

2018

**EMPLEO DEL DISEÑO EDITORIAL
PARA APORTAR A LA DIFUSIÓN
DE LAS NUEVAS CULTURAS
JUVENILES**

2018

| **Autor:**
| Pablo Miranda
| **Tutor:**
| Cristian Alvarracín
| **Fotografía**
| Autor
| **Diseño y Diagramación**
| Autor
| **Cuenca - Ecuador**
| 2017-2018

CRUDAC
LALLES

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

FAMILIA

PERSONAS CON EL

APOYO Y LAS FUERZAS PARA

CULMINAR MI CARRERA CON ÉXITO

1995

MARÍA

CARLOSPATRICIA

DAVIDSALOME

NEGRO-ALVIN-KYARA

ABUELOS-SOBRINOS

PRIMOS-TIOS

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la vida que me ha dado la oportunidad de poder estudiar una carrera, de igual manera a todos mis profesores, a mi familia y sobre todo a mis PADRES, las personas mas importantes de mi vida.

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mis padres quienes siempre estuvieron ahí cuando me sentía débil, dándome la fuerza necesaria que me ayudaría a culminar un proyecto más para mi vida.



ÍNDICE

G E N E R A L

CAPÍTULO 1 ★

12	MARCO TEÓRICO
16	1.1 Sociedad y Cultura
18	1.1.1 Juventud como construcción social
20	1.1.2 Tribus Urbanas
21	1.1.3 Origen y Tipos
24	1.2 Identidad Juvenil
25	1.2.1 Nuevas formas de expresión juvenil
27	1.2.2 Nuevos movimientos
29	1.2.3 Identidades Contemporáneas
32	1.3 Diseño y Cultura
32	1.3.1 Diseño y Cultura
34	1.3.2 Globalización e Identidad
36	1.3.1 Mercado, consumo y cultura
39	1.4 Diseño Editorial
41	1.4.1 Editorial Impreso
43	1.4.2 Editorial en Revistas
46	INVST. DE CAMPO
53	HOMÓLOGOS
55	3.1.1 Forma
57	3.1.2 Función
59	3.1.3 Tecnología
62	CONCLUSIONES

CAPÍTULO 2 ★

65	TARGET
66	5.1.1 Ingresos - Variables demográficos.
67	5.1.2 Estilo de vida - Ideales
68	5.2 Persona Design
69	5.2.1 Descripción de dos personas design
70	PARTIDAS DE DISEÑO
72	6.1 Forma
74	6.2 Función
76	6.3 Tecnología
78	PLAN DE NEGOCIOS
79	7.1 Producto Editorial
81	7.1.1 Producto
81	7.1.2 Plaza
83	7.1.3 Precio
83	7.1.4 Promoción
85	CONCLUSIONES

CAPÍTULO 3 ★

87	IDEACIÓN
88	9.1 Generación de Ideas
90	9.1.1 Selección 10 ideas
93	9.1.2 Selección 3 ideas
93	9.1.3 Selección idea final
95	SISTEMA DE DISEÑO
96	10.1 Proceso de desarrollo
97	10.1.1 Tipografía
97	10.1.2 Cromática
97	10.1.3 Fotografía
98	10.2 Proceso de desarrollo <small>FUNCIÓN</small>
99	10.2.1 Pasta
99	10.2.2 Encuadernación
99	10.2.3 Sistema y Diagramación
100	10.3 Proceso de desarrollo <small>TECNOLOGÍA</small>
101	10.3.1 Software utilizado
103	CONCLUSIONES

CAPÍTULO 4

105	DISEÑO
106	12.1 Preparación idea
107	12.1.1 Resumen idea final
108	12.2 Soporte y Formato
109	12.2.1 Retícula
109	12.2.2 Material de impresión
110	12.3 Logotipo
111	12.3.1 Concepto
114	12.4 Diagramación
115	12.4.1 Imagen y texto
116	12.5 Constantes
117	12.5.1 Tipografía
117	12.5.2 Cromática
118	12.6 Foto libro
119	12.5.1 Uso de las fotografías
121	CONCLUSIONES
123	VALIDACIÓN
131	CONCLUSIONES FINALES

ABSTRACT

Title: Usage of editorial design to contribute to the dissemination of the youth cultures in Cuenca

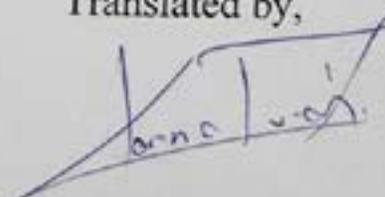
Cuenca is characterized by its cultural diversity, which in a large extent is starred by young people who reveal their expressions in a particular way, being the city streets the ideal scenario where they are depicted. Those expressions are sometimes misunderstood by the community due to the lack of knowledge of the ideologies that are behind them. Therefore, the usage of photography and editorial design, it is proposed to create a product whose shape and contents come from the endeavor of this youth culture in order to disseminate a social knowledge that will help to achieve a better comprehension of these groups.

Key words: editorial design, society, photography, urban tribes, youth, social conflict, disseminating, expression

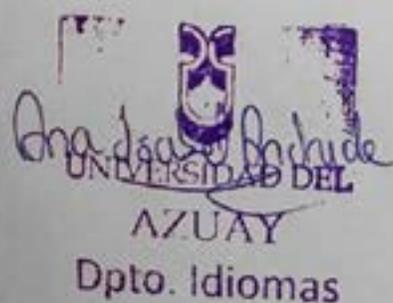
Pablo Miranda B.
Student

Cristian Alvarracín, DSnr.
Director

Translated by,



Karina Durán



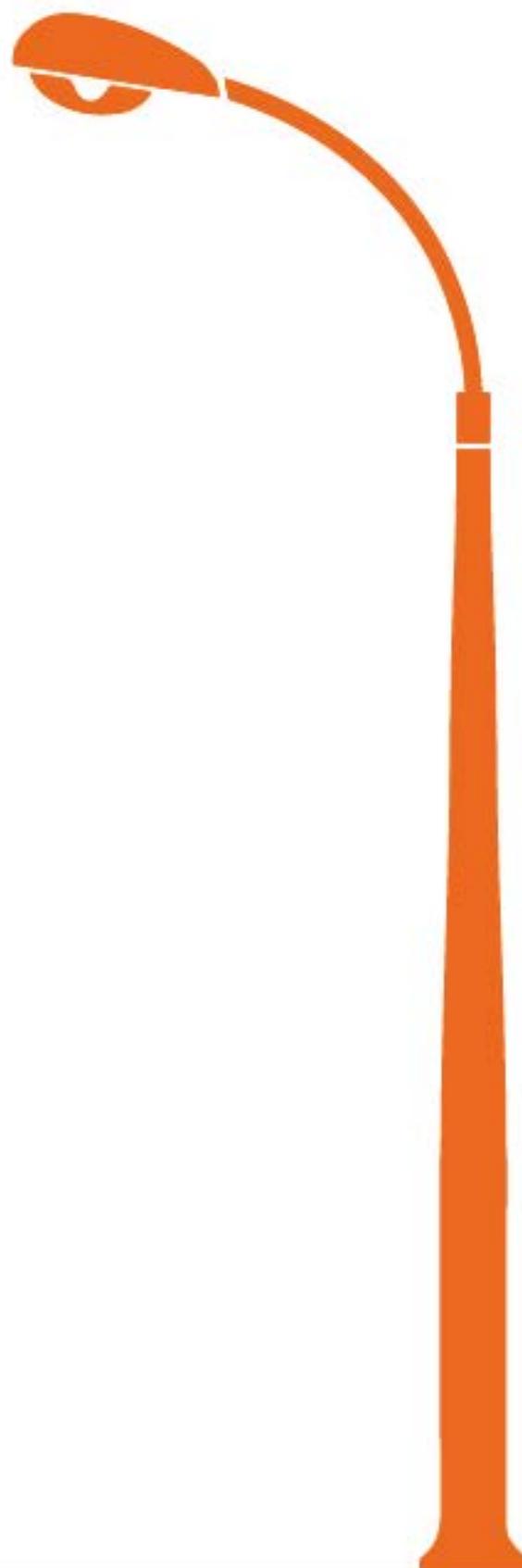
RESUMEN

Cuenca se caracteriza por su variedad cultural, que en gran parte es protagonizada por jóvenes que manifiestan sus expresiones de una forma particular, siendo las propias calles de la ciudad el escenario ideal en donde plasman dichas expresiones, que en ocasiones son mal interpretadas por la colectividad debido al desconocimiento de las ideologías que están detrás de estas manifestaciones.

Por lo tanto, mediante el uso de la fotografía y el diseño editorial se plantea crear un producto cuya forma y contenidos derivan del que hacer de estas culturas juveniles con el afán de difundir un conocimiento social que ayudaría a lograr una mejor comprensión de estos colectivos.

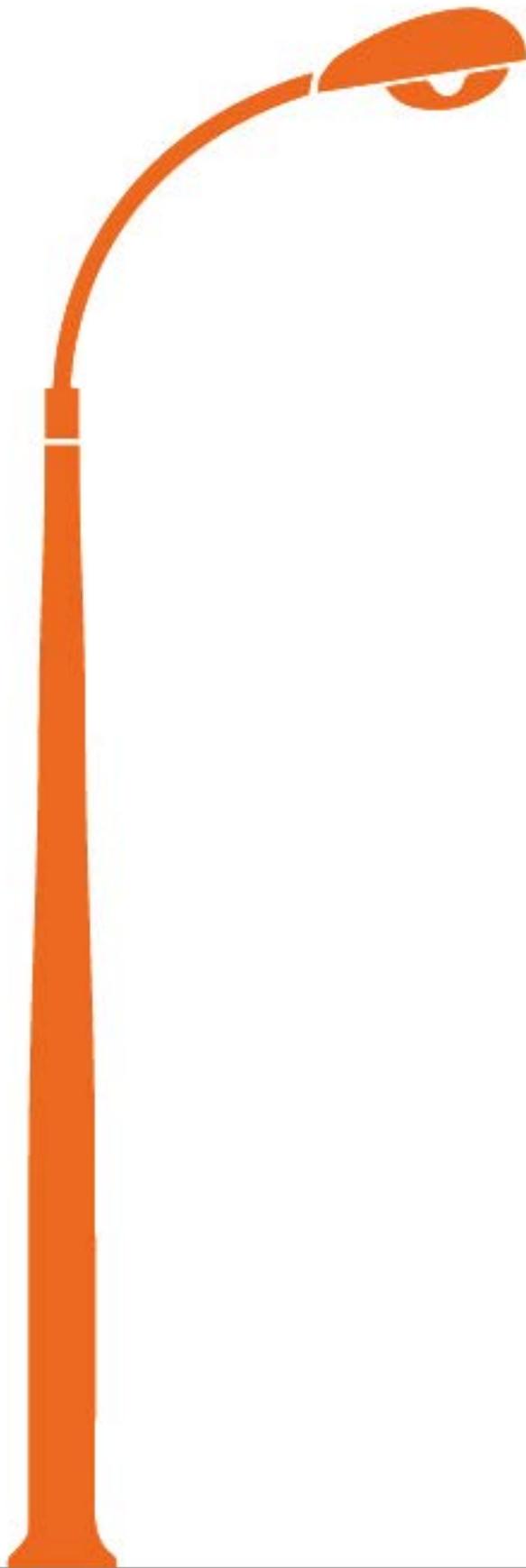
PALABRAS CLAVE

Diseño editorial, Sociedad, Fotografía, Tribus Urbanas, Juventud, Conflicto social, Difundir, Expresión.



**DEBEMOS CREAR UN ARTE NUEVO,
UN ARTE DE NUESTRO TIEMPO.**

MUSSOLINI



OBJETIVOS

GENERALES:

-Diseñar un producto editorial, cuyo contexto está centrado en las expresiones y manifestaciones de ciertas culturas juveniles que existen en la ciudad de Cuenca.

-Mediante el uso de la fotografía crear una mejor apreciación de los actos de estas nuevas culturas juveniles.

ESPECÍFICOS:

Aportar a difundir las manifestaciones y vivencias de las nuevas culturas juveniles en la ciudad de Cuenca mediante un producto editorial gráfico.

INTRODUCCIÓN

La juventud es una etapa única de las personas en la cual se definen sus criterios, comportamientos, expresiones etc, en otras palabras es la etapa de vida donde se define la personalidad.

