



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN  
PROFESIONAL, ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

**CARRERA:**

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TEMA:**

“DESARROLLO DE FOTOLIBRO COMO MEDIO DE PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y  
DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA.”

REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN  
DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

**AUTOR:**

HUACÓN JARAMILLO JOSÉ ALEJANDRO

**TUTOR:**

LCDA. EVELYN LUCAS PROAÑO

LICENCIADA EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

GUAYAQUIL - ECUADOR

2020 - 2021

## RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, José Alejandro Huacón Jaramillo, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, titulado: **“Desarrollo de fotolibro como medio de promoción, difusión y desarrollo turístico del cantón Puyango, provincia de Loja”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....  
José Alejandro Huacón Jaramillo

C.C. 1105789505

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Lcda. Evelyn Janeth Lucas Proaño, en calidad de Tutora del trabajo de titulación:

### **CERTIFICA**

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, cuyo tema es: **“Desarrollo de fotolibro como medio de promoción, difusión y desarrollo turístico del cantón Puyango, provincia de Loja”**, fue elaborado por el Sr. José Alejandro Huacón Jaramillo, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Lcda. Evelyn Janeth Lucas Proaño

Licenciada en Diseño y Producción Audiovisual

Tutora de Trabajo de Titulación

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico a mi Churonita del Cisne, y a mis abuelitos por darme la fortaleza e inteligencia para superarme y ser una persona de bien; son ellos la fuerza que me empujan para salir siempre adelante y tener el valor para vencer los obstáculos en mi camino.

### **A MIS PADRES Y HERMANAS:**

Que, con su dedicación y preocupación, su amor infinito, hicieron posible la terminación de esta meta, que me ayudará para un futuro mejor, gracias a mis Padres y Hermanas por haber tenido siempre una palabra de aliento y motivación para salir adelante y así ser ejemplo de lucha y perseverancia y así llegar a cumplir mi meta.

## **AGRADECIMIENTOS**

Un caluroso agradecimiento y admiración para todos mis queridos docentes del Instituto Tecnológico de Formación que con su mística, sacrificio y ética profesional vertieron todos sus conocimientos en mi mente y han hecho que los conocimientos se transparenten en este trabajo. También agradezco a mi tutora Evelyn Lucas y a ciertos profesores que me han ayudado más, quienes me han orientado constantemente en este trabajo, dando de su tiempo y esfuerzo hasta llegar a la culminación, ustedes han compartido sus conocimientos en el campo más fértil, como una contribución a favor de nuestra formación personal y profesional para poder alcanzar el fortalecimiento intelectual, ético y profesional los cuales los demostrare en el campo profesional.

## INDICE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN.....	6
1.1. MARCO HISTÓRICO .....	6
1.1.1. Antecedentes del Diseño Gráfico .....	6
1.1.2. Antecedentes de la Fotografía.....	9
1.1.3. Antecedentes de la Fotografía en Ecuador .....	12
1.1.4. Antecedentes del Turismo en Ecuador .....	13
1.1.5. Antecedentes del Cantón Puyango .....	16
1.2. MARCO TEÓRICO .....	18
1.2.1. Diseño Gráfico.....	18
1.2.2. Diseño Editorial .....	18
1.2.3. Comunicación Visual.....	18
1.2.4. Fotografía.....	19
1.2.5. Fotolibro.....	19
1.3. MARCO CONCEPTUAL .....	20
1.3.1. Diseño Gráfico.....	20
1.3.2. Diseño Editorial .....	20
1.3.3. Diagramación.....	20
1.3.4. Retícula .....	20
1.3.5. Fotolibro.....	20
1.3.6. Fotografía.....	20
1.3.7. Turismo.....	21
1.3.8. Arte .....	21
1.3.9. Mensaje.....	21
1.3.10. Publicidad .....	21

1.3.11. Elementos básicos del diseñador .....	21
1.4. MARCO JURIDICO.....	22
1.4.1. Todo una vida Plan de desarrollo 2017-2021 .....	22
1.4.2. Constitución de la República del Ecuador.....	22
1.4.3. Ley Orgánica de Comunicación .....	25
1.4.4. Ley de Gestión Ambiental .....	26
1.4.5. Ley del Turismo.....	27
CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA.....	31
2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	31
2.1.1. Descriptiva .....	31
2.1.2. Explicativa .....	31
2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
2.2.1. Cualitativo.....	31
2.2.2. Cuantitativo.....	31
2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	32
2.3.1. Métodos teóricos.....	32
2.3.2. Métodos empíricos.....	32
2.3.3. Métodos estadísticos .....	33
2.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	33
2.4.1. Observación .....	33
2.4.2. Entrevista .....	33
2.4.3. Encuesta.....	34
2.5. MÉTODO ESTADÍSTICO.....	34
2.5.1. Universo.....	34
2.5.2. Muestra .....	34
2.6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	35
2.6.1. Análisis de los resultados de encuestas.....	35

2.6.2. Análisis de los resultados de entrevistas.....	45
2.7. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS.....	47
2.7.1. Análisis PEST .....	47
CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	48
3.1. Título de la Propuesta .....	48
3.2. Objetivo de la propuesta .....	48
3.3. Descripción de la propuesta.....	48
3.3.1. Estado inicial del proyecto.....	48
3.3.2. Diagramación del fotolibro.....	49
3.3.3. Implementación .....	51
3.3.4. Factibilidad .....	51
3.3.5. Requerimientos técnicas .....	52
3.3.6. Requerimientos Operativos.....	53
3.3.7. Requerimientos económicos .....	54
CONCLUSIONES .....	55
RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	57
ANEXOS .....	58

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pregunta 1 .....	35
Tabla 2. Pregunta 2 .....	36
Tabla 3. Pregunta 3 .....	37
Tabla 4. Pregunta 4 .....	38
Tabla 5. Pregunta 5 .....	39
Tabla 6. Pregunta 6 .....	40
Tabla 7. Pregunta 7 .....	41
Tabla 8. Pregunta 8 .....	42
Tabla 9. Pregunta 9 .....	43
Tabla 10. Pregunta 10 .....	44
Tabla 11. Requerimientos técnicos.....	52
Tabla 12. Requerimientos operativos .....	53
Tabla 13. Requerimientos económicos.....	54

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Pregunta 1 .....	35
Gráfico 2. Pregunta 2 .....	36
Gráfico 3. Pregunta 3 .....	37
Gráfico 4. Pregunta 4 .....	38
Gráfico 5. Pregunta 5 .....	39
Gráfico 6. Pregunta 6 .....	40
Gráfico 7. Pregunta 7 .....	41
Gráfico 8. Pregunta 8 .....	42
Gráfico 9. Pregunta 9 .....	43
Gráfico 10. Pregunta 10 .....	44

## INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. DISEÑO DE ENTREVISTAS.....	59
ANEXO 2. DISEÑO DE ENCUESTAS .....	60
ANEXO 3. ENTREVISTAS.....	62
ANEXO 4. BOCETO DEL LOGOTIPO.....	63
ANEXO 5. BOCETO DEL FOTOLIBRO .....	63
ANEXO 6. MANEJO DEL CONTENIDO .....	64
ANEXO 7. EDICIÓN DE FOTOS .....	64
ANEXO 8. MAQUETACIÓN.....	65
ANEXO 9. LUT ORANGE TEAL (ANTES/DESPUÉS).....	65
ANEXO 10. CÁMARA.....	66
ANEXO 11. TIPOGRAFÍA LITHOS PRO.....	66
ANEXO 12. TIPOGRAFÍA LUCIDA SANS UNICODE .....	67
ANEXO 13. TIPOGRAFÍA TIMES NEW ROMAN.....	67
ANEXO 14. TONALIDADES DE VERDE .....	68
ANEXO 15. PORTADA, CONTRAPORTADA Y LOMO .....	68
ANEXO 16. MOCKUP .....	69

## **RESUMEN**

El desarrollo del presente trabajo de titulación tiene como finalidad la creación del fotolibro impreso llamado “PUYU: Atractivos turísticos del cantón Puyango”, cuyo propósito es promocionar y difundir el turismo del cantón, ya que es uno de los factores más importantes para el crecimiento de una población, y también para que los visitantes y/o pobladores conozcan más y así puedan contemplar y disfrutar de las maravillas turísticas que el cantón posee. Este proyecto editorial se llevó a cabo gracias a los datos obtenidos sobre la investigación realizada mediante entrevistas y encuestas, donde se halló un problema y a su vez la solución para favorecer la promoción turística del cantón Puyango a través de fotografías.

## **ABSTRACT**

The purpose of the development of this degree work is to create the printed photobook called "PUYU: Tourist attractions of the Puyango canton", whose purpose is to promote and spread the canton's tourism, since it is one of the most important factors for the growth of a population, and also for visitors and / or residents to know more and thus be able to contemplate and enjoy the tourist wonders that the canton has. This editorial project was carried out thanks to the data obtained from the research carried out through interviews and surveys, where a problem was found and in turn the solution to favor the tourist promotion of the Puyango canton through photographs.

## INTRODUCCIÓN

Para hablar de un fotolibro, primero es importante saber lo que es la fotografía y el diseño editorial, que son ramas importantes del diseño gráfico y para la creación de un fotolibro.

**La fotografía** es el arte de capturar imágenes del entorno por medio de la luz sobre una superficie sensible. Basándonos en sus comienzos, con la cámara oscura, que se proyecta una imagen captada por un diminuto agujero, y este sobre una superficie, entonces el tamaño de la imagen queda reducido. La cámara oscura es el aparato que forma la imagen, mientras que la película fotográfica se encarga de captarla.

Ya sea para capturar como para almacenar las imágenes depende del tipo de cámara. En las cámaras clásicas se utiliza película fotosensible, donde al dispararse el obturador, el material es expuesto, teniendo alteraciones físicas como químicas, y así se constituye una imagen latente, la cual no está visible, pero guardada en su estructura interna para pasar por un largo proceso y convertirse en una imagen utilizable. Mientras que en las cámaras digitales utilizan sensores tipo CCD o CMOS donde la imagen queda guardada en una memoria digital y esta se la puede visualizar mediante un dispositivo electrónico o simplemente ser impresa.

En cuanto a las tomas, el fotógrafo tiene que configurar con anticipación la cámara y la lente, y así mejorar la calidad de imagen para poder ser proyectada. En muchas cámaras el procedimiento de obtener una exposición correcta se crea por medio del ajuste de una serie de controles para que la fotografía quede bien iluminada y nítida. Actualmente los mismos teléfonos celulares ya llevan su propia cámara, todo esto comenzó en la década del 2000, donde las cámaras se digitalizaron.

**El diseño editorial** es aquella rama del diseño gráfico que se encarga de la diagramación, maquetación, composición y producción de publicaciones impresas o digitales como los periódicos, revistas, libros, volantes, afiches, carátulas y más. Dichas publicaciones tienen como finalidad transmitir un mensaje al individuo mediante su estética y diseño, ya que cada publicación tiene objetivos diferentes, por eso los diseñadores son los encargados de crear una buena armonía en la parte gráfica como en el texto, las cuales son: Tipografía, color, composición y simetría.

Ahora bien, **el fotolibro** se diferencia de la versión impresa debido a que lleva como contenido fotografías en lugar de texto, de igual forma pueden llevar textos cortos.

El autor de dicho libro es el mismo fotógrafo que lo realiza o de un editor que quiera hacer la obra de uno o de un determinado grupo de fotógrafos.

El tamaño, la forma y el material es totalmente personalizable; las fotografías van plasmadas en mate o en papel brillante, y principalmente deben ser tomadas de una cámara digital, pero como vivimos en una época tecnológica, las fotos también pueden ser de un Smartphone. Para el desarrollo de un fotolibro se usan los programas para diseño editorial y fotografía, los cuales son adobe InDesign, Photoshop e Illustrator, que contienen excelentes herramientas para los diseñadores gráficos.

Los primeros fotolibros tenían fotografías que eran insertadas en el papel en lugar de imprimirlas directamente. Muchos de los primeros ejemplares fueron impresos en editoriales pequeñas y lanzadas como álbumes. Pocos de estos fotolibros han sobrevivido hasta la actualidad, debido a su debilidad hacia la luz solar, el agua, o el ambiente en donde se encuentren.

Como muchos saben, desde que fue eliminado el rollo y creado la cámara digital, muchas de las fotografías dejaron de ser reveladas e impresas, lo que afectó mucho al mercado de fotografía impresa. Actualmente la mayoría de las personas prefieren tener las fotografías virtualmente guardadas en un ordenador, pendrive o nube informática para después subirlas en una red social o hacer publicidad con ella, a pesar de que esto parezca mejor, sigue siendo algo intangible y para poder visualizarlas se necesita obligatoriamente de un medio electrónico o del internet.

Pero gracias a todo esto, el poco mercado de fotografía impresa que quedaba fue lanzando poco a poco diferentes ejemplares de fotolibros. Uno de estos ejemplares fue un lanzamiento de Horacio Fernández “El Fotolibro Latinoamericano”, publicado en 2011 y que contiene una compilación de fotolibros de varios países latinos como: Argentina, Bolivia, Brasil, Venezuela, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Nicaragua, Perú y Chile. Con este y muchos otros productos que fueron publicados han podido innovar el mercado editorial a nivel mundial, y ya que es algo atractivo para el ojo humano ha podido tener un crecimiento del 64% anual.

## **PUYANGO**

El cantón Puyango, el cual toma el nombre por su río principal, tiene una altitud de 1.380 metros sobre el nivel del mar y está ubicado en la provincia de Loja, y limitado con la provincia de El Oro, lo que le permite el intercambio comercial y así tener una gran

fuentes de ingresos para los habitantes. Desde Guayaquil a Puyango hay una distancia de 290,1 km y un tiempo mínimo de 4h50 minutos. Su principal atractivo turístico es el Bosque Petrificado Puyango, bosque declarado patrimonio cultural el 25 de marzo de 1988 y que contiene una recopilación de fósiles vegetales y animales más grande del mundo que tienen ya más de 190 millones de años, y así da un fuerte valor cultural al cantón, así mismo tiene muchos atractivos turísticos dentro de sus seis parroquias (Alamor, Mercadillo, Ciano, El Arenal, Vicentino, El Limo), tales como:

\* El río Puyango, el lugar dónde se han hecho varios viajes en bote, disfrutando así de una buena aventura.

\* Quebrada El Guayabo, perteneciente a Vicentino.

\* Quebrada El Fondo Azul, lugar de Vicentino para realizar natación y caminatas por el sendero.

\* Chitoque, lugar para hacer recorrido turístico perteneciente a Mercadillo, también se encuentra la ciudad desaparecida de Guambona.

\* El Río Cochurco, lugar de la parroquia Alamor donde se practica la pesca por los habitantes aledaños del lugar.

\* Cueva Santa, ubicada en Cerro Verde de la parroquia El Arenal, y cuenta con una entrada enorme de 7 metros de largo por 4 metros de ancho, y a medida que se va recorriendo el camino se va haciendo más pequeño, lo cual impide explorar la cueva por completo.

\* El Reloj de Ocho Esferas, ubicado en la iglesia matriz “San Jacinto de Alamor”, y esta es el único en América.

\* Aguas Sulfurosas, cuyo nombre le pusieron porque las aguas tienen un olor y sabor a azufre, estas están ubicadas en la vía Arenal-Cochas, y se dice que las aguas pueden curar enfermedades, en especial las de la piel.

