



# UNIVERSIDAD DEL AZUAY

## DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

### MAESTRÍA EN PROYECTOS DE DISEÑO

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO  
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
**“MAGISTER EN PROYECTOS DE DISEÑO”**

## EL DISEÑO GRÁFICO COMO SISTEMA DE RELACIONES COMUNICACIONALES Y CONTEXTUALES

**“La infografía digital como medio difusivo de la arquitectura religiosa y su contexto, de la ciudad de Cuenca”**





**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**  
**DEPARTAMENTO DE POSGRADOS**  
MAESTRÍA EN PROYECTOS DE DISEÑO

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO  
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
**“MAGISTER EN PROYECTOS DE DISEÑO”**

**EL DISEÑO GRÁFICO COMO SISTEMA DE  
RELACIONES COMUNICACIONALES Y CONTEXTUALES**

“La infografía digital como medio difusivo de la arquitectura religiosa y su contexto, de la ciudad de Cuenca”

Autor: Dis. José Macías / Director: Mg. D.I. Pablo Ungaro / Cuenca, Ecuador / 2016



*Dedicado a mi familia  
Mía, Doménica, Mateo y Verónica  
por darme todo su amor y apoyo.*



## ***Agradecimientos***

*A la Universidad del Azuay por permitirme cumplir con mis objetivos y metas, al Arq. Leonardo Bustos por apoyarme en esta etapa de mi vida, a mi tutor Pablo Ungaro, a mis compañeros de trabajo de la Unidad de Planificación de la Universidad del Azuay gracias por su apoyo, al Ing. Rodrigo Marín y su hija Mafer, y a todas las personas que me acompañaron en esta aventura a todos ellos*

***...Muchas gracias!!***

## RESUMEN

El vertiginoso salto comunicativo que han supuesto los cybermedios, han puesto a Cuenca, ciudad rica en cultura y estilos arquitectónicos en un desarrollo estético y tecnológico en diferentes momentos.

La tecnología que utilizan todas las personas hoy en día no es siempre la adecuada al momento de llevar una información específica, confundiendo al usuario quien es el que la reside, los medios digitales que hoy nos abordan y que están al alcance de todos es un recurso comunicativo, didáctico e interactivo que sin la adecuada ayuda del buen uso puede llegar a hacer perjudicial y tedioso para algunos casos.

*Palabras claves:*

*Arquitectura, Diseño Gráfico, Tecnología, Infografía Religiosa, Contexto, Signos, Cultura, Medios, Digital, Historia, Soportes, Estructuras Relacionales, Ordenamiento, Metodologías, Tipología, Pensamiento Complejo, Emergentes, Vínculos, Información, Comunicación.*

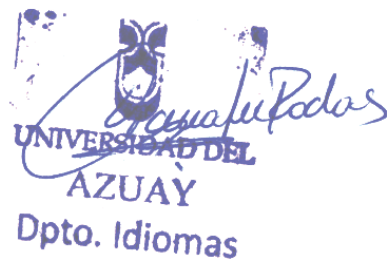
Es así que en el presente proyecto se propone una difusión de la arquitectura religiosa de la ciudad de Cuenca mediante la infografía digital con el objetivo de aportar al conocimiento de su contexto y su historia mediante un ordenamiento metodológico capaz de adaptarse a cualquier caso de estudio futuro, así también denotando estructuras relacionales emergentes de la idea de que la iglesia es una gran red conductora de pensamientos y costumbres que se forjaron de distintas maneras alrededor de conexiones personales, sociales y culturales.



## ABSTRACT

The accelerated communication leap that online media has produced, has placed Cuenca, a city rich in culture and architectural styles, in an aesthetic and technological development at different times. The technology currently used by all is not always adequate when conveying specific information, as it can mislead the user who is the recipient. Digital media that surrounds us today and which is accessible to everyone is a communicative, educational and interactive resource that can be harmful and tedious in some cases if there is not an adequate assistance for its correct use. Therefore, this project aims to disseminate the religious architecture of the city of Cuenca through digital computer graphics in order to contribute to the knowledge of its context and history through a methodological system adaptable to any future study. It also denotes emerging relational structures with the idea that the church is a large network that conveys thoughts and traditions that were forged in different ways around personal, social and cultural connections.

**Keywords:** Architecture, Graphic Design, Technology, Religious Infographic, Context, Signs, Culture, Media, Digital, History, Supports, Relational Structures, Regulations, Methodologies, Typology, Complex Thought, Emerging, Links, Information, Communication



*Lourdes Crespo*  
Translated by,  
Lic. Lourdes Crespo



# ÍNDICE

<b>Dedicatoria</b>	<b>III</b>		
<b>Agradecimientos</b>	<b>V</b>		
<b>Resumen</b>	<b>VI</b>		
<b>Abstract</b>	<b>VII</b>		
<b>Índice</b>	<b>IX</b>		
<b>Introducción</b>	<b>1</b>		
<b>Planteo del Proyecto</b>	<b>2</b>		
<b>Alcances</b>	<b>2</b>		
<b>Objetivos</b>	<b>3</b>		
<b>Hipótesis</b>	<b>4</b>		
<b>Capítulo I</b>			
1. Referentes contextuales	5		
1.1 La infografía digital	6		
1.1.1 Definición	6		
1.1.2 Análisis semiológico de la infografía digital	7		
1.1.3 Tipologías	7		
1.2 La infografía contemporánea	13		
1.3 Infografía digital e interactiva	14		
1.4 Entre la identidad y la aculturización visual	16		
1.5 El signo como imagen comunicacional	16		
1.6 La infografía, producto como signo	17		
1.7 Entre el diseño digital y el diseño analógico	19		
1.8 El diseño digital y su información en el medio local	20		
1.9 La iglesia de cuenca en el contexto contemporaneo	20		
<b>Capítulo II</b>			
2. Referentes conceptuales	38		
2.1 El pensamiento complejo de la cultura y su estructura relacional	38		
2.2 Metáfora como extensiones del ser humano en la comunicación y su contexto	39		
2.3 Significación multicultural	40		
2.4 Diseño universal	41		
2.4.1 Definición	41		
2.4.2 El diseño universal como método	42		
2.5 Referentes significativos	43		
2.6 Estrategias de diseño	48		
2.6.1 Partidos de diseño	48		
2.6.2 Partido formal, la gran infografía.	48		
2.6.3 Partido funcional , estructuras relacionales, redes.	50		
2.6.4 Partido tecnológico, como la estructura relacional ayuda a informar mediante la comunicación digital de signos	51		
		<b>Capítulo III</b>	
		3. Desarrollo	54
		3.1 Metodología aplicada	54
		3.2 Proyecto	59
		3.2.1 Levantamineto planimetrico de iglesias	59
		3.2.2 Imágenes optenidas por la investigación de campo en una de las muestras, interpretación gráfica (pictogramas)	66
		3.2.3 Diseño de aplicaciones y diseño de imagen gráfica (marca NetRed1.0)	68
		3.2.4 Análisis de los resultados gáfcicos desde el diseño universal	74
		3.3 Resultados	76
		3.4 Análisis de nueva significación	76
		<b>Capítulo IV</b>	
		4. Conclusiones proyectuales	80
		4.1 Análisis foda	81
		4.2 Análisis 4p y 4c del marketing	82
		4.3 Análisis fuerzas de porter	84
		4.4 Discusión	85
		4.5 Recomendaciones	86
		5. Contenido de imágenes	87
		5.1 Gráficos	87
		5.2 Imágenes	87
		6. Referentes Bibliográficos	88
		6.1 Bibliografía de consulta	88
		6.2 Bibliografía referencial	89
		6.3 Referentes en línea	89
		<b>Anexos</b>	
		Anexo I	91
		Anexo II	95
		Anexo III	97



## INTRODUCCIÓN

Hoy no se puede hablar, específicamente, de diseño gráfico de un lugar sin hacer alusión a todo el proceso que lo caracteriza. De tal manera que esto significaría disminuir la problemática a un sistema cerrado entorno a los pensamientos lineales tradicionalistas. Esto nos lleva a pensar que el diseño gráfico contemporáneo está vinculado desde su propia localidad cultural, es decir el conocimiento del diseño gráfico implica una interpretación conceptual que permita dar respuesta a objetivos de reconocimiento social (desarrollo de ciudades, espacios públicos, conservación ambiental etc.)

El análisis crítico, propuesto en el presente proyecto aborda la problemática de la falta de diseño de información gráfica desde la perspectiva digital y su función en la transmisión de conocimientos en una sociedad influenciada por una cultura extranjera, es decir en una sociedad actual que adopta no en todos los casos, una imagen foránea y que se ha olvidado de su propia identidad, en estos últimos años en la ciudad de Cuenca así como su incidencia en los actuales modos de percepción o punto de vista de la información del contexto.

La información considera a la infografía digital como un recurso oportuno para el aprendizaje y el desarrollo cognitivo de las personas, y sostiene la implementación de un trabajo interdisciplinario de producción de infografías digitales adaptadas al aprendizaje de las personas que viven y se despliegan en una cultura diferente, es decir tecnológica.

No obstante en la ciudad de Cuenca existe una resistencia al involucrarse con la nueva cultura de tecnología esto refiriéndonos a las personas que habitan por muchos años en los alrededores (barrios) de las iglesias y que involucran el contexto, siendo esto recurrente en los diferentes sectores populares de la ciudad mismos que tienen una iglesia como representación del mismo.

Por otra parte inmiscuirse con los barrios populares y tratar de determinar las causantes de problema de comunicación es complicado, no en todos, la mayoría de estos sectores son lugares en los que viven personas extranjeras, quedando pocos,

quienes han permanecido por generaciones, es en este punto donde existen problemas de comunicación en donde las experiencias o conocimientos que poseen estas personas y podrían enriquecer el sector turístico desde la mirada de la historia de barrio se puede perder y quedar como referente solo una edificación religiosa que podrá contar los años y etapas que ha pasado por la historia, más no las vivencias o el conocimiento popular de los años ya pasados.

Es así que Cuenca posee un turismo cultural que se desarrolla cada día más, que su atractivo tangible no solo se quede en la mente de los turistas o del público local, por lo contrario que trascienda y que las conexiones simbólicas de sus alrededores sean una parte cultural intangible digna que se pueda rescatar en el imaginario contexto de la sociedad local así como extranjera y saber que está pasando o como está afectando a los barrios históricos convirtiéndolos en espacios urbanos posiblemente de comercio o diversión, de esta manera la arquitectura religiosa toma un giro distinto en cuanto a la historia de la misma y su connotación actual con respecto al espacio y tiempo tecnológico de la información digital.

Los antecedentes relacionados al tema y un enfoque desde la imagen, la antropología, y la semiótica, se analizarán desde estas disciplinas los rasgos relevantes de la etapa de producción y recepción de un cuerpo de estudio conformado por una muestra de infografías digitales, sobre la arquitectura religiosa y su contexto, sometidas a la interpretación de las personas y turistas de la ciudad de Cuenca.

El estudio conlleva a una definición de infografía digital y una delimitación del rol del diseñador gráfico en la producción interdisciplinaria de las infografías digitales.

## PLANTEO DEL PROYECTO

De esta, amera se plantea que, mediante la arquitectura religiosa teniendo tanta historia por contar y que esta pasando desapercibida tan solo por lo estético no se relaciona como debería con su historia y el contexto en la que esta ubicada dándose a conocer para propios y extraños solo como una edificación de antaño en donde el único objetivo de esa edificación es promulgar una religión, cosa que no es de todo verdad, va más allá del concepto de una iglesia, no es simplemente la corteza superficial que se muestra, es también su interior que representa vivencias, experiencia, creencias, sentimientos que invita a la aproximación de nuevos mensajes y nuevos conocimientos que trascienden en el espacio de sus alrededores y su gente.

Por otra parte la arquitectura religiosa de la ciudad de Cuenca es uno de los distintivos de esta ciudad, contribuyendo a la cultura de la misma con sus historias y tradiciones en cada una de estas iglesias, en el proyecto se tomará como muestra a tres iglesias representativas de la ciudad mismas que se encuentran en el centro histórico, en donde sus casas de adobe con balcones de madera y hierro forjado, sus zaguanes pavimentados, sus vestíbulos y corredores, son también parte de la historia de la ciudad y de su población.

Se podrá tomar también el termino de la multiculturalidad que hace referencia a una producción y consumo como parte de una cultura globalizada que se organiza en *“escenarios que no controlamos, y a menudo ni siquiera entendemos (...pero) los actores sociales pueden abrir nuevas interconexiones entre culturas y circuitos que potencien las iniciativas sociales”*<sup>1</sup>. Y quienes hayan conocido otros lugares bien puedan darse cuenta de este fenómeno en las diferencias culturales propias impuestas desde sus hogares y el entorno social de cada individuo. Pues es en este momento donde el hombre define su identidad como un juego de diferencias y signos, es decir los signos no se oponen a la lengua, la lengua organiza los signos.

El diseño de la información en el que se encuentra la producción infografía se presenta como una disciplina relativamente nueva. En los '90 empieza a reclamar su autonomía, al separarse de las ciencias de la información, la documentación, la comunicación para desarrollarse en forma transversal a todas ellas y dar respuesta a las problemáticas relativas a la infografía digital, como la hiperinformación, el rápido desarrollo de lenguajes icónicos, la multiplicación de fuentes y medios de información y numerosas formulas de interactividad. Todas requieren del diseño que organicen, seleccionen y presenten los datos relevantes de una manera sencilla y comprensible de entender.

*“Hoy en día, según el Estudio General de Medios en España (EGM), Internet es el medio audiovisual con mayor audiencia. Este hecho es un claro indicador de que el futuro de la comunicación está en la red. En este sentido, y teniendo en cuenta la crisis que vive hoy la prensa, el periodismo digital revela el diseño infográfico como la vía más adecuada y pertinente para informar, presentar contenido e incluso persuadir a la audiencia en la comunicación interactiva que desde hace poco se viene desarrollando”*<sup>2</sup>.

### Alcances

Este proyecto de investigación, propone utilizar un sistema de interacción básico de infografía para generar métodos de comunicación gráfica, que a través del sistema de información relacionada con la arquitectura religiosa de la ciudad de Cuenca, como lo es NetRed1.0, permitirá mostrar información intangible del contexto, permitiéndose, de esta manera, comprobar la efectividad que podría tener la utilización de este tipo de tecnología dentro de un espacio cultural y social que interactúa con las personas locales y extranjeras, estableciendo estructuras relacionales de conocimiento cultural.

<sup>1</sup> Canclini, Néstor, (1995), *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Ed. Grijaldo,

<sup>2</sup> Rosenfeld Luis y Morville Peter. O'Really , *Arquitectura de la Información en línea*: <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/fall2010/bby607/IAWWW.pdf>. 2000

## **OBJETIVOS**

### **General**

- Aportar en la información de la arquitectura religiosa y su contexto de la ciudad de Cuenca desde el punto de vista tecnológico mediante estrategias de diseño y comunicación visual generadas por el proceso de producción interdisciplinar de infografías digitales contemplando su importancia como emergente del giro cultural contemporáneo.

### **Específicos**

- Investigar todos los elementos y aspectos a tomar en cuenta para el desarrollo de la infografía digital.

- Diagnosticar el rol del diseñador gráfico en la producción de las infografías digitales dentro de un marco interdisciplinario.

- Desarrollar una propuesta de infografía digital (marca del proyecto) tomando como referencia una de las tres muestras analizadas en el proyecto.

## HIPÓTESIS

### Hipótesis del diagnóstico

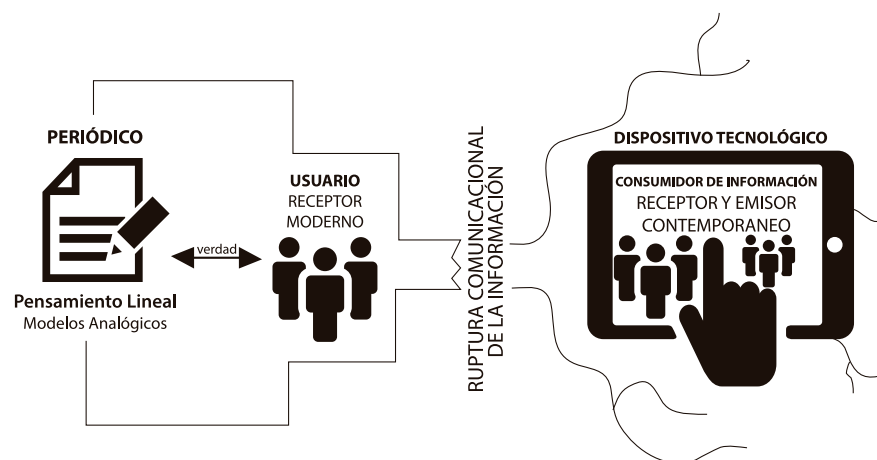
El proyecto trata la siguiente tesis el diseño gráfico en el marco del pensamiento complejo y las posibles estructuras relacionales entre los factores que se involucran en la estructura del proyecto

Es así que Desde hace algunos años, se nota un incremento por el interés del conocimiento de las nuevas tecnologías y sus posibles aplicaciones tanto sociales, personales o de interés común, sobre todo cuando nos referimos a los medios de comunicación o información general en que las personas deben leer y razonar sobre un texto expuesto cualesquiera que sea este, esto genera de cierta forma una incomodidad o un aburrimiento por así decirlo puesto que estamos en un mundo donde la imagen es más clara que mil palabras.

Pues bien, ¿qué hacer? Lo ideal es empezar a entender a estos nuevos lectores y entender que no siempre el llenar un espacio con información totalmente textual llegará de forma inmediata al receptor de dicha información, por lo contrario se pensaría que estamos ante un problema de simplificación de la información y métodos de comunicación utilizados.

Hasta ahora, hemos estado inmersos dentro de un sistema de comunicación lineal o modernista, Según (Parlebas, 1992) *“distingue dos de sus características: centralidad y compacidad; la primera evalúa el privilegio eventual de las relaciones respecto a los demás; la segunda, aprecia la densidad del conjunto de las comunicaciones de la red”*. Pero, ¿qué suponen estos conceptos para la estructura comunicacional?, posiblemente en donde el texto impreso tiende a posicionarse, en donde la interactividad no se permitía pues solo lo impreso valía como información cierta y absoluta. Pues este estilo de comunicación ya cambio de manera emergente hacia una digitalización contemporánea y con un pensamiento complejo que implica tener puntos de vista dinámicos e interactivos.

Entonces, mientras mas avancemos a los siguientes capítulos, más se hará evidente el propósito de esta experiencia, para esto es oportuno aclarar la estructura problemática del proyecto, en términos generales y antes de comenzar el desarrollo, los factores para componer esta problemática como ya se enuncio anterior mente y son:



graf. 001 gráfica general sobre la problemática del proyecto

- **Pensamiento modernista (lineal):** Como marco valorativo.
- **Pensamiento Contemporáneo:** Como proyección de la tecnología, desde el contexto.
- **Diseño Gráfico (Ruptura comunicacional):** como evidencia de las relaciones entre las anteriores.

### Hipótesis de proyecto

Esta problemática se irá desarrollando en su desarrollo hasta obtener una visión despejada, que en términos de nuestro tema hace referencia a pensar en otro factor más: el Socio-Cultural o contexto como quieran llamarlo como ámbito de referencia, y que amplía las posibilidades del diseño gráfico y de la infografía digital que al mismo tiempo se puntualizan. Ahora nos queda por componer esta problemática de tal manera que al poner en escena los factores de la información, nos permita interactuar entre las condiciones de la complejidad; es decir, armar la estructura en el concepto de cultura de proyecto.

Es así que se presume que el proceso interdisciplinario de infografías digitales emergentes de las culturas contemporáneas ayudará en el aprendizaje de la arquitectura religiosa y su contexto de la ciudad de Cuenca.



# 1 CAPÍTULO

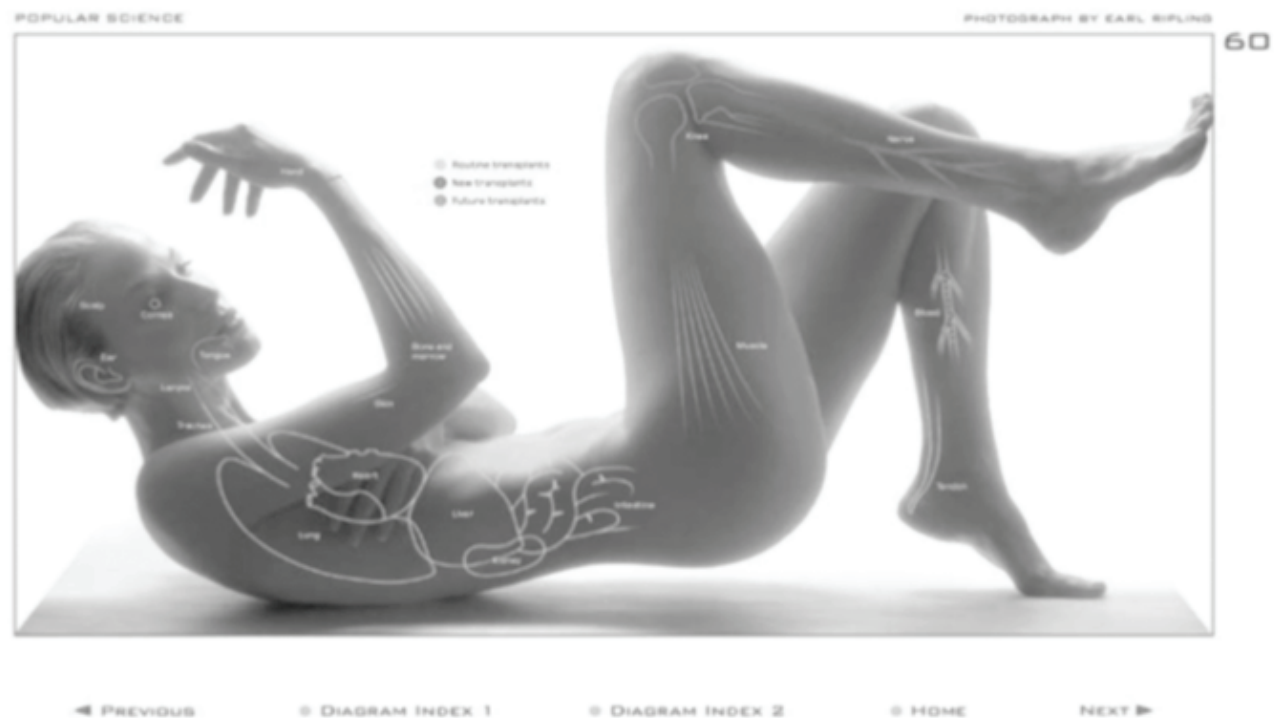
Referentes  
Contextuales

# 1. REFERENTES CONTEXTUALES

## 1.1 LA INFOGRAFÍA DIGITAL

### 1.1.1 Definición

“Una manera diferente de generar una lectura en donde nuestro cerebro audiovisual, nos regresa a las figuras más simples, aquellas que aprendimos en nuestros primeros pasos cambiadas de forma sistémica: la línea, el punto, los planos matizados por otros elementos que las hacen complejas pero que nos llevan a altos niveles de abstracción y comprensión, que nos permitan entender la información e incluso adquirir conocimientos, eso es la infografía digital”<sup>3</sup>. (ver imagen 001)



img. 001. Infografía de Jhon Grimwade publicada en Popular

Así la infografía es una visualización de datos o ideas que transmite una información compleja al público de manera que pueda ser consumida de forma rápida y fácil de entender.

Por otra parte las personas cada vez tienen menos capacidad de atención porque reciben un número excesivo de unidades de información.

Esto se demuestra por el hecho de que la mayoría de visitantes abandonan un sitio web en los primeros 2-4 segundos de ver la página. En un contexto en el que hay muy poco tiempo para convencer a la gente que no se vaya, y las infografías son una herramienta muy eficaz para atrapar al lector.

<sup>3</sup> André Nusselder (2013), *The Surface Effect*, Ed. Routledge. EEUU.

## **SOBRECARGA DE INFORMACIÓN.**

*“El contenido de información del mundo actualmente se duplica cada dos años. No es de extrañar que la gente experimente una sobrecarga de información. Con los teléfonos inteligentes, las tabletas y la ubicuidad de Internet, la gente está constantemente recibiendo, analizando, compartiendo y creando nueva información”<sup>4</sup>.*

Debido a esta sobrecarga, hay que captar la atención de la gente. Crear una visualización (infografía) convincente de los datos y la información es lo que podemos hacer para sobresalir de todos los demás.

### **1.1.2 Análisis Semiológico de la Infografía Digital**

Para poder realizar este tipo de análisis es necesario apoyarse en los ya realizados para la fotografía y la publicidad, estudios de la imagen fotográfica y publicitaria que durante años se han elaborado, y es así como determinamos los siguiente elementos:

1.- Marco. Siempre es rectangular, en algunos ocupa toda la pantalla, en otros sólo ocupa una porción. Dejando fuera la identificación del medio, de la sección u otra información asociada al tema.

2.- Título. Determina el tema que trata la infografía. Su papel es orientar al espectador y generar sentido con el fin de atraer al lector a ingresar en su contenido.

3.- Centro visual. Se ubica por lo general en el centro en el primer infograma, pero puede cambiar en los siguiente dependiendo de la estructura y diseño de la información.

4.- La imagen. El icono (del griego imagen) es una ilustración dibujada, animada, fotografiada en collage, audio procesada o video grabada y situada en mente del interprete por medio de las palabras o gráficos que tiene la función de contextualizar o crear el entorno de la información.

5.- Ejes visuales. Son las coordenadas que determinas la forma como se organiza la información visual y propone las posibles líneas de lectura que suelen ser varias según la composición de la infografía.

6.- Textos. El texto desarrollado en forma expositiva, descriptiva o narrativa, que forman el hilo conductor del infograma y esta formado por entrada, cuerpo y cierre.

7.- El Color. Es utilizado para mejorar la respuesta gráfica. En algunas ocasiones adquiere características particulares como es el uso del negro para los de tipo histórico o determinados colores que se asocian a ciertos temas, como el verde para lo ecológico o ambiental.

8.- Ruido visual. Elementos que en la imagen alejan al lector de la idea principal y le abren la posibilidad de realizar lecturas desviadas de lo que expresa la imagen o infografía.

9.- El mensaje conector. La infografía es en primer plano, una invitación informativa pues remite al lector a los infogramas interiores para que siga el desarrollo de la presentación.

10.- Sintaxis visual. Cuando la infografía es un todo organizada con fines comunicativos de tal forma que los sujetos, los espacios y los objetos se distribuyen formando grupos y estableciendo relaciones para que comuniquen un mensaje expresivo

### **1.1.3 Tipologías**

El análisis tipológico de la infografía digital que se desarrolla a continuación se encuadra a la teoría de la arquitectura de la información, ya que después de haber revisado las clasificaciones de tipos de infografía general existentes, se las reestructuran en una nueva tipología fundamentada en los conceptos estudiados para este proyecto, produciendo una visión universalista, podemos analizar la infografía digital desde su función y al mismo tiempo realizar una descripción de ellas igualmente desde su forma y tecnología.

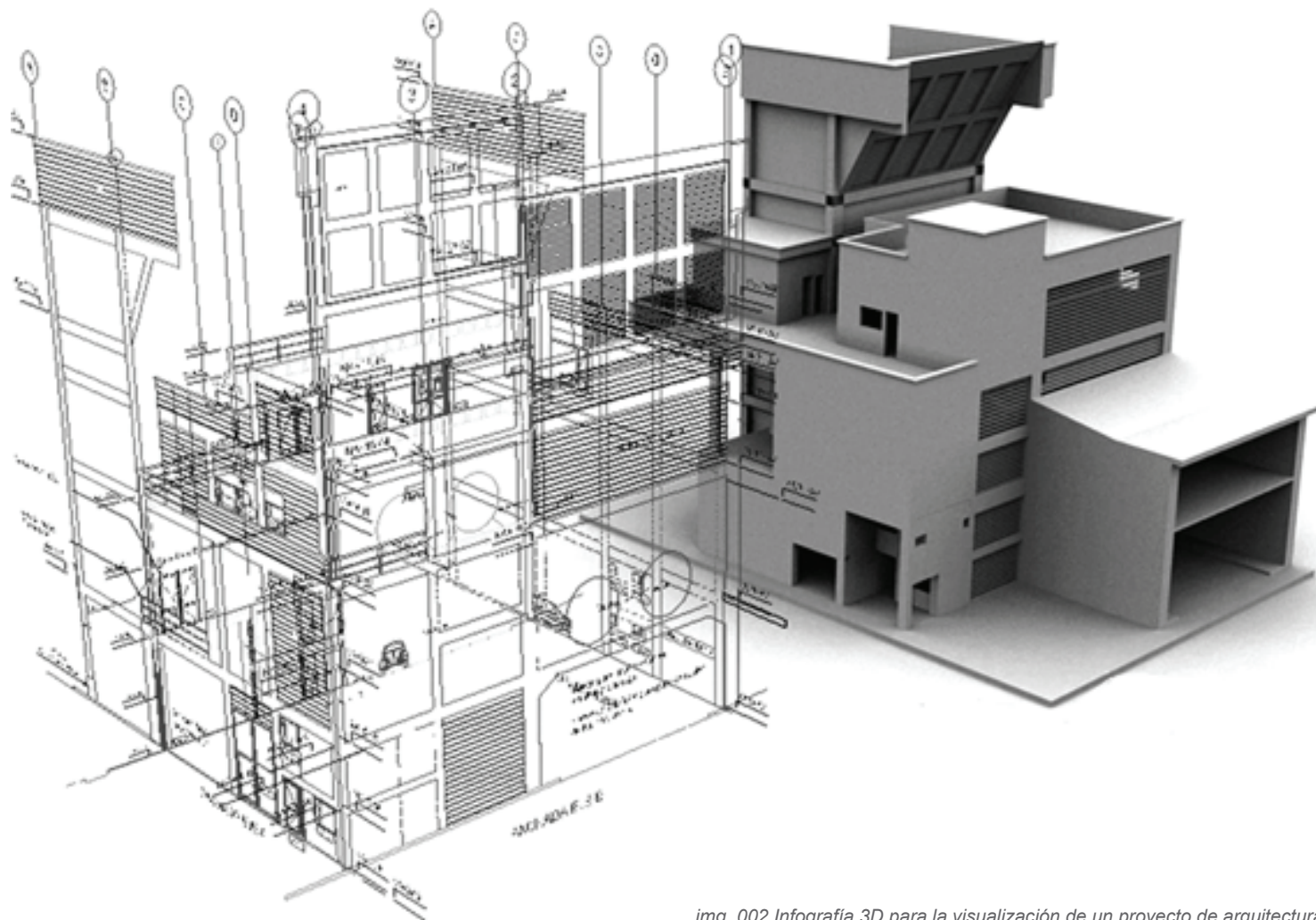
A continuación presentamos cuatro modelos diferentes de infografías para ser analizadas más adelante bajo su forma, función y tecnología las cuales según su clasificación son:

**Clasificación según las necesidades del usuario**  
**Clasificación según la estructura del contenido**  
**Clasificación según el contexto en la que será utilizada**

<sup>4</sup> André Nusselder (2013), *The Surface Effect*, Ed. Routledge. EEUU.

## INFOGRAFÍAS PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

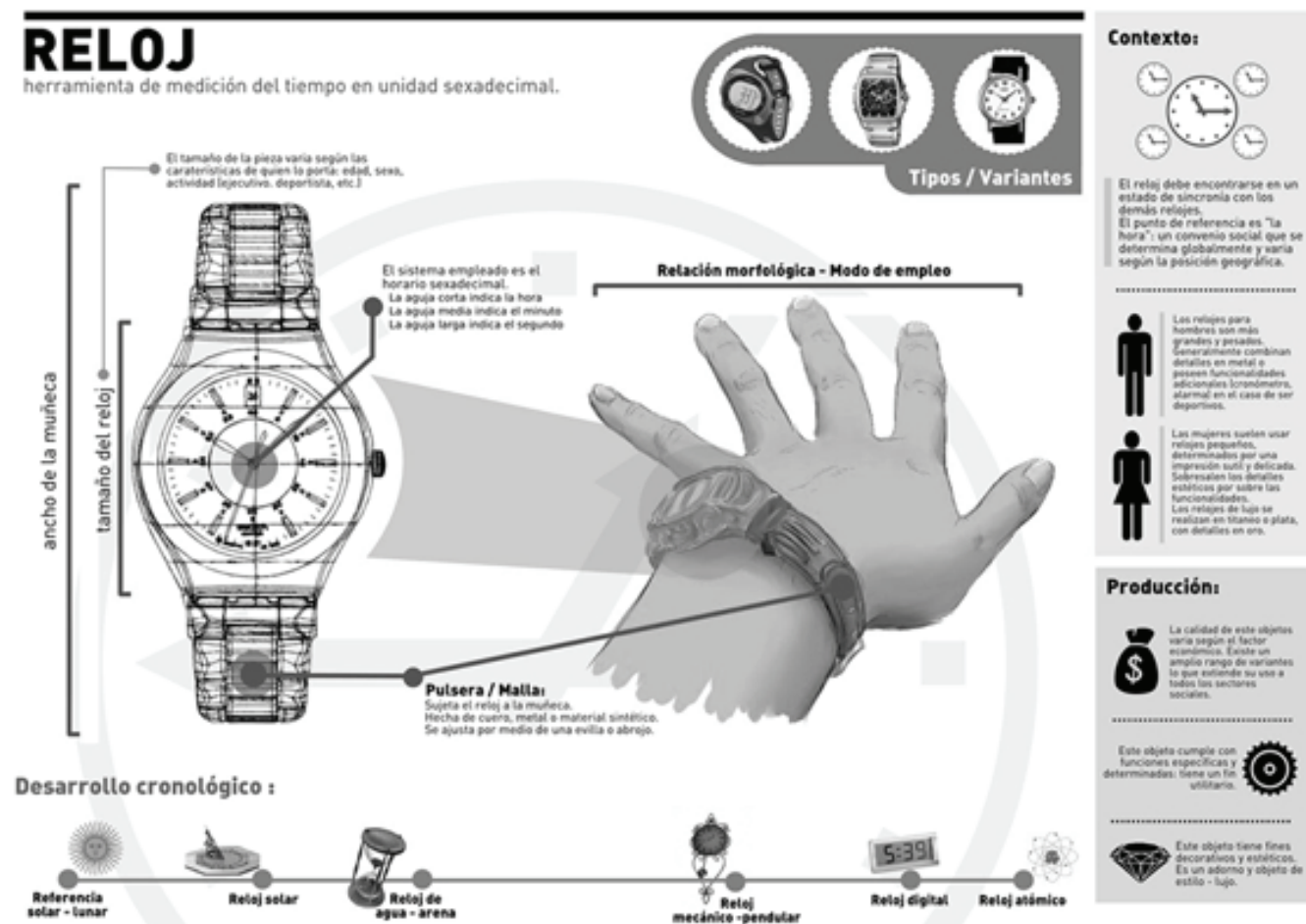
Habitualmente las infografías se utilizan para la presentación de proyectos, destacando los arquitectónicos e industriales, con la finalidad de mostrar a clientes o inversores sus particularidades, ventajas y beneficios justificando así el coste o presupuesto que implica llevarlos a cabo. Cada vez es más utilizado este recurso gráfico que asociado a cualquier actividad ayuda a aclarar dudas y despejar las incógnitas de las partes interesadas, usándolo también como medio para la promoción y venta dirigida hacia el cliente o consumidor final adquiriendo en este caso también un carácter publicitario.



