



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
“CORDILLERA”

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA REVISTA DIGITAL PARA  
INFORMAR LAS NUEVAS TENDENCIAS, TÉCNICAS, ESTILOS,  
EVENTOS DE LOS DISTINTOS COLECTIVOS URBANOS DE LA  
ADMINISTRACIÓN ZONAL CALDERÓN.**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en

Diseño Gráfico

Autor: Luis Gabriel Toscano Portilla

Tutor: Ing. Marco Yamba

Quito, Abril 2015



## 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 de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Luis Gabriel Toscano Portilla

C.I: 0604095943



## **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 **LUIS GABRIEL TOSCANO PORTILLA**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le 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: ANTECEDENTE.- a)** El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Gráfico que imparte el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, y con el objeto de obtener el título de tecnólogo DISEÑO GRÁFICO el estudiante participa en el proyecto de un grado denominado "DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA REVISTA DIGITAL PARA INFORMAR LAS NUEVAS TENDENCIAS, TÉCNICAS, ESTILOS, EVENTOS DE LOS DISTINTOS COLECTIVOS URBANOS DE LA ADMINISTRACIÓN ZONAL CALDERÓN." 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 de programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor de Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial, (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá exportar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece 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 de 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 del 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 transmitir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor de 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.

**QUINTA; PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA; DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan con su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de este, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitara la asistencia de un Mediador de Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que 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 sujetara a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, EL Reglamento de Centro del Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación: 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 un juez ordinario alguno: d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán la instalaciones del centro del arbitraje y medición de la Cámara de comercio de Quito; f) El idioma de 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 días del mes de del dos mil quince.

f) \_\_\_\_\_

C.C. N° 0604095943

**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

**CESIONARIO**



## Cesión de Derechos

Yo, Luis Gabriel Toscano Portilla alumno de la Escuela de Diseño Gráfico, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi Investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

---

C.I: 0604095943



## Agradecimiento

Agradezco a todas las personas que me colaboran para la realización de la revista, en especial a mi familia que fue uno de los pilares más importantes para la culminación de mi carrera y un gran apoyo en el arduo trabajo para elaboración de mí proyecto.



## Dedicatoria

Dedico mi trabajo a mi familia ya que ellos han sido una parte fundamental para la culminación de mis estudios pero también para la finalización de mi proyecto, esto es para mi madre para que se sienta orgullosa por mí ya que me supo apoyar en cada una de mis decisiones y que gracias a mis esfuerzos en conjunto con los de ella ahora soy un profesional.

A mis amigos y a las personas que colaboraron para la revista ya que sin ellos no hubiese logrado el resultado que conseguí, y que a pesar del tiempo que me tomo terminar mi proyecto es una meta cumplida en mi vida.



## Índice General

Portada.....	i
Declaratoria .....	ii
Contrato de Cesión Sobre Derechos Propiedad Intelectual .....	iii
Cesión de Derechos.....	vii
Agradecimiento .....	viii
Dedicatoria .....	ix
Índice General .....	x
Índice de Tablas .....	xv
Índice de Figuras .....	xvi
Índice de Ilustraciones.....	xvii
Resumen Ejecutivo.....	xix
Abstract .....	xx
Introducción .....	xxi
Capítulo I.....	1
1.01.- Contexto .....	1
1.02.- Justificación .....	2
1.03.-Definición del problema central.....	3
Capítulo II .....	4
2.01.- Mapeo de involucrados .....	4



2.02.- Matriz de análisis y selección con los involucrados .....	5
Capítulo III .....	7
3.01.- Árbol de problemas .....	7
3.02.- Árbol de objetivos .....	8
Capítulo IV .....	9
4.01.- Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	9
4.01.01.- tamaño del proyecto. ....	10
4.01.02.- localización del proyecto.....	11
4.01.03.- análisis ambiental. ....	11
4.02.- Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	13
4.03.- Diagrama de estrategias .....	14
4.04.- Construcción de la matriz de marco lógico.....	15
4.04.01.- revisión de los criterios para los indicadores.....	15
4.04.02.- selección de indicadores .....	18
4.04.03.- medios de verificación.....	21
4.04.04.- supuestos.....	25
4.04.05.- matriz de marco lógico .....	28
Capítulo V .....	32
5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta Multimedia. ....	32
5.01.01 ¿Qué es el diseño multimedia? .....	34
5.01.02 El proceso de diseño .....	37



5.01.03 ¿Dónde se aplica? .....	39
5.01.04 ¿Características? .....	39
5.01.05 ¿Qué es una revista digital? .....	40
5.01.06 ¿Qué ventajas ofrece una revista digital con respecto a una revista gráfica tradicional? .....	41
5.01.07 Características de las revistas electrónicas .....	42
5.01.08 Diseño y presentación .....	44
5.01.09 5 Puntos claves para la creación de revistas digitales para iPad e iPhone .....	47
5.02 Descripción de la herramienta .....	50
5.02.01 Adobe Ilustrador CS6 .....	50
5.02.02 Adobe Photoshop CS6 .....	50
5.02.03 Adobe InDesign CS6 .....	52
5.03 Formulación del proceso de aplicación .....	53
5.03.01 Planificación .....	53
5.03.01.01 propósitos .....	53
5.03.01.02 usuarios .....	53
5.03.01.03 herramientas .....	53
5.03.01.04 desarrollo .....	54
5.03.01.05 mapas de contenidos .....	56
5.03.02 Diseño de Interfaz .....	56



5.03.02.01 imagen corporativa.....	56
5.03.02.02 colores .....	57
5.03.02.03 tipografía .....	58
5.03.02.04 botones .....	59
5.03.02.05 retículas .....	60
5.03.02.06 producción.....	62
5.03.02.07 navegación – interactividad.....	86
5.03.02.08 servicios .....	86
5.03.02.09 imágenes.....	87
5.03.02.10 marketing y difusión .....	97
Capítulo VI.....	99
6.01.- Recursos .....	99
6.01.01.- técnicos – tecnológico .....	99
6.01.02.- humano .....	99
6.01.02.- económico.....	99
6.02.- Presupuestos .....	100
6.02.01.- gastos Operativos.....	100
6.02.02.- aplicación del proyecto.....	100
6.03.- Cronograma.....	101
CAPITULO VII .....	103
7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	103



---

7.01.- conclusiones .....	103
7.02.- recomendaciones .....	104
8.- BIBLIOGRAFÍA .....	105



## Índice de Tablas

<b>TABLA 1</b> <i>DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)</i> .....	3
<b>TABLA 2</b> <i>MATRIZ DE ANÁLISIS Y SELECCIÓN CON LOS INVOLUCRADOS</i> .....	5
<b>TABLA 3</b> <i>MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS E IDENTIFICACIÓN DE ACCIONES</i> .....	13
<b>TABLA 4</b> <i>REVISIÓN DE LOS CRITERIOS PARA LOS INDICADORES</i> .....	15
<b>TABLA 5</b> <i>SELECCIÓN DE INDICADORES</i> .....	18
<b>TABLA 6</b> <i>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</i> .....	21
<b>TABLA 7</b> <i>SUPUESTOS</i> .....	25
<b>TABLA 8</b> <i>MATRIZ DEL MARCO LÓGICO</i> .....	28

## Índice de Figuras

<b>FIGURA 1</b>	<i>MAPEO DE INVOLUCRADOS</i> .....	4
<b>FIGURA 2</b>	<i>ÁRBOL DE PROBLEMAS</i> .....	7
<b>FIGURA 3</b>	<i>ÁRBOL DE OBJETIVOS</i> .....	8
<b>FIGURA 4</b>	<i>MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS E IDENTIFICACIÓN DE ACCIONES</i> .....	9
<b>FIGURA 5</b>	<i>DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS</i> .....	14

## Índice de Ilustraciones

<b>ILUSTRACIÓN 1</b> ADOBE ILUSTRADOR.....	50
<b>ILUSTRACIÓN 2</b> ADOBE PHOTOSHOP CS6 .....	51
<b>ILUSTRACIÓN 3</b> ADOBE INDESIGN CS6.....	52
<b>ILUSTRACIÓN 5</b> PÁGINA MAESTRA (A) .....	60
<i>ILUSTRACIÓN 6</i> PÁGINA MAESTRA (B) .....	61
<b>ILUSTRACIÓN 7</b> PAGINA MAESTRA (C) .....	61
<b>ILUSTRACIÓN 8</b> PAGINA MAESTRA (D) .....	61
<b>ILUSTRACIÓN 9</b> PORTADA DE LA REVISTA SUPAY JAWIK .....	62
<b>ILUSTRACIÓN 10</b> EDITORIAL .....	63
<b>ILUSTRACIÓN 11</b> CONTENIDO .....	64
<b>ILUSTRACIÓN 12</b> THE DEST ENTREVISTA .....	65
<b>ILUSTRACIÓN 13</b> ENTREVISTA Y VIDEO .....	66
<b>ILUSTRACIÓN 14</b> GRAFFITI POR EL MEDIO AMBIENTE .....	67
<b>ILUSTRACIÓN 15</b> GRAFFITI CARAPUNGO.....	68
<b>ILUSTRACIÓN 16</b> FOTOS DE EVENTO CARAPUNGO .....	69
<b>ILUSTRACIÓN 17</b> FOTOS DEL MURAL CARAPUNGO .....	70
<b>ILUSTRACIÓN 18</b> DINASTIFAMI CREW.....	71
<b>ILUSTRACIÓN 19</b> ENTREVISTA DINASTIFAMI CREW .....	72
<b>ILUSTRACIÓN 20</b> VIDEO Y ENTREVISTA .....	73
<b>ILUSTRACIÓN 21</b> FOTOS DEL GRUPO Y FIRMA.....	74
<b>ILUSTRACIÓN 22</b> EVENTO LOS JÓVENES EN MINGA POR EL ESPACIO PÚBLICO. ....	75
<b>ILUSTRACIÓN 23</b> FOTOS DEL PUENTE PEATONAL.....	76
<b>ILUSTRACIÓN 24</b> 4TO CONCURSO NACIONAL DE GRAFFITI .....	77



<b>ILUSTRACIÓN 25</b>	FOTOS DEL EVENTO EN EL REDONDEL LA MITAD DEL MUNDO .....	78
<b>ILUSTRACIÓN 26</b>	JUSTONE DHC .....	79
<b>ILUSTRACIÓN 27</b>	VIDEO DEL LOCAL Y ENTREVISTA.....	80
<b>ILUSTRACIÓN 28</b>	TRABAJOS DE LOS DHC .....	81
<b>ILUSTRACIÓN 29</b>	FOTOS DE MURAL DHC .....	82
<b>ILUSTRACIÓN 30</b>	ENTREVISTA BRYAN-ONE AGC.....	83
<b>ILUSTRACIÓN 31</b>	FOTOS DE TRABAJOS DE ONE .....	84
<b>ILUSTRACIÓN 32</b>	CONTRAPORTADA .....	85
<b>ILUSTRACIÓN 33</b>	FAN PAGE FACEBOOK.....	97
<b>ILUSTRACIÓN 34</b>	FAN PAGE YOUTUBE .....	98



## Resumen Ejecutivo

En el desarrollo de la Revista Digital elaborado como trabajo final de grado, en el que encontraremos información acerca de los distintos Colectivos Urbanos de la Administración Zonal de Calderón, observando eventos, técnicas, estilos que son una forma de expresión y arte, al cual se lo expresa de diferentes formas como es el grafiti, muralismo, estilo libre, entre otros.



## Abstract

In the development of the Digital Magazine elaborate as final degree , where we can find information about the various Urban Collective Zonal Calderon Administration , observing events , techniques, styles which are a form of expression and art, which is expressed in different forms such as graffiti, murals , freestyle, among others.



## Introducción

Este proyecto tiene como tema “DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA REVISTA DIGITAL PARA INFORMAR LAS NUEVAS TENDENCIAS, TÉCNICAS, ESTILOS, EVENTOS DE LOS DISTINTOS COLECTIVOS URBANOS DE LA ADMINISTRACIÓN ZONAL CALDERÓN.” El que se lo elabora por el motivo de la desinformación de los jóvenes, padres de familia y sociedad en general acerca de los Colectivos Urbanos, por ello la realización de esta revista digital para que la sociedad tenga mayor conocimiento acerca de nuestro grupo objetivo además de apreciar el arte que se realiza en las paredes, cambiando la opinión que tiene la sociedad acerca de los Colectivos Urbanos.

## Capítulo I

### Antecedentes

#### 1.01.- Contexto

La administración zonal Calderón tiene como objetivo principal Impulsar acciones que posibiliten retomar la identidad cultural, social y productiva de las Parroquias Calderón y Llano Chico, parroquias urbano-rural que conforman la jurisdicción territorial de la Administración Zonal Calderón.

Proponer un uso adecuado y masivo de los espacios públicos que permita el desarrollo de actividades de vecindad, solidaridad y esparcimiento, en la búsqueda colectiva por el buen vivir. La Administración Zonal Calderón aplica sus programas, planes y proyectos en forma integral, actuando en cada uno de los sectores, a través de la ejecución de proyectos sociales, vialidad, infraestructura, servicios básicos y espacios públicos, alcanzando de esta manera un desarrollo territorial integral, con la organización, capacitación y participación directa de la comunidad, para mejorar la calidad de vida de la población.

El uso progresivo de la tecnología en la sociedad actual ha hecho que se desarrollen múltiples formas de comunicación informativa, colectiva de difusión masiva como es el caso de las revistas digitales cuyo objetivo primordial es llegar de forma clara y directa a su grupo objetivo de interés dándole así mayor protagonismo

en la sociedad. En el siglo XXI es importante el tema de economizar recursos naturales por lo que la creación de una revista totalmente digital es una gran opción para aportar ese granito de arena a la naturaleza y la humanidad ya que al usar un medio totalmente digital sus ediciones rara vez serán impresas.

Hoy en día los colectivos urbanos son mucho más organizados que en años anteriores por lo que se han convertido en un referente sociocultural de las comunidades del Distrito Metropolitano de Quito específicamente en la Administración Zonal Calderón, gracias a la creación de redes de hermandad, familias, vecindades, colectivos de artistas urbanos con intereses comunes que forman lo que conocemos como CREWS lugares de integración y convivencia.

## **1.02.- Justificación**

Al tener un alto índice de desconocimiento a nivel de jóvenes, padres de familia y sociedad en general sobre las culturas urbanas, se ha visto necesario la creación de una revista digital apta y con los parámetros adecuados para informar, comunicar y difundir los fundamentos esenciales de la Cultura Urbana Nacional. Abarcando temáticas prioritarias de interés común para entender los conceptos básicos: el ¿por qué? de su expresión, ¿cuál es la finalidad? de su manifestación gráfica, musical y colectiva.

Por ello proponemos la creación de una revista digital que recopile toda esta información de manera esquemática y detallada que pueda guiar a su lector de forma adecuada a la comprensión y realización de la Cultura Urbana Nacional. Esta revista digital será cargada en la web, convirtiéndose así, en una herramienta informativa de gran alcance masivo en la sociedad capitalina.

### 1.03.-Definición del problema central

**Tabla 1**

*Definición del problema central (Matriz T)*

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Rechazo y discriminación de la Sociedad hacia los Colectivos Urbanos	Desconocimiento de los Colectivos Urbanos				Colectivos Urbanos bien informados
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Socializar los trabajos realizados por los colectivos en temas de: educación, cultura, arte, etc.	2	4	5	3	Poca comunicación directa entre los Colectivos y la Comunidad.
Creación de proyectos integradores por parte de la comunidad para los colectivos	2	5	4	3	Crítica constante de la forma de expresión propia de cada uno estos colectivos
Capacitación para los colectivos en temas de liderazgo y emprendimiento	1	5	5	3	Estereotipos por parte de las personas hacia la forma de vida de cada colectivo
Comercialización de las artesanías y productos realizados por parte de los colectivos	1	4	5	4	No existe espacios donde se puedan expresar los colectivos
Campañas para concientizar el apropiamiento y cuidado de los espacios públicos	1	5	5	4	Falta de información acerca de los colectivos urbanos

## Capítulo II

### Análisis de involucrados

#### 2.01.- Mapeo de involucrados

#### Figura 1

*Mapeo de Involucrados*



## 2.02.- Matriz de análisis y selección con los involucrados

**Tabla 2**

*Matriz de análisis y selección con los involucrados*

<b>Actores involucrados</b>	<b>Interés sobre el problema</b>	<b>Problemas percibidos</b>	<b>Recursos, mandatos y capacidades</b>	<b>Interés sobre el proyecto</b>	<b>Conflictos potenciales</b>
Investigador	Dar a conocer las ideologías y los temas relacionados con los colectivos urbanos	Falta de tiempo, presupuesto, falta de conocimiento	Económicos, Tecnológicos, Humanos.	Aportar mi conocimiento a la cultura urbana obtención de mi título profesional	No poder cumplir con los tiempos de entrega para el proyecto
Colectivos Urbanos	Dar a conocer su ideología comunicando los trabajos realizados	No existe un medio adecuado comunicar los trabajos realizados por los colectivos	Sociales, Intelectuales Cultural.	Poder ampliar el conocimiento sobre las ideologías de culturas urbanas	No encontrar el medio adecuado para difundir los distintas ideologías
Comunidad	Comprender a los jóvenes, que forman parte de las culturas urbanas	Imposición de una forma de vida hacia los jóvenes miembros de los diferentes colectivos	Social, Cultural.	Solucionar la convivencia entre las dos partes de esta manera alcanzar una armonía común	Las distintas épocas e ideologías marcan una gran brecha que impiden la convivencia. Negativa a nuevas ideologías
Gobierno	Generar liderazgo en	Desinterés por parte de los	Políticos,	Formar parte en este medio de	Desagrado por los colectivos

	los colectivos para poder trabajar en conjunto, socializar su ideología política	colectivos urbanos en temas políticos	Humanos, Social.	información y así tener acogida en las culturas urbanas	urbanos hacia los partidos políticos
Municipio	Obtener control sobre las culturas urbanas, para beneficios individuales, intereses políticos	Poco interés por parte de los colectivos para trabajar en conjunto con el municipio	Políticos, Social.	Generar participación juvenil, empoderamiento de los espacios públicos,	Mayor crecimiento de los colectivos urbanos y no tener capacidad para trabajar con ellos
Ministerio de Cultura	Dar una mayor visibilidad a estas culturas urbanas	Poco apoyo de las identidades gubernamentales y la sociedad	Políticos, Cultural, Social.	Trabajar en conjunto directamente con las culturas urbanas y así difundir sus ideologías	Falta de comunicación entre el ministerio de cultura y los colectivos urbanos
Empresas Privadas	Adquirir conocimiento sobre las culturas urbanas	No existe información adecuada sobre los colectivos urbanos	Informativos, Social.	Poseer una segmentación específica de mercado para así promocionar de manera directa sus productos	Desinterés de los productos por parte de los jóvenes