\* También hay trabajos y herramientas realizadas por las culturas primitivas del cantón, por ejemplo, en las parroquias Alamor y Mercadillo encontraron piedras con dibujos del sol, de igual manera en la parroquia El Arenal hallaron morteros líticos, batanes, utensilios y vasijas de barro, muchas de estos trabajos en piedra se encuentran dentro del Museo Arqueológico Paleontológico del cantón Puyango, aparte de esto también se

pueden encontrar un conjunto completamente petrificado de caracoles, pedazos de tronco, conchas, peces, frutas, hojas e incluso huevos de dinosaurios.

La mayoría de los pobladores del cantón se dedican a la ganadería, a la producción del cultivo de café y maíz los cuales están siendo importados en la mayoría de provincias del país, y en algunas parroquias se dedican a la agricultura de la zarandaja, yuca, maní, la naranja y guineo. Entre los principales platos típicos se encuentran: la salchicha de choncho, la tripa negra o conocida en otros lugares como longaniza, tamales, chanfaina, el delicioso repe de arvejas con guineo, la cecina seca en carbón y cortada en piedra.

### **PROBLEMA**

Como es de conocimiento, el turismo es uno de los principales actores del comercio, ya sea nacional como internacional, y representa a su vez una de las mejores fuentes de ingresos de numerosos lugares en desarrollo. Puyango es un cantón con una extensa riqueza natural y cultural.

En la actualidad, no existe un documento en el cual se encuentren fotografías e información de cada atractivo turístico que hay en las parroquias. Todo esto se resume a que por la falta de un documento que sirva como publicidad de cada atractivo, estos lugares no van a ser muy conocidos ni visitados por turistas, ni por los propios pobladores. Por eso la creación del fotolibro, que es hecho de la mejor manera posible tanto digital como física, es un documento que será un gran beneficio para el cantón.

### **IMPORTANCIA**

Este documento es una herramienta importante que dará resultados favorables por su fácil manejo y beneficiará al cantón en la divulgación de los atractivos turísticos y difundiendo la belleza que posee, y todo mediante fotografías, para que los diferentes usuarios puedan saber sobre cualquier lugar y les vaya llamando la atención conocerlo, así se fomentará la afluencia de los turistas dentro de este cantón.

### **OBJETIVO**

El objetivo del presente proyecto de investigación es:

Diseñar un fotolibro llamado “PUYU: Atractivos turísticos del cantón Puyango”, de contenido turístico del cantón, con el fin de promocionar el mismo y este sea mayormente reconocido en el año 2021.

Ya que los lugares anteriormente mencionados son los más conocidos, pero aún existen otros que apenas pasan por la boca de algunos pobladores, por lo que no hay mucha demanda turística, y por eso es necesario el desarrollo de esta herramienta, y lograr una mejora en su reconocimiento.

**¿Cómo aportará el desarrollo de un Fotolibro, a la promoción, difusión y desarrollo turístico del cantón Puyango?**

La promoción y difusión turística del cantón a nivel nacional aportará a que tanto los turistas nacionales o internacionales como los mismos habitantes puedan conocer datos sobre el cantón de una manera fotográfica, y así en algún momento poder disfrutar de estos atractivos contribuyendo de este modo el desarrollo turístico.

# **CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN**

## **1.1. MARCO HISTÓRICO**

### **1.1.1. Antecedentes del Diseño Gráfico.**

Los mensajes visuales han sido vistos desde el inicio de los tiempos, como son: pinturas rupestres, símbolos y escrituras; todas estas cosas han aportado en la historia del diseño gráfico, pero aún no se sabe a ciencia exacta cuándo inició el diseño en sí. Durante el siglo XIX, varios artistas son los que han hecho que el diseño gráfico lograra ser lo que es en la actualidad.

Todo empezó en la cultura occidental cuando se enfrentaba a profundos cambios por la revolución industrial. Los productos artesanos perdieron su valor, pero en Reino Unido hicieron regresarlos, todo por parte de William Morris, que publicó varios productos gráficos en el movimiento de Artes y Oficios, y toda su influencia fue en los ámbitos del diseño. Luego esto pasó al resto de Europa, donde tiene sus estilos propios, representando los nuevos tiempos y fue en ese momento donde nació el modernismo.

El movimiento del Modernismo se desarrolló a finales del siglo XIX, etapa conocida como la Belle Époque, y esta duró desde 1870 hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial. El movimiento fusiona el arte y la vida, rompiendo los movimientos del historicismo, realismo e impresionismo, porque usa elementos de la naturaleza, haciendo que sus obras generen movimiento y que los elementos orgánicos tengan gran protagonismo. También hay algo que diferencia al resto de movimientos, y es que los autores trabajan en varias disciplinas.

A principios del siglo XX, donde estuvo marcado la Primera Guerra Mundial que empezó con el asesinato del príncipe de Austria en Sarajevo el año de 1914, provocó la guerra entre Serbia y el imperio Austro-Húngaro, estos fueron apoyados por grandes potencias mundiales.

En 1919 todo terminó con la firma del Tratado de Versalles y la derrota de Alemania y Austria-Hungría. Mientras tanto, Walter Gropius, alumno de Behrens, funda en Weimar la escuela de Bauhaus. Esta escuela combinaba el arte, diseño y arquitectura. Estudiaban la forma, el color y su importancia en el diseño, materiales, composición y espacio, dándole valor estético a los productos industriales para resurgir después del

conflicto. En el año de 1925 esta escuela se trasladó a Dessau, donde creció el afecto hacia la parte más práctica del objeto.

También desarrolló fundamentos fáciles de entender, pues se establecía una jerarquía tipográfica y se usaban líneas, barras y puntos para cortar el espacio y unir algunos elementos para atraer la mirada a los espectadores. Esta escuela cerró en Berlín de 1933. Destacaron de entre sus profesores excelentes artistas como: Kandinsky, Paul Klee, Herbert Bayer, Herbert Bayer, Moholy Nagy. Igualmente fuera de la escuela destacó El Lissitzky, que experimentó junto a nuevas formas de expresión, ya sea en tipografía como en fotografía y fotomontaje. Su influencia en el crecimiento del diseño gráfico fue transcendental en los primeros tiempos del Movimiento moderno y se mantiene válido hasta la actualidad.

Mientras en Alemania la escuela se desarrollaba, en Francia y varios países europeos se iban por un movimiento diferente. Cuando pasó la guerra, los métodos decorativos del modernismo empezaron a ser reemplazados por trazos simples y rectilíneos, con mucha armonía junto a la estética plana. Este movimiento es conocido como el Art Decó.

El movimiento se hizo conocido en la Exposition Internationale des Artes Decoratifs et Industriels Modernes de 1925 en París, pero duró hasta el año de 1939. Sus influencias provienen de vanguardias europeas, como el modernismo del que creció y del estilo racionalista y contemporánea de la escuela Bauhaus. También la influencia del constructivismo de Rusia contribuyó las líneas duras de las formas, y la aparición de elementos monumentales en las composiciones.

En sus diseños se presentaron las mejoras tecnológicas de la época como: la aviación moderna, iluminación eléctrica, radio, entre otros. Todo esto se manifestó en un mayor uso de formas geométricas y simetría. El cargo de los colores fue proveniente del fovismo. Esto se expresa mediante las revistas, libros y posters de la época.

Durante esta década, muchos diseñadores independientes del Art Decó y la Bauhaus, crearon contribuciones significativas a la tipografía, apareciendo familias tipográficas como Gill Sans de Eric Gill, Futura de Paul Renner o el movimiento Isotype creado por Otto Neurath, también está La Nueva Tipografía realizada por Jan Tschichold.

Tschichold fue el responsable del aumento de las teorías en cuanto a la aplicación de ideas constructivas a la tipografía, explicó la tipografía simétrica a muchos impresores

y diseñadores, para él la tipografía simétrica era artificial porque no daba significado a las palabras. También era muy aficionado a los nuevos principios del diseño asimétrico, como las retículas matemáticas y el orden jerárquico de información.

El 1 de septiembre de 1939 comenzó la Segunda Guerra Mundial, fue una guerra internacional que implicó a prácticamente todas las naciones del mundo. Esta tuvo un origen semejante al de la primera guerra, con la diferencia de que Alemania, Italia y Japón tenían muchos deseos de expandir su territorio. La guerra terminó en 1945 con el bombardeo de Hiroshima y Nagasaki.

Mientras pasaba la Primera y Segunda Guerra Mundial, muchos diseñadores dirigían sus trabajos para apoyar a su respectivo país en la guerra. Tras la primera guerra y la revolución rusa, nace la famosa propaganda, donde emplearon las bases gráficas del constructivismo para el desarrollo de estos carteles, esto fue creado por la necesidad de los gobiernos, donde a través de imágenes y agrupaciones sólidas del color, alentaban al pueblo a la revolución.

La palabra Diseño Gráfico se usó por primera vez en los años cincuenta, en ese momento ya estaba establecido las fases de los procesos de preimpresión, con los diferentes profesionales de cada área, tales como: Fotografía, tipografía, composición, corrección y producción.

Tras la Segunda Guerra Mundial, la economía de consumo del mundo occidental implicó la aparición de recipientes de diferentes colores, esto con el fin de hacer frente a la competencia a otros productos de consumo. También aumentó la demanda de diseños con excelente armonía que utilizaban las nuevas técnicas de impresión, y fue ahí donde el diseño gráfico se convirtió en una profesión muy esencial, pues se expandió por todos los ámbitos de la economía y a incluirse en el avance tecnológico.

En fin, el diseñador gráfico se ha convertido en un dominio multifuncional, porque ejerce un encargo importante en el proceso de producción. También es aquel que dirige la ocupación de las distintas disciplinas creativas, y tiene la responsabilidad de la compra de imágenes, programación y diseño web, retoque fotográfico, ilustración, creación de storyboards, preparación de documentos, desarrollo de identidad visual y mucho más.

### **1.1.2. Antecedentes de la Fotografía.**

La primera técnica fotográfica fue en la heliografía, que fue inventada por el ingeniero francés Joseph-Nicéphore Niépce, hacia el año de 1824. Las imágenes obtenidas eran con betún de Judea y ampliado dentro de una placa de plata. Dichas imágenes parecían imitaciones de grabados existentes.

En 1829, Niépce se asoció con el pintor Louis Jacques Mandé Daguerre, para realizar investigaciones. En 1832. Ambos crean otro procedimiento, y a diferencia de la primera, esta produce imágenes con un tiempo de exposición de un día. Lamentablemente Niépce murió en 1833 y Daguerre tuvo que continuar trabajando solo, y después de un largo tiempo inventa el daguerrotipo en 1838, el cual es el primer proceso fotográfico que comprendía la fase de revelado, que consistía en una ampliación del efecto de la luz, todo sobre placa de plata y el tiempo de exposición era de unos treinta minutos.

En julio de 1839, Hippolyte Bayard descubrió otro procedimiento, este era de revelar imágenes positivas sobre un papel, el cual era recubierto de cloruro de plata para luego ser expuesto en una cámara oscura, y el tiempo de exposición era de unos treinta minutos a dos horas.

En 1841, el físico Fizeau redujo más el tiempo de exposición, creando objetivos de focales cortas, más luminosos y conservando nitidez en la imagen, todo porque reemplazo el ioduro de plata por el bromuro de plata, cuya sensibilidad a la luz era superior. Entonces tomar retratos se volvía posible y el tiempo de exposición eran segundos, lo suficiente para obtener un daguerrotipo.

Durante los años 1840 y 1841 el inglés William Henry Fox Talbot creó otro procedimiento, el calotipo, método en el que introdujo mejoras importantes del daguerrotipo. Este procedimiento negativo y positivo es el primero que permitía la reproducción de una misma imagen por medio de obtener un negativo intermediario en un papel al cloruro de plata, y esta se vuelve translúcida por cera, donde da el positivo final.

El calotipo era más económico por usar el papel en vez de metal como soporte. Introduciendo así dos peculiaridades importantes de la fotografía que son: la imagen múltiple y el costo económico. Además, el daguerrotipo se utilizaba para plasmar retratos, mientras que en el calotipo para plasmar escenarios y paisajes. También tuvo una fuerte importancia con la arquitectura, ya que desde 1850 se utilizó para registrar sitios

históricos en toda Francia, y varios fotógrafos llevaron a cabo calotipos de las catedrales de Norte-Dame, Chartres y de Amiens.

En 1847, el primo de Niépce, Abel Niépce de Saint Victor, tuvo una visión, el cual era mejorar la transparencia del calotipo negativo, entonces fue reemplazando el papel por el vidrio, y para lograr que el bromuro de plata se una con el vidrio, fue mezclándolo con la albúmina. Entonces las imágenes se volvieron muy precisas, y obligó a los ópticos poner a punto metas más eficientes.

El Daguerrotipo fue evolucionando de una forma rápida, haciéndose cada vez más livianas, con lentes simples, hechas con materiales baratos y el tiempo de exposición fue reduciéndose. También vendían este tipo de producto sin la firma de Daguerre y se expandió por varios países como Estados Unidos, Alemania e Inglaterra. En 1850 se fundó la primera revista fotográfica en la historia, y tuvo el nombre de The Daguerreian Journal.

La luz eléctrica todavía no existía, pero aun así crearon los primeros estudios fotográficos, los cuales tenían enormes espacios con cúpulas de cristal y decorados con cortinas y varios adornos más, todo de forma lujosa.

En 1851 el escultor británico Frederick Scott Archer ponía planchas húmedas de cristal al momento de usar colodión enés de albúmina como capa para aglutinar compuestos sensibles a la luz. Pero como estos negativos tenían que permanecer húmedos para ser revelados, los fotógrafos utilizaban un cuarto oscuro para preparar planchas antes de la exposición, y así las revelaban rápidamente.

El británico Joseph Wilson Swan realizó un gran avance para perfeccionar el colodión húmedo, y hacer que se exponga en seco y que no necesitará revelarse rápido luego de su exposición. Esto lo hizo al observar que el calor expandía la sensibilidad de la emulsión del bromuro de plata. Este nuevo procedimiento fue patentado en 1871, donde también secaban las planchas y hacerlas más manejables. En 1878 el fotógrafo Charles E. Bennett creó una plancha totalmente seca cubierta con gelatina y bromuro de plata, pero en 1879, Swan patentó el papel seco de bromuro.

Mientras todos estos experimentos de fotografía en blanco y negro estaban realizándose, otros hacían duros esfuerzos para obtener imágenes a color, y para esto usaban planchas recubiertas de emulsiones, y luego de un duro trabajo, el físico británico

James Clerk Maxwell tuvo el gran éxito de conseguir la primera fotografía a color natural, esto sucedió en 1861.

Por el año de 1884 el estadounidense George Eastman patentó una larga tira de papel recubierto con emulsión sensible llamada película, y en 1889 realizó la primera película transparente con forma de tiras de nitrato de celulosa. La primera película en rollo puso punto final a la fotografía original y desde ese momento la mayoría de las personas empezaron a interesarse en la fotografía, y a medida que pasaba el tiempo estos productos fueron reduciendo su precio.

El crecimiento del mercado fotográfico incentivó a muchos países desarrollados, y a principios del siglo XX, el mercado creció rápidamente y las mejoras que le pusieron a este producto de blanco y negro abrió camino a aquellos que estaban cortos de tiempo y habilidades de los procedimientos antiguos porque eran difíciles.

En 1907, gracias a disposición del público los primeros materiales de película en color, las cuales son placas de cristal fueron conocidas como Autochromes Lumière, esto por sus mismos inventores, Louis y Auguste Lumière, pero para ese tiempo las fotografías a color tenían que usar cámara de tres exposiciones. En la siguiente década ya empezaron a poner fotografías en periódicos y revistas, en pocas palabras, empezaron a hacer publicidades, todo gracias a los sistemas fotomecánicos para ilustrarlos.