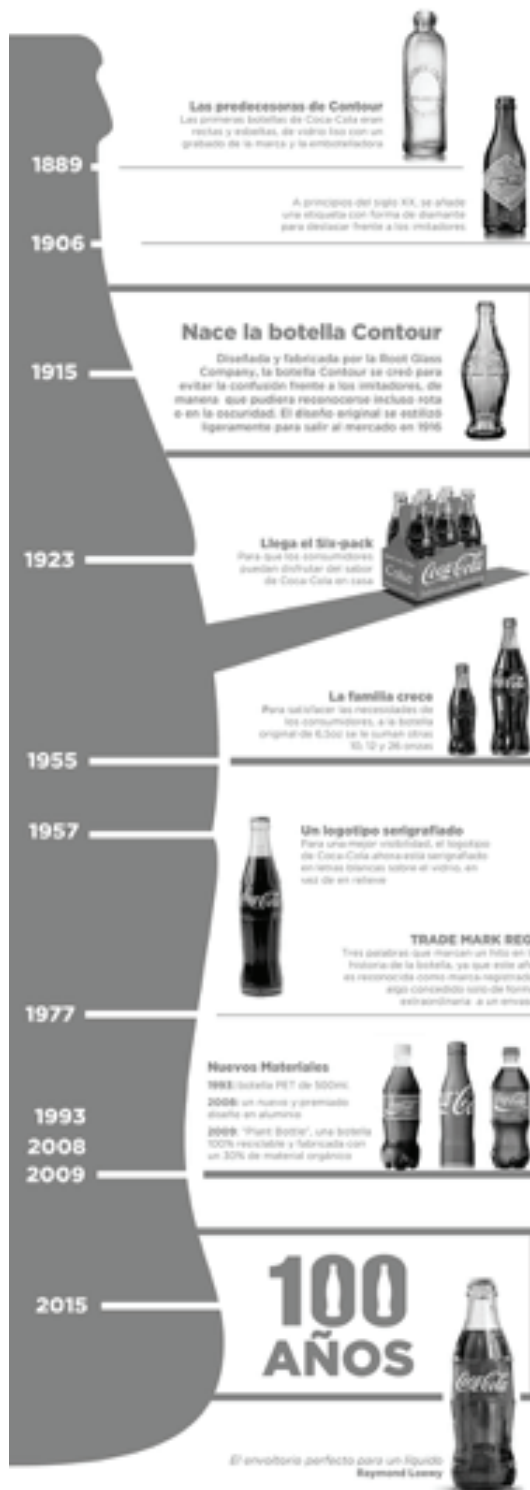
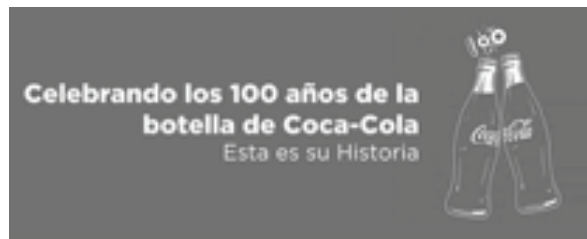
img. 002 Infografía 3D para la visualización de un proyecto de arquitectura.

# INFOGRAFÍA PUBLICITARIA

El uso y aplicación de infografías para distribuir y dar a conocer productos y servicios por parte de profesionales y empresas a través de los multitudinarios medios que están a su disposición, tanto en formato físico como Online (este último virtual y sin duda más asequible por lo menos desde un punto de vista económico) también es un recurso que están aprovechando muchas empresas. Sembrar infografías por los diferentes canales y medios sociales que a día de hoy invaden la Web 2.0 garantiza resultados para la visualización del contenido por posibles clientes o personas interesadas, más cuanto mejor y minuciosa es la segmentación adecuada a cada tipo de público según el producto o servicio.



img. 003 Infografía ilustración de reloj para su publicidad y gama de productos.



## INFOGRAFÍA CORPORATIVA

Aparte de la finalidad que se busque para la elaboración de una infografía, algo muy importante indiferentemente del formato y medio a elegir para su publicación es la corporativa, tratando de que el grafismo, el color y las formas sean características reconocibles y bien diferenciadas de cada empresa, organismo, institución o profesional que pone las infografías en circulación a disposición del público. Cuando este público considera que el contenido de la infografía le aporta valor, sin duda se genera un vínculo reconocible creando imagen y favoreciendo el engagement, posible interacción y reconocimiento de la “marca”.

img.004 Sencilla infografía que aporta información y datos con sus colores corporativos.

# INFOGRAFÍA DIDÁCTICA

Infografías científicas, de cortes, plantas y secciones o con gráficos que muestran y ayudan a describir procesos de producción o enseñan a utilizar algún producto y a comprender el funcionamiento de cualquier elemento, contribuyen mejor que cualquier otro material didáctico a la interpretación de lo que en ellas se muestra. Sin duda, la gráfica visual o virtual dependiendo del medio en el que se encuentre, es la mejor manera de asimilar por nuestro cerebro datos o imágenes sobre cualquier temática.

**Ubicación de las infografías**

1	5	9
2	6	10
3	7	11
4	8	12

**SUDÁFRICA 2010** LABORATORIO DE COMUNICACIÓN VISUAL, S.A. www.aprovegala.com

## EVOLUCIÓN DEL BALÓN

Desde 1934, el balón se ha transformado notablemente de sus primeras versiones de cuero a modelos más sofisticados y modernos. En 1970, la empresa Adidas se encargó de fabricar el balón oficial y hasta la fecha sigue proporcionando el modelo de cada copa mundial.

**Uruguay 1930**  
El balón de Uruguay, conocido como el "Blanco y Negro", estaba hecho de cuero y tenía una forma esférica con un diseño de paneles que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Suecia 1950**  
El balón de Suecia era un balón de cuero con un diseño de paneles que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Chile 1962**  
El balón de Chile era un balón de cuero con un diseño de paneles que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Inglaterra 1966**  
El balón de Inglaterra era un balón de cuero con un diseño de paneles que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**México 1970**  
El balón de México era un balón de cuero con un diseño de paneles que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

### El balón del mundial Sudáfrica 2010

En el momento de su lanzamiento, el balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 fue el primer balón de fútbol con un diseño de paneles que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Forma**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía una forma esférica con un diseño de paneles que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Forma triangular 3D**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía una forma triangular 3D con un diseño de paneles que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Textura**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía una textura que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Color**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía un color que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Material**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía un material que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Forma y tamaño**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía una forma y tamaño que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Absorción de agua**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía una capacidad de absorción de agua que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Prueba a la Jabulani**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía una prueba a la Jabulani que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Forma y tamaño**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía una forma y tamaño que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Absorción de agua**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía una capacidad de absorción de agua que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

**Forma y tamaño**  
El balón de fútbol mundial de Sudáfrica 2010 tenía una forma y tamaño que se asemejaba a un balón de fútbol americano.

Img.005 Infografía didáctica evolución del balón de fútbol.

MAGS DE DUELO: DEJÓ DE EXISTIR EL CREADOR ORIGINAL DE LA MACINTOSH

# Computadoras para el resto de nosotros

Año: 1976. Un nombre: Jef Raskin. Cargo: Empleado número 31 de Apple. Influenciado por su pasión en el PARC el santuario tecnológico de Menlo, aporta nuevas ideas a la empresa en busca de la perfección, queriendo un ordenador que fuera cómodo, útil y bonito. Su visión es un hito para el género: computadoras diseñadas no para hacerlos genios, matemáticos, sino para el hombre común de la calle. Es decir, computadoras fáciles de usar. Una idea que Steve Jobs, el jefe del departamento de Apple, calificará inicialmente como “la idea más grande que había oído”. El tiempo dará la razón a Raskin, quien fue la piedra fundamental, el generador de un fenómeno que revolucionará para siempre el mundo de la computación y que, de paso, llevará de la mano y verticalizará los portátiles de nuestros días.

## Historia de la interfaz gráfica



## Primera Macintosh (1984)



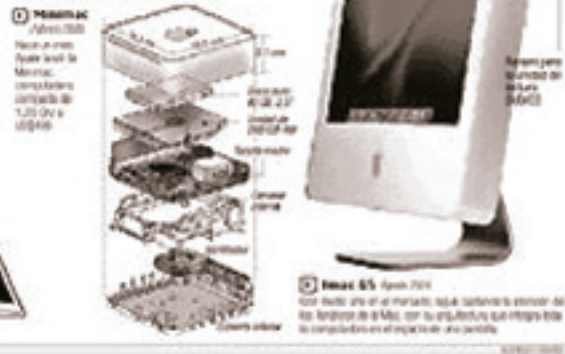
## ¿Por qué fue innovadora la Mac?

- 1 Presentó al mercado el concepto de interfaz gráfica (paradigma del escritorio) como área de trabajo y el uso de iconos sobre la pantalla.
- 2 Introdujo el concepto de mouse o ratón.
- 3 Presentó el mundo de los bitmaps para imágenes.
- 4 Introdujo los drag and drop.
- 5 Era fácil de usar.

## Dos décadas de manzanas



## Las Macintosh de hoy



## INFOGRAFÍA INFORMATIVA

Aparte de la finalidad que se busque para la elaboración de una infografía, algo muy importante indistintamente del formato y medio a elegir para su publicación es la corporativa, tratando de que el grafismo, el color y las formas sean características reconocibles y bien diferenciadas de cada empresa, organismo, institución o profesional que pone las infografías en circulación a disposición del público. Cuando este público considera que el contenido de la infografía le aporta valor, sin duda se genera un vínculo reconocible creando imagen y favoreciendo el engagement, posible interacción y reconocimiento de la “marca”.

Img.006 Ejemplo de infografía informativa que a la vez describe un proceso.



Por supuesto cualquier infografía puede contener los rasgos o aspectos mencionados anteriormente mezclados o combinados entre sí... perseguir un objetivo publicitario y a pesar de ello arrojar datos o información relevante, aparte de poseer una personalidad de ámbito corporativo y a la vez mostrar algún proyecto o gráfico didáctico. De cualquier manera la intención de este artículo es orientar para establecer una prioridad y orden de importancia de estos aspectos dependiendo de tu actividad y los beneficios que te propongas obtener utilizando las infografías.

Es claro que hoy en día las tecnologías y los métodos de obtener información son muy variados, así como los productos tecnológicos que lo permiten, demostrando que están inmersos en una cultura contemporánea y globalizada y por que no decirlo consumista tecnológica, para el desarrollo de este proyecto tomaremos como referentes conceptuales de análisis a tres autores que expongo a continuación y que puntualizaremos más adelante.

Umberto Eco / Apocalípticos Integrados

Marshall McLuhan / Comprender los medios de comunicación

Néstor Canclini / Consumidores y Ciudadanos

## 1.2 LA INFOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA

La historia de la comunicación visual esta muy cercana de la historia del arte, de las artes gráficas, de la cultura, del lenguaje y del desarrollo de las comunidades. Por eso es tan antiguo como la historia de la Humanidad misma.

*“No podemos esperar comprender esos extraños comienzos del arte a menos que tratemos de introducirnos en el espíritu de los pueblos primitivos y descubrir que clase de experiencia es la que les hizo imaginar las pinturas, no como algo agradable de contemplar, sino como objetos de poderoso empleo.”*

**Gombrich**

*“Las primeras aproximaciones al arte visual están relacionadas con la cotidianidad de los seres humanos en lo que respecta al descubrir, conocer y utilizar nuevas cosas y experiencias cada día.*

*Intentaban plasmar las actividades a las que se dedicaban los humanos de entonces y sus expresiones han perdurado con el paso del tiempo, permitiendo que, aún hoy, a comienzos del siglo XXI*

*nos asombremos y logremos cierto nivel de interpretación de las mismas.*

*Esto se evidencia en el interés por dibujar, por ejemplo, los animales objeto de caza y los instrumentos con los que se realiza esta actividad. Una idea que remite al poder que tienen las imágenes y a la que Gombrich se refiere al comentar las pinturas primitivas en las cuevas de España y Francia en las que la mayoría de expresiones artísticas están ligadas a ideas analógicas del poder de las imágenes”<sup>5</sup>.*

**Sullivan (1987, pág. 8) comenta este proceso así:**

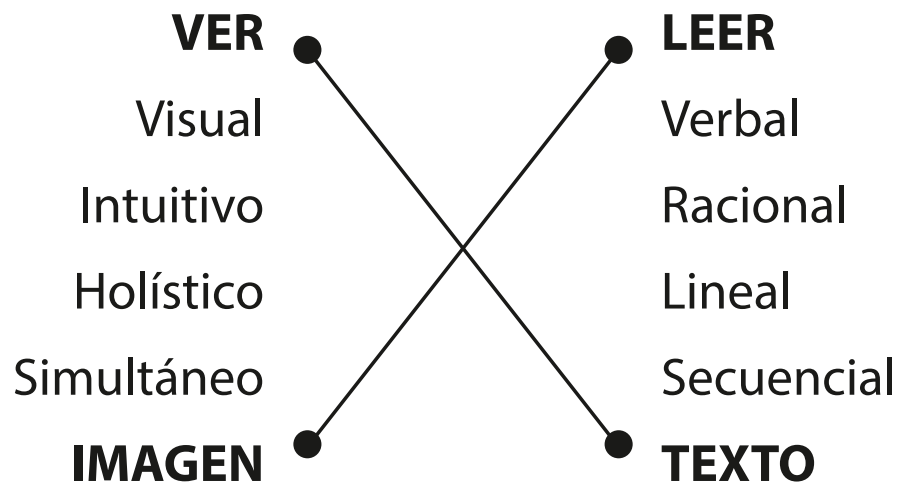
*“La evolución del lenguaje empezó con dibujos, progreso con pictogramas, dibujos autosignificantes, unidades fonéticas y, al final, el alfabeto. Dondis establece la escala temporal: primero fueron los dibujos; la habilidad para dibujar que existió desde los tiempos mas antiguos, ciertamente antes de que nadie pudiera escribir.”*

Los seres humanos necesitaban una forma de ordenar sus ideas y fue precisamente la narrativa, la necesidad de contar, la que permitió generar esa idea, los pictogramas fueron el primer intento escrito.

Según indica (Lockwood, 1992) “que con el desarrollo de la escritura los pictogramas perdieron su significado y su prominencia y pasaron a convertirse en un lenguaje codificado que debía enseñarse y aprenderse, las imágenes fueron separadas de las palabras creando, dos tipos de lenguajes diferentes”.

“Ver y Leer, la imagen y el texto son las formas como nos llegan, son dos maneras diferentes de recibir datos que pueden ser información. La primera acción es sensorial y la segunda cerebral, por tanto tienen características diferentes”. Mckoy, citada por (Lockwood, 1992, pág. 3), lo plantea como aparece expresado en la siguiente gráfica.

5 Ernst Gombrich, Julian Hochberg y Max Black (2007), *Arte, percepción y realidad*, Edi. Paidós, /España/ ISBN-10: 8449320186



graf.002 Ejemplo en la que recibimos los datos según Lockwood

Es decir podemos ver y leer imágenes y textos. Cuando realizamos la primera función estamos frente a una actividad ante todo visual, es decir, relacionada con la visión, que además es intuitiva porque se tiene facilidad para comprenderla sin sistematizar, pues es la suma de muchas cosas que componen, y simultanea, por lo hacemos al mismo tiempo. Entonces podemos decir que es una actividad sensorial.

Ahora, cuando enfrentemos la segunda, leer, estamos ante una actividad verbal porque se refiere a la palabra; racional, pues requiere un razonamiento; lineal, porque el texto se lee línea a línea, y secuencial, porque siempre va una letra detrás de otra, una palabra siguiendo a la otra, una frase tras otra y así sucesivamente para hacer de esta una actividad cerebral.

Según (Lockwood, 1992, pág. 6), “de la traumática transición de la mecánica a la electrónica la imagen como elemento de expresión y comunicación humana sigue siendo uno de los elementos mas importantes en el desarrollo de nuestra cultura”.

Según (Wolton, 1997, pág. 9 -55) “la imagen triunfo, al punto que esta omnipresente en la vida privada y publica”<sup>6</sup>.

Enfrentamos limitaciones al saber leerlas, a pesar de su permanente presencia invasiva en todos los aspectos de nuestra vida, lo que evidencia que existe una ignorancia de su capacidad como transmisora de la información y de su innegable poder como facilitadora de conocimiento.

### 1.3 INFOGRAFÍA DIGITAL E INTERACTIVA

“A la hora de definir que es una INFOGRAFÍA, las aguas están partidas entre los diseñadores visuales. Pero el neologismo infográfico, que resulta de la conjunción de información + gráfico, tiene un valor agregado que es la de aplicar tecnologías de diseño informático. En tal sentido, para Joan Costa, en su libro “Diseñar para los ojos”, la infografía no es más que un grafismo informático”<sup>7</sup>.

Si bien es cierto que las infografías en el sentido estricto de información visual de difusión masiva en los medios periodísticos son anteriores a la aparición de herramientas informáticas para la gráfica, la definición de Costa puede ser relativizada.

La traducción de estos conceptos se resumiría de la siguiente manera (ver gráfico 002)



graf.003 Esquema tomado del libro Diseño para los ojos de Joan Costa.

- El eje horizontal se relaciona en el “Hacer” y el “Comunicar” a través del “cómo”, en este caso como el diseño se esta mostrando.
- La transformación incluye en el “cómo” se vincula y se instala en el imaginario colectivo.

<sup>6</sup> Lockwood, Robert (1992). El Diseño de la Noticia. Barcelona: Editorial, Ediciones B, ISBN:9788440629401  
<sup>7</sup> Costa, Joan. (2003) Diseñar para los ojos. Ed. Grupo Desing/ La Paz Bolivia/Abril, 200 / ISBN:99905-0-314-1

No obstante si es útil y acertado pensar en la INFOGRAFIA DIGITAL INTERACTIVA, que es resultado de la digitalización del texto, la imagen, el audio y el video, todo ello editado en un software de animación timeline (Ej. Adobe Flash), de visualización en la pantalla de PC y distribuido en la red o en soporte físico de CDRom.

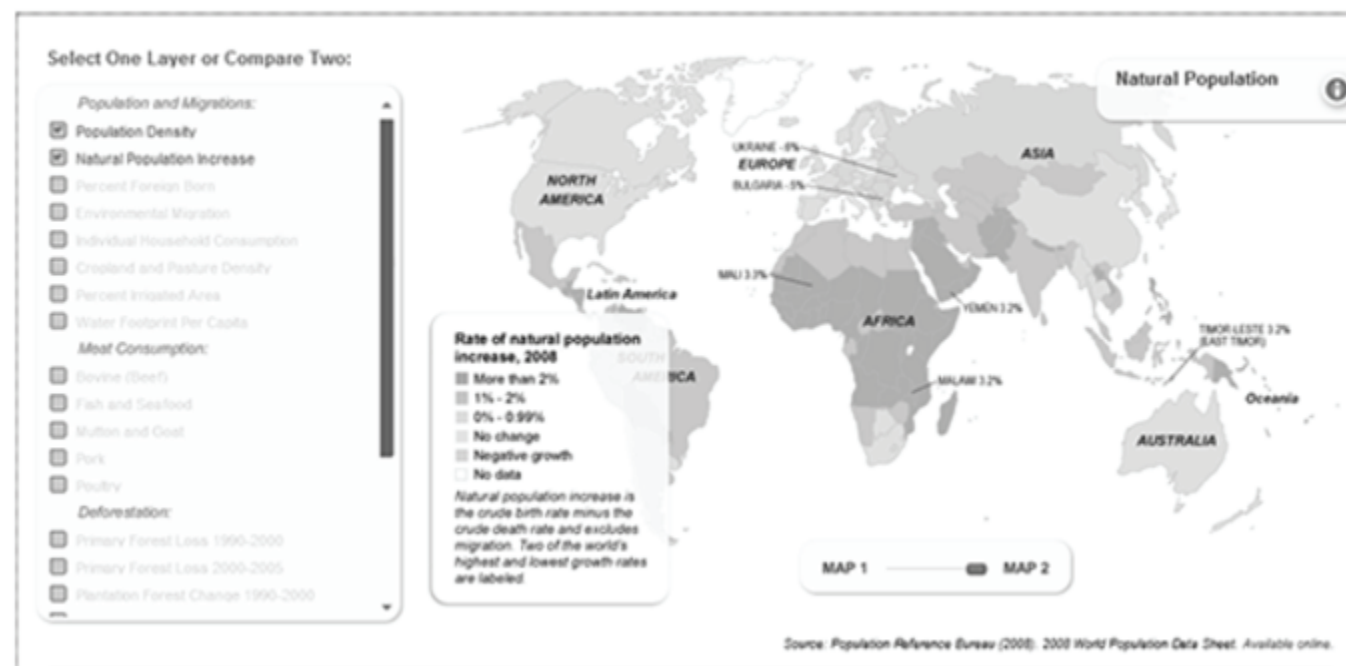
Sólo es posible desarrollar una infografía interactiva en base a dichas herramientas de digitalización, edición y animación. Pero sobre todo la posibilidad de INTERACTUAR con el sistema es lo que marca la diferencia entre las nociones que circulan sobre la infografía gráfica y digital.

Las cualidades de actualización de datos hacen de la infografía digital un producto interactivo dinámico con el cual el usuario recibe respuestas del sistema ante una consulta a la base de datos a través de un motor de búsqueda interno.

El proyecto EARTH PULSE de la National Geographics visualiza las tendencias estadísticas de la población mundial y son actualizadas constantemente entrando como ejemplo en la tipología de infografías digitales investigativas que se están actualizando constantemente.

## Vital Statistics

Map and compare global trends. Explore related essays, photo galleries, and information graphics.



Img.007 imagen del proyecto Earthpulse.

*“El diseño refracta la cultura, cambiando su dirección, alternando el mensaje, y el diseño es alterado por este proceso de refracción cultural: adquiere forma por la cultura que está formando”*

*Michael Worthington*

## **CARACTERÍSTICAS DE LA INFOGRAFÍA DIGITAL INTERACTIVA**

### **FÁCIL DE ENTENDER.**

Como seres humanos, somos criaturas muy visuales. Nuestra capacidad de interpretar rápidamente la información visual es mucho mayor que la de las palabras escritas. Mediante la creación de información visual (infografías) conseguimos que la información más compleja sea mucho más comprensible.

### **RETENCIÓN EN LA LECTURA.**

Las personas tienen tasas de retención muy bajas de la información que leen: sólo recuerdan el 20% de lo que han leído.

### **MÁS ATRACTIVO.**

Con la gran cantidad de nuevos contenidos publicados todos los días, la gente está saturada. Mediante la creación de una información que es visualmente atractiva (infografías), a la gente le será más fácil entender los conceptos o la información que se quiere transmitir.

## **1.4 ENTRE LA IDENTIDAD Y LA ACULTURIZACIÓN VISUAL**

Bien luego de mencionar los diferentes aspectos o características de una infografía digital las cuales de una u otra manera se acoplan a diferentes requerimientos según el contenido de información, pasamos a profundizar en cuatro escenarios posibles dentro del viable producto de consumo de las personas en determinado ámbito cultural o contexto social, sin embargo cabe mencionar el reto y la responsabilidad de hacer diseño, pues esto requiere de una reflexión desde su contexto con lo cual no podemos llegar a determinar que el producto este separado de éste, mucho menos aislado de su historia.

Al hablar de una identidad cultural es mencionar de cierta manera un fenómeno vivo que se desplaza al igual que las comunicaciones y su tecnología a tal velocidad que cualquier ingreso de información extranjera construye o destruye esta identidad *“culturización y sincretismo”*.

## **1.5 EL SIGNO COMO IMAGEN COMUNICACIONAL**

*“Que es infinitamente más placentero para la sensibilidad visual percibir imágenes que decodificar páginas de texto es algo más que obvio. Más aún en nuestra civilización de la imagen, esta iconosfera nuestra que se nos impuso desde mediados del siglo pasado...”*

*Erik Jerdí*

Para ver al signo como una imagen comunicacional empecemos por definir que es el signo, pues bien según (Costa, 2003, pág. 15) *“el signo es toda aquella “cosa” capaz de traernos a la memoria otra. Para comunicarnos nos valemos del lenguaje, dentro del cual la unidad mínima de sentido es el signo: esa imagen (mental) de naturaleza totalmente distinta al estímulo, que tiene por función evocar”*<sup>8</sup>.

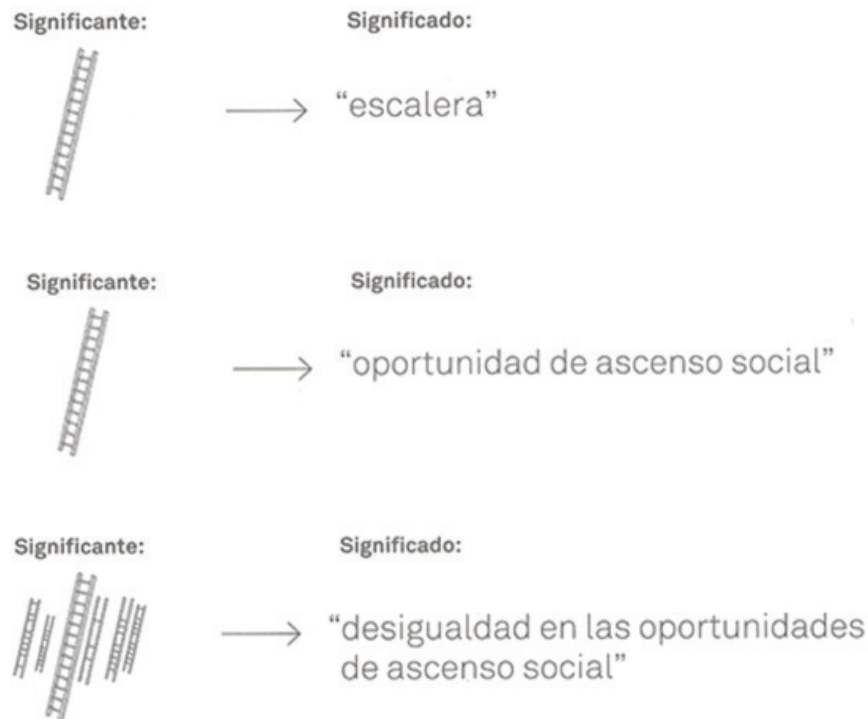
Para entenderlo de mejor manera tomaremos como referencia teórica la explicación de (Jardí 2012, pág. 41) *“Tanto en el lenguaje verbal como en el escrito, denominamos “connotación formal” al hecho de que el empleo de un estilo determinado aporte significado en sí mismo. Connotación formal es aquello que no figura de forma distintiva en el signo pero que se emplea intencionadamente para comunicar una idea”*.

<sup>8</sup> Costa, Joan. (2003) *Diseñar para los ojos*. Ed. Grupo Desing / La Paz Bolivia/Abril, 200 / ISBN:99905-0-314-1

Ahora bien podemos entender ya al signo como forma comunicacional de una idea que evoca o representa algo, operativamente lo dividiremos en **significante** (la representación en sí) y **significado** (al contenido que se le asigna) puesto que en la realidad no es posible separar estas dos entidades.



El lingüista Ferdinand de Saussure también explica al signo desde esta teoría mostrando el siguiente ejemplo. En este caso el dibujo de la escalera el cual muestra el siguiente esquema.



Img.008 imagen tomadas del libro pensar con imágenes de Erick Jardí

Vemos, pues, que un significante puede dar lugar a diferentes significados que actúan en distintos niveles

## 1.6 LA INFOGRAFÍA, PRODUCTO COMO SIGNO

Entender los productos en su verdadera dimensión dentro de una sociedad de consumo es el primer y fundamental paso si queremos operar fuera del territorio de las materias primas para ingresar al del valor agregado o, mejor dicho, para evitar un análisis funcionalista que interprete productos como bienes de uso y los perciba en cambio, en su total dimensión de bienes de consumo.

*“El primer error que debemos evitar es el de considerar las características físicas o materiales de los productos como las más fuertemente relacionadas con la construcción de una identidad local.*

*Es cierto que determinadas características naturales, productivas o culturales, como poseer grandes bosques de una determinada madera, una fuerte tradición productiva con determinada tecnología o un gran mercado interno consumidor de un tipo de producto pueden generar ventajas competitivas desde el punto de vista productivo.*

*Escindir la materialidad del objeto, su percepción como resultado o de los sistemas productivos, para interpretarlo como signo nos permite analizarlo en su verdadera dimensión en el mercado, dimensión que exige considerarlo como objeto múltiple y total: como objeto en el punto de venta, como presencia en los medios de comunicación, como parte del sistema de distribución, etc”<sup>9</sup>.*

## LA CONSTRUCCIÓN DE ESCENARIOS

Esta se lleva a cabo mediante el análisis de una cantidad de casos representativos de productos existentes en el mercado de estudio cuya identidad otorga al factor de un valor fundamental de su significado. *“Clasificar un conjunto de ejemplos es una tarea que de ningún modo puede ser taxonómica y mucho menos exhaustiva. Por el contrario, la decisión de ordenar o agrupar casos de esta manera tiene como objetivo final la creación por sobre la disección; es decir: más allá de interpretarse como un proceso clasificatorio debe ser entendido como un proceso de construcción de puntos de vista, de posiciones desde las que nos sea posible interpretar las estrategias de los productores y los deseos de los consumidores de un modo integral, generando plataformas funcionales al posterior proceso creativo”<sup>10</sup>.*

<sup>9</sup> Rosenfeld Luis y Morville Peter. O'Really , Arquitectura de la Información en línea: <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/fall2010/bby607/IAWWW.pdf>. 2000

<sup>10</sup> Usabilidad: la gran desconocida. Emergía. Artículo publicado en la revista E.Comm(N° Sept. 2000)

## ENTRE LA SOCIEDAD Y LA INFORMACIÓN DEL CONOCIMIENTO

Veamos en qué consiste este profundo cambio y cuál es su relación con la sociedad y sus actores.

Pues bien se ha dicho que en las condiciones de cambios estructurales globales, llamados “globalización” (utilizaremos la descripción que hace García Canclini del término:

*“... una etapa histórica configurada en la segunda etapa del siglo XX, en la cual la convergencia de procesos económicos, financieros, comunicacionales y migratorios acentúa la interdependencia entre vastos sectores de muchas sociedades y genera nuevos flujos y estructuras de interconexión supranacional”*<sup>11</sup>. Los sistemas de información y comunicaciónse afinaron tecnológicamente para dar cabida a la inmensa producción y difusión de saberes al grado que obligó a la sociedad a reorganizarse en torno a un nuevo activo económico.

Las personas no ajenas de este proceso de intercambio de conocimiento han acrecentado su forma de interpretar nuevas tecnologías, siendo así una necesidad de comunicarse y hacerse escuchar que los productos tangibles en cierta forma son un proceso de estabilidad conceptual, es decir sentirse seguros que esta en sus manos, no obstante las sociedades tienen una necesidad de información, una información que traspase los medios analógicos, que den paso a los digitales en donde el conocimiento se ha incrementado, en donde la interactividad se ha multiplicado y cada día crece con diferentes métodos y formas de conseguirlo.