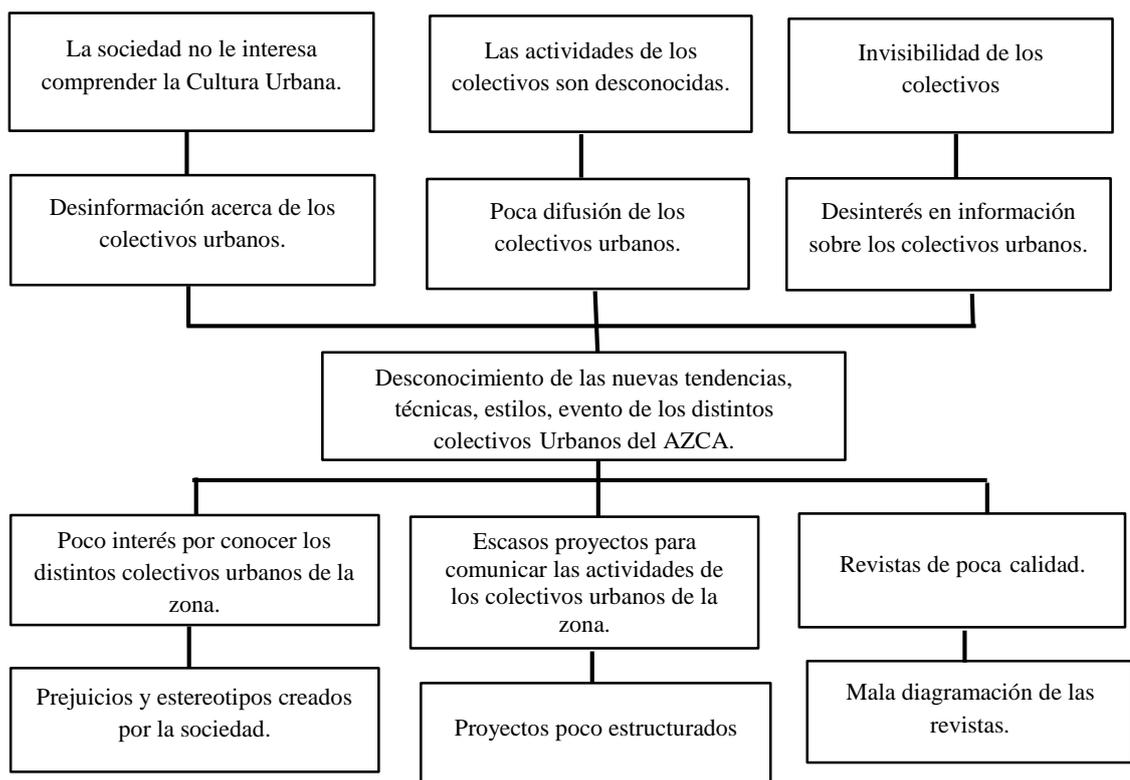
## Capítulo III

### Problemas y Objetivos

#### 3.01.- Árbol de problemas

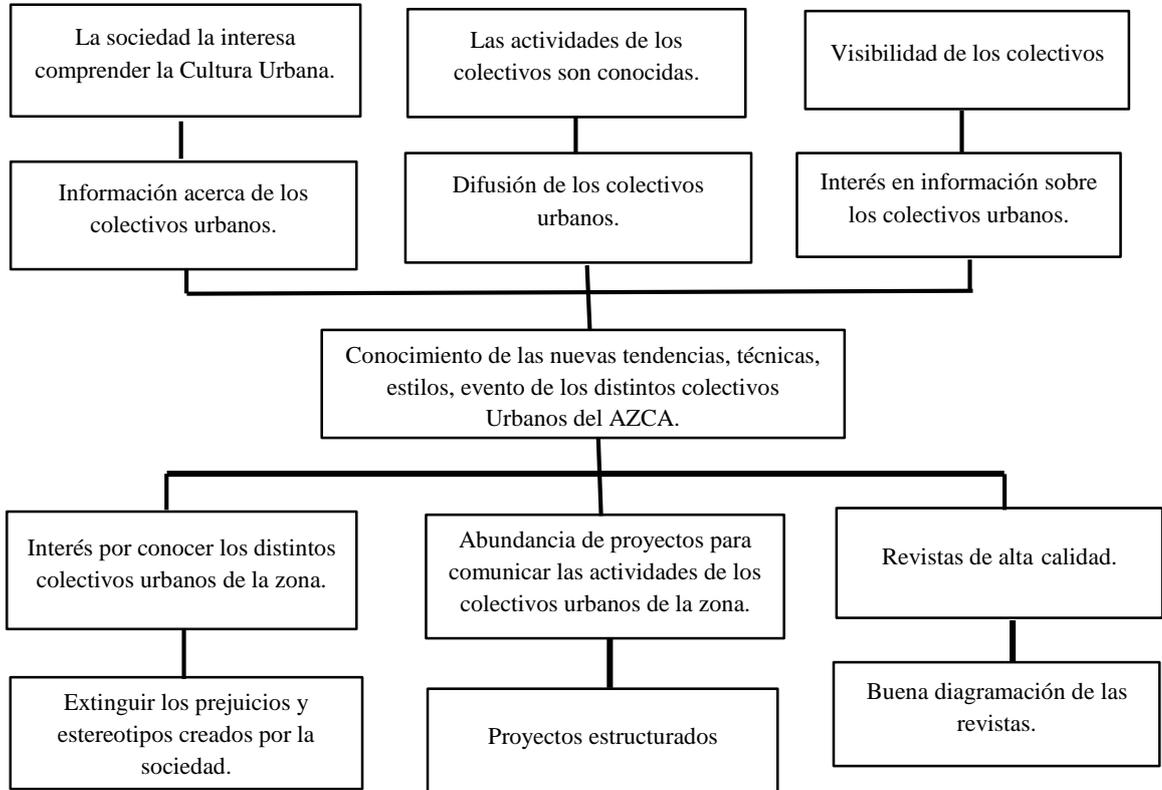
**Figura 2**

*Árbol de Problemas*



### 3.02.- Árbol de objetivos

Figura 3 Árbol de Objetivos

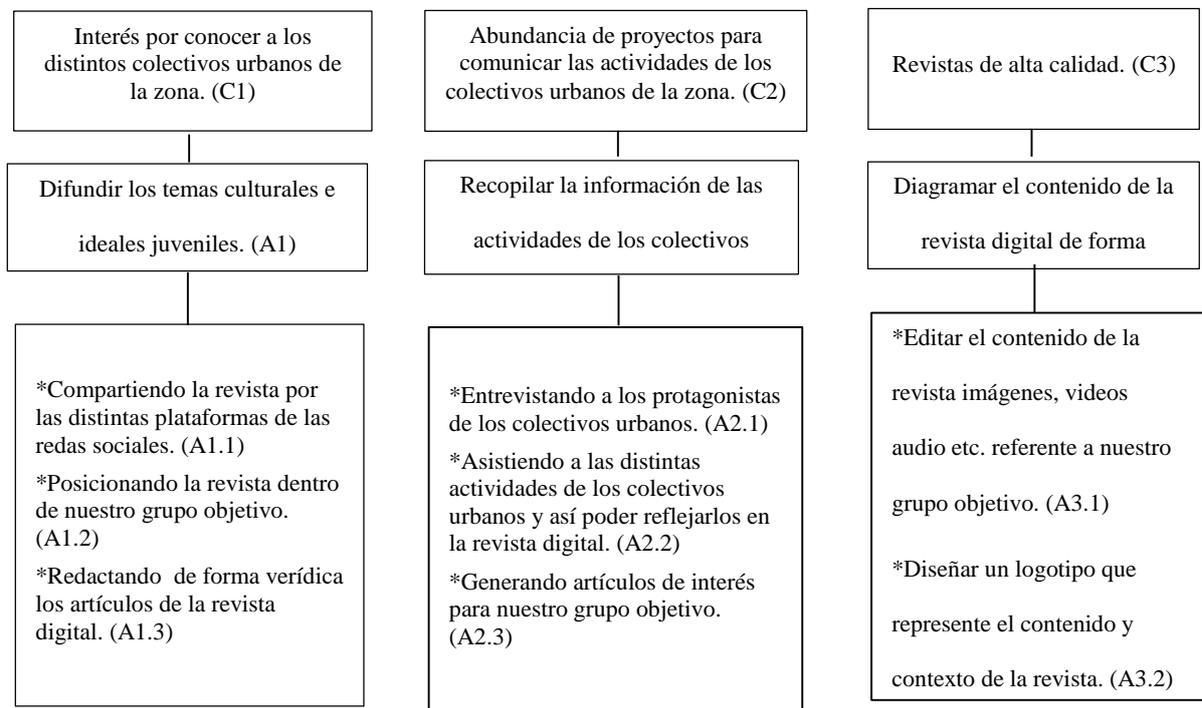


## Capítulo IV

### Análisis de alternativas

#### 4.01.- Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

**Figura 4** Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones



#### 4.01.01.- tamaño del proyecto.

El presente proyecto intenta abarcar en su mayoría a los 17 barrios que conforman la Administración Zonal Calderón trabajando en conjunto con la comunidad y los jóvenes participes de los distintos colectivos urbanos y así proponer un uso adecuado y masivo de los espacios públicos que permita el desarrollo de actividades de vecindad, solidaridad y esparcimiento, en la búsqueda colectiva por el buen vivir.

La actual Administración Zonal de Calderón consta de 85,000 habitantes nuestro grupo objetivo está enfocado en jóvenes de 15 a 29 años para lo cual calcularemos la muestra:

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

$$n = \frac{85000}{(85000 - 1) 0,0025 + 1}$$

$$n = \frac{85000}{(84999) 0,0025 + 1}$$

$$n = \frac{85000}{212,4975 + 1}$$

$$n = \frac{85000}{213,4975}$$

$$n = 398$$

#### 4.01.02.- localización del proyecto.

El proyecto está direccionado para desarrollarse con jóvenes integrantes de colectivos urbanos de la administración Zonal Calderón al norte de Quito.



#### 4.01.03.- análisis ambiental.

El proyecto tiene un impacto medio ambiental positivo ya que se propone trabajar en una plataforma virtual usando como medio la WEB para difundir la revista informativa de colectivos urbanos y de esta manera evitaremos el uso excesivo de papel para la impresión de la misma. Cabe recalcar que para realizar un pacto ambiental mucho más positivo se publicara a través de este medio artículos



relaciones con el medio ambiente, propuestas nacidas e impulsadas por los mismos integrantes de los colectivos urbanos de esta manera concientizaremos a la sociedad de manera efectiva el uso y cuidado del medio ambiente.

#### 4.02.- Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

**Tabla 3**

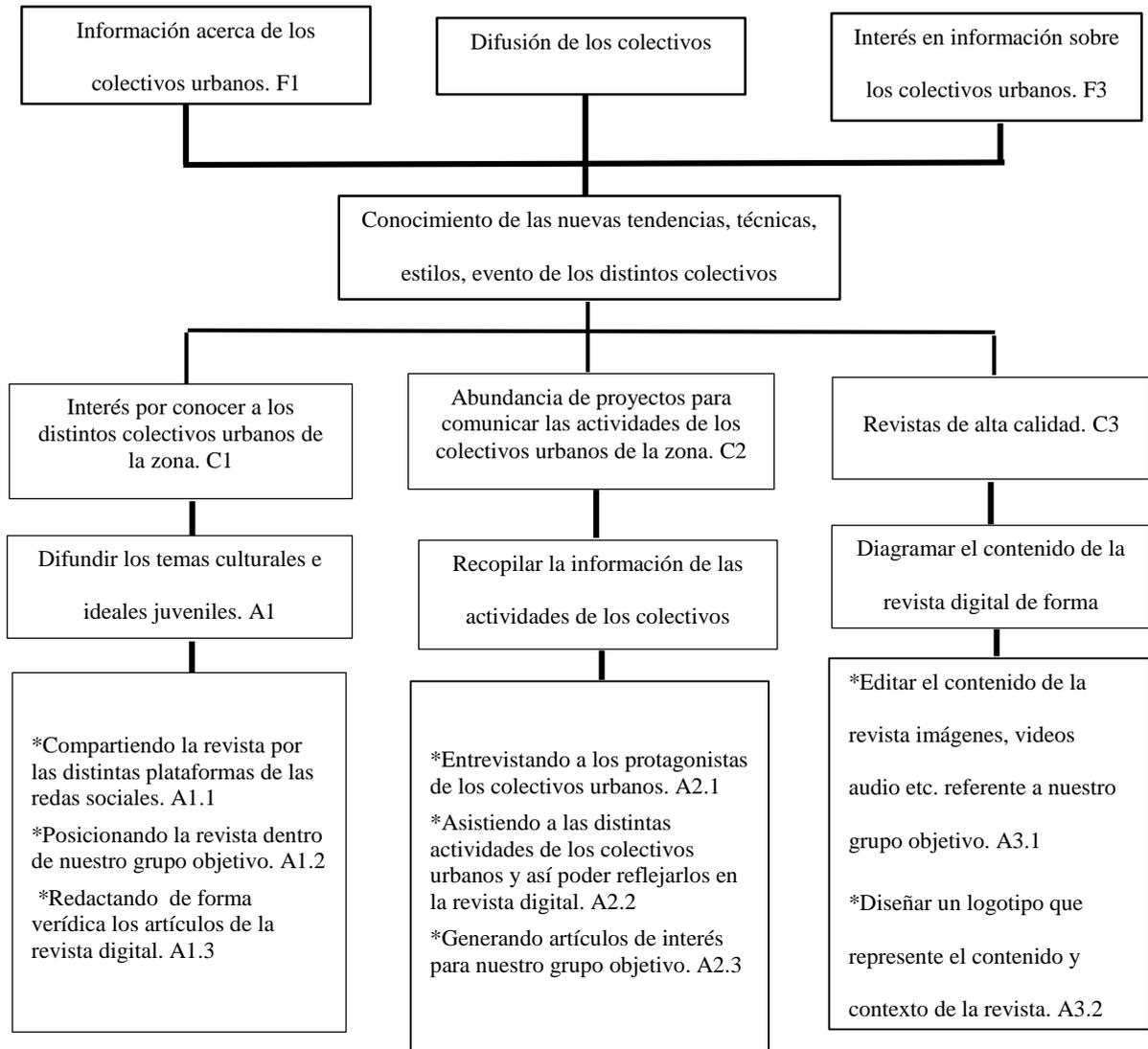
*Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones*

OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE EL PROPÓSITO	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLÍTICA	TOTAL	CATEGORÍA
Interés por conocer a los distintos colectivos urbanos de la zona.	5	3	0	4	5	17	Alto
Abundancia de proyectos para difundir las actividades de los colectivos urbanos de la zona.	5	4	0	3	5	17	Alto
Revistas de alta calidad.	5	3	5	3	4	20	Alto
Difundir los temas culturales e ideales juveniles.	5	4	3	5	2	19	Alto
Recopilar la información de las actividades de los colectivos urbanos de la zona.	5	4	3	5	4	21	Alto
Diagramar el contenido de la revista digital de forma llamativa.	5	2	4	4	5	20	Alto

### 4.03.- Diagrama de estrategias

**Figura 5**

*Diagrama de Estrategias*



#### 4.04.- Construcción de la matriz de marco lógico

##### 4.04.01.- revisión de los criterios para los indicadores

**Tabla 4**

*Revisión de los Criterios para los indicadores*

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
FINALIDAD	Información acerca de los colectivos urbanos. F1	El 70% de los jóvenes pertenece a los Colectivos Urbanos.	278	Optima	6 meses	Calderón	Medio
	Difusión de los colectivos urbanos. F2	El 80% de los jóvenes tienen acceso al internet.	318	Optima	6 meses	Calderón	Medio
	Interés en información sobre los colectivos urbanos. F3	85% de las personas desean información de los colectivos urbanos.	338	Optima	6 meses	Calderón	Medio
PROPOSITO	Revista digital de Graffiti.P1	95% de los colectivos urbanos.	378	Optima	6 meses	Calderón	Medio



COMPONENTE	Interés por conocer a los distintos colectivos urbanos de la zona.C1	75% de los colectivos urbanos provee de información a la comunidad.	298	Optima	6 meses	Calderón	Medio
	Abundancia de proyectos para difundir las actividades de los colectivos urbanos de la zona.C2	Un 40% tienen de apoyo del Municipio los proyectos de los colectivos urbanos.	159	Optima	6 meses	Calderón	Medio
	Revistas de alta calidad.C3	100% de jóvenes desean una revista de calidad.	398	Optima	6 meses	Calderón	Medio
ACTIVIDAD	Difundir los temas culturales e ideales juveniles. A1	75% de los jóvenes les interesan temas culturales.	298	Optima	6 meses	Calderón	Medio
	Recopilar la información de las actividades de los colectivos urbanos de la zona. A2	80% de los jóvenes asiste a las actividades que realizan los Colectivos Urbanos.	318	Optima	6 meses	Calderón	Medio
	Diagramar el contenido de la revista digital de forma llamativa. A3	100% de los jóvenes quieren una revista interesante.	398	Optima	6 meses	Calderón	Medio
	Compartiendo la revista por las distintas plataformas de las redes sociales. A1.1	Llegar al 100% de aceptación de la Revista Digital con los jóvenes en las redes sociales.	398	Optima	6 meses	Calderón	Medio
	Posicionando la revista dentro de nuestro grupo objetivo. A1.2	Obtener el 100% de difusión de la revista entre los colectivos.	398	Optima	6 meses	Calderón	Medio



Redactando de forma verídica los artículos de la revista digital. A1.3	100% de la información publicada tiene que ser real.	398	Optima	6 meses	Calderón	Medio
Entrevistando a los protagonistas de los colectivos urbanos. A2.1	95% de participación de los Colectivos Urbanos para la creación de la Revista.	378	Optima	6 meses	Calderón	Medio
Asistiendo a las distintas actividades de los colectivos urbanos y así poder reflejarlos en la revista digital. A2.2	90% de convivencia directa con los colectivos urbanos para reflejar sus actividades en la revista digital.	353	Optima	6 meses	Calderón	Medio
Generando artículos de interés para nuestro grupo objetivo. A2.3	100% de temas con relación a nuestro grupo objetivo.	398	Optima	6 meses	Calderón	Medio
Editar el contenido de la revista imágenes, videos audio etc. referente a nuestro grupo objetivo. A3.1	100% de trabajos donde participen los colectivos urbanos.	398	Optima	6 meses	Calderón	Medio
Diseñar un logotipo que represente el contenido y contexto de la revista. A3.2	Crear 100% una imagen que represente a los colectivos urbanos.	398	Optima	6 meses	Calderón	Medio
Mantener una identidad corporativa en todas las arte de la revista. A3.3	Plasmar 100% las diferentes formas de expresión que tienen los colectivos urbanos en la revista.	398	Optima	6 meses	Calderón	Medio

#### 4.04.02.- selección de indicadores

A: Es claro

B: Existe información disponible

C: Es tangible y se puede observar

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

E: Es representativo

**Tabla 5**

*Selección de Indicadores*

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
FINALIDAD	Información acerca de los colectivos urbanos.F1	Popularización de la revista digital entre la comunidad y colectivos.	✓	X	✓	✓	✓	4	Alto
	Difusión de los colectivos urbanos.F2	Información sobre los colectivos.	✓	✓	X	✓	✓	4	Alto
	Interés en informarse sobre los colectivos urbanos.F3	Dar una nueva perspectiva.	✓	X	✓	✓	✓	4	Alto



PROPÓSITO	Revista digital de Graffiti.P1	Revista digital de graffiti.	✓	✓	✓	✓	✓	5	Alto
COMPONENTE	Interés por conocer a los distintos colectivos urbanos de la zona. C1	Organizarse como colectivo.	✓	✓	X	✓	✓	4	Alto
	Abundancia de proyectos para difundir las actividades de los colectivos urbanos de la zona.C2	Unión entre comunidad y colectivos urbanos.	✓	X	X	✓	✓	3	Medio
	Revistas de alta calidad.C3	Brindar información sobre los colectivos urbanos.	✓	X	✓	✓	✓	4	Alto
ACTIVIDAD	Capacitar a la sociedad en temas juveniles y de los colectivos urbanos.A1	Beneficios que adquiere la comunidad.	✓	X	X	X	✓	3	Medio
	Generar mayor involucración de los colectivos con la sociedad.A2	Evitar la discriminación de los colectivos.	✓	✓	✓	✓	✓	5	Alto
	Generar recursos visuales multimedia para la revista digital.A3	Dar uso a los espacios públicos.	✓	✓	✓	✓	✓	5	Alto
	Compartiendo la revista por las distintas plataformas de las redes sociales. A1.1	Alcanzar una gran reproducción de la revista digital en las redes sociales en	✓	✓	X	✓	✓	4	Alto



		conjunto con los colectivos urbanos.							
ACTIVIDAD	Posicionando la revista dentro de nuestro grupo objetivo. A1.2	Tomar posición de gran importancia dentro de los colectivos urbanos.	✓	✓	X	✓	✓	4	Alto
	Redactando de forma verídica los artículos de la revista digital. A1.3	Información real en la revista digital de nuestros colectivos urbanos.	✓	✓	✓	✓	✓	5	Alto
	Entrevistando a los protagonistas de los colectivos urbanos. A2.1	Reconocer el trabajo de los colectivos urbanos en la revista digital.	✓	✓	✓	✓	✓	5	Alto
	Asistiendo a las distintas actividades de los colectivos urbanos y así poder reflejarlos en la revista digital. A2.2	Presenciar las distintas actividades que realizan los colectivos urbanos para plasmar en la revista digital.	✓	✓	✓	X	✓	4	Alto
	Generando artículos de interés para nuestro grupo objetivo. A2.3	Teniendo información de interés para los colectivos urbanos.	✓	✓	✓	✓	✓	5	Alto
	Editar el contenido de la revista imágenes, videos audio etc. referente a nuestro grupo objetivo. A3.1	Espacios donde se identifiquen nuestros colectivos urbanos.	✓	✓	✓	X	✓	4	Alto