En el primer capítulo se analiza el marco teórico que me ayudará a infundir mi propuesta por un camino mas adecuado gracias al ciertas teorías de la juventud y su participación social, también se analiza conceptos sobre diseño y cultura que van de la mano y son muy importantes en la investigación del contexto para el producto final.

Los homólogos y la investigación de campo son parte de este capítulo los mismos que son herramientas claves y sirven para dar una breve reseña de lo que se piensa realizar como proyecto final.

En el segundo capítulo se analiza el target y su debida segmentación de mercado, también se considera el estudio de las partidas de diseño mediante la observación de la forma función y tecnología dell producto.

En el capítulo tres es la etapa donde se genera 10 ideas que se acoplen a una posible solución y posteriormente mediante una previa selección, obtener la idea más acertada la misma que será analizada en el siguiente capítulo.

Finalmente en el cuarto capítulo se demuestra el desarrollo del producto empezando desde su concepción hasta su elaboración.

Por ultimo se realiza una respectiva conclusión y recomendación hacia los usuarios que sienten la necesidad de conocer mas acerca de estas nuevas culturas que de apoco van generando nuevas expectativas dentro de la sociedad.

[Volver al índice](#)



DIAGNÓSTICO

C A P Í T U L O 1

1

MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de este proyecto tome como base 2 marcos conceptuales, que serán los pilares para lograr una mejor y correcta concreción del diseño final.

En la primera parte abarcaremos temas y teorías sobre la participación e identidad juvenil dentro de la sociedad y su manera de crear sus propias expresiones artísticas, además de la existencia de una constante necesidad de reconocimiento y apoyo en la sociedad cuencana.

En la segunda parte se abarcan teorías del diseño en fusión con la cultura y su aparición en el mercado del consumo mediante elementos que buscan trascendencia mediante productos que contienen rasgos culturales.

El diseño editorial y el manejo de elementos como la tipografía y la cromática son otro punto importante que esta dentro de la concepción del producto final.





JUVENTUD Y SOCIEDAD

[Volver al índice](#)

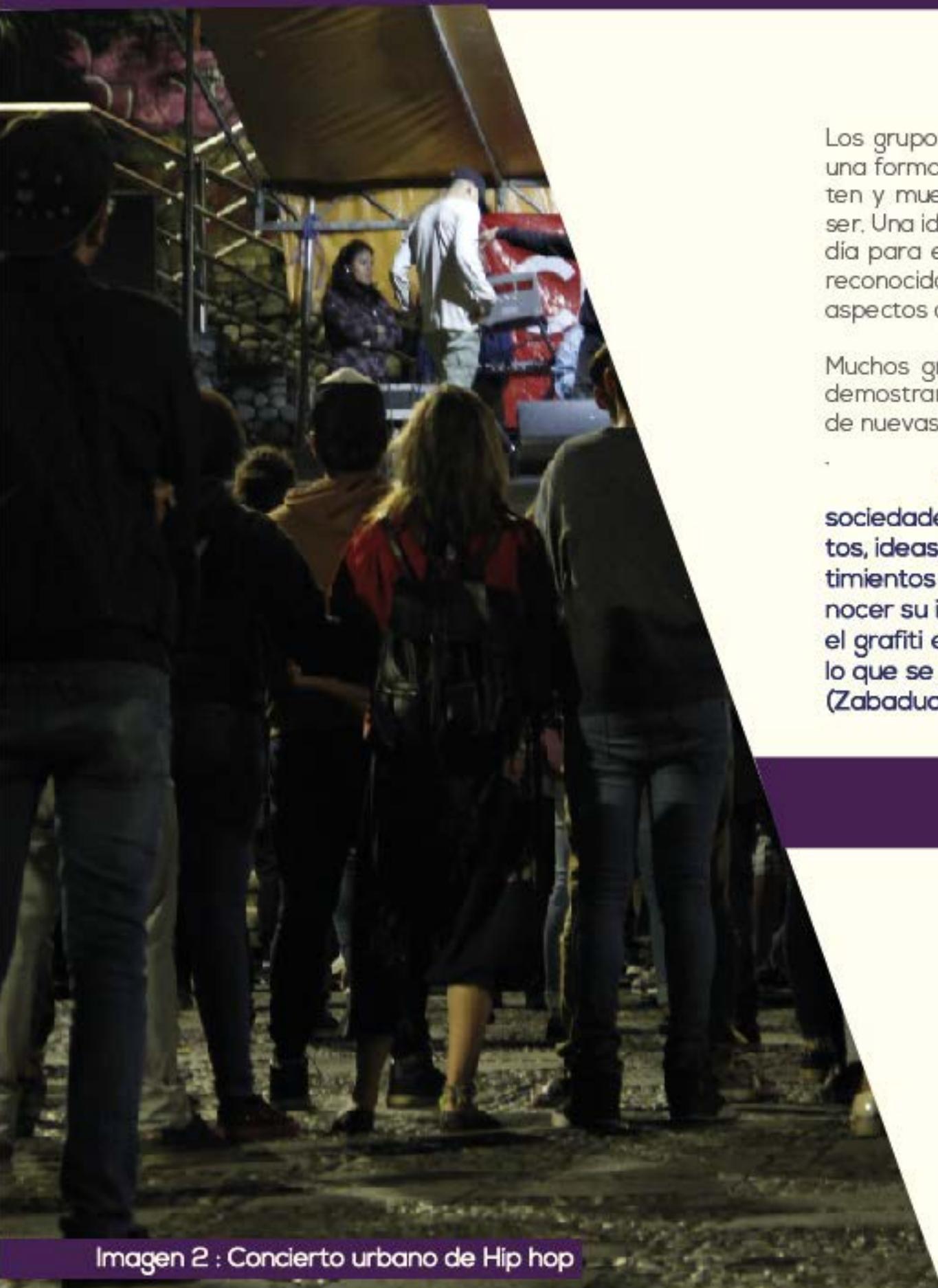
Los jóvenes de la actualidad son una parte social muy interesante para ser analizada, pues crecen y se desarrollan en un mundo donde las tendencias, modas y el consumo masivo predominan sus vidas.

Estas generaciones adoptan nuevas preferencias hacia actividades que se salen de los parámetros comunes establecidos por la sociedad. Una característica de los jóvenes es que tienen que ver con el presente y al mismo tiempo el sector dinámico que cambia día a día.

Algo muy curioso es que los jóvenes en ocasiones sienten un llamado a hacer algo por su país, comunidad o familia, pero tristemente existe una gran barrera social la cual es muy difícil de atravesar y no todos tienen las herramientas y las fuerzas necesarias para hacerlo y cuando tratan de hacerlo se pueden encontrar en medio a barreras mas grandes de atravesar como la mediocridad, los malos hábitos, las malas compañías, las drogas; además las oportunidades disminuyen mas aún si pertenecen a barrios bajos y urbanos los mismos lugares que son los más susceptibles a la aparición de grupos delincuenciales.



Imagen 1 : Concierto urbano de Hip hop



Los grupos sociales siempre han buscado una forma de expresión que los representen y muestre lo que realmente quieren ser. Una identidad cultural no se crea de un día para el otro, pues para que esta sea reconocida como tal debe tener varios aspectos que le den este reconocimiento.

Muchos grupos juveniles han optado por demostrar que pueden ser generadores de nuevas formas de expresión social

“Se puede decir que todas las sociedades mantienen comportamientos, ideas, expresiones, creencias y sentimientos comunes, que permiten reconocer su identidad cultural, por ejemplo, el grafiti es una forma de expresión de lo que se conoce como cultura urbana.” (Zabadua,2008).

Imagen 2 : Concierto urbano de Hip hop

1.1.1 JUVENTUD COMO CONSTRUCCIÓN SOCIAL

“El estatus y rol de la juventud también son relativos. Conforme los contextos socio-históricos cambian, los patrones de cultura se modifican, varían y adecúan conforme las expectativas de cambio se generan en los grupos sociales. El constructo social juvenil varía a través de la historia” (Shmitt , 2006).

La teoría de Smith es muy acertada ya que los cambios de la vida social son los cuales moldean las formas de pensar de los jóvenes ya que ellos adquieren modos particulares de demostrar sus expresiones culturales a la sociedad y al mismo tiempo cumplen su rol de jóvenes.

Estos jóvenes ocupan espacios públicos a los cuales sienten como un espacio único aunque ilegal pero es el lugar donde ellos pueden generar un tipo muy diferente de protesta hacia la sociedad la misma que no recibe ese mensaje y al contrario desprecia estos grupos que han crecido bajo esa mala reputacion que se le ha dado por parte de las personas que ignoran este tipo de grupos.



Imagen 3 : Concierto urbano de Hip hop

Es importante destacar que las teorías sobre juventud corresponden también a las visiones predominantes sobre la concepción del ser humano, y a la situación política, económica y social existente en el momento en el que la teoría en cuestión fue desarrollada.

Por ende estas teorías ayudan a entender varias miradas que se le ha dado a la juventud desde diferentes puntos de vista profesionales, para generar una propuesta que pueda ser incluyente hacia estos grupos quienes buscan un espacio en la sociedad.

**CONFORMAN UNA UNIDAD
HOMOGÉNEA
PERO SI SE LOS COMPARA
CON EL RESTO DE LA SOCIEDAD
SON DIFERENTES.**

Imagen 4 :Practicas de Skate y Bmx



1.1.2 TRIBUS URBANAS

Se define tribus urbanas, a ciertas agrupaciones juveniles con ideologías diferentes a las convencionales, estos individuos están en busca de su identidad, de no pertenecer a las masas: estos grupos se han formado desde la mitad del siglo 20, pero con la llegada del siglo 21 surgieron nuevas tendencias y junto a ellas nuevas maneras de expresión, en un mundo siempre cambiante.

Las tribus reúnen a jóvenes que comparten espacios similares y se comunican a través de los mismos códigos estéticos, se visten parecidos, hablan parecido etc.

1.1.2.1 ORIGEN EN CUENCA *BREVE RESEÑA*

Boris Ortega, uno de los fundadores de la cultura hip hop en nuestra ciudad expresa que las primeras tribus urbanas en Cuenca aparecen hace aproximadamente 17 años. Existían muy pocos grupos que se dispersaban por zonas rurales de la ciudad tales como totoracocha y el control sur, lugar donde se creaban conjuntos que se conformaban por jóvenes que tenían sus propias formas de manifestación. Estos grupos empezaron moviéndose entre la ciudad de una manera "underground" que solo actuaban por las noches y en lugares poco recurrentes o muy visibles.



Imagen 5 : Practicas de Skate y Bmx

1.1.3 ORIGEN Y TIPOS

Segun Piscitelli en su libro "Ciberculturas" las tribus urbanas aparecen a mitad del siglo XX. Estas agrupaciones buscaban compartir gustos similares, formas de pensar y de actuar. Para mucha gente se trata de grupos que se motivan por afinidades estéticas. Algunos componentes que caracterizan a estos grupos es la diferente manera de tratar a su cuerpo con tatuajes o perforaciones para diferenciarse del resto.

Entre estos grupos veremos las definiciones de algunos de los mas relevantes y familiarizados por la población cuencana. Grupos que han sido parte de la cultura general de nuestra ciudad pero que han perdido parte de ese apoyo social.

Cultura Hip Hop.- Es un movimiento artistico y cultural que surgió en las comunidades afroamericanas y latinoamericanas de barrios populares neoyorquinos
www.winterhop.com

Graffiti- Son expresiones artisticas o criticas que se escriben y dibujan generalmente en los muros públicos de los espacios urbanos.
www.graffpro.com

Skateboarding .- Tuvo una mayor influencia en la cultura internacional que se extendía desde el estilo duro-afilado del punk
www.trashermag.com

Bmx Callejero.- Consiste en buscar obstáculos "naturales" por la calle y entrenar sobre terreno urbano con una bici bmx.
www.buhomagazine.com



Imagen 4 : Puente Roto-Totoracocha-Otorongo-Parque Industrial



[Volver al índice](#)



IDENTIDAD JUVENIL

[Volver al índice](#)

“La relación entre cultura e identidad es muy estrecha en cuanto ambas son construcciones simbólicas, pero indudablemente no son la misma cosa. La cultura es una estructura de significados incorporados, la identidad es un discurso o relato sobre sí mismo construido en la interacción con otros mediante ese conjunto de significados culturales.” (Ochoa,2012).