En 1925 las cámaras de 35 mm necesitaban de una película pequeña y estaba desarrollada principalmente para el cine, todo esto se introdujo en el país de Alemania. Esto se hizo muy común usar en fotógrafos gracias a su bajo costo. En esta época los primeros productos usaban polvos de magnesio fino con una gran luz artificial, pulverizados en un soporte que se encendía con un detonador, esto producía un destello de luz brillante y una nube de humo corrosivo. Luego en 1930, el polvo de magnesio se cambió por la lámpara de flash.

A medida que los ordenadores fueron avanzando, la determinación de problemas matemáticos en el diseño de las lentes, apareciendo nuevas innovaciones y las hicieron intercambiables para las cámaras de esta época. En 1947, la famosa cámara Polaroid Land, que estaba basado en el sistema fotográfico descubierto por Edwin Herbert Land, añadió el gran encanto de conseguir fotos reveladas minutos después de haberlas tomado.

Luego de diez años los nuevos procesos industriales consiguieron aumentar demasiado la velocidad y sensibilidad a la luz en las películas de blanco y negro y color.

La velocidad se elevó desde 100 ISO hasta de aproximadamente 5.000 ISO, mientras que a las de color se multiplicó por diez. En esta misma etapa quedó señalada de muchos dispositivos electrónicos, llamados amplificadores de luz, que aumentaban la débil luz y hacían registrar la tenue luz de estrellas que quedaban muy lejos. Todos estos avances lograron incrementar de forma sistemática los niveles técnicos de la fotografía para todas las personas.

El comienzo de la era digital fue considerado en 1969, en esa época Willard Boyle y George Smith diseñan la estructura básica del Charge Couple Device (CCD). Este dispositivo CCD planteado como un sistema de depósito de información y fue usado luego de un año en los laboratorios Bell como un procedimiento que captura imágenes al inventar la primera videocámara.

En el siglo XXI se presentaron nuevos retos para la fotografía con la invasión de la holografía y la fotografía digital. Estos han venido a mejorar los problemas de muchos fotógrafos que se encontraban en lugares lejanos. Al principio el precio las hacía inalcanzables para la mayor parte de las personas, actualmente están al alcance de cualquiera, ya que los precios de materiales van bajando y la calidad subiendo de nivel. En el mercado productivo existen las nuevas tendencias de fotografía que concede predecir cómo será el camino en el siglo XXI.

### **1.1.3. Antecedentes de la fotografía en Ecuador.**

La historia moderna del Ecuador inicia con la imagen fotográfica, y empieza en 1841 cuando el gobernador del Guayas, Vicente Rocafuerte realizó el pedido del daguerrotipo, invento que se hizo muy famoso por el mundo entero. Cabe recalcar que no solo el gobernador trajo este gran invento, sino que varios turistas que llegaban al país para aventurar de igual forma lo trajeron.

Según Chiriboga y Caparrini (2005) manifestaron que la fotografía llegó al país en 1840, y que fue traída por los viajeros y aventureros. Esta fecha es en la que se basa según los estudios de las autoras dentro los periódicos ecuatorianos que ofrecían servicios de retratos intervenidos por el daguerrotipo. Y lo más misterioso es que, de acuerdo con la publicación de ambas autoras, no hay algún registro de fotografías tomadas con esta técnica.

Durante el siglo XIX los aparatos fotográficos eran bastante caro para ese tiempo. Y entonces, según los registros dichos aparatos sólo eran utilizados por personas de clase

social alta. Pero también la mayoría de fotógrafos eran extranjeros y no tenían interés con la situación política o social del Ecuador, más bien se interesaban en realizar un registro cultural y turístico para hacer conocer la población.

En todas estas fotografías, las cuales la mayoría eran anónimas, retrataban a las selecciones políticas, esto incorporaba la postura del cuerpo y las máscaras faciales de los gobernantes y sus familias, de igual manera, los rostros y cuerpos de los indígenas ecuatorianos.

Los medios de comunicación dentro del país no traían ninguna imagen fotográfica en sus páginas, por lo que el ejercicio del reportero no tenía tanto valor. Y así fue como en 1875 la primera fotografía periodística fue capturada durante la noticia más importante para esa época, el asesinato del expresidente Gabriel García Moreno, cuya fotografía fue realizada por Rafael Pérez. Cabe indicar que los periódicos del Ecuador no contaban con la tecnología suficiente para poder publicarlo.

Según los registros históricos comentan que Rafael no tomó las fotos para una noticia, sino que lo realizó por casualidad y porque fue animado por los clientes que en ese preciso instante estaban haciéndose fotografiar. Se declara que Rafael Pérez fue el pionero de la fotografía documental dentro del país, y todo gracias a sus trabajos casuales que realizaba. Una de las primeras fotografías dentro de los periódicos ecuatorianos fue el 17 de agosto de 1904 y es la participación a los funerales de Don Horado Morla, cuyo retrato a una columna aparece en el diario "El Telégrafo".

Definitivamente en el año de 1905 ya se empiezan a presentar imágenes fotográficas dentro de los periódicos de manera normal, y mientras avanzaba poco a poco la cámara fotográfica, en Ecuador traían los nuevos productos para los diferentes periódicos, editoriales y aquellos que lo querían para trabajar o realizar sus álbumes. Las imágenes ya se fueron incluyendo en documentos de identificación, carteles publicitarios y actualmente también están dentro de las redes sociales, fotolibros, y mucho más.

#### **1.1.4. Antecedentes del Turismo en Ecuador.**

Dentro del país se han colocado varios pueblos que han aportado a la evolución de la cultura. Todas las civilizaciones en el territorio ecuatoriano iniciaron hace 12000 años a. C aproximadamente, comenzando con las comunidades cazadoras como: El Inga, Las Vegas, Chobsi, Cubilán y Jondachi. Dichas comunidades vivían en campamentos, y todo eso se sabe por el descubrimiento del historiador Enrique Ayala Mora.

Estos pueblos partieron principalmente de la Sierra norte y se fueron distribuyendo por todo el país. Gracias a las investigaciones realizadas por algunos historiadores se fue descubriendo sobre el descenso de los cazadores a la Costa por la provincia de Esmeraldas, y que luego fueron avanzando hacia la zona seca de Santa Elena, así mismo fue hasta la Amazonía, pasando por los páramos de la Sierra norte bajando por la provincia de Napo hacia Jondachi.

Dentro de la región Sierra los campamentos se ubicaron entre 2000 y 3000 metros sobre el nivel del mar, por esta razón los caminos que fueron haciendo inconscientemente son los que serán útiles para las siguientes comunidades que cambiaron su estilo de vida. Pero no todo fue realizado por este periodo, ya que todo se desarrollaba en una vida normal, cabe recalcar que el objetivo de los pobladores fue tener guerreros fuertes e inteligentes para las diferentes actividades.

Por ejemplo, los niños, ellos tenían el rol de confeccionar armas, y por eso las futuras prácticas eran elemento para poder esparcirse y también para el aprendizaje de pobladores varones de diferentes edades, haciendo competencia para ser el líder de la pandilla. Estas prácticas las hacían con el fin de sobrevivir, claro que estos pobladores como cualquier otro ser humano en el mundo también tenían su tiempo libre, disfrutando de estar en contacto con la naturaleza, o sino de hacer arte, esto lo descubrieron al hallar una pintura rupestre en la Cueva de Chobsi de Azuay, donde se muestra el diario vivir de esta población, recalcando que estas comunidades se representaban por tener un espíritu aventurero, por eso lograron construir rutas empíricas, las cuales se fueron convirtiendo en las principales vías de comunicación a través de las diferentes sociedades muy importantes por el crecimiento estadístico.

Ya en el año de 1470 d. C empezaron las exploraciones para esparcirse, esto era parte de los Incas hacia el Ecuador, liderados por Túpac Yupanqui, el cual consiguió ir hasta el sur del país, y tras lograr conquistarlo, instauraron el control político en Tomebamba, ciudad que era liderada por los cañaris y que luego de varios años se convirtió en la segunda ciudad más importante de todo el Imperio Inca. Tiempo después Túpac Yupanqui falleció, y heredó el poder a su hijo Huayna Capac, y prosiguió conquistando territorio, exterminando a sus enemigos. Y luego de arduas batallas logró el dominio de todo el territorio, unificándolo y creando el famoso Tahuantinsuyo. Luego de establecer la paz en toda la división, Huayna Capac se retiró a Tomebamba donde edificó el palacio Mullucanacha y el Hatun Cañar.

Los Incas realizaron muchos avances muy importantes, como la agricultura, el mejoramiento vial, la modernización de las construcciones, etc. También crearon varios aportes para impulsar el ocio, tales como: La gran red vial que se dirigía del río Angasmayo de Colombia hasta el río Maule en Chile, más conocida como Ohapay Ñan, que significa magnífico. Estas creaciones importantes permitieron la unión de los pueblos y a su vez mejorar el comercio.

Cuando los españoles llegaron a América, fueron conquistando totalmente todo, incluyendo al Imperio Inca, la cual fue derrotada y así fundaron la ciudad de Cuenca, que actualmente queda en la provincia del Azuay de Ecuador.

Ya por la mitad del siglo XIX, Ecuador empieza a coronar a sus montañas, tales como: el Cotopaxi, el Chimborazo, el Cayambe, Sincholagua, Guagua Pichincha, Sara Urcu, Cotacachi, Illinizas, el Antisana, Carihuairazo, entre otras. Los escaladores más importantes de esta época fueron: Edward Whimper, Wilsalhelm Reiss, Ángel Escobar, etc.

Para finales del siglo XIX, en la región Costa del Ecuador empezaron la producción del cacao, cuyo destino era el continente europeo, el cacao es agradable gracias a su fino aroma. Esta producción favoreció a poblaciones como Vinces, ya que los hijos de los agricultores tuvieron disponibilidad de ir hacia Europa y en particular a Francia, todo esto lo hacían con el fin de conocer y estudiar sobre la arquitectura de esta población, y cuando regresaron al Ecuador empezaron a hacer construcciones similares a las de Francia, incluso tiene una réplica de la Torre Eiffel.

A principios de 1900 el Ecuador sólo contaba con tres hoteles en la ciudad de Guayaquil y cuatro en Quito, reemplazando así las famosas casas de huéspedes. Para que esta actividad se desarrolle de una mejor forma dentro del país, crearon un reglamento para facilitar el ingreso de viajeros, todo esto sucedió en el año de 1930 por el gobierno de Isidro Ayora. A medida que esto se desarrollaba, también surgió la conservación de las áreas protegidas del país, iniciando principalmente por las Islas Galápagos, en los años 1934 al 1936, cuando el Gobierno determinó todas las especies de flora y fauna como protegidas.

Durante el gobierno del General Alberto Enríquez de 1937 a 1938 se creó la ley exterior llamada la Ley de Turismo, y consistía en entregar una cédula al turista, esta era usada como documento para ingresar y movilizarse por todo el país. Tiempo después, en

el gobierno de Galo Plaza, crearon por primera vez la promoción oficial de turismo, haciendo una oficina y estaba a cargo del desarrollo de la primera caravana por Estados Unidos, llevando folletos y artesanías hechas por ecuatorianos.

El 4 de julio de 1959 el área protegida del Parque Nacional Galápagos se formó como Patrimonio Natural del Estado. En 1978 el parque Nacional Pululahua fue declarado Reserva Geobotánica debido a que esta posee una gran diversidad de 2000 especies de flora y fauna andina.

Ya por los años 2000 los aportes para la promoción turística fueron muy importantes como el desarrollo de la marca “Ecuador, la vida en estado puro” que se institucionalizó en el año 2004, el cual estuvo presente en los eventos de Miss Universo 2004 y el mundial Alemania 2006. Ya para el 2008 el Gobierno de Ecuador declaró Política de estado al Turismo, para dar prioridad a los proyectos que tenían estaban en desarrollo. En el año 2010 se cambia la marca del país por otra llamada “Ecuador, ama la vida”, aunque tuvo muchos rechazos por los miembros del sector turismo ha dado resultados confortables y un fuerte impacto a nivel internacional, además porque esta es una marca memorable.

#### **1.1.5. Antecedentes del Cantón Puyango.**

El origen del cantón Puyango fue en la tribu de los Paltas, lugar donde habitaban los Naipiracas, Guambonas, Chitoques, Macullaracas, Urash, entre otras. Igual que muchos otros pueblos de la antigua América, también adoraban al sol, la luna, estrellas, etc. El nombre de la cabecera cantonal, Alamor, es una palabra que se originó de las palabras quichuas Alaumuro o Alaumoru, las cuales significan “¡Ay que moho!”.

Cuando los religiosos españoles ya vivían en América, tenían la peculiaridad de añadir el nombre de un santo a cada lugar, por eso en 1660 la iglesia parroquial tiene el nombre de “San Jacinto de Alamor”. En el momento que pasó a ser parte del obispado Alamor se constituyó como parroquia eclesiástica en el año de 1854, y Don José Cayetano Castillo fue nombrado párroco. En 1861 la población pasó a ser Parroquia Civil según la ley de División Territorial donde formó parte del Cantón Paltas. Tiempo después formó parte del cantón Celica, el 27 de mayo de 1878. Dentro de la Asamblea Constituyente de la ciudad de Quito fue aprobada la cantonización de Puyango, el 17 de enero de 1947, y el presidente Dr. José María Velasco Ibarra la puso en ejecución y el jueves 23 de enero de 1947 se cantonizó, publicándose en el Registro Oficial No. 791.

El clima del cantón, donde la temperatura al año es muy alta por la zona oeste y noroeste de unos 24°C a 26°C, y en la parte baja es de unos 20°C a 22°C. En las partes más altas donde sobrepasa la altitud de 2.200 metros sobre el nivel del mar la temperatura es de unos 12°C a 14°C.

El comercio en el cantón se encuentra localizado en el centro de la parroquia Alamor, y las actividades que se realizan son: El intercambio de productos, bienes y prestación de servicios. Dentro de la agricultura está la más relevante que es la producción de café, que tiene como porcentaje un 95%, y anualmente la producción es de 37.799.75 sacos de 60 Kg cuyo destino es a países extranjeros como Alemania, Estados Unidos, Bélgica, Holanda y Canadá.

Dentro de la ganadería está la producción de ganado vacuno, cuya producción tiene un total de 18.000 a 20.000 cabezas, las cuales están destinadas a Loja, Machala, Cuenca, Huaquillas, etc. El resto de población tiene como dedicación a la producción del ganado porcino.

### **ATRATIVOS TURÍSTICOS**

- \* Río Puyango.
- \* Río Cochurco.
- \* Cascada San José.
- \* El Bosque Petrificado Puyango.
- \* Quebrada El Fondo Azul.
- \* Quebrada El Guayabo.
- \* La Cueva Santa.
- \* Chitoque.
- \* Río de Matalanga.
- \* Río Las Vegas.
- \* Río Tunima.
- \* Aguas Sulfurosas.
- \* La Chorrera.

## **1.2. MARCO TEÓRICO**

### **1.2.1. Diseño Gráfico.**

Distintos autores definen el diseño gráfico de diferentes formas, como, por ejemplo, Frascara (2000) dijo que el diseño gráfico es “la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (p.19). Mientras que Ambrose y Harris (2009) comentan que “el diseño gráfico es una disciplina creativa de las artes visuales que engloba, entre otros ámbitos, la dirección artística, la tipografía, la composición de textos y las tecnologías de la información” (p.20). Los autores expuestos previamente tienen similitudes en ambas definiciones, pero está claro que Ambrose y Harris también toman al diseño gráfico como una rama de estudio más artística que técnicas enfocadas a la proyección de mensajes.