Al referirnos a nuevas formas y métodos de conseguir una información que traspase los significados habituales nos referimos a una nueva interpretación de conocimiento social y cultural con lo cual nos lleva a establecer ciertas preguntas:

### ¿Cuál es papel del diseñador como arquitecto de la información?

*“la arquitectura de la información trata, en realidad, sobre lo que no es obvio. Los usuarios no perciben la arquitectura de la información de un sitio a menos que no funcione. Cuando notan las características de una buena arquitectura en algún sitio, las atribuyen a algo más... No obstante, ningún término describe en forma adecuada las relaciones que hay entre los elementos intangibles que constituyen la arquitectura*

*del sitio. Estos elementos sistemas de navegación, rotulado, organización, indexación, búsqueda y metáforas son el adhesivo que une todo el sitio y le permite evolucionar con naturalidad”*<sup>12</sup>.

Las personas involucradas hoy en día en las nuevas tecnologías de información contemplan un mundo significativo de las posibilidades comunicacionales que disponemos en nuestros días. En este sentido nosotros como diseñadores gráficos pretendemos involucrarnos y adherirnos a los nuevos emergentes de la cultura informática, contruyendo esquemas ya sean analógicos o en este caso digitales que permitan una ordenada y sincronizada forma de comunicación e información que entendremos como diseño o producto hacia el sujeto “contexto”, sin embargo las nuevas tecnologías están inermes no siempre al alcance de todos con lo cual esto no significa que generemos un diseño universal al alcance de todos, nosotros desde el punto de vista social, cultural, económico, político debemos enfrascarnos que un diseño bueno es un diseño capaz de cumplir las diferentes necesidades de un determinado grupo de personas. De esta manera el diseñador en este caso pretenderá llegar a un segmento específico desde la arquitectura de la información la cual se muestra ordenada y sistemática para el fácil entendimiento y comprensión de una determinada comunicación visual.

Por otra parte es necesario mencionar que una mala maquetación u organización de la información puede llevar a grandes fracasos empresariales tal es el caso que mencionamos a continuación. “Un ejemplo interesante es el del caso Boo.com.

La tienda deportiva Boo trató de lanzar un sitio Web, utilizando la tecnología de punta, con imágenes en tres dimensiones y tienda electrónica, el cual era visualmente espectacular. Nadie podía competir con el impresionante diseño gráfico que demandó muchas horas de trabajo.

<sup>11</sup> Canclini, Néstor, (1995). *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, pág. 26, Ed. Grijaldo, S.A. de C.V. México.

<sup>12</sup> Rosenfeld Luis y Morville Peter. O'Really, *Arquitectura de la Información en línea*: <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/fall2010/bby607/IAWWW.pdf>. 2000.

Pero a pesar de las ingentes cantidades de dinero invertido en su implementación y las crecientes campañas de publicidad que crearon expectativas, el sitio Web fracasó estrepitosamente. ¿Qué estaba mal sino se había escatimado en gastos? Las razones fueron muy sencillas.

*“La mayoría de los actuales sitios web comerciales están diseñados para impactar al navegante, mostrar las habilidades del diseñador o hacer una pobre publicidad de las empresas promotoras”. Los resultados habituales son lentitud en la descarga de imágenes, desorganización de la información, distracciones centellantes y coloristas, diseños efectistas, ilegibilidad de los textos y navegación al azar, sin dirección a lo que se busca el usuario”<sup>13</sup>.*

### **El Diseño y técnicas digitales son, ¿tradicionales o contextuales?**

Es interesante presentarse como diseñador gráfico en un medio tecnológico puesto que todo gira alrededor de una pantalla o un medio digital móvil, el diseño hoy en día esta visto a nivel global como un surgimiento de nuevos metodos de construcción a nivel de imagen o estética así como el de producción como aporte a nuevas estrategias de mercadeo y funcionalidad, pero ¿como nos miran desde la parte gráfica al momento de presentarnos de forma digital?, es una pregunta que algunos diseñadores y colegas nos hemos a causa de que es lo que mas se vende, nuevamente el consumismo universal, sin embargo las técnicas digitales nos han ayudado a fomentar una cultura visual más enriquecedora capas y mejor que hace algunos años atrás, pero ¿y los consumidores tradicionales? varias teorías del consumismo nos dicen que el sujeto esta expuesto a nuevas experiencias de consumo y es ahí en donde el diseñador ya no ofrece solamente el producto como tal pues ofrece una experiencia de consumo, en donde el placer de usar un servicio ya sea este digital mediante una aplicación o una interacción de una página web cambia su forma de ver su entorno y es el medio o el contexto donde esta viviendo el sujeto que afirma la teoría del consumo masivo de experiencia más no del objeto en si frente a su tradición o costumbre.

## **1.7 ENTRE EL DISEÑO DIGITAL Y EL DISEÑO ANALÓGICO**

Alejandro Macharowski aborda en el texto Entre lo analógico y lo digital. *“La formación de profesionales en diseño gráfico el tema de la dependencia del ordenador y los programas informáticos en los procesos creativos de los estudiantes, que creen que sólo con el correcto uso de los potentes programas podrán resolver, por sí mismos, sus problemas estéticos”<sup>14</sup>.*

Indudablemente la creatividad es parte de todos los seres humanos en algunos mas desarrollada que otra pero es falso pensar que alguien no puede ser creativo, en las escuelas de diseño muchas veces los estudiantes hoy en día recurren solo al computador ¿será por la falta de creatividad? Pues no en realidad la explicación es mas simple el simple echo de generar una boceto con papel y lápiz es un ejercicio que muchos jóvenes en la actualidad lo están perdiendo, sin embargo es verdad que muchos de ellos sufren un bloqueo al momento de generar un diseño a mano y luego pasarlo al digital no esta claro en que momento sucede esto pero como experiencia personal me atrevo a decir que surge a raíz que las tecnologías y nuevos programas intervienen y tratan de desplazar la etapa de bocetaje convirtiendo al diseñador en un sujeto operativo mas no productivo, es decir quedarse con la idea que puedo generar todo desde y solo del computador es erróneo existe todo un proceso para llegar a generar un producto o diseño de calidad, desde la simple investigación y análisis de lo que sucede en nuestro alrededor.

Nosotros como diseñadores procuramos entender y respetar el contexto antes de proponer diseño, en este sentido la parte analógica de un proceso de diseño es primordial antes de pasar a la analógica puesto que el resultado será mas enriquecedor y tendrá una fundamentación conceptual de trasfondo para un bien común o colectivo.

<sup>13</sup> Información en línea: <http://yeisonpertuz.blogspot.com/>

<sup>14</sup> Macharowski, Alejandro, *Entre lo analógico y lo digital*, <http://graffica.info/alejandro-macharowski/> revisado el 20 de marzo de 2016

## 1.8 EL DISEÑO DIGITAL Y SU INFORMACIÓN EN EL MEDIO LOCAL

Antes de abordar el tema y analizarlo desde el punto local entendamos lo que es diseño digital. Pues bien el diseño digital *“es la acción de programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados. Ésta es la actividad que posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, y tecnológicos.*

*Dado el crecimiento veloz y masivo en el intercambio de información, la demanda es mayor que nunca, particularmente a causa del desarrollo de nuevas tecnologías y de la necesidad de presentar atención a los factores humanos que escapan a la competencia de los desarrolladores”* <sup>15</sup>.

Luego de esta breve explicación y antes descrita en otro tema podemos darnos cuenta que el diseño digital esta hoy en día en todas partes, es complicado tratar de ejemplificar un caso en el que necesites un servicio web en la actualidad y no dispongas de un adecuado soporte de información digital, para esto citamos a Umberto Eco quien nos dice que *“el ensanchamiento del área de consumo de las informaciones, ha creado la nueva situación antropológica de la «civilización de masas». En el ámbito de dicha civilización, todos los que pertenecen a la comunidad pasan a ser, en diversa medida, consumidores de una producción intensiva de mensajes a chorro continuo, elaborados industrialmente en serie y transmitidos según los canales comerciales de un consumo regido por la ley de oferta y demanda. Una vez definidos estos productos en términos de «mensaje» (y cambiada con cautela la definición de «cultura de masas» por la de «comunicaciones de masa» mass media o medios de masa)”* <sup>16</sup>.

En este sentido el diseño digital y la información que acarrea al medio local o su contexto se dispone de un análisis estructural que no se limita a la forma del mensaje sino por el significado del mensaje y las diferenciaciones del público consumidor de información.

## 1.9 LA IGLESIA DE CUENCA EN EL CONTEXTO CONTEMPORANEO

### La Diócesis de Cuenca

La historia de la Iglesia de Cuenca se ha desarrollado en constante interacción con el poder civil. Sus objetivos se han determinado por los preceptos doctrinales de la Sede romana, intermediados, especialmente durante la Colonia, hasta el siglo XIX, por las decisiones del Estado político. La alianza entre la Iglesia y el poder temporal del Estado se ha justificado por el deseo de conservar los valores de la cristiandad, implantados en las sociedades locales desde la conquista española.

El Tercer Virrey del Perú, Andrés Hurtado de Mendoza, Marqués de Cañete y Guarda Mayor de la Ciudad de Cuenca de España, fue en concepto de la historia, quien realizó la trascendental obra de levantar la ciudad de Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, Que tres fueron los principales personajes que tomaron parte de aquel importante

acto: Hurtado de Mendoza, Ramírez Dávalos y Núñez de Bonilla. Siendo el primero y el mas notable de entre ellos, a quien por derecho y por justicia corresponde, más que a nadie, el título de fundador de Cuenca; y a Gil Ramírez Dávalos le dio las instrucciones necesarias para que erigiese una ciudad, que tuviera un plano semejante al de Lima. Ordena que la traza de la ciudad, se parezca a la de los Reyes, con una plaza grande. Y en una cuadra de ella, se señalarán cuatro solares en redondo, para que se haga la Iglesia, hoy Catedral Vieja y servicio de ella y una huerta para el Cura que allí residiese y de manera que no quede ningún solar pegado a dicha Iglesia.

La expansión de la ciudad y el aumento poblacional conllevó el crecimiento de la Iglesia. Hacia finales del siglo XVIII, la ciudad de Cuenca tenía unos 19.000 habitantes, y la jurisdicción de la provincia unas 80.000. La feligresía estaba servida por 56 párrocos, 5 comunidades religiosas de varones (dominicos, franciscanos, agustinos, mercedarios, betlemitas) y 2 comunidades de mujeres (Conceptas y Carmelitas).

<sup>15</sup> Información en línea: <http://respuestasops.webcindario.com>  
<sup>16</sup> Eco, Umberto, (1995), *Apocalípticos e Integrados*, Ed. Lumen



Cada una de estas instituciones religiosas había construido sus propios conventos e iglesias dentro de la ciudad y en el campo. Existía un total de 173 miembros de vida activa y contemplativa. La vida de la sociedad civil se desarrollaba alrededor de la ritualidad impuesta por la Iglesia, desde el acto inicial del bautismo hasta la defunción y el acompañamiento de las almas en ultratumba. Dichas acciones fueron consignadas en registros celosamente conservados en archivos. Este rasgo es indicativo de la cultura letrada difundida por la Iglesia, ligada a la escritura y a la lectura, propios de los hábitos urbanos de su actividad civilizadora.

## **CUENCA Y SUS IGLESIAS**

Nuestra Ciudad está caracterizada por ser rica en su arquitectura y escultura, no solo en las viviendas que congregan el centro de la urbe sino en sus grandes iglesias que la rodean, es por ello que Cuenca fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad. Cuenca está colmada por el gran catolicismo de su gente, gracias a su creencia se puede observar su gran cantidad de templos religiosos. Por otra parte retomemos la valiosa investigación de Juan Pablo Toral que permitió conocer datos importantes sobre las iglesias cuencanas.

Con toda la información recabada, da forma a su documental “Cuenca Ciudad de Iglesias”. Si algo caracteriza a esta urbe es la cantidad de templos que se erigen en el Centro Histórico y en los alrededores de la misma. Solamente en el casco céntrico se levantan 16 iglesias, a ellas se suman aquellas que se ubican en espacios como la Virgen de Bronce, la Iglesia de Fátima, o los templos de Turi y baños que son muy próximos y son parte del documental. Entrar a los templos y aprender sobre ellas es también acercarse a los fieles y entender la intensa fe de los ciudadanos, gente extremadamente creyente, muy devota y con una característica más interesante y particular que es el don de la gratitud.

Cada uno de los templos tienen sus patronos o advocaciones de la Virgen, a excepción de El Cenáculo, de allí encontramos nombres de santos europeos en su mayoría; “San Blas”, “Santo Domingo”, “San Alfonso”, “San Francisco”, “San Sebastián”, por citar algunos, o la iglesia de Todos Santos, que se bautizó así en honor a todos los santos de la iglesia católica. El primer eje de investigación para este documental es conocer las corrientes arquitectónicas de cada uno de los templos.

A decir de Toral, las iglesias de Cuenca tienen varios estilos y eso es lo que hace interesante a cada una de ellas. Así mismo, el director del documental comenta que una de las iglesias más antiguas de Cuenca es después de la Catedral Vieja, la iglesia de San Blas, obviamente con las debidas excepciones de los templos de los monasterios de Las Conceptas y El Carmen del Asunción. (BSG)-(I).

A continuación se presentan tres iglesias con una breve explicación, las cuales se tomaron como muestra o caso de estudio para este proyecto.

Cuenca es una ciudad caracterizada por su religiosidad, prueba de ello, son las iglesias, en las que se aprecia un gran valor artístico.

Durante las noches estas edificaciones están elegantemente iluminadas para embellecer sus entornos y siluetas que por sus estructuras y formas, son la fascinación no solo de los cuencanos sino de los turistas que visitan la ciudad.

Dentro de la construcción de sus principales iglesias, encontramos estilos y detalles neoclásicos y barrocos en las fachadas de las mismas. Materiales como el ladrillo y el mármol se pueden apreciar en las fachadas de La Catedral Nueva y de la iglesia de San Blas, también se aprecian obras hechas en base al estilo gótico con torres altas y detalles puntiagudos. Algunas de las iglesias españolas fueron cimentadas con piedras extraídas de los templos incásicos de la ciudad de Tomebamba.

La mayoría de las edificaciones están consideradas como obras patrimoniales y mantienen sus formas y estructuras nativas, otras han sido restauradas debido al deterioro causado por el paso de los años. Estas edificaciones son consideradas como un gran tesoro colonial y arquitectónico.

A continuación una breve reseña de las iglesias que hemos considerado importantes para este proyecto puesto que representan las limitaciones de la ciudad en sus inicios y que generaron las ramificaciones y conexiones interculturales propias de la ciudad generando la creación de importantes escenarios de tradición y cultura como son sus famosos barrios y por su puesto la caracterización de la personas que viven en ese entorno especial y que serán modeladas dentro de este proyecto.



## Iglesia: De el Sagrario conocida también como “La Catedral Vieja”

*Img.009 Iglesia Del Sagrario foto de 1942, conocida hoy en día como “Catedral Vieja”*

La Iglesia más antigua es la Catedral o Catedral Vieja como hoy es conocida, se construyó apenas 10 años después de la fundación española de la ciudad. Para levantar el edificio el cabildo reunió fondos y dirigió los trabajos. Piedras labradas traídas de las ruinas de la incásica Tomebamba, sirvieron para los cimientos y las bases de los muros.

La actual iglesia nació con la fundación oficial española el 12 de Abril de 1557. Junto con el cabildo, la gobernación, la cárcel, carnicería, la casa de fundación, el hospital y los solares repartidos a los primeros vecinos, la iglesia y el cementerio, constituyeron la traza primitiva de concepción renacentista europea.

Durante la época colonial la Iglesia Mayor, como se la conoce, fue el principal centro del culto religioso por ser la “parroquia de españoles”.

En 1787 con la instauración del Obispado en Cuenca, se la elevó a calidad de Catedral.

La parte final de su construcción se la realizó desde 1920 a 1924. Una de sus torres sirvió a la Misión Geodésica Francesa como punto de referencia para la medición del arco del meridiano terrestre en 1739, lo que dio lugar a señalar que la torre es más célebre que las pirámides de Egipto, según el sabio neogranadino Francisco José de Caldas, en 1804.



*Img.010 Catedral Vieja foto actual*

En la actualidad la iglesia mantiene su estructura básica colonial a pesar de varias remodelaciones realizadas en los siglos XIX y XX. La iglesia en el interior cuenta con tres naves, un altar central y siete laterales. Tanto en expresión como en especialidad está presente el estilo barroco y renacentista.

Hoy la estructura está convertida en Museo de Arte Religioso y sirve también para conciertos de música clásica y otros eventos culturales.



Img. 011 al fondo la iglesia de San Blas, 1933

Su construcción se remonta al último tercio del siglo XVI. Para su construcción, también se utilizaron piedras de los destruidos edificios de Tomebamba. Tiene en sus cimientos piedras incaicas de lo que fuera la ciudad de Tomebamba. Este templo presenta varias peculiaridades que llaman la atención. Una de ellas es su base elaborada completamente con piedra labrada incásica a principios de la colonia. Sobre la misma se erguía la antigua iglesia que por mucho tiempo, señaló el límite este de la ciudad en la zona denominada “barrios de abajo”.

El nuevo templo, construido en 1935, conserva aún esta singular estructura como base. El mismo, presenta una fachada de estilo románico que está totalmente recubierta de mármol rosa. En el interior se advierte otra característica que hace a este templo único en la ciudad: las tres naves principales y las dos pequeñas, están distribuidas en forma de perfecta cruz latina.



*img. 012 al fondo la iglesia de San Blas, estado actual*

## Iglesia: San Sebastián



img. 013 antigua plaza e iglesia de San Sebastián, 1916

San Francisco es un templo construido por los Franciscanos dedicado al “Señor de San Francisco”. Esta orden permanece en Cuenca por casi tres siglos, hasta el año de 1860. Luego, ya a finales del siglo XIX, la antigua iglesia empieza a ser totalmente remodelada bajo la dirección de los sacerdotes Isaac Peña Jaramillo y José Ignacio Peña.

Hoy en día se conservan aun, en el interior del templo, el gran retablo del altar mayor y el púlpito, cubiertos con pan de oro y tallados en tiempos de la colonia con un hermoso estilo barroco.

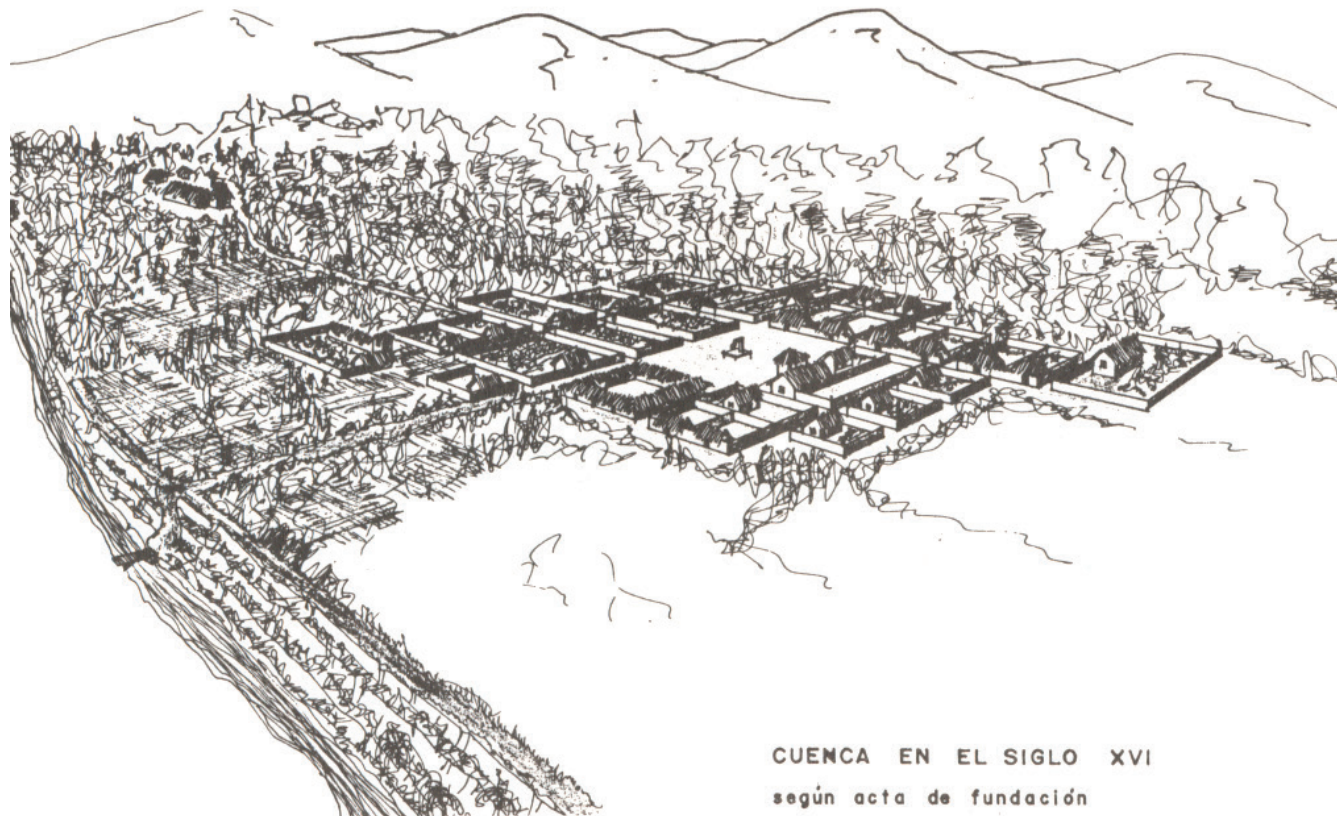
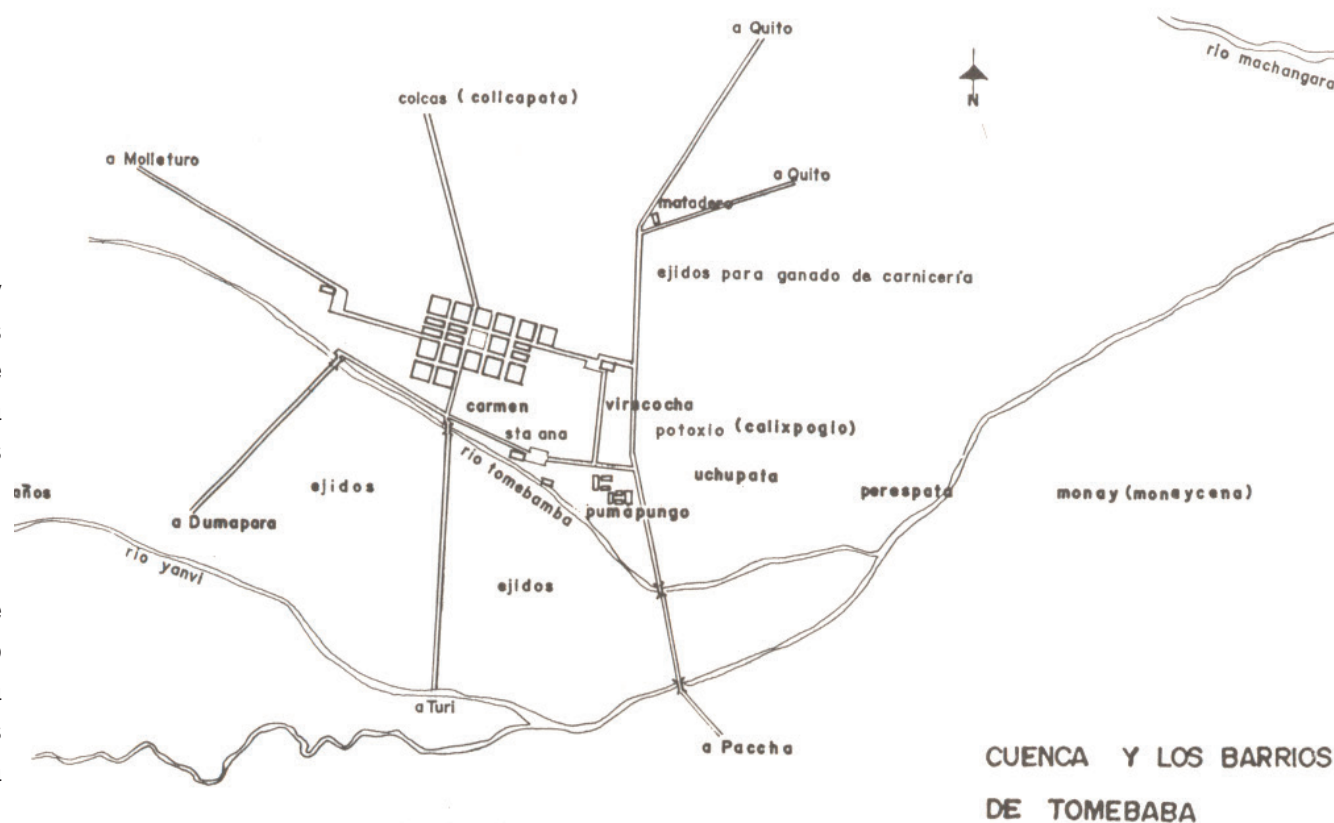
Las iglesias de nuestra ciudad han tenido una historia importante en el crecimiento de la cultura, así como en las actividades económicas de la ciudad de Cuenca, pero, ¿que implica saber si la iglesia como tal es la causante de dicho crecimiento?, pues bien es simple, en este caso en la ciudad de cuenca, si retomamos la historia podemos darnos cuenta que los barrios que emergieron en el tiempo de la colonia son barrios delimitadores, en donde toda actividad económica, social o cultural se veía unida a estos sectores, sin embargo las actividades no eran para todos puesto que existía la desigualdad de sociedades.



*img. 014 Iglesia San Sebastián, estado actual*

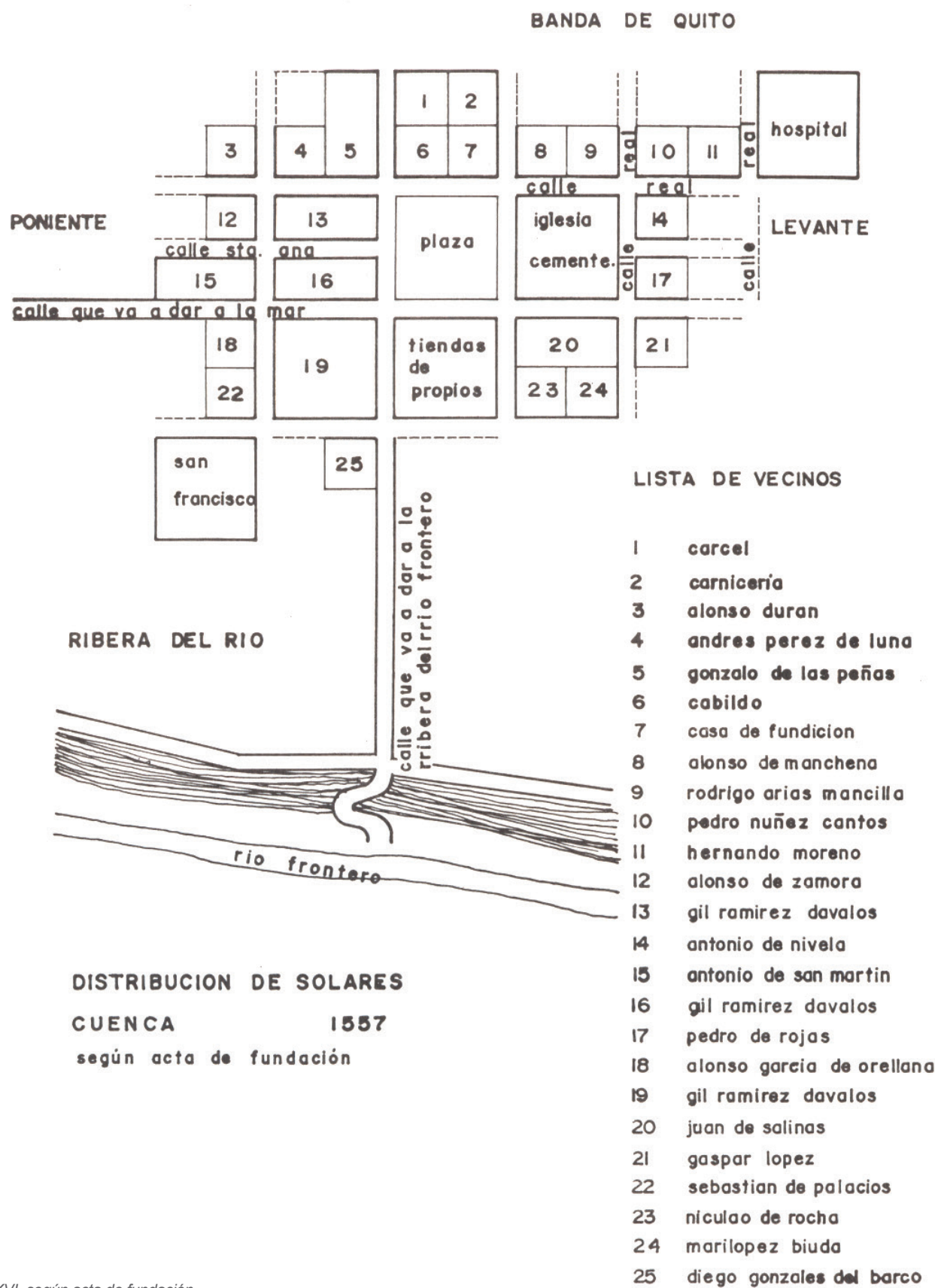
En el libro “Cuenca Barrios de Tierra y Fuego”, de la (Fundación Paul Rivet), nos presenta un detalle gráfico de cómo se distribuían estos barrios históricos y la importancia de sus iglesias construidas alrededor de estos barrios.

Los barrios artesanales de Cuenca en una época de la vida de la ciudad, se organizaron, crecieron, tuvieron un periodo de auge y de desintegración que en la actualidad ha dejado como fruto algunos talleres artesanales como testigos de una historia que es posible contar.



img. 015 / Cuenca y los Barrios del Tomebamba





img. 016 / Cuenca en el siglo XVI, según acta de fundación

### AUGES DE LOS BARRIOS ARTESANALES EN CUENCA

El desalojo de los indios del centro de la ciudad y el comercio de artesanías, no fueron las únicas razones para la conformación de los barrios artesanales. Propició su nacimiento una disposición heredada de las prácticas medievales españolas y recogidas por el cabildo del 24 de diciembre de 1563, mediante la cual se obligó a las personas dedicadas a un mismo oficio a concentrarse en lugares específicos dentro de la ciudad.



img. 017 / Distribución extractos sociales en Cuenca, en el siglo XVIII



img. 018 / Distribución de barrios y artesanos de Cuenca, en el siglo XVIII

Estos grupos de artesanos fueron constituyendo barrios caracterizados por la edificación de una iglesia o ser asiento de una orden religiosa, en los cuales pronto se construyeron las casas de los exportadores como hitos diferenciados del resto de las habitaciones de la población.

Desde la fundación, el centro de la ciudad se estructuró en torno a la iglesia matriz, catedral erigida en el siglo XVIII. Los orfebres se agruparon alrededor del Templo de Santo Domingo construido en 1559. Las panaderas trabajaron bajo la protección del Templo de Todos Santos dedicado al culto desde 1570.

Los comerciantes de productos agrícolas realizaron sus actividades en la plaza de San Francisco, junto al Templo de los franciscanos construido en 1575, luego del cambio de la actividad asignada a las tiendas de propios. Los barrios de indios se organizaron alrededor del Templo de San Blas construido en 1583 y San Sebastián que obtuvo la categoría de parroquia de indios en 1692.

Las características de las viviendas propiciaron que una parte del trabajo se realizase en veredas y calzadas con lo que fomentó la unidad de oficios y fortaleció el concepto de barrio.

El barrio de San Sebastián absorbió todo tipo de artesanos, sin duda por ser el sitio de salida a la costa y el contacto con los puertos. De acuerdo a una comunicación del párroco de San Sebastián al Prefecto, fechada el día 23 de noviembre de 1833 y que reposa en el archivo de la Curia Arquidiocesana (Exp. 51 100), los herreros de esa parroquia se encontraban para la fabricación y reparación de las armas del Estado.

Las actividades se diversificaron y el concepto de barrio dedicado a una actividad específica comenzó a desaparecer para adaptarse a las nuevas condiciones.

## LÍNEA DE TIEMPO

Crecimiento de la ciudad desde sus inicios hasta la actualidad

Luego de haber visto una pequeña muestra de lo que era la ciudad de Cuenca en aquellos tiempos y su crecimiento desde su cultura y raíces, es interesante mostrar el cambio de los espacios a través del tiempo y visualizar un desarrollo que da cuenta de un proceso de identidades y tradiciones que han trascendido durante el tiempo, a continuación una muestra mediante los planos de la ciudad, que manifiestan este proceso de cambio y crecimiento contextual.

