a means of preservation. The **community** of San Miguel **del Común** located in the Parish of Calderón , facing the progressive loss of their cultural identity that has persisted for several decades.

The realization of the graphical magazine focused on cultural customs and traditions of the municipality of San Miguel proposes to use the Common editorial design as a method to achieve learning the traditions of most interesting , striking and simple ; causing an interest in preserving their identity and identify with their ancestral roots.

The above subject project arose from the need to preserve their customs and traditions through images that allow the interest of maintaining their ancestral roots.

The purpose of this project is to get photos that show the cultural activities that are held in the community of San Miguel Del **Común** , for use in graphic design in the right way resulting in a graphic magazine.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto busca como finalidad utilizar al diseño gráfico en el campo editorial como un método moderno, eficaz, de fácil aprendizaje y manejo.

Este material estará enfocado en la conservación de tradiciones culturales de la Comuna de San Miguel del Común; Comida típica, vestimenta, personajes y fiestas tradicionales.

Su contenido tendrá un aporte cultural identificando a sus habitantes con sus raíces ancestrales.

Rescatar y fortalecer la fiesta tradicional de la Comuna de San Miguel es muy valiosa por ser una de las fiestas más importante y mejor organizada del sector de Calderón que los realizan con presupuesto propio, los valores culturales que se han ido perdiendo con el pasar de los años, por diferente factores adversos.

A través de imágenes detalladas se podrá conocer su vestimenta, tradiciones, comida típica y también a cada uno de los personajes que forman parte de la realización de las fiestas patronales.

Capítulo I

ANTECEDENTES

Contexto

1.1.1 Situación del problema.

"EL DISEÑO DE UNA REVISTA GRÁFICA SOBRE LAS FIESTAS TRADICIONALES, COMIDA TÍPICA Y COSTUMBRES DE LA COMUNA DE SAN MIGUEL DEL COMÚN". Se realiza con la finalidad de rescatar, conservar e informar mediante imágenes, las diferentes actividades culturales y personajes ancestrales que se han mantenido durante décadas. Teniendo el riego de perder su identidad debido a la modernización y la falta de interés de conservarlo por parte de las nuevas generaciones.

Antecedentes.

1.1.2 Ubicación geográfica.

La comuna de San Miguel del Común se encuentra ubicada en la parroquia de Calderón,

Provincia de Pichincha, a 15 Km al norte de la ciudad de Quito, con un clima templado y seco

Población aproximada de 3.800

Está situado al Norte: Guayllabamba. Sur: La Capilla. Este: Santa Anita y Oyacoto. Oeste: Calderón y Collas.

1.1.3 Historia:

Aproximadamente 1935 se crea la Comuna de San Miguel del Común. Las viviendas eran pocas la población aún no estaba definida. Pero se creé que en 1500 ya se mostraba los primeros asentamientos por datos según lo estadístico, se ha encontrado cedulas de 1800 y se supone que los padres estuvieron mucho más antes. En los cementerios se encuentran restos en los que se puede dar cuenta que hubo presencia de personas muchos años atrás.

Considerado como una de las comunidades más antiguas descendientes de los Caras, con 79 años de fundación, antiguamente llamado El Común. La mayoría de sus habitantes se dedicaban a la siembra del maíz, frijol, zapallo, zambo,

En 1951 se construye la escuela, y la iglesia edificación de tapial que lamentablemente con el terremoto de agosto de 1991 se destruyó en su mayoría. Siendo necesario la reconstrucción total con diferente material pero conservando su diseño original ubicando en el mismo sitio en 1993 se finaliza la construcción.

En 1972 Se legaliza como comuna.

El 45%de la población se encuentra en España, país del cual se ha tomado modelos de casas, detalles decorativos para luego construirlos en este lugar.

1.1.3.1 Vestimenta:

En la época que se creó la parroquia de Calderón la principal vestimenta que existía era la facha, que consistía de un tejido burdo (tosco) y ralo de lana pura que servía como

túnica, principalmente para la mujer, era de color blanco incolora y utilizaban como manto grande para cubrir su cuerpo. Para sujetarla en los hombros se usaban una tupulina o tupu (prendedor) de aspecto puntiagudo que tenía en la cabeza la imagen del sol

Las Fajas.- El anaco también es parte del vestuario, pieza rectangular de varios colores, pero en ocasiones especiales usan de color negro o azul marino, esta va envuelta en la cintura, sujetada por dos fajas: una ancha de color rojo con los bordes verdes llamada mama chumbi y la otra angosta que se envuelve sobre la ancha y que se la conoce como guagua chumbi; las fajas constituyen, sin duda, las prendas más representativas de la tradición y la creatividad indígena.

Más angostas y cortas son aquellas cintas que envuelven sus largos cabellos de las mujeres indígenas**.**

El rebozo.- (manto rectangular que cubre los hombros y la espalda de la mujer), aferrado por otra tupulina a la altura del pecho

La lista.- Es otro elemento que usaban las mujeres elaborado en hilo de color blanco con franjas negras, bordado en el contorno con hilos de lana de diversos colores y diseños floreados usada para cubrir la cabeza.

La paltana.- Es elaborada de paño en forma rectangular parecida al anaco, esta es la segunda pieza que va sobre la cabeza, igualmente lleva bordados de diversos diseños y representaciones de varias figuras en la parte inferior de la prenda.

Además como otro aditamento del vestuario utilizaban las huallcas (collares) y manillas, estas elaboradas con corales rojos. Los aretes eran grandes y largos realizados con pequeñas monedas de plata.

La vestimenta del hombre consiste en una camisa de lienzo, manga larga elaborada rústicamente. El pantalón era cerrado todo con una especie de cordón en la cintura que se sujetaba al lado derecho, estas dos prendas eran de color blanco.

El Capisayo (poncho), rojo hasta la cintura con franjas delgadas de color negro. Estas prendas son de importancia entre el vestuario indígena ya que en la serranía ecuatoriana, el poncho es la cédula de identidad que demuestra la procedencia

El calzado indígena, denominado **oshota** tanto para la mujer como para el hombre estaban elaborados de la siguiente manera: la planta de caucho (llanta), sujetada con una tira hecha de cabuya, de modo que esta quedaba entre los dedos pulgar e índice; de la parte de atrás salen dos tiras las mismas que se anudan dónde nace el pie.

1.1.4 Personajes tradicionales:

Los personajes son los Priostes, Danzantes, el campio, braseros, charoleras, floreras, cohetero, el perrito, tambonero.

Priostes son elegidos por los piostes salientes o voluntario y son nombrados el último domingo del mes de septiembre. Danzantes anteriormente fueron priostes. Braseros quienes están con los inciensos durante las fiestas patronales. Charoleras guiadas por la charolera mayor quien es escogida por los priostes. Floreras llevan en sus brazos ramos de flores. Cohetero encargado de soltar los voladores o juegos pirotécnicos. El perrito durante la fiesta va cogiendo cosas de la gente para entregar al prioste mayor el Lunes último día de fiesta. Tambonero personaje que acompaña a los danzantes con su música ancestral.Fiestas tradicionales:

Como fiestas tradicionales o costumbres tenemos: el día de los difuntos, el inti raymi, y la principal que es la fiesta patronal el cual se desarrolla durante un año el prioste mayor es la cabeza principal presidido por el prioste menor, a los cuales se entrega la responsabilidad para guiar a los 20 priostes que son elegidos por priostes anteriores,. Cada uno tiene una función importante en el desarrollo de 2 semanas de fiesta cuyo cronograma se realiza con tres meses de anterioridad para lo cual el prioste mayor invita a una reunión de preparación de la agenda a todos los personajes involucrados y a las principales organizaciones sociales y deportivas de la comunidad.

1.1.5 Comida típica:

Las principales comidas típicas son: la uchucuta, colada morada, chicha de jora, colada de churos, champús y el chawarmishky.

1.2 Justificación

Hasta la actualidad se ha mantenido en la comunidad, actividades culturales que no han sido visibilizadas ante la sociedad en general, existe poca información visual en páginas web de Junta Parroquial de Calderón y del Municipio de Quito, que no realza las tradiciones, costumbres y personajes que aún se mantienen. Algunas comunidades del Ecuador han perdido sus raíces ancestrales, sin haber sido mostrados o informado en su totalidad ya sea por desinterés, modernización.

Mediante este proyecto de elaboración de una revista grafica se ve como alternativa para mostrar visualmente la evolución de su vestimenta, platos típicos, personajes principales que se

involucran en la realización de actividades culturales mediante imágenes que transmitan su riqueza cultural, que a más de ser un material informativo para las futuras generaciones se fomentando una concienciación a los habitantes de la comunidad de amar, respetar y mantener sus raíces ancestrales con orgullo.

1.3 Definición del problema central (Análisis de fuerzas T)

ANALISIS DE FUERZA T					
Situación empeorada	**Situación actual**				**Situación mejorada**
	Poca información gráfica que contenga costumbres y tradiciones que existen en la comunidad de San Miguel.				
Fuerzas Impulsadoras	**I**	**PC**	**I**	**PC**	**Fuerzas Bloqueadoras**
El gobierno está impulsando la información turística	3	2	2	1	Poco interés de la ciudadanía en informarse sobre las actividades culturales.
Se mantienes tradiciones ancestrales	4	3	3	1	Modernización consume a futuras generaciones
Campañas sobre rescate cultural	3	2	2	1	No hay presupuesto económico para esta actividades
Se desarrollan actividades culturales	4	2	3	1	Comunidad no valoriza sus raíces ancestrales como antiguamente lo hacían.

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 1. Análisis fuerza T

El diseño gráfico mediante la revista grafica puede ser utilizada para rescatar y sembrar el interés mediante imágenes que logren captar la atracción de la juventud, motivando a la

conservación de sus tradiciones manteniendo viva sus raíces sintiéndose orgullosos e identificados.

El Ecuador es diverso rico en cultura y tradiciones acompañadas de su fauna y flora, un lugar atrayente, que impulsa el turismo que es la principal fuente de ingreso económico que permite el desarrollo de nuestro país.

En la actualidad la modernización, el desinterés de futuras generaciones, la desinformación hace que la comunidad de San Miguel del Común vaya perdiendo paulatinamente sus tradiciones, existen contados adultos mayores que aún conservan su vestimenta y relatan sus antepasados.

Capítulo II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01Mapeo de Involucrados

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Figura 1. Mapeo de involucrados

2.02. Matriz de análisis y selección con los involucrados.

Actores Involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador	Lograr resolver en problema planteado fomentando	Perdida de cultura y tradiciones por la modernización	Conocimiento y desempeño de programas de diseño.	Obtener el título de tecnología Rescatar valores	Tiempo

	el interés por la conservación.		Cámara fotográfica y la computadora	culturales	
Junta Parroquial de Calderón	Realizar acercamiento con la comunidad para desarrollar actividades culturales	Pobladores no se involucran.	Presupuesto asignado Logística	Aumentar el interés en los pobladores con las capacitaciones o charlas	Desinterés de autoridades pertinentes sobre el tema
Habitantes del sector	Pobladores de la zona que puedan expresarse a través de sus raíces culturales	Desinformación en la juventud de sus raíces culturales Desinterés frente al problema	Las tradiciones culturales	Utilización del producto como fuente de información y promoción	Desinterés por informarse O conocer sus tradiciones
Turistas de la provincia de Pichincha	Nulo	No existe interés de conocer	Recurso económico	Conocer nuevos lugares con tradiciones culturales.	No cumplir con las expectativas.
vendedores	Interesados en incrementar sus ventas con este tipo de fiestas culturales	Falta de capacitación y recursos	Comidas típicas de la zona.	Participación por parte de la las asociaciones para de una forma más adecuada expandirse	Delinteres de para hacer factible el micro emprendimiento
Estudiantes de escuelas y colegios del sector	Sean voceros de información para llegar a sus familiares y	Sean consumidos por las nuevas modas y condiciones de vida	Fomentar el valor cultural en centros educativos	Utilizar el producto como base de información	Desinterés frente al problema

	crear conciencia en su conservación				

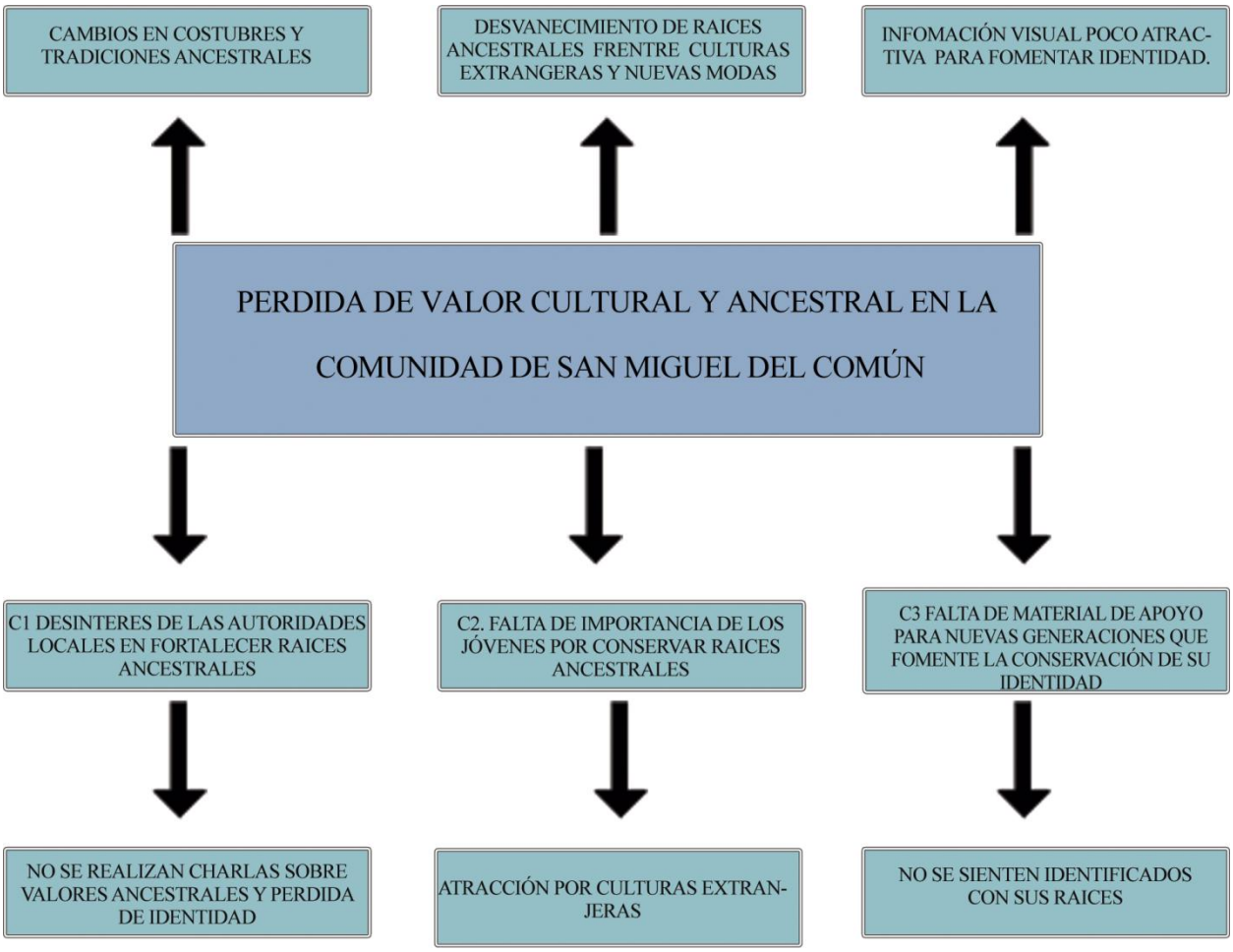
Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 2. Matriz de análisis y selección con involucrados

Capítulo III

PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01 Árbol de problemas.



Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Figura 2. Árbol de problemas

3.02 Árbol de objetivos.