	Diseñar un logotipo que represente el contenido y contexto de la revista. A3.2	Proyectar en la revista digital una imagen que identifique a los colectivos urbanos.	✓	✓	✓	X	✓	4	Alto
	Mantener una identidad corporativa en todas las arte de la revista. A3.3	Tener una actitud crítica en el arte en la revista.	✓	✓	X	X	✓	3	Medio

#### 4.04.03.- medios de verificación

**Tabla 6**

*Medios de Verificación*

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
FINALIDAD	Información acerca de los colectivos urbanos.F1	Popularización de la revista digital entre la comunidad y colectivos.	Verificación de personas que dominan el graffiti.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano
	Difusión de los colectivos urbanos.F2	Información sobre los colectivos.	Convivencia con los involucrados.	Entrevistas	Cualitativa	6 Meses	Investigador Luis Toscano



	Interés en informarse sobre los colectivos urbanos.F3	Dar una nueva perspectiva.	Cambio de opinión del grupo objetivo.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano
PROPOSITO	Revista digital de Graffiti.P1	Revista digital de graffiti.	Compartir con los colectivos urbanos.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano
COMPONENTE	Interés por conocer a los distintos colectivos urbanos de la zona.C1	Organizarse como colectivo.	Olvidar competencias entre si y unirse.	Entrevistas	Cualitativa	6 Meses	Investigador Luis Toscano
	Abundancia de proyectos para difundir las actividades de los colectivos urbanos de la zona.C2	Unión entre comunidad y colectivos urbanos.	Generar punto de comunicación entre comunidad y colectivos.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano
	Revistas de alta calidad.C3	Brindar información sobre los colectivos urbanos.	Vida, experiencias y arte de los colectivos urbanos.	Entrevistas	Cualitativa	6 Meses	Investigador Luis Toscano
ACTIVIDAD	Capacitar a la sociedad en temas juveniles y de los colectivos urbanos.A1	Beneficios que adquiere la comunidad.	Tener una galería de arte en las calles.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano
	Generar mayor involucración de los colectivos con la sociedad.A2	Evitar la discriminación de los colectivos.	Demostrar que todos somos uno en el arte.	Entrevistas	Cualitativa	6 Meses	Investigador Luis Toscano



Generar recursos visuales multimedia para la revista digital. A3	Buscar los trabajos artísticos de los colectivos.	Mostrar como los colectivos usan los espacios públicos.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano
Compartiendo la revista por las distintas plataformas de las redes sociales. A1.1	Distribuir la revista en páginas sociales para su visualización.	Mostrar lo que realizan los colectivos.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano
Posicionando la revista dentro de nuestro grupo objetivo. A1.2	Aceptación de la revista por los colectivos urbanos.	Información que interese a nuestro grupo objetivo.	Entrevistas	Cualitativa	6 Meses	Investigador Luis Toscano
Redactando de forma verídica los artículos de la revista digital. A1.3	No omitir información importante para la revista.	Colocar información verídica.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano
Entrevistando a los protagonistas de los colectivos urbanos. A2.1	Recopilar datos de los colectivos.	Presentar un trabajo con datos reales.	Entrevistas	Cualitativa	6 Meses	Investigador Luis Toscano
Asistiendo a las distintas actividades de los colectivos urbanos y así poder reflejarlos en la revista digital. A2.2	Reunir referencias con respecto a los colectivos para crear la revista digital.	Ir a eventos donde se encuentran los colectivos urbanos.	Entrevistas	Cualitativa	6 Meses	Investigador Luis Toscano
Generando artículos de interés para nuestro grupo objetivo. A2.3	Dar información que llame la atención de nuestro grupo objetivo.	Conocer más acerca de los colectivos urbanos.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano



	Editar el contenido de la revista imágenes, videos audio etc. referente a nuestro grupo objetivo. A3.1	Publicar el contenido que tenemos de nuestro grupo objetivo.	Difundir imágenes, videos, etc. De los colectivos urbanos.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano
	Diseñar un logotipo que represente el contenido y contexto de la revista. A3.2	Crear una imagen corporativa que se identifique a los colectivos urbanos.	Impactar con la imagen que se va a mostrar.	Entrevistas	Cualitativa	6 Meses	Investigador Luis Toscano
	Mantener una identidad corporativa en todas las arte de la revista. A3.3	Sustentar la idea principal en las arte.	Presentar un concepto muy bien definido.	Observación	Simple Verificación	6 Meses	Investigador Luis Toscano

**4.04.04.- supuestos**

**Tabla 7**

*Supuestos*

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
FINALIDAD	Información acerca de los colectivos urbanos.F1	Rechazo hacia los colectivos urbanos por la comunidad.	X	X	✓	X	✓
	Difusión de los colectivos urbanos.F2	Incomunicación entre los colectivos.	X	X	✓	X	✓
	Interés en informarse sobre los colectivos urbanos.F3	Desinterés de los colectivos por convivir con la comunidad.	X	✓	✓	X	X
PROPOSITO	Revista digital de Graffiti.P1	Información tergiversada acerca de los Colectivos.	X	X	✓	X	✓



COMPONENTES	Interés por conocer a los distintos colectivos urbanos de la zona.C1	Desconoce los diferentes colectivos urbanos de la zona.	X	X	✓	X	X
	Abundancia de proyectos para difundir las actividades de los colectivos urbanos de la zona.C2	Escases de eventos y proyectos para los colectivos urbanos.	X	✓	✓	X	✓
	Revistas de alta calidad.C3	Poca ética en la elaboración de la Revista Digital.	X	✓	✓	X	X
ACTIVIDAD	Capacitar a la sociedad en temas juveniles y de los colectivos urbanos.A1	No existan los recursos necesarios para capacitar a la sociedad.	✓	✓	✓	X	X
	Generar mayor involucración de los colectivos con la sociedad.A2	Acabar con la convivencia entre colectivos urbanos y la Sociedad.	X	✓	✓	X	✓
	Generar recursos visuales multimedia para la revista digital.A3	Quitar los espacios públicos para los colectivos urbanos.	✓	✓	✓	X	✓
	Compartiendo la revista por las distintas plataformas de las redes sociales. A1.1	Los jóvenes dejen de usar las redes sociales como medio de comunicación	X	✓	✓	✓	X
	Posicionando la revista dentro de nuestro grupo objetivo. A1.2	Los jóvenes no tengan acceso al internet.	X	✓	✓	X	X



Redactando de forma verídica los artículos de la revista digital. A1.3	Que los entrevistados digan información falsa.	X	✓	✓	X	✓
Entrevistando a los protagonistas de los colectivos urbanos. A2.1	Los integrantes de los colectivos urbanos nieguen entrevistas.	X	✓	✓	X	X
Asistiendo a las distintas actividades de los colectivos urbanos y así poder reflejarlos en la revista digital. A2.2	Exista algún tipo de impedimento por parte de la sociedad o de las autoridades.	X	✓	✓	X	✓
Generando artículos de interés para nuestro grupo objetivo. A2.3	Desinterés total por parte de los colectivos urbanos a los artículos.	X	✓	✓	X	X
Editar el contenido de la revista imágenes, videos audio etc. referente a nuestro grupo objetivo. A3.1	Que no existan las condiciones adecuadas para editar el contenido de la revista digital.	✓	✓	✓	X	X
Diseñar un logotipo que represente el contenido y contexto de la revista. A3.2	Que los colectivos urbanos no se identifiquen con el logotipo.	✓	X	✓	✓	X
Mantener una identidad corporativa en todas las arte de la revista. A3.3	El plagio de la imagen de nuestra revista digital para mal uso.	X	✓	✓	X	✓



#### 4.04.05.- matriz de marco lógico

**Tabla 8**

*Matriz del Marco Lógico*

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FINALIDAD	Información acerca de los colectivos urbanos.F1	Popularización de la revista digital entre la comunidad y colectivos.	Verificación de personas que dominan el graffiti.	Rechazo hacia los colectivos urbanos por la comunidad.
	Difusión de los colectivos urbanos.F2	Información sobre los colectivos.	Convivencia con los involucrados.	Incomunicación entre los colectivos.
	Interés en informarse sobre los colectivos urbanos.F3	Dar una nueva perspectiva.	Cambio de opinión del grupo objetivo.	Desinterés de los colectivos por convivir con la comunidad.



PROPOSITO	Revista digital de Graffiti.P1	Revista digital de grafiti.	Compartir con los colectivos urbanos.	Información tergiversada acerca de los Colectivos.
COMPONENTES	Interés por conocer a los distintos colectivos urbanos de la zona.C1	Organizarse como colectivo.	Olvidar competencias entre si y unirse.	Desconoce los diferentes colectivos urbanos de la zona.
	Abundancia de proyectos para difundir las actividades de los colectivos urbanos de la zona.C2	Unión entre comunidad y colectivos urbanos.	Generar punto de comunicación entre comunidad y colectivos.	Escases de eventos y proyectos para los colectivos urbanos.
	Revistas de alta calidad.C3	Brindar información sobre los colectivos urbanos.	Vida, experiencias y arte de los colectivos urbanos.	Poca ética en la elaboración de la Revista Digital.
ACGTIVIDADES	Capacitar a la sociedad en temas juveniles y de los colectivos urbanos.A1	Beneficios que adquiere la comunidad.	Tener una galería de arte en las calles.	No existan los recursos necesarios para capacitar a la sociedad.
	Generar mayor involucración de los colectivos con la sociedad.A2	Evitar la discriminación de los colectivos.	Demostrar que todos somos uno en el arte.	Acabar con la convivencia entre colectivos urbanos y la Sociedad.
	Generar recursos visuales multimedia para la revista digital.A3	Dar uso a los espacios públicos.	Mostrar como los colectivos usan los espacios públicos.	Quitar los espacios públicos para los colectivos urbanos.
	Compartiendo la revista por las distintas plataformas de las redes sociales. A1.1	Alcanzar una gran reproducción de la revista digital en las redes sociales en conjunto con los colectivos urbanos.	Mostrar lo que realizan los colectivos.	Los jóvenes dejen de usar las redes sociales como medio de comunicación



	Posicionando la revista dentro de nuestro grupo objetivo. A1.2	Tomar posición de gran importancia dentro de los colectivos urbanos.	Información que interese a nuestro grupo objetivo.	Los jóvenes no tengan acceso al internet.
	Redactando de forma verídica los artículos de la revista digital. A1.3	Información real en la revista digital de nuestros colectivos urbanos.	Colocar información verídica.	Que los entrevistados digan información falsa.
	Entrevistando a los protagonistas de los colectivos urbanos. A2.1	Reconocer el trabajo de los colectivos urbanos en la revista digital.	Presentar un trabajo con datos reales.	Los integrantes de los colectivos urbanos nieguen entrevistas.
	Asistiendo a las distintas actividades de los colectivos urbanos y así poder reflejarlos en la revista digital. A2.2	Presenciar las distintas actividades que realizan los colectivos urbanos para plasmar en la revista digital.	Ir a eventos donde se encuentran los colectivos urbanos.	Exista algún tipo de impedimento por parte de la sociedad o de las autoridades.
	Generando artículos de interés para nuestro grupo objetivo. A2.3	Teniendo información de interés para los colectivos urbanos.	Conocer más acerca de los colectivos urbanos.	Desinterés total por parte de los colectivos urbanos a los artículos.
	Editar el contenido de la revista imágenes, videos audio etc. referente a nuestro grupo objetivo. A3.1	Espacios donde se identifiquen nuestros colectivos urbanos.	Difundir imágenes, videos, etc. De los colectivos urbanos.	Que no existan las condiciones adecuadas para editar el contenido de la revista digital.
	Diseñar un logotipo que represente el contenido y contexto de la revista. A3.2	Proyectar en la revista digital una imagen que identifique a los colectivos urbanos.	Impactar con la imagen que se va a mostrar.	Que los colectivos urbanos no se identifiquen con el logotipo.



	Mantener una identidad corporativa en todas las arte de la revista. A3.3	Tener una actitud crítica en el arte en la revista.	Presentar un concepto muy bien definido.	El plagio de la imagen de nuestra revista digital para mal uso.
--	--	---	--	---

## Capítulo V

### La propuesta

#### 5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta Multimedia.

*El diseño multimedia es una opción útil que nos brinda diversas formas de transmitir un mensaje claro a nuestro variado grupo objetivo, ya que nuestro grupo objetivo entre más recursos dispone para obtener información sobre un tema determinado es mayor su percepción y posterior entendimiento.*

*Una ventaja del diseño multimedia es la combinación de distintos recursos que pueden ser imágenes, texto, audio, video, animación y la facilidad que posee de ser aplicado a un medio digital sin importar sus características o versiones convirtiéndose así en una herramienta de fácil accesibilidad en esta era digital.*

*El término multimedia se utiliza para referirse a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión (físicos o digitales) para presentar o comunicar información. De allí la expresión "multi-medios". Los medios pueden ser variados, desde texto e imágenes, hasta animación, sonido, video, etc. También se puede calificar como multimedia a los medios electrónicos (u otros medios) que permiten almacenar y presentar contenido multimedia.*

*Multimedia es similar al empleo tradicional de medios mixtos en las artes plásticas, pero con un alcance más amplio. Se habla de multimedia interactiva cuando el usuario tiene libre control sobre la presentación de los contenidos, acerca de qué es lo que desea ver y cuando; a diferencia de una presentación lineal, en la que es forzado a visualizar contenido en un orden predeterminado.*

*Diseño Multimedia Según ADGUER Diseño Multimedia. El Diseño Multimedia es una herramienta efectiva para transmitir un mensaje, ayudándose principalmente del diseño gráfico que es la disciplina que se encarga de ordenar la información de manera estética y legible para que capte la atención, transmita el significado del mensaje y que este sea recordado por los espectadores. Es sumamente efectiva para llamar la atención y transmitir una idea en poco tiempo. Actualmente aplicada mayormente a medios electrónicos, se vale del diseño gráfico para combinar: textos, imágenes, colores, animaciones, videos, espacios, audio e interacción en una aplicación informativa o promocional. Aunque no necesariamente se tiene que utilizar todos los medios juntos, el término multimedia se refiere a múltiples medios de comunicación. Se pueden combinar 2 o 3 medios y conseguir efectivamente el objetivo que se busca, por ejemplo usando texto, color y audio, puede ser muy efectivo para captar la atención del usuario. El diseño gráfico es esencial para la utilización efectiva de esta herramienta, ya que el abuso de cualquiera de estos recursos o de todos, causara el efecto contrario al que se busca, aunque si será recordado como una mala experiencia. (Slideshare.net, 2015)*

### 5.01.01 ¿Qué es el diseño multimedia?

*El concepto multimedia refiere a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión –físicos o digitales– para presentar o para comunicar determinada información. El diseño multimedia combina los distintos soportes de la comunicación –el texto, el sonido, la imagen, la fotografía, la animación gráfica y el video– de una forma interactiva, creando un vínculo participativo con el usuario. Integra entonces, de manera compatible y estratégica, conceptos básicos de la comunicación, como la interactividad, junto a aspectos del diseño de la imagen en sus diversos soportes. Propone un criterio innovador para desarrollar contenidos apoyados en un dinamismo visual que capte la atención del usuario, y utiliza en su proceso de creación medios de expresión digitales con el fin de comunicar. Es fundamental que al navegar un sitio o un contenido en la Web –o en un formato físico como un DVD (Disco Versátil Digital) el usuario pueda acceder y recorrer fácilmente la información y el mensaje que se presenta, sin dejar de lado la importancia central del aspecto visual. El diseño multimedia abarca diferentes campos sobre los que trabaja en sintonía con el desarrollo constante de nuevas tecnologías. Ejerció su influencia en diferentes áreas como el arte, la educación, el entretenimiento, los entornos virtuales y los videojuegos, entre otras. Se destaca en cada uno de estos campos por el manejo de la imagen gráfica, el diseño digital, el diseño web y la ilustración y animación digital.*

*Para saber algo más... Puede calificarse también como multimedia a los medios electrónicos que permiten almacenar y presentar contenido multimedia. El término multimedia es similar al empleo tradicional de medios mixtos en las artes plásticas, pero con un alcance más amplio.*

*Un diseñador multimedia puede especializarse en el diseño de sitios web o cualquier otro tipo de interfaz. Por ejemplo, puede realizar un aporte innovador en cuanto al diseño en imagen corporativa para empresas. También en las formas de presentar contenidos y propuestas al interlocutor, generando un potente estímulo visual y un proceso de interacción desde la puesta comunicacional para acceder a la información mediante la aplicación estratégica de diferentes formatos. Cuando el sitio o aplicación ofrece al usuario libertad para recorrer la presentación de una Un diseñador multimedia necesita conocer y dominar las herramientas técnicas del diseño, las nuevas tendencias y también tener la capacidad de producir desarrollos de distinto tipo, conforme a los requerimientos del mercado. Los estilos en materia de comunicación, diseño y medios han avanzado mucho en los últimos años y cambian de forma permanente, exigiendo un acomodamiento constante a los nuevos canales de comunicación. La enorme cantidad de información digital que circula en internet se elabora con diferentes programas y herramientas que convergen en el diseño multimedia. Esto logra mejorar notablemente las distintas interfaces que utilizan texto, imágenes, audio, video o animaciones y que por medio del diseño pueden organizar la información de forma original, buscando atraer la atención y el interés de los usuarios.*

*Cuando un programa informático, un sitio web o una presentación digital combina apropiadamente los medios para realizar una comunicación, la atención, la comprensión y el aprendizaje pueden mejorar sustancialmente, dado que se emplean varios sentidos para comprender el mensaje*

*Conozcamos algunas características centrales del diseño multimedia y sus ámbitos de aplicación:*

*La combinación de texto, audio, imágenes fijas, animaciones, video y contenido interactivo permite realizar presentaciones que pueden visualizarse en un escenario, transmitirse –en vivo o grabadas, proyectarse, reproducirse usando streaming o descargarse.*

*La variedad de herramientas que se utiliza define el concepto de multimedia: se puede reproducir, mostrar o acceder a contenido a través de diferentes dispositivos digitales.*

*Los programas de desarrollo multimedia permiten crear producciones de video, presentaciones, animaciones, demostraciones (demos), guías interactivas, simulaciones, etcétera.*

*La finalidad de los trabajos multimedia es brindar un espacio comunicacional para llevar a cabo presentaciones profesionales, educativas, comerciales, culturales o de entretenimiento.*

*Para elaborar un producto multimedia es fundamental saber qué se quiere decir o transmitir, y definir el mensaje clave. También es importante saber quién es el destinatario de ese mensaje. Al trabajar con un cliente, el diseñador multimedia puede crear una ficha técnica o de producto que debe completarse con cinco puntos centrales: la necesidad, el objetivo de la comunicación, el público, el concepto y el tratamiento. Es importante definir además el guion de la producción a realizar, incluyendo las funcionalidades, el nivel de interactividad y las herramientas para llevarla a cabo. Se desarrolla además la creación de un prototipo para chequearla e ir probándola con el cliente o usuario que va a utilizarla. La etapa final es la de creación del producto. En función de los resultados de las pruebas realizadas previamente, se desarrolla el recurso o aplicación multimedia. (Escritorio alumnos, 2015)*

“ Determinada información –qué desea ver o leer, cuándo, en qué orden– puede hablarse de un contenido multimedia interactivo, diferente entonces de una presentación lineal en la que existe un solo modo de visualización.” (Slideshare.net, 2015)