Los jóvenes siempre han tenido que acomodarse a los grupos sociales o comunitarios donde han sido criados, muchas veces por elegir diferentes caminos se encuentran con varias dificultades dentro del círculo social, pues al no ser incluidos por grupos superiores estos son marginados y son calificados con poca importancia. Esto afecta gravemente los propósitos y metas que los jóvenes se proponen alcanzar.

(1997) Hopkins sostiene que la modernización de la sociedad conlleva un coste elevado para configurar la identidad de los jóvenes quienes se separan o auto marginan de la sociedad



Imagen 7 : Jaquin en su tienda La Mata

1.2.1 EXPRESIÓN JUVENIL

“Conviene dejarlos de ver como seres humanos incompletos, porque son jóvenes. Ellos tienen bastantes ideas. Sería bueno sentarse a dialogar con ellos. Me refiero a padres, curas, autoridades, maestros, investigadores. Tendría que ser una solución compleja, en la que debemos estar comprometidos todos. Los adultos proponemos algo y no resulta y pensamos que los locos son los jóvenes, porque no están participando como queremos”. (Torres, 2000).

Los jóvenes exploran estos grupos y buscan en alguna donde puedan encajar, y por ende una aceptación en la sociedad pero para lo cual necesita un diálogo con ellos para encontrar una armonía social que les permita aflorar sus habilidades y expresiones en la cual el arte pueda generar estabilidad productiva y lograr aportar a la evolución de estas culturas.

Una de las dificultades que los jóvenes atraviesan sin duda es la complejidad cultural que demuestra los cambios que se van creando conforme la sociedad va cambiando, varios de estos cambios los podemos ver evidenciados en muchos aspectos de nuestra vida cotidiana

1.2.2 NUEVOS MOVIMIENTOS

Las nuevas generaciones juveniles aparecen con nuevas ideas y formas particulares de mirar el mundo, ellos buscan un avance en la aceptación y el reconocimiento dentro la sociedad quien es la que cuestiona el estatus de los jóvenes y de la población en general.

Actualmente, en nuestra ciudad la parte gubernamental está poco involucrada y no presta interés al estatus de los jóvenes quienes buscan crear sus movimientos a través de la consagración y el derecho a la diferencia abarcando de una manera especial a los llamados "nuevos" movimientos juveniles.

ES BUENO ENTENDER UNIVERSO DIFERENTES



Imagen 9 : Escalinatas del Otorongo

LA IDENTIDAD COMO UN QUE POSEE PENSAMIENTOS

Por otra parte, consideremos que los movimientos juveniles han sido una de las principales formas de plantear la democratización de las sociedades y de los estatus, y no todas estas deben pasar por la aceptación para poder existir o mantenerse. Así podemos referirnos a los movimientos juveniles como una "noción que evoluciona para pensar la constitución de sujetos críticos dentro de un tipo de sociedad." (Tapia 2008 : 62).



1.2.3 IDENTIDADES CONTEMPORÁNEAS

“Las identidades juveniles contemporáneas han mutado su contexto relacional hacia los procesos de cómo codificar sus redes de pertenencia y cómo asentarse individual y colectivamente frente a la sociedad.” (Zabadua,2008).

La mutación de las culturas juveniles es un hecho pues cada agrupación nace con diferentes modos de pensamiento y esto hace que tengan comportamientos diferentes en la sociedad, cada joven se siente con esa necesidad de pertenecer a un colectivo que sea ideológica y significativamente compatible con su forma de pensar.

En Ecuador, cada vez es mas frecuente la aparición de movimientos juveniles como estos, los mismos que vienen en conjunto pugnando nuevas formas de política social y hoy anhelan un espacio para poder plasmar sus manifiestos culturales.



Imagen 10 : Practicas de Skate y Bmx

1.2.3.1 GLOBALIZACIÓN CULTURAL

La globalización cultural es un producto de las relaciones internacionales que tienen que ver con el intercambio de la economía, tecnología, información, turismo entre otros.

Los mercados de consumo se expandieron y de la misma forma el intercambio de servicios y bienes culturales que han creado conexiones importantes entre países y comunidades por medio de la televisión, el cine, la literatura entre otros.

Esto tiene varios aspectos que son positivos y negativos. Algunos de ellos destacan la difusión del mercado internacional y por ende un mayor acceso a la información e intercambio cultural.

Sin embargo, ciertos grupos sociales pequeños se ven afectados por el consumo de productos culturales que causan una pérdida de sus propios valores y de empresas que se enriquecen a costa de estas culturas.

“De pequeño cuando miraba la televisión me daba mucha felicidad de ver dibujos como Rocket Power, y luego con la aparición del internet todo se volvió una locura y ahora me doy cuenta que el mundo es como una pelota de indor” (Camacho,2016).



Imagen 11 : Practicas de Skate y Bmx



mtn

941

BECAUSE
COLOR IS LIFE

Street

mtn
LA MAGNETANA COCA

Street

ALTA PRESION
ALTA COBERTURA
ACABADO BRILLANTE

ALTA PRESIÓN
ALTA COBERTURA
ACABADO BRILLANTE



DISEÑO Y CULTURA

[Volver al índice](#)

1.3.1 DISEÑO Y CULTURA

"El diseño es una de las profesiones en las que influye y requiere la cultura porque se potencia de ella. Porque se crea desde sus experiencias, emociones y conocimientos, debemos valorar la cultura, porque es nuestro mayor activo y lo que nos da las herramientas para generar los cambios" (Zoto, 2012).

Según Zoto el diseño no existiría sin el amparo de la cultura, pues las manifestaciones culturales son parte fundamental para la creación de nuevas maneras de manifestación, basta con ver a las antiguas culturas para darnos cuenta que siempre ha coexistido con el diseño, pues son las expresiones gráficas las mismas que trascienden significados.

En la actualidad los jóvenes han optado por demostrar que pueden ser generadores de nuevas formas de expresión mediante el uso de herramientas del diseño gráfico como la tipografía y la cromática.



Imagen 12 : Letrero realizado en La Mata

"Se puede decir que todas las sociedades mantienen comportamientos, ideas, expresiones, creencias y sentimientos comunes, que permiten reconocer su identidad cultural, por ejemplo, el grafiti es una forma de expresión de lo que se conoce como cultura urbana." (Zabada, 2008).

Es claro que estas sociedades juveniles tienen sus propias características y que poseen una perspectiva diferente en cuanto a su manera de percibir la cultura lo que dificulta una correcta organización provocando un conflicto interno entre estos grupos, todo debido a la falta de diálogos con autoridades y representantes de cada grupo juvenil.

1.3.2 DISEÑO DENTRO DE LA CULTURA

El diseño como materia se encuentra vinculado de forma indirecta con estas culturas juveniles como el graffiti o el skateboarding, pues una gran parte de los actores de estos grupos sienten afinidad por las artes gráficas o el diseño y la utilizan para aplicarla en material industrial como tablas de skate que son producidas en la localidad.

Desde el punto de vista de los graffiteros, quienes sostienen que el graffiti es una manera de expresarse, siendo exclusivamente una forma de hacer arte y de forma clandestina e ilegal. Por otro lado, están los diseñadores que convierten ese arte en algo comercial que ya no cumple con las motivaciones principales del legítimo graffiti.



Imagen 14 : Mural Av de las Americas sector parque industrial



Imagen 15 : Cuadro realizado en La Mata

1.3.3 MERCADO Y CULTURA

“El diseño no es un sujeto histórico con voluntad y objetivos propios. El diseño es un oficio, una práctica productiva y, como toda práctica productiva real, está inserta en un sistema de producción: en nuestro caso, el de la producción para el mercado.” (Chavez,2010).

Nuestro mercado actualmente es un mercado configurado por las masas y funciona bajo el pulso del consumo esto es netamente lo contrario a la esencia cultural pues esta no tiene como fin el consumo sino al contrario la representación de sus expresiones.

El diseño gráfico ha dado la entrada a un nuevo mercado que contiene marcas e imágenes cuyo significado identifica a estos grupos urbanos mediante el uso de las contantes de diseño o simplemente acoplando su diseño a marcas ya conocidas para crear una especie de doble sentido.



Imagen 16 : Tienda Atico Bmxshop

Así para Victor Papanek "el predominio del mercado ha estado retrasando la aparición de una estrategia de diseño racional". Oprimidos por la presión de la llamada industria, no importa las buenas intenciones de los diseñadores el consumismo es una plaga que quizá nunca desaparezca sino al contrario empeore.

**"EL DISEÑO ES
EL ESFUERZO CONSCIENTE
POR IMPONER ORDEN CON SENTIDO"**

VICTOR PAPANEK



Imagen 17 : Tienda Atico Bmxshop





DISEÑO EDITORIAL

[Volver al índice](#)

Jacet Utko, Diseñador polaco critica los productos editoriales tales como los periódicos o revistas que han perdido mucho protagonismo en el interés público lo que ha generado que este tipo de productos editoriales sean olvidados;

Entonces hace una pregunta. ¿Existe manera de devolverle la luz a estos productos editoriales y si es así de que manera se lograría algo así? Su respuesta fue muy objetiva:

Si podemos devolverles el protagonismo la clave la tienen los diseñadores puesto a que son ellos quienes revolucionan la imagen, generando un concepto mas atractivo para volverlo mas interesante para el público generando una imagen mas atractiva, que se salga de las clásicas y aburridas publicaciones que acostumbramos a ver.

“El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto”.(Ghinaglia,2007).

Para generar un buen diseño debemos sobretodo lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y la diagramación, que nos permita manifestar el mensaje del contenido con un mérito estético y que logre impulsar a la publicación.



**“Hay que crear una nueva propuesta o una nueva alternativa en un producto editorial para lograr que este sea trascendente, en este caso habría que ser sensacionalista”
(Davila.2017)**

Un libro o una revista siempre puede ser un espacio de reflexión en donde se puede expresar una protesta de cualquier índole. Según Juan P. Davila, en caso de querer generar conciencia o dar a conocer algo hay que crear un producto con una imagen diferente, aunque ya existen varias propuestas nunca es tarde ni mucho menos malo dar su propia propuesta grafica que se salga de los parámetros clásicos y que muestre una mirada mas fresca de los contenidos.



Imagen 19 : Juan Pablo Dávila - Numeral Estudio

Partes de Letra

Altura X

Cuerpo

1.4.1 TIPO DE LETRA EN EL EDITORIAL

La tipografía es el arte con la que se transmite la comunicación mediante la palabra impresa. Esta se realiza a través de los títulos, subtítulos, columnas etc., en un producto editorial la tipografía crea la estética y el ritmo de las páginas, es el comisionado de dirigir al lector por la publicación, y al mismo tiempo, dar una buena imagen.

Serif.- Las fuentes serif o de adorno tienen su origen en el pasado, cuando las letras se cincelaban en bloques de piedra, pero resultaba difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos.

Sans Serif.- Entre sus trazos gruesos y delgados no existe contraste, sus vértices son rectos y sus trazos uniformes, ajustados en sus empalmes.

Manuscritas o Script.- En el diseño de una presentación digital, estas fuentes se reservan para acentuar el título principal, o la firma del autor, pues los trazos más finos pueden desaparecer, comprometiéndose la legibilidad.

Las partes más importantes en las que la tipografía tiene una función esencial son: La portada, los artículos y el cuerpo de texto.

Tipos de serifas (o remates)

Garamond	Times New Roman	Bauer Bodoni	Clarendon
----------	-----------------	--------------	-----------

Con Transición Refinado clásico Sin Transición (Filiforme) Cuadrangular

Tips (Espaciado, formas, números, etc.)

- *Los números de caja baja son diseñados para mimetizarse con ascendente
- *Para diseñar los espaciados interletra se tiene en cuenta el equilibrio que g
- *Los interlineados deben colocarse de acuerdo a la altura x de las tipografía

Ligadura —ligature— Una ligadura es un carácter realizado a partir de unir dos o tres caracteres individuales, para resolver un problema estético. Usualmente suele ser la "fi" de caja baja acompañada de otros caracteres que entren en conflicto con el trazo ascendente de esta letra.

Las ligaduras estándar son "fi" y "fl" y están incluidas en las fuentes básicas. El resto viene en sets expertos.