### **1.2.2. Diseño Editorial.**

Según Caldwell y Zappaterra (2014) dijeron que “la intención del diseño editorial es comunicar un contenido claro mediante una organización y presentación de palabras de entender, como los titulares que se redactarán con la intención de atraer al lector”.

En cuanto el estudiante de la Universidad de Cuenca Galabay (2015) menciona en su tesina que “el diseño gráfico editorial se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos” (p.15). De las explicaciones que realizan los autores tiene como conclusión que el diseño editorial es prácticamente una forma de comunicar un tema específico dentro de una herramienta donde tendrá información para trasmitirlas al público objetivo. Dicha herramienta es desarrollada por el diseñador en sí.

### **1.2.3. Comunicación Visual.**

Rollié y Branda (2011) explican que el mensaje de la comunicación visual “es el producto de diferentes modalidades de representación que requieren de la conjunción de competencias expresivas distintas: fotografía, gráfica, ilustración, tipografía, etc.” (p.27). Mientras que según Cortés (2018) dijo que “la formación en comunicación visual engloba diferentes disciplinas relacionadas con la capacidad de las imágenes para comunicar, ya sean fotografías, diseños o dibujos” (p.14). Esto significa que los autores tienen una relación en ambas teorías de que la comunicación visual tiene una unificación con varias modalidades correspondientes al diseño gráfico.

#### **1.2.4. Fotografía.**

Fairgrieve (1951) habló del uso de la fotografía como medio “para habituar a los futuros ciudadanos a imaginar adecuadamente las condiciones del gran escenario del mundo”. Pues como es debido, una fotografía es una comunicación sin el uso de texto, y es así que con una sola imagen comunica cómo se encuentra el mundo con la tecnología y cómo ha avanzado como tal, desde las fotografías en blanco y negro hasta color e inclusive la fotografía digital. Entretanto también considera a la fotografía como “uno de los inventos por excelencia debido a su transversalidad, característica que la define y que permitió su inmediata aplicación a la ciencia, el arte o la industria, al tiempo que registraba la propia evolución social” (p.11). Tal y como mencionó el autor Fairgrieve la fotografía muestra evoluciones en el mundo, en este caso la evolución social, y teniendo en cuenta que esta actividad es considerada un trabajo artístico.

Ahora bien, en cuanto a fotografía turística se puede tomar en cuenta el comentario de Lúquez, López, Blanchard y Sánchez (2006) lo cual manifestaron que una excelente fotografía turística está apta de exhibir el clima, el relieve, vegetación y todo lo que tiene que ver con el entorno turístico.

#### **1.2.5. Fotolibro.**

Fernández (2011) comentó que el Fotolibro “es una publicación compuesta por fotografías ordenadas como conjuntos de imágenes con argumentos y significados complejos. Es el medio utilizado por los principales fotógrafos para producir sus mejores obras, un modelo de eficacia comprobada para presentar, comunicar y leer fotos” (p.4). Como lo comenta, el fotolibro no sólo es un álbum para hacer muestras de trabajos, sino que es una publicación de un fotógrafo para transmitir información mediante imágenes en lugar de texto, y dicha herramienta muestra obras con un mismo estilo para que la información a difundir sea clara y precisa.

### **1.3. MARCO CONCEPTUAL**

#### **1.3.1. Diseño Gráfico.**

Es una forma de comunicar visualmente información y transmitirlos a un target específico. Para esta actividad se tiene que organizar imágenes de textos, y realizarlas por medios industriales.

#### **1.3.2. Diseño Editorial.**

Rama del diseño gráfico encargada de realizar diseños, maquetaciones, composiciones y hasta inclusive ediciones para publicaciones como libros, revistas y más. Todo esto es para que se visualice de una forma muy llamativa y que se pueda vender con facilidad los productos diseñados.

#### **1.3.3. Diagramación.**

Es un cargo del diseño editorial que sirve para organizar los contenidos textuales de una publicación, ya sea impresa como electrónica.

#### **1.3.4. Retícula.**

Es un elemento base de la diagramación que ayuda a trabajar al diseñador al momento de ingresar los diferentes elementos que tiene una publicación como son las columnas, páginas, títulos, fotografías, entre otras; dicho elemento no se encuentra visible al público objetivo, pero sí para aquella persona que la diseñó.

#### **1.3.5. Fotolibro.**

Es un libro desarrollado de la forma que quiera el fotógrafo o editor, tiene que tener un tema específico y a diferencia de los libros comunes estas tienen imágenes en lugar de texto, pero de todas formas pueden tener textos cortos o largos, como es personalizable depende del creador. Las fotos van impresas en el libro y no pegadas o puestas como un álbum normal.

#### **1.3.6. Fotografía.**

Es un procedimiento, cuya función es obtener imágenes del entorno por una actividad química que usa de la luz, y así proyectarla y adherirla sobre una superficie sensible, ya sea digital como física.

### **1.3.7. Turismo.**

Es una acción que realiza una o varias personas mientras viaja a algún lugar del mundo y permanece por un tiempo establecido con el fin de conocer dicho lugar, hacer negocios, crear publicidad, entretenerse, etc.

### **1.3.8. Arte.**

Es una actividad que se realiza con el propósito de comunicar cualquier tipo de información, ya sean ideas como emociones, mediante siete diferentes manifestaciones como: la música, arquitectura, escultura, danza, cine, literatura y pintura.

### **1.3.9. Mensaje.**

Es el elemento principal de la comunicación, la cual tiene una información específica que envía el emisor al receptor, por medio de un canal.

### **1.3.10. Publicidad.**

Es un método de transmitir información, pero con el objetivo de incrementar el consumo de un producto o servicio, todo esto tiene que tener relación hacia una marca específica para fortalecerla dentro de una empresa.

### **1.3.11. Elementos básicos del diseñador.**

#### **Lenguaje visual.**

Es comunicar un mensaje determinado, teniendo en cuenta todos los recursos adecuados, dependiendo del target al que vaya dirigido el mensaje.

#### **Percepción visual.**

Es aquella manera en que las personas ven y perciben visualmente, vinculados con el conocimiento que estas tengan y dependiendo del estado de ánimo en el que se encuentren.

#### **Comunicación.**

Es la labor de cambiar información entre dos o más individuos, con el objetivo de difundir un mensaje, o a su vez recibirlo por diferentes medios.

#### **Administración de recursos.**

Son aquellos elementos que necesita un diseñador para poder realizar cualquier actividad, tales como: cámara, computadora, cuaderno, etc.

## **1.4. MARCO JURIDICO**

### **1.4.1. TODO UNA VIDA PLAN DE DESARROLLO 2017-2021.**

#### **OBJETIVOS NACIONALES DE DESARROLLO**

- **EJE1: Derechos para Todos Durante Toda la Vida**

**Objetivo 2:** Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas.

**2.3.** Promover el rescate, reconocimiento y protección del patrimonio cultural tangible e intangible, saberes ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales.

**2.6.** Salvaguardar los territorios ancestrales y el patrimonio intangible, el fortalecimiento organizativo comunitario, las visiones de desarrollo propio y la sostenibilidad de sus recursos, y proteger la vida y autodeterminación de los pueblos indígenas en aislamiento voluntario.

**2.7.** Promover la valoración e inclusión de los conocimientos ancestrales en relación a la gestión del sistema educativo, servicios de salud, manejo del entorno ambiental, la gestión del hábitat y los sistemas de producción y consumo.

**Objetivo 3:** Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.

**3.3.** Precautelar el cuidado del patrimonio natural y la vida humana por sobre el uso y aprovechamiento de recursos naturales no renovables.

**3.4.** Promover buenas prácticas que aporten a la reducción de la contaminación, la conservación, la mitigación y la adaptación a los efectos del cambio climático, e impulsar las mismas en el ámbito global.

### **1.4.2. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.**

- **TÍTULO II: DERECHOS.**

**Capítulo segundo:** Derechos del buen vivir.

**Sección tercera:** Comunicación e Información.

**Art. 19.-** La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

**Sección cuarta:** Cultura y ciencia.

**Art. 21.-** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

**Capítulo séptimo:** Derechos de la naturaleza.

**Art. 71.-** La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

- **TÍTULO VI: RÉGIMEN DE DESARROLLO.**

**Capítulo sexto:** Trabajo y producción.

**Sección segunda:** Tipos de propiedad.

**Art. 322.-** Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en

el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad.

- **TÍTULO VII: RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR.**

**Capítulo primero:** Inclusión y equidad.

**Sección quinta:** Cultura.

**Art. 377.-** El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

**Capítulo segundo:** Biodiversidad y recursos naturales.

**Sección tercera:** Patrimonio natural y ecosistemas.

**Art. 404.-** El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción. Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica, de acuerdo con la ley.

**Sección cuarta:** Recursos naturales.

**Art. 408.-** Son de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado los recursos naturales no renovables y, en general, los productos del subsuelo, yacimientos minerales y de hidrocarburos, sustancias cuya naturaleza sea distinta de la del suelo, incluso los que se encuentren en las áreas cubiertas por las aguas del mar territorial y las zonas marítimas; así como la biodiversidad y su patrimonio genético y el espectro radioeléctrico. Estos bienes sólo podrán ser explotados en estricto cumplimiento de los principios ambientales establecidos en la Constitución.

El Estado participará en los beneficios del aprovechamiento de estos recursos, en un monto que no será inferior a los de la empresa que los explota.

El Estado garantizará que los mecanismos de producción, consumo y uso de los recursos naturales y la energía preserven y recuperen los ciclos naturales y permitan condiciones de vida con dignidad.

### **1.4.3. LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN.**

- **TÍTULO I: DISPOSICIONES PRELIMINARES Y DEFINICIONES**

**Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos:** Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador

- **TÍTULO II: PRINCIPIOS Y DERECHOS.**

**Capítulo segundo:** Derechos a la comunicación.

**Sección primera:** Derechos de libertad.

**Art. 29.- Libertad de información:** Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

**Sección segunda:** Derechos de igualdad e interculturalidad.

**Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social:** Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

- **TÍTULO IV: REGULACIÓN DE CONTENIDOS.**

**Art. 62.- Prohibición:** Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales. Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología

de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

#### **1.4.4. LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL.**

- **TÍTULO I: ÁMBITO Y PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN AMBIENTAL.**

**Art. 3.-** El proceso de Gestión Ambiental, se orientará según los principios universales del Desarrollo Sustentable, contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de 1992, sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

**Art. 5.-** Se establece el Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental como un mecanismo de coordinación transectorial, interacción y cooperación entre los distintos ámbitos, sistemas y subsistemas de manejo ambiental y de gestión de recursos naturales.

- **TÍTULO II: DEL RÉGIMEN INSTITUCIONAL DE LA GESTIÓN AMBIENTAL.**

**Capítulo primero:** Del desarrollo sustentable.

**Art. 7.-** La gestión ambiental se enmarca en las políticas generales de desarrollo sustentable para la conservación del patrimonio natural y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales que establezca el Presidente de la República al aprobar el Plan Ambiental Ecuatoriano. Las políticas y el Plan mencionados formarán parte de los objetivos nacionales permanentes y las metas de desarrollo. El Plan Ambiental Ecuatoriano contendrá las estrategias, planes, programas y proyectos para la gestión ambiental nacional y será preparado por el Ministerio del ramo. Para la preparación de las políticas y el plan a los que se refiere el inciso anterior, el Presidente de la República contará, como órgano asesor, con un Consejo Nacional de Desarrollo Sustentable, que se constituirá conforme las normas del Reglamento de esta Ley y en el que deberán participar, obligatoriamente, representantes de la sociedad civil y de los sectores productivos.

**Capítulo cuarto:** De la participación de las instituciones del estado.

**Art. 12.-** Son obligaciones de las instituciones del Estado del Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental en el ejercicio de sus atribuciones y en el ámbito de su competencia, las siguientes:

a) Aplicar los principios establecidos en esta Ley y ejecutar las acciones específicas del medio ambiente y de los recursos naturales;

b) Ejecutar y verificar el cumplimiento de las normas de calidad ambiental, de permisibilidad, fijación de niveles tecnológicos y las que establezca el Ministerio del ramo;

c) Participar en la ejecución de los planes, programas y proyectos aprobados por el Ministerio del ramo;

d) Coordinar con los organismos competentes para expedir y aplicar las normas técnicas necesarias para proteger el medio ambiente con sujeción a las normas legales y reglamentarias vigentes y a los convenios internacionales;

e) Regular y promover la conservación del medio ambiente y el uso sustentable de los recursos naturales en armonía con el interés social; mantener el patrimonio natural de la Nación, velar por la protección y restauración de la diversidad biológica, garantizar la integridad del patrimonio genético y la permanencia de los ecosistemas;

f) Promover la participación de la comunidad en la formulación de políticas para la protección del medio ambiente y manejo racional de los recursos naturales; y,

g) Garantizar el acceso de las personas naturales y jurídicas a la información previa a la toma de decisiones de la administración pública, relacionada con la protección del medio ambiente.

#### **1.4.5. LEY DE TURISMO.**

##### **Capítulo primero: Generalidades.**

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

**Capítulo cuarto:** Del Ministerio de turismo.

**Art. 15.-** El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;

11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y

12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

**Capítulo sexto:** Áreas turísticas protegidas.

**Art. 20.-** Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente. Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se regirán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

## **CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA**

### **2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **2.1.1. Descriptiva**

Según el autor Arias (2012) dijo que la investigación descriptiva es una “caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere” (p.24). Entonces se escogió este tipo de investigación porque con ella se describe las características del cantón Puyango, y así saber el comportamiento de los pobladores.

#### **2.1.2. Explicativa**

Arias (2012) también habló de la investigación explicativa, definiéndola como aquella encargada de buscar “el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis” (p.26). Este tipo de investigación también es importante ya que se trata de buscar las características de la problemática del cantón, la cual se quiere resolver.

### **2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.2.1. Cualitativo**

Son aquellas características o atributos que se manifiestan verbalmente, o sea sólo con palabras. Y esto importante en el proyecto porque se enfoca en el problema para que tiene el cantón Puyango en cuanto a promocionar el turismo, a su vez saber si los pobladores están de acuerdo con la propuesta del proyecto.

#### **2.2.2. Cuantitativo**

Este enfoque se manifiesta mediante valores numéricos. También es importante para saber cuántas personas son las que se pueden dar cuenta de la problemática que tiene el cantón en sí y cuantos tratan de mejorarla.

## **2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1. Métodos teóricos**

#### **Método de Análisis y Síntesis**

Este método se describe las actividades que se ayudan entre sí y que nos sirven para estudiar la problemática y saber las realidades tanto del objeto de estudio como de lo que se implementará. Entonces aquí es donde se recoge toda la información bibliográfica de varios autores, los cuales hablan sobre los temas que concuerden con el eje de investigación.

#### **Método Histórico – Lógico**

Este método se refiere “a que en la Sociedad los diversos problemas o fenómenos no se presentan de manera azarosa (casual) sino que es el resultado de un largo proceso que los origina, motiva o da lugar a su existencia” (García, 2017). En este método se recopila información de los antecedentes históricos en cuanto a los temas principales del eje de investigación y también al objeto de estudio, donde se conduce al problema que esta tenga y así resolverla con mayor eficacia.