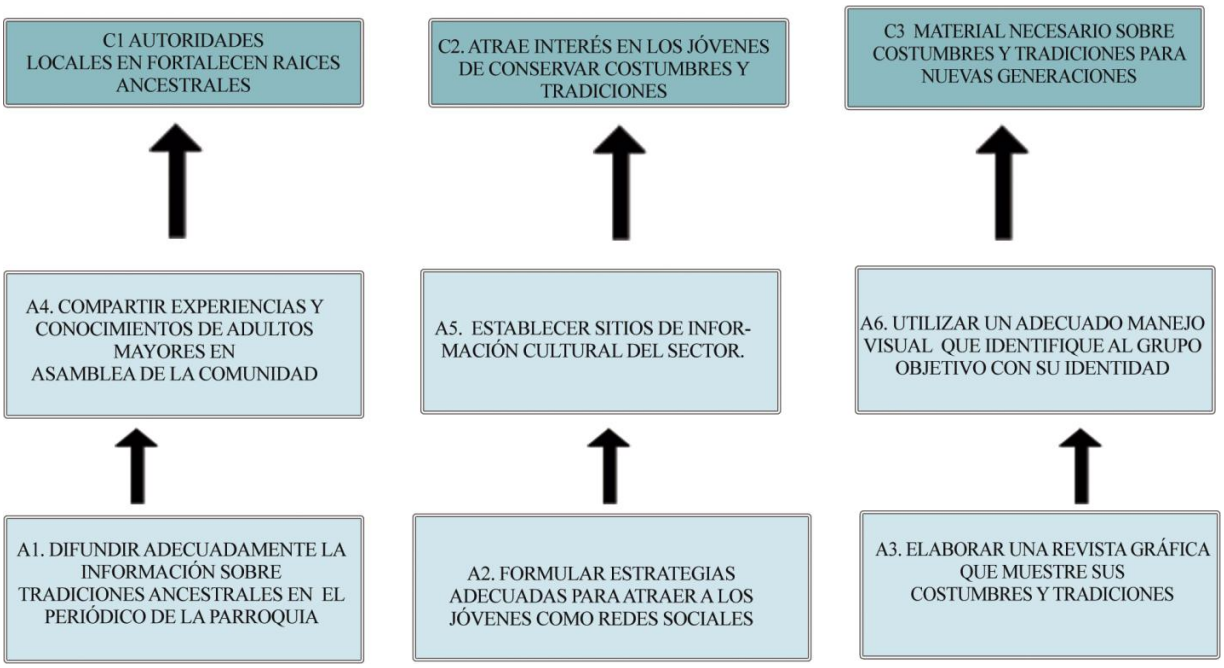
Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Figura 3. Árbol de objetivos

Capítulo IV

ANALISIS DE ALTERNATIVAS

4.01. Matriz de análisis de alternativas



Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Figura 4. Matriz de análisis de alternativas

4.01.01 Tamaño del proyecto

La creación de la revista gráfica está enfocada a jóvenes de la comuna de San Miguel del Común y comunidades aledañas como Santa Anita, Oyacoto, La Capilla, Llano Grande. Población aproximada 12.000 Ha.

4.01.02. Localización del proyecto

El proyecto está localizado en la provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia de Calderón, con las siguientes coordenadas 0°05'37.4"S 78°24'42.7"W con una altura máxima de 2.659 metros sobre el nivel del mar a 15 Km. Al norte de Quito.

ADMINISTRACION ZONAL CALDERÓN

DESCRIPCION			TOTAL ZONA CALDERON	PARROQUIA **	
				CALDERON	LLANO CHICO
Superficie Total Ha.			**8.646,7**	7.922,0	724,7
Superficie Urbana Ha.			**4.648,5**	4.072,8	575,7
POBLACIÓN		**2010**	**162.584**	152.731	9.853
		2001	**93.989**	85.828	8.161
		1990	**40.681**	36.297	4.384
Tasa de Crecimiento Demográfico %		**2010-2001**	**6,3**	6,6	2,1
		2001-1990	**7,9**	8,1	5,8
Incremento %		**2010**	**73**	78	20,7
		2001	**131**	136,5	86,2
*** Densidad (Hab./Ha.) 2010**		**Global**	**18,8**	19,3	13,6
		Urbana	**35,0**	37,5	17,1
Distribución Proporcional de la población %		**2010**	**7,3**	6,8	0,4
		2001	**5,1**	4,7	0,4
		1990	**2,9**	2,6	0,3
POBLACION	**Grupos de**	**Hombres**	**Total Hombres**	**79.723**	**74.914**	**4.809**
			Menos de 5 años	**8.040**	7.532	508

2010	**Edad**		**Niños (5-11)**	**11.574**	10.838	736
			Adolescentes (12-18)	**10.964**	10.260	704
			Jóvenes (19-35)	**24.694**	23.250	1.444
			Adultos (36-64)	**21.209**	20.020	1.189
			Tercera edad (65 y más)	**3.242**	3.014	228
		Mujeres	**Total Mujeres**	**82.861**	**77.817**	**5.044**
			Menos de 5 años	**7.885**	7.401	484
			Niños (5-11)	**11.276**	10.508	768
			Adolescentes (12-18)	**10.665**	9.950	715
			Jóvenes (19-35)	**25.662**	24.189	1.473
			Adultos (36-64)	**23.186**	21.841	1.345
			Tercera edad (65 y más)	**4.187**	3.928	259
	Etnia	**Indígenas**	**Total**	**10.789**	**9.094**	**1.695**
			Hombres	**5.423**	4.590	833
			Mujeres	**5.366**	4.504	862
		Afro ecuatorianos - Negros	**Total**	**8.703**	**8.369**	**334**
			Hombres	**4.355**	4.193	162
			Mujeres	**4.348**	4.176	172

Tabla 3. Población de Calderón

4.01.03 Análisis ambiental

La grave crisis ambiental mundial merece medidas objetivas de solución a dicho problema, por ello se necesita promover tecnologías limpias y amigables con el medio ambiente, manteniendo iniciativas de utilizar materiales reciclados para realizar bocetos y la utilización del ordenador para realizar retoques fotográfico.

El proyecto consiste en una revista gráfica las imágenes serán obtenidas a través de una cámara digital evitando el revelado.

4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetos

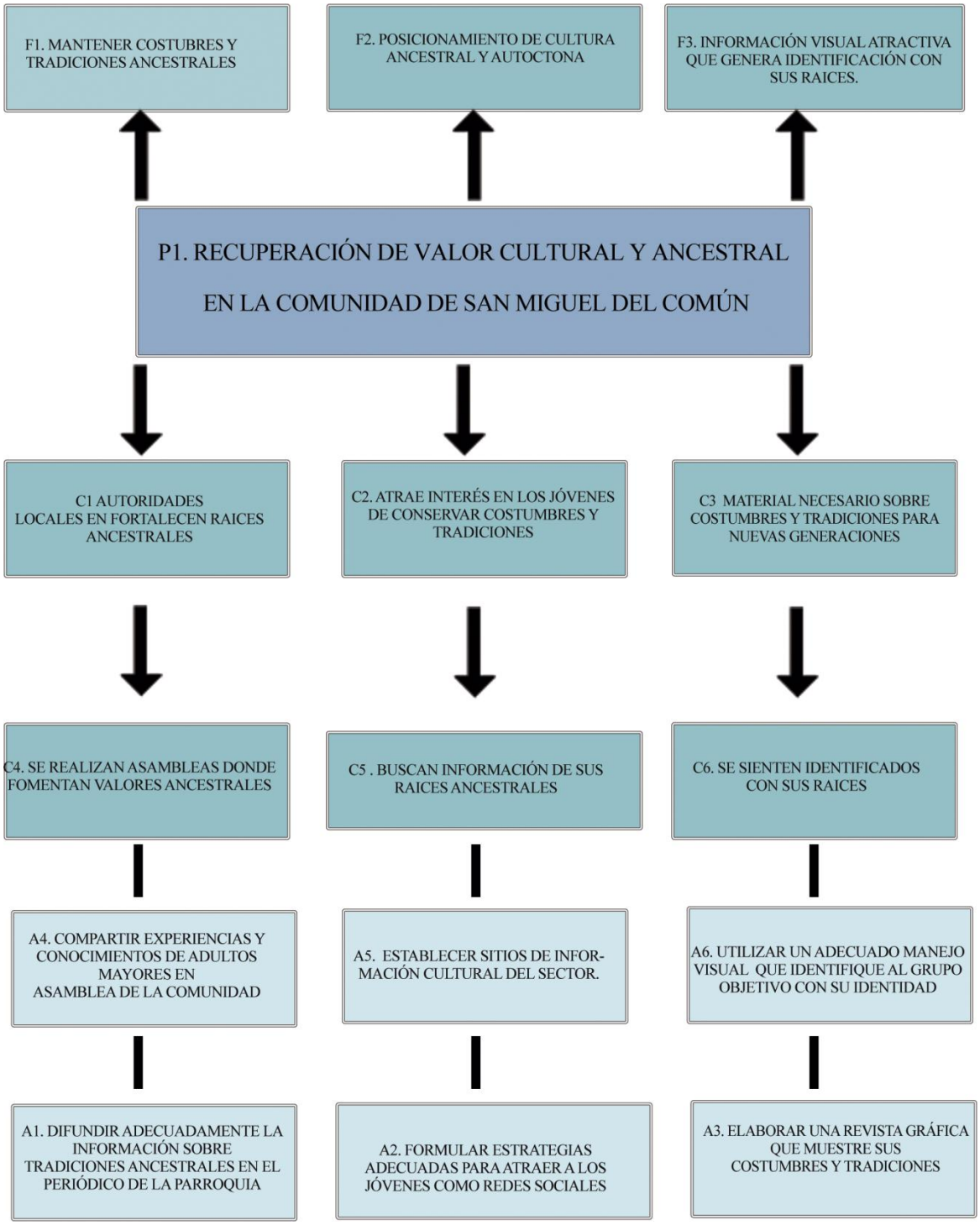
Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Compartir experiencias y conocimientos de adultos mayores en asambleas de la comunidad	5	3	0	5	5	18	**Alto**
Difundir adecuadamente la información de tradiciones ancestrales	5	3	0	4	4	16	**Alto**
Establecer sitios de información cultural del sector	4	4	2	4	5	19	**Alto**
Formular estrategias adecuadas para atraer a los	4	3	0	4	5	16	**Alto**

jóvenes como las redes sociales							
Utilizar un adecuado manejo visual que identifique al grupo objetivo con su identidad.	4	3	0	5	5	17	**Alto**
Elaborar una revista gráfica que muestre sus costumbres y tradiciones	4	4	0	3	5	16	**Alto**

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 4. Matriz de análisis de impacto de objetivos

4.03 Diagramación de estrategias



Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Figura 5. Diagramación de estrategias

REALIZACIÓN UNA REVISTA GRÁFICA SOBRE LAS FIESTAS TRADICIONALES, COMIDA TÍPICA Y COSTUMBRES DE LA COMUNA DE SAN MIGUEL DEL COMÚN.

4.04 Construcción de la matriz de marco lógico

4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores.

Fines.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
1. F	Mantienen costumbres y tradiciones ancestrales	Planificación y realización de principales eventos culturales 2 de noviembre, y Fiestas Patronales	2	Óptima para mantener costumbres	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Turistas y comunidad
2. F	Posicionamiento de la cultura ancestral y autóctona.	Recopilación de la información, fotografías y videos existentes para publicar en medios masivos.	5000	Óptima para posicionamiento cultual	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Turistas ,habitantes Autoridades
3. F	Información visual atractiva que genere identificación con sus raíces	Realización de una revista gráfica	1	Óptima para realizar rescate cultural	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Autoridades

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 5. Fines

Propósito.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
P1.	Recuperación de valor cultural y ancestral en la comunidad de San Miguel del Común	Incremento de personas que participan en actividades culturales	45%	Óptima para recuperación de valor ancestral	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Comunidad y turistas

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 6. Propósito

Componentes.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
C1.	Autoridades locales fortalecen raíces ancestrales	Capacitación de la identidad cultural en la comunidad	2	Óptima para fortalecimiento de sus raíces	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Autoridades y comunidad
C2.	Atrae interés en lo jóvenes de conservar costumbres y tradiciones	Realización de talleres sobre identidad para jóvenes	2	Óptima para crecimiento cultural en los jóvenes	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Jóvenes del comunidad

C3.	Material necesario sobre costumbres y tradiciones para nuevas generaciones	Revista gráfica que contenga información necesaria	1000	Aumento de demanda del producto	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Jóvenes de la comunidad Turistas
C4.	Realizan asambleas donde fomentan valores ancestrales	2 asambleas con principales organizaciones sociales y comunidad	1	Comunidad comprometida	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Autoridades y comunidad
C5.	Buscan Información de sus raíces ancestrales	Aumento de visitas a videos subidos en You Tube de la comunidad	50%	Realzan su identidad	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	comunidad
C6.	Se sienten identificados con sus raíces	Mostrar la opinión del 50% de los habitantes sobre su identidad	1	Óptima para identificar identidad	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Comunidad Turistas

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 7. Componentes

Actividades.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
A1.	Difundir adecuadamente la información sobre tradiciones ancestrales en el periódico de la Parroquia	Informar a un 40% de la población local por medio de material impreso.	1	Información recolectada de calidad	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Comunidad, estudiantes y jóvenes del sector
A2.	Formular estrategias adecuadas para atraer a los jóvenes como redes sociales	Crear una página en principales redes sociales para subir información.	1	Manejo adecuado para el trabajo con jóvenes	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Comunidad Y jóvenes adentrados en la cultura
A3.	Elaborar una revista gráfica que muestre costumbres y tradiciones	Diseñar 40 páginas que contengan el 85% de fotografías	1	Identificación con su identidad	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Investigador
A4.	Compartir experiencias y conocimientos de adultos mayores en asamblea de comunidad	Invitación adultos mayores de 60 y piquito a reuniones con la comunidad	1	Reconocimiento y respeto hacia los adultos mayores de la comunidad	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Comunidad

A5.	Establecer sitio de información cultural del sector	Utilizar el salón de la juventud para mostrar imágenes e información impresas.	1	Óptima para	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Comunidad
A6.	Utilizar un adecuado manejo visual que identifique al grupo objetivo con su identidad.	Escoger de 400 fotografías tomadas en las fiestas de San Miguel para realizar material de difusión	1	Concienciа y acción de rescate cultural	2 meses	Comuna de San Miguel del Común	Investigador

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 8. Actividades

4.04.03 Selección de indicadores

Fines.

Nivel	**Resumen narrativo**	**Indicador**	**Clasificador de indicador**					**Puntaje**	**Selección**
			A	**B**	**C**	**D**	**E**		
F1.	Mantienen costumbres y tradiciones ancestrales	Planificación y realización de principales eventos culturales	X	X	X	X	X	5	SI

		2 de noviembre, y Fiestas Patronales							
F2.	Posicionamiento de la cultura ancestral y autóctona.	Recopilación de la información, fotografías y videos existentes para publicar en medios masivos.	X		X	X	X	4	SI
F3.	Información visual atractiva que genere identificación con sus raíces	Realización de una revista gráfica	X	X		X	X	4	SI

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 9. Fines

Propósito.

Nivel	**Resumen narrativo**	**Indicador**	**Clasificador de indicador**					**Puntaje**	**Selección**
			A	**B**	**C**	**D**	**E**		
P1.	Recuperación de valor cultural y ancestral en la comunidad de San Miguel del Común	Incremento de personas que participan en actividades culturales	X	X	X	X	X	5	SI

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 10. Propósito

Componentes.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
C1.	Autoridades locales fortalecen raíces ancestrales	Capacitación de la identidad cultural en la comunidad	X	X		X	X	4	SI
C2.	Atrae interés en lo jóvenes de conservar costumbres y tradiciones	Realización de talleres sobre identidad para jóvenes	X	X		X	X	4	SI
C3.	Material necesario sobre costumbres y tradiciones para nuevas generaciones	Revista gráfica que contenga información necesaria	X	X	X	X	X	5	SI
C4.	Realizan asambleas donde fomentan valores ancestrales	2 asambleas con principales organizaciones sociales y comunidad	X			X	X	3	SI
C5.	Buscan Información de sus raíces ancestrales	Aumento de visitas a videos subidos en You Tube de la comunidad	X		X	X		3	SI
C6.	Se sienten identificados con sus raíces	Mostrar la opinión del 50% de los habitantes sobre su identidad	X		X	X		3	SI

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 11. Componentes

Actividades.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
A1.	Difundir adecuadamente la información sobre tradiciones ancestrales en el periódico de la Parroquia	Informar a un 40% de la población local por medio de material impreso.	X		X	X	X	4	SI
A2.	Formular estrategias adecuadas para atraer a los jóvenes como redes sociales	Crear una página en principales redes sociales para subir información.	X		X	X		3	SI
A3.	Elaborar una revista gráfica que muestre costumbres y tradiciones	Diseñar 40 páginas que contengan el 85% de fotografías	X	X	X	X	X	5	SI
A4.	Compartir experiencias y conocimientos de adultos mayores en asamblea de comunidad	Invitación adultos mayores de 60 y piquito a reuniones con la comunidad	X		X	X	X	4	SI
A5.	Establecer sitio de información cultural del sector	Utilizar el salón de la juventud para mostrar imágenes e información impresas.	X		X	X	X	4	SI

A6.	Utilizar un adecuado manejo visual que identifique al grupo objetivo con su identidad.	Escoger de 400 fotografías tomadas en las fiestas de San Miguel para realizar material de difusión	X	X	X	X	X	5	SI

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 12. Actividades

A: Es claro

B: Existe información disponible

C: La Es tangible y puedo observar

D: La tarea de recolectar datos está al alcance y no se requiere expertos

E: Es representativo

4.04.03 Medios de verificación

Fines.