### 5.01.02 El proceso de diseño

*Un diseñador multimedia necesita conocer y dominar las herramientas técnicas del diseño, las nuevas tendencias y también tener la capacidad de producir desarrollos de distinto tipo, conforme a los requerimientos del mercado. Los estilos en materia de comunicación, diseño y medios han avanzado mucho en los últimos años y cambian de forma permanente, exigiendo un acomodamiento constante a los nuevos canales de comunicación. La enorme cantidad de información digital que circula en internet se elabora con diferentes programas y herramientas que convergen en el diseño multimedia. Esto logra mejorar notablemente las distintas interfaces que utilizan texto, imágenes, audio, video o animaciones y que por medio del diseño pueden organizar la información de forma original, buscando atraer la atención y el interés de los usuarios.*

*Cuando un programa informático, un sitio web o una presentación digital combina apropiadamente los medios para realizar una comunicación, la atención, la comprensión y el aprendizaje pueden mejorar sustancialmente, dado que se emplean varios sentidos para comprender el mensaje*

*Conozcamos algunas características centrales del diseño multimedia y sus ámbitos de aplicación:*

*La combinación de texto, audio, imágenes fijas, animaciones, video y contenido interactivo permite realizar presentaciones que pueden visualizarse en un escenario,*

*transmitirse –en vivo o grabadas, proyectarse, reproducirse usando streaming o descargarse.*

*La variedad de herramientas que se utiliza define el concepto de multimedia: se puede reproducir, mostrar o acceder a contenido a través de diferentes dispositivos digitales.*

*Los programas de desarrollo multimedia permiten crear producciones de video, presentaciones, animaciones, demostraciones (demos), guías interactivas, simulaciones, etcétera.*

*La finalidad de los trabajos multimedia es brindar un espacio comunicacional para llevar a cabo presentaciones profesionales, educativas, comerciales, culturales o de entretenimiento.*

*Para elaborar un producto multimedia es fundamental saber qué se quiere decir o transmitir, y definir el mensaje clave. También es importante saber quién es el destinatario de ese mensaje. Al trabajar con un cliente, el diseñador multimedia puede crear una ficha técnica o de producto que debe completarse con cinco puntos centrales: la necesidad, el objetivo de la comunicación, el público, el concepto y el tratamiento. Es importante definir además el guion de la producción a realizar, incluyendo las funcionalidades, el nivel de interactividad y las herramientas para llevarla a cabo. Se desarrolla además la creación de un prototipo para chequearla e ir probándola con el cliente o usuario que va a utilizarla. La etapa final es la de creación del producto. En función de los resultados de las pruebas realizadas previamente, se desarrolla el recurso o aplicación multimedia. (Escritorio alumnos, 2015)*

### 5.01.03 ¿Dónde se aplica?

El diseño multimedia puede aplicarse de diversas maneras a distintas aplicaciones, por ejemplo: Interactivos en DVD Video presentaciones ejecutivas y/o promocionales Web Sites CDs Interactivos, CD cards. Quioscos, Etc. Dependiendo del objetivo y del medio a utilizar se combinan distintos recursos, que pueden ayudar a impactar al espectador para dejar en su mente la información que queremos sea recordada. En la actualidad una presentación en Power Point ha dejado de ser la aburrida presentación de los 90s, con los aburridos fondos y arreglos, hoy día incluso las grandes compañías en Internet están usando este recurso para promoverse dando información importante para el consumidor de manera entretenida y breve.

### 5.01.04 ¿Características?

*La principal característica es el crear una experiencia en los espectadores, a diferencia de la televisión y radio, es más económico comparado a su duración y distribución, ya que aunque puede realizar una inversión importante, esta puede ser distribuida mediante medios electrónicos ilimitadamente y si es del gusto de los usuarios de Internet, puede obtener más cobertura de la que se imagina. Al no centrarse en fechas específicas puede usar el mismo recurso o aplicación según lo crea conveniente. Sobre todo tratándose de medios digitales, es muy fácil que quienes reciben su interactivo, video, animación o presentación lo compartan con amigos y familiares sin que a ellos ni a usted le cueste nada. A esto se le llama validez. Otro beneficio es que la persona que lo recibe puede ver su aplicación multimedia, cuando y cuantas veces quiera, a diferencia de un comercial televisivo. No es percibido como un*

*anuncio o comercial, y por lo tanto la gente no evita verlo. Si es verdaderamente creativo, la gente podría incluso volver a verlo simplemente para entretenerse en donde tenga acceso a ese recurso. Si se usa en Internet, puede tener más cobertura que en radio y televisión. (slideshare, 2015)*

#### **5.01.05 ¿Qué es una revista digital?**

*En los últimos años, con el auge formidable que ha alcanzado el Internet a nivel mundial, se ha producido una verdadera revolución en los medios de comunicación impresos en libros, diarios y revistas, básicamente. Debido a los altos costos de producción e impresión, muchas empresas editoriales se encuentran actualmente en crisis y como consecuencia de ello el auge de los libros electrónicos ha sido formidable. Asimismo, publicaciones periódicas tradicionales se han visto obligadas a reducir su número habitual de páginas, han experimentado pérdidas enormes por concepto de anuncios publicitarios, y algunas no han tenido otra alternativa que cerrar o incorporarse al llamado MUNDO DIGITAL al reducir su circulación. Han surgido así los llamados E-BOOKS (e-libros) y las REVISTAS DIGITALES, creadas especialmente para el medio electrónico y al alcance de millones de lectores en el mundo entero que tienen acceso a las mismas gratuitamente. (Digital publications, 2015)*

### **5.01.06 ¿Qué ventajas ofrece una revista digital con respecto a una revista gráfica tradicional?**

*En primer lugar, destacamos la instantaneidad. Una vez preparada, la Revista Digital se puede poner a disposición de los usuarios de una manera inmediata y con la ventaja de que se pueden incorporar las noticias, reportajes, artículos de actualidad y demás eventos que se hayan producido hasta pocos momentos antes del cierre de la edición, ya que prácticamente no se pierde tiempo en la maquetación, tirada y distribución a los puntos de difusión.*

*En segundo lugar, sitúan la capacidad de difusión, y dentro de ella dos aspectos: El primero de ellos es que se puede poner al alcance de un colectivo determinado o bien al alcance de todo el mundo, y todo ello sin incrementar los costos, que serían los mismos si se hace para que la vea una sola persona o para millones. El segundo es el costo mínimo físico de difusión, es decir, el ahorro en maquinaria de impresión, el coste del papel y de las tintas, el transporte al punto de difusión, la comisión del distribuidor, las devoluciones etc., ya que todos estos costos desaparecen totalmente en las Revistas Digitales.*

*No podemos omitir el importante ahorro que conseguimos, con las revistas online, en papel, componentes químicos, CO2 emitido a la atmósfera, que produce la impresión y distribución de una revista en papel.*

*También debemos destacar que el contenido de una Revista Digital se puede enriquecer y actualizar considerablemente en comparación con el de una revista gráfica, ya que a los artículos, reportajes y fotos que configuran*

*normalmente el contenido de una revista gráfica, se le pueden añadir Videos ilustrativos, Video Reportajes, Efectos Audio-Visuales, y otros elementos multimedia que permitan hacer la revista mucho más instructiva, ágil y amena.*

*Naturalmente todo ello conlleva el disponer, además de los reporteros normales de una revista gráfica, de un buen equipo de programadores y diseñadores de Internet que complementen y diseñen la Revista Digital.*

*(Enubes, 2015)*

#### **5.01.07 Características de las revistas electrónicas**

*Reducción del plazo de espera para la edición: En algunos casos, se presentan los trabajos antes de que estén totalmente terminados (preprints).*

*Universalidad y facilidad de acceso de la información. Por medio de su difusión en Internet las publicaciones están presentes en cualquier lugar del mundo y a cualquier hora sin los enormes costos que esto supondría de otra forma. Además puede ser consultada por más de una persona a la vez.*

*Reducción de los costos de edición.*

*Posibilidad de añadir nuevos elementos a los documentos: vídeo, audio, realidad virtual y diversidad de formatos (impresión, en pantalla).*

*Capacidad de establecer una comunicación bidireccional con el destinatario de la información que permite conocer sus impresiones en tiempo real, haciéndonos llegar sus consultas, peticiones, sugerencias, etc.*

*El sistema de citas es mucho más rico que en el formato impreso: se puede enlazar con diferentes recursos de información.*

*El sistema de recuperación del artículo a texto completo es inmediato y fácil, ya que lo habitual es que los artículos se encuentren almacenados en bases de datos y su acceso se realiza por los procedimientos habituales de los sistemas de recuperación documentales. Más posibilidades presentan las interfaces de agregación y otros servicios comerciales, que permiten interrogar distintas publicaciones desde un único formulario. Permiten búsquedas retrospectivas.*

*Ventajas de almacenamiento.*

*Actualización inmediata: La rapidez con la que las revistas electrónicas se actualizan dinamiza la investigación, ya que los resultados de la misma se difunden en el momento.*

*Periodicidad: Otros de los conceptos en los que es necesario incidir es en lo referente a la periodicidad de las revistas. Es evidente, que para el caso de la edición impresa, al margen de otro tipo de consideraciones, como el número de artículos que la revista reciba y decida editar, etc., la metodología del papel implica el establecimiento de unos plazos fijos para cerrar los números. Esta filosofía es absolutamente diferente de la edición electrónica, ya que para la edición de un artículo solo es necesario el resultado de la evaluación del comité editorial o de los pares y su implementación en la red. Por esta razón, no existe o debe existir ninguna limitación a implementar el artículo en la revista una vez que estas operaciones se han realizado, y por tanto el acceso al artículo debería ser mucho mayor que para el papel.*

*Independencia de los documentos. En la actualidad no es necesario estar suscrito a una publicación electrónica para poder consultar sus contenidos, ya que existen múltiples servicios que permiten la compra de artículos sueltos.*

*Valor añadido: servicios de alerta, difusión selectiva de la información, personalización de la información, punto de acceso, pre-impresos (Estos servicios ofrecen el acceso en línea a los artículos de algunos de sus títulos antes de que se publiquen)*

*Estadísticas de uso. Uno de los servicios añadidos que se ofertan en la actualidad y que más ventajas ofrecen a las bibliotecas son las estadísticas de uso, que en algunos casos pueden ser bastante avanzadas. (Erevistas, 2015)*

### **5.01.08 Diseño y presentación**

*Este elemento debe considerarse en el sentido de que una publicación digital puede abarcar información con contenidos de alta calidad, pero inutilizables por estar mal organizados o puede estar exquisitamente diseñada, pero ser tan poco navegable y por consiguiente que no comunique bien con los usuarios. “En la obra impresa nos ocupábamos de revisar los índices de contenido y los temáticos; al hablar de navegación estamos tratando de detectar si la publicación digital tiene un sumario y si es posible captar el total del contenido en el mismo con un mínimo esfuerzo, o detectar si se puede ir con un clic desde cualquier nodo al nodo principal” (Lugo, 2003, p. 11). En pocas palabras debe ser accesible y proporcionar una interfaz de uso fácil y que se integrará de manera mucho más factible dentro de la comunidad. La presentación o diseño debe ser entendida como la parte del sistema o recurso que se hace visible al usuario. En la interfaz, se pueden considerar los siguientes indicadores según González (2006):*

- *Lenguaje: se entiende como el “conjunto de signos y reglas que permite la comunicación con una computadora, que facilita la comunicación con otra,*

*mediante signos convencionales cercanos a los de un lenguaje natural". En la medida en que el lenguaje utilizado por el sistema o sitio web sea más amigable, claro y preciso, habrá una mejor comunicación usuario-sistema.*

- *Organización de la información: forma en que la información se estructura para que la ubicación de los elementos de la publicación sea estable, no sólo desde el punto de vista de la representación, sino también de las posibilidades que el sistema ofrece para que el usuario pueda encontrar una misma información por diferentes vías. En este indicador se debe considerar la capacidad del sistema para hacer visibles todas las facilidades que éste oferta, con el fin de que éstas no se omitan. Se debe considerar que existen determinados íconos cuya localización es casi siempre la misma en los sitios web. Si se realizan muchas innovaciones en este aspecto, los usuarios pueden sentirse desorientados y perder el interés.*
- *Colores: los colores utilizados en el diseño no deben ser molestos o irritantes a la vista del usuario. Se debe considerar, además, la utilización de colores que se encuentren disponibles en la mayoría de las computadoras de los usuarios, con el fin de que no ocurran distorsiones.*
- *Vías de comunicación usuario-sistema: en este indicador se consideran las diferentes vías para que los usuarios puedan comunicarse con el sistema y sugerirle mejoras, cambios e incluso algunas permiten modificar la interface según necesidades del usuario, etcétera.*
- *Accesibilidad: es la medida en que el servicio es capaz de adaptarse a las exigencias de sus usuarios. Comprende las posibilidades de acceso a sus usuarios de acuerdo con sus posibles limitaciones, sean físicas, cognitivas o tecnológicas.*

- *Tiempo: duración en tiempo que la interfaz se demora en descargar todos sus elementos.*
- *Actualización del recurso: se entiende como la frecuencia con que el servicio se actualiza y revisa; permite conocer la actualidad de la información que ofrece. Actúa, además, como mecanismo para desechar aquella información que se encuentra obsoleta.*
- *Edición: grado en el que la información se edita antes de publicarse, con el objetivo de mantener una uniformidad y estética en el servicio que se presta.*
- *Utilidad de la información: Se entiende como el grado de pertinencia de la información que se coloca a disposición del usuario.*
- *Cobertura del dominio temático: Es la capacidad del servicio de información para abarcar el espectro temático al que se asocia.*
- *Sistematización: grado de clasificación y simbolización en el tratamiento de la información contenida en el recurso.*

*Al momento de analizar este aspecto para incluir o no una publicación digital es necesario tener en mente qué es lo que quiere el usuario y esto es, que sea útil y facilite la búsqueda. Por ello es también importante que dentro del diseño y presentación consideremos en las publicaciones digitales el hecho de que cuenten con buenos sistemas de búsqueda, como operadores booleanos, de cercanía, de adyacencia, así como guías rápidas que auxilien al usuario o enlaces a otros recursos, además que podamos encontrar facilidades para guardar estrategias de búsqueda y resultados para ser utilizados de diversas formas. Hoy en día las empresas dedicadas a la producción de publicaciones digitales están introduciendo innovadoras tecnologías que permiten un uso más fácil y productivo de sus fuentes de información y esto beneficia a los*

*usuarios desde el momento en el que tienen la posibilidad de visualizar lo que buscan y además la posibilidad de elegir lo que más les convenga. (Filos, 2015)*

### **5.01.09 5 Puntos claves para la creación de revistas digitales para iPad e iPhone**

*Una de las ventajas más relevantes que el HTML5 puede proporcionarle es la posibilidad que sus ediciones digitales sean vistas en Pc, Mac, Laptop, Tablet o Smartphone (incluyendo el iPad de Apple o iPhones)*

*Sin embargo, es esencial tomar en cuenta algunos puntos claves para alcanzar sus objetivos cuando tenga que crear publicaciones digitales para iPad y iPhone. El propósito de este blog es identificar 5 puntos para conseguir lo máximo de sus publicaciones digitales para iPads y iPhones.*

*- Investigue el Mercado: Antes de seleccionar la vía más apropiada, considere algunos puntos vitales como por ejemplo: ¿Que plataforma y dispositivos son utilizados por la audiencia que tiene como objetivo? ¿Cuáles son sus objetivos a corto y largo plazo? ¿Qué nivel de interactividad se requiere?*

*- Conozca a sus lectores digitales: De acuerdo a expertos, los lectores de medios impresos y los lectores digitales difieren en cuanto a la forma como leen y consumen información. Los lectores digitales tienden a escanear el material, buscando puntos claves de interés, una vez que encuentres estos puntos proceden a leer más. Tome esta información en cuenta cuando empiece a crear su edición.*

- *Accesibilidad: Una aplicación web HTML5 puede ser muy útil para lectores de iPad. Por ejemplo, una aplicación web podría ser una publicación digital HTML5 que puede activarse desde la pantalla de inicio de un iPhone o iPad. De esta forma, la aplicación web puede presentar la publicación digital – sin necesidad de usar las barras de herramienta del navegador, URL, etc.*

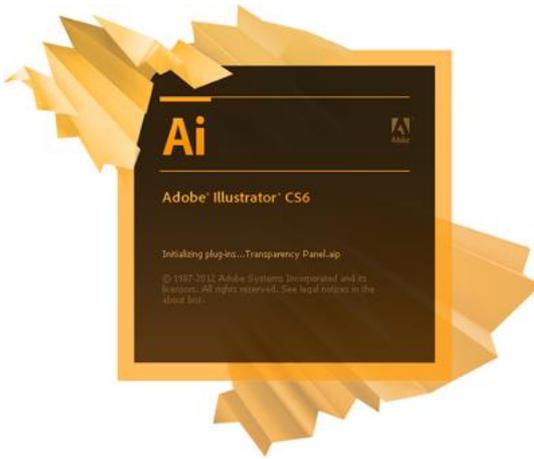
-*Espacio disponible: El espacio para lectura disponible es mucho más pequeño que el de una publicación de tamaño completo – piense sobre cómo puede optimizar el diseño para sus lectores. Considere la posibilidad de crear artículos más cortos, con textos más grandes, y como resaltar puntos que se destaquen en la página. Como los dispositivos móviles muestran la publicación en una versión más pequeña, optimice la página para que los lectores con dispositivos móviles puedan leer el texto.*

-*Obtenga comentarios de sus clientes: Sus lectores pueden proveerle de informaciones muy importantes las cuales pueden servirle para hacer cambios positivos en sus futuras publicaciones. Usted puede realizar encuestas, usar correos electrónicos, o habilitar opciones para sugerencias en su sitio web o red social o hasta dentro de su propia publicación para averiguar la opinión de sus lectores. (3dissue, 2015)*



## 5.02 Descripción de la herramienta

### 5.02.01 Adobe Illustrator CS6

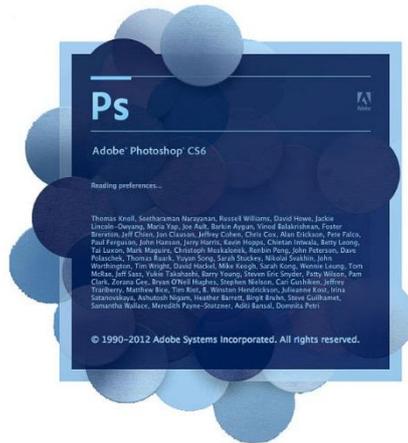


#### **Ilustración 1** *Adobe Illustrator*

*Este completo programa te permite dibujar en perspectiva, crear patrones y editar cualquier objeto libremente. Cambia el tamaño, el degradado, los colores, la sombra y la transparencia, entre otros atributos. Además, podrás editar por capas, lo que te permitirá realizar un trabajo muy detallado sin el temor de arruinar la imagen original.*

*Además, Adobe Illustrator CS6 no sólo te permitirá crear imágenes vectoriales desde cero. También te dará la posibilidad de calcar cualquier otra imagen rasterizada (o mapa de bits) para convertirla en un vector editable. El programa realizará la conversión automáticamente, pero puedes ajustar y definir la imagen por tu cuenta para lograr resultados más fiables. (Blogspot, 2015)*

### 5.02.02 Adobe Photoshop CS6



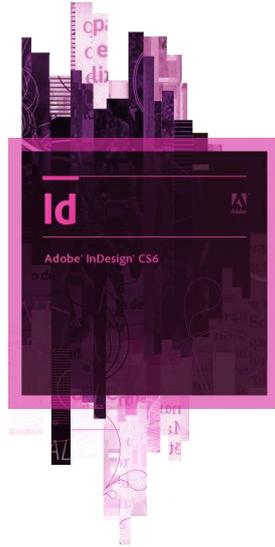
## *Ilustración 2 Adobe Photoshop CS6*

*Photoshop, creado por Adobe Systems, es una de las herramientas software para el tratamiento de imagen más potente y popular de hoy en día.*

*Debemos tener bien claro desde el principio que Photoshop no está pensado para dibujar, para eso es recomendable que utilices Illustrator, también de Adobe. Photoshop está principalmente orientado a tratar y manipular imágenes, o bien creadas por otros programas, o digitalizadas por un escáner o máquina fotográfica. Entonces, una vez introducida la imagen en el programa podrás retocarla, transformarla y editarla con un sinfín de posibilidades.*

*De hecho, esta es una de las características más interesantes de Photoshop, pues Adobe ha sabido crear un programa intuitivo y muy completo que hace que se desmarque de la competencia y sea el software más utilizado por diseñadores e ilustradores. (aula clic, 2015)*

### 5.02.03 Adobe InDesign CS6



#### **Ilustración 3** *Adobe InDesign CS6*

*Indesign CS6 es el software líder en la industria de la producción y la publicación digital. Se trata de una herramienta utilizada para diseñar y maquetar una gran variedad de documentos interactivos como folletos digitales, libros electrónicos y revistas. Además, permite añadir interactividad, animación, videos y sonido. Usualmente se utiliza para paginar revistas, periódicos y otros materiales de publicación, ofrece como resultado un producto de aspecto profesional. (idt, 2015)*

## **5.03 Formulación del proceso de aplicación**

### **Multimedia**

#### **5.03.01 Planificación**

##### ***5.03.01.01 propósitos***

El principal propósito del proyecto es, diseñar una revista digital que comunique, difunda las diversas actividades de los distintos colectivos urbanos de la Administración Zonal Calderón.