#### **Método Inducción y Deducción**

La inducción es un proceso que inicia de un punto específico de un objeto de estudio y que va hacia lo más general, con el fin de encontrar un problema. Mientras que la deducción es lo contrario que va desde lo general hacia lo específico de forma lógica, analizando y buscando una solución al problema determinado.

### **2.3.2. Métodos empíricos**

#### **Entrevista**

Es la acción de realizar una conversación con una o más personas y hablar sobre ciertos temas con el objetivo de saber información y lograr una meta. Este método es escogido para conocer la información detalladamente sobre el problema que tiene el objeto de estudio.

#### **Encuesta**

Este método se realiza con el fin de recopilar información mediante un cuestionario, sin alterar nada de la problemática que el objeto de estudio tenga. Se la aplica a los pobladores

del cantón Puyango con el objetivo de dar a conocer el proyecto, sabiendo que es una solución al problema que tiene el cantón.

## **Observación**

### **Participativa**

Es la observación que se realiza dentro de un objeto de estudio, y participa junto a las personas, conociendo su forma de vivir y las actividades que realizan con mayor precisión, todo esto lo hacen con el fin de conseguir información sobre costumbres y tradiciones para descubrir un problema.

### **No participativa**

En esta no se enfoca participando, sino contemplando las costumbres y tradiciones que tenga un grupo de personas dentro del objeto de estudio sin interactuar con ellos, con esto se obtiene la mejor objetividad posible y se lo estudia para encontrar el problema que tengan.

### **2.3.3. Métodos estadísticos**

Cuando la información ya está recolectada, se llega a este método para describir valores y comprobar si los datos obtenidos benefician al proyecto.

## **2.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **2.4.1. Observación**

La observación utilizada en este proyecto es participativa, para conocer de mejor manera el problema que está teniendo el cantón. A través de esta técnica se pudo observar que algunos pobladores no conocen ciertos lugares turísticos, o más bien sólo conocen los principales, que siempre son nombrados, y gracias a este factor es que se llegó a la idea de crear el fotolibro.

### **2.4.2. Entrevista**

En esta técnica se dialogó con dos profesionales que están relacionados dentro del campo del turismo, donde se recolectó una buena información que beneficia tanto al fotolibro como al turismo del cantón. **(Ver anexos 1 pág.59)**

### 2.4.3. Encuesta

La encuesta se la realizó de forma digital dirigidos a todos los habitantes del cantón Puyango; ahí se recolectó información sobre el conocimiento que tienen hacia los atractivos turísticos. (Ver anexos 2 pág.60)

## 2.5. MÉTODO ESTADÍSTICO

### 2.5.1. Universo

El universo o población está conformado por los pobladores del cantón Puyango.

### 2.5.2. Muestra

Es una parte fundamental para la realización de un estudio, consiste en extraer un fragmento del universo escogido, el cual representa el número de encuestas que se va a realizar, tomando en cuenta que tiene un margen de error. Para lograr esto se realiza una fórmula matemática.

#### FÓRMULA

$$n = \frac{Nq^2Z^2}{e^2(N-1) + q^2Z^2}$$

n: Tamaño de la muestra buscada: 277 encuestados.

N: Tamaño de la Población: 18000 habitantes.

q: Proporción de la población: 0,5.

Z: Nivel de confianza (95%): 1,96.

e: Error muestral: 5%.

#### DESARROLLO

$$n = \frac{18000 * (0,5)^2 * (1,96)^2}{(0,05)^2 * (18000 - 1) + (0,5)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{18000 * 0,25 * 3,8416}{0,0025 * (17999) + 0,25 * 3,8416}$$

$$n = \frac{17287,2}{45,9579}$$

n=377 Encuestados.

## 2.6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### 2.6.1. Análisis de los resultados de encuestas

Una vez obtenida los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Puyango, se da a conocer las siguientes conclusiones en forma de gráficos:

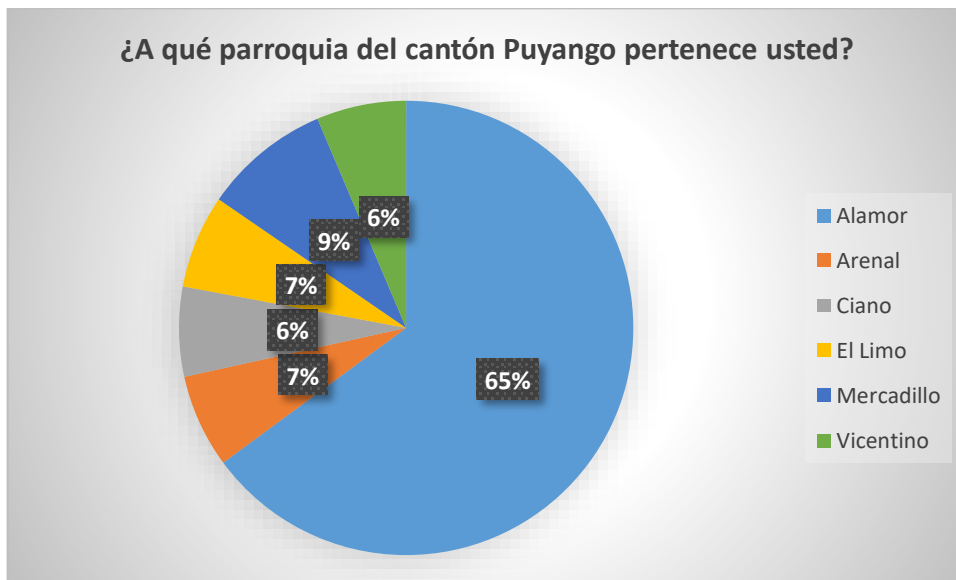
#### Pregunta 1.- ¿A qué parroquia del cantón Puyango pertenece usted?

Tabla 1. Pregunta 1

PARROQUIAS	Alamor	Mercadillo	Vicentino	El Limo	Arenal	Ciano	TOTAL
FRECUENCIA ABSOLUTA	245	35	24	25	24	24	377
PORCENTAJE	65%	9%	6%	7%	7%	6%	100%

Fuente: Arial, 1982

Gráfico 1. Pregunta 1



Fuente: (Calibri, 2007)

Mediante esta pregunta se pudo observar que más de la mitad de las personas encuestadas son de la parroquia Alamor, todo esto debido a que es la cabecera cantonal, y al ser encuesta online, la mayoría de las parroquias no cuentan con servicio de internet o señal telefónica.

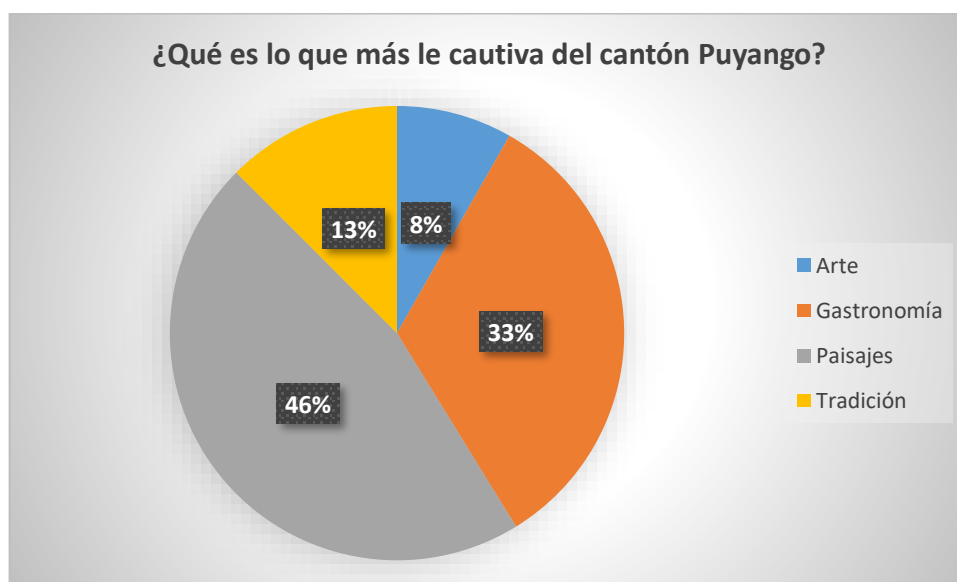
**Pregunta 2.-** ¿Qué es lo que más le cautiva del cantón Puyango?

Tabla 2. Pregunta 2

OPCIONES	Gastronomía	Tradición	Arte	Paisajes	TOTAL
FRECUENCIA ABSOLUTA	146	45	31	175	377
PORCENTAJE	33%	13%	8%	46%	100%

Fuente: Arial, 1982

Gráfico 2. Pregunta 2



Fuente: (Calibri, 2007)

Los resultados obtenidos señalan que la gran parte de los encuestados les cautiva más los paisajes que tiene el cantón, representando al 46%, seguido por un 33% que les cautiva la gastronomía, 13% les cautiva las tradiciones y finalmente un 8% que les cautiva el arte. Con este resultado se puede asumir que los pobladores encantan más de los paisajes o les gusta más los paisajes que brinda su entorno natural.

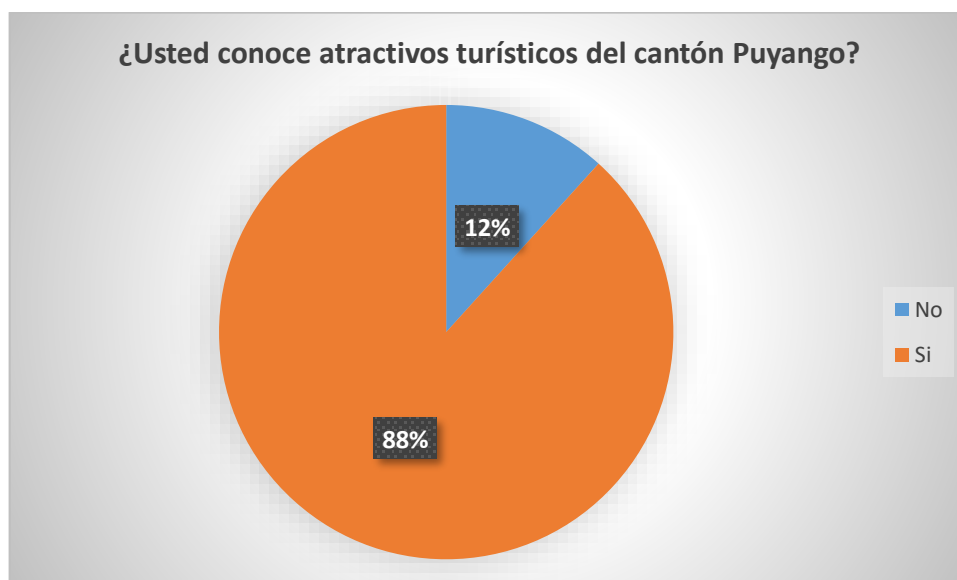
**Pregunta 3.-** ¿Usted conoce atractivos turísticos del cantón Puyango?

Tabla 3. Pregunta 3

OPCIONES	Si	No	TOTAL
FRECUENCIA ABSOLUTA	335	42	377
PORCENTAJE	88%	12%	100%

Fuente: Arial, 1982

Gráfico 3. Pregunta 3



Fuente: (Calibri, 2007)

Por medio de esta pregunta se calcula que un 88% de las personas encuestadas conoce atractivos turísticos del cantón, mientras que el 12% desconoce, pero al momento de nombrar los atractivos que conocen, el 88% de los encuestados colocaron atractivos que son muy conocidos, sin tomar en cuenta a los demás, los cuales no les brindan mucho interés.

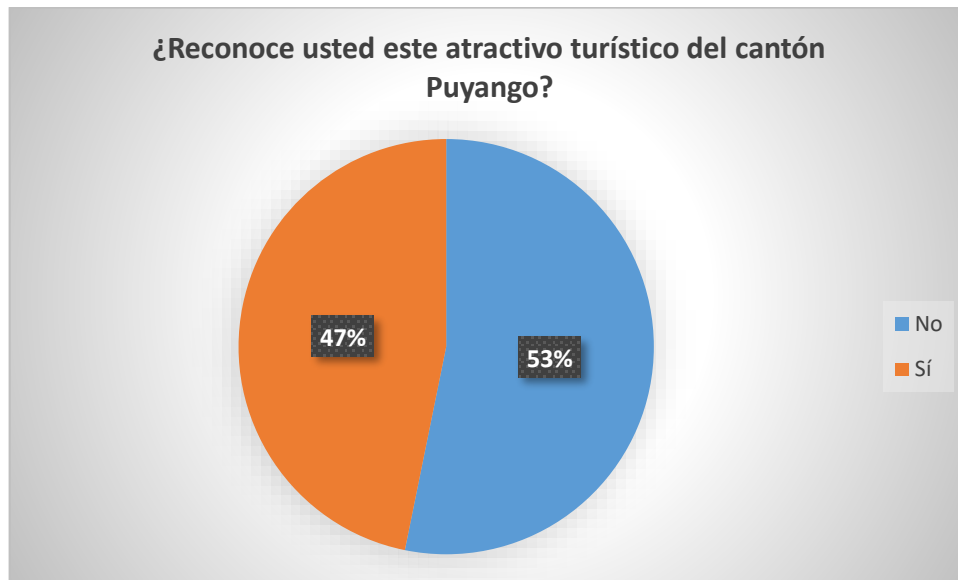
**Pregunta 4.-** ¿Reconoce usted este atractivo turístico del cantón Puyango?

Tabla 4. Pregunta 4

OPCIONES	Si	No	TOTAL
FRECUENCIA ABSOLUTA	180	197	377
PORCENTAJE	47%	53%	100%

Fuente: Arial, 1982

Gráfico 4. Pregunta 4



Fuente: (Calibri, 2007)

Un poco más de la mitad de las personas encuestadas no reconocen el atractivo turístico mostrado en la pregunta, dando como valor un 53%, pero, por el contrario, un 47% si lo reconoce al atractivo turístico, el cuál es la Piedra del Sol de la parroquia Mercadillo, esto puede ser por el hecho de no nombrarlo mucho o por motivos de ubicación, ya que las parroquias vecinas se encuentran lejos del atractivo.

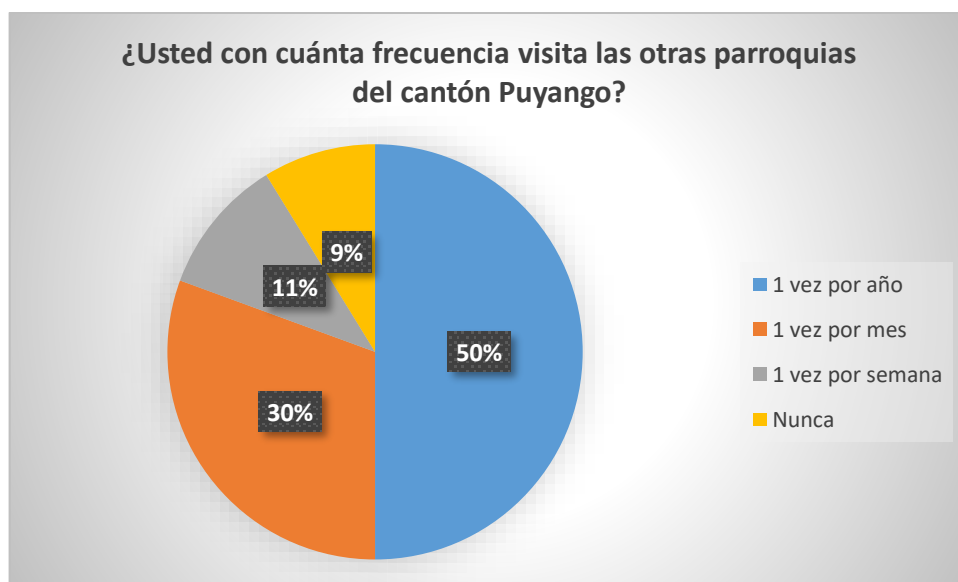
**Pregunta 5.-** ¿Usted con cuánta frecuencia visita las otras parroquias del cantón Puyango?