PLANO SIN NOMBRE



PLANO 1962



PLANO 1963



PLANO 1968



PLANO 1878



PLANO 1970



PLANO 1970



PLANO 1970



PLANO 1970



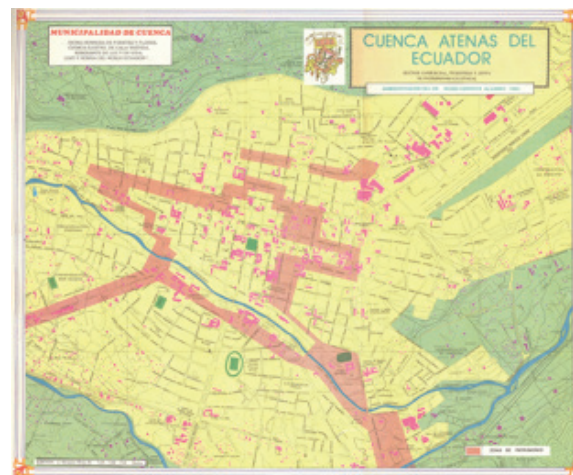
PLANO 1974



PLANO 1983



PLANO 1984



PLANO 1995



PLANO 2003



img. 019 / Mapas diferentes años de la ciudad de Cuenca

¿Qué es la identidad?, en los últimos tiempos este tema se ha venido discutiendo en un sin número de conceptos, los cuales contienen procesos, pensamientos modernistas y otros basados en la experiencia del sujeto, es así que como definición el diccionario nos dice que identidad es: *“Un conjunto de valores, orgullos, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia”*<sup>17</sup>. La filosofía planteada muestra la noción de una identidad integral, originaria y unificada como dice el autor Stuart Hall *“Un yo incesantemente performativo fue postulado por variantes celebratorias del posmodernismo. Dentro de la crítica antiesencialista de las concepciones étnicas, raciales y nacionales de la identidad cultural”*<sup>18</sup>. Para entrar en materia y profundizar un poco en el tema se a tomado como referencia a Guillermo Wild y Stuart Hall cada uno con su punto de vista nos revelará quizás pequeñas diferencias de lo que significaría una identidad cultural.

*“... El mundo de los humanos, post-cualquier cosa y todo, sigue siendo el producto de perceptibles procesos sociales y culturales: procesos parcialmente indeterminado aún, de alguna consideración, determinado de manera sistemática; ambiguo y polivalente, sin embargo, nunca totalmente incoherente o sin sentido; abierto a múltiples construcciones y concurso, aún nunca totalmente libre de orden o la realidad del poder y coacción”.*

**(Marcus, 1994)**

Después de esta cita de Marcus ponemos en consideración una irrelevante comprensión concerniente a la identidad cultural, puesto que los actores fundamentalistas reacciona frente a contextos que surgen mutaciones sociales cada día, incomprendida desde lo social, Hall en su libro nos dice textualmente que, *“En las sociedades tradicionales, se honra el pasado y se valorizan los símbolos porque contienen y perpetúan la experiencia de generaciones. La tradición es un medio para manejar el tiempo y el espacio que inserta cualquier actividad o experiencia particular dentro de la continuidad del pasado, presente y futuro, que a su vez son estructurados por prácticas sociales recurrentes”.* (Wilde, 1991)

Frente al punto de vista citado por Guillermo Wilde en su libro la problemática de la identidad en el cruce de perspectivas entre antropología e historia.

Esta claro que Hall busca una significación del sujeto ante la adaptación de su identidad frente al contexto en que este se encuentre, las participaciones y accionares del mismo confrontan un espacio cultural y social que se muestra conjunta con una colectividad unida que muestra y concluye con sus tradiciones culturales, religiosas, económicas y sociales.

Si bien es cierto que se generan espacios en un mundo personal y público, brechas de lo interior y exterior somos nosotros mismos quienes adoptamos nuestros valores culturales convirtiéndolos en parte de nuestro accionar cotidiano y cultural pues desde la postura de Hall la identidad adhiere al sujeto y a la cultura misma que esta arraigada dentro de cada uno.

Por otra lado esta la postura de Wilde quien esta enfrascado en la modernidad por así decirlo, en donde el recuperar la historia y el proceso del cambio social mediante teorías y metodologías son esencialmente parte del sujeto, las posiciones políticas y de estado conllevan a que el sistema se resista a situaciones históricas y específicas a partir de las estrategias adoptadas para una significación cultural y social como identidad. *“Hoy en día, podría decirse que esta es una práctica muy afianzada en todo cuerpo teórico-metodológico que se digne de ser serio en el sentido de respetar el conocimiento previamente producido y es predominante en la producción contemporánea tanto local como mundial”*<sup>19</sup>.

Las sociedades contemporáneas son cambiantes los procesos intelectuales por admitir nuevos procesos de culturización están en relativa conexión con el sujeto permitiéndole al mismo interpretar de formas distintas lo que para el significa el sentido de identidad cultural.

Al final de estos pensamientos mi opinión sobre los discursos de que significa una identidad están en discurso con la valorización de cada individuo frente a sus raíces sin dejar de lado las posibles cambiantes sociales y políticas que nos rodean si un discurso o el otro cual de estos es el correcto no lo podría afirmar con claridad la verdad sobre una identidad son la congruencia en como decidimos formar parte de esta ya sea interiorizándonos o viendo un contexto desde el exterior es decir superficialmente para evitar sentirnos culpables de posibles fracasos o procesos cambiantes que puedan emerger con el tiempo.

<sup>17</sup> Hall Stuart y Paul du Gay, *Cuestiones de Identidad Cultural*, Amorrortu editores Buenos Aires- Madrid, 1996.

<sup>18</sup> Wilde Guillermo, *La problemática de la identidad en el cruce de perspectivas entre antropología e historia.*, material entregado por la Mgts. Gabriela Eljuri  
<sup>19</sup> Eco, Umberto, (1995), *Apocalípticos e Integrados*, Ed. Lumen, pág. 35

*“La identidad, definida principalmente desde la Psicología, se comprende como aquel núcleo del cuál se conforma el yo. Se trata de un núcleo fijo y coherente que junto a la razón le permiten al ser humano interactuar con otros individuos presentes en el medio”.*

*(Hall, 1996)*

Ahora bien en el mundo o sociedad que habitamos han existido diferentes clases de identidad, una de las más antiguas y ya extintas es la que sucede en la ilustración donde la concepción del ser humano, es de un individuo totalmente centrado y unificado, con capacidades de razón, conciencia y acción. Esta concepción es bastante individualista, es decir, que cada sujeto forma su identidad a partir de sus propias experiencias y situaciones vividas a lo largo de su vida. Esta concepción fue derribada con la llegada de la modernidad donde se planteaba al sujeto como partícipe de una sociedad donde descubre su necesidad de otros y de un entorno para construir una identidad con la cual pueda afianzarse e identificarse, valga la redundancia.

Es un modelo de un “verdadero yo” que se transforma en un dialogo constante entre mundos culturales, como lo menciona (Stuart Hall, 1996) *“es un puente en la brecha entre el mundo personal y el mundo público”*. Y es este concepto el que se está dividiendo por el sujeto posmoderno que se está construyendo puesto que ya no es algo fijo, ahora depende del lugar en el cual el sujeto se encuentre y asume identidades según al contexto al que se enfrente.

En este sentido la pregunta sería ¿Qué es lo que está influyendo en la separación y rompimiento de la identidad del sujeto? Pues la respuesta podría estar entre las relaciones consumistas de la globalización *“la globalización implica un alejamiento de la clásica idea sociológica de sociedad”*<sup>20</sup>.

La globalización ha permeado sin precedentes la identidad de muchos sujetos y comunidades, la cuestión es la división exagerada que se está creando en cada individuo, donde cada uno tiene diferentes identidades y en situaciones específicas tienen identidades contradictorias, están las identidades raciales, sexistas, razones políticas, clase social, entre muchas otras, vale acotar que la clase social ya no tiene tanta prevalencia como identidad ya que esta se ramifica en muchas otras. Podría decirse que el problema es la gran ramificación que esta surgiendo en la creación de una identidad, puesto que esto nos lleva a comportamientos que tienen un discrepancia a la hora de actuar y pensar.

<sup>20</sup> Hall Stuart y Paul du Gay, *Cuestiones de Identidad Cultural*, Amorrortu Ed. Buenos Aires- Madrid, 1996. Pág. 20







# 2 CAPÍTULO

Referentes  
Conceptuales

## 2. REFERENTES CONCEPTUALES

### 2.1 EL PENSAMIENTO COMPLEJO DE LA CULTURA Y SU ESTRUCTURA RELACIONAL

*“La complejidad no es una meta a la que hay que arribar, sino una forma de interacción con el mundo”*

*Denise Najmanovich*

Desde la mirada del pensamiento complejo generar relaciones de acuerdo al diseño contemporáneo supone una reflexión y validación, construyendo con intenciones claras la búsqueda de las respuestas, si todo se relaciona con todo, pues bien las respuestas son descubrimientos de nuevas formas de entender la realidad, una realidad en donde el sujeto globalizado adopta una actitud heurística de descubrir conexiones o variables que den cuenta de una cultura globalizada y consumista de información.

Las nuevas tramas generadas como emergentes sociales tejen una red de conocimiento organizado que se desarrolla a través de vínculos sociales y culturales esto como respuesta a diversas miradas de las personas situadas en algún sector o barrio específico de la ciudad. Cuenca es una ciudad diversa ya sea en el ámbito social, cultural o religioso, sin embargo es una ciudad que por sus migrantes obtuvo un nivel de información más rápida que al de otras ciudades del Ecuador, relacionándose desde un lenguaje que habrá caminos, que evidencien posibilidades y diversidad de comunicaciones, comunicaciones que dependerán de las conexiones y las variables puestas en escena para contribuir con el desarrollo Socio-Cultural.

#### Pensamiento contemporáneo

*“la realidad se nos revela sólo a través de una construcción activa en la que participamos”.*

*Prigogine*

Desde el punto de vista que hablamos en este proyecto, se distingue por utilizar conceptos referidos a la complejidad, como un sistema que desarrolla de una manera crítica una problemática y en cierto sentido abierto a modificaciones. A este sistema conocido como el pensamiento complejo y desarrollado por el pensador francés Edgar Morín, se destaca a la transdisciplinariedad, que va más allá de toda disciplina a través de las diferentes disciplinas.

Sergio Vilar dice que: *“La nueva racionalidad opta por la complementariedad y la conjunción de los conocimientos disciplinarios, o sea: toma el camino de la transdisciplinariedad. La vieja racionalidad es únicamente disciplinaria”*<sup>21</sup>.

“El etnólogo Marc Augé interesado en las nuevas miradas y análisis de la vida contemporánea y siempre crítico de su propia disciplina, nos acerca en su texto “El diseño y el antropólogo” (2000, pág. 90-94) una perspectiva que vincula al diseño y a la antropología desde los espacios y prácticas en las que se involucran.

Algunas concepciones de su pensamiento sobre la sociedad actual pueden servir como marco para la interpretación de su mirada frente al diseño como mediador en las prácticas sociales.

Pues bien, en pos de la construcción de una mirada sobre el vínculo entre el diseño y la vida cotidiana Marc Augé en su artículo, *“El diseño y el antropólogo”* (Barcelona, 2000), también se asocia a la postura de Ulm en tanto plantea el diseño como nexo activo en las comunicaciones humanas, poniendo como protagonistas a los objetos industrializados ya que *“sirven para medir, probar y modificar el estado de la relación entre los interlocutores del juego social”*. Entendiendo el diseño como medio social de retroalimentación entre prácticas y objetos, fortaleciendo el imaginario y el vínculo social”<sup>22</sup>.

Analizando el rol de los objetos industrializados (en tanto objetos diseñados), Augé plantea que:

Los objetos industrializados de la vida se consideran desde una triple relación:

- 1-desde una exigencia técnica relacionada con su forma =(Forma)
- 2-desde una exigencia estética relacionada con los gustos =(Función)
- 3-desde una exigencia cultural que define el marco de juego =(Tecnología)

<sup>21</sup> Vilar, Sergio, *la nueva racionalidad*, Edi. Cairos, Barcelona-España 1997, pág. 12  
<sup>22</sup> Información en línea: <http://www.bio-design.com.ar>

## La necesidad de un pensamiento complejo

*“Por supuesto que el conocimiento debe utilizar la abstracción, pero este también debe buscar construirse con referencia a un contexto, y, por ende, debe movilizar lo que el consiente sabe del mundo. La comprensión de datos particulares soplo es pertinente en aquel que mantiene y cultiva su inteligencia general, que moviliza sus conocimientos de conjunto en cada caso particular; Marcel Gauss decía; “Hay que recomponer el todo”. Ciertamente, es imposible conocer todo acerca del mundo, así como también aprehender sus multiformes transformaciones. Pero, aunque sea difícil el conocimiento de los problemas claves del mundo debe interesarse, a penas de imbecilidad colectiva cognitiva, Y esto es cada vez más urgente, puesto que el contexto, en nuestra época, de todo conocimiento político, económico antropológico y ecológico es el mundo mismo. La era planetaria necesita situar todo el contexto planetario. El conocimiento del mundo en tanto que mundo deviene, entonces, una necesidad intelectual y vital al mismo tiempo. Es un problema que se plantea a todos los ciudadanos cómo adquirir el acceso a las informaciones sobre el mundo y cómo adquirir la posibilidad de articularlas y de organizarlas. Ahora para articularlas y para organizarlas, se necesita una reforma de pensamiento.*

*Por una parte, hay que complementar el pensamiento que separa con un pensamiento que reina. En este sentido, complexus significa “lo que esta tejido en conjunto”, El pensamiento complejo es un pensamiento que busca, al mismo tiempo, distinguir-pero sin desunir- y religar. Por otra parte, debemos considerar la incertidumbre. El dogma de un determinismo universal que se a derrumbado. El universo no está sometido a la soberanía absoluta del orden, sino que es el juego y lo que está en juego de una dialógica (relación antagonista, competidora y complementaria al mismo tiempo) entre el orden, el desorden y la organización)”<sup>23</sup>.*

## 2.2 METÁFORA COMO EXTENSIONES DEL SER HUMANO EN LA COMUNICACIÓN Y SU CONTEXTO

*“Así es como vemos el mundo: le vemos fuera de nosotros y, sin embargo, no tenemos de él más que una representación en nuestro interior.”*

**René Magritte.**

Para entender el termino de la metáfora tomemos como referencia la teoría de Max Black quien nos dice que *“propuso una versión modificada de la “teoría de la interacción” desarrollada por I. Richards en 1936, que tendría gran influencia. Se basaba en la idea de que cuando usamos una metáfora tenemos en una sola expresión dos pensamientos de cosas distintas en actividad simultánea. El significado de la expresión metafórica sería el resultante de la interacción de los dos elementos. En “Juan es una roca” los dos pensamientos activos a las vez serían el de la fortaleza de Juan y el de la de solidez de la roca.*

*Para Black los dos elementos vendrían a ser uno, el foco de la metáfora el enunciado efectivo y otro, el marco que lo rodea. Este segundo elemento ha de ser considerado como un sistema más que como una cosa individual. Cuando decimos que “la sociedad es un mar”, estamos poniendo delante de nuestros ojos, proyectando sobre la sociedad, todo un sistema conceptual en el que hay tempestades, puertos seguros, pira- tas, tiburones, naufragios y muchas cosas más”<sup>24</sup>.*

Quizá la idea más importante de Black desde el punto de vista del análisis cultural y textual es la de que muchas metáforas pueden agruparse en un alto nivel de abstracción en familias o temas, y los diferentes actos de comunicación específicos o las expresiones concretas pueden ser consideradas como variaciones de ese mismo tema metafórico. (Cfr. Bustos, Eduardo de, “Pragmática y metáfora”, Signa, 3, (1994), 96.)

Resulta todavía más importante advertir que el enfoque interactivo de la metáfora supone un cambio importante de la atención: *“en lugar de atender a las metáforas como productos de la actividad artística (o “desviaciones” del sentido literal) han pasado a ser estudiadas como procesos de construcción de significados. Este cambio que corresponde en lingüística a un giro de la atención desde la semántica a la pragmática se debe en buena parte a la moderna revolución cognitiva que traspasa los límites tradicionales de las disciplinas en su búsqueda de una cabal comprensión de la inteligencia humana”<sup>25</sup>.*

<sup>23</sup> Edgar Morín en Gonzales, Moena, (Comp.)(1997), “Pensamiento complejo. En torno a Edgar Morín, América Latina y los procesos educativos, Santa Fé de Bogotá, Magisterio, traducido del artículo publicado en Pasajes, París. 1991.

<sup>24</sup> Black, Max. Modelos y Metáforas, Edi. Tecnos, Madrid, 1996

<sup>25</sup> Black, Max. Modelos y Metáforas, Edi. Tecnos, Madrid, 1996

El recurso de la metáfora nos permite a partir de una realidad explicar y descubrir otra, en este sentido, en plena coincidencia con una intención heurística y desde el punto de vista del pensamiento complejo la metáfora de la red se muestra como un camino organizado y claro para analizar y descubrir nuevos enfoques sobre la estructura organizacional de los sectores específicos dentro de un contexto o sociedad, mostrando sus realidades y posibles emergentes que se fijan a una red de construcción social y cultural de una ciudad, pueblo, barrio, etc.

Se denomina heurística a la capacidad de un sistema para realizar de forma inmediata innovaciones positivas para sus fines. La capacidad heurística es un rasgo característico de los humanos, desde cuyo punto de vista puede describirse como el arte y la ciencia del descubrimiento y de la invención o de resolver problemas mediante la creatividad y el pensamiento complejo.

## El medio es el mensaje

Marshall McLuhan nos dice en su libro “Comprender los medios de comunicación”, que en una cultura como la nuestra, con una larga tradición de fraccionar y dividir para controlar, *“puede ser un choque que le recuerden a uno que, operativa y prácticamente, el medio es el mensaje. Esto significa simplemente que las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestra extensiones, resultan de la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva. Así, por ejemplo, con la automatización, es cierto que los nuevos esquemas de asociación humana tiende a eliminar puestos de trabajo. Ése es el resultado negativo.*

*El lado positivo es que la automatización crea funciones para la gente o, lo que es lo mismo, una intensificación de su implicación en su trabajo y asociaciones humanas, que la precedente tecnología mecánica había destruido. Mucha gente estaría dispuesta a decir que el **significado** o mensaje no es la maquina sino lo que se hace con ella”<sup>26</sup>.*

## 2.3 SIGNIFICACIÓN MULTICULTURAL

“El análisis que propone Baudrillard en su sistema de objetos mira *“los procesos en virtud de los cuales las personas entran en relación con ellos y de la sistemática de las conductas de las relaciones humanas que resultan de ellos”*. (Baudrillard, 1969), Estas relaciones que se establecen entre objeto y sujeto definen diversos campos de valor y significación para el objeto”. (cfr Tesis, Mst. Genoveva Malo, 2009)

Mientras que se defiende un terreno común para todas las perspectivas de estudio de la traducción y la interpretación, el punto principal de las cuales son que (a) las teorías de traducción deben ser generales; y (b) que la traducción y traducciones son instituciones sociales, definidos como eventos comunicativos complejos en los tres partidos que utilizan al menos dos idiomas diferentes. El alcance básico no puede ser un enfoque intercultural, ya que muchos enfoques interculturales no están bien definidos y tienden a generar generalizaciones abusivas, y no puede ser un enfoque interlingüística tampoco, ya que los enfoques interlingüísticos tienden a subestimar el objeto de estudio. Una tercera manera, basado en Lakoff y experiencialismo de Johnson”. (Publicado en línea. Ricardo Muñoz, 1999).

En las realidades geográficas y poblacionales diversas de nuestro país se han ido consolidando a lo largo de nuestra historia, entidades regionales con perfiles culturales y políticos propios. Esos espacios territoriales tienen poblaciones que han desarrollado identidades, con su historia, sus costumbres, su manera de hablar, su comida muy característica. Esta realidad no se da solo en la diversidad de serranos y costeños, sino también en culturas regionales configuradas y fuertes como la manabita y la lojana, para solo citar dos ejemplos. Muchos han visto esta realidad como un obstáculo para la consolidación de la unidad nacional, como una amenaza para el país, y se ha propuesto la erradicación de los rasgos regionales, confundidos con el regionalismo.

También ha habido una tendencia a ver al Ecuador homogéneo en las creencias religiosas. Por años, el país tuvo a la católica como religión de Estado, inclusive hubo una constitución que exigía ser católico para ser ciudadano. Pero el advenimiento del Estado laico permitió la libertad de conciencia y el derecho a la diversidad religiosa según datos de la constitución del Ecuador, Ahora en ejercicio de ese derecho, las personas en el país practican su religión sin limitaciones legales.

<sup>26</sup> McLuhan, Marshall (1996), *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Ed. Paidós, Buenos Aires

Vista la realidad de nuestro país, es evidente que esta visión de la nación ecuatoriana uniforme no es verdadera. El Ecuador es heterogéneo. Nuestro país es pequeño, sobre todo si lo comparamos en el ámbito de América del Sur, pero no es simple ni sencillo. Es una entidad social y política compleja. En muchos sentidos, lo es mucho más que la mayoría de los países del mundo, algunos de ellos bastante más grandes y poblados.

En medio de una gran diversidad geográfica, aquí no hay solo mestizos. Existen compatriotas, individuos y pueblos indígenas enteros, que siendo ecuatorianos, tienen costumbres, lengua, identidad diversa, asentada en la resistencia a la conquista, la colonia y su continuidad republicana, o surgidos de la implantación de comunidades negras que han logrado mantener su especificidad cultural. Aún más, es claro que inclusive entre los mestizos hay una gran diversidad.

Para el extranjero es claro notar esto puesto que como ejemplo en nuestra ciudad (Cuenca), tan solo con caminar unos pocos minutos por sus calles se pueden evidenciar a distintas personas con distinta religión, costumbres, y etnias que de alguna manera pasan desapercibidas por los locales o personas que viven el ajetreo del día a día de la ciudad.

Sin embargo para todas estas personas ya sean locales o extranjeras, también descubren en cierto grado una evocación de identidad que propone a propios y extraños el desempeño social, político y cultural a interesarse por el proceso de conformación social y multicultural que esta presente en nuestro país, como vinculador de nuevas preguntas y perspectivas sociales que deslumbran el sentido de generar nuevos esquemas de ciudad, una ciudad en la que se involucran factores significativos culturales, religiosos, ambientales, etc.

## 2.4 DISEÑO UNIVERSAL

### 2.4.1 Definición

A partir de la Resolución emitida en el documento “Tomar”<sup>27</sup>, adoptada en 2001, se llega a las siguientes conclusiones:

- *El Diseño Universal es una estrategia encaminada a lograr que la concepción y la estructura de los diferentes entornos, productos, tecnologías y servicios de información y comunicación sean accesibles, comprensibles y fáciles de utilizar para todos del modo más generalizado, independiente y natural posible, preferentemente sin recurrir a adaptaciones o soluciones especializadas.*

- *El objetivo del concepto de Diseño Universal es hacer la vida más sencilla para todos permitiendo que sean accesibles y comprensibles tanto el entorno construido como la comunicación, los productos y los servicios.*

- *El concepto de Diseño Universal promueve un mayor protagonismo del usuario mediante una aproximación global con la meta de satisfacer las necesidades de las personas con discapacidad, incluidos los cambios que se experimentan a lo largo de la vida.*

- *En consecuencia, el Diseño Universal es un concepto que va más allá de la simple accesibilidad de las personas con discapacidad con respecto a los edificios y debería formar parte de la política urbanística en cualquier ámbito de la sociedad.*<sup>28</sup>

El Diseño Universal promueve trasladar estas ideas a la práctica, es decir tomar esta filosofía y estrategias básicas en el proceso que conducen al buen vivir, la vida independiente y la integración. Es así que la expresión como punto de partida es la de “soluciones generales”, en otras palabras las adoptadas para el conjunto de las personas. La idea es que este concepto se multiplique, se extienda y que se pueda reducir en lo más posible las propuestas tipo “solución” que involucren una segregación o la existencia de servicios especiales de algunas personas.

*“El reto es desarrollar soluciones generales adaptables y compatibles, adecuadas al mayor número de personas, entre ellas las que tienen alguna discapacidad. Para las personas con discapacidades especiales, las tecnologías de apoyo y los servicios personales forman parte de la solución global, que a su vez será útil para otras personas si, por ejemplo, las interfaces que siguen los criterios de normalización se incorporan al diseño.”*

**Jesús Hernández**

<sup>27</sup> Resolución ResAP(2001)1 del Consejo de Europa sobre la introducción de principios de diseño universal en los programas de formación de las profesiones dedicadas al entorno construido (“Resolución Tomar”)

<sup>28</sup> Imsero (Instituto de Mayores y Servicios Sociales, Colección Documentos Técnicos, Hacia la plena participación mediante el Diseño Universal, Madrid, 2010, Edi. Grafo, S.A., D.L.: BI-2349-2010

## 2.4.2 El Diseño Universal como método

*“El método de trabajo más extendido en el ámbito del Diseño Universal desde una perspectiva nacional es el que define los criterios de accesibilidad apoyándose en los principios de “la misma entrada para todos” o “las mismas oportunidades para todos”.*

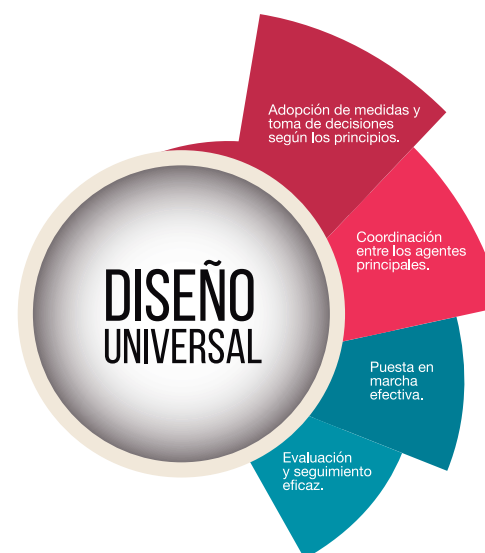
*Aunque tradicionalmente, al explicar el Diseño Universal, se citan los siete principios básicos que aparecen a continuación, conviene tener en cuenta que deben establecerse en el ámbito de un entorno construido y en el de los productos, y que su eficacia será mayor cuanto más se extienda su influencia. En lo que se refiere a la igualdad de derechos, accesibilidad y democracia por medio del Diseño Universal, el reto consiste en incorporar estos siete principios”<sup>29</sup>.*

### Principios:

- **Uso equitativo:** comercializable y útil para personas con diversas discapacidades.
- **Flexibilidad de uso:** se adapta a una amplia gama de preferencias y capacidades individuales.
- **Uso sencillo e intuitivo:** fácil de entender al margen de la experiencia del usuario o de sus conocimientos, su competencia lingüística o el nivel de concentración del momento.
- **Información perceptible:** traslada al usuario la información necesaria de manera eficaz, sin importar las condiciones ambientales o las capacidades sensoriales del usuario.
- **Tolerancia con el error:** reduce al mínimo el riesgo y las consecuencias adversas de acciones accidentales o involuntarias.
- **Esfuerzo físico limitado:** se puede utilizar de forma efectiva y cómoda y con un grado mínimo de fatiga.
- **Tamaño y espacio:** apropiados para la aproximación y el acceso, la manipulación y la utilización, independientemente de las proporciones corporales del usuario, o su postura o nivel de movilidad.

Estos principios expuestos permitirán que este proyecto se soporte en una filosofía de igualdad para todos, que la infografía a desarrollarse este pensada de forma accesible y fácil de entender para todas las personas sin discriminación alguna, y al mismo tiempo permita que entidades gubernamentales y estatales se inmiscuyan posiblemente en el desarrollo y concreción del mismo así como profesionales de diferentes carreras.

Cabe mencionar que en este punto la adopción de esta teoría del Diseño Universal es pertinente generar diferentes etapas para el proceso de consolidación del proyecto, es decir se tomará en cuenta el siguiente esquema:



graf.004 / Proceso esquemático a seguir en el Diseño Universal

Desde este punto de vista, los proyectos del Diseño Universal no difieren de otros proyectos o conjuntos de medidas.

En las entidades basadas en los productos y servicios es primordial contar con estrategias de apoyo para las personas asignadas a plantear y diseñar el proceso de desarrollo. En este sentido, será necesario proporcionar al personal las herramientas, la formación y la educación adecuada, al mismo tiempo que habrá que asignar responsabilidades de Diseño Universal a los diferentes niveles de gestión, desde la investigación hasta el desarrollo, y desde la fabricación hasta la introducción del producto.

<sup>29</sup> Universidad de Carolina del Norte, Centro para el Diseño Universal, 1995.

## 2.5 REFERENTES SIGNIFICATIVOS

“La infografía es un arte funcional que tiene la posibilidad de ser bello, destinado a comunicar, generando patrones claros e inteligibles”

**Hinojosa**

Hoy en día en todas partes encontramos todo tipo de información ya sea social, cultural, deportiva, religiosa, etc. Pues bien para el desarrollo de este proyecto se presentan como estado del arte las infografías de:



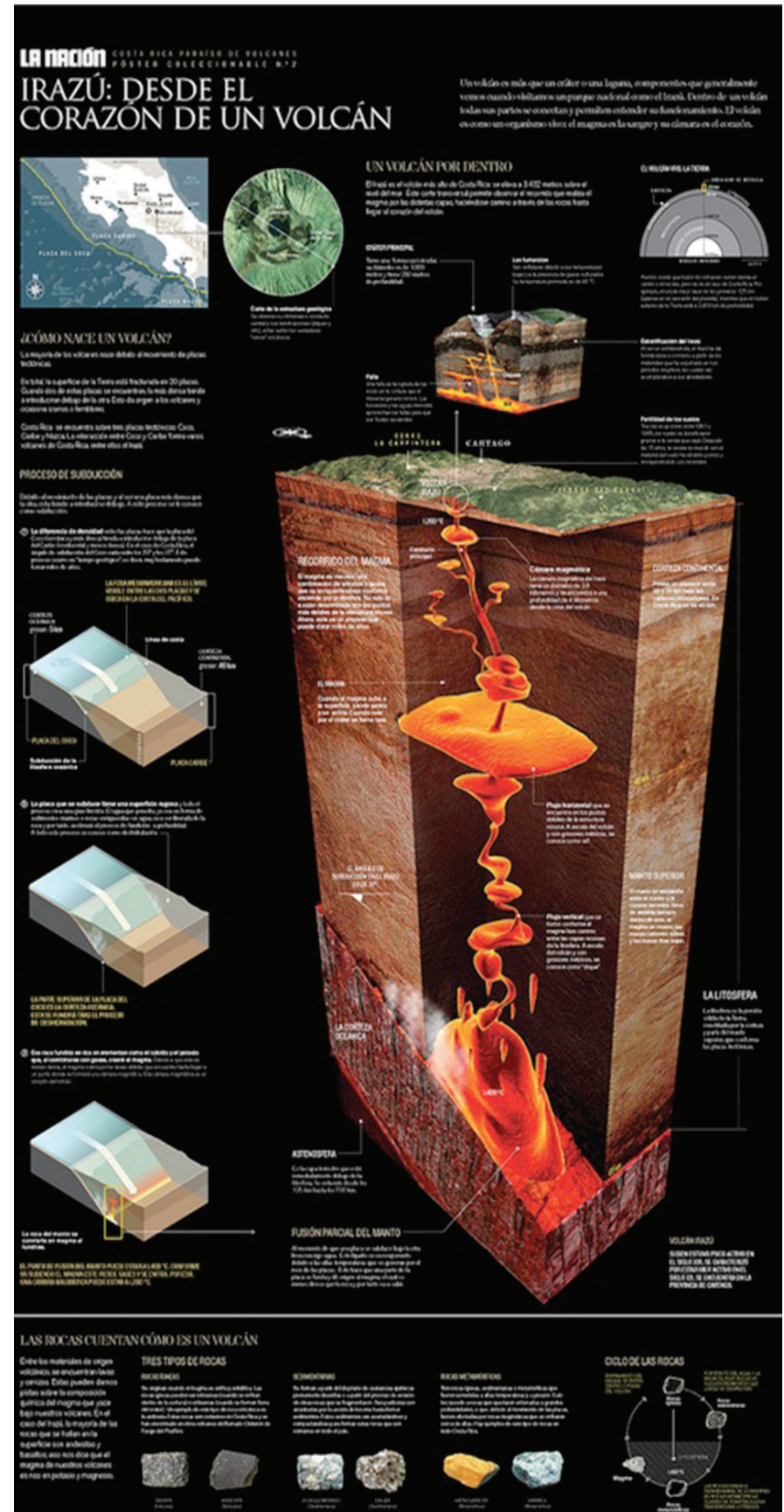
**Manuel Canales**

Diseñador gráfico e Infografista reconocido, del periódico La Nación en Costa Rica.

Manuel explica que la imagen contiene mucha información, las formas y colores ayudan al cerebro a transformar grandes cantidades de datos en conocimientos.

Al igual que antes la gente desea informarse, hoy en día hay mejores formas de hacerlo, el texto ya no es la única ni la más efectiva. Los vídeos, la animaciones y la interactividad ha ganado más adeptos porque comunica efectivamente.

La infografía hace uso de estas técnicas para lograr su objetivo de comunicar. La idea es de enviar un mensaje utilizando estas disciplinas para que el usuario lo descodifique y transforme en conocimientos.



img. 020 / Infografía Irazú, desde el corazón del volcán \* Medalla de Bronce Malofiej 20. Director Gráfico: Manuel Canales. Infografía: M. Canales



White coral eyes with pupils of obsidian or red scoria were inserted after a moai reached its platform. They brought the stone face to life.



**iPad Exclusive**  
See the stones walk  
loremscop nus volla pro  
on our iPad edition.

**Charles Love, 1987**  
U.S. archaeologist Love stood his 13-foot, 8-ton replica upright on a wood sledge and hauled it over rollers. It moved 148 feet in two minutes.