Nivel	**Resumen narrativo**	**Indicador**	**Medios de verificación**				
			Fuentes de información	**Método de recolección**	**Método de análisis**	**Frecuencia de recolección**	**Responsables**
F1.	Mantienen costumbres y tradiciones ancestrales	Planificación y realización de principales eventos culturales 2 de noviembre, y Fiestas	Primario	Observación	Agenda de actividades, afiches	Semestral	Comunidad

		Patronales					
F2.	Posicionamiento de la cultura ancestral y autóctona.	Recopilación de la información, fotografías y videos existentes para publicar en medios masivos.	Primario	Observación	Estadísticas	Semestral	Administración Zonal y Junta Parroquial de Calderón
F3.	Información visual atractiva que genere identificación con sus raíces	Realización de una revista gráfica	Primario	Observación	Encuesta	Semestral	Juan Carlos Tupiza Andrango (investigador)

Elaborado por*: Juan Carlos Tupiza*

Tabla 13 Fines

Propósito.

Nivel	**Resumen narrativo**	**Indicador**	**Medios de verificación**				
			Fuentes de información	**Método de recolección**	**Método de análisis**	**Frecuencia de recolección**	**Responsables**
P1.	Recuperación de valor cultural y ancestral en la comunidad de San Miguel del Común	Incremento de personas que participan en actividades culturales	Primario	Observación	Estadísticas	trimestral	Administración Zonal y Junta Parroquial de Calderón y la comunidad

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 14. Propósito

Componentes.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	**Método de recolección**	**Método de análisis**	**Frecuencia de recolección**	**Responsables**
C1.	Autoridades locales fortalecen raíces ancestrales	Capacitación de la identidad cultural en la comunidad	Secundario	Encuestas	Capacitación adecuada y veras.	Semestral	Gobierno local, Junta parroquial y Administración Zonal de Calderón
C2.	Atrae interés en lo jóvenes de conservar costumbres y tradiciones	Realización de talleres sobre identidad para jóvenes	Primario	Observación	Estadística	Semestral	Comuna de San Miguel
C3.	Material necesario sobre costumbres y tradiciones para nuevas generaciones	Revista gráfica que contenga información necesaria	Primario	Observación	Estadísticas	mes	Juan Carlos Tupiza Andrango (investigador)
C4.	Realizan asambleas donde fomentan valores ancestrales	2 asambleas con principales organizaciones sociales y comunidad	Primario	Observación	Estadística	Semestral	Comuna de San Miguel

C5.	Buscan Información de sus raíces ancestrales	Aumento de visitas a videos subidos en You Tube de la comunidad	Secundario	Encuestas	Estadística	Semestral	Comuna de San Miguel
C6.	Se sienten identificados con sus raíces	Mostrar la opinión del 50% de los habitantes sobre su identidad	Primario	Entrevista	Estadística	Semestral	Comuna de San Miguel

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 15. Componentes

Actividades.

Nivel	**Resumen narrativo**	**Indicador**	**Medios de verificación**				
			Fuentes de información	**Método de recolección**	**Método de análisis**	**Frecuencia de recolección**	**Responsables**
A1.	Difundir adecuadamente la información sobre tradiciones ancestrales en el periódico de la Parroquia	Informar a un 40% de la población local por medio de material impreso.	Secundario	Encuestas	Estadísticas	mes	Comuna de San Miguel

A2.	Formular estrategias adecuadas para atraer a los jóvenes como redes sociales	Crear una página en principales redes sociales para subir información.	Primario	Observación	Estadística	Semestral	Comuna de San Miguel
A3.	Elaborar una revista gráfica que muestre costumbres y tradiciones	Diseñar 40 páginas que contengan el 85% de fotografías	Primario	Observación	Material debidamente analizado	mes	Juan Carlos Tupiza Andrango (investigador)
A4.	Compartir experiencias y conocimientos de adultos mayores en asamblea de comunidad	Invitación adultos mayores de 60 y piquito a reuniones con la comunidad	Primario	Entrevista	Registro de asistencia	Semestral	Gobierno local, Junta parroquial y Administración Zonal de Calderón
A5.	Establecer sitio de información cultural del sector	Utilizar el salón de la juventud para mostrar imágenes e información impresas.	Primario	Observación	Estadística	Mensual	Comunidad
A6.	Utilizar un adecuado manejo visual que identifique al grupo objetivo con su identidad.	Escoger de 400 fotografías tomadas en las fiestas de San Miguel para realizar material de difusión	Primario	Observación	Fotografías de calidad comprobados	1 ves en el año	Juan Carlos Tupiza Andrango (investigador)

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 16. Actividades

4.04.04 Supuestos.

Fines.

Nivel	Resumen narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F1.	Mantienen costumbres y tradiciones ancestrales	Pérdida progresiva de sus costumbres y tradiciones	X		X	X	X
F2.	Posicionamiento de la cultura ancestral y autóctona.	Falta de presupuesto económico para posicionamiento	X	X	X	X	X
F3.	Información visual atractiva que genere identificación con sus raíces	Poca aceptación e interés de leer la revista.	X		X		X

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 17. Fines

Propósito.

Nivel	Resumen narrativo	Supuestos	Medios de verificación				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
P1.	Recuperación de valor cultural y ancestral en la comunidad de San Miguel del Común	Desinterés de la comunidad por conservar su riqueza cultural	X	X	X	X	X

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 18. Propósito

Componentes.

Nivel	Resumen narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
C1.	Autoridades locales fortalecen raíces ancestrales	Poco interés de las autoridades de trabajar en el campo cultural	X	X	X		X
C2.	Atrae interés en lo jóvenes de conservar costumbres y tradiciones	Jóvenes no les interesa la cultura local	X		X		
C3.	Material necesario sobre costumbres y tradiciones para nuevas generaciones	No hay presupuesto	X		X	X	X
C4.	Realizan asambleas donde fomentan valores ancestrales	No hay quórum para realizar asamblea	X	X	X	X	X
C5.	Buscan Información de sus raíces ancestrales	Desconocimiento se sitios donde existe información	X	X	X		

C6.	Se sienten identificados con sus raíces	Vergüenza de sus antepasados			X	X	X

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 19. Componentes

Actividades.

Nivel	**Resumen narrativo**	**Supuestos**	**Factores de riesgo**				
			Financiero	**Político**	**Social**	**Ambiental**	**Legal**
A1.	Difundir adecuadamente la información sobre tradiciones ancestrales en el periódico de la Parroquia	Poco espacio en el periódico para publicar información	X		X	X	X
A2.	Formular estrategias adecuadas para atraer a los jóvenes como redes sociales	Escasas posibilidades de acceder al internet	X		X		
A3.	Elaborar una revista gráfica que muestre costumbres y tradiciones	Poco tiempo para el desarrollo de la revista	X		X	X	X
A4.	Compartir experiencias y conocimientos de adultos mayores en asamblea de comunidad	Temor de adultos mayores de expresarse en público			X	X	X

A5.	Establecer sitio de información cultural del sector	Poca asistencia de la Comunidad	X	X	X		X
A6.	Utilizar un adecuado manejo visual que identifique al grupo objetivo con su identidad.	Falla técnica o tecnológica.	X		X	X	

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 20. Actividades

4.04.05 MATRÍZ MARCO LÓGICO

Fines.

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
F1. Mantienen costumbres y tradiciones ancestrales	**F1.1** Planificación y realización de principales eventos culturales 2 de noviembre, y Fiestas Patronales	**F1.1.1** Primario, Observación, Agenda de actividades, afiches, Semestral, Comunidad	**F1.1.1.1** Pérdida progresiva de sus costumbres y tradiciones
F2. Posicionamiento de la cultura ancestral y autóctona.	**F.2.1** Recopilación de la información, fotografías y videos existentes para publicar en medios masivos.	**F2.1.2** Primario, Observación, Estadísticas, Semestral, Administración Zonal y Junta Parroquial de Calderón	**F2.1.1.1** Falta de presupuesto económico para posicionamiento
F3. Información visual atractiva que genere identificación con sus raíces	**F3.1** Realización de una revista gráfica	**F3.1.3** Primario, Observación, Encuesta, Semestral Juan Carlos Tupiza Andrango (investigador)	**F3.1.1.1** Poca aceptación e interés de leer la revista.

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 21. Fines

Propósito.

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
P1. Recuperación de valor cultural y ancestral en la comunidad de San Miguel del Común	**P1.1** Incremento de personas que participan en actividades culturales	**P1.1.1 Primario, Observación, Estadística, Trimestral, Administración Zonal y Junta Parroquial de Calderón y la comunidad**	**P1.1.1.1** Desinterés de la comunidad por conservar su riqueza cultural

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 22. Propósito

Componentes.

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
C1. Autoridades locales fortalecen raíces ancestrales	**C1.1** Capacitación de la identidad cultural en la comunidad	**C1.1.1** Secundario, encuesta, Capacitación adecuada y veras, Semestral, Gobierno local, Junta parroquial y Administración Zonal de Calderón	**C1.1.1.1** Poco interés de las autoridades de trabajar en el campo cultural
C2. Atrae interés en lo jóvenes de conservar costumbres y tradiciones	**C.2.1** Realización de talleres sobre identidad para jóvenes	**C2.1.2** Primario, Observación, Estadísticas, Semestral, Comuna de San Miguel	**C2.1.1.1** Jóvenes no les interesa la cultura local
C3. Material necesario sobre costumbres y tradiciones para nuevas generaciones	**C3.1** Revista gráfica que contenga información necesaria	**C3.1.3** Primario, Observación, Estadísticas, Semestral, mes, Juan Carlos Tupiza Andrango (investigador)	**C3.1.1.1** No hay presupuesto
C4. Realizan asambleas donde fomentan valores ancestrales.	**C4.1** 2 asambleas con principales organizaciones sociales y comunidad.	**C4.1.4** Primario, Observación, Estadísticas, Semestral, Comuna de San Miguel	**C4.1.1.1** No hay quórum para realizar asamblea

C5. Establecer sitio de información cultural del sector	**C5.1** Aumento de visitas a videos subidos en You Tube de la comunidad	**C5.1.5** Secundario, Encuesta, Estadísticas, Semestral, Comuna de San Miguel	**C5.1.1.1** Desconocimiento se sitios donde existe información
C6. Se sienten identificados con sus raíces	**C6.1** Mostrar la opinión del 50% de los habitantes sobre su identidad	**C6.1.6** Primario, Entrevista, Estadísticas, Semestral, Comuna de San Miguel	**C6.1.1.** Vergüenza de sus antepasados

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 23. Componentes

Actividades.

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
A1. Difundir adecuadamente la información sobre tradiciones ancestrales en el periódico de la Parroquia	**A1.** Informar a un 40% de la población local por medio de material impreso.	**A1.1.1** Secundario, Encuesta, Estadísticas, mes, Comuna de San Miguel	**A1.1.1.1** Poco espacio en el periódico para publicar información
A2. Formular estrategias adecuadas para atraer a los jóvenes como redes sociales	**A.2.1** Crear una página en principales redes sociales para subir información.	**A2.1.2** Primario, Observación, Estadísticas, Semestral, Comuna de San Miguel	**A2.1.1.1** Escasas posibilidades de acceder al internet
A3. Elaborar una revista gráfica que muestre costumbres y tradiciones	**A3.1** Diseñar 40 páginas que contengan el 85% de fotografías	**A3.1.3** Primario, Observación, Material debidamente analizado, mes, Juan Carlos Tupiza Andrango (investigador)	**A3.1.1.1** Poco tiempo para el desarrollo de la revista
A4. Compartir experiencias y conocimientos de adultos mayores en asamblea de	**A4.1** Invitación adultos mayores de 60 y piquito a reuniones con la comunidad	**A4.1.4 2** Primario, Entrevista, Registro de asistencia, Semestral, Gobierno local, Junta parroquial y Administración Zonal de Calderón	**A4.1.1.1** Temor de adultos mayores de expresarse en público

comunidad			
A5. Establecer sitio de información cultural del sector	**A5.1** Utilizar el salón de la juventud para mostrar imágenes e información impresas.	**A5.1.5** Primario, Observación, Estadística, mensual, Comunidad	**A5.1.1.1** Poca asistencia de la Comunidad
A6. Utilizar un adecuado manejo visual que identifique al grupo objetivo con su identidad.	**A6.1** Escoger de 400 fotografías tomadas en las fiestas de San Miguel para realizar material de difusión	**A6.1.6** Primario, Observación, Fotografías de calidad comprobados, una vez en el año, Comunidad, mes, (investigador)	**A6.1.1.1** Falla técnica o tecnológica.

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 24. Actividades

Capítulo V

LA PROPUESTA

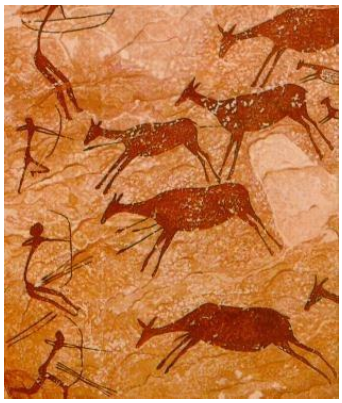
5.1. Revista gráfica.

5.1.1 Introducción.

Breve historia del diseño gráfico

El ser humano ha tenido siempre la necesidad de comunicarse con sus semejantes, hasta tal punto que podemos afirmar que si el hombre es el ser más avanzado de la naturaleza, es debido en gran parte a la facilidad que ha tenido para hacer partícipe a los demás de sus ideas de una forma u otra.

Los orígenes del diseño gráfico los encontramos en las pinturas rupestres (15,000 a.C.), donde seres humanos y animales eran representados mediante símbolos con fines religiosos en las cavernas de la prehistoria.



Fuente: *Anediseno*

Gráfico 1.Pinturas rupestres

Los antiguos egipcios, para poder comunicarse utilizaban signos tallados en piedra. Pero pronto buscaron otros materiales más prácticos como los papiros.

Fuente: *Anediseno*

Gráfico 2. Papiro

En la Edad media (500 d.C.) se descubre que las obras escritas en papel, gana poder comunicativo y belleza al aplicarles mayor colorido y elementos gráficos de forma armoniosa y equilibrada, de ahí que una de las aportaciones más importantes al campo del diseño en este periodo fue la confección de los incunables medievales, realizados en los monasterios, en los que se observa de forma clara la importancia de la "FORMA" (diseño) para transmitir un mensaje.

Fuente: *Anediseno*

Gráfico 3 Primeros libros

Los documentos y sus mensajes s fueron masificados gracias a Johan Gutenberg al inventar la imprenta. Artefacto capaz de reproducir en grandes cantidades un original.

Pronto empezaron a aparecer imprentas en las que se reproducían todo tipo de obras, cada vez más elaboradas. Se empezaron a usar nuevos materiales como soporte, nuevas tintas y nuevos tipos de letras, originando la aparición de unos profesionales especializados en su manejo, los tipógrafos y los cajitas, tal vez los primeros diseñadores gráficos como tal, ya que se encargaban de componer y maquetar los diferentes elementos que iban a formar una obra de forma que resultara lógica, clara, armoniosa y bella.