Tabla 5. Pregunta 5

OPCIONES	1 vez por año	1 vez por mes	1 vez por semana	Nunca	TOTAL
FRECUENCIA ABSOLUTA	191	114	40	32	377
PORCENTAJE	50%	30%	11%	9%	100%

Fuente: Arial, 1982

Gráfico 5. Pregunta 5



Fuente: (Calibri, 2007)

En estos resultados se logra observar que los encuestados visitan 1 vez por año las diferentes parroquias que tiene el cantón, representando el 50%, mientras que el 30% visitan 1 vez por mes, un 11% visitan 1 vez por semana y por último un 9% que nunca visitan las demás parroquias. Con estos resultados se puede decir que ya sea por la falta de un incentivo o por falta económica la mitad del grupo objetivo no visita las demás parroquias que tiene el cantón.

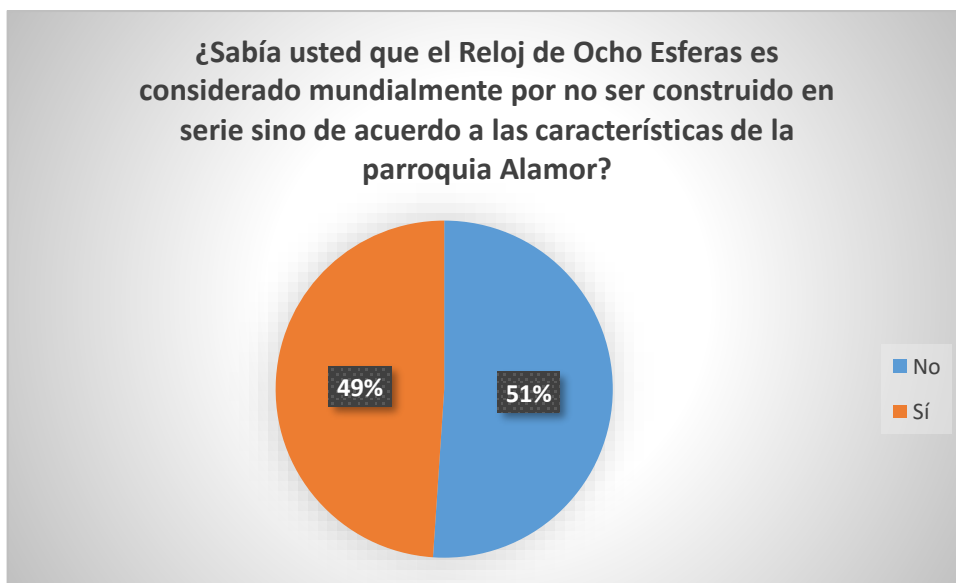
**Pregunta 6.-** ¿Sabía usted que el Reloj de Ocho Esferas es considerado mundialmente por no ser construido en serie sino de acuerdo a las características de la parroquia Alamor?

Tabla 6. Pregunta 6

OPCIONES	Si	No	TOTAL
FRECUENCIA ABSOLUTA	191	186	377
PORCENTAJE	49%	51%	100%

Fuente: Arial, 1982

Gráfico 6. Pregunta 6



Fuente: (Calibri, 2007)

En esta pregunta se muestra que el 51% de los encuestados no tiene conocimiento de que el Reloj de Ocho esferas es reconocido mundialmente, mientras que el 49% restante si conocen el dato importante de este atractivo turístico, cabe recalcar que el Reloj de Ocho Esferas es muy conocido dentro del cantón Puyango por la promoción que ha hecho el municipio y departamentos de turismo, sin embargo la mayor parte de los encuestados no lo conoce ya sea por falta de atención o simplemente se fueron olvidando con el tiempo.

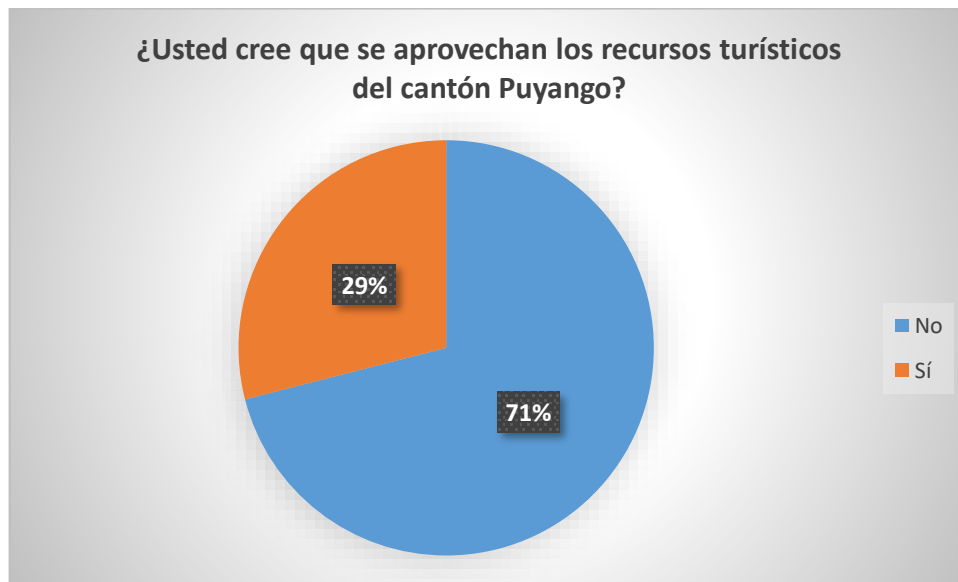
**Pregunta 7.-** ¿Usted cree que se aprovechan los recursos turísticos del cantón Puyango?

Tabla 7. Pregunta 7

OPCIONES	Si	No	TOTAL
FRECUENCIA ABSOLUTA	110	267	377
PORCENTAJE	29%	71%	100%

Fuente: Arial, 1982

Gráfico 7. Pregunta 7



Fuente: (Calibri, 2007)

En esta pregunta se tuvo como resultado que en su mayoría un 71% de los encuestados no creen que se aprovechan los recursos turísticos del cantón, mientras que el 29% respondió que sí creen que se aprovechan. Mediante estos resultados se llega a la conclusión de que la mayoría de las personas no aprovechan los recursos que el mismo cantón Puyango les brinda.

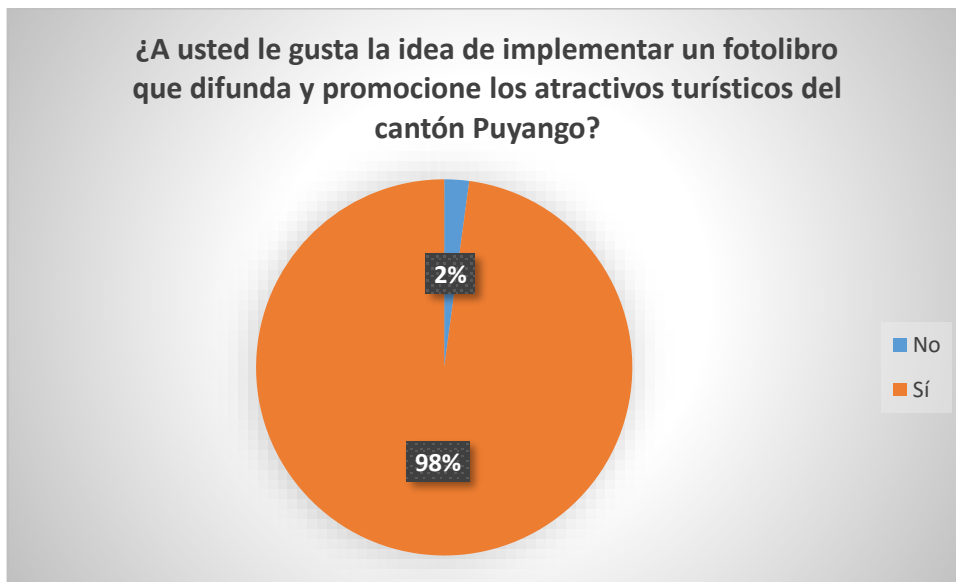
**Pregunta 8.-** ¿A usted le gusta la idea de implementar un fotolibro que difunda y promocióne los atractivos turísticos del cantón Puyango?

Tabla 8. Pregunta 8

OPCIONES	Si	No	TOTAL
FRECUENCIA ABSOLUTA	370	7	377
PORCENTAJE	98%	2%	100%

Fuente: Arial, 1982

Gráfico 8. Pregunta 8



Fuente: (Calibri, 2007)

Con esta pregunta se tuvo como resultado que, en su gran mayoría, un 98% de los encuestados sí les gusta la propuesta de implementar un fotolibro que promocióne y difunda el desarrollo turístico del cantón. Esto da como conclusión que la idea a realizar está bien recibida por la población.

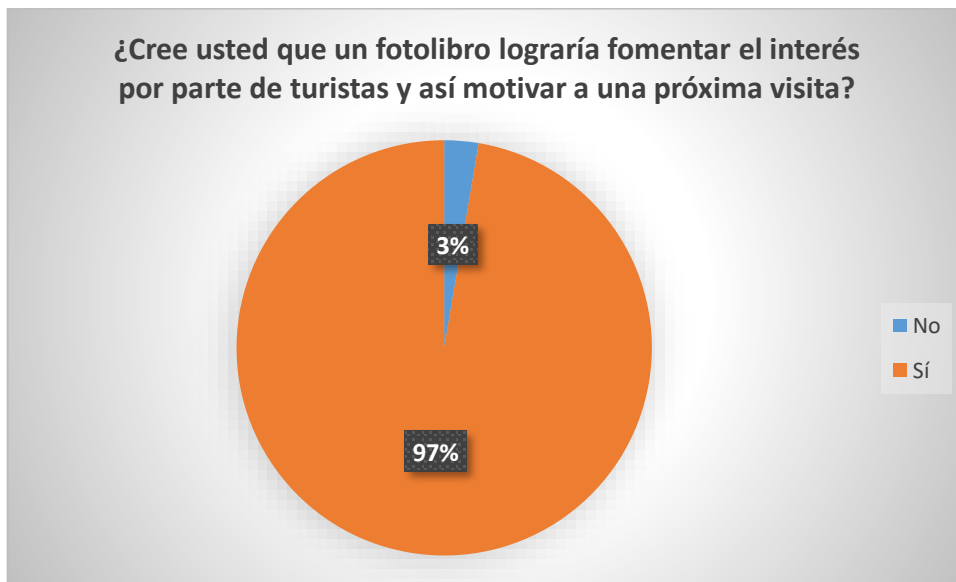
**Pregunta 9.-** ¿Cree usted que un fotolibro lograría fomentar el interés por parte de turistas y así motivar a una próxima visita?

Tabla 9. Pregunta 9

OPCIONES	Si	No	TOTAL
FRECUENCIA ABSOLUTA	368	9	377
PORCENTAJE	97%	3%	100%

Fuente: Arial, 1982

Gráfico 9. Pregunta 9



Fuente: (Calibri, 2007)

El 97% de las personas encuestadas creen que un fotolibro turístico lograría fomentar el interés por los turistas, lo que significa que el proyecto es rentable y que se lo podría aplicar en cualquier momento.

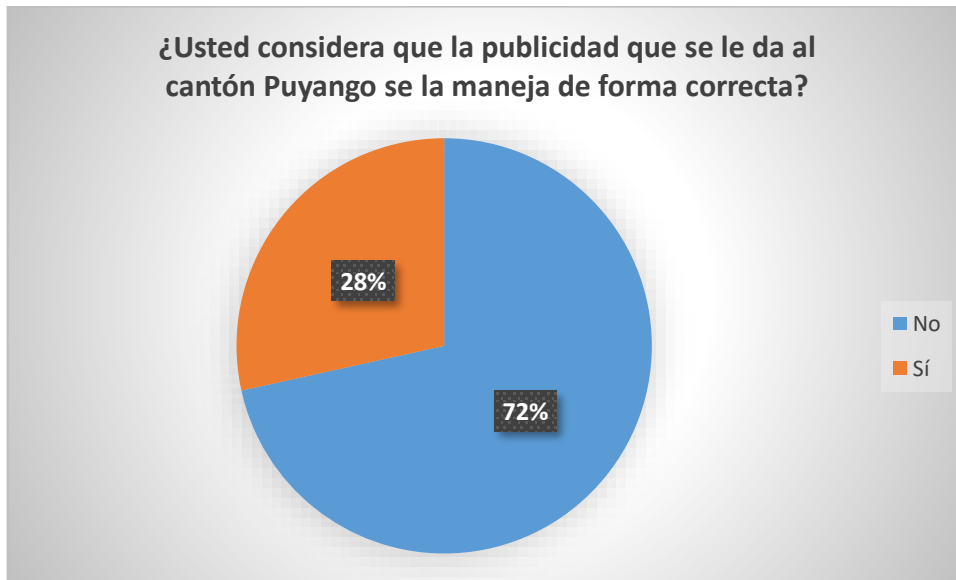
**Pregunta 10.-** ¿Usted considera que la publicidad que se le da al cantón Puyango se la maneja de forma correcta?

Tabla 10. Pregunta 10

OPCIONES	Si	No	TOTAL
FRECUENCIA ABSOLUTA	109	268	377
PORCENTAJE	28%	72%	100%

Fuente: Arial, 1982

Gráfico 10. Pregunta 10



Fuente: (Calibri, 2007)

En esta pregunta el resultado fue que el 72% de los encuestados consideran que no se maneja de forma correcta la publicidad del cantón, mientras que un 28% considera que sí se aprovechan, los cuales pueden ser aquellas personas a las que luchan día a día para que su cantón tenga la mejor publicidad turística posible.

### **2.6.2. Análisis de los resultados de entrevistas**

Se realizaron dos entrevistas con objetivos diferentes a dos profesionales en el ámbito turístico del cantón Puyango, esto con el fin de obtener opiniones y sugerencias para que dé un resultado de mejor calidad. Se dialogó con el Ing. Carlos Deyber Jumbo Lima, vicepresidente de la junta parroquial de Vicentino en cargo de la comisión de Cultura y Turismo para recolectar información sobre el desarrollo turístico del cantón. También se realizó la entrevista al Lcdo. Alejandro Joel Astudillo Astudillo, Jefe (E) Unidad de Desarrollo Socio Cultural del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Puyango con el fin de conocer sobre producción fotográfica, ediciones, retoques y composiciones en cuanto al fotolibro. En ambas entrevistas se empezó hablando sobre el proyecto editorial y de ahí con las preguntas ya planificadas; toda la conversación fue grabada en audio.

Según las respuestas obtenidas con el Ing. Carlos Jumbo, manifestó que el cantón Puyango si está aprovechando recursos, tales como cultura y artesanías, y también están promocionando dichos recursos en una biotienda ubicada dentro del municipio. Ahora bien, en cuanto a los atractivos turísticos, el cantón cuenta con un sin número de atractivos tanto naturales como culturales, pero les hace falta explorar y explotar. También comentó que es muy importante, interesante y necesario la iniciativa de implementar un fotolibro turístico, ya que los visitantes aparte de llevarse recuerdos grabados en su memoria, también ganarían conocimiento sobre el cantón y así no se les dificultara la búsqueda de ciertos atractivos. Así mismo mencionó que si él fuera un turista compraría el fotolibro con mucho gusto y a su vez difundirlo, porque es algo espectacular.