Adobe Caslon Regular

fin flor
fin flor

La **variante de peso** es una modificación del grosor o espesor de los trazos, e incluye desde fuentes extratinas (*extralight*) a extranegras (*extrabold* o *black*).

regular bold

La **amplitud o proporción** alude a la escala horizontal de los caracteres, en un rango que va de condensadas (*condensed*) a expandidas (*extended*).

condensada expandida

Las **variantes inclinadas** presentan dos maneras reconocibles: la itálica (*italic*), que es un diseño inclinado y muy distinto de la redonda; y la oblicua (*oblique*), que es una adaptación inclinada de la redonda.

regular italic

Tipos de Familia: Conjunto Programático Sistema de Familias Contiene apropiado

Familias de Rotis Rotis Rotis | On. Característica: (regular = no Espesor del trazo)

*No hay un

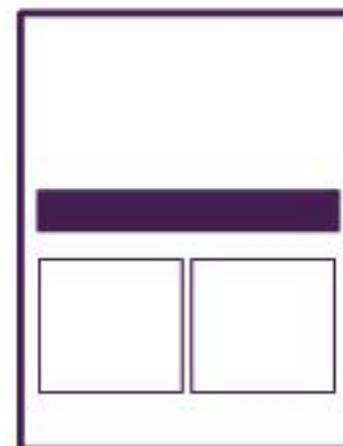
PORTADA

En las portadas podemos encontrar diferentes formas de tipografías, en la cabecera y en los titulares. Pueden ser tipografías ilustradas o tipografías clásicas, estilo romana, que aportan seriedad y consistencia. Algunas portadas podrían estar hechas con tipografías a mano de manera orgánica.



SUBTÍTULOS

En la sección de los subtítulos, la tipografía puede presentar las mismas formas nombradas anteriormente, pueden ser hechas a mano, personalizadas, de palo seco o con remates como las más clásicas. La tipografía del título tiene la función de atraer al lector, por lo que tiene que ser llamativa, ya sea, por el tamaño, color o forma.



CUERPO DE TEXTO

El cuerpo de texto, como principal componente de la maqueta de la página puede tener diferentes formas y su estructura variará dependiendo del margen que se le deje a los lados. Sus posibles formas de presentación son: justificada alineada a la izquierda o alineada a la derecha.



1.4.2 TIPOS DE EDITORIALES

REVISTA

Las revistas son productos editoriales informativas sobre una gran cantidad de temas o especialmente en uno, algunos podrían relacionarse con farándula, autos, música entre otros. Los temas se centran en personajes importantes y su forma de vida, además suelen exponer su historia, de donde vienen, inspiración y otros aspectos relevantes.

LIBRO

Los libros hacen posible la transmisión del conocimiento para así crear un mayor accesibilidad en su difusión de la información. Actualmente podemos ver que hay la posibilidad de tener libros electrónicos a un costo mucho menor incluso que lo que puede significar un libro físico aunque un producto tangible tenga un valor agregado debido a su costo de impresión, acabados, empaque y calidad de presentación.



1.4.3 FOTOGRAFÍA

La fotografía es una de las artes contemporáneas, que al igual que la pintura, la escultura o la música pretenden ser una forma de expresión del artista para expresar emociones, sentimientos y pensamientos.

Esta herramienta visual es muy importante en el diseño editorial pues su buen manejo ayuda a que el usuario tenga mejor relación y adaptación visual de lo que pasa detrás del contexto.

**SIEMPRE HAY DOS PERSONAS EN CADA FOTO
EL FOTÓGRAFO Y EL ESPECTADOR**

ANSEL ADAMS



Imagen 22 : Revista de productos Kink

[Volver al índice](#)

2

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Luego de la debida elaboración del marco teórico, se busco un soporte teórico interno en la localidad para entender acerca de como se percibe este problema desde el punto de vista profesional o que sea basado en la experiencia, permitiendo tener las suficientes herramientas para concebir un diseño que este acorde a las necesidades sociales de nuestra ciudad.

Una entrevista con Antonio Avellana, joven grafitero y actual tatuador cuencano sirvió de guía inicial para poder relacionarme con el tema de la aparición de estas nuevas culturas en nuestra ciudad.

Juan Pablo Dávila quien es parte del grupo del estudio "NUMERAL STUDIO"; ha logrado una basta experiencia con el diseño de productos editoriales, y conoce cuales son las necesidades del mercado local, esta y más observaciones me pudieron dar bases muy importantes para fundamentar de mejor manera mi propuesta de diseño.

2.1

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

[Volver al índice](#)





ESTEBAN PESANTEZ

28 AÑOS

Esteban es un joven ingeniero cuencano que hace 12 años atrás realizaba skateboarding de manera semiprofesional en esta cultura. Su inspiración siempre se basó en hacer algo extremo que deja de ser algo común u ordinario y cuando conoció su tabla simplemente pasó de ser un hobby para transformarse en una herramienta de transporte y trabajo.

Pedro nos comenta que debido a la falta de apoyo que existía hace unos años atrás tuvo que dejar de practicar ya que de nada servía el tener un buen nivel si al fin y al cabo terminaría siendo juzgado. Actualmente se dedica a producir sus propias tablas de skate las cuales son elaboradas 100% en nuestra ciudad de Cuenca, aplicando sus conocimientos aprendidos como ingeniero mecánico, Pedro a logrado sacar su propia marca y ha empezado a comercializar sus tablas.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO





JUAN PABLO DÁVILA

32 AÑOS

Juan Pablo es diseñador gráfico de la primera promoción de la Facultad de Artes, de la Universidad de Cuenca, fue parte del equipo de docentes por 6 años, actualmente se encuentra cursando un master en diseño editorial.

El diseño editorial ha sido su fuerte durante muchos años, pues a sido participe y productor de varios productos editoriales que muestran una parte cultural del diseño, para Juan Pablo el diseño editorial es una herramienta fundamental en nuestra sociedad que ayuda a reconocernos de una mejor manera y afirma que cuando se va a realizar algún diseño este deberá ser lo suficientemente perceptivo para alcanzar este interés en el público, innovando en cuanto a la creación de ideas y las maneras de mostrar dicho producto..

INVESTIGACIÓN DE CAMPO





MARIO CHICAIZA

28 AÑOS

Mario Chicaiza es un diseñador gráfico de la ciudad quien hace años atrás fue uno de los fundadores de la cultura del bmx en nuestra ciudad la misma que apareció hace aproximadamente unos 19 años . Mario fue uno de los mejores representantes de esta disciplina en el Azuay a nivel nacional.

La falta de apoyo fue una de las causas por las que Mario desertó de esta cultura, pues el municipio cada vez mas privaba los espacios para poder realizar estas actividades, aunque mediante esfuerzo propio se logro construir un parque para esta disciplina el apoyo de la gente se vio en casi nulas ocasiones lo que provoco su desaparición.

[Volver al índice](#)

3

HOMÓLOGOS

El análisis de homólogos, es el estudio, observación e investigación de productos semejantes al producto a realizar, que se relacionan de forma directa e indirecta con este. Para ello se utilizan las partidas de diseño: forma, función y tecnología, las que permiten definir parámetros que serán usado en el capítulo de programación como guías de diseño



[DNG]

Photo Magazine

REVISTA MENSUAL DE FOTOGRAFÍA

Nº 141

SITIO WEB:

www.dngmagazine.com

DESCRIPCIÓN:

DNG es una revista online que se puede adquirir mediante suscripciones o comprarla de la misma manera que cualquier otra revista en un perchero comercial.

Básicamente el uso de la fotografía es la fuerte de esta revista puesto que varios de sus artículos están compuestos por imágenes que transmiten emociones y sentimientos de una manera mas directa.

Click DNG:

SITIO WEB:

www.hhnationmagazine.com

DESCRIPCIÓN:

Hip hop Nation es una revista española que tiene 20 años de trayectoria en el mercado internacional, me llamo la atención el uso de la información y las imágenes para generar esa curiosidad al mismo tiempo nos enseña la vida y las manifestaciones de una manera distinta haciendo que nos adentremos en el personaje, generando una relación con el usuario.

El buen uso de la información es un aspecto muy importante pues esta siempre esta acompañado de elementos gráficos que dan un mejor ambiente a la revista y genera mejor convivencia con el usuario





Galo Tamayo
El retiro de un grande

SITIO WEB:

www.amateurextrema.com.ec

DESCRIPCIÓN:

Esta revista nació en nuestra ciudad debido a la creciente actividad deportiva que empezaba a salir a la luz, varias modalidades como el motocross y el bmx fueron eco para unos artículos no tan profundos en imagen sino al contrario centrados en contar experiencias y anécdotas a través de un producto editorial.

La función me parece algo ideal que se debería manejar en la mayoría de la editoriales puesto que el contexto es bastante importante para crear esa coyuntura o ese interés en el público.

Revista
amateurs
Deporte sin límites

SITIO WEB:

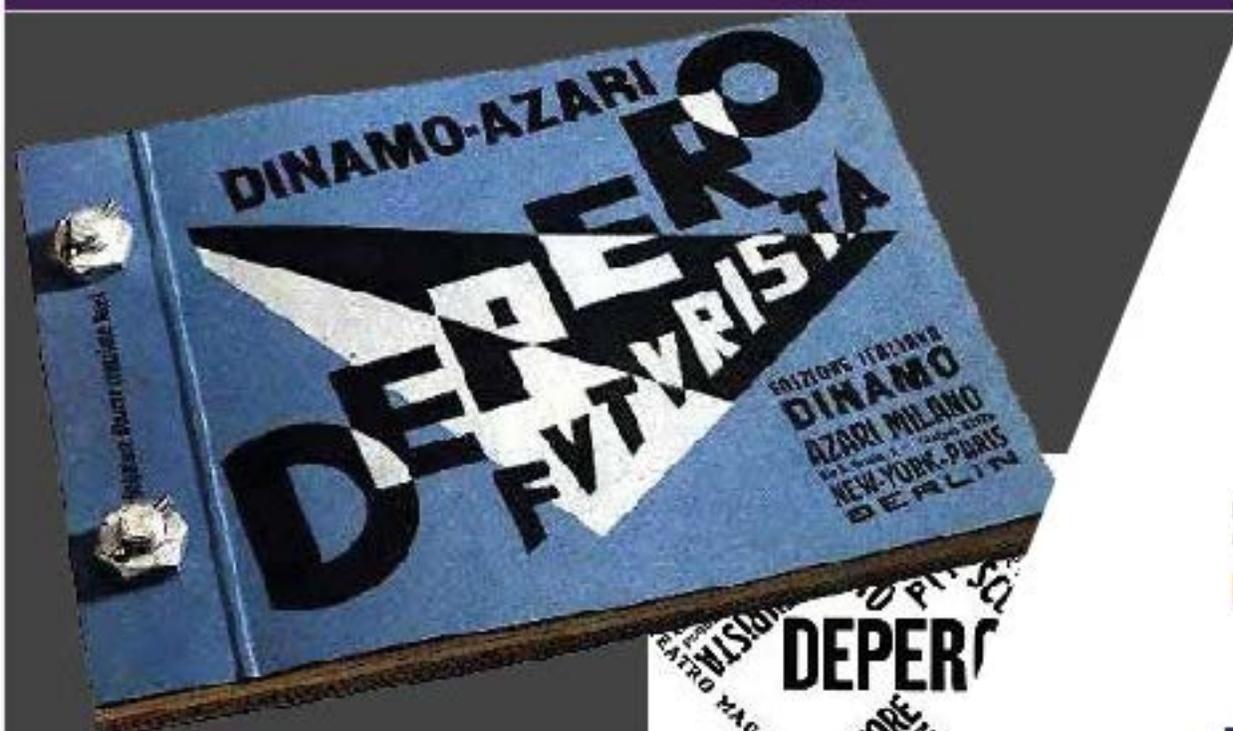
[Marinetti's Futurist Tin Book](#)

DESCRIPCIÓN:

Este es un libro escrito por Marinetti es un libro escrito hace casi ya 50 años y contiene una imagen que particularmente será apreciable en todas la épocas futuras. Su tendencia basada en el futurismo crea una imagen llamativa además el uso de los colores y la composición tipográfica es otra clave de esta tendencia.

La relación texto y forma es muy influyente en la memoria y es algo que requiere el producto editorial así que se tomara parte de esta tendencia para aplicarla.





SITIO WEB:

Fortunnato Depero : Dinamo

DESCRIPCIÓN:

Este libro de Depero fue la primera inspiración que tuve para empezar a realizar este proyecto editorial, básicamente su soporte es una obra de arte que forma parte de esa tendencia como es el futurismo.

Es un producto que tiene rasgos que se acoplan a las preferencias culturales por su estructura en cuanto a soporte sino también en cuanto a manejo de la tipografía y el contexto.