Fuente: *Anediseno*

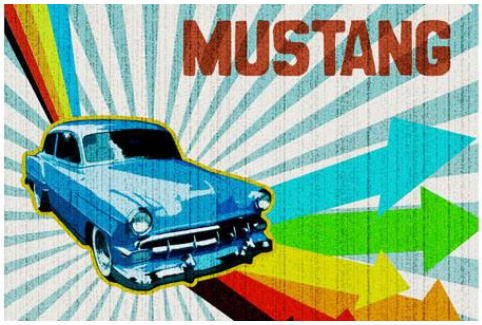
Gráfico 4. La primera imprenta

Otro gran impulsor del desarrollo del diseño gráfico fue la Revolución Industrial. Surgieron las fábricas y la economía de mercado, un gran número de personas se desplazó a las ciudades a trabajar, aumentaron las tiendas y los comercios y empezó la competitividad entre empresas por

hacerse con una parte del mercado. Con ello apareció y se desarrolló una nueva técnica comercial: la publicidad, encargada de hacer llegar a los consumidores mensajes específicos que les convencieran de que un producto dado era mejor que otros análogos.

El desarrollo de la publicidad trajo consigo un desarrollo paralelo del diseño gráfico y de los soportes de comunicación. Había que convencer al público de las ventajas de un producto o marca, y para ello nada mejor que mensajes concisos, cargados de componentes psicológicos, con diseños cada vez más elaborados, que se hacían llegar al mayor número posible de personas. El cómo se transmitía la información llegó incluso a superar en importancia a la misma información transmitida.

En el siglo XX, hicieron su aparición los ordenadores, máquinas en un principio destinadas a un grupo reducido de técnicos y especialistas, pero poco a poco fueron ganando popularidad y con la aparición del ordenador personal se extendieron a todos los ambientes y grupos sociales.



Fuente: *Anediseno*

Gráfico 5. Retro Photoshop

Con la entrada en escena de Internet y las páginas web se hizo aún más patente el desfase de los diseñadores gráficos con el nuevo medio. Hacía falta ahora diseñar y construir interfaces de

usuario muy especiales, condicionadas a pequeños tamaños de fichero y a un medio concreto de presentación, los navegadores web, que imponían serias limitaciones al diseño, que necesitaban sistemas de navegación entre páginas simples y entendibles. (http://anediseno.wordpress.com/)

Para la mayoría de las personas, el término Diseño Gráfico, evoca imágenes que funcionan como anuncios seductores, a todo color, que comunican distintos mensajes. Pero no solamente se relacionan con este tipo de informaciones, también forman parte de este arte publicitario las cosas tan cotidianas como impresos de declaraciones de la renta, recibos telefónicos, libros, sellos, murales, periódicos, billetes de avión y de banco, tarjetas de felicitaciones, papeles de cartas y cualquier cosa que esté impresa. Lo que el diseñador tiene que lograr es que su mensaje sea claro y eficaz.

Podría definirse al diseño gráfico como la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual que tiene la función de comunicar algo. Es, además, el arte de hacer libros, revistas, folletos, anuncios, envases, entre otros elementos.

El término diseñador gráfico, fue acuñado por el norteamericano William Addison Dwiggins; el mismo fue utilizado a partir del año 1922 aunque antiguamente se encuentran diferentes ejemplos de diseños en culturas tales como los fenicios que idearon el alfabeto para representar gráficamente el lenguaje hablado. A medida que se extendía el uso de la palabra escrita aumentó la necesidad de organizar correctamente el material creado lo que dio surgimiento al diseño tal cual hoy lo conocemos aunque menos elaborado. (http://artdesigncommunication-rosana.blogspot.com/)

5.1.2 Revistas.

Definición

Se denominan comúnmente revistas a las publicaciones que se publica en distintos tiempos: semanal, quincenal, mensual, trimestral o anual y que van dirigida al público en general, por ejemplo, espectáculos, economía, infantiles, para mujeres, para hombres, humorísticas, de cocina, o algún otro tema de interés como políticas, literarias científicas, entre otras, que generalmente se hallan ilustradas. Cuentan muchas veces con publicidad, para poder costear los gastos de producción, a cargo de editoriales. Algunas revistas se venden, y otras son de distribución gratuita.

Fuente: ***Artdesign***

Gráfico 6. Revistas

5.1.3 Tipos de revistas.

Los tipos de revistas se clasifican según la clase de contenidos que llevan por dentro y éstos pueden ser muy variados.

La revista informativa

Tiene la finalidad de comunicar cierta información que aborda uno o varios temas dependiendo de la revista, hablan de la actualidad en la política, economía, entre otras suelen incluir entrevistas.

Fuente: *Prograf*

Gráfico 7. Tipos de revistas especializadas

La revistas especializadas

Van dirigidas a un público con interés en cierta disciplina. Tratan de una materia específica como por ejemplo; educación, negocios, psicología, moda, música, tecnología, etc.

Fuente: *Prograf*

Gráfico 8. Comprando revistas

Revista de ocio

Es un medio publicitario que tiene como fin entretener al lector, existe una gran variedad de ellas, algunos ejemplos de temas son: entrevistas a famosos, cine, moda, viajes. También incluyen información más subjetiva dependiendo de la revista.

Fuente: *Prograf*

Gráfico 9. Lectura de varias revistas

Revista científica

Informan nuevas investigaciones, descubrimientos y sus avances. Cuando se publica algo en una de ellas, primeramente debe haber cierta aprobación dentro de la comunidad científica, esto, con el objetivo de asegurar sus estándares de calidad y validez con lo que adquieren un alto prestigio. Existen diferentes tipos de artículos científicos, los más frecuentes son: **comunicados** (se consideran cortas y urgentes poseen un alto conocimiento científico), **de revisiones** (son síntesis extensas, es el comienzo para entender un tema en lo particular), **artículos** (es una descripción completa de los resultados de una investigación original), y por último, **material suplementario** (es información experimental o grafica que se obtiene de los artículos originales). (http://editorial.prograf.mx/)

5.1.4 Características generales de la revista

Cada medio impreso tiene su particular "anatomía"; la revista se caracteriza por su presentación agradable; está impresa en papel de buena calidad que permite la reproducción de medios tonos y la de originales en color.

Aunque hay muchas categorías de revistas, podemos asegurar que la mayoría de ellas está impresa en papeles recubiertos o satinados.

En el ámbito de la comunicación, las revistas juegan un papel muy importante, pues todos los públicos ven satisfechas sus personales necesidades, ya que hay revistas para todos los gustos y de todos los tópicos.

La estructura periodística de la revista se puede dividir en: editorial, que como en los periódicos está dedicada a difundir el pensamiento filosófico, político o social de sus editores. Los artículos de fondo que en general son más extensos que en los demás medios, pues el escritor sabe que su público tienen más tiempo para leer artículos seriados, que generalmente se publican en un lugar fijo; los reportajes, que pueden ser profusamente ilustrados y en ocasiones se les publica en uno o varios números; los artículos instructivos también van ilustrados. Algunas revistas incluyen novelas, que pueden ser publicadas completas en un solo número o divididas en capítulos publicados en varios números.

La revista puede estar dividida en secciones fijas, en las que el lector asiduo encontrará la lectura de su predilección. Generalmente las revistas tienen un número determinado de páginas destinadas a la publicidad, pero hay otras que intercalan los anuncios entre sus artículos.

5.1.5 Estructura publicitaria

La estructura publicitaria de las revistas ofrece también preferencias, las cuales van de acuerdo con la eficiencia del lugar que se destina la publicidad. En orden de importancia los espacios son:

- La portada
- Tres páginas de forros.
- Solapa.
- El inserto.
- Las páginas centrales, primeras y últimas.
- Páginas pares e impares.

La portada:

Tradicionalmente no se usa esta para hacer publicidad, porque hace las veces de editorial ilustrado y porque es también el gancho usado en los puestos de revistas para despertar el interés del público. Muy pocas revistas aceptan publicidad en su portada y en esos raros casos, la tarifa es muy elevada.

Tres páginas de forros:

Los forros son muy importantes para la publicidad y siempre están a la venta. La cuarta de forros es plana más importante por estar tan expuesta a la vista como a la portada. Esta plana solo se

vende completa y generalmente está impresa a todo color, pues se aprovechan las entradas de color de la carátula.

Después de la contraportada o cuarta de forros, la preferencia recae en el lomo de las revistas voluminosas. Tanto en los puestos de periódicos, como en las bibliotecas, el lomo está constantemente expuesto a la vista. Si se logra comprar en exclusiva, durante largo tiempo, el anuncio del lomo se llega a integrar a la imagen misma de la revista, por lo que es fácilmente recordado. También el anuncio de lomo se diseña a color.

Las planas interiores de los forros son las que siguen en importancia: la segunda de forros se ve al abrir la revista y toma especial importancia cuando en la primera página se publica el directorio de la revista y/o el índice. Como los forros generalmente se imprimen en papel más grueso que el de las páginas interiores, al hojear la revista este queda separado del resto de la paginación, dejando al descubierto su cara interna.

La tercera de forros es tan solicitada por los publicistas como la segunda. Muchas personas hojean la revista de atrás para adelante, esto permite que el anuncio impreso en la tercera de forros se pueda ver antes que los anuncios interiores. Pero de cualquier manera, esta plana es importante porque necesariamente la revista se terminará de leer y se llegara a ella.

Otros factores que prestan importancias a los anuncios en forros, son en que el papel grueso o con mayor cuerpo en que se imprimen les da mayor permanencia a los anuncios y que aún en el caso de las revistas impresas en blanco y negro, las pastas se imprimen a color. Muchas revistas imprimen color solamente en el frente (1ª. Y 4ª. De forros) pero otras lo hacen también en el interior (2ª. Y 3ª. De forros).

La solapa:

El anuncio en la solapa es muy eficaz. Algunas revistas cortan el papel de los forros de tal manera que quede una prolongación lateral de 5 cm en cada pasta. Esta prolongación queda doblada hacia dentro y se le llama solapa; puede ser tan eficaz como cualquier parte de los forros. En ocasiones los lectores la utilizan como señalador para no perder la página en que se suspende la lectura o para localizar algún artículo de especial interés, lo que permite que el anuncio impreso en ella sea visto más veces.

El inserto:

Es una hoja de papel más grueso que el de las revistas y va añadido entre sus páginas sin corresponder a los folios de la revista. Esta pieza se puede imprimir en color y en cualquier sistema de impresión, aunque sea diferente al usado para la elaboración de la revista.

Los editores de revistas dictan normas muy estrictas para recibir los insertos, pues estos deben sujetarse a las posibilidades técnicas de la encuadernación de la revista, y el reglamento de correos, que impide que los insertos sean de mayor tamaño que la revista y exige que el anuncio tenga relación con la especialidad de la revista.

Es importante señalar que los insertos se cobran como si se imprimiera con la revista; cada plana del inserto tiene el valor de una plana, y si es en color, tendrá el valor que corresponde a esta. El talón del inserto se cobra como si fueran dos planas completas, no obstantes que su dimensión máxima es la de una columna. Surge la tentación de pensar que en este caso sería mejor hacer un anuncio completo, pero su costo sería más alto y el hecho de que sea solo una fracción de hoja llama poderosamente la atención. En algunos casos puede llevar perforaciones

para poder desprenderse, por ejemplo cuando lleva impreso algún cupón o material de retroalimentación.

Las páginas centrales, primeras y últimas:

El papel resiste y soporta sin deformarse hasta ocho dobleces, pero siempre tiene cierta reacción contraria, pues tiende a recuperar su estado original. Esto provoca que las revistas cosidas a caballo se abran un poco y dejen al descubierto las páginas centrales, sobre todo cuando la revista está impresa en un papel del alto gramaje y se hojea con frecuencia. Esta particularidad es considerada como una cualidad que da alto valor publicitario a las páginas centrales; por lo que estas tienen un costo superior al de todas las páginas interiores.

Después de las páginas centrales, las primeras y últimas páginas tienen la preferencia, por estar junto a las páginas interiores de forros, especialmente las primeras, por estar cerca del índice y del directorio de la revista. Algunas revistas asignan a la primera plana un precio más alto que a las demás interiores.

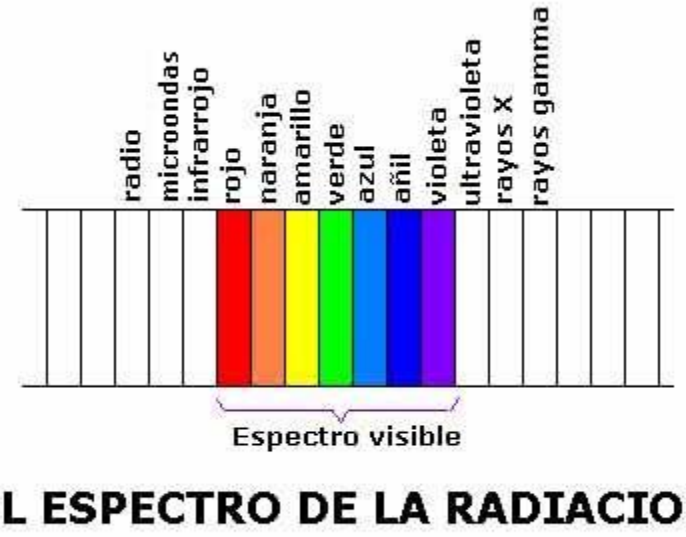
Páginas pares e impares

Por último, igual que en los periódicos, las páginas impares tienen un mayor valor publicitario, pero no por eso resultan despreciables las pares. Cuando se ha escogido la página adecuada a nuestros propósitos publicitarios, se tiene que pensar en el factor posición. Si el anuncio es de una plana entera, no hay mayor problema, pero si solamente ocupa una fracción de la página, es preciso escoger el ángulo más apropiado.

5.1.6 El color

El Color es el aspecto de las cosas que es causado por diferentes cualidades de la luz mientras es reflejada o emitida por ellas. Para observar el color, debe de haber luz. Cuando la luz brilla o se refleja en un objeto, algunos colores algunos colores rebotan del objeto y otros son absorbidos por el mismo. Nuestros ojos sólo ven los colores que rebotan o son reflejados.

Los rayos del Sol contienen todos los colores del arco iris mezclado. Esta mezcla se conoce como luz blanca. Cuando la luz blanca incide en un lápiz de color blanco se muestra blanca para nosotros, ya que no absorbe ningún color, y refleja todos los colores por igual. Un lápiz negro absorbe todos los colores por igual y no refleja nada, por lo que se ve negro para nosotros. Mientras que los artistas consideran un color negro, los científicos no lo hacen porque el negro es la ausencia de todo color.



Fuente:*www.crayola.com*

Figura 6. El espectro de la radiación

Interpretación del color

Las personas que tienen oído musical pueden distinguir fácilmente los tonos musicales, de diferentes frecuencias, Pero el sentido de la vista no puede percibir los diferentes componentes de la sensación cromática. Cada sensación cromática es uniforma e indivisible, Sólo puede ser descrita por medio de las propiedades apreciadas de forma directa.

Las propiedades más importantes que cada color tiene son: Tono, Intensidad, Luminosidad y **Claridad.**

En la clasificación natural de los colores se sistematiza su descripción: cada color ocupa en el llamado cuerpo cromático, un lugar determinado que depende de la igualdad o desigualdad del color respecto a otros seis de referencia, estos colores son AMARILLO, ROJO, VERDE, Y AZUL más el BLANCO Y EL NEGRO. Los colores fundamentales se ordenan en una cruz en ángulo recto de manera que cada brazo de la cruz tiene en sus extremos un color.

Simbología del color

Desde épocas remotas se ha asociado los colores a ciertos estados de pánico, con motivos religiosos y mágicos. Pero la simbología de los colores difiere en las distintas civilizaciones.

Por lo general el amarillo y el rojo son considerados colores cálidos y el verde y azul como colores fríos.

El color nos ofrece un enorme vocabulario de gran utilidad en el alfabeto visual

Ciertos colores tienen un valor simbólico. El blanco simboliza la pureza; el rojo, el amor y la sangre, aunque también advierte un peligro inminente; el púrpura-antiguamente el color de los

reyes- se emplea hoy para indicar radiactividad. El verde es el color del mal, pero también el de la esperanza. El negro es a la vez un color de gala y de luto. El rojo se asocia a la furia, peligro, amor la sangre y hasta se ha extrapolado a la capa roja con la que se agita al toro, el color rojo apenas si tiene significado para el toro que carece de sensibilidad hacia el color y solo se mueve por el hecho de que se agita ante él un trozo de tela.

Pero veremos algunos significados que la cultura le da a algunos colores, a saber y cuales colores principales llegan al color del descrito.