##### ***5.03.01.02 usuarios***

El grupo objetivo de interés va desde los 15 a 29 años de edad, cave recalcar que se convierte en potencial usuario todo aquel que posee alguna cuenta en cualquiera de las distintas redes sociales ya que nuestro principal medio de difusión para nuestra revista será las redes sociales.

##### ***5.03.01.03 herramientas***

Para el desarrollo de este proyecto las herramientas que se utilizaron son:

Hardware: Laptop Hacer, sistema operativo Windows 7 de 64 bit, procesador core i5, memoria RAM de 4gb.

Cámara D-SLR NIKON D5100, tarjeta HDMI de 16.9 millones de píxeles 1 tarjeta de memoria SD (Secure Digital) Sensibilidad ISO 100 -6400 Objetivo Tamron 55

200

Software: Para el desarrollo de este proyecto (Revista Digital) utilizamos los programas de Adobe Ilustrador CS6, Adobe Photoshop CS6, Adobe Flash CS6 (Action Script 0.3), y Adobe InDesign CS6.

#### ***5.03.01.04 desarrollo***

El desarrollo de nuestra revista digital consiste en diagramar de manera clara todo el contenido de la revista con la finalidad de que los artículos y contenidos de la revista sean más claros para el lector se esté parte de nuestro grupo objetivo o no ya que tendrán acceso a nuestra revista todo usuario perteneciente a una red social si bien es cierto mediante esta plataforma la de las redes sociales se puede segmentar muy bien a nuestro grupo objetivo existe la posibilidad que un usuario se encuentre navegando por las redes sociales y encuentre nuestra revista y si le interesa tendrá acceso es por ello que la diagramación de la revista fue pensada para entender su contenido de forma directa independiente si pertenece o no a un colectivo urbano.

Es importante resaltar que nuestra revista contara con entrevistas, biografías, eventos, actividades de los diferentes colectivos urbanos de la Administración Zonal Calderón quienes pasan a formar parte protagonista de la revista.

Bien el principal medio para acceder a nuestra revista digital es el internet, las redes sociales lugar donde nuestro grupo objetivo tendrá la posibilidad de descargar la aplicación de la revista ya sea q lo quiera visualizar en su PC, laptop, tablet, teléfonos inteligentes esto es importante porque la revista esa pensada para ser visualizada en cualquiera de estos dispositivos móviles su diagramación es distinta para las diferentes opciones ya que nuestro grupo objetivo se encuentra muy

adaptado a este tipo de dispositivos en los que pueden acceder a la información cuando quieran donde quieran.

La revista no cuenta con esa desventaja ya que posee para la versión de PC o laptop un pdf interactivo que guiará a través de todo el contenido brindando una experiencia más gratificante con hipervínculos a los diferentes portafolios, fan page, canal de YouTube de los colectivos urbanos que constan en nuestra revista. Para la versión de tablet, teléfonos inteligentes existe una aplicación descargable que se instala en el dispositivo brindándole la opción al usuario de interactuar el contenido visualizándolo de forma vertical u horizontal debido a que este es la principal función de estos dispositivos la revista cuenta con dos diagramaciones una vertical y la otra horizontal para que el usuario no pierda este atractivo mas que los videos y fotos forman parte de la revista también posee los hipervínculos para los diferentes portafolios, fan page de los artistas.

### 5.03.01.05 mapas de contenidos

-Editorial

-Entrevista Alex Jara

-Evento Graffiti por el Medio Ambiente

-Entrevista DinastiFami Crew

-Evento Los Jóvenes en Minga por nuestro derecho al Espacio Público

-Entrevista DHC

-Entrevista Alquigraff

### 5.03.02 Diseño de Interfaz

#### 5.03.02.01 imagen corporativa

**Diseño del Logotipo:**



El logotipo está conformado por su parte Tipográfica y un Isotipo, este Isotipo fue diseñado a partir de la cruz Inca (Chacana) debido a que la mayoría por no decir todas las culturas ancestrales le otorgaban un gran significado astrológico y sagrado entre ellos no podría faltar los kitucara quienes fueron los primeros habitantes de la hoy conocida Administración Zonal Calderón cabe resaltar que sus territorios eran mucho más amplios el pueblo kitucara fue el fundador de la ciudad de Quito nombre que se le dio en época de lo colonia por parte de los españoles haciendo referencia los habitantes que fueron conquistados los kitucaras.

El principal idioma y que aún se práctica en las comunidades de calderón es el kichua por lo que el nombre está escrito en esta lengua Supay = ángel o demonio es un ser místico que era venerado por los ancestros y Jawik = que es pintor la traducción sería ángel pintor o demonio pintor es una analogía que va muy bien con lo que hoy en día son los jóvenes pertenecientes a los colectivos urbanos ya que la mayoría de la sociedad cree que son malos o lo que hacen está mal y no se dan el tiempo de conocerlos a fondo y descubrirán su bondad y compromiso hacia la sociedad por aportar lo que son su en esencia.

#### ***5.03.02.02 colores***

Los colores que se usan en el Isotipo parten de los siete colores representativos de la cultura Inca quienes otorgaron un significado y simbología a cada color, este fue el punto de partida para usar las diferentes tonalidades de los colores que aparecen en el Isotipo lo combinamos con el círculo de colores primarios que fue ubicado en el centro del Isotipo esto para justificar la obtención de las diferentes gamas de color.

### 5.03.02.03 tipografía

La tipografía que usamos para el logotipo es Monsta Tag Personal ya que representa un estilo urbano que busca generar en el grupo objetivo un mayor interés ya que va acorde con la forma de escribir de hoy por hoy de los jóvenes pertenecientes a los distintos colectivos urbanos de la Administración Zonal Calderón.

Monsta Tag Personal

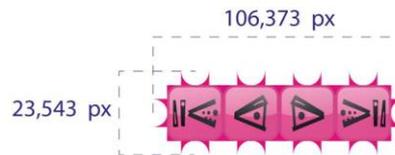
ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm  
A B C D E F G H I J K L M a b c d e f g h i j k l m  
N O P Q R S T U V W X Y Z n o p q r s t u v w x y z  
N O P Q R S T U V W X Y Z n o p q r s t u v w x y z

.,-/+\*\_%\$()?i

.,-/+\*\_%\$\*%?†  


#### 5.03.02.04 botones

Los principales botones que se utilizó para la elaboración de la revista son los de navegación que nos permiten desplazarnos por todos los artículos de la revistas se encuentran presentes en todas las páginas de las mismas y sus colores dependen de las páginas maestras que se estén usando en la revista por lo general siempre va ser un color de los que aparecen en el Isotipo estos botones son: página adelante, página, página final y página principal.



Otros botones que usamos son los que van en la galería de imágenes que nos permiten ver todas las imágenes que se encuentran en el artículo culo color va a depender de la página maestra que se usando en la diagramación de la revista.

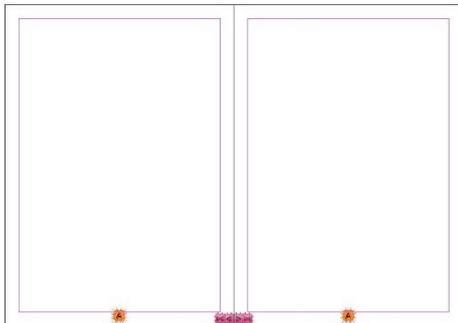


Usamos botones de hipervínculo que nos sirven para re-direccionar nuestra navegación hacia un link externo que está formando parte de nuestro artículo.



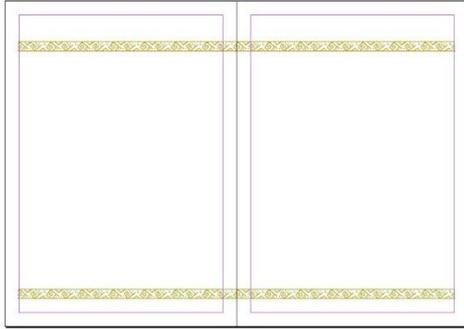
### 5.03.02.05 retículas

Las retículas que usamos son cuatro la primera es para ubicar los botones de navegación en la parte inferior de recha e izquierda respectivamente y la numeración de todas las páginas es decir que esta es la página maestra (ver ilustración A) ira en todas las paginas, a segunda retícula contiene dos líneas horizontales de color naranja (ver ilustración B), la tercera retícula consta de dos cuadros de texto con dos columnas cada uno y dos franjas verticales de color magenta ubicadas a los lados laterales de cada hoja (ver ilustración C), la cuarta retícula consta de dos cuadros de texto con dos columnas cada uno y dos franjas en cada esquina una horizontal y otra vertical de color negro (ver ilustración D).



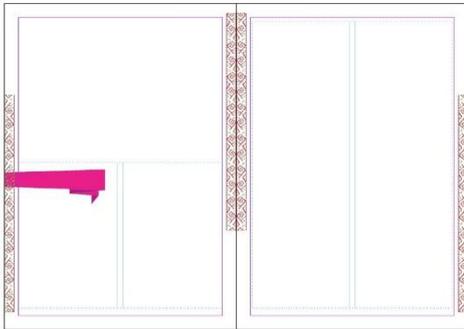
#### **Ilustración 4** *Página Maestra (A)*

Elaborado por: Luis Toscano



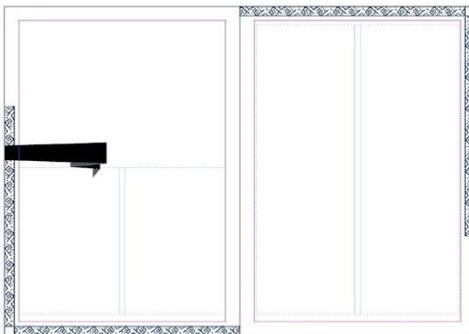
**Ilustración 5** Página Maestra (B)

Elaborado por: Luis Toscano



**Ilustración 6** Pagina Maestra (C)

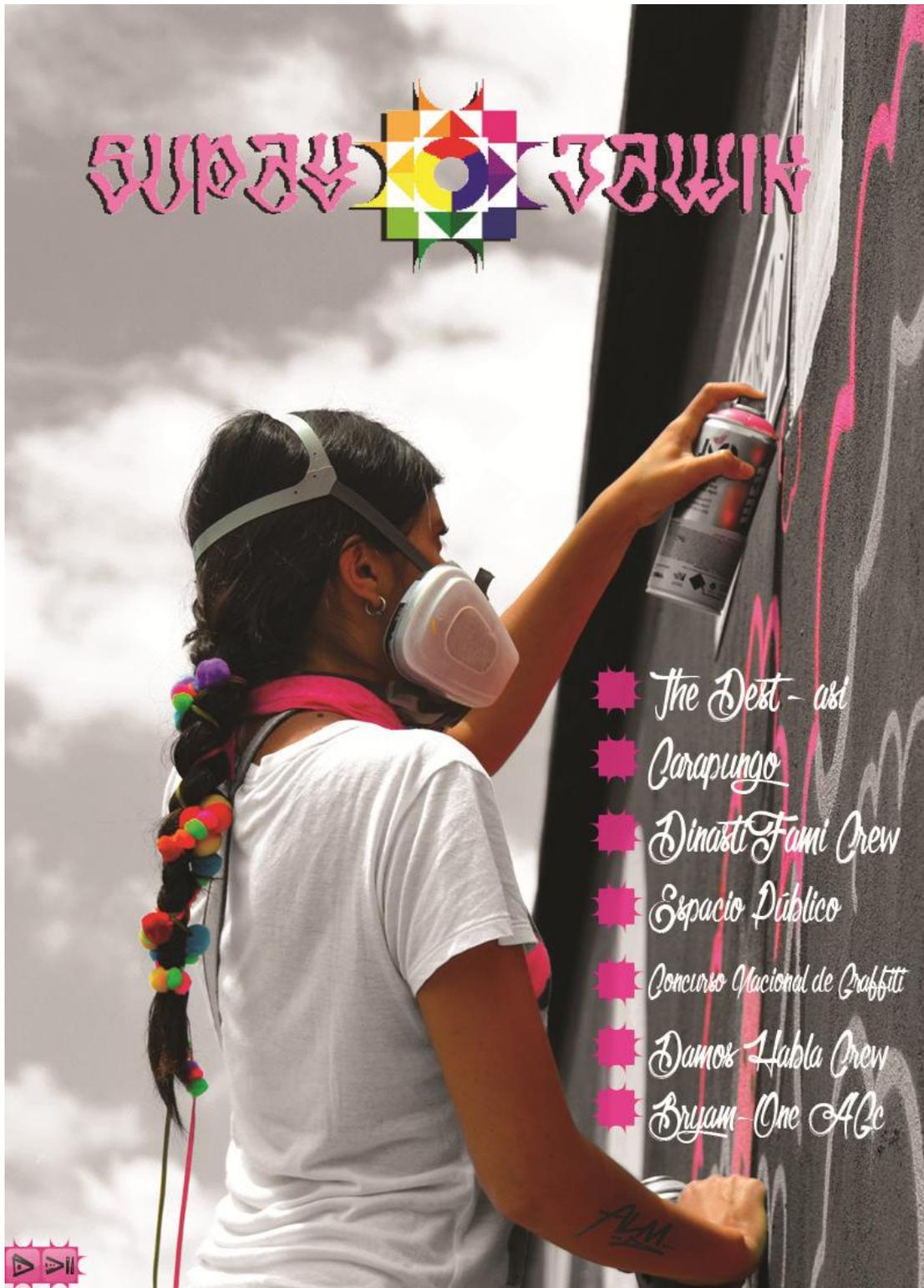
Elaborado por: Luis Toscano



**Ilustración 7** Pagina Maestra (D)

Elaborado por: Luis Toscano

5.03.02.06 producción



**Ilustración 8** Portada de la revista *Supay Jawik*

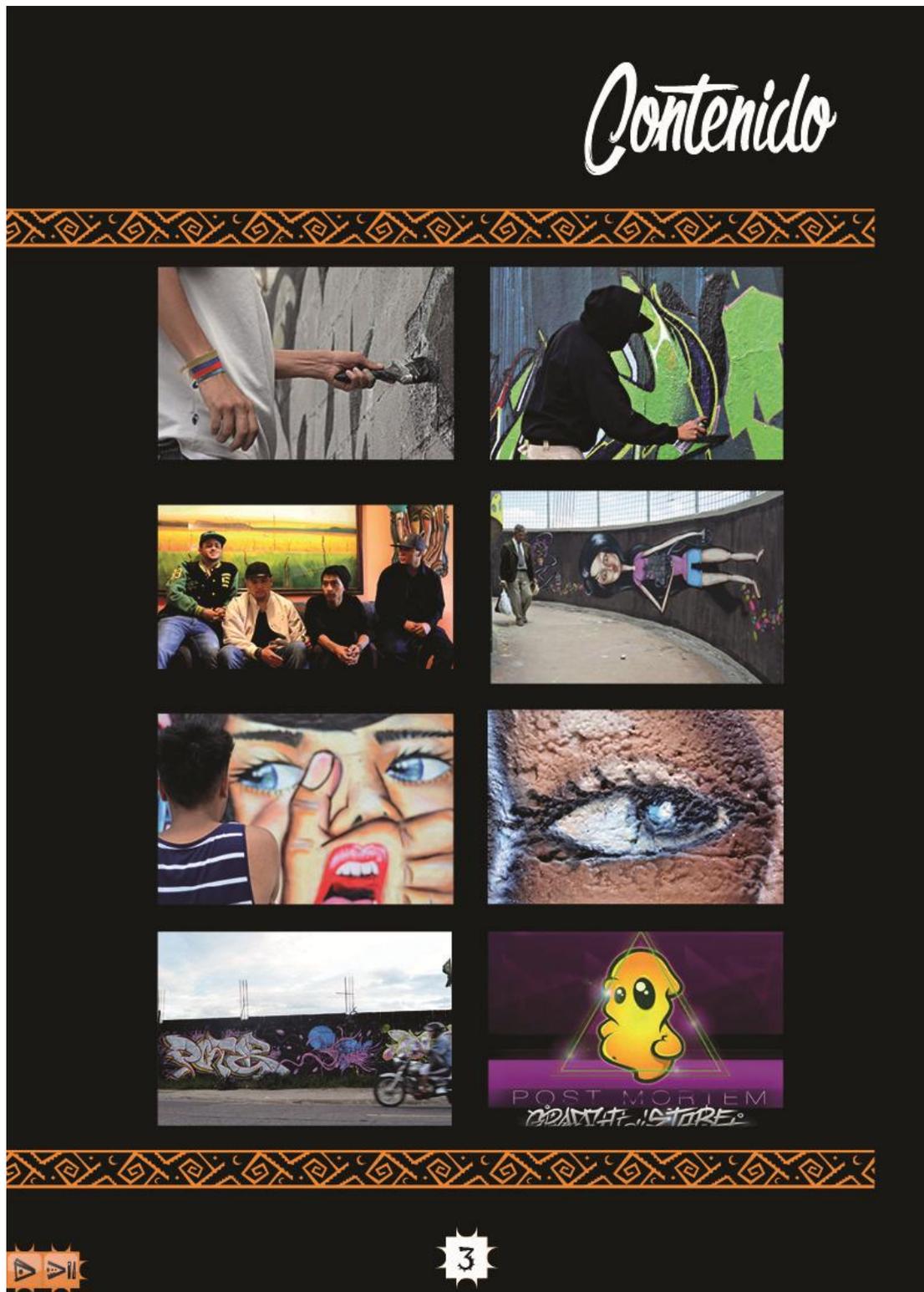
# Editorial

La revista Supay Jawik se la realizó para mostrar el trabajo de los graffiteros que existen y que siguen esforzando para mostrar su arte quitando los estereotipos que existen acerca de ellos dar otro punto de vista diferente acerca del graffiti que tiene la comunidad, además de como sienten el graffiti ;Cuál es su opinión? Pero una cosa es muy cierta que se avanzó un poco más a comparación de los inicios del graffiti en el Ecuador.

Pero también tenemos a los MC que son parte de la cultura Hip-Hop los cuales son marcados por los que hacen como lo comenta La DynastyFamily Crew un grupo de Mc's que los catalogan de distintas formas solo por ser como son y como en todo acerca de la cultura por personas que no entienden muy bien el concepto en sí de los graffiteros y Mc's con lo que quieren transmitir unos por la música y otros por la pintura que es su forma de transmitir lo que sienten sin dañar a nadie.

Y si algo es cierto debería existir mucho más apoyo por parte del Municipio para los proyectos de cualquier tipo de Colectivo para la convivencia con la comunidad y así entiendan un poco más acerca de ellos y no ponerles restricciones o peores ordenanzas como la que se está elaborando en el Municipio ya que esto es una forma de quitar la libre expresión de las personas.