**Jo Anne Van Tilburg, 1997**  
Sixty volunteers pulled a 13-foot, 10-ton model, lying on its back, for 328 feet on a wood sledge over rails of eucalyptus, a non-native tree species.



img. 021 / Igráficos figurativos o diagramáticos./ Jaime Serra



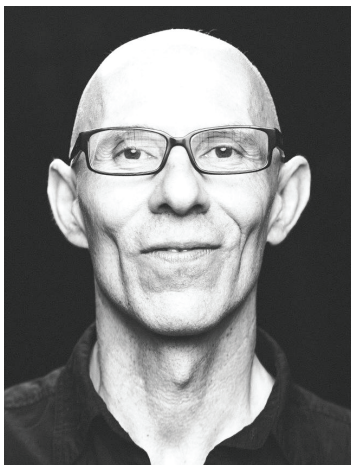
**Jaime Serra,**

el infografista más influyente durante dos décadas

Director de infografía e ilustración de La Vanguardia. Un señor al que la Society for News Design ha reconocido como el infografista más influyente del mundo en el periodo 1992-2012 ¡Y el mundo es muy grande! Un punto de inflexión en su carrera fue la infografía sobre La Ballena Franca, que se publicó en 1996, durante su etapa en el diario argentino Clarín. El trabajo de Serra en esos años se reconoce como una revolución en el lenguaje icnográfico, por criterios estéticos y por ampliar los temas propios del género.

No obstante, la favorita del Sr. Sleepless es A un ex-Amigo, una obra a medio camino entre la infografía y el arte contemporáneo sobre una ruta por los EE.UU.

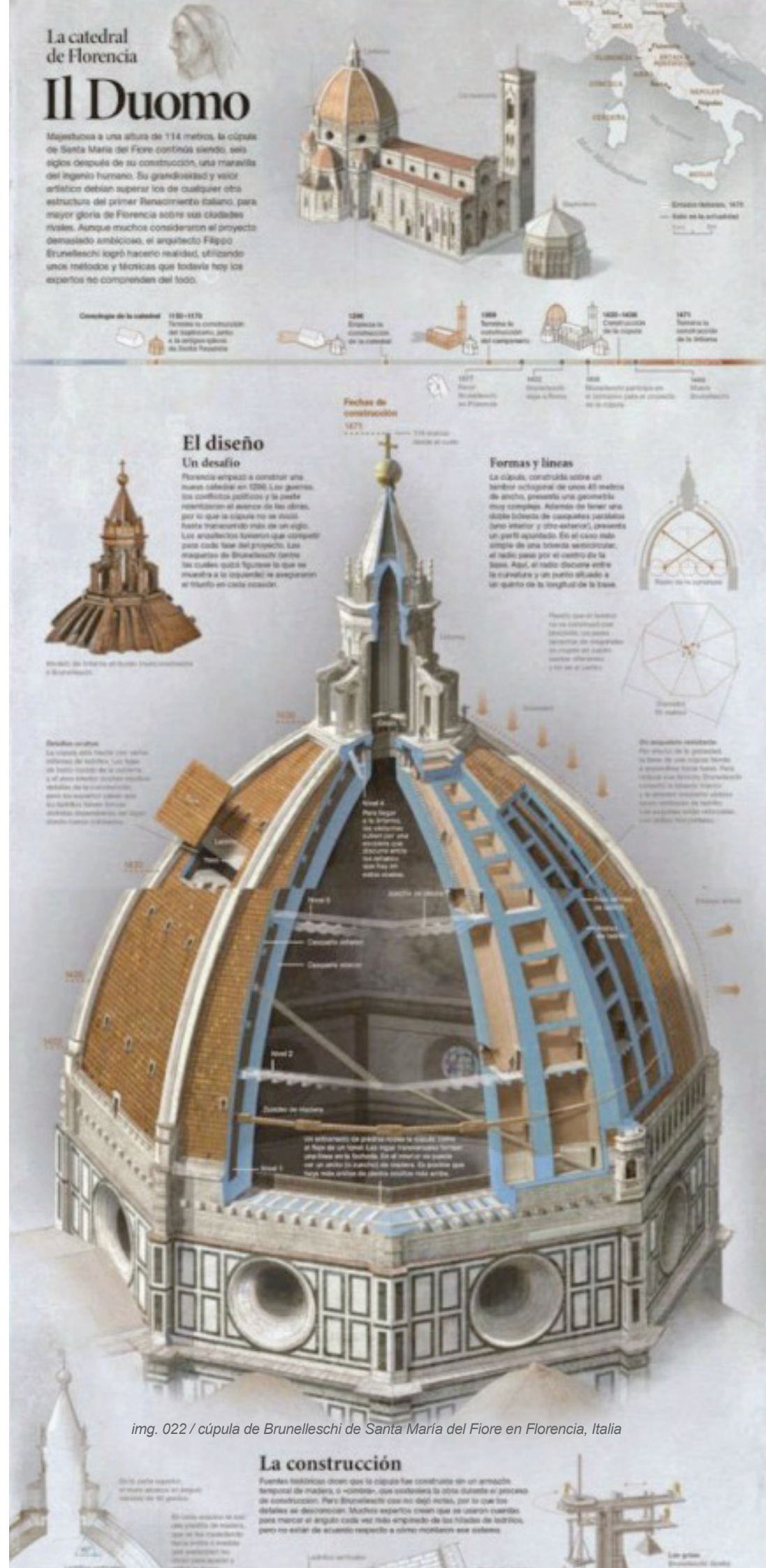




**Fernando Baptista,**

del estudio profundo a la infografía ilustrada

Este ilustrador e infografista, comenzó su relación con el dibujo a través del cómic, cuando de niño copiaba lo que veía en historias como las de Jabato. Licenciado en Bellas Artes, pasó mucho tiempo cultivando su talento para el dibujo, retratando esculturas en los museos. Además se dedicaba a hacer maquetas, con la intención de dedicarse a los efectos especiales en el cine ¡Vaya! Lo que nosotros llamamos un culo inquieto – y encima todo se le da bien-. Trabajaba en el periódico El Correo cuando recibió una llamada de National Geographic. En 2007 se trasladó a Washington, y desde entonces grafica la información de la archifamosa y prestigiosa revista. Cuenta que para cada trabajo contrata a un experto en la materia que corresponda y que, si se puede, se va al sitio donde está lo que tiene que ilustrar ¡Ya quisiera más de uno! Si es que hasta esculpe y hace maquetas para sus trabajos ¡Un grande! Aquí puedes ver todo el proceso, de principio a fin, de una de sus infografías.



# ALLENAS JOROBADAS NA DANZA QUE CAUTIVA

**E**s todo un ritual de amor. Cada año, de junio a septiembre, las ballenas jorobadas suben desde la Antártida al Pacífico ecuatorial en busca de aguas cálidas para aparearse y parir. Los saltos, los coletazos, los chillidos, son manifestaciones de ese afán vital por perpetuar la especie. Es una danza amorosa.

## RUTA DE LAS BALLENAS

• Puntos de observación



## IDENTIFICACIÓN

Tienen en sus colas manchas blancas y negras, únicas en cada espécimen, como las huellas digitales en las personas. Hay cinco niveles de pigmentación:



## RUTAS DE BALLENAS JOROBADAS



La ballena jorobada encuentra en los océanos del sur pero tiene cambio la distribución de las estaciones del invierno, por lo que tienen varias rutas para alimentarse para parir y aparearse.

## CÁNTICOS

Sólo los machos cantan, sobre todo durante la estación reproductiva. El aire entra a las fosas nasales llenando el saco laríngeo, que vibra y produce ondas de sonido emitidas desde la cabeza.

## ¿CÓMO SE ALIMENTAN?

1. Detectan cardúmenes de krill y se acercan a colectarlos para su alimentación. Usan con peces pequeños.



Nombre científico: *Megaptera novaeangliae*  
Longevidad: 50 años aproximadamente  
Madurez sexual: A los 9 años

2. Los cetáceos abren sus bocas a 90 grados capturando a los krills, el agua es filtrada entre las barbas al cerrar la boca.

3. Emplean el ascenso rápidamente.

4. Las ballenas giran en círculos bajo el banco de krill.

## BARBAS

Dentro de la boca



En lugar de dentadura cuentan con 270-440 barbas de queratina dura en cada mandíbula. La ballena al cerrar la boca filtra el agua a través de las barbas hacia el exterior y deja dentro el alimento.

\*Queratina dura es un sustancia que forma las uñas humanas.

## Arrugas del vientre

Tiene entre 14 y 35 arrugas que van desde el mentón hasta el abdomen, se expande y contrae durante la alimentación.

Lo que le da apariencia blanquecina en las barbas son crustáceos llamados clámidos.

## PESO

40 toneladas

El peso de una ballena es equivalente al de 6 elefantes africanos.

## ¿CÓMO SE APAREAN LAS BALLENAS?

Los dos tipos de copulación:

En el primero el miembro masculino se introduce a medias en la vagina de la hembra. Este acto no dura más de diez segundos.  
En el segundo tipo se introduce totalmente y suele tener una duración de treinta segundos.



El periodo de gestación dura 11,5 meses.

## SEXO DE LAS BALLENAS



\*Ambos poseen una hendidura genital, en el macho guarda el pene y en la hembra la vagina.

## LOS INVESTIGADORES SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE UNA BALLENA JOROBADA

1. Cuando empiezan las contracciones, el ballenato busca salir del cuerpo de la madre.

2. El cordón umbilical se rompe cuando la cría sale totalmente de la madre.

3. Para respirar por primera vez la madre ayuda al ballenato a subir a la superficie.

La longitud del ballenato al nacer es de 3 a 4 metros.

El ballenato consume entre 60 y 70 litros de leche por día.

## MOVIMIENTOS DE LAS BALLENAS JOROBADAS EN ESTADO DE APAREAMIENTO



Jonh Grimwade,

de lo complejo a lo concreto

Es director de infografía de la revista Conde Nast Traveler, pero durante los últimos 20 años, ha trabajado para más de 30 revistas de todo el mundo. Por poner un ejemplo, fue director de Infografía de la revista The Times durante 6 años. Su trabajo es un claro ejemplo de infografía que es capaz de contar información densa y compleja.

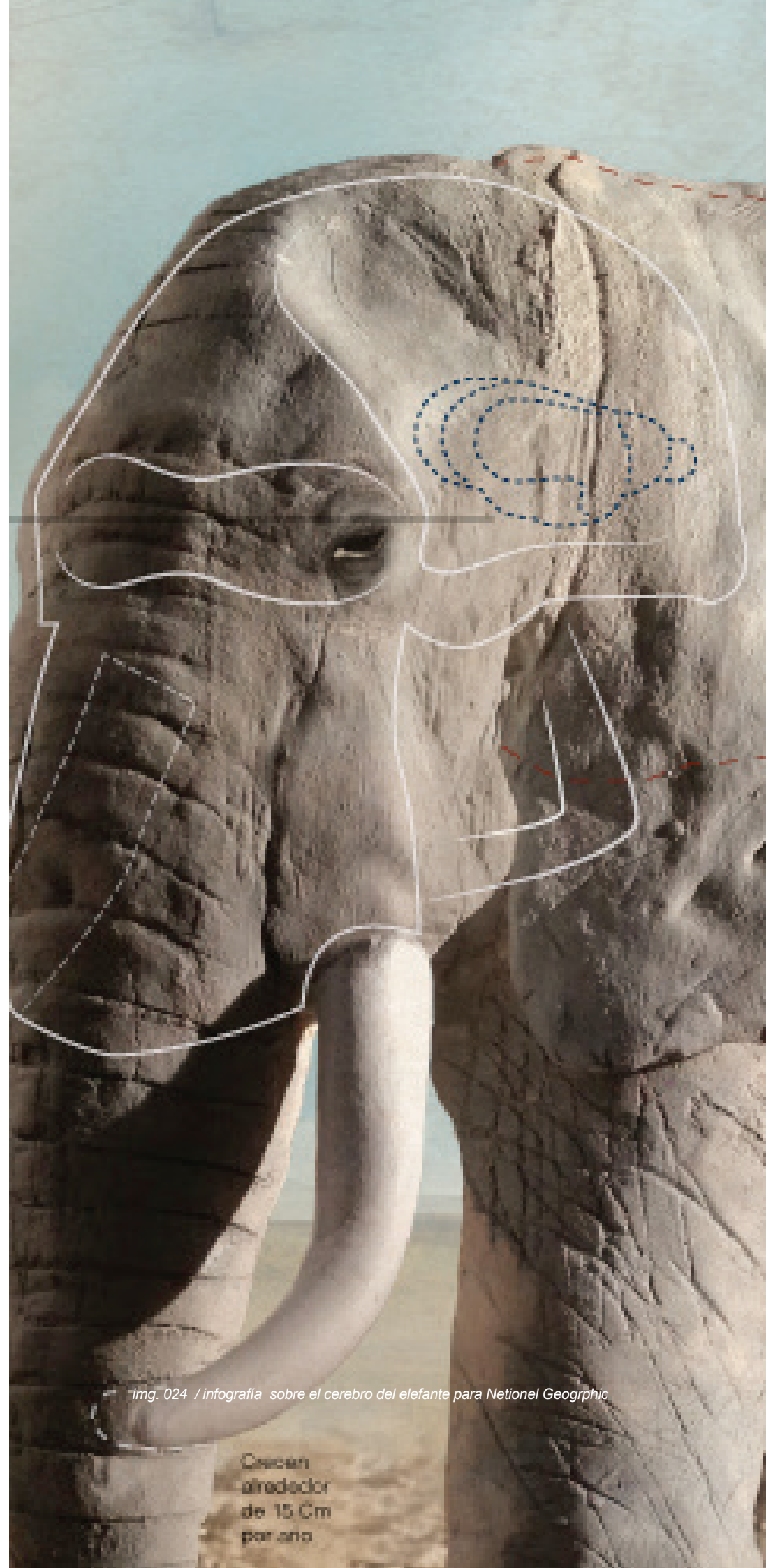
Además es uno de los grandes infografistas que han contribuido a la consolidación de los premios Malofiej los más importante en esta disciplina.



## Alberto Cairo,

el hombre sabio de la infografía

Fue director de infografía digital de El Mundo hasta 2005, época en la que se convirtió en la publicación digital con más galardones del planeta. Ahora es profesor de infografía y multimedia en la escuela de periodismo de la Universidad de Carolina del Norte. Además trabaja como consultor y asesor independiente para medios de comunicación de todo el mundo, desde National Geographic a The New York Times. Mientras tanto se ha paseado por medio mundo impartiendo talleres y conferencias sobre su especialidad. Nos atrevemos a decir que el Sr. Cairo es, probablemente, el que más sabe de infografía del mundo. Si quieres leer y aprender mucho con él puedes visitar su blog, que se llama igual que su libro, El arte funcional pero en inglés.



img\_024 / infografía sobre el cerebro del elefante para National Geographic

## 2.6 ESTRATEGÍAS DE DISEÑO

### 2.6.1 Partidos de Diseño

En función de los objetivos y el alcance de este proyecto se requiere construir un partido de diseño que permite trazar los lineamientos a través de los cuales se puede desarrollar las aplicaciones que han de servir para comprobar la hipótesis de esta investigación.

Dado que este proyecto está basado en la idea de las estructuras relacionales y la conformación de las mismas mediante una red contextual NetRed (Red-Roja) los cuales serán útiles dentro de la infografía y difusión arquitectónica religiosa de Cuenca, la interfaces de las aplicaciones estarán basadas en fundamentos básicos, esto permitirá que la investigación se centre en el hecho de cómo la tecnología de la infografía digital interactiva llamada NetRed puede utilizarse dentro de la comunicación y aprendizaje del contexto de la ciudad. Cabe resaltar que a partir de los resultados de esta investigación, se podrá continuar con otros proyectos entorno a este como referente, para la aplicación directa del diseño gráfico y la arquitectura de información (comunicación) según el contexto expuesto o seleccionado.

### 2.6.2 Partido Formal, La gran infografía.

Este partido de diseño define las características formales del proyecto a partir de tamaños, cromática, estructura y formas. En el caso de las aplicaciones que se quieren generar para esta investigación se han tomado en cuenta los siguientes lineamientos.

#### Tamaños

En este caso nos referiremos a los tamaños de pantalla es decir a las diferentes resoluciones que se acoplen y cumplan una óptima visualización para el usuario, dado que el proyecto está pensado para pantallas táctiles de 42 pulgadas la resolución requerida será de 1920x1080 píxeles, esto por motivos de aprovechamiento de la pantalla puesto que “la resolución más utilizada en la actualidad es de 1440 x 788 píxeles” esto según (Nelsen, 2015).

Por otro lado cabe mencionar que las dimensiones varían para los dispositivos móviles puesto que dependerá de la plataforma en la que se trabaje en este caso la idea es que la aplicación se adapte a cualquier plataforma mediante el diseño responsive.

El diseño responsive, web adaptativo o adaptable “es una técnica de diseño y desarrollo web que mediante el uso de estructuras e imágenes fluidas, así como de media-queries en la hoja de estilo CSS, consigue adaptar el sitio web al entorno del usuario”.(Tomado de: <https://developers.google.com>, por Ethan Marcotte).

#### Cromática

Todos Los usuarios hoy en día aprovechan la tecnología según sus requerimientos, en este sentido la utilización apropiada de colores de pantalla (RGB) o colores luz son determinantes a la hora de establecer una sincronía con lo que se quiere comunicar.

*“Cuando hablamos de la percepción del color estamos hablando de cómo percibimos la realidad física, de por qué medios fisiológicos se produce el fenómeno de la percepción. Su naturaleza física es la de los colores-luz, el resultado de la síntesis aditiva de diferentes proporciones de azul, verde y rojo.*

*El color no es un fenómeno aislado sino que siempre aparece en un contexto cromático. Más que el color deberíamos hablar, por tanto, de relación de colores. Esta relación de vecindad y simultaneidad cromática es un fenómeno perceptivo complejo en el que cada color es percibido en función del contexto en el que está inscrito y de las relaciones de afinidad o de tensión con sus vecinos. De ello podemos deducir lo difícilmente objetable que es.” (Rafael Ráfols y Antoni Colomer, 2003).*

De esta manera las aplicaciones tendrán una cromática en función al contexto siendo estos de una gama de saturación ya que los colores generan en las personas diferentes respuestas que permitan una interfaz apropiada y amigable que permita la interacción de forma jerarquizada y rápida.

Rafael Ráfols es responsable del grafismo de los informativos de Televisió de Catalunya y Antoni Colomer es asesor artístico del departamento de marketing y promoción. Desde 1997, ambos imparten la asignatura de Diseño Audiovisual en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Ramon Llull.

## Formas (Gráfica)

La forma o gráfica en este caso es un significante que busca dar un significado, un concepto diferente de la infografía en el usuario meta.

Es así que para la ejecución de la infografía digital interactiva para las personas locales o extranjeras se pretende utilizar animación 3D, ilustraciones y pictogramas para la creación de interacción del medio a ser infografiado, en este caso la muestra de la iglesia de San Sebastián.

Además se utilizará formas básicas para mayor entendimiento como el punto, la línea y el plano para la guía rápida de las secuencias de información y comunicación contextual del entorno.

## Estructura (Retículas)

Para un desarrollo óptimo de las aplicaciones infográficas es necesario tomar en cuenta la organización y distribución de los elementos gráficos a ser utilizados con el objetivo de que el usuario tenga una experiencia de interacción agradable y le permita encontrar la información necesaria para su aprendizaje con respecto al tema.

En este sentido el usuario encontrará de manera jerarquizada la botonería necesaria para una fácil visualización de elementos gráficos que le permitirán una comunicación apropiada y acorde al lugar en el que este se encuentre.

“La retícula es la base visual para organizar la información de una página web. Una base rígida o fluida? Dos, tres o cuatro columnas? Horizontal o vertical? Las respuestas a estas preguntas vienen dadas por el contenido que tengamos que manejar.

La retícula son una serie de guías que nos darán los tamaños de las columnas para el texto, gráficos e imágenes que tengamos que componer”.

Cesar Martín

## Tipografía

La Tipografía para este proyecto dado que es una infografía digital interactiva y que pretende ser colocada en dispositivos móviles tendrá que ser San-Serif por sus tres ventajas la primera que favorecen su legibilidad en dispositivos móviles: pueden utilizarse tamaños grandes de tipología, que son fáciles de leer; su grosor intermedio no es demasiado fino ni demasiado delgado; y sus ascendentes y descendentes no son demasiado largos. Es así que en el diseño del proyecto se pretende usar la familia tipográfica “Helvética”, cabe mencionar que para el desarrollo y generación de marca se utilizará la tipografía “Baskerville Old Face” y “Abastina”.

### Helvética:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### Baskerville Old Face:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### Abastina:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### 2.6.3 Partido Funcional , estructuras relacionales, redes.

A partir de la problemática que se presenta en este proyecto, este partido de diseño debe estar en función de que las aplicaciones que se generen tengan por objetivo mejorar la información de la arquitectura religiosa de la ciudad Cuenca y su contexto mediante la creación de estructuras relacionales para vincular y conectar a la iglesia y su gente. Para esto se ha de tomar en cuenta las siguientes estructuras.

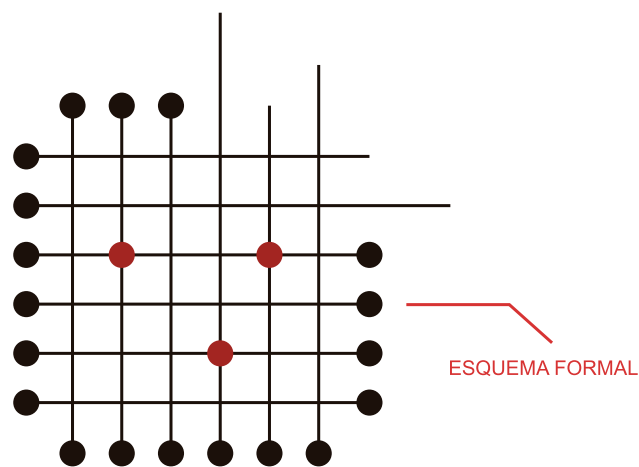
#### Armado de estructuras relacionales

Vincular el diseño gráfico (infografía digital) y el contexto en un nuevo escenario de interacción supone establecer los siguientes modelos relacionales.

#### 1.- Entre lo conceptual y el contexto

El esquema relacional vincula entre la conceptualización del proyecto y el contexto como referente cultural del mismo, la estructura de este punto es a manera de una red de pescador (los hilos de nailon, verticales y horizontales que forman un entramado).

“La red” se va construyendo a manera de que cada punto de intersección genere una retícula y espacios que darán a enlazar nudos de presión para fortalecer la red y poderse seguir ampliando de manera infinita con diferentes posibilidades de resultados, de la misma manera como el proyecto busca significaciones entre la arquitectura religiosa y el contexto.(ver gráfico 003).



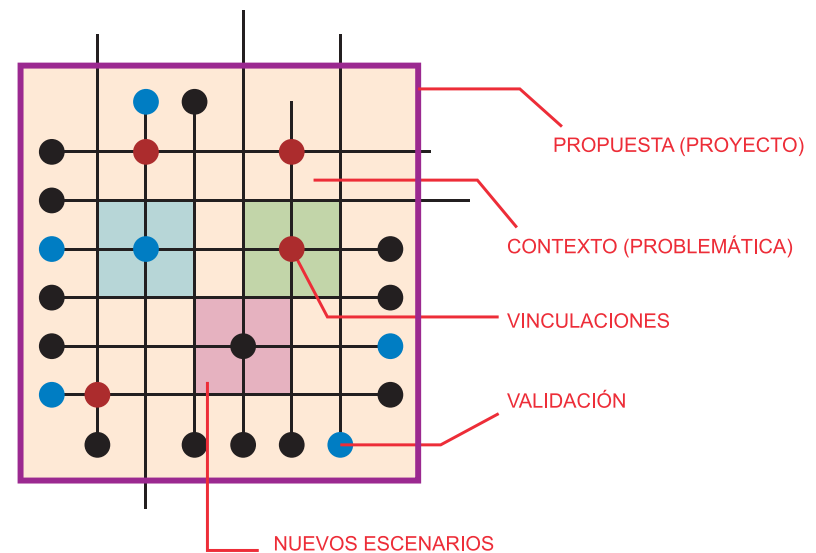
graf.005/ Esquema de estructura de una red referente al tema, propuesta de autor.

#### 2.- Entre el escenario y el usuario

La etapa de construcción de nuevos escenarios forma una red de gestión entre el usuario y la comunicación, en donde las personas alcanzan objetivos como metas y actividades puestas en escenas, la red como esquema conceptual provoca una interacción de la respuesta dada ante una interrogante causal de emociones perdidas por el tiempo y a la respuesta dada para nuevas interpretaciones de los usuarios, es decir los escenarios que favorecen a la comunicación de significantes, permiten al público objetivo, el significado como resultado de una interacción basada en la búsqueda de respuestas por el contexto cultural y social.

Entonces la red toma un giro simbólico en donde los cruces de los hilos de la red se vinculan entre: el diseño, los nuevos escenarios, tecnología, la problemática, el usuario y la interacción.

Entendemos por propuesta al proyecto, a los nuevos escenarios como la parte a ejecutar, la problemática como el contexto y a la interacción como la parte de validación del proyecto, la cual mostrará resultados ya sean estos positivos o negativos.



graf.006 / Esquema de estructura relacional, propuesta de autor.

#### **2.6.4 Partido Tecnológico, como la estructura relacional ayuda a informar mediante la comunicación digital de signos**

##### **Partido Tecnológico**

Con el fin de utilizar un sistema digital interactivo denominado red-roja (NetRed) que permita la ejecución de las aplicaciones y cumplir con los alcances de esta investigación, se ha creído pertinente la creación de una (App) abreviatura del termino en ingles “application”, puesto que este tipo de medios tecnológicos y de comunicación poseen un alcance mas amplio y favorable para una viralización comunicacional.

Una App es una aplicación de software que se instala en dispositivos móviles o tablets para ayudar al usuario en una labor concreta, ya sea de carácter profesional o de ocio y entretenimiento, a diferencia de una webapp que no es instalable.

Cabe aclarar que el diseño de esta aplicación se debe a que en uno de los objetivos propuestos para este proyecto, es el hecho de que se quiere desarrollar una propuesta de infografía digital, esto como marca del proyecto es decir de la (NetRed), para que las aplicaciones sean utilizadas por los usuarios ya sean nacionales o extranjeros.

Es así que la diferencia de la NetRed, con los otros tipos de sistemas infográficos, esta registra el espacio y estructuras de una edificación en sentido proyectual y contextual mostrando su identidad cultural y social, que en el caso de otras que comunican si bien la información teórica y su historia no trasciende en el aspecto propositivo de información vinculada con la sociedad y los nuevos emergentes que dan significados a un nuevo contexto cultural.

##### **Estrategia mediante el Diseño Universal para la NetRed**

Recordemos que el Diseño Universal al tratarse de una metodología de diseño que se adapta al momento en este proyecto se la adapta y se la integra a la NetRed como principio filosófico de un buen vivir, es decir los siete principios básicos del diseño se tomaran en cuenta para una óptima integración al momento de diseñar la infografía interactiva permitiendo de esta manera generar una interfaz agradable para el usuario y por supuesto que se tome como referencia para proyectos nacionales o locales, que han de ser perdurables y de bajo costo, si el resultado que se desea tener a futuro sea el esperado, para un prospero desarrollo cultural y social de la ciudad.

##### **A manera de conclusión**

NetRed como signo de comunicación digital y el buen vivir

El proyecto aborda a la tecnología como un medio esencial para el desarrollo de una comunicación relacional e interactiva para ser colocada en diferentes tipos de dispositivos móviles, Sin embargo la NetRed pretende ampliarse y ser capas de convertirse en un signo que genere una identidad de transmisión de conocimientos culturales, de costumbres y espacios relaciones, en este sentido NetRed gracias a la tecnología esta habilitada para vincular contextos de diferentes ciudades del Ecuador generando aplicabilidad no solo a la arquitectura religiosa por el contrario como ejemplo podría acoplarse a la comunicación de medios masivos o museos de cada región generando una red más amplia que abarque más de un tema social, cultural o político, y se inmiscuya con la tradición de las personas y que estas puedan sumar información a la red, demostrando la infinita ampliación de información en red que se generaría para futuras generaciones y generando identidades diferentes pero con un signo de identificación universal.

Por otra parte la Net Red al ser pensada desde el Diseño Universal fomentaría el crecimiento cultural con respecto a la accesibilidad de todas las personas en especial las que requieren un poco de ayuda, la discapacidad por así llamarla no seria un obstáculo para el desarrollo del proyecto por lo contrario seria vinculado y formado para que las personas de cualquier parte del mundo tengan el acceso a nuevas realidades y situaciones contextuales, de esta manera el proyecto se convierte no solo en un referente visual de fácil adaptabilidad y uso, por lo contrario se tomaría en cuenta la propuesta como proyecto fundamentado en un proceso de estrategias y desarrollo que armoniza la idea de cultura del buen vivir.





# 3 CAPÍTULO

Desarrollo

### 3. DESARROLLO

#### 3.1 METODOLOGÍA APLICADA

Para el desarrollo de este proyecto se a tomado en cuenta el conseguir información real con la finalidad que se pueda comprobar la bases y variables con las que se ha de trabajar en el desarrollo del mismo. Para esto se ha definido objetivos generales de investigación, mismos que serán resueltos por medio de la utilización de algunas técnicas de investigación tales como la entrevista y la observación. Recordemos que el proyecto aborda una investigación de tres iglesias de la ciudad de Cuenca, y de las cuales se a tomado a una como muestra (iglesia de San Sebastián), esto por motivos de factibilidad y accesibilidad, con la que se ha de trabajar dentro de la validación de la infografía que se desarrolle más adelante.

A continuación se detalla dichos objetivos, selección de la muestra y funciones de las técnicas de investigación.

##### Objetivos de la investigación

- Conocer la historia que rodea el contexto (el barrio), así como a las personas que vivieron el desarrollo de sus tradiciones y costumbres.
- Desarrollar una infografía digital y que ejemplifique la función interactiva.
- Evaluar el impacto, ya sea positivo o negativo que tenga la infografía y su comunicación.

##### La Observación de campo

*“La observación de campo, como método investigación, se define como un proceso por el cual se puede tener un acercamiento a la problemática y estudiarla en su entorno real”<sup>30</sup>.*

La observación de campo como técnica de investigación permitirá un acercamiento real al medio en el que se va a trabajar o ejecutar el proyecto, recordemos que al ser un proyecto que busca la difusión de la arquitectura religiosa y su contexto es imprescindible el acercamiento a su gente para obtener respuestas que no se encuentra en el internet ni en libros por lo contrario información histórica o anécdotas que solo conocen personas que han crecido y vivido los cambios junto a su barrio, y que mejor forma de hacerlo si se tiene una interacción directa con los actores principales de este proyecto quienes son los

encargados de contar sus costumbres, tradiciones y leyendas las cuales se están perdiendo y las que se quieren rescatar para conocimiento de las nuevas generaciones.

Por otra parte nos permitirá tener una idea general de cada elemento representativo de la iglesia San Sebastián y que se tomará en cuenta al momento de ser infografiado y vinculado con el contexto.

##### Función de la Entrevista

*“La entrevista al ser método de investigación cualitativo, por medio del cual se puede obtener información directa del entrevistado, permite conocer varios detalles de la problemática a través de una conversación que ayuda a situarse al entrevistador dentro del entorno de dicha problemática”<sup>31</sup>.*

Para el desarrollo de este proyecto se a considerado la opción de utilizar la entrevista no estructurada para obtener información de los actores involucrados directa e indirectamente, toda la información obtenida, servirá para desarrollar de manera objetiva el diseño de la infografía así como su aplicaciones mediante el diseño de una marca, en este sentido la entrevista dará un aporte enriquecedor y significativo para la ejecución de este proyecto.

##### Aplicación de entrevistas

(Véase: Anexo 2 “transcripciones de las entrevistas 2”)

Entrevistados:

Las personas entrevistadas en esta etapa fueron:

Arq. Paolo Ortega (Coordinador Zonal del “SECOB” Servicio de Contratación de Obras), y el Ing. Rodrigo Marín (toda su vida en el barrio San Sebastián).

30 Münch, L., & Angel, E. (2005). *Métodos y Técnicas de Investigación*. Mexico: Editorial Trillas.  
31 Münch, L., & Angel, E. (2005). *Métodos y Técnicas de Investigación*. Mexico: Editorial Trillas.

A continuación se detalla la entrevista del Eco. Rodrigo Marín puesto que él como habitante de toda la vida del barrio San Sebastián, pudo contarnos datos interesantes que para esta etapa fueron cruciales para el desarrollo del proyecto sin embargo dos entrevistas arrojaron resultados también significativos, cabe mencionar que las entrevistas se dieron en un tiempo de 45 a 60 minutos cada una con el objetivo de establecer conexiones con la investigación.

#### **Datos Técnicos:**

- Duración: 45 a 60 minutos

#### **Materiales:**

- Filmadora
- Guión de entrevista (véase anexo 1)

#### **Información Obtenida:**

En este punto los datos obtenidos y las historias contadas fueron las siguientes

**Entrevistado:** Ing. Rodrigo Marín Muñoz  
Habitante del Barrio San Sebastián

#### **¿Su historia?**

Empezare diciendo que San Sebastián este rato a cambiado muchísimo, recordemos que la ciudad terminaba en la calle Sucre y Miguel Vélez, al tope de la casa del señor Saúl Tiberio Mora diputado del partido liberal y periodista del diario el Tiempo.