Passiflora

[Volver al índice](#)

4

CONCLUSIONES

Tras haber terminado el capítulo 1, concluimos que es importante conocer las teorías de la juventud contemporánea para comprender mejor la problemática ya que me ayudan a potenciar la solución del producto final. Además teorías sobre el diseño editorial y su buena manipulación permiten dar mas opciones para la creación del producto mas eficaz.

De la misma manera la investigación de campo fue una herramienta fundamental que hará que el producto se adapte de mejor forma al usuario y gracias al análisis de los homólogos podemos ampliar las posibilidades que tiene un producto editorial.

A partir de este punto, adoptando todos los conceptos es posible avanzar al segundo capítulo que se centra en la programación del prototipo

PROGRAMACIÓN

C A P Í T U L O 2

5

TARGET

Para crear el diseño y la promoción del producto editorial, el público objetivo se fragmenta en jóvenes y adultos.

Los jóvenes son aquellos que quieren tener constancia de lo que hacen o han visto y otra parte que gustan de este tipo de actividades y que quieren conocerlas desde un punto de vista local. Este grupo está conformado por jóvenes desde los 16 hasta los 27 años con un estilo de vida

Personas adultas que desconozcan este tipo de actividades, que quieran ver el mundo urbano mediante manifestaciones de sus propios actores. Personas que en su juventud pertenecieron a este tipo de culturas.

Indirectamente un público objetivo en este caso también podría ser el Ministerio de Cultura pues estos grupos representan varios aspectos relevantes y sería un buen paso para una propagación de este tipo de información hacia un público más

5.1.1 INGRESOS

Jóvenes - Personas codependientes de sus padres; económicamente pueden tener ingresos mínimos o salarios quienes se dedican al mundo laboral, parte de este segmento tiene ingresos restringidos.

Adultos - Personas mayores independientes con un negocio propio o salario.

5.1.2 VARIABLES DEMOGRÁFICOS

Jóvenes - Personas de ambos sexos con una edad entre 17 a 27 años con un nivel socioeconómico medio-bajo que cursan la educación básica o superior.

Adultos - Personas de ambos sexos con una edad entre 27 a 37 años con un nivel socioeconómico medio-bajo que posee un salario básico.

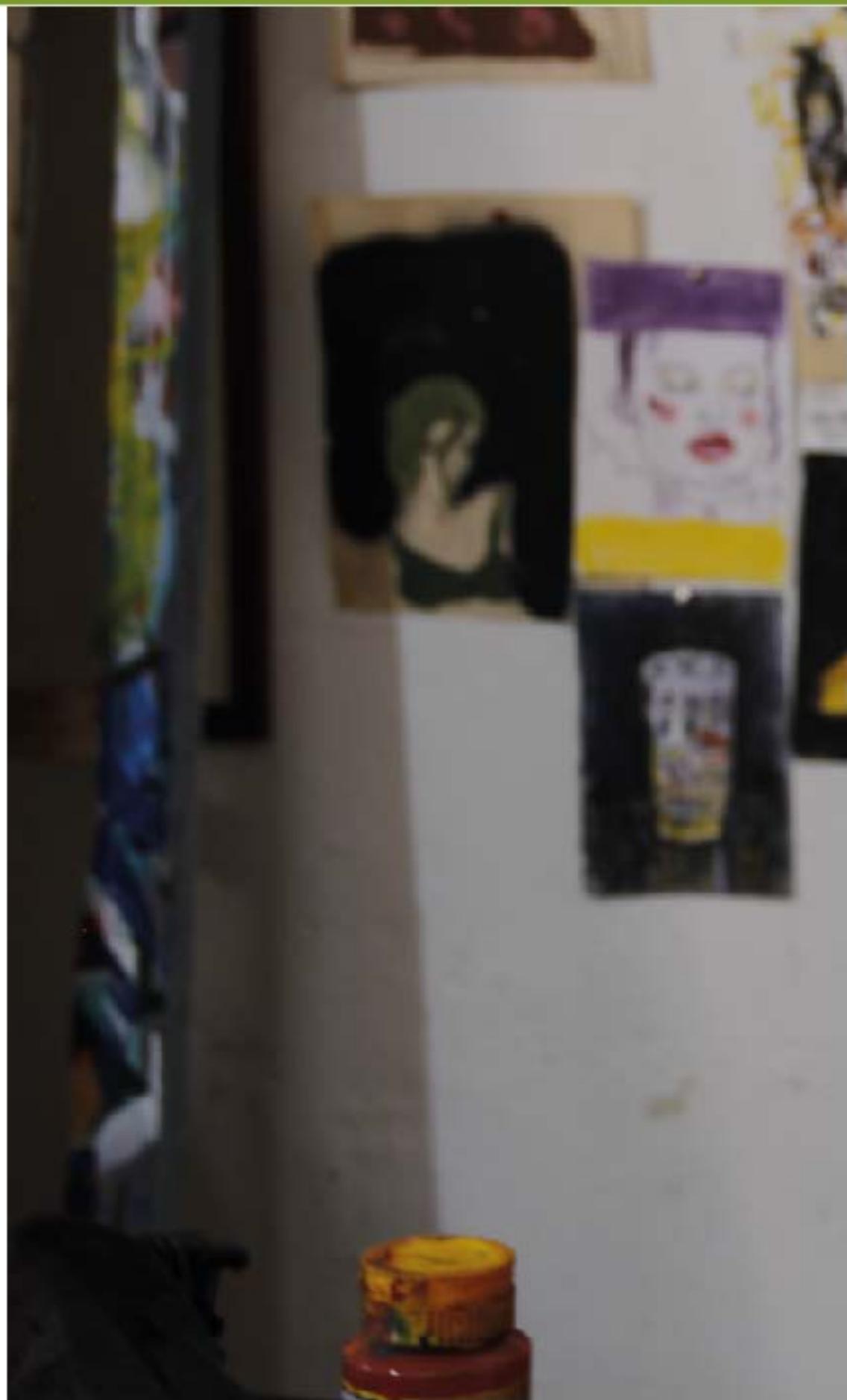




Imagen 23 : Fernanda Figueroa

5.1.3 ESTILO DE VIDA

Jóvenes - Estudiantes o graduados colegiales que están involucrados en el mundo cultural o gusta de estos manifiestos.

Adultos - Solteros o casados, con o sin hijos que gusten de estas cultural y tenga apego a las nuevas culturas.

5.1.4 IDEALES

Jóvenes - Inspirados en tendencias globales o influenciados por culturas extranjeras o es parte de su cultura familiar.

Adultos - Han adquirido una ideología heredada o la han sabido criar ellos mismo, tienen una mirada mas apegada a la cultura urbana local desde sus inicios



Para esta parte se han identificado 2 tipos de persona design. La primera corresponde a una joven estudiante de arte y la segunda persona es un joven adulto independiente.

FERNANDA FIGUEROA

Hola, mi nombre es Fernanda Figueroa, tengo 20 años . Nací en Cuenca el 12 de junio de 1997. Soy estudiante y trabajo medio tiempo en una tienda de diseño y arte llamada "La Mata Del Frio Asesino" ubicada en la parte superior del parque el otorongo. Me encanta dibujar, estudiar, viajar, hacer manualidades, aprender nuevas cosas mediante el uso del internet y sobre todo cantar.

Me inspira el arte y todo lo que tiene q ver con los colores, soy una chica de casa y quiero mucho a mis padres. Me gustaría que estas tendencias artísticas mejoren con el tiempo y sean mas incluidas.

JOSE ÁVILA

Hola, mi nombre es José Ávila tengo 28 años , Nací en Cuenca el 5 de enero de 1990. Actualmente trabajo durante de mañana dictando clases de ilustración en el instituto SECAP y el otro medio tiempo me dedico a trabajar en mi estudio de tatto el mismo que funciona en mi departamento. Hace años atrás me dedicaba al graffiti ilegal pero actualmente realizo muralismo lo que se gestiona con permisos lo que es bueno pero a la final lo ilegal es la esencia de esta cultura.

Me inspira el arte contemporáneo que es de donde saco la inspiración para realizar mi arte y lo que espero es que exista una mejor organización por parte de los grupos que están manejando el asunto cultural en la ciudad.



[Volver al índice](#)

6

PARTIDAS DE DISEÑO

6.1 FORMA

[Volver al índice](#)

6.1.1 SOPORTE

El soporte se elegirá entre los siguientes formatos: 30x25 - 35x30 - 25x20. Por aspectos de una navegación mas cómoda y ergonómicamente de una fácil manipulación

El soporte manejará un tratamiento especial puesto que es un producto con un tipo de encuadernación rústica

6.1.2 TENDENCIA

La tendencia a la cual se hará referencia esta basada en el futurismo y sus composiciones gráficas como cromática, tipografía, sistema de imagen y sobretodo la diagramación de los contenidos.

El producto se basa en esta tendencia ya que este movimiento buscaba recalcar y demostrar algo a la sociedad de una manera más expresiva.



Imagen 24 : Libro futurista de Fortunato D

DEPERO | EDIZIONE ITALIA DELLA **LIRE**
FUTURISTA **DINAMO** **100**
DINAMO-AZARI **AZARI MILANO**
NOVANTA
ILLUSTRAZIONI
SUCCESSO MONDIALE

6.1.3 TIPOGRAFÍA

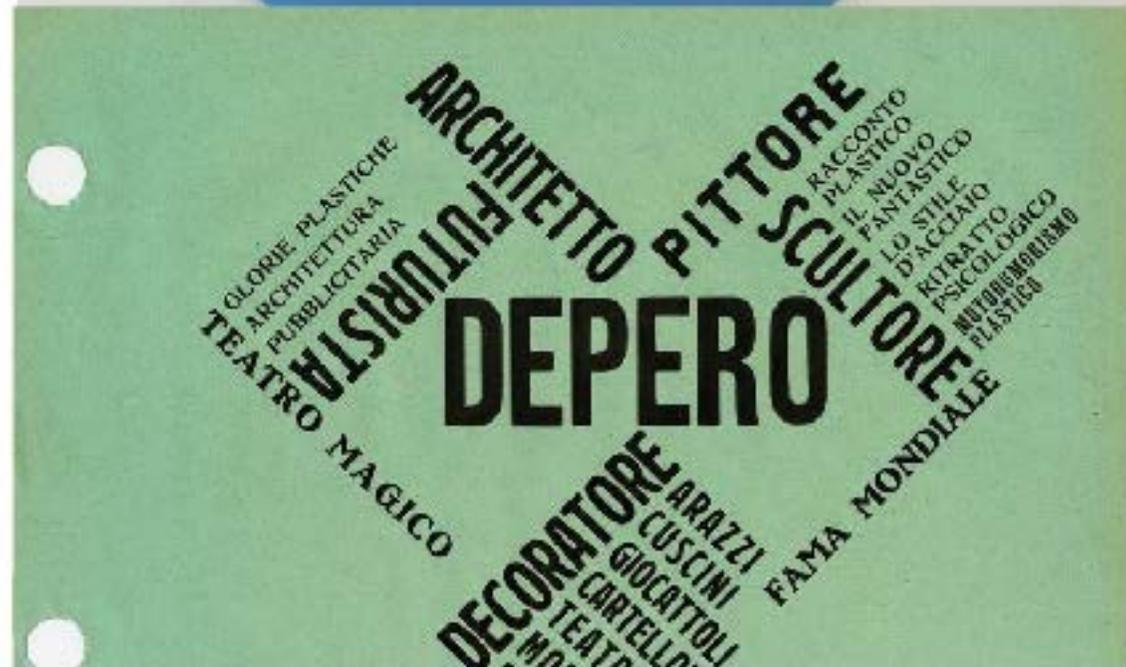
El estilo Sans Serif y ciertas tipografías clásicas como la propia futura estan dentro de las fuentes que podrían darle esa personalidad al producto, esto debido a que la tendencia lo requiere para así lograr composiciones amenas.

6.1.4 CROMÁTICA

La cromática va a manejar su tonalidad va entre colores oscuros y mezclas de fusión entre imagenes y solidos.

6.1.5 DIAGRAMACIÓN

El uso de una retícula nos dará la oportunidad de crear composiciones que sean agradables a la vista del usuario para de esta manera captar su atención y lograr una buena transmisión del contenido.



6.1.2 USABILIDAD

Al ser un producto único su usabilidad puede ser flexible a necesidades del usuario, desde una fuente para la investigación de culturas locales hasta pieza de colección o producto para deleite propio o comunitario.