*Ilustración 9 Editorial*



**Ilustración 10** *Contenido*

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA REVISTA DIGITAL PARA INFORMAR LAS NUEVAS TENDENCIAS, TÉCNICAS, ESTILOS, EVENTOS DE LOS DISTINTOS COLECTIVOS URBANOS DE LA ADMINISTRACIÓN ZONAL CALDERÓN.



Alex Jara  
wild style - Zabala

#### ¿Qué es el graffiti para ti?

El graffiti aparte de ser un arte en mi vida es como un sexto sentido como que una obligación un deber es vital en mi vida para expresar todo lo que no se puede expresar con música tu puedes expresar con los colores con la armonía también puedes expresar tus sentimientos depende si estas alegre, si estas triste, una forma de desahogarte y hacer arte con lo que tu sientes y no hacer cosas cuando estas en un estado, que te puedes arrepentir de hacer esas cosas cuando yo tengo problemas mi única salida es desahogarme en el graffiti y no refugiarme en otras cosas igual como saben decir mis papás prefiero apoyarte para que gastes en latas que te gastes en los vicios entonces eso es el graffiti para mí.

#### ¿Si el graffiti es un medio de comunicación porque piensas o que crees que hace falta para que la gente lo acepte mejor para que no haya rechazo por parte de la sociedad hacia el graffiti?

Eso ya depende de cada persona porque la forma del graffiti ya tiene que ver mucho con el hip hop entonces es como que se relaciona con la libertad de expresión entonces hay gente que también está de acuerdo con estar en contra con lo que es el graffiti en si ya que ay mucha variedad de jóvenes que cogen una lata por rayar no se esfuerzan por mejorar entonces dañan las casas entonces para que la gente lo acepte debería haber talleres donde se enseñen acerca de la Cultura una idea sería que lo hagan en las escuelas para que vayan formándose como artistas para que las calles ya no sean rayadas comoquiera si no que sean verdaderas galerías.

#### ¿En el sector que tú vives el graffiti si es bien visto por parte de la sociedad y por los jóvenes es acogido?

Si Por los jóvenes si por mi barrio por mi esquina ya todos me conocen porque que yo no rayo

### Ilustración 11 *The Dest entrevista*

así como quien dice para dañar la propiedad sino que yo me acerco y les digo que me dejen hacer temas de proyecto la gente me entiende porque es transformar, darle vida a una pared entonces es bien visto también.

#### ¿Crees que existe comunicación o amistad entre graffiteros, pintores, cantantes de rap en el sector de calderón?

No en el Ecuador la cultura esta como que desunida entonces cuando tu pasas por alado de alguien que pinta o de algún rapero es como que como que fuese competencia entonces no hay la esencia que es la hermandad y la unión debería haber esa unidad y tomar conciencia de no somos rivales sino una hermandad, siempre hay uno que empieza y otro que está más arriba entonces en lugar de enseñarle es el yo soy más que tu cuando debería darle la mano para que sigamos aprendiendo todos porque siempre hay algo que aprender



#### ¿Crees que sería bueno crear un colectivo a nivel de la administración zonal calderón para poder unificar más estos grupos estos jóvenes?

Yo creo que si sería interesante unir a todos y tener un refugio entonces uno como club para llegar todos los que compartimos la misma idea, el mismo arte entonces sería mejor porque así aprenderíamos unos de los otros y también niños chiquitos, grandes ya es como formar una familia entendiendo en lo mismo que es el arte.

#### ¿Para ti cual crees o consideras que es la esencia del graffiti?

La esencia del graffiti proviene de los sentimientos porque la esencia de todo es el amor, si tú tienes amor a lo que haces vas hacerlo bien porque lo amas y no lo haces por ser reconocido o por algo sino lo haces porque es una necesidad en ti entonces la esencia yo creo que es esa y sobre todo también algo que va de la mano es la

humildad.

#### ¿Qué les dirías a los jóvenes a los muchachos que están saliendo recién que están queriendo involucrarse con este mundo?

Que se dediquen más y como siempre les he dicho a algunos que para demostrar que tu verdaderamente quieres ser artista a veces debes dejar de comer para comprarte las pinturas y esforzarte cada día y no esperar que nadie te enseñe sino tú mismo ir aprendiendo y no tratar de vencer a nadie sino vencerte a ti mismo porque tú eres tu único rival con el que vas a mejorar eso.

#### ¿En lo personal que haces tú con las latas vacías?

Las latas vacías a veces les colecciono depende de la fecha especial a veces hay otras que tienen mejor presión me sirven para recargarles y así

sería también un aporte el medio ambiente hay otras que las decoro y las regalo hay otras que las desecho así simplemente. Sería una necesidad que exista una empresa que se dedique como los tanques de gas que se los recarga así mismo con las latas que te recargan la pintura.



### Ilustración 12 Entrevista y Video



**Ilustración 13** *Graffiti por el Medio Ambiente*

## Graffiti en Carapungo

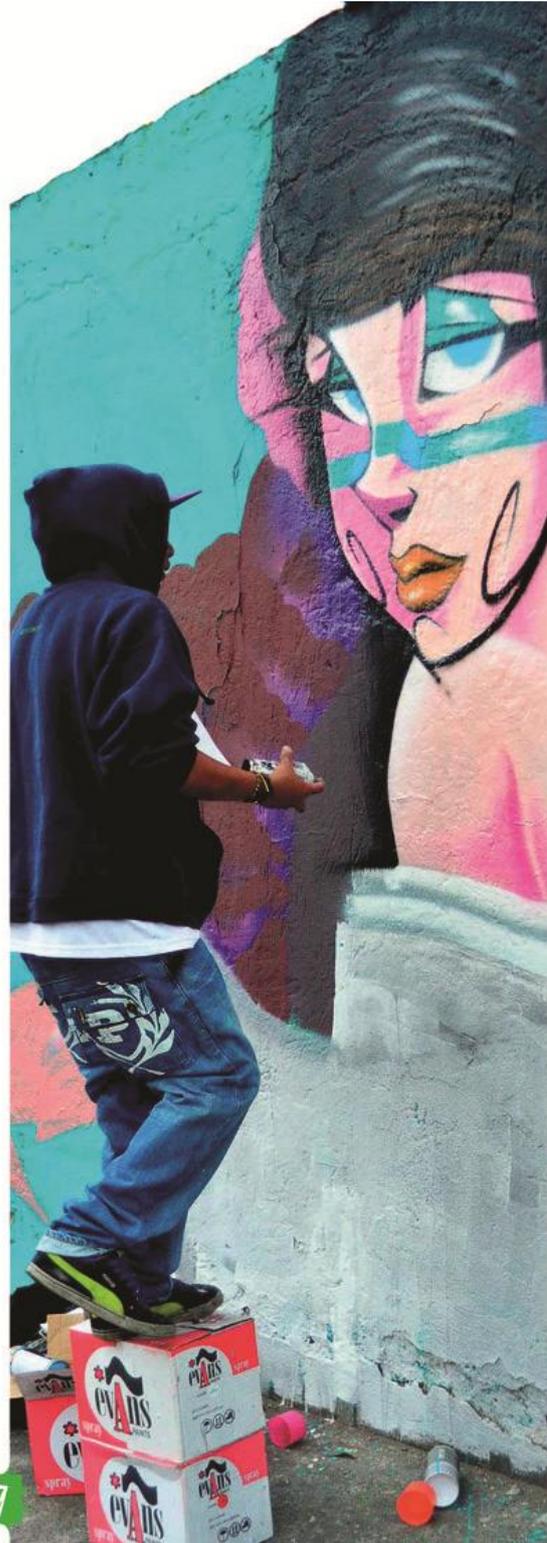
Este evento fue realizado por varias personas su principal gestor Josué Herrera miembro de la Guardia Secreta Colectivo y con el auspicio del Gobierno de la Provincia de Pichincha y Just Desing, organizaron el evento en Carapungo con una temática por la cual quisieron manejar la idea creativa de los murales fue pensada en el Medio Ambiente con el afán de mostrar la Cultura por parte de los jóvenes graffiteros

El muro escogido para desarrollar este evento fueron las fachadas de la Residencia de las Monjas de Carapungo ubicado a la entrada del mismo sector alado del supermercado Gran AKI estas paredes llevan varios años ya de ser intervenidas por jóvenes graffiteros por ello este es uno de los muros con mayor reconocimiento en el sector de Calderón, por el que han pasado distintos artistas plasmado su arte.

En esta intervención participaron varios graffiteros de distintas parte del país y de la AZCA entre los cuales podemos recalcar la presencia de graffiteros de amplia trayectoria como son: T-Broz, Skipy, T-naz, Deux Zure, entre otros quienes se esforzaron por dejar lo mejor de ellos en cada muro como lo hacen en cada uno de sus trabajos.

En este tipo de encuentros es donde se fortalece los lazos de amistad y hermandad entre graffiteros a la par con la comunidad del sector de Carapungo que aprecia el arte de los jóvenes generando una mayor aceptación a estos colectivos urbanos.

Una de las expectativas del evento era generar un impacto visual mayor que el de las anteriores intervenciones y con esto descongestionar el impacto generado por la publicidad que muchas de las veces es asfixiante, al tener un espacio público con intervenciones artísticas generamos una distracción en la cotidianidad de los moradores de Carapungo.



**Ilustración 14** Graffiti Carapungo



**Ilustración 15** *Fotos de evento Carapungo*



**Ilustración 16** *Fotos del mural Carapungo*



### DinastiFami Crew San José de Morán

#### ¿Cómo comenzó y formo DynastyFami Crew?

(RBJ) Bueno Dinastifami empezó en el 2009, mi hermano y yo empezamos a escribir los primeros temas, sobre nuestras vivencias, acerca de lo que nos envolvía el guetto, situaciones sociales todo lo que envuelve a este mundo en el transcurso de los años ha evolucionado en el estilo y hemos implementado nuevos estilos musicales y fusionamos lo que es el Reggae y Rap así que cada uno de los integrantes tiene su estilo en el 2014 de incorporo Erick se incorporó Daniel cada uno ya tiene su estilo ya definido Erick tiene un estilo más A&B, Daniel tienen estilo más Rud de Reggae, Markos tiene su estilo de Raggae y yo un estilo Rap pesado, Hardcore esa es nuestra propuesta lo que estamos presentando ahora.

#### ¿Cuáles son sus influencias?

(Rud Bwoy) Nuestra influencia es todo lo que vemos a nuestro alrededor como dijo "eRe" nuestras vivencias todo lo que hemos vivido.

(Kan Brea) Más que nada dejar un mensaje claro a la gente que nos escucha cada uno da un mensaje y la gente lo interpreta de diferente manera eso super vacan.

(RBJ) Referente a las influencias es tratar de sacar lo antiguo fusionarlo y hacerlo algo más moderno como el Reggae antiguo, lo que era en sus tiempos el Dancehall fusionarlo con el movimiento con el Hip-Hop hacerlo uno que sea una fiesta para que toda la gente lo viva como una fiesta porque el Hip-Hop es eso es llevarlo desde adentro y sacarlo sin prejuicios sin que alguien te diga como tienes que hacerlo sino hacerlo natural.

#### ¿Quién les ayuda con la promoción o trabajan con un sello discográfico?

(RBJ) Tenemos tres amigos que nos están ayudando, principalmente esta Darwin de Solo Escupimos Rap su sello es Wisdom records la mayoría de los temas estamos grabando ahí donde él, la producción igual masterización él se encarga de todo eso. También nuestro amigo Fernando Villacres de Hot Music que nos está ayudando con la producción y la realización de algunos Bits y Jhonatan de Inmortal tu Miusic la producción del Mas-

Ilustración 17 *DinastiFami Crew*

ter final tenemos un amigo de Colombia que nos está ayudando con los bits para hacerlo algo más propio, mas nuestro, algo más original.

**¿Con quién han compartido escena o escenario?**

Con Solo Escupimos Rap con muchos grupos: Solo Escupimos Rap, Escritores EC, Alma Rasta, Fonky Rud.

(RBJ) hemos tenido la suerte también de compartir con artistas Internacionales como son Dama, Snort, Insupa también Pedro Mo que también estuvo por aquí el país y Guanaco en un festival que tuvimos igual Mugre Sur grupos y Bandas que ya son conocidos en el medio y nosotros también vamos dejando nuestro granito de arena y dejando nuestra huella en este largo camino.

**¿Cómo ven el movimiento del hip hop en el Ecuador?**

El movimiento está creciendo el movimiento está dando pasos firmes pero no acelerados claro que hay algunas piedritas que se ponen en el camino para que el movimiento para que no evolucione al 100% y estancándose poco a poco.

(Kan Brea) Más que nada el movimiento aquí en el Ecuador está marcado por una etiqueta, que si tú te vistes ancho o su tu escuchas Hip-Hop ya eres un ladrón, un drogadicto esa etiqueta que-remos quitarla.

(Rud Bwoy) Más que todo es lo que nuestra esencia el transmitir el mensaje y que la gente cambie ese concepto que nos tienen hacia nosotros.

(Kan Say) Que la gente comprenda que no porque una persona lleva ropa ancha tiene que ver con caminos malos algo así sino que nosotros queremos dar un mensaje para que la gente vea que no es así.

**¿Cuál es la verdadera esencia del hip-hop para ustedes?**

La verdadera esencia es el amor y el sacrificio porque si tú lo haces por amor no vas a tener que sentir sacrificio y vivirlo porque vivir del HIP-HOP

o vivir de la música este país es demasiado duro entonces el Hip-Hop para mí significa eso amor y sacrificio.

**¿Cuál es el cambio más radical que han visto dentro de la cultura?**

(Kan Brea) Más aceptación he visto un poco más de tolerancia de parte de la gente lo acepta y dice no los muchachos son parte de nuestra sociedad entonces ya es más aceptada en nuestro país y eso es muy bueno porque estamos dando grandes pasos.

**¿En la zona calderón que piensan del hip hop?**

(Rud Bwoy) Casi siempre existe rivalidad, no hay un compañerismo decir loco que vacan tu trabajo sin envidiarte porque si bien es cierto cada uno busca su progreso no existe nada más y si tu quieres un buen material un buen trabajo pues tienes que sacrificarte porque como dijeron no es fácil vivir de la música es muy difícil y aquí en el Ecuador se apoya más lo que es solo la música nacional y no a lo que es Urbano y aquí en Calderón se vio un cambio radical si tú ibas con tu grupo te apoyaba vacan cantaste y te fuiste nada más y ahora hay un poco más de apoyo algo más social, más sincera.

(Kan Say) Por esas críticas nosotros tenemos que crecer tenemos que saber crecer y acoger bien esas críticas igual los criterios positivos y negativos uno tiene que saber llevarlos bien eso.

**¿Cuáles son sus proyectos a futuro?**

(RBJ) Lo primero que ahorita tenemos en mente es grabar nuestro álbum que gracias a Dios ya vamos casi con el 50% acabado ya como te dije de wisdom y gracias a ellos lo estamos sacándolo adelante y ya no se está estancando como otros años hemos tenido solo en mente pero no hemos puesto en práctica ahora ya está ahora esperamos que para este año 2015 se venga nuestro álbum que se va a llamar "SE TRATA" unos dos videos que estamos viendo para realizarlos y nuestra propia línea de ropa donde esperamos que a la gente apoyo y sea de su agrado también.



**Ilustración 18** Entrevista DinastiFami Crew



(Rud Bwoy) Más que todo el disco contiene una fusión que no solo marca estilos, no solo marca temáticas diferentes es algo que para tu oído sea agradable por algo fusionamos lo que es el A&B, Rud, el Hardcore, tratamos de hacer todos una armonía que para el oído sea agradable y que de verdad nuestro material llegue y guste a la gente.

(Kan brea) Igual el día jueves lanzamos una de las primeras canciones de adelanto para nuestro álbum que se llama "FRIEND" y es una función de tipo flamenco con Dancehall y Reggae entonces

(RBJ) Y la temática en la que se basa es sobre lo que esta cambiando la sociedad la delincuencia, las muertes, los asesinatos, las violaciones se enfasca en el mismo tema con ritmos musicales que hablaban sobre otros eso es lo que nosotros estamos haciendo es fusionar ritmos con la realidad con la que se está viviendo.

#### ¿Acerca del álbum "SE TRATA"?

(RBJ) "SE TRATA" es algo natural es como que le decimos a la gente simplemente se trata de vivir nada más de ser tú se trata de vivir como tú eres simplemente es lo es de eso se trata.

#### ¿Algo que desean transmitir a nuestros lectores?

Un mensaje un tema vivan natural vivan libres, no tienen que cambiar su forma de ser que la sociedad no acepta, se trata de ser ellos mismos que todos tenemos que aprender hacer más sencillos que todo en la vida es de luchar y el que no lucha, que persigan sus sueños más que nada que la música que la música te llene tanto en el alma como en el corazón y que fusionada con la mente se puedan cumplir todas las metas y todos los sueños por adelante ese es nuestro mensaje básicamente



12



**Ilustración 19** Video y Entrevista



**Ilustración 20** Fotos del grupo y firma



### Los Jóvenes en Minga por nuestro derecho al Espacio Público

Nuestra sociedad se ha ido configurado en una suerte de resultados históricos socios políticos y culturales marcada fuertemente por una visión occidentalista y adultocéntrica, generando graves brechas de exclusión hacia otros grupos sociales minoritarios.

Por un lado la pérdida de la cultura ancestral en los jóvenes, se enfatiza con una explosión desde un fuerte impacto por la globalización, generando individuos aislados y sin identidad propia, como jóvenes y como sujetos de un proceso histórico.

En este contexto, desde la misma juventud ha surgido la necesidad de abrirse espacio en una sociedad muy diferenciada y con pocos espacios de expresión a nivel social y político. Además como la necesidad de generar un proceso de reflexión

interna entre los mismos colectivos juveniles que permitan a otros jóvenes tener una mirada más amplia de la realidad y desde ahí ir generando propuesta para el cambio.

En ese sentido Los Jóvenes en Minga por nuestro derecho al Espacio Público pretende aportar al proceso que se ha venido desarrollando para trabajar con estas organizaciones de jóvenes presentes en la zona que se encuentran al margen de los asuntos públicos y políticos; para ello se prevé articular a tres actores, por una parte la participación juvenil propiciada por la Organización Red Jóvenes Calderón, los Scouts y los grupos de representación juvenil de los colegios de la zona, además los diferentes grupos y colectivos de grafiteros y música urbana de la zona.

La propuesta se transversaliza por un eje de identidad y respeto a las diversas expresiones juveniles, además integrando por un criterio de ecología y derecho a la ciudad de toda la colectividad. Como resultado final, se pretende sensibilizar a los jóvenes en el cuidado del espacio público y la sociedad en general en la inclusión y respeto a las expresiones juveniles.