Según las respuestas obtenidas con el Lcdo. Alejandro Astudillo manifestó que la fotografía es muy importante dentro del ámbito comunicacional, y que es como una base para generar comunicación de desarrollo. Ahora en cuanto al fotolibro turístico lo más recomendable es ingresar fotografías panorámicas, porque se aprecia mejor el lugar donde se realiza la toma, como, por ejemplo, de Las Aguas Sulfurosas del Arenal, ya que en este atractivo tiene una composición muy importante de la fuente principal de los minerales y también la fuente o vertiente de agua. En el tema de los planos es una tipología muy importante porque da a conocer más la psicología de lo que se quiere mostrar, por ejemplo, en las danzas, que es algo muy icónico e importante generar un primerísimo primer plano de la persona que esté bailando, para mostrar su rostro y compartir las expresiones que el artista crea. Ahora bien, para la promoción y difusión del cantón a

través de un fotolibro lo considera de gran valor, porque hoy en día la comunicación audiovisual y fotografía toman un papel muy importante porque todas las personas están ligadas a poder observar una imagen y así desarrollar una crítica constructiva o a su vez destructiva; y un fotolibro sirve de mucho para la promoción, porque podemos conocer la diversidad que existe en el cantón. También mencionó que uno de los principales retoques fotográficos que utiliza en la fotografía profesional es editarlos mediante diferentes herramientas digitales como Photoshop, Illustrator, que para él y como muchos son muy importantes, pero una buena edición es real es cuando la fotografía está bien tomada, ya sea con buena composición, iluminación, de esa forma el retoque fotográfico es más sencillo, dependiendo de la creatividad del editor, además otra herramienta que usa dentro de la fotografía es Lightroom para poder retocar algunos tipos de colores y algunas imperfecciones que pueden presentarse en la fotografía. A su vez los parámetros recomendables a utilizar dentro de la producción fotográfica es el uso manual, porque da un mejor manejo de las diferentes combinaciones de iluminación, de enfoque, entre otros. Actualmente dentro del departamento utilizan una cámara Nikon 7200, y ahí pueden configurar diferentes modos para realizar fotografías, por ejemplo, el modo manual, panorámica, paisajes, deportes, etc. El cuerpo de una cámara con el lente es la unión perfecta para poder crear una buena fotografía, ya que con ella puede hacer profundidad de campo y producir una expectativa diferente a la foto, por ejemplo, cuando se hace una foto con el teléfono celular a veces no se tiene la capacidad de desenfocar los fondos, y para eso una cámara réflex es muy importante para realizar este tipo de técnicas. La velocidad del obturador también es fundamental para capturar movimiento de ciertos objetos. Finamente habló sobre la composición de elementos dentro del fotolibro ya impreso. Considera que el 85% del ejemplar debe ser de fotografía y el 15% restante de texto. Ellos dentro de la institución municipal al inicio de la administración propusieron producir un manual de uso de marca, que es algo muy esencial dentro de una organización, porque mediante el uso de marca, teniendo establecido todos los parámetros gráficos de manejo de la marca es indispensable para luego poderse basar en diferentes plantillas, como por ejemplo en el momento de subir una fotografía a la web se utiliza un marco que está compuesto por texto y por el logotipo de la institución, con esto se logra generar identidad y tener diferencia entre las fotografías de la página institucional y la página de Facebook.

En definitiva, los atractivos turísticos del cantón les hace falta difundirlos de forma llamativa, por esa razón a ambos entrevistados les encantó la idea del proyecto editorial, y gracias a la información que dieron ayudará de mucho para que tanto las fotografías como el ejemplar salgan de mejor manera. (Ver anexos 3 pág.62)

## **2.7. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS**

### **2.7.1. Análisis PEST**

#### **Político**

- \* Cambio de gobierno.
- \* Iniciativa de proyectos ambientales rentables.
- \* Falta de convenios gubernamentales para enriquecer el turismo.
- \* Faltan de campañas que motiven la comercialización externa de los productos hechos por los pobladores.

#### **Económico**

- \* Fuentes de trabajo en el ámbito turístico de las parroquias están escasas.
- \* La devolución de los precios.
- \* Crecimiento de los impuestos.
- \* El PIB ha disminuido debido a los problemas que tiene el país.

#### **Social**

- \* Establecimientos educativos dedicados a la agricultura.
- \* Programas que fomentan el turismo transmitidos en los diferentes medios de comunicación.
- \* Falta de producción sobre los atractivos turísticos por parte de los pobladores.
- \* Algunas unidades no cuentan con infraestructura turística.

#### **Tecnológico**

- \* Poca cobertura telefónica en ciertos sectores del cantón.
- \* Globalización del internet.
- \* Evolución de redes sociales.

## **CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA**

Desarrollo de un fotolibro como medio de promoción, difusión y desarrollo turístico del cantón Puyango, provincia de Loja.

### **3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA**

Diseñar un fotolibro de los atractivos turísticos del Cantón Puyango, ya que cuenta con una gran variedad de atractivos que no son muy conocidos ni por los mismos pobladores por lo que no hay mucha demanda turística, y por eso es necesario el desarrollo de esta herramienta.

### **3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

#### **3.3.1. Estado inicial del proyecto**

El fotolibro surgió por la necesidad de promocionar el turismo en el cantón, promocionar aquellos atractivos conocidos como también los menos relevantes, los cuales se han quedado en el olvido, de esta manera los turistas tendrán ese interés de conocer los diferentes lugares y pasar un buen rato de ocio y diversión. A dicho libro se lo nombró PUYU, palabra quechua palta proveniente que significa río nublado, boscoso y musgoso, esta es la palabra descendiente de Puyango.

#### **Boceto**

Se creó un boceto a lápiz, ya sea del logotipo, de la portada, y también del contenido. Esto servirá de guía para saber en qué parte colocar las fotografías y el texto para luego digitalizarlo. **(Ver anexos 4 pág.63)**

#### **Contenido**

El fotolibro tendrá como contenido el elemento fundamental que son las fotografías separadas por 6 grupos, que vienen a ser las parroquias del cantón Puyango, las cuales son: Alamor, Mercadillo, Vicentino, El Arenal, El Limo, Ciano. Cada parroquia contará con una pequeña información histórica sobre el nombre de las mismas. **(Ver anexos 6 pág.64)**

#### **Línea Gráfica**

El fotolibro tiene como temática principal el turismo, y en su mayoría son fotos de paisajes, lo cual se colocó el color verde, con diferentes tonalidades por supuesto, ya que

este color representa a conceptos ecológicos, esperanza y al momento de utilizar tonalidades oscuras, también refleja elegancia. Ahora bien, en cuanto a la tipografía también se busca algo llamativo, con buena armonía y también elegancia, lo cual fueron elegidas las familias de “Lithos Pro”, “Lucida Sans Unicode” Y “Times New Roman”, la primera para el logotipo y la segunda para el título de cada parroquia y la tercera para el pequeño texto que tiene cada parroquia. **(Ver anexos 11 pág.66)**

### **3.3.2. Diagramación del fotolibro**

#### **Fotografías**

El elemento principal para el fotolibro, se capturaron una gran cantidad de imágenes de todas las parroquias del cantón Puyango, la mayoría de paisajes, gastronomía, artesanías y uno que otro animal nativo. **(Ver anexos 10 pág.66)**

#### **Retoque fotográfico**

Cabe recalcar que una buena edición fotográfica se la hace al momento de usar el modo manual de la cámara y arreglar pequeñas imperfecciones que esta tenga en Photoshop. De todas formas, para que el fotolibro se vea de una manera estándar, bonita y llamativa se usó un lut famoso llamado “Orange Teal”, y está en todas las imágenes del libro con excepción de la portada, para que cree una diferencia. **(Ver anexos 9 pág.65)**

#### **Maquetación**

Para la distribución de las fotografías y el texto dentro del fotolibro se crearon algunos bocetos como guía para el momento de digitalizarlo en el programa de “Adobe Illustrator”. **(Ver anexos 8 pág.65)**

#### **Forma de página**

La orientación del fotolibro es horizontal, con un tamaño A4 con medidas de 29,7 cm X 21 cm.

#### **Retícula**

Para el diseño del fotolibro se crean 2 tipos de retículas para que se vea de una forma ordenada, la primera para el texto de la parroquia y la segunda para las fotografías, las cuales contienen espacios en blanco en los 4 lados de la página.

## **Márgenes**

El margen utilizado en este fotolibro es de 1,5 cm en los 4 lados de cada página, ya sea con texto como con las fotografías, con el fin para darles espacios en blanco para que quede llamativo.

## **Tipografía**

En el **logotipo** se utilizó una fuente llamada “Lithos Pro”, ya que la forma es un poco curvada, y refleja naturaleza, que es lo principal en el fotolibro. Para el **texto** se utilizó la fuente “Lucida Sans Unicode”, ya que es bien legible y representa elegancia. (**Ver anexos 14 pág.68**)

## **Alineación**

La alineación utilizada para los textos del fotolibro es justificada a la izquierda, ya que esta justificación es la típica que se utiliza al momento de realizar párrafos cortos, además porque expresa orden.

## **Color**

Se utiliza el color **verde**, que representa juventud, esperanza, relajación y ecologismo para la naturaleza, esta va a estar con diferentes tonalidades, en especiales tonos oscuros porque esto representa elegancia. (**Ver anexos 14 pág.68**)

## **Software**

Existen un sinnúmero de programas para la creación de proyectos editoriales, pero los utilizados en el fotolibro son dos de Adobe:

**1. Adobe Photoshop CC 2017:** Utilizada para arreglar las imperfecciones de las fotografías capturadas, y para ingresar el Lut “Orange Teal” para que la foto sea llamativa.

**2. Adobe Illustrator CC 2017:** Utilizada para crear el logotipo, ingresar líneas guía y maquetar el fotolibro.

## **Material impreso**

El papel utilizado para el fotolibro es cartulina couché de 115 g, ya que gracias a su brillo se logra apreciar mejor a las fotografías. Para el cubierto el material es asimismo cartulina couché, pero de 300 g, para que se diferencie y sea resistente.

## **Estructura**

La estructura que contiene el fotolibro en cuanto al contenido es simétrica, a excepción del inicio del grupo que se utiliza una fotografía y el texto de información sobre la parroquia, para que sea más dinámico al momento de visualizarlo.

## **Partes del libro**

La **portada** es el elemento principal, que se encuentra en la parte delantera, dónde se ve el título, y la típica imagen o diseño llamativo que sirve de imán para los lectores.

La **contraportada** es la parte posterior de la portada, dónde va el logo de la editorial, y en la mayoría de los casos hay una sinopsis explicando sobre lo que trata el libro, en este caso sólo se usará el logotipo del fotolibro en grande con un fondo desenfocado de un atractivo turístico.

El **lomo** es la parte del borde del libro, y ahí lleva el nombre del libro, del autor y el logotipo de la editorial, sirve para visualizarlo cuando el libro está en una percha junto a muchos libros más. **(Ver anexos 15 pág.68)**

### **3.3.3. Implementación**

Con la debida autorización del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Puyango se pondrá en marcha la implementación del fotolibro “PUYU: Atractivos turísticos del cantón Puyango” en la biblioteca municipal, dónde se anhela que los turistas o pobladores lo visualicen de buena manera y puedan visitar las parroquias e ir a los hermosos lugares del cantón.

### **3.3.4. Factibilidad**

Al momento de hacer las investigaciones, ya sean en encuestas como en entrevistas, se analizó que este proyecto editorial va a ser factible para la promoción turística del cantón y no presentará ningún problema.

### 3.3.5. Requerimientos técnicos

Tabla 11. Requerimientos técnicos

<b>Cantidad</b>	<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>
1	Computadora	Computadora de Escritorio Procesador Core i5 Memoria RAM de 8Gb Tarjeta Gráfica de 2GB Mouse, Teclado, Monitor y Parlantes
1	Browser	Google Chrome Mozilla Firefox
1	Internet	Velocidad de 10Mbps
1	Paquete de Adobe	Adobe Photoshop Adobe Illustrator
1	Cámara Fotográfica	Canon PowerShot SX420 IS
1	Respaldo en Nube	Google Drive

Fuente: Times New Roman, 1931

### 3.3.6. Requerimientos operativos

Tabla 12. Requerimientos operativos

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Funciones</b>
1	Diseñador Gráfico	<ul style="list-style-type: none"><li>* Diseñar el fotolibro con toda y su línea gráfica.</li><li>* Realizar la investigación, recopilando información para el desarrollo del fotolibro.</li><li>* Escogerá las fotos que estén visualmente armónicos con el ojo humano.</li><li>* Realizar retoque fotográfico.</li><li>* Componer el fotolibro, utilizando herramientas de apoyo como machote.</li><li>* Crear un nombre y logotipo al fotolibro.</li></ul>

Fuente: Times New Roman, 1931

### 3.3.7. Requerimientos económicos

Tabla 13. Requerimientos económicos

Ítem	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Computadora	Computadora de Escritorio Procesador Core i5 Memoria RAM de 8Gb Tarjeta Gráfica de 2GB Mouse, Teclado, Monitor y Parlantes	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Browser	Google Chrome Mozilla Firefox	1	GRATIS	GRATIS
Internet	Velocidad de 10Mbps	8 meses	\$ 30,00	\$ 240,00
Paquete de Adobe	Adobe Photoshop Adobe Illustrator	2 meses	\$ 100,00	\$ 200,00
Cámara Fotográfica	Canon PowerShot SX420 IS	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Diseñador Gráfico	Fotógrafo y editor de fotolibro.	1	\$ 950,00	\$ 950,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$2.890,00</b>

Fuente: Times New Roman, 1931

## **CONCLUSIONES**

En conclusión, la creación del fotolibro “PUYU: Atractivos turísticos del cantón Puyango” es un proyecto editorial que marcará la diferencia dentro del ámbito turístico del cantón, y que inclusive ayudará a los nuevos pobladores que quizás no conozcan algunos lugares turísticos.

## **RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda trabajar con personas que tengan conocimiento del medio turístico de cada parroquia, e inclusive con adultos mayores, ya que ellos tienen más experiencia.
2. Se sugiere presentar el fotolibro en otros cantones que tengan un proyecto similar, ya sea para comparar o mejorar ciertos aspectos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Cracas: EPISTEME, C.A.
- Branda, R. y. (2011). *La enseñanza del diseño en comunicación visual*.
- Caparrini, C. (2005). Orígenes del fotoperiodismo en Ecuador. *Orígenes del fotoperiodismo en Ecuador*.
- Fairgrieve, J. (1951). *Geography in the School*. University of London Press.
- Fernández, H. (2011). EL FOTOLIBRO LATINOAMERICANO. *Revista de presentación EL FOTOLIBRO LATINOAMERICANO*.
- Frascara, J. (2000). *DISEÑO GRAFICO Y COMUNICACION*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Galabay, V. (2015). *Diseño e ilustración para la segunda edición de la revista literaria "Arma Blanca"*. Cuenca: UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE ARTES ESCUELA DE DISEÑO.
- García, C. (2017). *Técnicas de estudio y métodos de investigación*.
- Harris, A. y. (2009). *Fundamentos del Diseño Gráfico: Los principales factores que intervienen en el diseño gráfico, como profesión y arte visual*.
- Laura, C.-S. (2018). *Comunicación visual: fotografía cinematográfica avanzada*.
- Lúquez., L. B. (2006). *La fotografía: una experiencia para el aprendizaje de la geografía turística y la promoción del turismo en el Zulia*. Revista de Artes y Humanidades.
- Shanchez, J. (2018). *La fotografía. INTERPRETACIONES HISTÓRICAS EN LA PRENSA ESPAÑOLA*.
- Zappaterra, C. y. (2014). *Diseño Editorial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1. DISEÑO DE ENTREVISTAS

### Entrevista #1

**Tema:** Desarrollo de fotolibro como medio de promoción, difusión y desarrollo turístico del cantón Puyango, provincia de Loja

**Objetivo de la entrevista:** Recolectar información sobre el desarrollo turístico del cantón Puyango.

**Entrevista a:** Ing. Carlos Deyber Jumbo Lima (Administración Turística),  
Vicepresidente de la Junta Parroquial,  
Comisión de Cultura y Turismo.