6.1.3 FUNCIONAMIENTO

Su funcionamiento esta basado en la usabilidad, pues al ser un producto editorial cuenta con características que lo hacen un producto con un solo propósito el cual esta basado en evidenciar información gráfica al público,





Imagen 26 : Revista de productos Kink

6.3 TECNOLOGÍA

[Volver al índice](#)

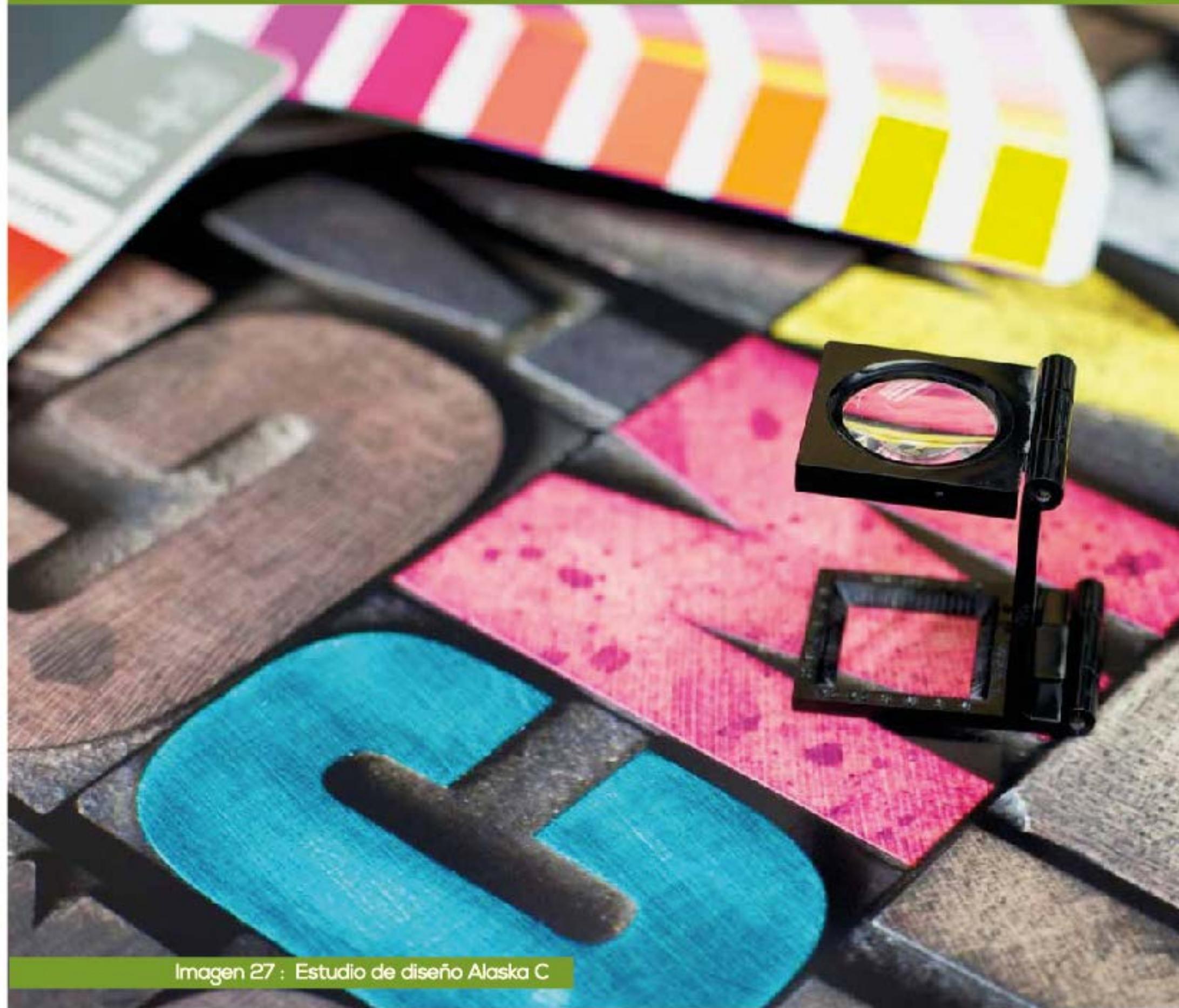
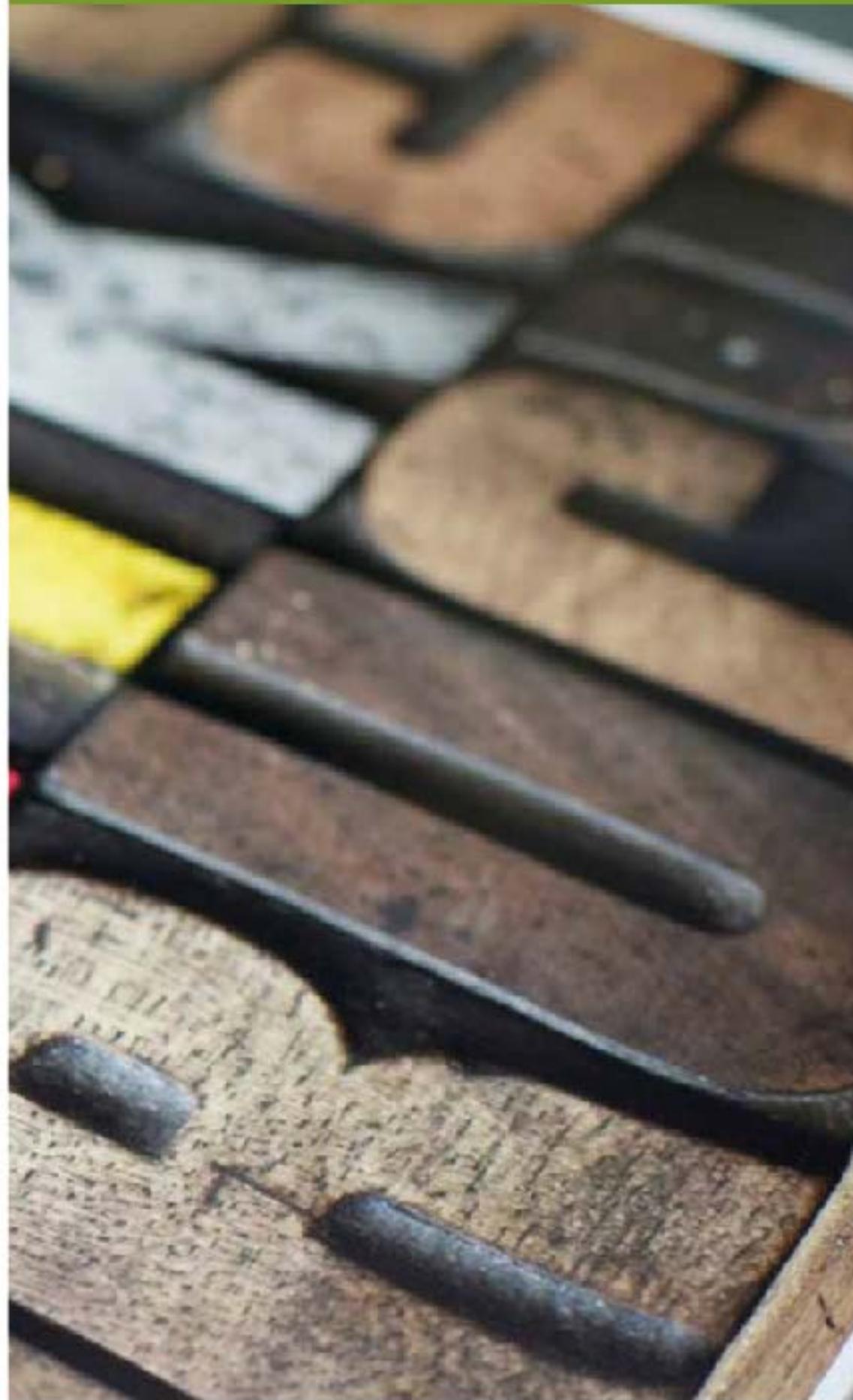


Imagen 27 : Estudio de diseño Alaska C



Para la diagramación del producto editorial se usaran dos software.

- Programa de adaptación de imagen-texto / Adobe InDesign.
- Programa de manejo y retoque de imagen / Adobe Photoshop.

Para la recolección de información se utilizará recursos digitales.

- Cámara digital reflex adaptada para fotografía de campo.

Para la materialización del producto se utilizará imprenta

- Se realizará un análisis en la calidad del papel y de ser necesario el uso de tintas ecológicas.

[Volver al índice](#)

7

PLAN DE NEGOCIOS





7.1.1 PRODUCTO

El producto es un libro cultural fotográfico cuyo contexto se basa en la toma de experiencias y anécdotas de los actores de estas culturas juveniles. Será realizado bajo estándares de calidad para lograr obtener un producto con un nivel alto de pregnancia en el usuario.

7.1.2 PLAZA

Al ser un producto editorial único una plaza para su distribución puede ser el uso de la red y crear preventas con beneficios hacia el usuario, ya que este sería quien financie la siguiente publicación o replica del producto.

7.1.3 PRECIO

Este producto tendría un valor aproximado de 20 a 25 dólares que servirían para cubrir gastos como la impresión, los acabados, el packaging etc. Este costo podría variar dependiendo el tipo de papel a usar y el uso de colores, es decir remplazar el full color y aminorar costos con impresiones monocromáticas.

7.1.4 PROMOCIÓN

En la parte de la promoción del producto existen varios métodos para la posible venta del producto, una de ellas es crear una campaña publicitaria con el uso de material multimedia como una producción de un video comercial. Otra estrategia podría ser mediante el uso de espacios públicos donde se puede promocionar este producto en forma de btl.





[Volver al índice](#)

8

CONCLUSIONES

Tras haber culminado el capítulo 2, concluimos que el target al cual nos vamos a dirigir tiene características que debemos tomar en cuenta como sus ideales o sus ingresos económicos, también las partidas de diseño nos ayudan a enrumbar el proyecto demostrando que tienen que tomarse en cuenta aspectos importantes de la forma, función y la tecnología del producto para posteriormente aplicarla a un plan de negocios que nos ayudara a promover nuestro producto hacia nuevos horizontes comerciales.

A partir de este punto, es posible avanzar al tercer capítulo que se centra en la ideación del producto.

IDEACIÓN

C A P Í T U L O 3

9

SELECCIÓN DE IDEAS

TROQUELADO

BOCETACIÓN DE LAS IDEAS

GRAPADO

METAL



9.1

GENERACIÓN Y SELECCIÓN DE IDEAS

9.1.2 SELECCIÓN DE DIEZ IDEAS

Para la selección de las 10 primeras ideas se tuvo que revisar las opciones que tuvieron altos grados de diferencia y con un nivel de relación muy bajo para así obtener una mayor variedad de soluciones.

STENCIL C

Esta idea se basa en el uso de la portada como stencil y de esta manera darle un sentido más a la usabilidad

PERIÓDICO C

En esta idea nos basamos en la buena prologación de la información del producto como lo hacen los periódicos.