**Ilustración 21** Evento los jóvenes en minga por el espacio público.

**Contiene cuatro componentes:**

Participación: Minga por el espacio público

Cultural: Desarrollo e inclusión de la cultura urbana

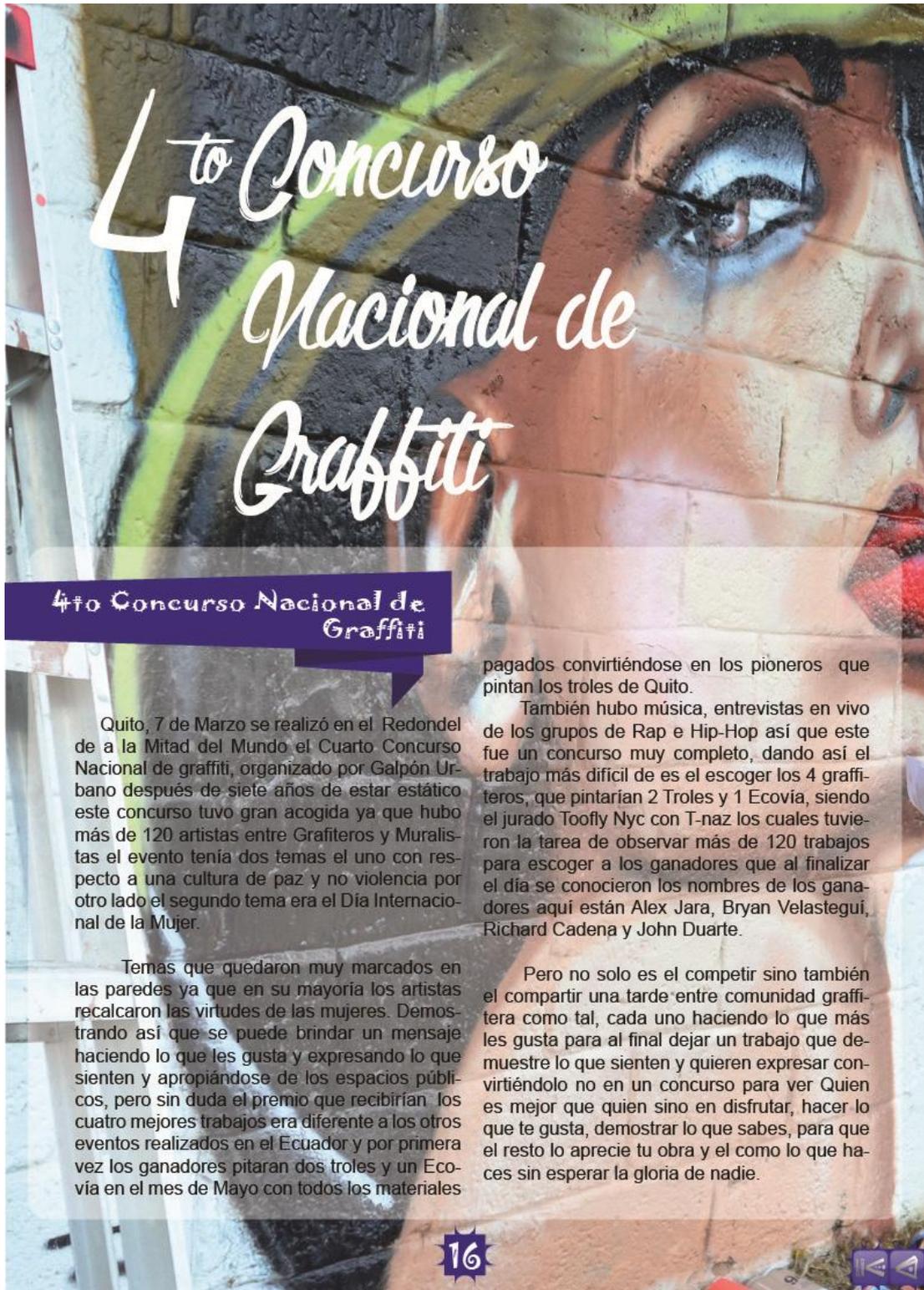
Social: Acto simbólico de compromiso

Ambiental: reforestación y conciencia ecológica

Uno de los principales objetivos es generar un proceso de participación juvenil a través de prácticas ancestrales como la minga y otras contemporáneas, como el graffiti y la música, que contribuyan al empoderamiento ciudadano, la reflexión y la acción por la toma del espacio público a la par generar una conciencia social del respeto a las culturas juveniles y sobre el derecho a la ciudad en los jóvenes y la comunidad en general.



**Ilustración 22** *Fotos del puente peatonal*



#### 4to Concurso Nacional de Graffiti

Quito, 7 de Marzo se realizó en el Redondel de a la Mitad del Mundo el Cuarto Concurso Nacional de graffiti, organizado por Galpón Urbano después de siete años de estar estático este concurso tuvo gran acogida ya que hubo más de 120 artistas entre Grafiteros y Muralistas el evento tenía dos temas el uno con respecto a una cultura de paz y no violencia por otro lado el segundo tema era el Día Internacional de la Mujer.

Temas que quedaron muy marcados en las paredes ya que en su mayoría los artistas recalcaron las virtudes de las mujeres. Demostrando así que se puede brindar un mensaje haciendo lo que les gusta y expresando lo que sienten y apropiándose de los espacios públicos, pero sin duda el premio que recibirían los cuatro mejores trabajos era diferente a los otros eventos realizados en el Ecuador y por primera vez los ganadores pintaron dos troles y un Eco-vía en el mes de Mayo con todos los materiales

pagados convirtiéndose en los pioneros que pintan los troles de Quito.

También hubo música, entrevistas en vivo de los grupos de Rap e Hip-Hop así que este fue un concurso muy completo, dando así el trabajo más difícil de es el escoger los 4 grafiteros, que pintarían 2 Troles y 1 Eco-vía, siendo el jurado Toofly Nyc con T-naz los cuales tuvieron la tarea de observar más de 120 trabajos para escoger a los ganadores que al finalizar el día se conocieron los nombres de los ganadores aquí están Alex Jara, Bryan Velastegui, Richard Cadena y John Duarte.

Pero no solo es el competir sino también el compartir una tarde entre comunidad graffitera como tal, cada uno haciendo lo que más les gusta para al final dejar un trabajo que demuestre lo que sienten y quieren expresar convirtiéndolo no en un concurso para ver Quien es mejor que quien sino en disfrutar, hacer lo que te gusta, demostrar lo que sabes, para que el resto lo aprecie tu obra y el como lo que haces sin esperar la gloria de nadie.

**Ilustración 23** 4to Concurso Nacional de Graffiti



Ilustración 24 Fotos del evento en el Redondel la Mitad del Mundo



## Damos Habla Crew

### ¿Cuéntanos un poco de tu biografía?

Mi nombre es Nestor Paul Tufiño, mi seudónimo es Just one más conocido en el mundo artístico del Graffiti en la ciudad de Quito represento a mi Colectivo DHC estoy interviniendo en el graffiti más o menos desde finales del 2008 individual por algunos meses después iniciamos el Colectivo hoy en día el Colectivo forma de 5 personas Just One, mi hermano Smok, Spart, Mas y Dedos, mi colectivo fue formado en el año 2010 centrado por ideologías de panas de este mismo sector de Marianitas y algunos panas del sector aledaño de San Juan de Calderón somos un colectivo que abrió las puertas de ideología a la sociedad de trabajar en conjunto de ser asimilados y no criticados tanto por la sociedad por el hecho de vandalismo, afectación o de ese índole.

Como mi descripción personal hago sumamente lo que es lettering, empecé haciendo bombas hoy en día tengo mi estilo wallstyle.

Actualmente tengo una tienda de graffiti, que es mi trabajo y de ahí nace mi vida artística, mi tienda encuentra en mi sector con reconocimiento en lo que es spray o cualquier tipo de accesorios.

He trabajado con algunas Instituciones como es Abro Industrias que trabajaban aquí y se mudaron a Amaguaña, con casa metro juventudes, la Administración Zonal Norte Calderón y algunas otras empresas como la línea Evans y línea Pintulac. Mi vida artística no pinto muy seguido una o dos pintadas cada mes por el hecho que no dispongo mucho de tiempo recientemente estuve en la intervención de un muro con un amigo que me invito Spark igual de mí colectivo.

La incursión en la calle me ha motivado a conocer personas como Climax, Monosapiens Crew, Many, Santos, Tenso son las personas que igual están con migo apoyándose, haciendo críticas constructivas.

Hablar hoy en día del graffiti quizás es un poco problemático ya que estamos afectados por una Ordenanza Municipal que es el número 282 por afectación, y apoderamiento del espacio público ya no se puede pintar tranquilamente hoy en día es así que se ha reducido bastante lo que es el graffiti no artístico sino vandálico y destructivo a la sociedad es así que nosotros como colectivo hemos perdido apoyo por varias entidades porque en si está generalizado todo el tema y eso nos ha

Ilustración 25 Justone DHC

dejado en estánbay totalmente todos los proyectos hemos perdido apoyo lo que es la Administración Zonal Norte de lo cual iniciamos un proyecto de jóvenes encaminado para llegar a un objetivo en sí de tener todos un colectivo en esto de la comunidad Calderón.

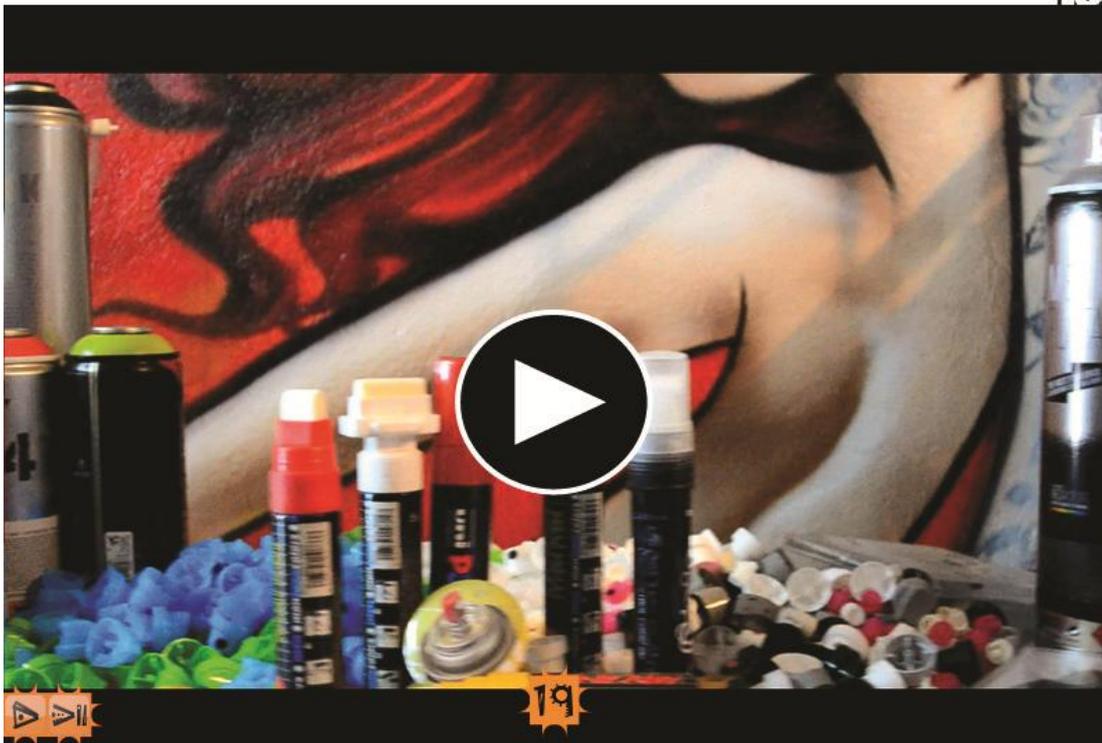
El hacer una agrupación es de totalmente de apertura para nosotros ya que en esta parte ganamos y bonificas en si como colectivo DHC sumándonos a otros panas a otras Crew a otra colectividad que es te de acuerdo con la misma ideología para relacionarse aún más con la sociedad conseguir organizarnos, planificar y de hecho trabajar de la mano hasta inclusive ponemos la objetividad de lo que ocupar el espacio público, participación ciudadana, juvenil entorno al Graffiti también entorno a lo que es culturas urbanas netamente en este sector es así como he fomentado quizás la ayuda, la comunicación entre algunos panas que están surgiendo y tiene de hecho buen talento aquí algunos de esos panas son Blok, Dest recientemente estuvo participando en el 4to concurso nacional de graffiti en el sector del Condado hace un mes aproximadamente yo conozco sus inicios el pana se ha ganado sumamente respeto bien y ha progresado bastante.

Algo más que quiero acotar es de mi Crew como ya lo mencione está conformado por 5 personas yo soy la cabeza el eje fundamental para ellos ya que yo soy el mayor y de un concepto ya más formado, propio y responsable, el resto de muchachos está en una edad promedio de 18 años se encuentran estudiando iniciando sus estudios Universitarios.

#### ¿Tu como lo ves al Graffiti en el sector de Calderón crees que existe cultura?

Hay bastantes puntos de rescatar en todo Calderón hay buenos exponentes que realizan buenos trabajos de graffiti como lettering, caracteres, realismo tiene buenos componentes yo lo considero como en eje fundamental en lo que es el sector Norte de Quito, no comparar lugares pero el Norte es muy productivo.

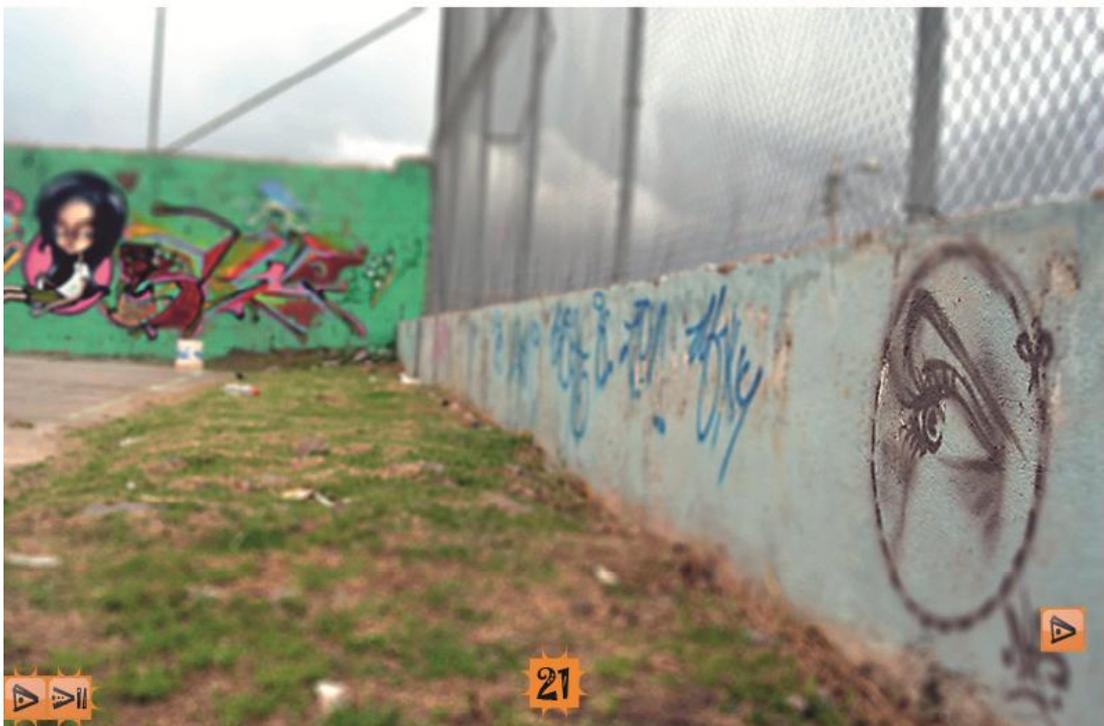
Les voy a mostrar mi tienda de graffiti Just Dising que esta ya tiene 3 años, comenzó de poco como un negocio personal más de esa índole de spray en spray, hoy en día me he fortalecido económicamente ya que es tendido mis ventas Interprovincialmente de esa manera.



**Ilustración 26** Video del local y Entrevista



**Ilustración 27** Trabajos de los DHC



**Ilustración 28** Fotos de mural DHC



## Bryan-One AGc

### ¿Cuál es tu seudónimo en el Graffiti?

Bryan ¿Por qué Bryan? Bueno porque no me gusta ningún apodo y que mejor nombre para pintar que el mío propio.

### ¿Qué significa para ti el Graffiti?

Es simple para mi significa expresar mis emociones lo que yo siento, es algo que nunca falta y está siempre presente en mi día a día desde que me levanto hasta que me acuesto incluso cuando duermo está presente en mis sueños abecés e llegado a pensar que es como una especie de adicción... ¡soy adicto al GRAFFITI!

### ¿Ase que tiempo iniciaste en le Graffiti?

Hace unos años ya más o menos por el 2009 y mi inicio fue porque así gracias al graffiti puedo

expresar lo que siento por dentro o como lo llamo yo en mi mundo.

### ¿Cuál fue el motivo que te impulso para hacer Graffiti?

Fue el simple hecho de no hacer lo q hace todo el mundo, sino saber cómo manifestar algo que no podemos decirlo solo con palabras y el graffiti me ayudado mucho para poder manifestarlo.

### ¿Consideras al Graffiti como un Arte?

Si porque el ver plasmado algo en una pared o en otro objeto o cosa y más aún si fue echo con las manos de uno o de la imaginación de uno mismo puff... eso es todo para mí eso es la conceptualización del arte sacar tu esencia y plasmarlo con tus manos y eso es lo que conseguimos con el graffiti. El arte es satisfacción y el graffiti me da satisfacción.



Ilustración 29 Entrevista Bryan-One AGc

**¿Cómo definirías a tu estilo de Graffiti?**

Eee.. No lo sé ¿porque? definirlo pero bueno dadas las circunstancias tendría que enmarcarlo dentro de un estilo pienso yo que sería el orgánico

**¿Qué esperas obtener del Graffiti?**

No espero nada del graffiti porque lo q yo hago es por mi gusto y no quiero q el graffiti me dé nada porque sería explotar algo q me gusta. Mi destrabe.

**¿Cuándo crees que será el final de hacer Graffiti?**

Uff sería cuando tenga una enfermedad por har-ta lata en mis pulmones y no pueda volver a pintar con spray. Pero creo q retírame del graffiti jamás.

Social



**Ilustración 30** Fotos de trabajos de One



**mtm** DISTRIBUIDOR OFICIAL DE MONTANA COLORS ECUADOR

HASTE FAN DE POST MORTEM EN 

**POST MORTEM**  
**GRAPHTO STORE**

**CENTRO COMERCIAL QUITUS**  
Versalles y San Gregorio OE252  
**Sector Santa Clara**  
2do piso, pasillo 8, **Local 444**  
(ingreso por la Versalles)

ABRIMOS MUY PRONTO  
**ESPERALO**

BRANDS: 94, HARDCORE, MEGA, MEGA, NITRO 2G Colors, NITRO 2G, TRINI, MAXIMO

**Ilustración 31** *Contraportada*

### ***5.03.02.07 navegación – interactividad***

La revista estará enlazada con los sitios web de cada entrevistado permitiendo profundizar sobre el tema específico que al usuario le haya interesado de esta manera completaremos el tema de información de la revista cumpliendo así con el propósito que es informar sobre las nuevas tendencias, técnicas, estilos, eventos, de los distintos colectivos urbanos del AZCA otra de las ventajas es que podemos ampliar las galerías que contiene la revista por medio del enlace de la página donde contenga una galería propia cada artista.