La psicología del color

Negro: negro c/ rojo:	Da a uno poder físico
Negro c/ rosa:	Da poder social
Negro c/ amarillo:	Da poder intelectual Se le relaciona con el misterio y lo desconocido. Se asocia con depresión, mal humor, desesperación, muerte Puede estar esperando revelarse una hermosa naturaleza llena de amor y belleza. La mujer que le gusta vestir de negro es amiga del poder y desea permanecer en el misterio. Los colores nos ayudan a mostrar el verdadero yo porque igual que sucede en la naturaleza, revelamos quienes somos verdaderamente por los colores que llevamos.
Marrón:	Lo asociamos con las cosas sólidas, seguras y permanentes. Nos ayuda a ser prácticos y no tan derrochadores, nos mantiene aferrados a los viejos modelos, pero debemos estar abiertos a nuevas ideas.
Gris:	Es el color de la renunciación, pero también se le asocia con el miedo e impide a muchas personas manifestar su verdadero yo. En un día gris nos sentimos abatidos.
Amarillo:	Favorece la claridad mental y los procesos lógicos. Mejora la facultad del razonamiento y abrirá nuestra conciencia a nuevas ideas, nuevos intereses, convierte la vida en algo emocionante y divertido.
Amarillo pálido:	Mente clara, asimila bien los hechos

Amarillo brillante:	Revela todo un intelecto
Naranja:	Utilidad, movimiento, actividad, alegría, bienestar, compañerismo, los placeres compartidos, creatividad, nos libera de pasados condicionamientos. Es un buen color para la debilidad mental y puede sacarnos de la depresión, liberar frustraciones y miedos.
Rojo:	Nos da valor, da fuerza en todas sus formas, cuando esté preocupado piense en rojo y le ayudará a superar sus pensamientos negativos. Activa nuestras emociones y deseos sexuales. Es el color de la vida, energizante, es el rayo de la voluntad, la determinación de salir adelante y hacerlo bien. El amor mueve el mundo, no el del ansia sexual de poseer a otra persona, sino del amor que nutre, alimenta el amor incondicional, el amar a los demás sin pensar en uno mismo.
Violeta:	Eleva todo aquello que es espiritual y hermoso, purifica y limpia, es tan potente que puede impulsar a uno a sacrificarse por un gran ideal, proporciona mucho poder.
Indigo:	Se le conoce como espíritu del poder, gran purificador. Es un rayo muy científico, del conocimiento puro.
Azul:	Lealtad, confianza. Es el rayo del alma, de la paz y la serenidad, y aquellos a quienes les encanta el azul, aman la belleza en todos los aspectos y formas. Es refrescante, tranquilizador y puede sedar. El aspecto negativo de este rayo es la tristeza.
Verde:	Es el rayo del equilibrio, beneficia al sistema nervioso, nos ayuda a relajarnos y desprendernos de los problemas; es el rayo del dar y recibir El color en la comunicación visual El color está cargado de información y es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común y por ello este constituye una valiosísima fuente de comunicadores visuales.

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 25. Psicología del color

El color tanto el de la luz como el del pigmento se comporta de manera única, pero nuestro conocimiento del color en la comunicación visual va un poco más allá de nuestras observaciones, ante él.

El color tiene tres dimensiones. El matiz es el color en sí o croma y hay más de cien matices como colores hay.

Cada matiz tiene características propias, existiendo tres matices primarios o elementales: Amarillo, Rojo y Azul. Cada uno representa cualidades fundamentales. El amarillo se considera el más próximo a la luz y el calor, el rojo el más emocional y activo, el azul es pasivo y suave. El amarillo y rojo tiende a expandirse, el azul a contraerse. Cuando estos se asocian en mezclas se obtienen nuevos significados.

El rojo que es un color provocador se amortigua al mezclarse con el azul y se activa al mezclarse con amarillo.

La estructura cromática en su estructura más simple se compone de Colores primarios (amarillo, rojo, azul) Secundario (naranja, verde y violeta)

La segunda dimensión del color es la saturación que se refiere a la pureza de un color respecto al gris. El color saturado es simple casi primitivo, carece de complicaciones y es muy explícito, está compuesto de matices primarios y secundarios, cuanto más intenso y saturado es la coloración de un objeto visual más cargado de expresión o emoción está

La tercera dimensión es el brillo, que va de la luz a la oscuridad.

El uso del color en la publicidad

Norteamericanos, franceses, rusos, japoneses y muchos otros han estudiado, de manera consciente, los efectos del color sobre el individuo, considerándolo aisladamente y sobre el individuo como el constitutivo de la masa.

Una de las conclusiones a la que se ha llegado es que la mirada humana percibe la forma antes que el color. Es decir, si se acerca al centro del campo visual humano, se observa en forma progresiva, es decir al observar un pedazo de papel de determinado color, el sujeto percibe primero la forma antes que el color que lo Compone.

Por lo tanto, si con la forma logramos el primer impacto, el color es fundamental para retener la atención y actuar sobre la capacidad reflexiva emocional del individuo.

Uno de los elementos más versátiles en un anuncio es el color dependiendo del producto y del atractivo publicitario, el color puede usarse por muchas razones:

Es un dispositivo que llama la atención. Con muy pocas excepciones, la gente notará que un anuncio a colores con más facilidad que otro en blanco y negro.

Ciertos productos sólo pueden presentar realmente si se usa el color: Los muebles para el hogar, los alimentos muchas ropas y accesorios de vestir y los cosméticos perderían gran parte de sus atractivos si se presentan en blanco y negro.

3- El color puede resaltar elementos específicos dentro del anuncio. Ocasionalmente un anunciante utilizará color sólo para el producto dentro de un anuncio en blanco y negro. Esto no solo hace hincapié en el producto como el elemento principal del anuncio, sino que también ahorra dinero, en comparación con los procesos de cuatro colores.

El color de la un estilo al anuncio con su propio lenguaje. Los ambientes fríos y pasivos se crean con azules y colores pastel, el rojo los excitantes y lo primaveral con amarillo.

Cabe destacar que tan importante es el contraste o visibilidad de los colores individuales como sobre la armonizaci6n (o familias de colores: Cálidos y fríos.

Uno de los elementos más versátiles de un anuncio, por ejemplo:

Los comerciales de televisión deben ser intrigantes y profundos.

La televisión utiliza movimiento y acción para crear impacto. Utiliza historias para entretener y para llegar al punto deseado. En televisión las demostraciones son persuasivas porque creemos lo que vemos. La imagen y el sonido deben reforzarse entre sí. Más que ningún otro medio de publicidad, la televisión tiene la capacidad de tocar las emociones, de impulsar a la gente a que experimente sentimientos. Esta habilidad de tocar los sentimientos de los televidentes, hace que los comerciales de televisión sean entretenidos, divertidos y absorbentes. Las situaciones de la vida real con todo su humor, coraje" miedo, orgullo, celos y amor toman vida en la pantalla.

5.1.7 Técnicas y Herramientas para usar Color en Diseño con una Computadora

El color tiene un impacto principal sobre la interacción humano-computadora: si no positivo, entonces negativo. De acuerdo a Murch, un investigador en factores humanos bien conocido, "El

color puede ser una herramienta poderosa para mejorar la utilidad de un despliegue de información en una amplia variedad de áreas si el color es usado adecuadamente. Inversamente, el uso inapropiado del color puede seriamente reducir la funcionalidad de un sistema de despliegue". El color es un componente principal en las GUIs. Debido a la proliferación de aplicaciones GUI en PCs, Macs, y Estaciones de trabajo Unix, el examen del color es pertinente a la interacción humano-computadora (human computer interaction, HCI).

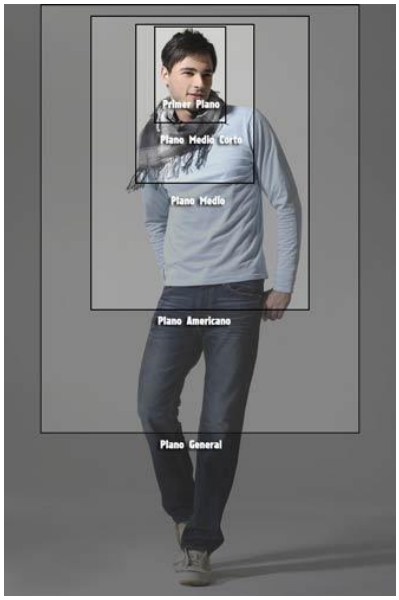
Fotografía

Definición

La fotografía es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas debidas a la acción de la luz.1 Es el proceso de proyectar imágenes y capturarlas, bien por medio del fijado en un medio sensible a la luz o por la conversión en señales electrónicas.

Tipos de planos en fotografía

Modelo y tipos de plano El término "plano" es usado tanto en cine como en fotografía. Se usa para indicar que se está retratando en una foto, aunque nos centraremos en lo que se refiere a retratos. Dependiendo de la distancia y cantidad de protagonismo de lo retratado, hay diferentes tipos de planos:



Fuente: ***Altfoto***

Gráfico 10. Planos fotográficos

Plano general: Usado para abarcar todos los elementos de una escena. En el caso de personas se habla de fotografiar de cuerpo entero, de pies a cabeza, sin cortes.

Plano americano o plano tres cuartos: Tipo de plano popularizado en los westerns, que consiste en tomar desde las rodillas a la cabeza. Es muy usado cuando se retrata a varias personas a la vez.

Plano medio: Es aquel en el que el modelo sale retratado desde la cintura hasta la cabeza, muy usada en moda.

Plano medio corto o plano busto: Retrata a la persona desde el pecho hasta la cabeza, enfocando la atención en el individuo y restando importancia al entorno.

Primer plano: Utilizado para destacar la cara del modelo. Puede ayudar a resaltar gestos característicos, miradas y otros detalles de la cara.

Plano detalle: Empleado para remarcar detalles concretos, se suele tomar en posiciones más cercanas al sujeto retratado.

En cualquier caso, enmarcar las fotografías en este tipo de planos es opcional, más una orientación para retratar que una regla inamovible.

5.2.1 Descripción de la herramienta

Adobe InDesing.

Es utilizado para la diagramación de la revista gráfica. Este nos ayuda para la preparación de archivos para medios impresos tales como: libros revistas, textos, comercios, manuales, catálogos, etc.

Adobe Illustrator.

Utilizados para la diagramación del isotipos, logotipo, vectores

Adobe Photoshop.

Utilizado para retoque de fotografías e imágenes que se utilizaran en la revista. Este programa es muy utilizado por fotógrafos, diseñadores web, diseñadores gráficos, etc.

Formulación del proceso de aplicación

5.2.2 *Planificación*

Elección del nombre de la revista gráfica

Análisis de fotografías

Temas principales

5.2.3 Propósito

Utilizar la revista gráfica como fuente de información y transmisión de mensajes para la conservación de identidad en la comuna de San Miguel del Común.

5.2.4 Tipo de publicación

Elaboración de una revista gráfica con imágenes de actividades culturales, personajes, comida típica, costumbres y tradiciones de la comunidad de San Miguel del Común.

5.2.5 Formato

Esta revista gráfica será elaborada en papel bon de 150 gramos. El mismo que tendrá un tamaño A4 21 x 29,7 cm.

5.2.6 Numero de página

Sera elaborado en 20 hojas, 40 páginas a full color.

5.2.7 Estilos

Tipo de Estilos		
Titulares		
Familia o	Estilo de	Tipografía

características	Fuente	
KG HAPPY	Regular	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 ¡ " · $ % & / ( ) = ¿ ¿ Ç `+´-.,
Subtítulos		
Tiranti Solid LED	Plain	*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* *1234567890!"$%&()/?¡"*dg,-*Ee*
Párrafos		
Shruti	Regular	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 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 ¡ " · $ % & / ( ) = ¿ ¿ Ç `+´-.,
Shruti	**Bold**	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 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 ¡ " · $ % & / ( ) = ¿ ¿ Ç `+´-.,

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 26. Tipos de estilos

5.2.8 Índice de imágenes

Fotografía	Edición	Justificación
		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6
		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Prioste
		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Yumbo

		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Danzante
		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Campio
		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Tambonero

	—	Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Braceros
		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Vestimenta hombre
		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Vestimenta mujer

		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Carawasca
		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Espada y chichila
		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Pantalón hombre

		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Mama chumbi y guagua chumbi
		Color : CMYK Resolución: 300 dpi Realizada en : Photoshop CS6 Guión

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 27. Índice de imágenes

5.2.9 Diagramación

Página master o retículas

Página 1

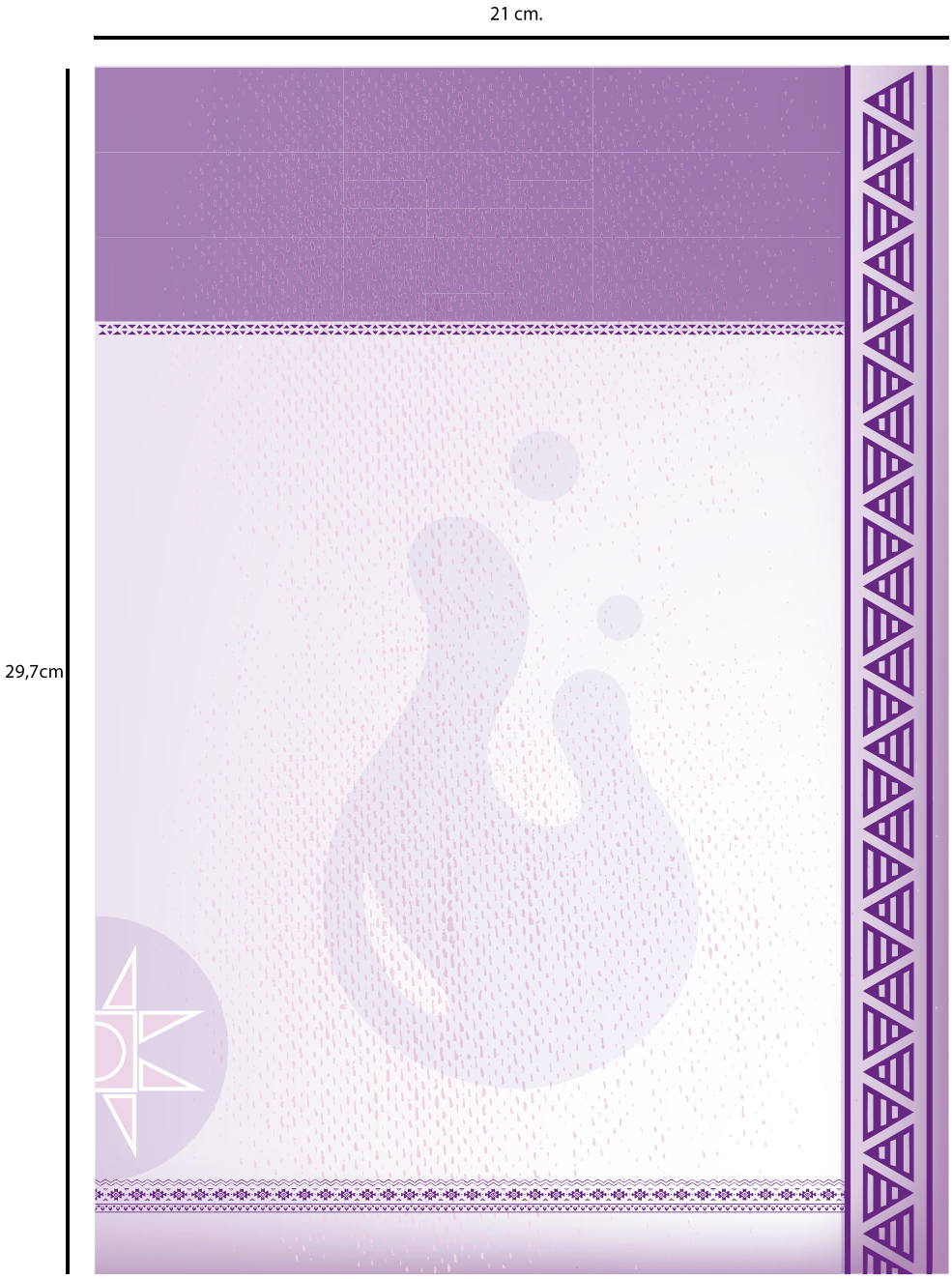
21 cm

29,7cm

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Gráfico 11. Página 1

Página 2



Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Gráfico 12. Página 2

Diagramación

La diagramación que se presenta a continuación se realizó por medio de un machote el mismo que fue enumerado para tener una mayor comprensión al momento de diagramar en InDesign.