PACK CULTURAL

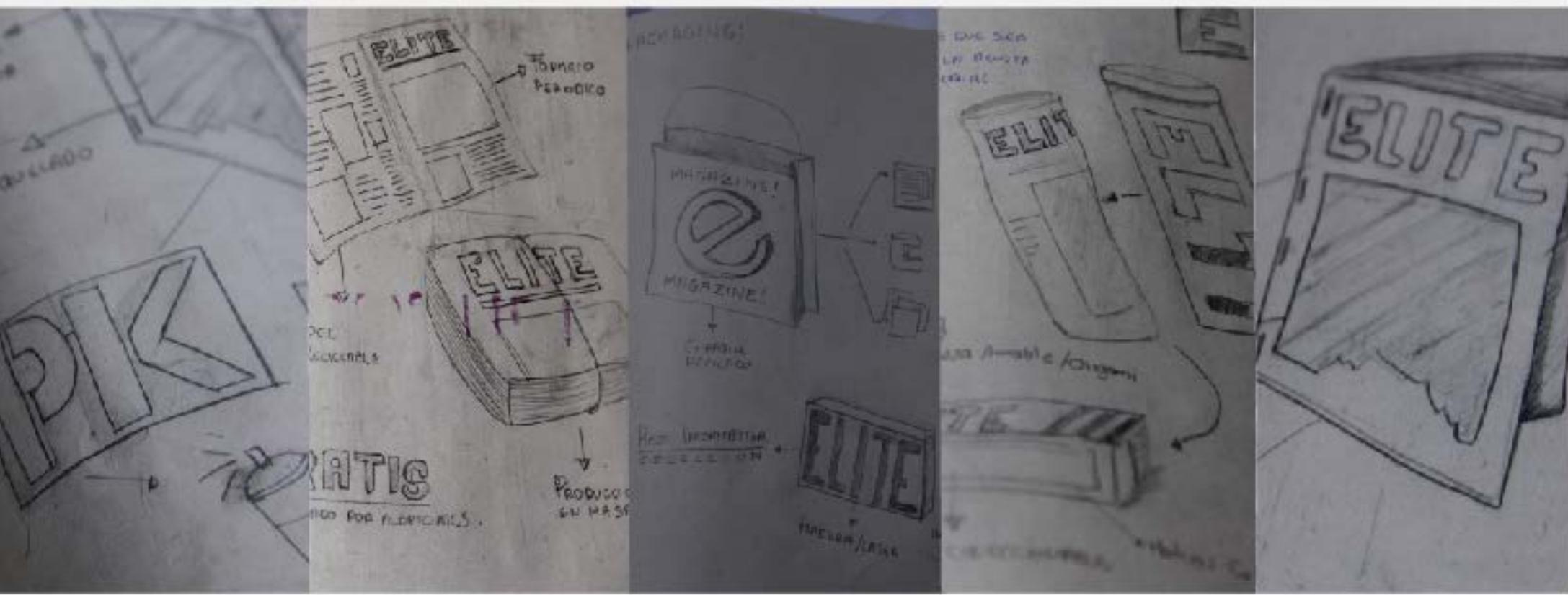
En esta idea se penso en la satisfacción del usuario al crear una serie de elementos que se distribuyen con el producto.

CULTURA J

Para esta idea se piensa en crear un empaque juvenil que pueda tener rasgos estéticos que sean amigables con el usuario.

CULTURA DIDACTICA

En esta idea se utiliza un tipo de papel adhesivo que sea desplegable en partes como fotografías o auspicientes.



9.1.2 SELECCIÓN DE DIEZ IDEAS

FOLLETO J

En esta idea se busca generar una forma mas simple de ver la informacion mediante folletos de un tamaño pequeño.

POSTAL C

Mediante postales que cuenten historias fotograficas creando una vision mas funcional de ver la informacion.

LIBRO D STYLE

Basado en el libro de Fortunato Depero se piensa relajar un producto con una estructura singular.

CRUDA C

Para esta idea se penso en el uso de un estilo un poco rústico y urbano que forme parte de la cultura mediante sus rasgos.

PLEGABLE G

Una forma sencilla de crear una buena difusion podría ser mediante plegables que muestren informacion mas directa.



9.1.3 SELECCIÓN DE TRES IDEAS

Luego de tener las 10 ideas principales lo que se hace es elegir a la 3 ideas que tengan características posibles de realizar y que soporten al producto a cumplir su propósito.

CRUDA CULTURA

Esta idea podría tener una apertura muy amplia en cuanto a funcionalidad pues tiene características que pueden darle ese plus que lo podría hacer trascender en el tiempo.

D-STYLE BOOK

Para esta idea se busca crear una conexión imagen fotografía con una aplicación del movimiento futurista y una estructura particular.

POSTAL CULTURAL

De esta manera se podría generar una visión de la información más versátil y de una manera que fácilmente puede ser reutilizado.

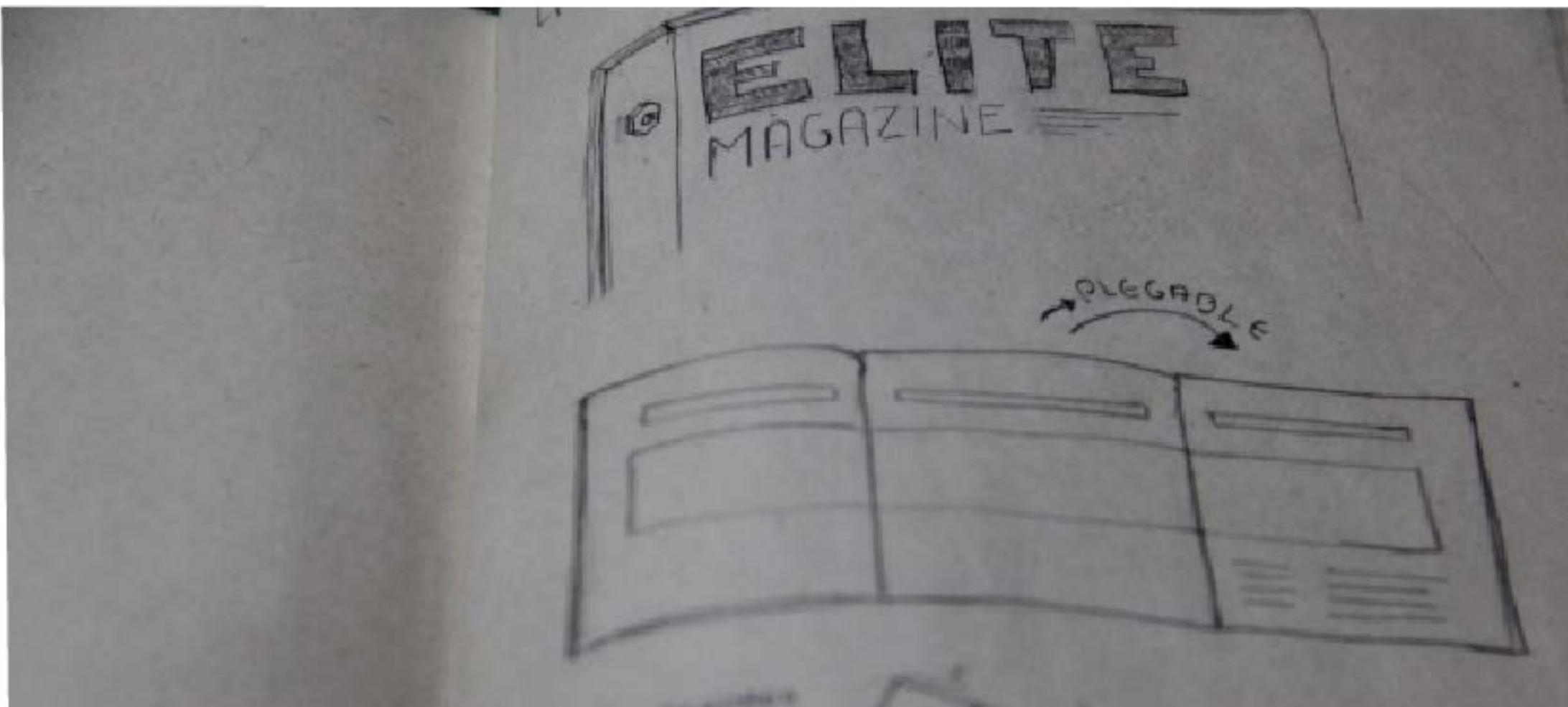


9.1.4 SELECCIÓN DE LA IDEA FINAL

En esta etapa se selecciona a la idea que tiene más apego con la solución, tomando en cuenta la funcionalidad y los alcances de fabricación.

D-STYLE BOOK

Para la selección de la idea final se tomo en cuenta varios aspectos como en si realizar un producto que sea trascendente y que no se estanque caiga en el obsoletismo, sino que pueda lograr transmitir al público esa imagen que necesita ser vista, mediante el uso de la tendencia futurista buscamos crear un fotolibro que sea adecuadamente funcional.



[Volver al índice](#)

10

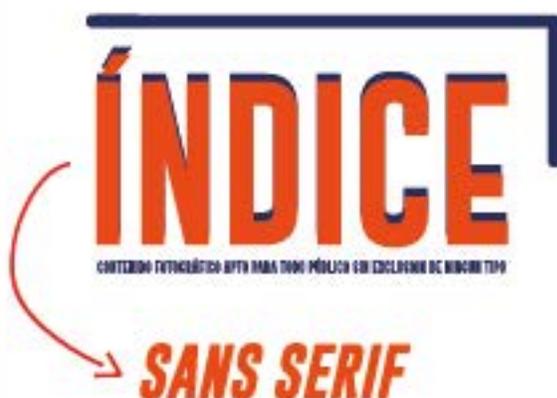
SISTEMA DE DISEÑO

10.1.1 TIPOGRAFÍA

La tipografía que tendrá mas aplicación visual seran las de tipo Sans Serif por su forma y su apego a la tendencia del futurismo. Estas fuentes pueden ser GoBold, Bebas Neue, Impact, Myriad Pro o la misma Futura, pues contiene estos rasgos que se manejan en el futurismo.

10.1.2 CROMÁTICA

El uso de colores pantone me ayudará a tener un manejo mas equilibrado en cuanto a la tonalidad que se maneja en títulos, subtítulos y cuerpos de texto.



ÍNDICE

CONTENIDO FOTOGRAFICO APTO PARA TODOS PÚBLICOS SIN EXCLUSIONES DE NINGUN TIPO

SANS SERIF

GRAFFITI 8-20

SKATE 21-35

HIP HOP 36-48

BMXFREE 49-66



**PANTONE
FFFCE8**



**PANTONE
E84715**



**PANTONE
252E5E**



**PANTONE
171610**



10.1.3 FOTOGRAFÍA

El uso de la fotografía es muy importante pues el producto editorial está clasificado como un foto libro este tendrá que justificarse. Las imágenes realizadas son creadas bajo un concepto que es "Atrapar el momento", esto implica en obtener una imagen que refleje el momento y la acción, dos partes muy importantes para el complemento del contexto del producto.

El uso de filtros para cada sección cultural también será parte del sistema fotográfico. La jerarquía entre imagen texto va a ser de 70 a 30 es decir la fotografía ocupa gran parte del producto editorial

Para un mejor uso de los recursos fotográficos, se incluirá en la parte final del producto, una sección de posters desplegables para de esta manera justificar mejor el producto.

10.2.1 PASTA

Para la elaboración de la pasta del producto se ha tomado en cuenta la usabilidad y el tiempo de duración de este objeto, para lo cual el material a utilizar será un aluminio de 6 líneas, en la misma que se realizará con un corte y grabado a laser. Para la adaptación al encuadernado esta estará dotada de dos sistemas de bisagras.

10.2.2 ENCUADERNACIÓN

En esta parte se debe tomar en cuenta que el sistema de impresión para este producto no necesariamente deberá ser impresa en una sola hoja cuando es con doblez sino puede ser impresa una a una y pegadas de una manera mas sutil.

Mediante un método rústico se realizará una perforación en dos puntos paralelos para posterior asegurar el encuadernado con dos tornillos que le permitirá tener una vida mas larga al producto.



Imagen 29 : Homólogo de encuadernación

10.2.1 SISTEMA Y DIAGRAMACIÓN

Al ser un producto editorial fotográfico basado en el movimiento del futurismo lo primero que hacemos es mirar como se manejaba la cromática y los sistemas tipográficos en esta tendencia. El uso de tipografías Sans Serif también son una herramienta básica para crear una buena representación de cada cultura, también se realizarán espacios tipográficos en formas diagonales ya que esta es una característica reconocida del futurismo.