Las calles eran de lastre y empedradas el convento era una pared, la calle José Miguel Albear en ese tiempo era de tierra igual que la plazoleta de la iglesia, en donde un tanquero se accidento con la cruz de la iglesia.

En la parte de atrás lo que actualmente es la calle Bolívar existían artesanos “Los Olleros” que hacían ollas y las colocaban a las calles a secar pues no habían carros teníamos a un señor de apellido Quito que era sombrerero los tejía y los sacaba en toda la fila del parque y nadie tocaba nada.

#### **- sobre su gente**

el barrio era más tranquilo que hora, nosotros de niños jugábamos hasta las diez de la noche en la calle con la llamada “bola de fuego” que consistía en llenar una pelota de trapo con combustible y patearla por la calle hasta que se consuma por que no teníamos televisión ni radio.

La gente era más perteneciente de sus espacios pasaba solo en sus casas haciendo cualquier labor o recuerdo que en aquel tiempo las mamás y abuelitas hacían rezar a todos reunidos y eso prácticamente era de todo los días pues no se conocía mas.

#### **- con respecto a extranjeros**

Los turistas no habían en ese tiempo eso se activa a raíz de la apertura del museo de arte moderno donde era la “gota de leche” y era un dispensario medico, a raíz de la reconstrucción del parque, anterior mente a las 3 de la tarde todos los niños hacíamos filas enormes para recibir raciones de leche.

Luego de la reconstrucción del parque y la apertura del museo es que abren cafeterías llega el turismo, en la casa de Doña Endocia era de inquilinos extranjeros en un principio, luego recuerdo a Don Guillermo Larrazábal Español quien construyó los vitrales de la catedral nueva quien se radicó en la ciudad y se quedo a vivir.

#### **- sobre la arquitectura**

Prácticamente no ha cambiado mucho solo el parque y el museo pues ahí era un lugar donde jugábamos de niños la iglesia ha cambiado poco pero la fachada es igual, actual mente no se construye nada por permisos y como es patrimonial no creo que dejen construir, y claro que extranjeros que han llegado han preferido mantener es estilo de las casas arreglándoles un poco para mantenerlas pero nada moderno pues es lo que les llama la atención de la arquitectura de las casas y como están en el barrio pues no son grandes pero son confortables.

### **- Sus tradiciones**

Como niños nuestras mamas nos preparaban dos semanas antes de la pasada del niño viajero que era de San Sebastián a la Catedral, recuerdo como costumbre las velaciones de las imágenes del niño Jesús, el niño Dios, El párroco llamaba a todos los del barrio y todos asistíamos no faltaba nadie, todos nos conocíamos.

Realizábamos todos los viernes noche una procesión de una imagen de San Sebastián y sábado noche era la misa de gallo.

Los apodos por familias, la mayoría no nos conocíamos de nombre si no por los apodos dados por generaciones, ese tipo de costumbres o experiencias de vida que tuve veo que ya no hay se ha perdido solo quedan apodos entre amigos pero no como un identificativo de familias.

### **- El crecimiento del barrio**

Tiene sus dos lados como le decía antes todos se reunían en el parque los niños jugaban todos en la plaza, en el parque ahora es complicado ya no lo hacen por el espacio que se ha perdido.

Pero por otro lado si se a fomentado el comercio, el turismo, la presencia de personas extranjeras que le han aportado al barrio mas movimiento, y creo que ellos se quedan por que ven que la gente del barrio es sana, es tranquila, acogedora y eso les agrada para comenzar a relacionarse con nosotros que somos tranquilos al igual que se le ve a ellos.

### **- Sobre la Iglesia**

Anteriormente la iglesia era abandonada, el párroco Cesar Alvares tenia que ir hasta Sayausi, que pertenecía a esta parroquia, el catecismo era la parte fundamental que recuerdo en que la iglesia se conectaba con el barrio pues llegábamos a la iglesia y nos daban chocolate caliente con pan y las mamas

estaban atentas de las noticias que nos enviaba el padre a decir en casa, eso ya se ha perdido ya no se da catecismo que en San Sebastián poco en las iglesias de la ciudad pero en los pueblos todavía existe eso se ha venido perdiendo y poco a poco creo que podría desaparecer al menos en las iglesias del centro histórico.

### **- Desde una nueva perspectiva María Fernanda Marín nos cuenta**

Realmente a cambiado bastante el barrio, desde el reconocimiento por apellidos y familia eso era hasta cierto modo de ver una forma de protección de los que vivíamos en el barrio, de las familias que recuerdo que vivían aquí son los Quinde, los Vélez, los Valencia, los Mora, los Tola gente cuencana nativa del sector y esto se empieza a desmoronar con el crecimiento de la ciudad y ellos se fueron a las nuevas urbanizaciones o sectores en crecimiento.

Por otro lado con respecto a la iglesia creo que como religión esta bien constituida y más en una ciudad bien religiosa y católica como lo es cuenca, sin embargo como estructura arquitectónica podría tener mucha atención desde la nuevas miradas culturales desde el arte o la estética, se podría desarrollar medios de interacción para que las personas se acerquen y conozcan más de la iglesia y el barrio.

### **- Con respecto a las nuevas generaciones**

Ellos tienen otra visión, lo cultural su historia ya no la conocen peor los que viven en el barrio ni ellos mismos conocen ya que están interesados en otras cosas como los video juegos, el celular, el internet ya no conocen la historia ni de sus padres.

### - La tecnología como medio difusivo del barrio

Seria algo interesante pues los chicos de ahora y las personas como yo y me incluyo tenemos que acoplarnos a la época yo llevo con migo un teléfono inteligente en el que puedo ver toda información y no hablemos de los más jóvenes y entusiastas por la tecnología, seria bueno saber que las historias, anécdotas y tradiciones del barrio que hoy le estoy contando llegue a las personas y nos conozcan desde otro mirada desde como fuimos y hemos crecido en el bario desde el ámbito económico, cultural o social.

María Fernanda nos dice que sus sobrinos ya no tienen idea de que ha pasado en el barrio y que seria emocionante e interesante que ellos conozcan como crecieron ellos como su abuelito se conocía con otras personas generando relaciones personales con cada familia, con cada persona que vivía en el barrio y que mejor si la tecnología de hoy en día puede ayudar a que eso se de.

## Análisis de las entrevistas

Luego de obtener información mediante las entrevistas se podría aclarar y determinar que clase de imagen gráfica se diseñaría así como que planteamientos a ser utilizados para la aplicación deberían existir para desarrollar el proyecto.

### Los posibles planteamientos serian:

- Al conocer un poco de la historia del sector en este caso de San Sebastián se podría pensar en que la infografía tendría una línea de tiempo y fechas importantes así como anécdotas y pasatiempos que tenían los habitantes del barrio en aquel entonces y como es el cambio en las generaciones actuales mostrando lo que hacen ahora.

- Se tomará en cuenta en que las aplicaciones dispongan información contextual y técnica sobre la iglesia y su gente haciendo referencia a la historia del barrio para esto la información se presentara en dos idiomas Español e Inglés , siendo el ingles una alternativa de opción en forma de botonería para uso de los extranjeros que prefiriesen el idioma.

- Es necesario tener presente que la interfaz deberá ser intuitiva, fácil de utilizar para el desarrollo comunicacional y de aprendizaje que tendrá el usuario.

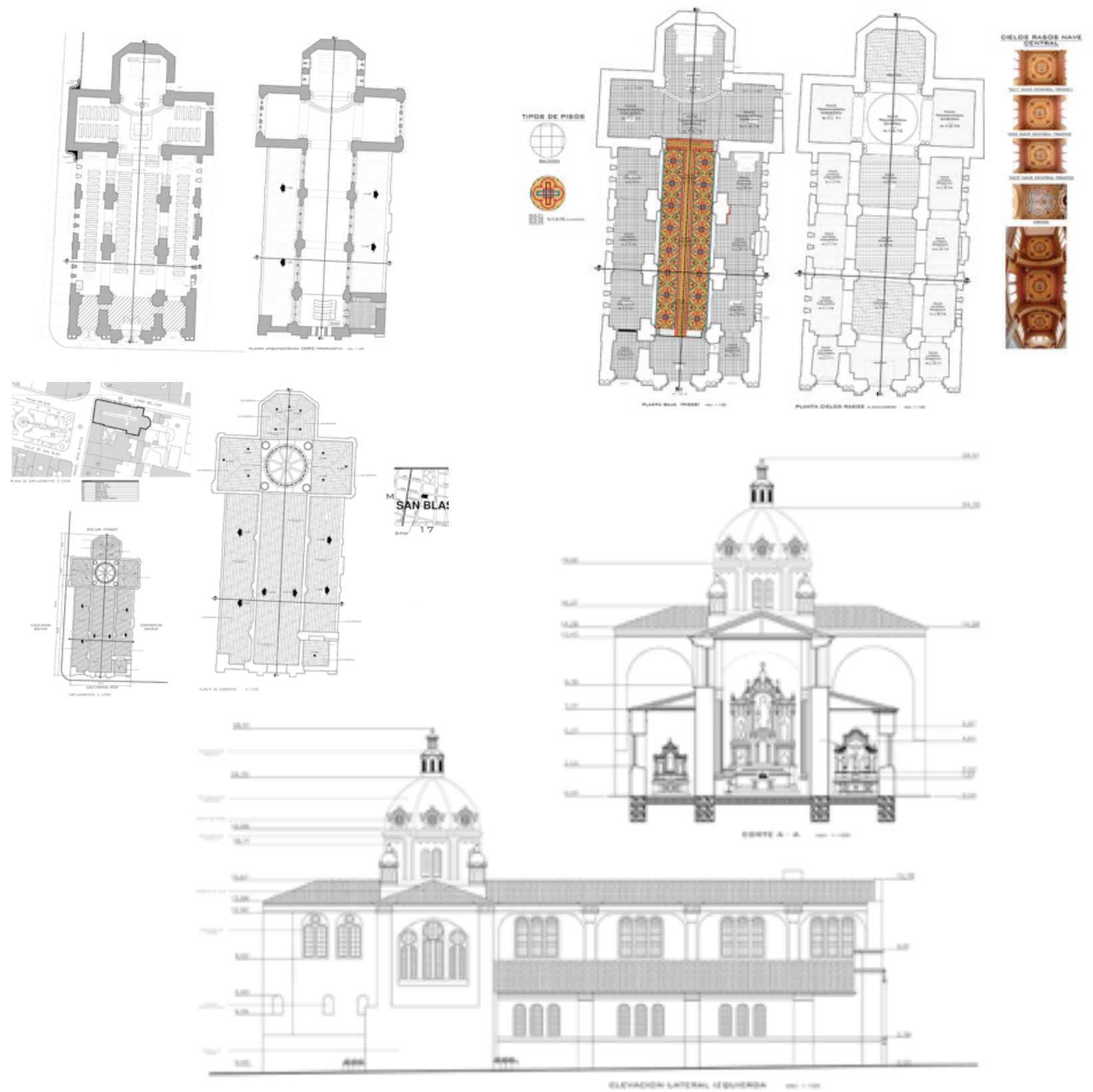


## **3.2 PROYECTO**

### **3.2.1 Levantamiento planimétrico de iglesias**

Para esta etapa del proyecto fue necesario involucrarse con profesionales de otras carreras, trabajando multidisciplinariamente, así también como entidades públicas que dicha investigación fue oportuna para la obtención de información valiosa como es el caso de los planos de las iglesias, sin embargo por motivos ajenos al proyecto la institución en este caso la Municipalidad de la ciudad no pudo facilitar toda la información requerida, considerando a que se realizara un levantamiento de la iglesia de San Sebastián y de la Catedral Vieja, cabe mencionar que el levantamiento planimétrico de las edificaciones religiosas permitieron conocer con detalle espacios perdidos por el tiempo y que han sido olvidados en cierta manera por las propias personas que están a su alrededor, es así que mediante el apoyo del estudiante de arquitectura Andrés Polo se ejecutó esta parte del proyecto y que se presenta a continuación.

# Levantamiento de la iglesia de San Blas



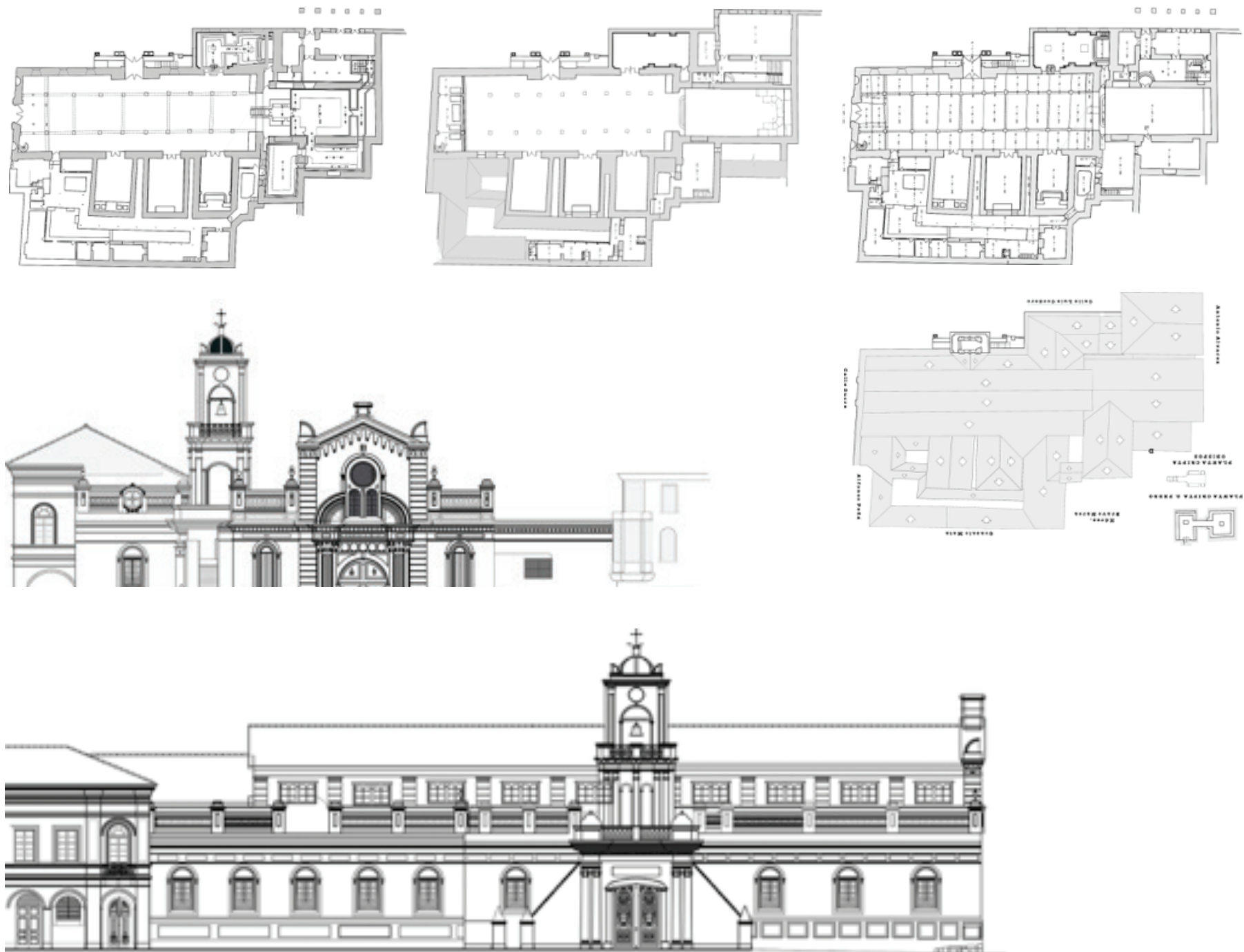
img. 025 / imagen agrupación de planos correspondientes a la iglesia de San Blas



# Renders



# Levantamiento de la iglesia Catedral Vieja

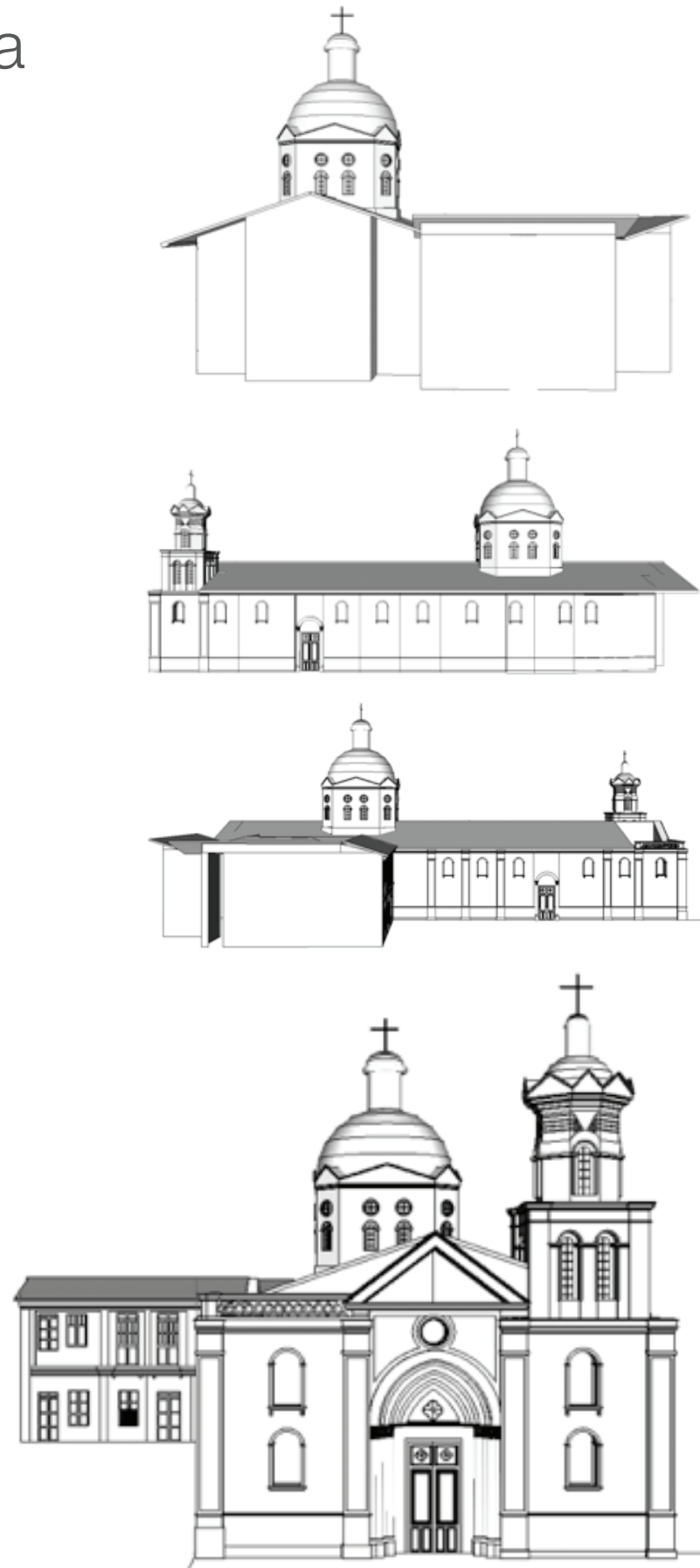
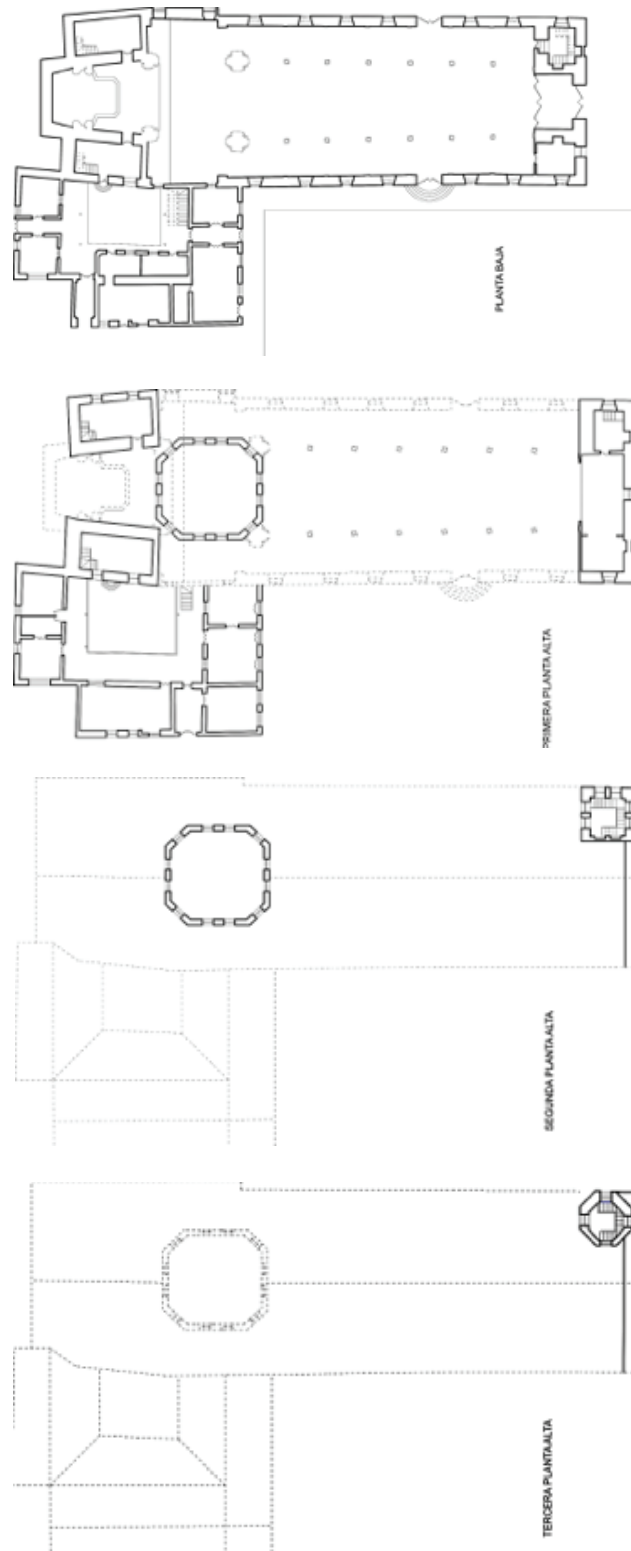


img. 031 / imagen agrupación de planos correspondientes a la iglesia Catedral vieja

# Renders



# Levantamiento de la iglesia de San Sebastián



img. 038 / imagen agrupación de planos correspondientes a la iglesia de San Sebastián

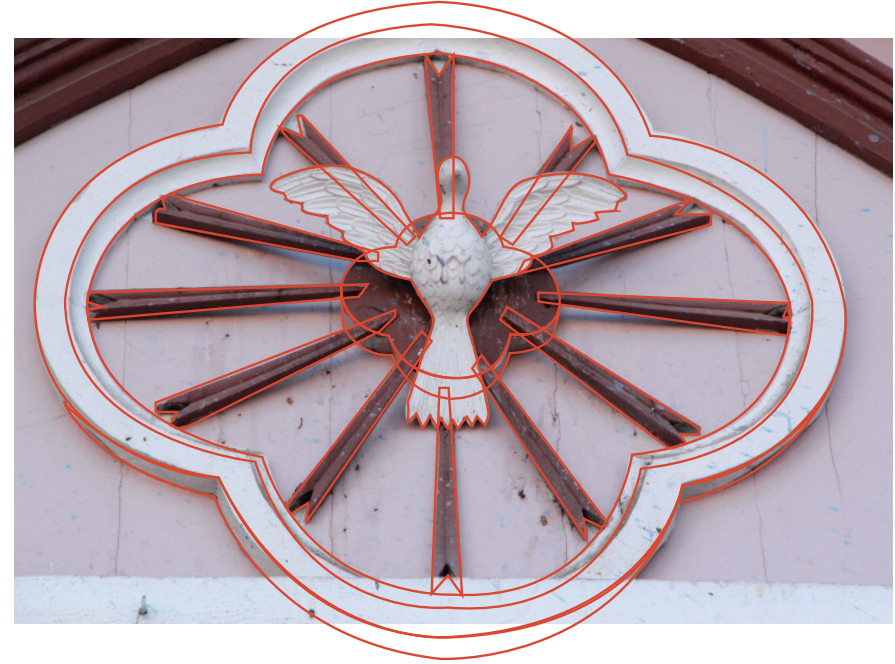
# Renders



### 3.2.2 imágenes obtenidas por la investigación de campo en una de las muestras, interpretación gráfica (pictogramas)

La recopilación de información del lugar tomado como muestra dio como resultado imágenes significativas para quienes visitan y son habitantes del sector, en esta parte del proyecto se ha referido como ejemplo a tres imágenes de la iglesia de San Sebastián tomada como muestra, de las cuales son la “paloma”, misma que esta situada en una especie de marco representando el espíritu santo según habitantes del sector, de la misma manera se tomará como referente para el ejemplo de la infografía interactiva a la “cruz” situada en la parte superior de la puerta principal de la iglesia en forma de vitral y a la “puerta principal” misma en la que se contempla un tallado que representa a la religión católica.

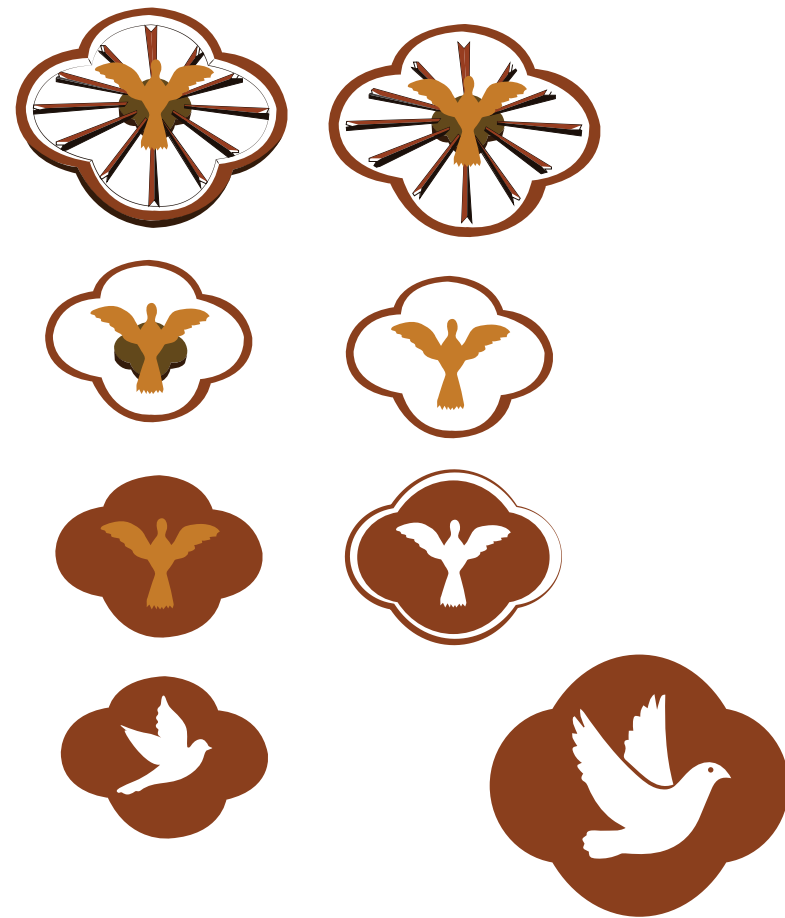
Cabe mencionar que por factores de tiempo y como existe una cantidad numerosa de imágenes representativas de esta iglesia al igual que en otras, estas tres imágenes son tratadas hasta llegar a una simplificación grafica para demostrar el proceso de abstracción de cada elemento que se requiera infografiar o redibujar para llegar a un pictograma que sea interpretado, universalmente y entendido por cualquier persona.



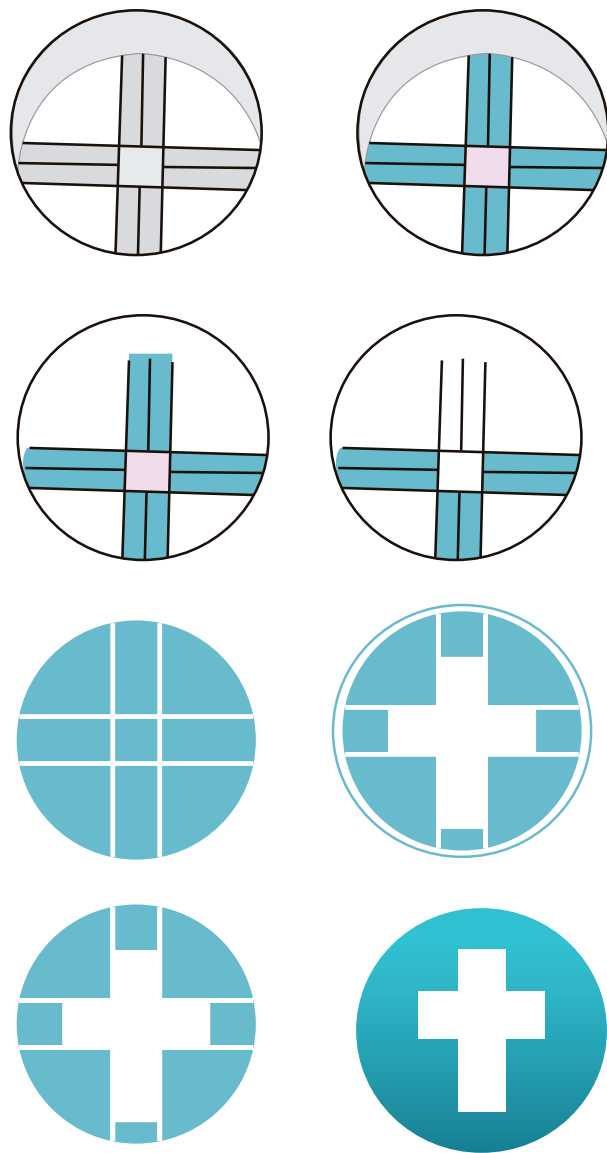
img. 045 / Redibujo de la imagen obtenida



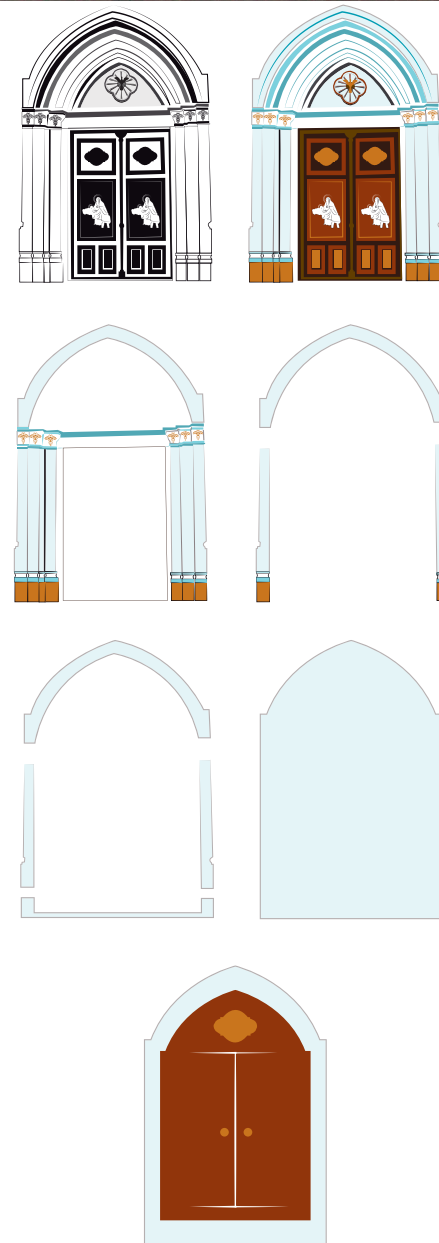
img. 044 / imagen obtenida en la investigación de campo representa el Espíritu Santo



img. 046 / abstracción de la imagen original y obtención del resultado final



img. 047 / abstracción de la imagen original y obtención del resultado final



img. 048 / abstracción de la imagen original y obtención del resultado final

### 3.2.3 Diseño de aplicaciones y Diseño de imagen gráfica (marca NetRed1.0)

A continuación se muestra la implementación gráfica del proyecto en sus diferentes etapas para los dispositivos mencionados a continuación.

#### Aplicación 1 – interactividad básica, botonería, iconografías (redes sociales)



img. 049 / iconografía básica para la implementación gráfica en la botonería de la aplicación



Luego de incorporar la botonería básica para una interactividad que sea cómoda para el usuario es pertinente en este punto mostrar la creación de la marca NetRed 1.0 para esto cabe mencionar que se partió desde la etapa de bocetaje obteniendo al final la idea final de la marca a desarrollarse para el proyecto esto logrado con el programa ilustrados.