5.3 Imagen Corporativa

5.3.1 Logo

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Gráfico 13. Logo de la Revista

5.3.2 Significado

Umayaku = cabeza-agua vertiente de agua

5.3.3 Colores

Morado

El color morado tiene como significado la realeza. El misterioso color morado se asocia con la nobleza y la espiritualidad. Los opuestos de rojo caliente y frío azul se combinan para crear

este intrigante color. La combinación de los aspectos estables y calmantes del azul con las cualidades místicas y espirituales de morado, satisface la necesidad de tranquilidad en un mundo complejo, al tiempo que añade un toque de misterio y emoción.

Azul

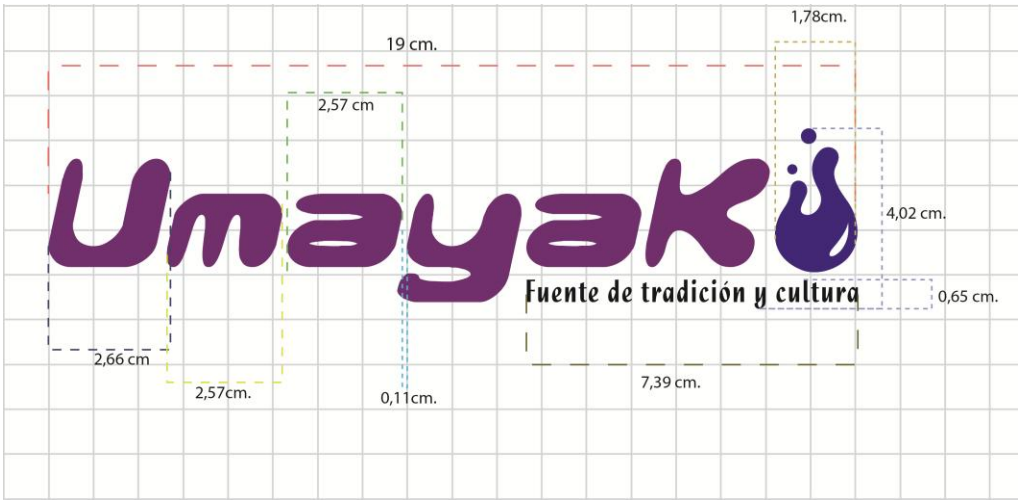
En muchas culturas, el azul significa paz, se utiliza en muchas ceremonias religiosas y se dice que aleja los malos espíritus.

El color azul transmite importancia y confianza sin caer en ser sombrío o triste. Los trajes azules de los ejecutivos de las grandes empresas simbolizan el poder. Y las policías de todo el mundo tienden a utilizar el color azul para sus uniformes.

Negro

Representa la capacidad de entender que la maldad existe y que hacer el bien es lo espiritualmente correcto. Predispone a enfermedades muy crueles con nula posibilidad de cura. Anuncia una vida emocional vacía donde el egoísmo es todavía tan fuerte que no se puede esperar nada bueno.

Ayuda a un desarrollo espiritual que se basa en el conocimiento del mal para lograr comprender que el sufrimiento es algo que podemos evitarle a los demás.

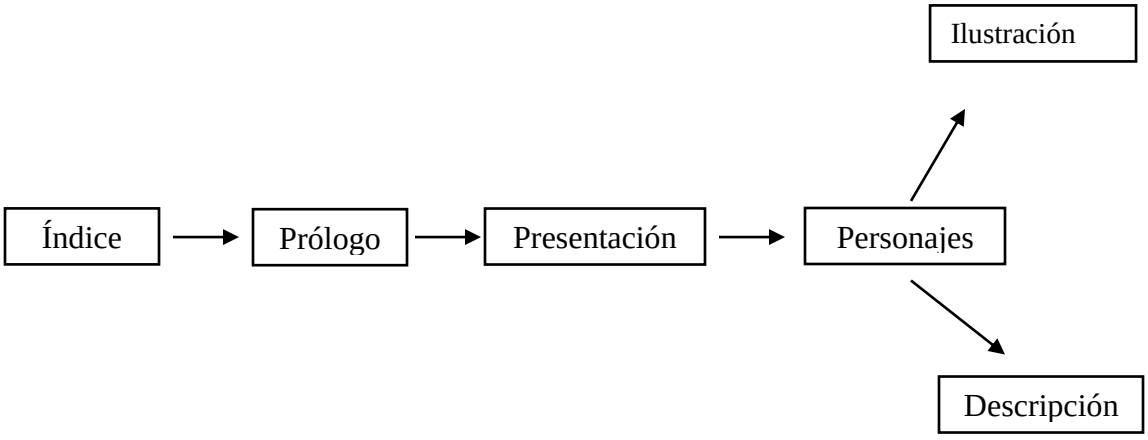


Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Gráfico 14. Diagramación del logo

5.4 DESARROLLO

5.4.1 Contenido



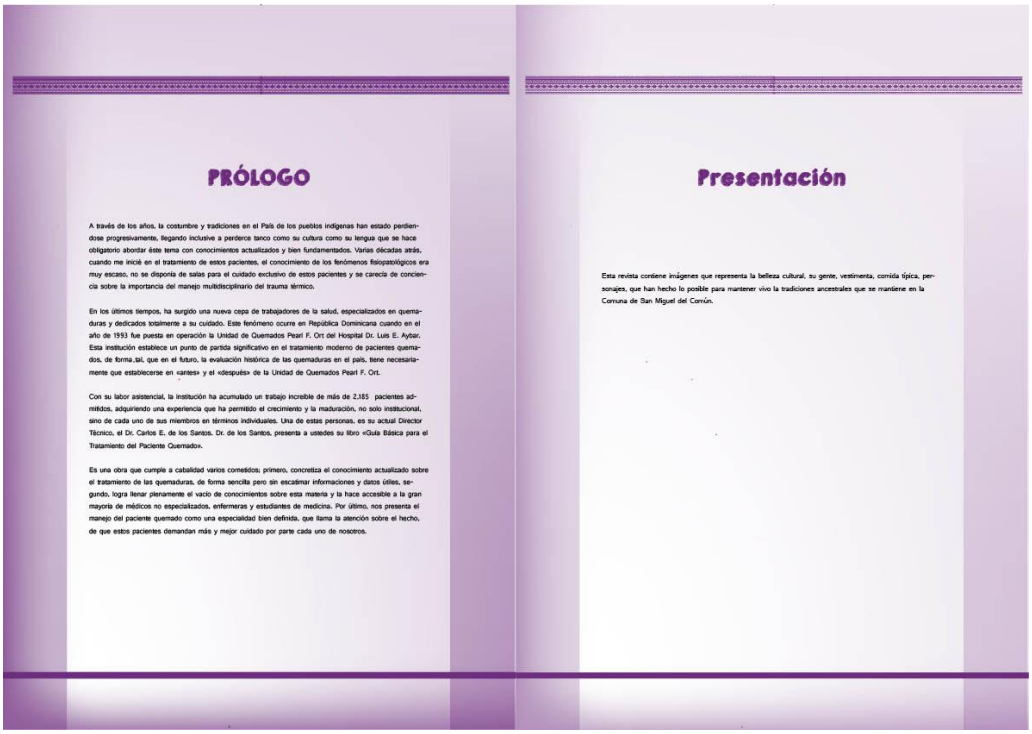
Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

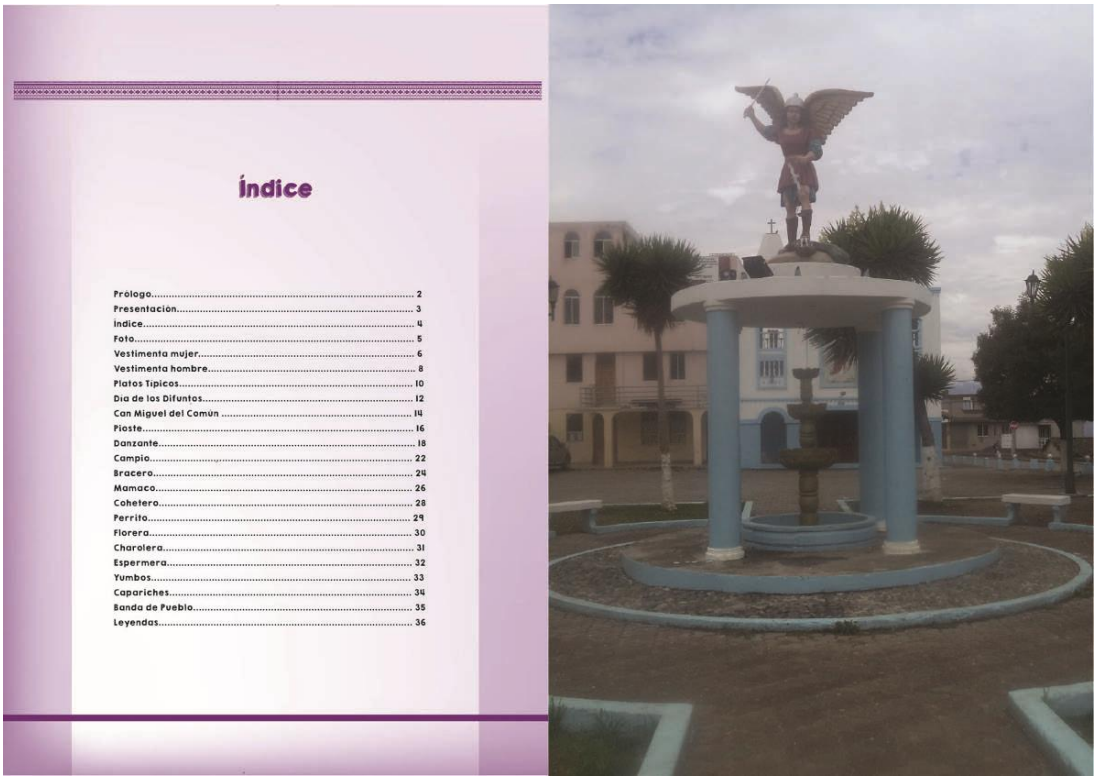
Gráfico 15. Contenido de la revista

5.4.2 Portada

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*
Gráfico 16. Portada

5.4.3 Maquetación





Índice

Prólogo..... 2
Presentación..... 3
Indice..... 4
Foto..... 5
Vestimenta mujer..... 6
Vestimenta hombre..... 8
Platos Tipicos..... 10
Dia de los Difuntos..... 12
San Miguel del Común..... 14
Pioste..... 16
Danzante..... 18
Campio..... 22
Bracero..... 24
Mamaco..... 26
Cohetero..... 28
Perrito..... 29
Florera..... 30
Charolera..... 31
Espermera..... 32
Yumbos..... 33
Capariches..... 34
Banda de Pueblo..... 35
Leyendas..... 36

Vestimenta Mujer

LAS FAJAS

Una ancha de color rojo con los bordes verdes llamada mama chumbi y la otra angosta que se envuelve sobre la ancha y que se la conoce como guagua chumbi. Suelen lucir estas prendas diversas series decorativas con representaciones de figuras humanas, aves, animales, plantas y motivos geométricos

EL ANACO

Pieza rectangular de varios colores, pero en ocasiones especiales usan de color negro o azul marino, esta va envuelta en la cintura.

ALPARGATAS

Antiguamente se utilizaba la oshota tanto para la mujer como para el hombre estaban elaborados de la siguiente manera: la planta de caucho (llanta), sujetada con una tira hecha de cabuya, de modo que esta quedaba entre los dedos

LA LISHTA

Es otro elemento que usaban las mujeres elaborado en hilo de color blanco con franjas negras, bordado en el contorno con hilos de lana de diversos colores y diseños floreados usada para cubrir la cabeza.

Vestimenta Hombre

SOMBRERO

Son de paño generalmente de color obscuro negro o café, se colocan encima de encima de la cabeza como una sombrilla que protege del sol, comprdos en el sector norte de Quito en Otavalo o Cayambe

CAMIZA

Consiste en una camisa de lienzo, manga larga elaborada rústicamente

PANTALÓN

El pantalón era cerrado todo con una especie de cordón en la cintura que se sujetaba al lado derecho, estas dos prendas eran de color blanco.

EL CAPISAYO

Conocido como el poncho, color rojo hasta la cintura con franjas delgadas de color negro. Estas prendas son de importancia entre el vestuario indígena ya que en la serranía ecuatoriana

Platos Típicos

COLADA DE CHUROS

Consiste en una colada espesa elaborada con harina de maíz, col, pedazos pequeños de carne de chancho y se sirve acompañada de churos y una tajadita de limón. Los churos son pequeños caracoles protagonistas de este platillo y se los lleva a la mesa como si fuese tostado en pequeños pocillos.

CHICHA DE JORA

Elaborada con maiz añejo al que se muele, la harina cernida se remoja, se cocina; aparte se hierve canela, clavo de olor y otras hierbas; estas dos preparaciones se mezclan: es la bebida prehispánica, muy común en la cultura aborigen.

UCHUCUTA

Es un plato tradicional de la región de Calderón se la lleva como cucayo (aperitivo) junto al mote y tostado. Generalmente, es degustado en el día de los difuntos, 02 de noviembre, en presencia de sus seres queridos que han trascendido al más allá con el fin de convidarles un poco de esta especie de colada. La ushucuta se prepara usando maní tostado y molido, arvejas, ashnayuyo.

HUAGRASINGA

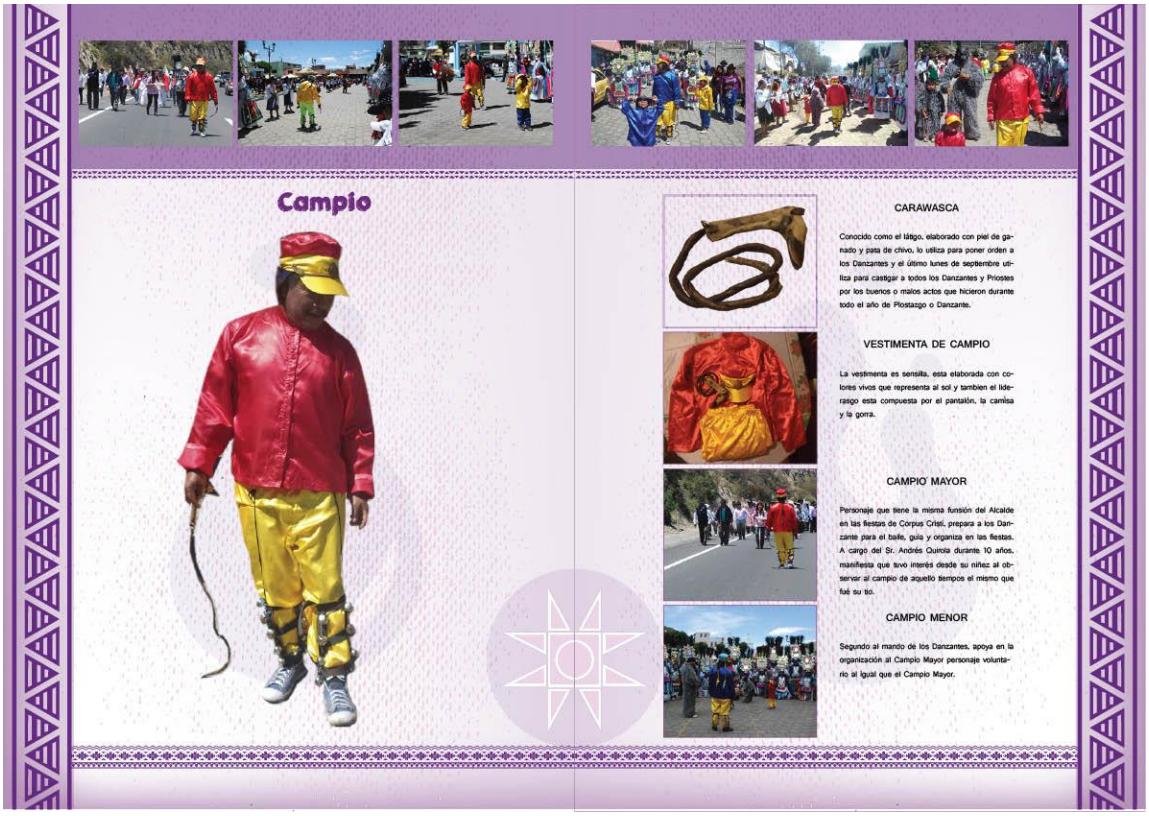
Plato típico que es consumido especialmente en los días de Priostazgo del Divino Niño Jesús y el Día de Difuntos. Su nombre significa "Nariz de Ganado" y consiste en la cara del ganado caspada (cha- muscada) y cocinada con mote, papas y pedazos grandes de cebolla blanca, A este platillo le acompañan un vaso de chicha, ají de maní.