- 1.- ¿Cree usted que dentro del Cantón Puyango aprovechan los recursos que ofrece como su cultura, arte y artesanías?
- 2.- ¿Está de acuerdo que el cantón Puyango tiene muchos atractivos turísticos por mostrar, las mismas que no se explotan y que muchas personas no conocen?
- 3.- ¿Qué cree usted que atrae más a las personas a visitar y conocer el cantón Puyango? (Cultura, arte, artesanías, tradición)
- 4.- ¿Cree usted que un fotolibro lograría fomentar el interés por parte de los turistas?
- 5.- ¿Cree usted que es necesario la creación de un fotolibro que promocióne y difunda el desarrollo turístico dentro del cantón Puyango?
- 6.- ¿Si usted fuera un turista compraría un Fotolibro que le informe sobre los atractivos turísticos del Cantón?

### Entrevista #2

**Tema:** Desarrollo de fotolibro como medio de promoción, difusión y desarrollo turístico del cantón Puyango, provincia de Loja

**Objetivo de la entrevista:** Conocer sobre la producción fotográfica para llegar a los turistas.

**Entrevista a:** Lcdo. Alejandro Joel Astudillo Astudillo (Comunicación Social),  
Jefe (E) Unidad de Desarrollo Socio Cultural.

- 1.- De acuerdo a sus conocimientos, ¿Cuáles son los planos fotográficos que se debería emplear para promocionar un lugar?
- 2.- ¿Considera que en la actualidad es necesario promocionar y difundir el desarrollo turístico a través de un fotolibro?
- 3.- ¿Qué tipo de retoque fotográfico es aconsejable realizar?
- 4.- Según su criterio, ¿Que parámetros de la cámara es recomendable usar?
- 5.- ¿Cuál debería ser la composición de elementos en cuanto a fotografía y texto?

## ANEXO 2. DISEÑO DE ENCUESTA



### ENCUESTA

**Tema:** Desarrollo de fotolibro como medio de promoción, difusión y desarrollo turístico del cantón Puyango, provincia de Loja.

**Objetivo de la encuesta:** Recolectar información para beneficiar el proyecto editorial.

1.- ¿A qué parroquia del cantón Puyango pertenece usted?

Alamor... Mercadillo... Ciano... Vicentino... Arenal... El Limo...

2.- ¿Qué es lo que más le cautiva del cantón Puyango?

Gastronomía..... Tradición..... Arte..... Paisajes.....

3.- ¿Conoce usted atractivos turísticos del cantón Puyango?

Sí..... No.....

Nombre algunos atractivos que conoce.....

4.- ¿Reconoce usted este atractivo turístico?



Sí... No...

5.- ¿Usted con cuánta frecuencia visita las diferentes parroquias que tiene el cantón Puyango?

1 vez por semana... 1 vez por mes... 1 vez por año... Nunca...

**6.-** ¿Sabía usted que el Reloj de Ocho Esferas es considerado mundialmente por no ser construido en serie sino de acuerdo a las características de la parroquia Alamor?

Si... No...

**7.-** ¿Usted cree que se aprovechan los recursos turísticos del cantón Puyango?

Si..... No.....

**8.-** ¿A usted le gusta la idea de implementar un fotolibro que difunda y promocioe los atractivos turísticos del cantón Puyango?

Si... No...

**9.-** ¿Cree usted que un fotolibro lograría fomentar interés por parte de turistas y así motivar a una próxima visita?

Si... No...

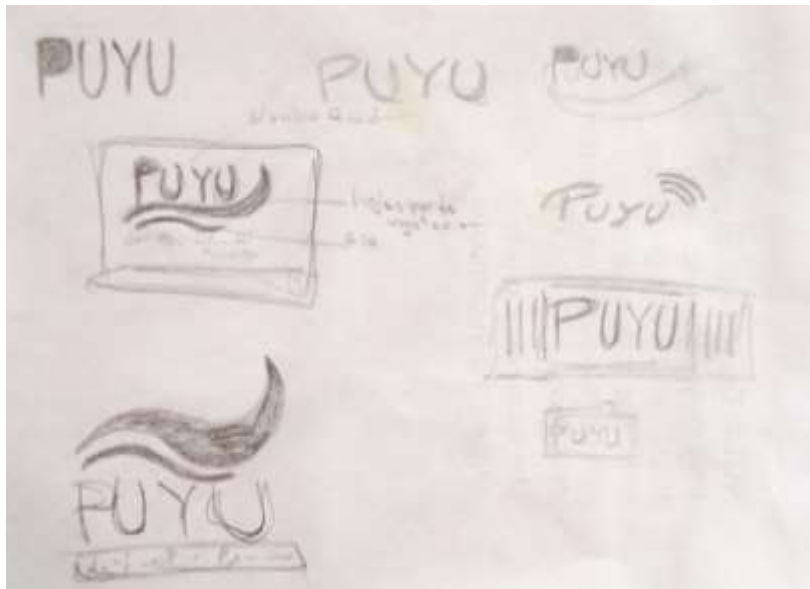
**10.-** ¿Usted considera que la publicidad que se le da al cantón Puyango se maneja de forma correcta?

Si... No...

### ANEXO 3. ENTREVISTAS



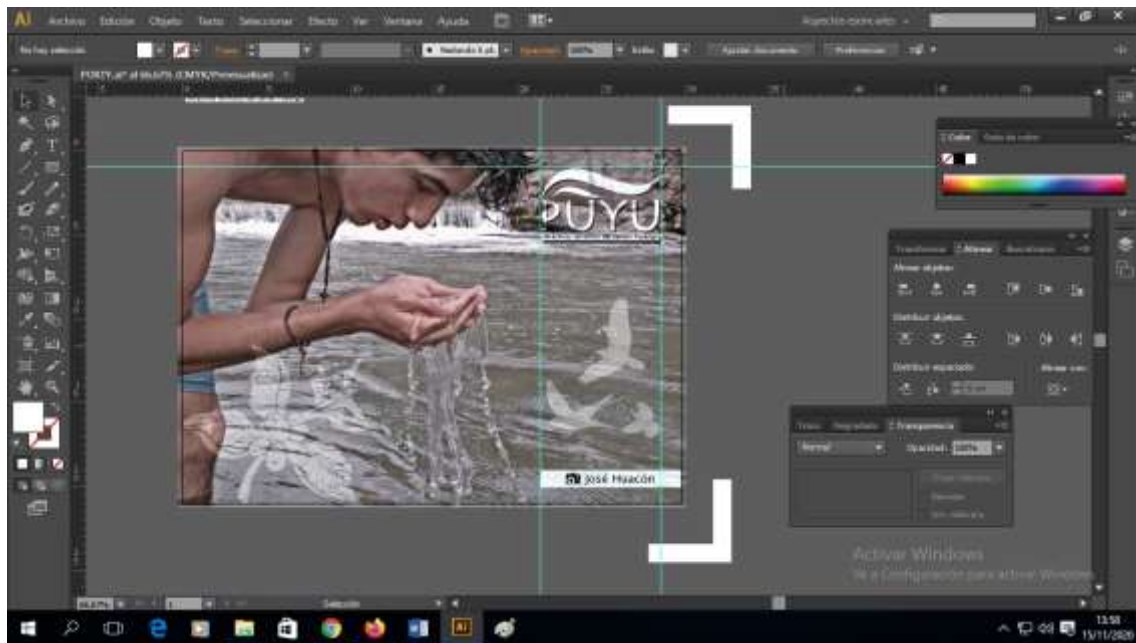
#### ANEXO 4. BOCETO DEL LOGOTIPO



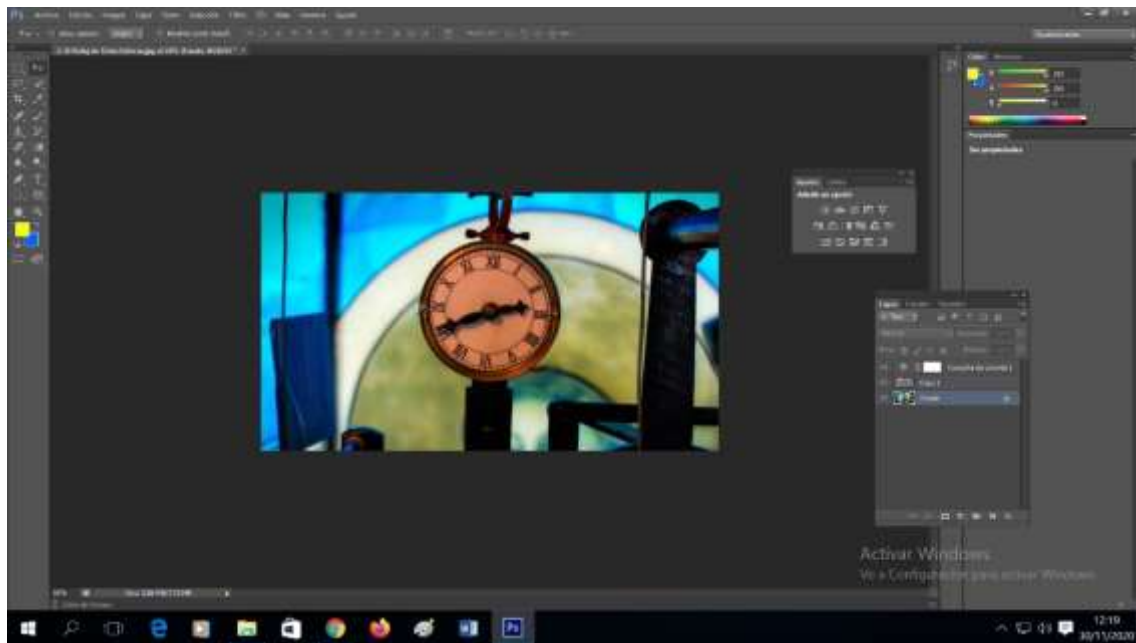
#### ANEXO 5. BOCETO DEL FOTOLIBRO



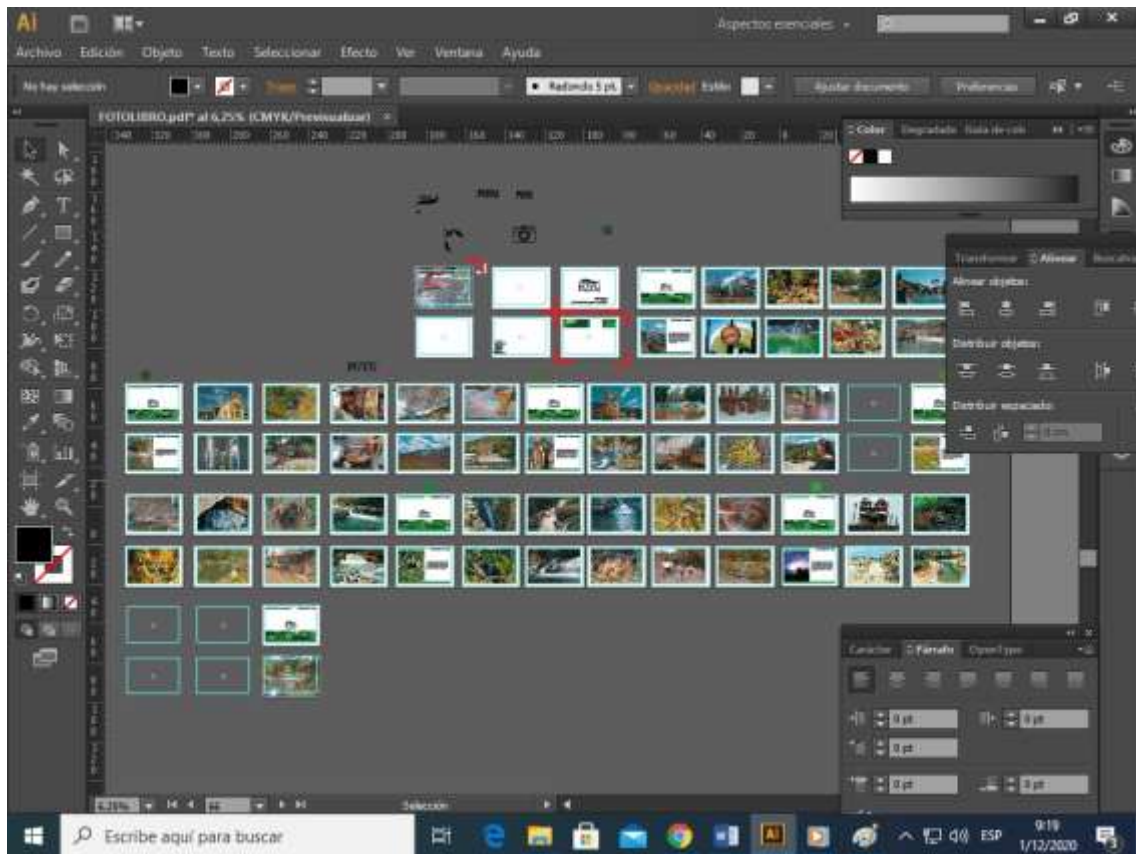
## ANEXO 6. MANEJO DEL CONTENIDO



## ANEXO 7. EDICIÓN DE FOTOS.



## ANEXO 8. MAQUETACIÓN.



## ANEXO 9. LUT ORANGE TEAL (ANTES/DESPUÉS)



## ANEXO 10. CÁMARA



## ANEXO 11. TIPOGRAFÍA LITHOS PRO

### LITHOS PRO

A B C D E F G H I J K L M N  
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
A B C D E F G H I J K L M  
N Ñ O P Q R S T U V W X  
Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 !  
i ¿ ? " " # \$ % & / ( ) = ° `

## ANEXO 12. TIPOGRAFÍA LUCIDA SANS UNICODE

### Lucida Sans Unicode

a b c d e f g h i j k l m n  
ñ o p q r s t u v w x y z  
A B C D E F G H I J K L M  
N Ñ O P Q R S T U V W X  
Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 !  
i ¿ ? “ ” # \$ % & / ( ) = ° ‘

## ANEXO 13. TIPOGRAFÍA TIMES NEW ROMAN

### Times New Roman

a b c d e f g h i j k l m n  
ñ o p q r s t u v w x y z  
A B C D E F G H I J K  
L M N Ñ O P Q R S T  
U V W X Y Z 1 2 3 4 5  
6 7 8 9 0 ! i ¿ ? “ ” # \$  
% & / ( ) = ° ‘

#### ANEXO 14. TONALIDADES DE VERDE



#### ANEXO 15. PORTADA, CONTRAPORTADA Y LOMO



**ANEXO 16. MOCKUP**