NEDROJA

NED  
ROJA

NR 1.0  
NET - RED



NED  
RED 1.0

red  
ROJA 1.0

NET  
RED 1.0

ROJA

NETRED

Bocetos

Proceso digital

**NR1.0**  
**NETRED**  
DISEÑO & CONTEXTO

NET1  
REDÓ

  
NETRED 1.0  
INFOGRÁFIA CONTEXTUAL

  
DISEÑO & CONTEXTO

  
NET RED 1.0  
DISEÑO & CONTEXTO

  
NETRED  
DISEÑO & CONTEXTO

  
INFOGRÁFIA CONTEXTUAL  
— Cuenca —

NETRED  1.0

*img. 051 / imagen de obtenidas digitalmente  
para la marca "NetRed 1.0"*

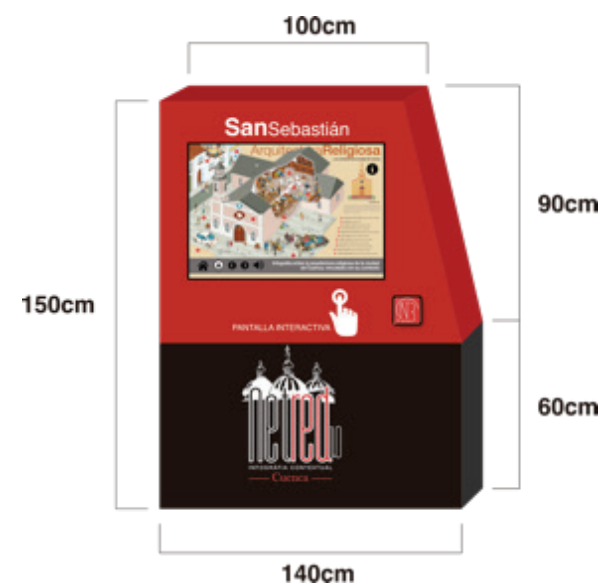
## Imagen para la “app”

Finalmente en esta etapa luego de definir el logotipo para la marca se procedió a diseñar el botón que será utilizado y reconocido para el proyecto, esto como una APP, rescatado de los bocetos y de las propuestas antes desarrolladas con lo que se obtuvo el siguiente resultado.



*img. 052 / imagen de final para la aplicación móvil “NetRed 1.0”*

## Aplicación 2 – infografía gráfica informativa y educativa (pantalla digital colocada en la iglesia para interacción de los visitantes locales y extranjeros)



img. 053 / imágenes de simulación de la aplicación “NetRed 1.0”

### Aplicación 3 – información contextual y aprendizaje (dispositivos móviles)



img. 054 / simulación aplicación "NetRed 1.0" en una tablet



img. 054 / simulación aplicación "NetRed 1.0" en un celular














































































### 3.2.4 Análisis de los resultados gráficos desde el Diseño Universal

#### Análisis de la gráfica bajo los principios del Diseño Universal



Cuadro 001 / análisis de iconografía mediante el Diseño Universal

### Análisis de la gráfica bajo los principios del **Diseño Universal**

	 Uso equitativo	 Flexibilidad de uso	 Uso sencillo e intuitivo	 Información perceptible	 Tolerancia al error	 Esfuerzo físico limitado	 Tamaño y espacio	
								64,2%
								64,2%
								57,1%
								50,0%
								85,7%
								64,2%
								71,4%
								71,4%
								64,2%

Rangos de aceptabilidad del icono:  
 de 80% a 100% tiene sentido  
 del 40% al / 70% se aproxima al mensaje (se recomienda cambiar)  
 del 0% al 30% carece de sentido

Cuadro 002 / análisis de iconografía mediante el Diseño Universal

### 3.3 RESULTADOS

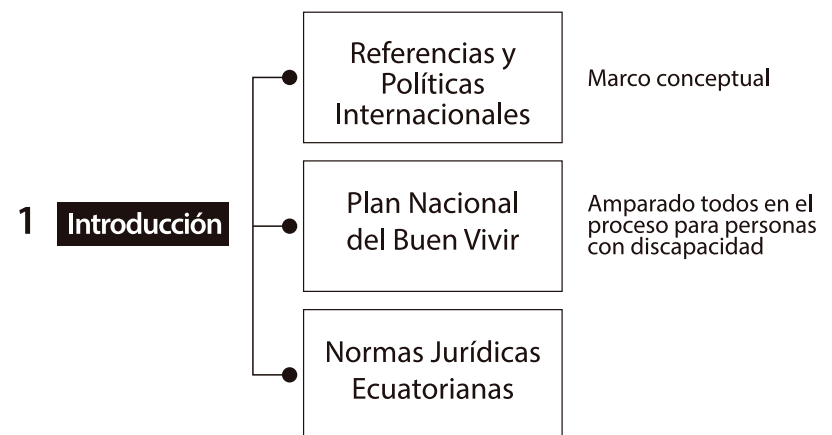
Luego de haber analizado cada uno de los gráficos a ser usados en esta infografía, hemos tenido un resultado general de 73,1% que equivale a que la gráfica es viable y la utilización de los mismos, cabe mencionar que este análisis es solo para la infografía a manera de propuesta puesto que la misma podría tener menos graficas o mas si fuera el caso para otras iglesias, sin embargo esta sometida la tabla a un proceso de prueba y error con ello se obtendría nuevos resultados futuros los cuales ayudarían a optimizar la comunicación y el objetivo final de esta investigación.

### 3.4 ANÁLISIS DE NUEVA SIGNIFICACIÓN

Para abordar este concepto de que seria una nueva significación en este proyecto es necesario entender que por significación hacemos referencia al diseño y el contexto desde el trabajo proyectual, a las nuevas formas de ver las cosas, desde el diseño claro esta puesto que es en ello en lo que esta basado este proyecto como propuesta al entrever de las cosas dándoles una nueva significación, desde el punto de vista gráfico es interesante la postura puesto que para adéntranos en nuevos territorios tenemos que estar seguros de que enfoque o que mirada queremos darle al proyecto y desde donde y quienes serían los posibles actores que se involucrarían, para ello pongo a consideración un esquema de proyecto que se muestra a continuación.

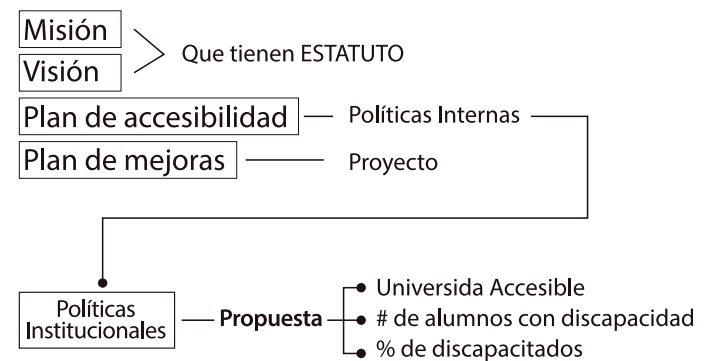
Cabe recalcar que no es una receta, puesto que lo interesante de esta nueva postura es que se tome como referencia y se pueda seguir expandiendo.

## Esquema de Proyecto bajo el Diseño Universal Accesible



## 2 Alcance

Institución a la que vamos analizar





### 3 Objetivos

Frente a esto establecemos los siguientes objetivos:

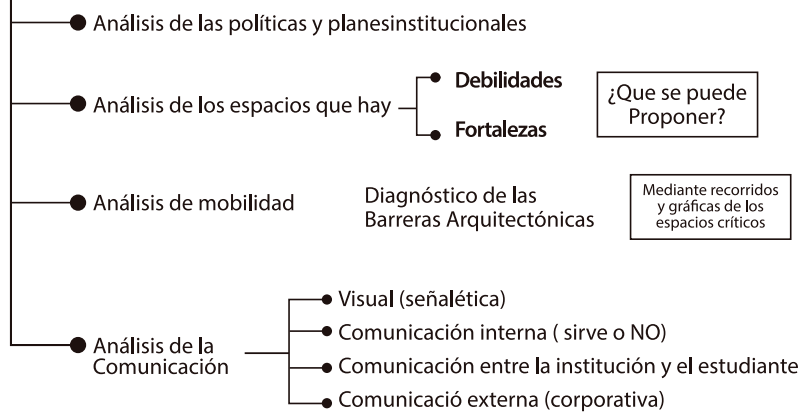
#### General

- Análisis y diagnóstico de las acciones de la Universidad del Azuay para los estudiantes

#### Específicos

- Para fines de este trabajo se analizó la infraestructura
  - Espacios
  - Movilidad
  - Comunicación
  - y otras maneras de exclusión

### 4 Análisis de la situación:



### 5 Diagnóstico

¿Que hacemos con el diagnóstico?

- Pronunciamento sobre si la institución es accesible o No : Fundamentado

### 6 Conclusiones

### 7 Recomendaciones

- Con respecto al diagnóstico
- Con otro tipo de accesibilidad

### 8 Bibliografía



# 4

# CAPÍTULO

Conclusiones  
Proyectuales

## **4. CONCLUSIONES PROYECTUALES**

### **Instrumentación y recursos:**

El proyecto demandará un gran esfuerzo humano, en donde se involucrarán distintas profesiones para la concreción del mismo, el equipamiento para dichos estudios y primeros análisis estarán centrados en un 60% del presupuesto otorgado por la entidad pública o privada respectivamente, el representante legal tendrá que establecer estatutos y condiciones en un establecido contrato de confiabilidad de dicho proyecto, para el aseguramiento de promover el proyecto a segundas instancias es necesario presentar un estudio de mercado el cual se detalla a continuación mediante el análisis FODA.

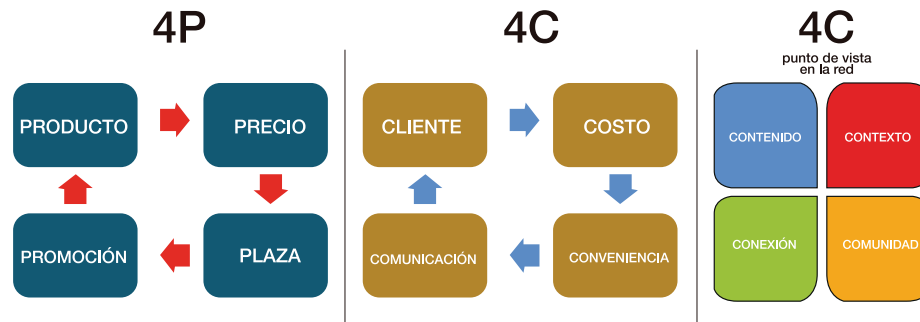
## 4.1 ANÁLISIS FODA

Análisis interno	<h3>Fortalezas</h3> <p>El proyecto a presentar demuestra una gran expectativa tanto para comunidad como para las personas ajenas a este contexto.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Es el primero en su clase</li><li>- Posee recursos de ultima generación tecnológica</li><li>- Amigable con el medio ambiente</li><li>- Facilidad e intuitivo en su uso</li><li>- Manejo directo desde cualquier teléfono inteligente</li><li>- Pocos productos sustitutos</li><li>- Apoyo de instituciones públicas y privadas</li></ul>	<h3>Debilidades</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>- La inversión tiene su costo</li><li>- Su producción podría tardar en la actualidad</li><li>- La predisposición de profesionales no podría ser favorable</li><li>- Carencia de infraestructura para desarrollar el producto</li></ul>
	<h3>Oportunidades</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>- Reconocimiento a nivel internacional</li><li>- Aceptación en el mercado</li><li>- Crecer en otros estudios, en el ámbito cultural y social</li><li>- Disponibilidad de recursos tecnológicos</li><li>- Espacios donde puede ser implementado</li></ul>	<h3>Amenazas</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>- Fluctuación en el mercado internacional del precio de insumos</li><li>- El periodo del proyecto no es todo el año</li><li>- Poco desarrollo del mercado nacional</li><li>- Influencias en la tecnologías alternas</li></ul>

Cuadro 003 / análisis FODA

## 4.2 ANÁLISIS 4P Y 4C DEL MARKETING

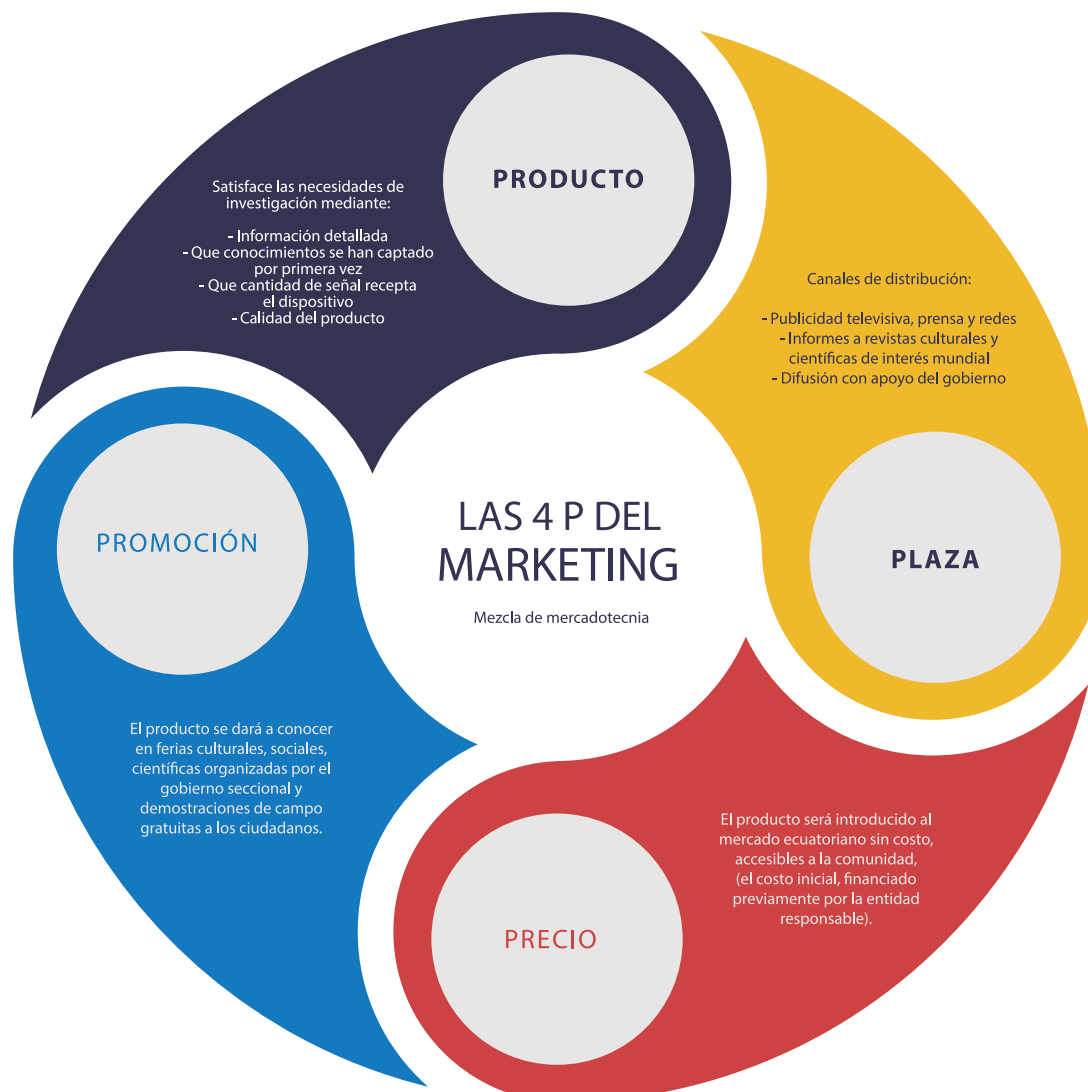
Para entender y entrar en materia de análisis bajo este criterio es necesario saber que son estas 4P y 4C del marketing.



En 1990 Robert Lauterborn, planteó el concepto de las 4C (consumidor, costo, conveniencia y comunicación) como una parte de la evolución y adaptabilidad del marketing en la época moderna. Este concepto ha tenido gran aceptación y es altamente utilizado para crear estrategias de mercadotecnia.

Para vender un producto en el mercado es necesario conocer algunos conceptos básicos de mercadotecnia como son: las 4p's. También conocidas como la mezcla de mercadotecnia. Las 4p's pueden ser consideradas como las variables o herramientas con las que cuenta un especialista en marketing para lograr los objetivos de la compañía.

Las 4C del marketing, pretenden generar un diálogo con el cliente, en el que este, es más que un receptor de productos. Ya no es suficiente con darle al cliente un buen producto, sino que debemos conocer cuáles son sus necesidades para poder satisfacerlas.



graf 007 / análisis 4P

# LAS 4 C's

## DEL MARKETING

01



### CLIENTE = CONTENIDO

Estar claros que el producto si cumple con las necesidades de mi cliente

02



### COMODIDAD = COMUNIDAD

El producto no será común ni invasivo a la privacidad de nuestros clientes, el producto será ofrecido de forma gratuita y exclusiva para este caso el de las iglesias, a través de revistas de su preferencia y asociadas al tema, o ver que canal de venta es más conveniente para nuestro cliente ya sea este: internet, catálogo, tienda, directo como aviamos mencionado antes.

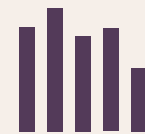
03



### COSTE = CONTEXTO

El valor agregado del producto brinda experiencias de vida e imágenes imposibles de encontrar en un libro o una biblioteca, con la finalidad que esta información siga adquiriendo nuevos relatos he historias inéditas así como recuerdos capturados en imágenes personales.

04



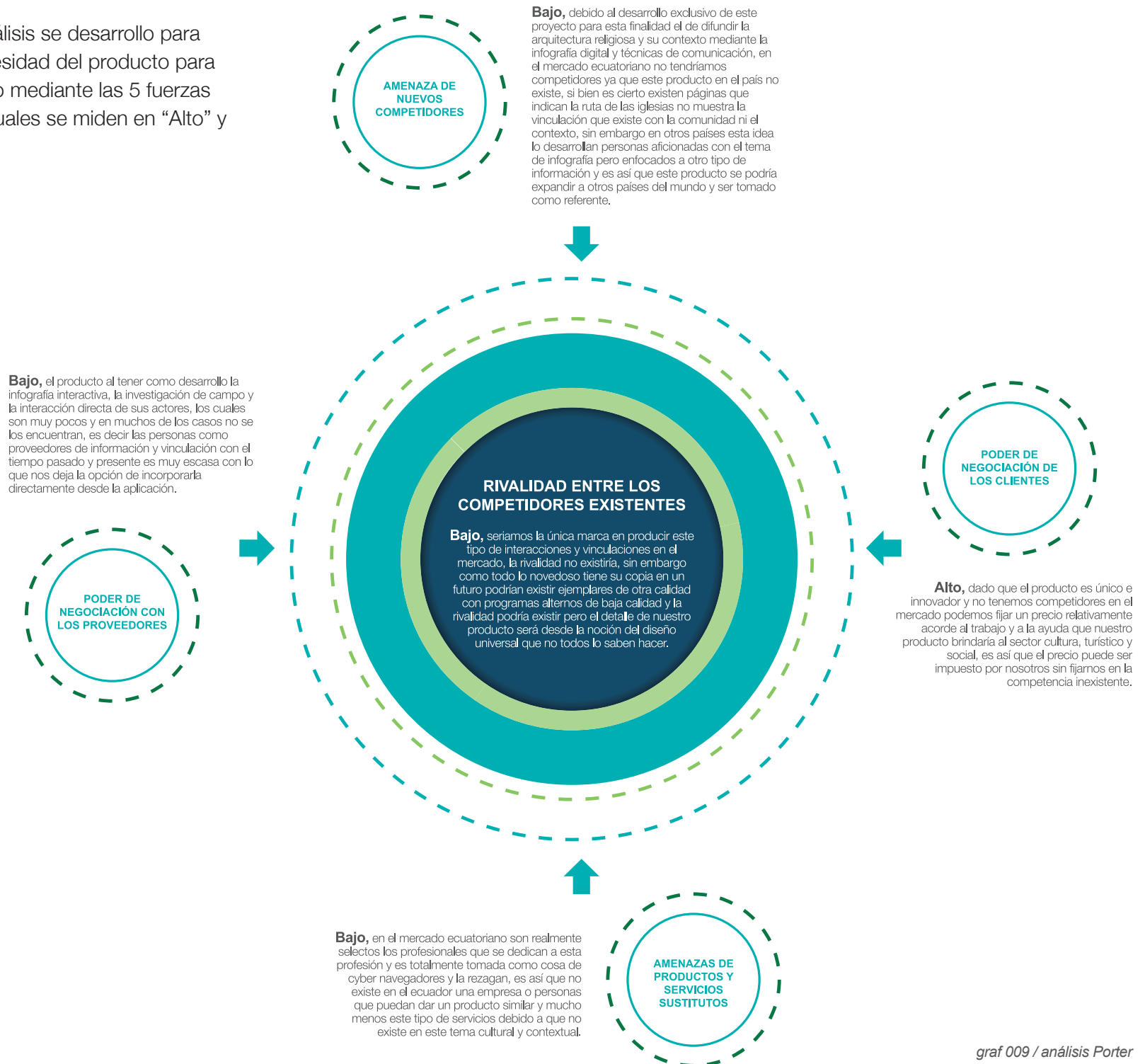
### COMUNICACIÓN = CONEXIÓN

Se realizará una conversación directa de doble sentido en donde el cliente es participe del proceso en donde expone sus experiencias, anécdotas y necesidades y el grado de satisfacción del producto.

### 4.3 ANÁLISIS FUERZAS DE PORTER

“Las cinco fuerzas Porter es uno de los modelos más famosos que ha elaborado el economista y que dio a conocer en 1979 y en el 2008 publicó este artículo en Harvard Business Review. Lo que hizo fue utilizar como modelo una completa gestión. Lo que se hace es un completo análisis de la empresa por medio de un estudio de la industria en ese momento, con el fin de saber dónde está colocada una empresa con base en otra en ese momento.” (<http://www.5fuerzasdeporter.com>).

El siguiente análisis se desarrolló para verificar la necesidad del producto para salir al mercado mediante las 5 fuerzas de Porter las cuales se miden en “Alto” y “Bajo”.



graf 009 / análisis Porter



## 4.4 DISCUSIÓN

Este proyecto de investigación, ha permitido constatar que la implementación de un sistema infográfico interactivo, como lo es la NetRed, dentro del contexto que se da desde la difusión de la arquitectura religiosa, puede ser eficaz ya que a más de proporcionar un método lúdico para realizar investigación cultural, permite generar un aprendizaje basado en la infografía interactiva en donde el cerebro aprende y relaciona una gráfica con un evento.

El beneficio que se obtiene, en la sociedad, al implementar una herramienta lúdica en donde la gráfica se transforma en un evento de acción en una pantalla; es que se crea un enfoque y motivación por parte del usuario, al querer interactuar con el objetivo de la aplicación sin importar el esfuerzo que este pueda requerir, lo cual fue analizado y no se lo requiere. En el caso de la NetRed 1.0, las interfaz basada en sistemas infográfico deben estar diseñados en función del Diseño Universal para garantizar la usabilidad del mismo hacia cualquier tipo de persona.

Es así que en esta investigación se ha desarrollado interfaces intuitivas en donde acciones simples, son las que generan una interactividad con la pantalla, en busca de información cultural de vinculaciones y nuevas significaciones.

A partir de esto y según los habitantes del sector, la utilización de este tipo de tecnología y aplicaciones se podría aplicar en otros institutos como: museos, bibliotecas, centros culturales, etc.

Relacionándose también con el adulto mayor en casa y hacerle participe de estas nuevas formas de poder aportar con sus historias, tradiciones y anécdotas para esto hace falta aclarar que para que hubiese este tipo de vinculación los familiares necesitarían apoyar al adulto mayor, pese a que esta al principio de este proyecto se propuso unas preguntas de investigación en función de los alcances que se podían obtener al final, es así que a continuación se presenta los resultados de estas dichas preguntas.

### **¿Cómo ayudó el proceso interdisciplinario en el proceso de infografías digitales emergentes en el aprendizaje de la arquitectura religiosa y su contexto de la ciudad de Cuenca.?**

Sin duda actuar y trabajar con otras disciplinas han hecho que esta investigación se sustente en bases solidas que servirán para seguir fomentando este tipo de proyectos, la NetRed1.0, si bien es cierto que es una marca que permitirá la difusión de la arquitectura religiosa no podemos dejar olvidado su contexto que ha sido fundamental a la hora de la ejecución del proyecto. Esta tesis a permitido que emerjan nuevas conceptos y formas de trabajo relacionando ramas de distintas profesiones para un bien común, no olvidemos que se mencione la filosofía del buen vivir con lo que lleva a este proyecto a un nivel mas avanzado dentro del proceso de fomentar y generar proyectos digitales o virtuales, en este sentido el emergente asía una nueva significación de aprendizaje rompe esos paradigmas donde todo esta escrito , en donde el pensamiento lineal sufre una ruptura y da cuenta de nuevas realidades de un contexto lleno de variables que permitirán un aprendizaje diferente y generador de nuevas idas y formas de ver el mundo.

### **¿Cuál es el rol del diseñador gráfico en la producción de las infografías digitales dentro de un marco interdisciplinario.?**

Desde esta mirada del pensamiento complejo hoy en día el diseñador gráfico ya no se enmarca solo a desarrollar publicidad ni ha generar marcas para empresas, trasciende a nuevos esquemas en busca de un diseño accesible y factible para todos, en este sentido e diseñador gráfico se coloca en una postura de igualdad con otras disciplinas desde la cual aporta para la creación de nuevos paradigmas en donde los estereotipos dados por la sociedad son inconsecuentes para las nuevas formas de pensamiento y que toma como partida los significados sociales y los convierte en nuevos significantes cargados de imágenes y estéticas capaces de ayudar en otros ámbitos socio culturales vislumbrando la idea de un diseño universal y accesible para generar oportunidades igualitarias de conocimiento, interacción y aprendizaje de las personas.

### **¿Qué importancia tuvo el conocer la historia que rodea el barrio?**

El desarrollo de esta tesis a permitido que la idea de barrio sea un causal de conjeturas multiculturales es decir permitirnos conocer el entorno social de un sector ya sea urbano o rural conlleva a generar vínculos desde la profesión así las personas salir de nuestra zona de confort y saber que esta pasando afuera es parte importante de un investigador en este punto el conocer a las personas saber que están pensando y como ellos no miran desde su punto de vista son conexiones que permitirán desarrollar un ciudad equitativa para todos en donde todos aporten con su granito de arena para la buena convivencia de todos y generar lo que ahora se conoce como las ciudades emergentes.

### **¿Cuáles son los parámetros que evaluaría el impacto del proyecto?**

El buen diseño, el trabajo interdisciplinario, los nuevos emergentes, la vinculación con la colectividad, la aceptación del producto, etc. Son factores inmiscuidos que generan en este proyecto variables y condicionantes que miden al mismo de manera cualitativa y cuantitativa, sin embargo los parámetros no son una verdad absoluta en tal virtud que el impacto del proyecto podrá ser verificado a manera que este se ponga en acción con sus estrategias y acciones a cumplir determinando y cumpliendo sus objetivos para ello se tendrá que seguir su investigación con la evaluación si es o no beneficioso haber desarrollado este proyecto comprobando su eficacia, solo de esta manera se sabrá si los parámetros expuestos en este proyecto resultan valederos para su validación optima.

En general los resultados obtenidos durante la realización de esta tesis han sido satisfactorios puesto que se ha cumplido con los objetivos propuestos y al mismo tiempo se ha podido marcar una posible continuidad de esta investigación con respecto a generar un método de comunicación basado en la gráfica desde nuevos emergentes como el diseño universal y las estructuras relacionales con el contexto.

## **4.5 RECOMENDACIONES**

Sin duda el proyecto ya definido como "NetRed1.0", tendrá una gran aceptación en el ámbito cultural, turístico social y por que no científico desde la antropología, donde las ventajas de poder estudiar, conocer, investigar, interactuar, aprender son accesibles y dinámicas, la contribución ha este campo de estudio mediante este producto le dará realce y el interés que merece este proceso de investigación en nuestro país y que mejor manera si empezamos con nuestra ciudad y ciudades de nuestro Ecuador el cual tiene mucho que ofrecernos con toda su diversidad cultural.

Como recomendación de todo el trabajo realizado, es que para una persona normal, desde que nace empieza a aprender en función de su relación con el mundo. Sin embargo, este aprendizaje hoy en día es diferente si incorporamos las nuevas tecnologías y las aplicamos al desarrollo humano desde la enseñanza y existen personas que no obtienen dicho aprendizaje para esto hay que buscar medios por los cuales se pueda llevar el mundo hasta las manos de estas personas, para que empiece a construir su conocimiento. Es así que, se puede pensar en que mucha de la tecnología que ahora existe, puede adaptarse para potenciar el aprendizaje e inclusión de todas las personas ya tengan o no algún tipo de discapacidad.

La vinculación que se puede originar entre el diseño gráfico, las estructuras relacionales desde su contexto, y el diseño universal, podría edificar una alternativa de conexiones y aprendizaje incluyente del cual podrían beneficiarse diferentes grupos sociales. Asimismo los actos interdisciplinarios que se conforman en el desarrollo de una investigación como esta, articula la efectividad y satisfacción que puedan tener los usuarios.

Para finalizar después de este extenso análisis y diseño de un producto innovador para la difusión de la arquitectura religiosa y su contexto, desde la arquitectura de la información y el buen diseño, me atrevo a decir, que las revoluciones de nuevos pensamientos y miradas y el entrelazar de las cosas están poniendo su mejor papel en la creación de nuevos productos ecuatorianos, pues esa producción ecuatoriana es la que tenemos que pensar, desarrollar y explotar para ser considerados como fuente de desarrollo innovador y poder trascender en los procesos de crecimiento ya sean estos científicos, humanos, sociales, etc.