Día de los Difuntos
FAMILIAS ENTERAS REUNIDAS
Los familiares se reúnen en la casa, aquí rememoran las virtudes y aspectos de la vida del difunto y a la mañana van al cementerio, llevándole flores, uchucuta, guaguas de pan, chicha (bebida sagrada de los incas) y otros alimentos que depositan en torno a la tumba, en los cementerios de Calderón y Paquisha.
COLADA MORADA Y GUAGUA DE PAN
La costumbre más conocida es la de la colada morada y las guaguas de pan, pero evidentemente no es la única ni la más llamativa. Ciertas etnias de la cultura indígena tienen como tradición llevar comidas y bebidas al cementerio, al lugar mismo donde está su ser querido para compartirlas con él y el resto de personas allegadas que asistan.
COMPARTEN ALIMENTOS
Ante la sensible alma del ser querido, los deudos oran, lloran, le ofrendan los alimentos, derraman sopa, colada morada, chicha, sobre la tumba. Es un acto intenso, conmovedor. Comparten el alimento con los presentes.
LIMPIEZA
Aprovechan este día especial para realiza la limpeza, arreglos, pintura de la tumba de su sere queridos.

San Miguel del Común
IGLESIA DE SAN MIGUEL
Hace más de 70 años existió la primera Iglesia, la edificación era de ladrillo y tapial pero lamentablemente en el terremoto de 1991 se destruyó en su mayoría. Para el año de 1993 la comunidad construyó e inauguró la nueva iglesia de la comuna, la misma que actualmente se encuentra en el mismo lugar que la original y que a pesar de utilizar distinto material, conserva su diseño original.
SAN MIGUEL ARCANGEL
Hacia 1970 El Común era un poblado desolado, varias chozas construidas con carrizo y cangahua, casas de tapia y teja. Hoy toma el nombre de la Comuna de San Miguel del Común, en el parque se encuentra una monumental estatua de San Miguel Arcángel, patrono de la Comuna.
POBLACIÓN
Considerado como una de las comunidades más antiguas descendientes de los Caras, con 79 años de fundación.En 1972 Se legaliza como comuna. El 45%de la población se encuentra en España, país del cual se ha tomado modelos de casas, detalles decorativos para luego construirlos en este lugar
UBICACIÓN
La comuna de San Miguel del Común se encuentra ubicada en la parroquia de Calderón, Provincia de Pichincha, a 15 Km al norte de la ciudad de Quito, con un clima templado y seco Población aproximada de 3.800. Está situado al Norte: Guayllabamba. Sur: La Capilla. Este: Santa Anita y Oyacoto. Oeste: Calderón y Collas.

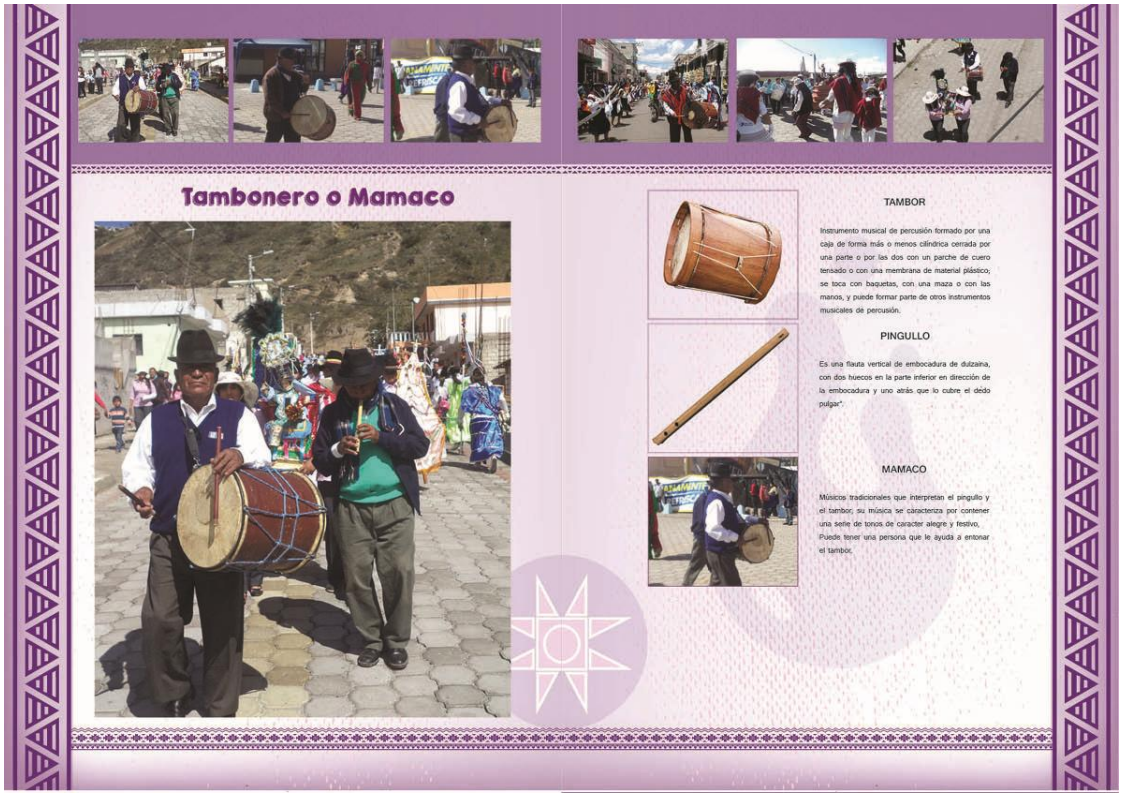
Prioste
GUIÓN
El guión es una representación que consiste en pasar de los priostes salientes a los prioste nuevos, considerado como insignia del priostazgo que llevan los priostes durante toda la fiesta.
PIOSTE MAYOR
El prioste mayor saliente elige a su sucesor para que de igual manera, guíe a sus 21 priostes considerado como personaje principal para la realización de las fiestas, quien debe reunir a los demás Prioste una vez por mes para desarrollar la agenda de fiestas. Son nombrados en la plaza central el último domingo de fiesta.
PRIOSTE MENOR
El último Prioste elegido, puede tomar decisiones cuando el Prioste Mayor está Ausente, considerado como segundo al cargo de los Priostes.
ROPERO DE PRIOSTE
Resguardan, cuidan a los Prioste y ayudan con los Guiones, los mismos de deben asistir a los ensayos de baile, se visten igual que los priostes estaran ubicados atras de cada Prioste atentos a cualquier necesidad.

Danzante
ESPADA Y LA CHICHILA
Los Danzante y las esposas de los Danzantes llevan en su mano derecha la espada que hace referencia a guerreros de San Miguel y en su mano izquierda la Chichila que significa la paz y la libertad, tiene forma de una flor el mismo que está elaborado con plástico de colores.
PLUMAS
(Cabezal), armazón de madera o hierro revestido de tela espejo con elementos decorativos de mucho valor como: monedas, perlas, botones, crucifijos, medallas, espejos, representan la riqueza del lugar que resumen las bondades del sol y la luna; complementa con plumas de cóndor que hablan del dominio y libertad que este personaje tiene sobre los pajonales y páramos andinos.
CUERPO DE DANZANTE
Esta conformado por: Pechera, nagua, findo, cola, banda, mangas con varios adornos, como el espejos que representa el mirar al cielo y el cascabel que representa los sonidos de la campana de la iglesia.
DANZANTES
El Danzante es un personaje que representa al cóndor, ya sea por el ritmo de su baile o por su movimiento folclorista, ellos son los Priostes salientes, que luego de un año de descanzo llegan a ocupar ese cargo, el Danzante Mayor fue anteriormente el Prioste Mayor y de igual manera el Danzante Menor.


Campio
CARAWASCA
Conocido como el látigo, elaborado con piel de ganado y pata de chivo, lo utiliza para poner orden a los Danzantes y el último lunes de septiembre utiliza para castigar a todos los Danzantes y Priostes por los buenos o malos actos que hicieron durante todo el año de Priostazgo o Danzante.
VESTIMENTA DE CAMPIO
La vestimenta es sensilla, esta elaborada con colores vivos que representa al sol y tambien el liderasgo esta compuesta por el pantalón, la camisa y la gorra.
CAMPIO MAYOR
Personaje que tiene la misma funsión del Alcalde en las fiestas de Córpus Crísti, prepara a los Danzante para el baile, guia y organiza en las fiestas. A cargo del Sr. Andrés Quirola durante 10 años, manifiesta que tuvo interés desde su niñez al observar al campio de aquellò tiempos el mismo que fué su tio.
CAMPIO MENOR
Segundo al mando de los Danzantes, apoya en la organización al Campio Mayor personaje voluntario al igual que el Campio Mayor.

DANZANTES 2014

Bracero
PALO SANTO Y INCIENSOS
Tiene un aroma sorprendentemente fuerte y dulce cuando es quemado. Se utilizaba para encender Fuegos Sagrados en ceremonias y rituales, protegiendo así el espacio en el que se va a trabajar. El Palo santo es usado como incienso. Es una experiencia sensitiva que lleva al consumidor a un estado de calma y bienestar.
CANDELABRO
Objeto diseñado para quemar el palo santo y el incienso, tiene cadenas soldadas a cada lado que les permite trasladar de un lugar a otro sin dificultad
VESTIMENTA
Generalmente utilizan: sombrero, camiza y pantalón blanco, también una capa roja, ellos son designado por los pioistes con anterioridad.
BRACEROS
Personajes encargados de guiar a los Priostes durante las fiestas, utilizan gritos como guasusu que significa "darse la vuelta", siempre guían dos braceros los mismos que llevan en sus manos el candelabro con incienso y palo santo, aromalizando el lugar donde se encuentran.


Tambonero o Mamaco
TAMBOR
Instrumento musical de percusión formado por una caja de forma más o menos cilíndrica cerrada por una parte o por las dos con un parche de cuero tensado o con una membrana de material plástico; se toca con baquetas, con una maza o con las manos, y puede formar parte de otros instrumentos musicales de percusión.
PINGULLO
Es una flauta vertical de embocadura de dulzaina, con dos huecos en la parte inferior en dirección de la embocadura y uno atrás que lo cubre el dedo pulgar".
MAMACO
Músicos tradicionales que interpretan el pingullo y el tambor, su música se caracteriza por contener una serie de tonos de caracter alegre y festivo. Puede tener una persona que le ayuda a entonar el tambor.

Cohetero

Son quienes lanzan la voladera "voladores" los cuales anuncian la llegada de los personajes, invitación a la comunidad y también son utilizados para llamar a la reuniones que mantienen los prostes y danzantes durante el año.

Perrito

Personaje que acompaña a los Campios, su función es de coger las cosas "robar" durante los días de fiesta, para entregar en una ceremonia conmemorativa como es el Carawasca al Danzante Mayor el cual se encarga de compartir con la comunidad.

Floreras

Los Priostes eligen a la Florera Mayor, a mediados del año para que ella reuna a un grupo de mujeres y participen en la fiestas acompañando en la proseción con adornos florales al finalizar entregan a la iglesia.

Charolera

La Charolera Mayor es elegida por los Priostes, ella deberá buscar a un grupo de mujeres para preparar un charol con frutas los cuales serán entregados a los Priostes salientes el día domingo de fiesta.

Espermera

Grupo de mujeres que acompañan en la presecion con velas grande en sus brazos para luego entrgar en a la iglesia.

Yumbos

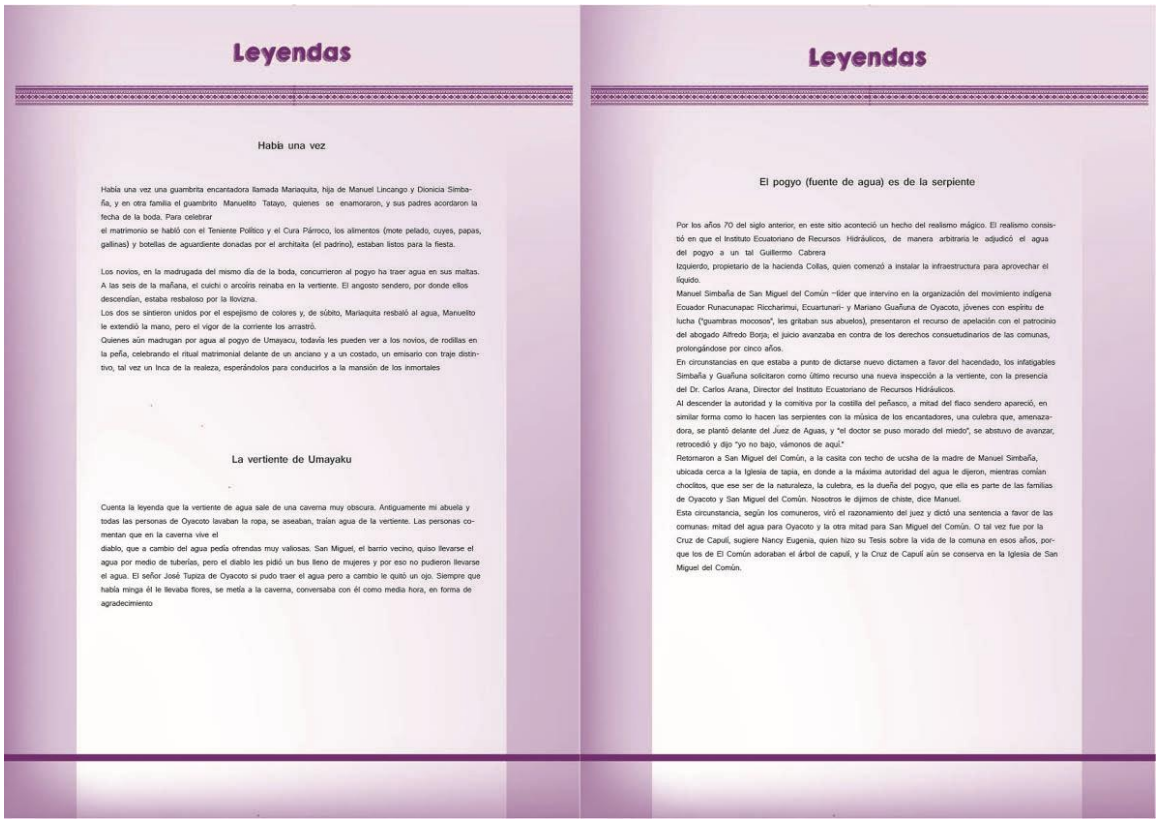
El yumbo, como personaje, por lo general se viste de blance adornado con colores muy llamativos radeado de pilches o mates, una corona de plumas multicolores y collares elaborados con semillas, conchas. Infaltable es en su indumentaria la lanza de chonta con cintas multicolores.

Capariches

Es un disfrazado que va delante de la comparsa, con una escoba, barriendo las calles y los pies de las personas que están mirando, este personaje esta en decadencia, porque pocas personas se disfrazan de aquello.

Banda de pueblo

Despues de los tamboreros y pingulleros, se incluye en el gran sequito de los danzantes, una banda de música por ser la que mejor entona ritmos apropiados.



Leyendas

Había una vez

Había una vez una guambrita encantadora llamada Mariaquita, hija de Manuel Lincango y Dionicia Simbaña, y en otra familia el guambrito Manuelito Tatayo, quienes se enamoraron, y sus padres acordaron la fecha de la boda. Para celebrar
el matrimonio se habló con el Teniente Político y el Cura Párroco, los alimentos (mote pelado, cuyes, papas, gallinas) y botellas de aguardiente donadas por el architaita (el padrino), estaban listos para la fiesta.