### ***5.03.02.08 servicios***

Con respecto a los servicios que presta la revista digital Supay Jawik tenemos los siguientes:

1. Visibilizar a eventos o artistas que han permanecido en el anonimato por diversos factores influyentes.
2. Popularizar o generar un mayor reconocimiento por parte de la sociedad a los distintos colectivos urbanos.
3. Por medio de los enlaces direccionados a las redes sociales de los entrevistados una comunicación más directa entre colectivos.
4. Dar la pauta para llegar a la conformación de un gran colectivo que abarque todo la AZCA

### 5.03.02.09 imágenes



Formato: 191 x 125,75 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 595,276 x 394,273 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 595,275 x 841,89 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 260,775 x 394,274 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 192,721 x 291,029 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 595,275 x 841,89 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



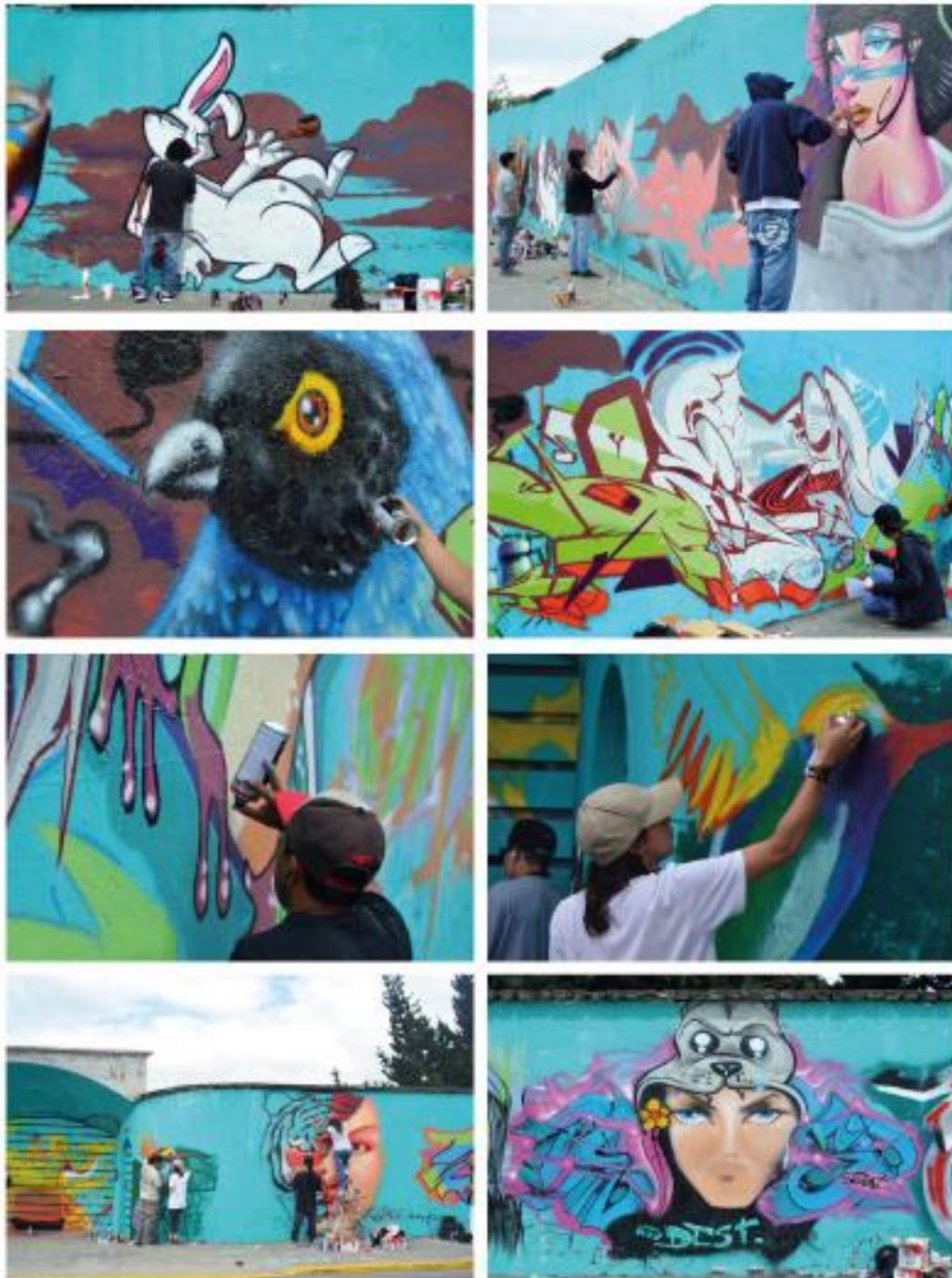
Formato: 290,908 x 841,596 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 595,275 x 249,491 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 595,276 x 394,273 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 595,276 x 394,273 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



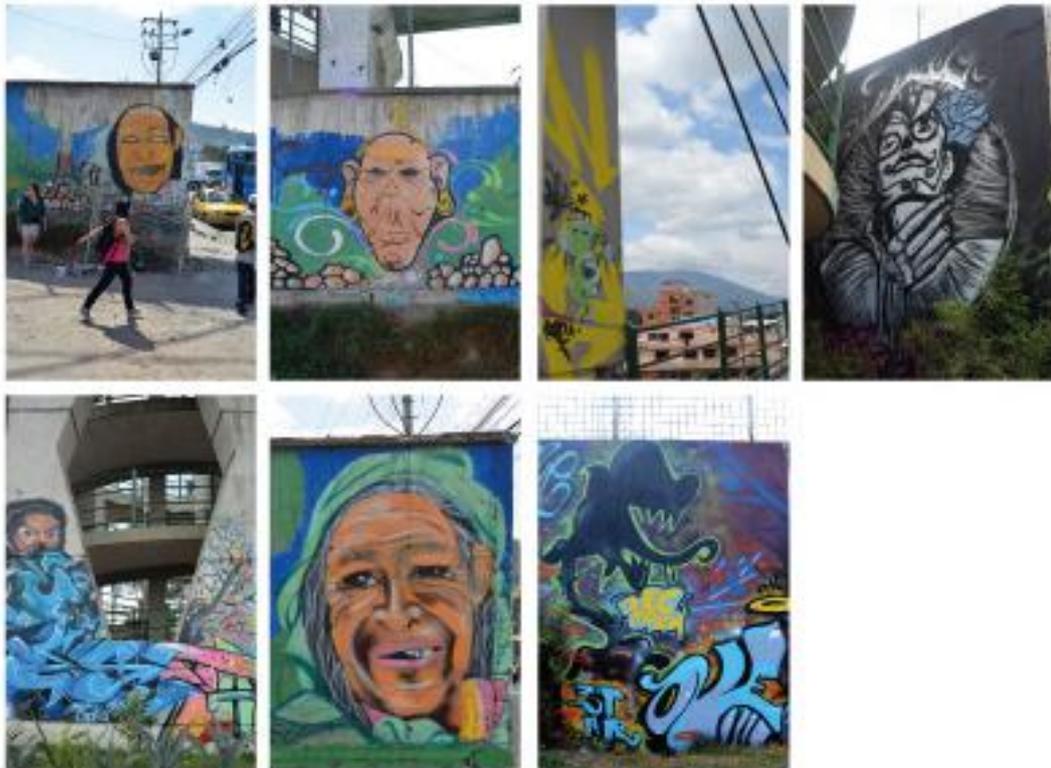
Formato: 289,647 x 436,487 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 595,276 x 394,273 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 595,276 x 394,273 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100



Formato: 289,647 x 436,487 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100

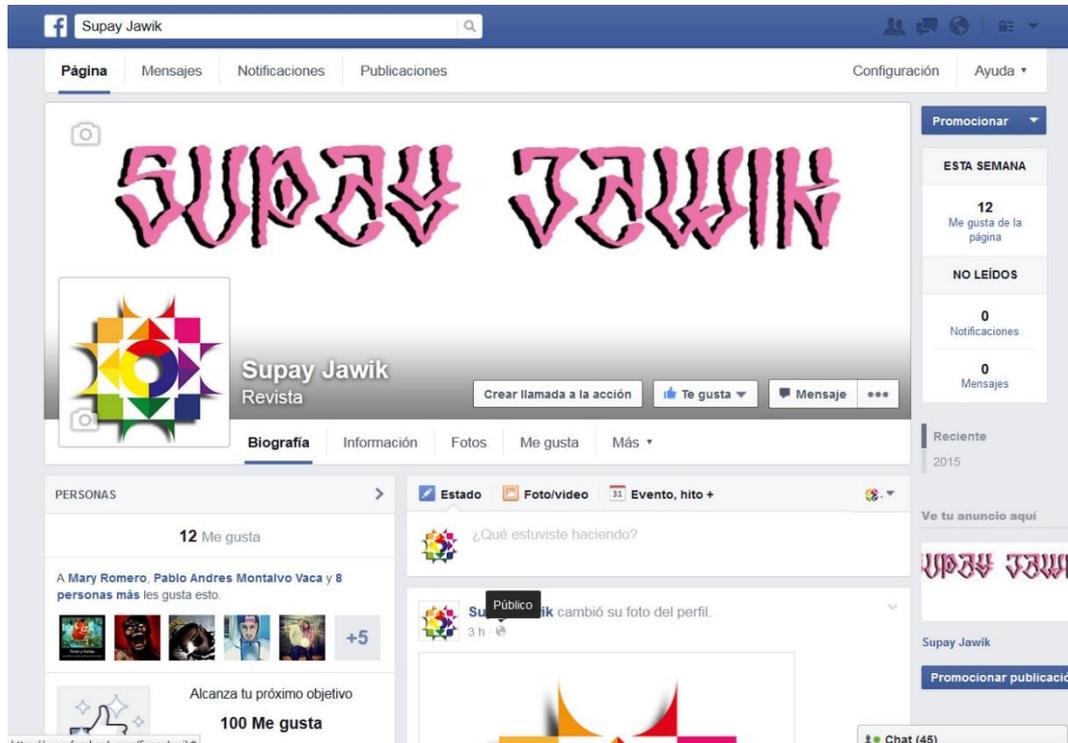


Formato: 595,276 x 394,273 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100

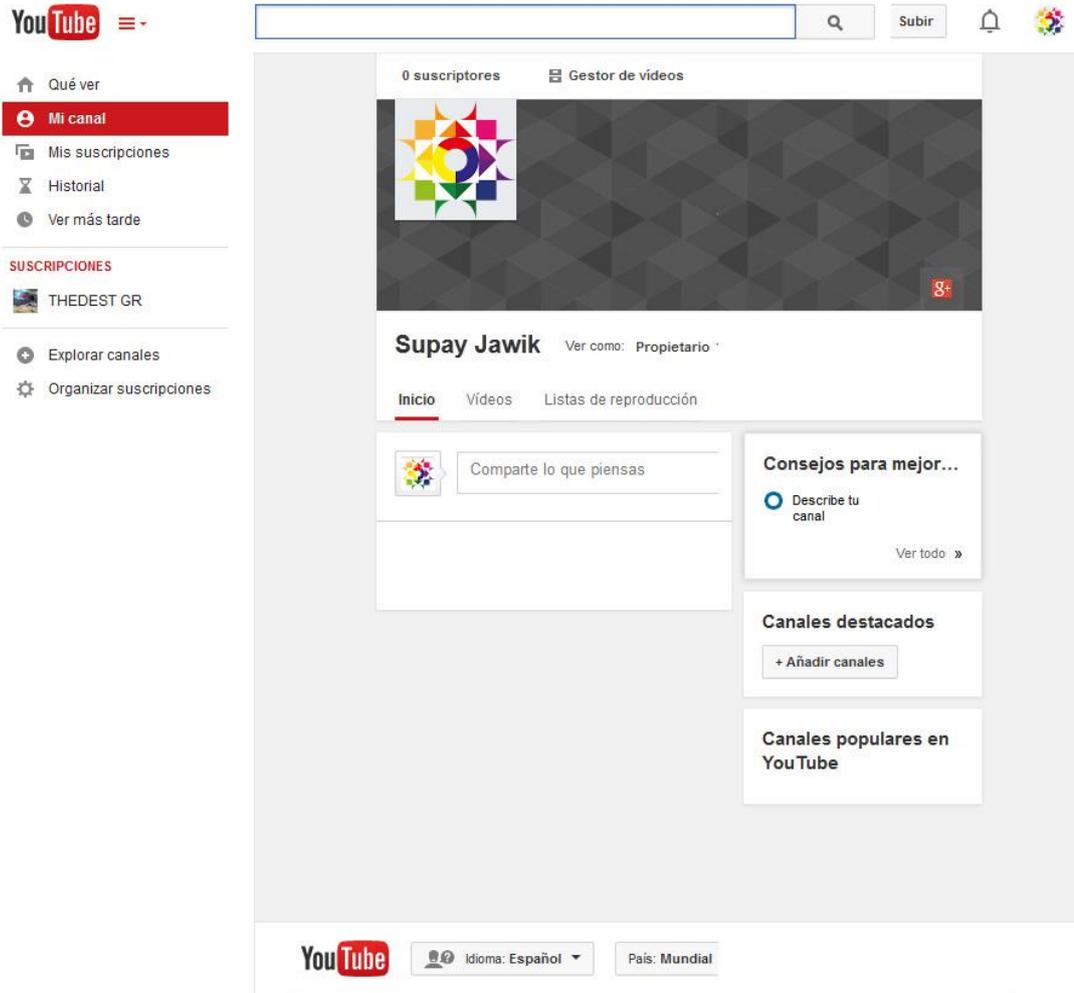


Formato: 595,276 x 394,273 px  
Extencion: jpg  
Modo de color: 72%RGB  
Camara modelo: NIKON D5100

### 5.03.02.10 marketing y difusión



**Ilustración 32** Fan Page Facebook



**Ilustración 33** *Canal de YouTube*

## Capítulo VI

### Aspectos administrativos

#### 6.01.- Recursos

##### 6.01.01.- técnicos – tecnológico

**Hardware:** PC de escritorio Intel (R), sistema operativo Windows 7 de 64 bit, procesador Core (TM) i5-4440- 3.10 GHz, memoria RAM de 8gb.

Cámara NIKON D5100 Nikon D5100 - Cámara réflex digital de 16.2 Mp (pantalla articulada 3", vídeo Full HD), objetivo tamron analogo 18-55mm

**Software:** Para la elaboración de este proyecto se usaron los siguientes programas:  
Adobe Ilustrador CS6, Adobe Photoshop CS6 Y Adobe InDesign CS6.

##### 6.01.02.- humano

Las personas que colaboraron para la elaboración de la revista tenemos Dest, La DinastiFami Crew, J-ess one con entrevistas y material para la revista.

##### 6.01.02.- económico

Se inició el proyecto con un presupuesto de **\$394,50** de los que se usó 287,00 dólares entre correcciones y presentación del borrador servicios básicos y otros gastos para la presentación del proyecto en empastado, impresión, espiralado, quemados de Cd, el gasto fue de **\$ 107,50** dando un total de gastos de **\$ 394,50**

## 6.02.- Presupuestos

### 6.02.01.- gastos Operativos

Detalle	Descripción	V. Unitario	V. Total	Financiamiento
Impresiones	500 Paginas	\$0,25	\$125	Luis Toscano
Trasporte	4dias*6meses	\$0,50	\$12	Luis Toscano
Servicios Básicos	--	--	\$50	Luis Toscano
Internet	--	--	\$50	Luis Toscano
Viáticos	20	\$2,50	\$50	Luis Toscano
TOTAL GASTOS			\$287,00	Luis Toscano

### 6.02.02.- aplicación del proyecto

DETALLE	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR
Impresiones	3 juegos de 120 paginas	\$ 30,00	\$90,00
Empastado	1 empastado de 120 paginas	\$ 8,00	\$ 8.00
Anillado	2 juegos de espiralado	\$ 2,25	\$ 4,50
Cd	4 impresión en cd más información	\$ 1,25	\$ 5,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 107,50</b>

### 6.03.- Cronograma

#### Cronograma de presentación del Proyecto de grado

Nº	Actividad	Responsable	TIEMPO				Resultados Esperados	
			MES	SEMANA				
				1	2	3		4
1	Presentación del Formulario N° 001 y aprobación del Tema	Investigador	Octubre			X		Aprobación el tema de grado
2	Desarrollo de los antecedentes de la revista digital y análisis de la matriz T	Investigador	Noviembre		X			Establecer los antecedentes de la revista digital y de la matriz T.
3	Desarrollo del mapeo y matriz de análisis y selección de involucrados	Investigador	Diciembre	X				Definir los involucrados y desarrollar su análisis de cada uno
4	Análisis del árbol de problemas y objetivos	Investigador	Enero		X			Identificar los problemas para desarrollar nuestro proyecto
5	Desarrollo de análisis de alternativas, tamaño del proyecto, localización del proyecto, análisis ambiental	Investigador	Enero				X	Aclarar los distintos puntos mencionados para el desenvolvimiento del proyecto
6	Diagrama de estrategias	Investigador	Febrero		X			Detallar las estrategias que se utilizaran

								para el proyecto
7	Desarrollo de los indicadores	Investigador	Febrero			X		Aprobación de los indicadores y así poder continuar con la selección de los mismos
8	Desarrollo de selección de indicadores, y medios de verificación	Investigador	Febrero				X	A ver escogidos de manera apropiada los indicadores y medios de verificación
9	Desarrollo de supuestos y la matriz de marco lógico	Investigador	Marzo	X				Aprobación del capítulo 4
10	La propuesta y el capítulo 5,6 y 7	Investigador	Marzo		X			Finalización del proyecto

---

## CAPITULO VII

### 7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01.- conclusiones

- 1.- La Revista Digital es creada para tratar de cambiar las opiniones que tienen la Sociedad hacia los grupos urbanos.
- 2.- Entender lo que los Colectivos Urbanos expresan cuando generan su arte en las paredes y ser visto como una galería de arte externa en las paredes de la Administración Zonal de Calderón.
- 3.- Teniendo una convivencia entre los Colectivos Urbanos y las personas que forman la comunidad, compartir y entenderse unos con otros.
- 4.- Un medio de comunicación acerca del graffiti para los jóvenes, padres de familia y sociedad para tener una mejor idea de lo que son los Colectivos Urbanos.
- 5.- Esta Revista Digital es más fácil de obtener por ser publicada en páginas web y poder ser descargada en cualquier tipo de dispositivo electrónico.

## 7.02.- recomendaciones

- 1.- Aprovechar de manera positiva la Revista Digital, dentro de la Sociedad dándole el respetivo uso de la forma adecuada cumpliendo el objetivo por la cual fue creada la aceptación de los Colectivos Urbanos en la comunidad.
- 2.- Ver las obras de arte que realizan los Colectivos Urbanos que piensa y se expresan diferente a los demás sin hacer daño al resto.
- 3.- Todos los que vean este proyecto ayuden a la mejora de esta Revista Digital con comentarios y nuevas imágenes de los trabajos que tengan de ellos o de alguien que conozcan para crecer como sociedad y como colectivo.
- 4.- observar la Revista de una forma crítica apreciando los trabajos realizado por jóvenes que disfrutan hacer lo que hacen y expresar lo que siente en los murales que realizan.
- 5.- Explotar el contenido de la revista para aprender y entender la vida de los que conforman los Colectivos, apartando a la sociedad una mirada distinta acerca de nuestro grupo objetivo.

## 8.- BIBLIOGRAFÍA

*3dissue*. (12 de Marzo de 2015). Obtenido de <https://www.3dissue.com/es/creacion-revistas-digitales-para-ipad-iphone/>

*aulacli*. (12 de Marzo de 2015). Obtenido de [http://www.aulacli.es/photoshop-cs6/t\\_1\\_1.htm#ap\\_01\\_01](http://www.aulacli.es/photoshop-cs6/t_1_1.htm#ap_01_01)

*Blogspot*. (12 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://michxgy.blogspot.com/2013/08/funciones-y-caracteristicas-de-adobe.html>

*Cursosenhd*. (12 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://www.cursosenhd.com/featured/curso-flash-professional-cs6-capitulo-1-introduccion/#.VQOLRnyG9UU>

*Digital publications*. (14 de Marzo de 2015). Obtenido de [http://www.digitalpublications.org/REVISTAS\\_DIGITALES\\_\\_QUIENES\\_SOMOS.html](http://www.digitalpublications.org/REVISTAS_DIGITALES__QUIENES_SOMOS.html)

*Enubes*. (14 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://www.enubes.com/revistas-digitales.html>

*Erevistas*. (15 de Marzo de 2015). Obtenido de [http://www.erevistas.csic.es/especial\\_revistas/revistas14.htm](http://www.erevistas.csic.es/especial_revistas/revistas14.htm)

*Escritorio alumnos*. (12 de Marzo de 2015). Obtenido de [http://escritorioalumnos.educ.ar/datos/recursos/disenio\\_multimedia\\_1.pdf](http://escritorioalumnos.educ.ar/datos/recursos/disenio_multimedia_1.pdf)

*Filos.* (11 de Marzo de 2015). Obtenido de

<http://www.filos.unam.mx/LICENCIATURA/bibliotecologia/textos-apoyo-docencia/rivera-sanchez-claudia.pdf>

*idt.* (12 de Marzo de 2015). Obtenido de [http://www.idt.com.py/cursos-de-](http://www.idt.com.py/cursos-de-capacitacion/Curso-de-Adobe-Indesign.html)

[capacitacion/Curso-de-Adobe-Indesign.html](http://www.idt.com.py/cursos-de-capacitacion/Curso-de-Adobe-Indesign.html)

*slideshare.* (14 de Marzo de 2015). Obtenido de

<http://www.slideshare.net/fullscreen/adguer/que-es-diseo-multimedia/1>

*Slideshare.net.* (15 de Marzo de 2015). Obtenido de

<http://www.slideshare.net/fullscreen/adguer/que-es-diseo-multimedia/1>