## 5. CONTENIDO DE IMÁGENES

### 5.1 GRÁFICOS

- **pág. 4:** graf. 001 / gráfica general sobre la problemática del proyecto ,AUTOR
- **pág. 14:** graf.002 /Tomado del libro de Lockwood, Robert (1992).
- **pág. 14:** graf. 003 / Tomado del libro de Costa, Joan. (2003)
- **pág. 42:** graf.004 / Proceso esquemático, AUTOR
- **pág. 50:** graf. 005-006 / Esquemas de estructuras relacionales, AUTOR
- **pág. 82:** graf. 007 / Análisis 4P, AUTOR
- **pág. 82:** graf. 008 / Análisis 4C, AUTOR
- **pág. 82:** graf. 009 / Análisis Porter, AUTOR

### 5.2 CUADROS

- **pág. 74 - 75:** Cuadro 001 - 002, AUTOR
- **pág. 81:** Cuadro 003, AUTOR

### 5.3 IMÁGENES

- **pág. 6:** img. 001/ img. 001. *Infografía* Recuperado de: Science./ [www.johngrimwade.com/D60.html](http://www.johngrimwade.com/D60.html)
- **pág. 8:** img. 002./ Recuperado de: <http://api.ning.com/files/Rf0HXoqzkq3TrbQ3Ek-QcDGqiPS5JAOz7HwvdNQ5NqmhthiUbChexFVK9g3j3QwCYGCnTTPD.jpg>
- **pág. 9:** img. 003./ Recuperado de: <https://cesarnorena.files.wordpress.com/2011/08/hghh.jpg>
- **pág. 10:** img. 004./ Recuperado de: [http://www.cocacolaespana.es/19201201/joes/blocks/img\\_CVAmEXv7oNyajQf6ZGSp8UDzPBwdWO.jpg](http://www.cocacolaespana.es/19201201/joes/blocks/img_CVAmEXv7oNyajQf6ZGSp8UDzPBwdWO.jpg)
- **pág. 11:** img. 005./ Recuperado de: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/de/dd/49/dedd49887477f58844bf4cc01c9530e3.jpg>
- **pág. 12:** img. 006./ Recuperado de: <http://www.uhu.es/cine.educacion/periodico/dibujos%20periodico/infografia1%20copia.gif>
- **pág. 15:** img. 007./ Recuperado de: <https://nodointerfaz.files.wordpress.com/2009/10/>
- **pág. 17:** img. 008./ Recuperado del libro *pensar con imágenes de Erick Jardí*
- **pág. 22:** img. 009./ Recuperado de: [http://1.bp.blogspot.com/-fVs6ij\\_4Gv0/](http://1.bp.blogspot.com/-fVs6ij_4Gv0/)
- **pág. 23:** img. 010 AUTOR
- **pág. 24:** img. 011 Recuperado de: [http://1.bp.blogspot.com/-fVs6ij\\_4Gv0/](http://1.bp.blogspot.com/-fVs6ij_4Gv0/)
- **pág. 25:** img. 012 AUTOR
- **pág. 26:** img. 013 Recuperado de: [http://1.bp.blogspot.com/-fVs6ij\\_4Gv0/](http://1.bp.blogspot.com/-fVs6ij_4Gv0/)

- **Pág. 27:** img. 014 AUTOR
- **Pág. 28-31:** img. 15-18 / Recuperadas del libro “Cuenca Barrios de Tierra y Fuego”, de la (Fundación Paul Rivet)
- **Pág. 32-33:** img 19 / Planos Recuperados del libro “Planos e imagenes de Cuenca” de Boris Albornoz
- **Pág. 43-47:** img 20-24 / Recuperado de: <http://www.experimenta.es/blog/luis-fernando-quiros>
- **pág. 60:** img. 25 / obtenidas por el Sr. Andrés Polo
- **pág. 61:** img. 26-30 / Renders, AUTOR
- **pág. 62:** img. 31 / obtenidas por el Sr. Andrés Polo
- **pág. 63:** img. 32-37 / Renders, AUTOR
- **pág. 64:** img. 38 / obtenidas por el Sr. Andrés Polo
- **pág. 65:** img. 39-43 / Renders, AUTOR
- **pág. 67-73:** img. 44-54 / AUTOR

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

### 6.1 BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- André Nusselder (2013), *The Surface Effect*, Ed. Routledge. EEUU.
- Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*, (1969), Octava edición, Siglo XXI, México 1985.
- Bogost, Ian (2008), *Unit Operation*, archivo PDF, obtenido en clases del Dr. Carlo Rojas.
- Black, Max. *Modelos y Metáforas*, Ed. Tecnos, Madrid, 1996
- Eco, Umberto, (1995), *Apocalípticos e Integrados*, Ed. Lumen
- Canclini, Néstor, (1995), *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Ed. Grijaldo, S.A. de C.V. México.
- Costa, Joan. (2003) *Diseñar para los ojos*. Ed. Grupo Desing/La pPaz Bolivia/ Abril, 200 / ISBN:99905-0-314-1
- Edgar Morín en Gonzales, Moena, (Comp.)(1997), “Pensamiento complejo. En torno a Edgar Morín, América Latina y los procesos educativos, Santa Fé de Bogotá, Magisterio, traducido del artículo publicado en Pasajes, Paris. 1991.
- Ernst Gombrich, Julian Hochberg y Max Black (2007), *Arte, percepción y realidad*, Ed. Paidós, /España/ ISBN-10: 8449320186
- Giddens, Anthony. 1990. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press. [Consecuencias de la modernidad *Modernity Consequences*. Alianza Editorial, 1993]
- Hall Stuart y Paul du Gay, *Cuestiones de Identidad Cultural*, Amorrortu editores Buenos Aires- Madrid, 1996.
- Imsero (Instituto de Mayores y Servicios Sociales, Colección Documentos Técnicos, *Hacia la plena participación mediante el Diseño Universal*, Madrid, 2010, Ed. Grafo, S.A., D.L: BI-2349-2010
- Lockwood, Robert (1992). *El Diseño de la Noticia*. Barcelona: Editorial, Ediciones B, ISBN:9788440629401
- Márquez, Ricardo. *Cuenca Ciudad Colonial, Cuenca-Ecuador, Talleres del Clero*. 1965.
- Marcus, George 1994 “Notes on the Hyperinterest in Questions of Identity in Contemporary social and Cultural Analysis, with some comments on trends in Latin American Studies”. Conferencia presentada en el VI Coloquio Internacional. Grupo de trabajo (CLACSO) “Historia y antropología andinas”. *Identidad en los Andes*. San Salvador de Jujuy. Del 8 al 11 de Agosto de 1994.
- Münch, L., & Angel, E. (2005). *Métodos y Técnicas de Investigación*. Mexico: Editorial Trillas.
- McLuhan, Marshall (1996), *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Ed. Paidós, Buenos Aires
- Ráfol Rafael, Colomer Antoni, *Diseño Audiovisual*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2003, ISBN:978-84-252-1538-4.
- Ricardo Muñoz Martín, *Interdisciplinariedad y multiculturalidad*, publicación en línea, Vol. 7, Iss. 2, 1999
- Vilar, Sergio, *la nueva racionalidad*, Ed. Cairós, Barcelona-España 1997
- Wilde Guillermo, *La problemática de la identidad en el cruce de perspectivas entre antropología e historia.*, material entregado por la Mgts. Gabriela Eljuri

## 6.2 BIBLIOGRAFÍA REFERENCIAL

- Alleyne, R. (11 Feb 2011). *Welcome to the information age – 174 newspapers a day*. *The Telegraph*.
- Bohn, R. & Short, J. (2012). *Measuring Consumer Information*, *International Journal of Communication*, Vol 6.
- Deleuze Gilles, (1984) *La imagen-movimiento*, Ed. Paidós, Barcelona.
- Dowse, R. & Ehlers, M. (2005). *Medicine labels incorporating pictograms: Do they influence understanding and adherence?*, *Patient Education and Counseling*, Vol 58, Issue 1.
- Green, R. (1989). *The Persuasive Properties of Color*, *Marketing Communications*.
- Holcomb, P. & Grainger, J. (2006). *On the Time Course of Visual Word Recognition*, *Journal of Cognitive Neuroscience*, Vol 18.
- Jay, Martin (1988) *Scopic Regimes of Modernity, Vision and Visuality*, Ed. Vimpu, London.
- Levie, W. J. & Lentz, R. (1982). *Effects of text illustrations: A review of research*, *Educational Communication and Technology*.
- Lester, P. M. (2006). *Syntactic Theory of Visual Communication*.
- Merieb, E. N. & Hoehn, K. (2007). *Human Anatomy & Physiology 7th Edition*, *Pearson International Edition*.
- Mitchell, W.J. Thomas (1942), *Icology: image, tex, ideology*. Ed. The Univesity of Chicago, EEUU.
- Murphie (2012) *Potts Cultural technology, Digital Aesthetics: Cultural effects of new media technologies*. Material obtenido en PDF por el Dr. Carlos Rojas.
- McCabe, D. & Castel, A. (2008). *Seeing is believing: The effect of brain images on judgments of scientific reasoning*, *Cognition* 107.
- Rose Gillian, (2002) *Visual Methodologies, An introducction to the interpretation of Visual Materials*, Ed. Sage, London.
- Nielsen, J. (2008). *How Little Do Users Read?*
- Rancière, Jacques (2005), *Sobre Políticas estéticas*, Ed. Museu, España.
- Semetko, H. & Scammell, M. (2012). *The SAGE Handbook of Political Communication*, *SAGE Publications*.
- Thorpe, S., Fize, D. & Marlot, C. (1996). *Speed of processing in the human visual system*, *Nature*, Vol 381.
- Villafañe Justo, Mínguez Norbeto, (2002) *Principios de Teoría General de la Imagen*, Ed. Pirámide, Madrid.
- Wharton School of Business. ‘Effectiveness of Visual Language’.
- Zacks, J., Levy, E., Tversky, B., Schinao, D. (2002). *Graphs in Print, Diagrammatic Representation and Reasoning*, London: Springer-Verlag.

## 6.3 REFERENTES EN LÍNEA

- Rosenfeld Luis y Morville Peter. O'Really , *Arquitectura de la Información en línea*: <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/fall2010/bby607/IAWWW.pdf>. 2000.
- *Usabilidad: la gran desconocida*. *Emergía*. Artículo publicado en la revista *E.Comm*(N° Sept. 2000)
- Macharowski, Alejandro, *Entre lo analógico y lo digital*, <http://grafica.info/alejandro-macharowski/> revisado el 20 de marzo de 2016
- <http://respuestasops.webcindario.com/disenodigital.html>
- *Información en línea*: <http://yeisonpertuz.blogspot.com/>
- *Información en línea*: <http://grafica.info/author/alejandro-macharowski/>
- *Información en línea*: <http://respuestasops.webcindario.com>
- *Información en línea*: <http://www.bio-design.com.ar>

ANEXOS

# ANEXO 1

## Entrevista

Entrevistado: Arq. Paolo Ortega  
Coordinador Zonal del “SECOB” Servicio de  
Contratación de Obras

### ¿Que opina Sobre la arquitectura en Cuenca?

Puedo decir que la actual ciudad de Cuenca conserva aún el estilo de construcción española en el centro histórico.

El estilo Damero, era el más usado por los europeos en los tiempos de la conquista y permitía organizar las ciudades en crecimiento de manera rápida y ordenada.

Las calles de la ciudad son trazadas perpendicularmente unas con otras, dibujando una cuadrícula, como en un tablero de ajedrez. Este tipo de organización territorial es posible observarla en la gran mayoría de ciudades del Ecuador, pero la gran ventaja que tiene Cuenca, en cuanto a su geografía, es que esta asentada sobre un valle que es prácticamente plano, lo que facilita aún más esta labor del arquitecto. De ahí que, si tomamos un croquis del centro histórico de la ciudad, veremos que posee forma de un cuadrilátero bastante parejo.

Uno de los puntos sobresalientes de la ciudad lo constituye el Barranco del Río Tomebamba. En este punto se puede apreciar, de manera clara, la forma de construcción de las casas que prácticamente cuelgan de las paredes del barranco. La construcción respeta íntegramente el margen del río, lo que muestra que los arquitectos cuencanos siempre cuidaron la morfología que el valle les ofrecía y no intervinieron sobre ella.

### - Sobre su gente

Creo yo que el cuencano se caracteriza por ser emprendedor, una persona que es capaz de acoger a propios y extraños permitiéndole racionarse fácilmente con otras personas, la personalidad del cuencano es relativamente extrovertida sin embargo hay ocasiones en que somos exigentes con nuestros trabajos, en fin creo que así se tendría que ser.

El Cuencano a más de ser muy trabajador esta siempre en la búsqueda de algo intercambiando ideas para ser mejor persona se preocupa por su prójimo, las personas están acostumbradas a vivir tranquilas, existen espacios de esparcimiento público pero con la tranquilidad y honestidad que caracteriza a las personas cuencanas me atrevo a decir que su gente es luchadora, trabajadora, honesta en fin muchos adjetivos calificativos de buenas acciones que nos caracterizan.

### - Con respecto a extranjeros

Nuestra ciudad esta recibiendo muchas personas extranjeras con esto no quiero decir que solo de otros países por lo contrario también de otras provincias del Ecuador, las personas que llegan a Cuenca se enamoran automáticamente de la ciudad tal vez por su tranquilidad por sus servicios o simplemente por la calidez que brindan las personas a los extranjeros que de una u otra manera hacen que se encuentren en casa

Por otra parte si hablamos de los extranjeros de otros países es claro que la mayoría son ingleses o norteamericanos según datos Cuenca es catalogada como la ciudad del retiro para los ciudadanos de estos países sin embargo la acogida en algunos sectores no es del todo bien recibida por lo que la historia nos ha contado, pero en general son vistos como personas que están llegando a conocer nuevas culturas y por que no nosotros aprender de ellos también y si es así pensar que podrían formar parte activa en nuestra sociedad tanto social, cultural y económicamente hablando.

### - Sus tradiciones

Cuenca posee muchas tradiciones no podría ponerme a describir todas pero entre las que recuerdo significativamente están en Navidad el pase del niño tradición desde nuestros abuelos y como no mencionar nuestros carnavales o en Semana Santa la visita de las siete iglesias con el tradicional paseo por las calles de Cuenca hasta altas horas de la noche, paseando con la familia sin temor a la delincuencia pero si un poco al frío

Cuenca tiene tradiciones particulares en cada sector o barrio que se las puede apreciar si uno llega con su familia, cada barrio es diferente, en algunos realizan caminatas en devoción a algún santo y en otros es una total fiesta en el parque donde todos se conocen con todos y a los visitantes los reciben como si fueran parte de la familia.

Lo lamentable es que poco a poco estas tradiciones se están perdiendo como es el de las marías que lavan la ropa en las orillas del Río Tomebamba ya no se ve eso tal vez en sectores alejados de la ciudad pero era parte de nuestra identidad como cuencanos en donde nuestros abuelos la disfrutaban y se bañaban en los ríos de Cuenca.



### - El crecimiento del barrio

los barrios tradicionales de la ciudad sin duda han experimentado muchos cambios como es ahora mismo el hecho de que se interviniera en el centro histórico para la implementación de un transporte urbano de vanguardia como es el tranvía un sistema de transporte amigable con el medio ambiente,

una u otra manera se verán beneficiados por este servicio

los barrios en cuenca en cada una de sus esquinas cuenta una historia diferente en la que el pasar de los años se acentúa como un bien intangible para la sociedad, pero eso si hay que respetar los espacios comunes y ver las verdaderas necesidades de un sector antes de intervenir y dar paso así a la llamada modernización termino que esta desgastado pues hoy en día la modernización no se la ve como meta a alcanzar sino como una opción que cada ciudadano tiene que tener en cuenta a la hora de pagar un servicio sea de transporte, salud, o vivienda

### - Sobre la Iglesia

La ciudad de Cuenca es humanamente temporalizada, es decir, en la que coexisten pasado, presente y futuro sin que el peso de alguna de las tres dimensiones agobie a las otras dos.

Ciertamente el espíritu reside en sus habitantes, pero se expresa en su estructura física. La presencia de templos y adoratorios, de casas conventuales y expresiones materializadas de la religión, evidentemente son señales de espiritualidad. La paz espiritual reposa en Cuenca, penetra en el visitante por la vista y por los poros, se la respira.

Para dar un ejemplo la iglesia de San Sebastián fué construida en 1692, se venera allí la imagen de la Virgen de la Mercedes. A la iglesia y “Parroquia de indios” de San Sebastián, la ultima restauración se hace en la segunda mitad del siglo XX. En el interior del templo remata con una alta cúpula que se eleva sobre el presbiterio, y una torre que corona el lado izquierdo de la fachada.

Una preciosa puerta de madera fina da acceso al templo. El espacio interior está dividido en tres naves, mediante pilares de madera. En una esquina de la plazoleta delantera, al borde de la calle Bolívar, se levanta la tradicional y venerada Cruz de San Sebastián.

### - Con respecto a las nuevas generaciones

los jóvenes de hoy tienen muchas ventajas en el sentido de aprendizaje, movilidad y servicios ellos tendrían oportunidades que antes no tenían nuestros padres, como sería posible que esto se pudiera aprovechar más es una pregunta que siempre me la he planteado, los colegios hacen su parte pero esta en uno desde nuestros hogares inculcar las tradiciones que se están perdiendo si bien es cierto que vivimos en una era tecnológica y que el internet es parte de nuestra vida así como los medios masivos de publicidad y comunicación tendríamos que pensar en el desarrollo socio cultural y la interrelación que se podría brindar con un poco más de interés así a nuestros jóvenes y niños y encaminarlos por tradiciones que nunca se hubieran imaginado que tendrían nuestros padres.

### - La tecnología como medio difusivo

las personas hoy en días miran la capacidad de comunicarse, socializar y comerciar mediante la Tecnología, la gente vive donde sea más conveniente para ella y a bajo costo. En el enfoque de las soluciones de negocios, la premisa será que las empresas tendrán que sacar ventaja del conocimiento institucional y sacar ventaja competitiva sostenible. Para el enfoque de los productos, la tecnología abaratará manufactura y costos esto como una breve mirada a lo que está pasando a nuestro alrededor y de las verdades de una tecnología óptima y responsable, sin embargo.

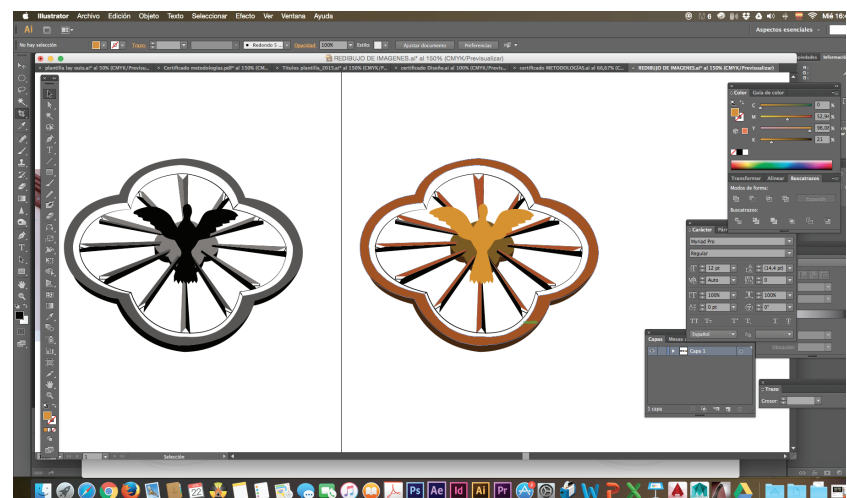
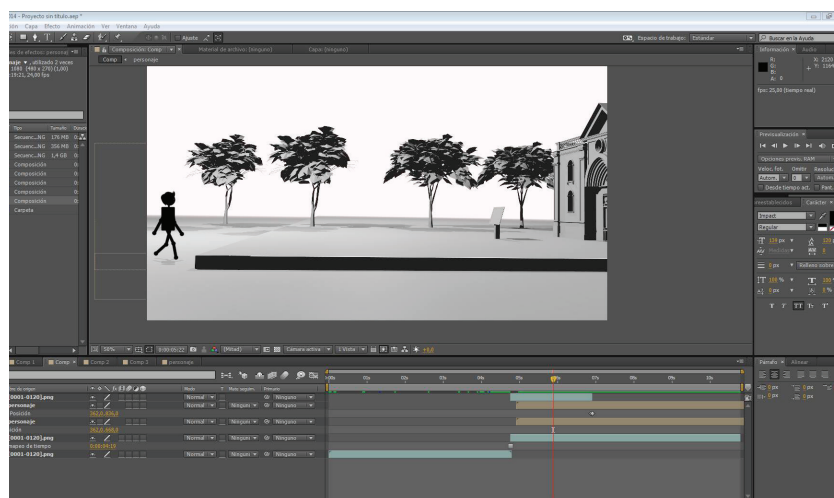
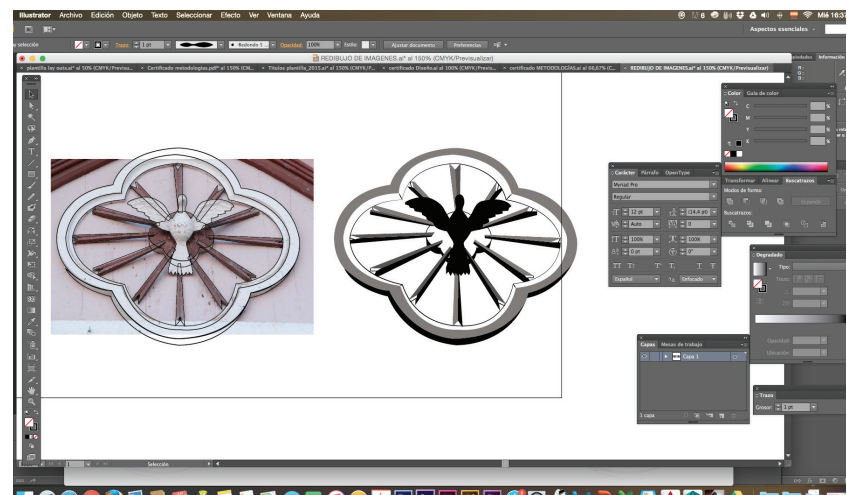
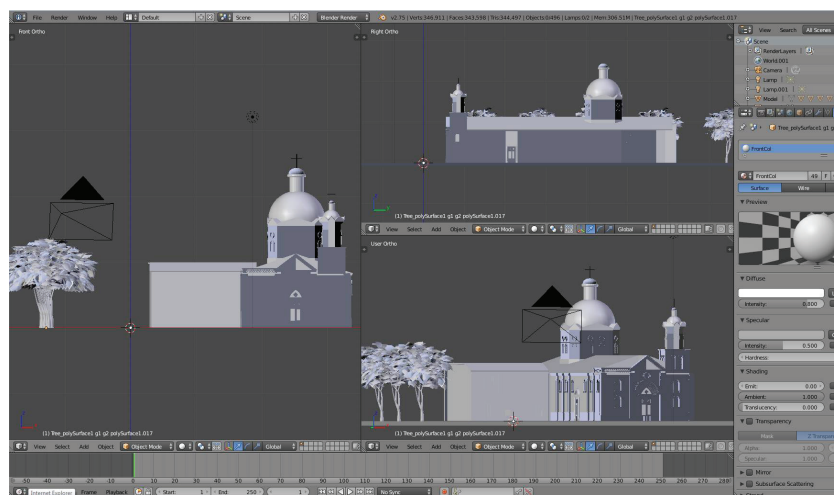
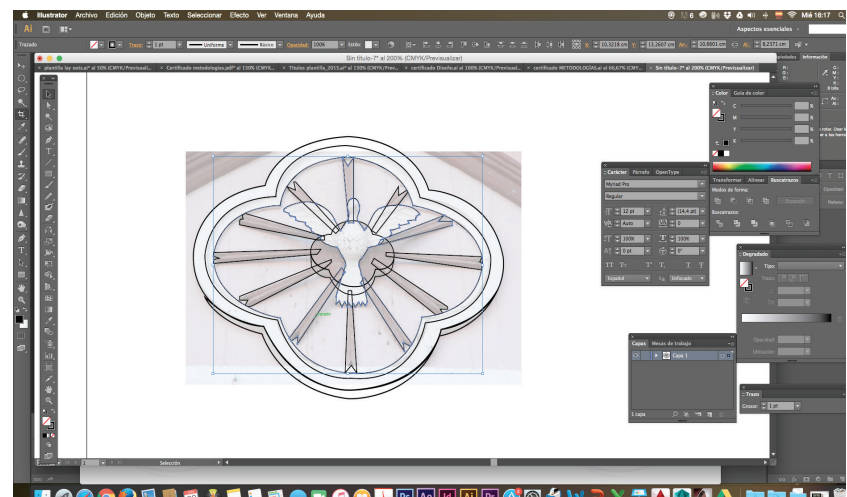
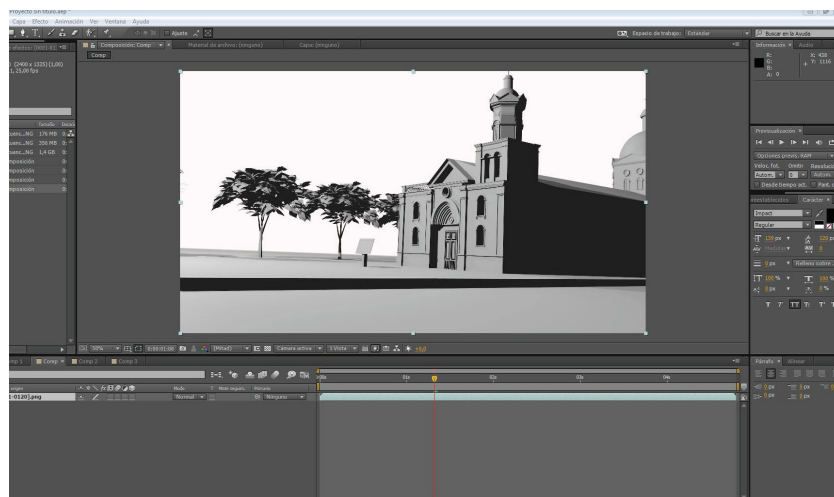
las Tecnologías y el Internet y los medios de comunicación permitirán que la publicidad sea diseñada a la medida de cada cliente, pero con un alto alcance y un bajo costo.

Es decir al alcance de todos y desde el enfoque gubernamental el uso de las Tecnologías permitirá ofrecer diversos servicios a cualquier hora y lugar. Para el enfoque educativo el formato tradicional presencial puede ser superado por los cursos en línea, vía satélite y por Internet, ingresar a más y mejores oportunidades sin realizar desplazamientos de sus lugares de origen y por que no decir desde su mundo desde su dispositivo móvil desde su interior.

## ANEXO 2

Registro fotográfico del proceso de investigación y proceso del proyecto de diseño infográfico





## ANEXO 3

### Registro de otras iglesias de la ciudad de Cuenca .

#### Catedral de la Inmaculada Concepción (Catedral Nueva)

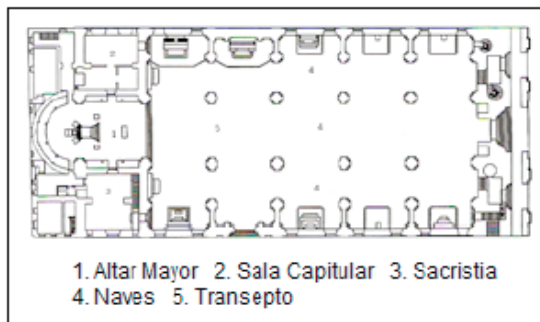
Ilustración 66. Catedral de la Inmaculada Concepción (Catedral Nueva)



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 87)

#### Planos de la Catedral de la Inmaculada Concepción:

Ilustración 67. Planos de la Catedral de la Inmaculada Concepción



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 87)

#### Iglesia de El Vergel

Ilustración 38. Iglesia de El Vergel



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 256)

#### Plano de la Iglesia de El Vergel

Ilustración 39. Plano de la Iglesia de El Vergel



Fuente: (Barreto Jaime y otros, 1995, P. 166)

### Iglesia de María Auxiliadora

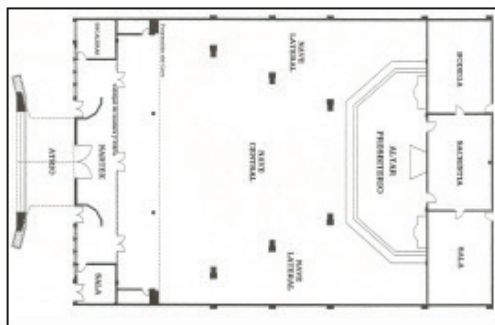
Ilustración 96. Iglesia de María Auxiliadora



Fuente: (Archivo de Familia Idrovo Correa)

### Plano de la Iglesia de María Auxiliadora

Ilustración 97. Plano de la Iglesia de María Auxiliadora



Fuente: (Barreto Jaime y otros, 1995, P. 82)

### Iglesia de San Roque

Ilustración 94. Iglesia de San Roque



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 223)

### Plano de la Iglesia de San Roque

Ilustración 95. Plano de la Iglesia de San Roque



1.Nave 2.Presbiterio 3.Sacristía 4.Vestíbulo 5.Aula

Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 223)

### Iglesia de San José del Vecino

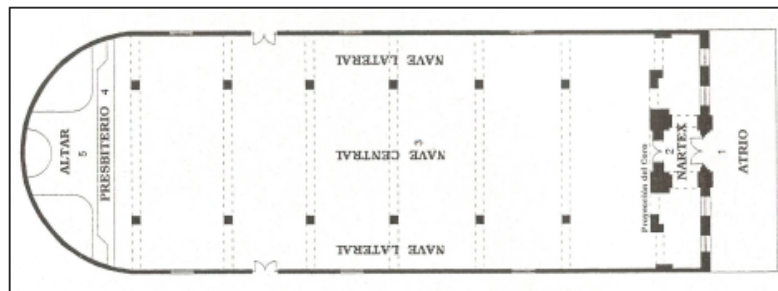
Ilustración 92. Iglesia de San José de El Vecino



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 268)

### Plano de la Iglesia de San José del Vecino

Ilustración 93. Plano de la Iglesia de San José de El Vecino



Fuente: (Barreto Jalme y otros, 1995, P. 133)

### Iglesia de El Cenáculo

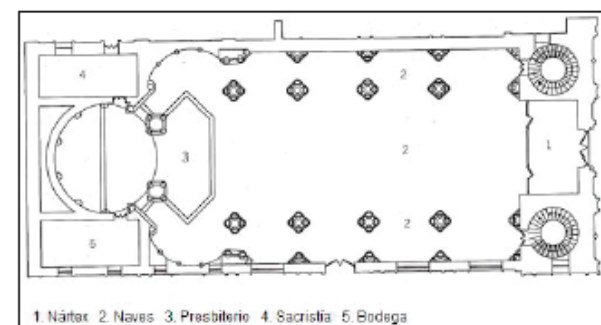
Ilustración 90. Iglesia de El Cenáculo



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 102)

### Plano de la Iglesia de El Cenáculo

Ilustración 91. Plano de la Iglesia de El Cenáculo



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 103)

### Iglesia de La Merced

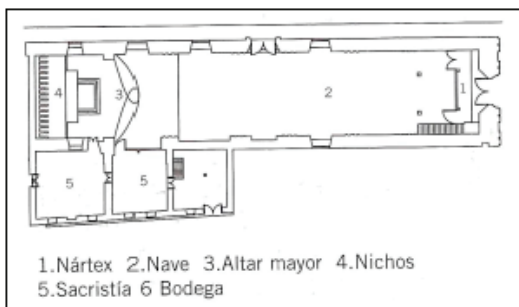
Ilustración 88. Iglesia de La Merced



Fuente: (<http://www.viajeros.com/diarios/cuenca/cuenca-10>)

### Plano de la Iglesia de La Merced

Ilustración 89. Plano de la Iglesia de La Merced



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 186)

### Iglesia del Corazón de Jesús

Ilustración 86. Iglesia del Corazón de Jesús



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 122)

### Plano de la Iglesia del Corazón de Jesús

Ilustración 87. Plano de la Iglesia del Corazón de Jesús



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 122)



### Iglesia de San Alfonso

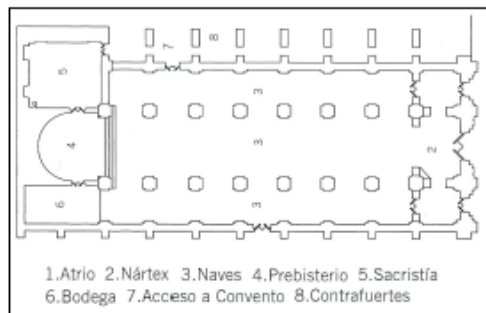
Ilustración 84. Iglesia de San Alfonso



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 61)

### Plano de la Iglesia de San Alfonso

Ilustración 85. Plano de la Iglesia de San Alfonso



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 61)

### Iglesia de Las Conceptas

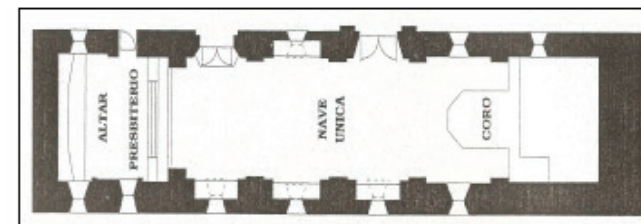
Ilustración 80. Iglesia de Las Conceptas



Fuente: (<http://flickeflu.com/set/7215760345279831>)

### Plano de la Iglesia de Las Conceptas

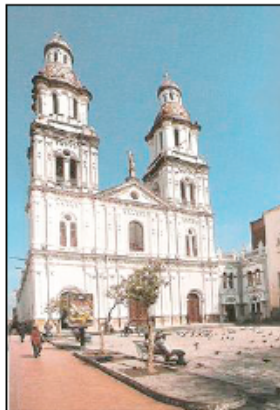
Ilustración 81. Plano de la Iglesia de Las Conceptas



Fuente: (Barreto Jaime y otros, 1995, P. 35)

### Iglesia de Santo Domingo

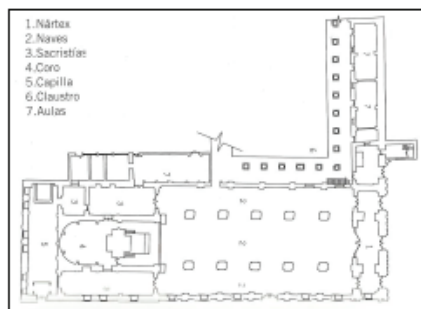
Ilustración 78. Iglesia de Santo Domingo



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 134)

### Planos de la Iglesia de Santo Domingo

Ilustración 79. Planos de la Iglesia de Santo Domingo



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 134)

### Iglesia de Todos Santos

Ilustración 74. Iglesia de Todos Santos



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 174)

### Planos Iglesia de Todos Santos

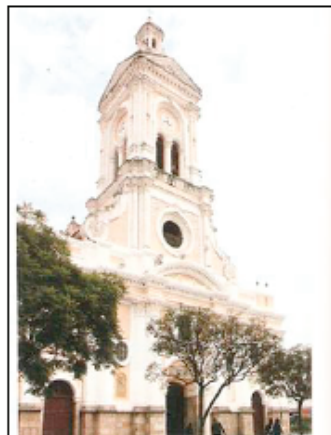
Ilustración 75. Planos Iglesia de Todos Santos



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 174)

## Iglesia de San Francisco

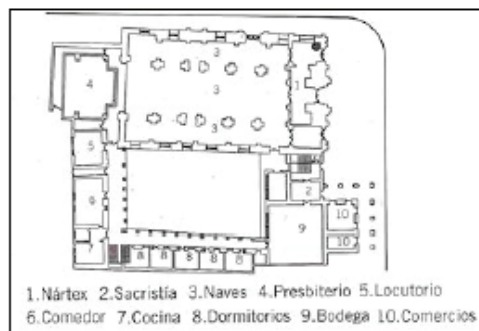
Ilustración 72. Iglesia de San Francisco



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 206)

## Planos de la Iglesia de San Francisco

Ilustración 73. Planos de la Iglesia de San Francisco



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 206)

## Iglesia El Carmen de la Asunción

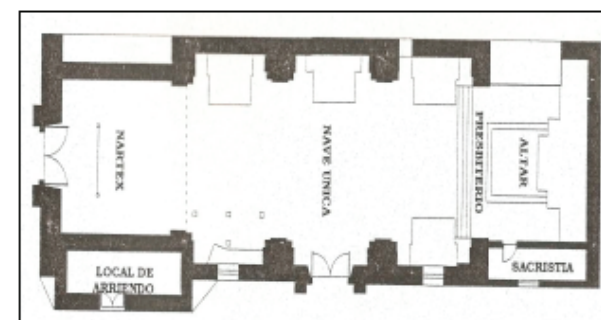
Ilustración 70. Iglesia de el Carmen de la Asunción



Fuente: (Junta de Andalucía y Otros, 2007, P. 83)

## Planos de la Iglesia El Carmen de la Asunción

Ilustración 71. Planos de la Iglesia del Carmen de la Asunción



Fuente: (Barreto Jaime y otros, 1995, P. 19)







*“La complejidad no es una meta a la que  
hay que arribar, sino una forma de  
interacción con el mundo”*

***Denise Najmanovich***