Los novios, en la madrugada del mismo día de la boda, concurrieron al pogyo ha traer agua en sus maltas. A las seis de la mañana, el cuichi o arcoíris reinaba en la vertiente. El angosto sendero, por donde ellos descendían, estaba resbaloso por la llovizna.
Los dos se sintieron unidos por el espejismo de colores y, de súbito, Mariaquita resbaló al agua, Manuelito le extendió la mano, pero el vigor de la corriente los arrastró.
Quienes aún madrugan por agua al pogyo de Umayacu, todavía les pueden ver a los novios, de rodillas en la peña, celebrando el ritual matrimonial delante de un anciano y a un costado, un emisario con traje distintivo, tal vez un Inca de la realeza, esperándolos para conducirlos a la mansión de los inmortales

La vertiente de Umayaku

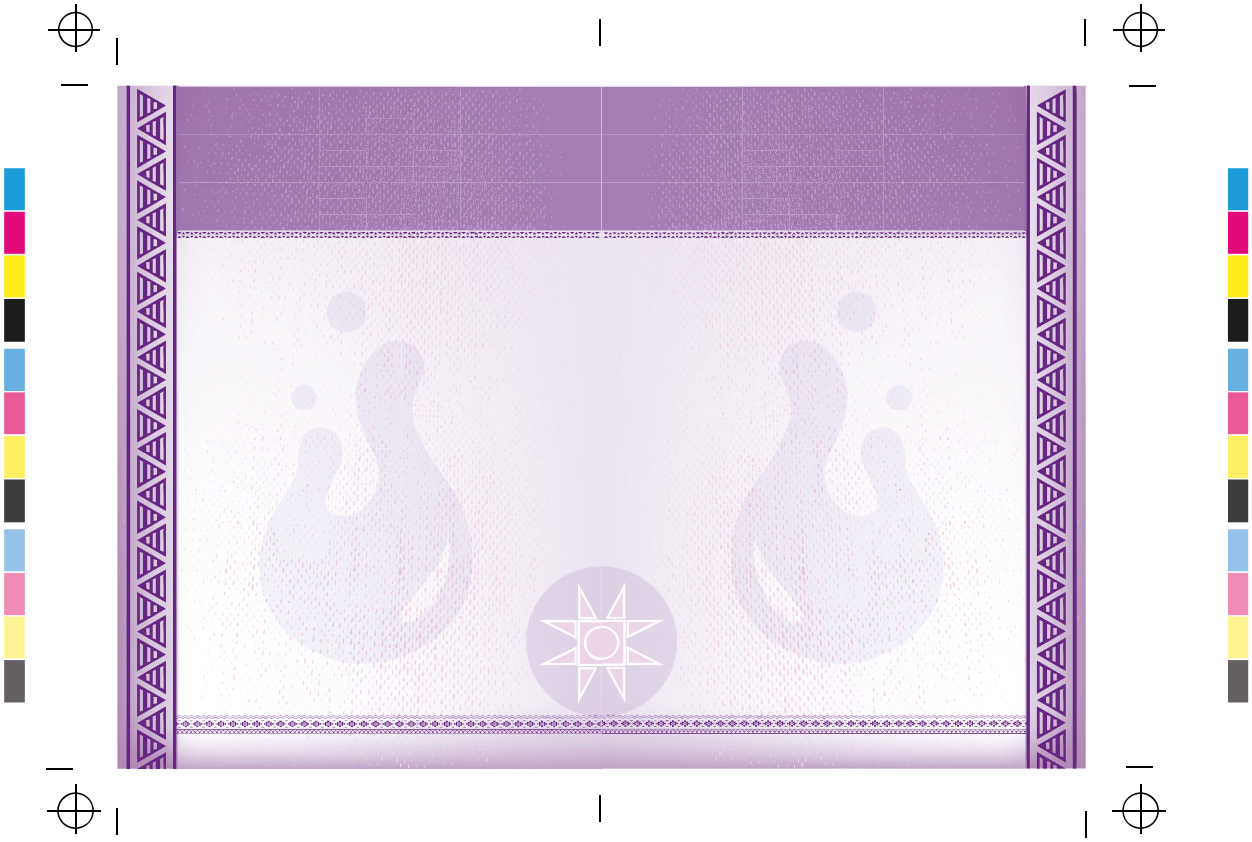
Cuenta la leyenda que la vertiente de agua sale de una caverna muy obscura. Antiguamente mi abuela y todas las personas de Oyacoto lavaban la ropa, se aseaban, traían agua de la vertiente. Las personas comentan que en la caverna vive el
diablo, que a cambio del agua pedía ofrendas muy valiosas. San Miguel, el barrio vecino, quiso llevarse el agua por medio de tuberías, pero el diablo les pidió un bus lleno de mujeres y por eso no pudieron llevarse el agua. El señor José Tupiza de Oyacoto si pudo traer el agua pero a cambio le quitó un ojo. Siempre que había minga él le llevaba flores, se metía a la caverna, conversaba con él como media hora, en forma de agradecimiento

Leyendas

El pogyo (fuente de agua) es de la serpiente

Por los años 70 del siglo anterior, en este sitio aconteció un hecho del realismo mágico. El realismo consistió en que el Instituto Ecuatoriano de Recursos Hidráulicos, de manera arbitraria le adjudicó el agua del pogyo a un tal Guillermo Cabrera
Izquierdo, propietario de la hacienda Collas, quien comenzó a instalar la infraestructura para aprovechar el líquido.
Manuel Simbaña de San Miguel del Común –líder que intervino en la organización del movimiento indígena Ecuador Runacunapac Riccharimui, Ecuartunari- y Mariano Guañuna de Oyacoto, jóvenes con espíritu de lucha ("guambras mocosos", les gritaban sus abuelos), presentaron el recurso de apelación con el patrocinio del abogado Alfredo Borja; el juicio avanzaba en contra de los derechos consuetudinarios de las comunas, prolongándose por cinco años.
En circunstancias en que estaba a punto de dictarse nuevo dictamen a favor del hacendado, los infatigables Simbaña y Guañuna solicitaron como último recurso una nueva inspección a la vertiente, con la presencia del Dr. Carlos Arana, Director del Instituto Ecuatoriano de Recursos Hidráulicos.
Al descender la autoridad y la comitiva por la costilla del peñasco, a mitad del flaco sendero apareció, en similar forma como lo hacen las serpientes con la música de los encantadores, una culebra que, amenazadora, se plantó delante del Juez de Aguas, y "el doctor se puso morado del miedo", se abstuvo de avanzar, retrocedió y dijo "yo no bajo, vámonos de aquí."
Retornaron a San Miguel del Común, a la casita con techo de ucsha de la madre de Manuel Simbaña, ubicada cerca a la Iglesia de tapia, en donde a la máxima autoridad del agua le dijeron, mientras comían chocllos, que ese ser de la naturaleza, la culebra, es la dueña del pogyo, que ella es parte de las familias de Oyacoto y San Miguel del Común. Nosotros le dijimos de chiste, dice Manuel.
Esta circunstancia, según los comunenos, viró el razonamiento del juez y dictó una sentencia a favor de las comunas- mitad del agua para Oyacoto y la otra mitad para San Miguel del Común. O tal vez fue por la Cruz de Capulí, sugiere Nancy Eugenia, quien hizo su Tesis sobre la vida de la comuna en esos años, porque los de El Común adoraban el árbol de capulí, y la Cruz de Capulí aún se conserva en la Iglesia de San Miguel del Común.

5.4.4 –Pre-prensa



Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Gráfico 17 Pre-prensa

5.4.5 Prensa

Tipo de maquina	Área máxima de del papel	Área máxima de impresión	Tipo de papel
SORD (S-Line)	64x91,5cm	62x89cm	Esmaltado

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 28. Prensa

5.4.6 Post-prensa

Guillotinado: se utilizan para cortar grandes pilas de papel, cartón, o materiales similares, el mismo que opera mediante una cuchilla de alta presión por la cual las hojas se cortan con mayor precisión.

Este corte se realiza cuando el trabajo ya está impreso, las mismas que deben contenes las marcas de corte.

Para éste se deben dejar rebases de por lo menos 3 mm.; para que no aparezcan en los impresos filos blancos, cuando los elementos de diseño salgan de la página

Pasta dura: esta es una técnica utilizada para que un conjunto de hojas de papel impresas no se desprendan y formen un libro o revista.

También se llama encuadernación con tapa dura. El interior se puede coser con hilo mecánicamente o a mano. En primer lugar, se cosen los cuadernos uno a uno y, luego, se unen ordenados según su paginación colocando las guardas; se recubre el lomo con un trozo de tela; luego se corta por tres lados: cabeza, lateral derecho y pie, para dejar el bloque de las hojas repeladas y libres; se forran las tapas de cartón duro y, como última operación, se coloca el interior y se pegan las guardas con tapas forradas.

Plastificado: El plastificado o laminado plástico se realiza como protección y para cambiar la superficie del papel y del impreso.

El plastificado, al igual que el barniz, hará que el color del documento se oscurezca un poco. También es importante tomar en cuenta que el plastificado dará al papel mucho más cuerpo y resistencia. Existen tres acabados: brillante, semi mate y mate.

5.4.7 Marketing y distribución.

La distribución de la revista gráfica se llevará a cabo conjuntamente con el periódico de la Parroquia de Calderón Cero Latitud "Periódico dela Comunidad"

La publicidad se presentará por medio de un afiche el cual se ubicará en la Junta Parroquial de Calderón, Administración Zonal de Calderón, Casa de la Juventud, principales locales comerciales del sector.

Las fechas que estas preestablecidas para el lanzamiento son 02 de noviembre del 2014 en su primera edición.

Fuente: *Autor*

Gráfico 18 Umayaku
El Pogyo (fuente de agua)

Por los años 70 del siglo anterior, en este sitio aconteció un hecho del realismo mágico. El realismo consistió en que el Instituto Ecuatoriano de Recursos Hidráulicos, de manera arbitraria le adjudicó el agua del Pogyo a un tal Guillermo Cabrera Izquierdo, propietario de la hacienda Collas, quien comenzó a instalar la infraestructura para aprovechar el líquido.

Manuel Simbaña de San Miguel del Común –líder que intervino en la organización del movimiento indígena Ecuador Runacunapac Riccharimui, Ecuartunari- y Mariano Guañuna de Oyacoto, jóvenes con espíritu de lucha ("guambras mocosos", les gritaban sus abuelos), presentaron el recurso de apelación con el patrocinio del abogado Alfredo Borja; el juicio avanzaba en contra de los derechos consuetudinarios de las comunas, prolongándose por cinco años.

En circunstancias en que estaba a punto de dictarse nuevo dictamen a favor del hacendado, los infatigables Simbaña y Guañuna solicitaron como último recurso una nueva inspección a la vertiente, con la presencia del Dr. Carlos Arana, Director del Instituto Ecuatoriano de Recursos Hidráulicos.

Umayacu

Es una vertiente de agua que sale de una cueva de donde se dice que existe un dueño de este lugar. Las personas que iban a traer agua para la comida o iban a lavar su ropa, debían madrugar a las 3.00 am, para lo cual entraban saludando a la quebrada y decían: Buenos días "Don Lucas". Pero todo estaba oscuro y aparentemente no había nadie, sin embargo se veían piedras que eran lanzadas por ahí. Los primeros que llegaban cuentan que había animales saliendo de la cueva, tales como gallos, gallinas, patos, cuyes y cuando caían las piedras gritaban: "Yo soy" y luego dejaban de caer las piedras. Hubo varias víctimas de este fenómeno, que vieron caer las piedras. A partir de las 6.00 pm no había nadie cerca de la quebrada por miedo a dicho guardián. Incluso la gente se enfermaba y tenían sueños donde el guardián pedía una mujer preñada. La quebrada y la cueva están. El agua de Umayaku de sigue sacando hasta hoy hacia la comuna de Oyacoto.

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 Recursos

Humano

En la realización investigación, diseño y aplicación, desarrollo de la revista gráfica, además el aporte de personas que facilitaron con sus conocimientos para la obtención de información.

Tecnológico

Software: el proyecto está trabajado con el software de diseño *Adobe* Creative Suite *CS6* Master Collection.

Hardware: Computadora con sistema Windows 7 con características con un procesador Intel (R) Core (TM) i7-2600 CPU @ 3.40 GHz, memoria de 8 GB. Sistema operativo de 64 bits disco duro unidad de 1 TB (5400 RPM)

Cámara **Sony Ciber- shot** de **16.1 Megapíxeles** Su diseño ligero y minimalista, la resolución de 14.1 megapixeles que te permite imprimir tus fotografías a grandes escalas y el modo barrido panorámico para capturar fotografías de paisajes.

6.02 Presupuesto

Gastos Operativos

Cantidad	Detalles	Valor unitario	Valor Total	financiamiento
500	Copias	0.02	$ 10.00	Propio
600	Impresiones B/N	0.05	$30.00	Propio
150	Impresiones F/C	0.15	$22.50	Propio
2	Transporte	1.50	$ 3.00	Propio
2	Servicio de internet mensual	32	$64.00	Propio
1	Papelería en general	25.00	$25.00	Propio
			Total	**$ 154.50**

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 29. Gastos operativos

Aplicación del proyecto

CANTIDAD	DETALLES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Gastos operativos	150	$154,50
1000	Libros ilustrados	$7	$7.000
		TOTAL	**$ 7.154,50**
		Imprevistos 10 %	**$ 714,5**
		Tercialización 17,65%	**$ 1388.17**
		TOTAL FINAL	**$ 9.257,17**

Elaborado por: *Juan Carlos Tupiza*

Tabla 30. Total inversión

6.03 Cronograma

No.	Actividad	Responsable	Tiempo					Resultados esperados
			Mes	Semana				
				1	2	3	4	
1	conocer los antecedentes del proyecto	Juan Carlos Tupiza	Julio				x	se encontró material necesario
2	recolección de información	Juan Carlos Tupiza	Agosto	x	x			recopilación de revistas del tema
3	fiesta de San Miguel fotografías	Juan Carlos Tupiza	Septiembre		x	x	x	captura de fotografías
4	Análisis de involucrados	Juan Carlos Tupiza	Septiembre				x	aprobación de los capítulos
5	Problemas, objetivos y análisis de alternativas	Juan Carlos Tupiza	Septiembre				x	aprobación de los capítulos
6	realizar ilustraciones respectivas para el libro ilustrado	Juan Carlos Tupiza	Octubre	x	x	x	x	ilustraciones
7	La propuesta, aspectos administrativos, conclusiones y recomendaciones	Juan Carlos Tupiza	Octubre	x	x	x		aprobación

Realizado por: *Juan Carlos Tupiza*
Tabla 31. Cronograma

CAPÍTULO VII

7.01. Conclusiones.

Se ha logrado la obtención de información requerida mediante la investigación de campo aplicando también la encuesta, entrevista y la observación.

Mediante las entrevista se pudo confirmar que la identidad de San Miguel del Común se va desvaneciendo paulatinamente por el desinterés de la comunidad principalmente de los jóvenes.

La cultura en general se ve amenazado por la modernización y la acogida de nuevas modas de otros países.

Los Yachacs que son los sabios se van perdiéndose por fallecimiento de los mismos y no tener sucesores para conservar sus saberes.

Según el estudio realizado es importante implementar un medio de difusión para promover el rescate cultural.

El rescate cultural fomenta el turismo de la zona y por lo tanto apoya a la Matriz Productiva.

7.02. Recomendaciones.

Se recomienda que para investigar se utilicen los métodos adecuados de investigación.

Tener buen trato con la comunidad para poder desarrollar la investigación y la toma de fotografías.

Se recomienda hablar con los dirigentes de la comunidad para obtener información de fechas y eventos culturales.

Es recomendable tomar fotos de alta calidad.

Se recomienda explotar y reactivar el Pogio que es una vertiente de agua ubicada cerca de la comunidad para generar el turismo en el sector.

BIBLIOGRAFIAS

ADMINISTRACIÓN ZONAL CALDERÓN. "Proyecto Circuitos Turísticos de la Zona Metropolitana de Calderón". 2005. Quito.

ESPINOSA, Juan Cecilio, El Simiruco, Offset El Dorado, Quito, Ecuador,2001

SALTOS, Napoleón, VAZQUEZ, Lola, Ecuador: su realidad, Artes Gráficas Silva, 7ª edición, Quito, Ecuador, 1999.

ILUSTRE MUNICIPIO DE QUITO. Guía Calderón,, Quito- Ecuador, julio 2012

Ruiz, L. (s.f.). www.cosasvisuales.com. Obtenido de http://cosasvisuales.com/category/diseno- editorial/

Caiza, S. L. (2005). Diseños de alta moda inspirados en los trajes indígenas de la parroquia de Calderón.