DEL GRAFFITI
SINTESIS
 SINTESIS
 DEL GRAFFITI

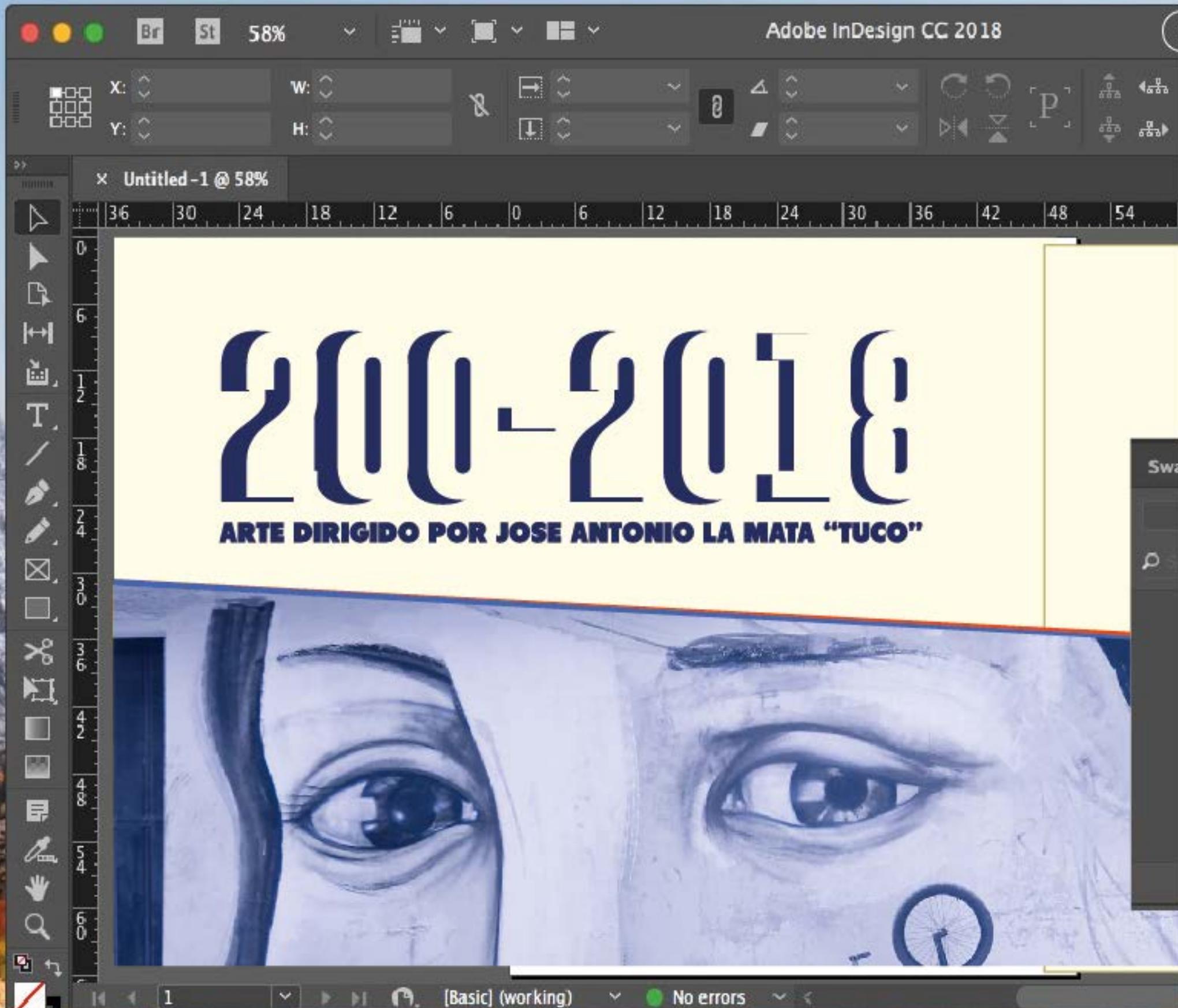


**JOSE ANTONIO
 LA MATA**

En esta etapa es muy importante el proceso de la socialización que se divide en primaria y secundaria; en la socialización primaria el usuario se forma como miembro de la sociedad, y mediante la socialización secundaria

En esta etapa es muy importante el proceso de la socialización que se divide en primaria y secundaria; en la socialización primaria el usuario se forma como miembro de la sociedad, y mediante la socialización secundaria

En esta etapa es muy importante el proceso de la socialización que se divide en primaria y secundaria; en la socialización primaria el usuario se forma como miembro de la sociedad, y mediante la socialización secundaria



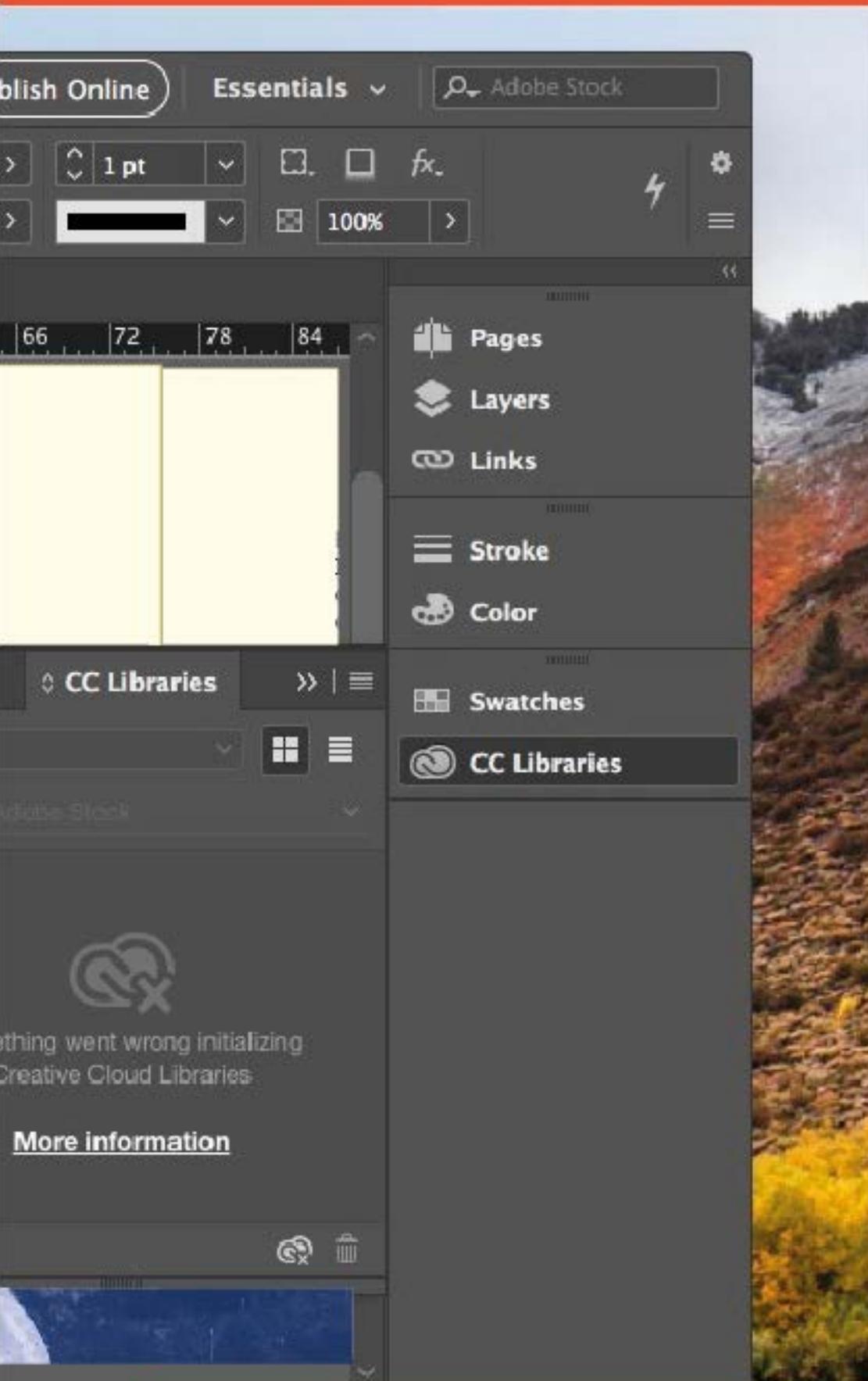


Imagen 30 : Proceso de maquetacion en In Design

10.3.1 SOFTWARE UTILIZADO

Para la diagramación y retoque de las fotografías se utilizaron básicamente 3 programas como:

Adobe InDesign.- En la diagramación de l producto es básico el uso de una retícula la misma que se trabajó en un espacio de 30cm x 25cm con márgenes de 2cm y medianiles de 5mm.

Adobe Photoshop.- El retoque en las fotografías se desarrolla bajo normas del sistema esto incluye hacer recorte o ajustes de brillo si la imagen lo requiere. El uso de filtros es poco frecuente pero la creación de capas y modos de fusión es una técnica que se utiliza en la edición de imagen

Adobe Ilustrador.- Los gráficos vectoriales son muy escasos en cuanto a ilustración pero al contrario este software es una herramienta muy útil y rápida al momento de crear juegos tipográficos y composiciones geométricas que sirven para dar forma al movimiento artistico en el cual se basa el producto.

[Volver al índice](#)

11

CONCLUSIONES

Tras haber culminado el capítulo 3, puedo concluir que mediante un proceso largo y meticuloso partiendo de 10 ideas se puede concluir en una idea funcional que se adapte al sistema gráfico que se plantea y sobre todo a la tendencia a la cual se debe regir el diseño.

A partir de este punto, es posible avanzar al cuarto capítulo que expone el proceso de diseño del producto.

DISEÑO

C A P Í T U L O 4

12

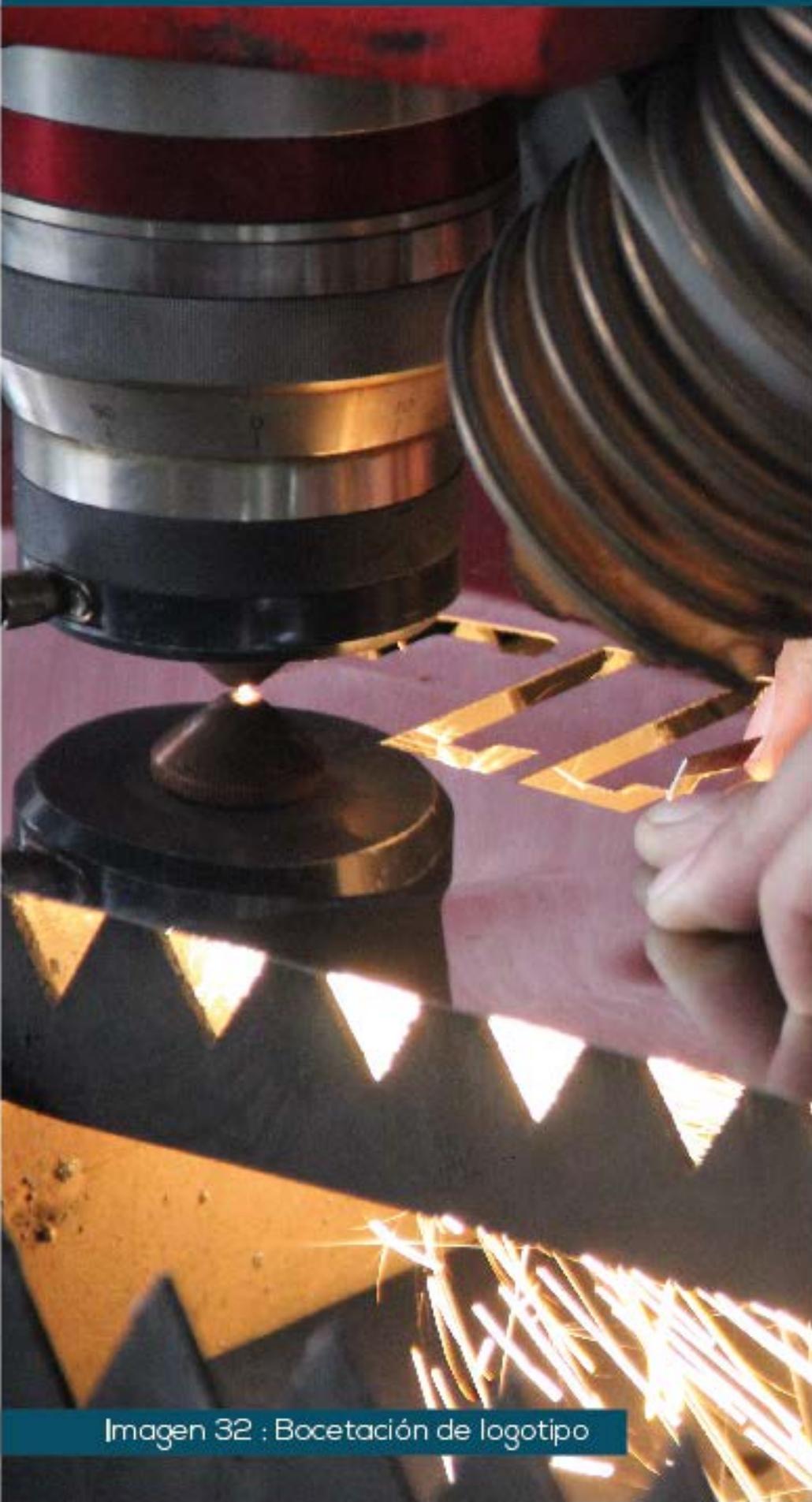
**IDEA
FINAL**

12.1 PREPARACIÓN DE LA IDEA FINAL

[Volver al índice](#)



Imagen 31 : Bocetación



12.1.1 IDEA FINAL

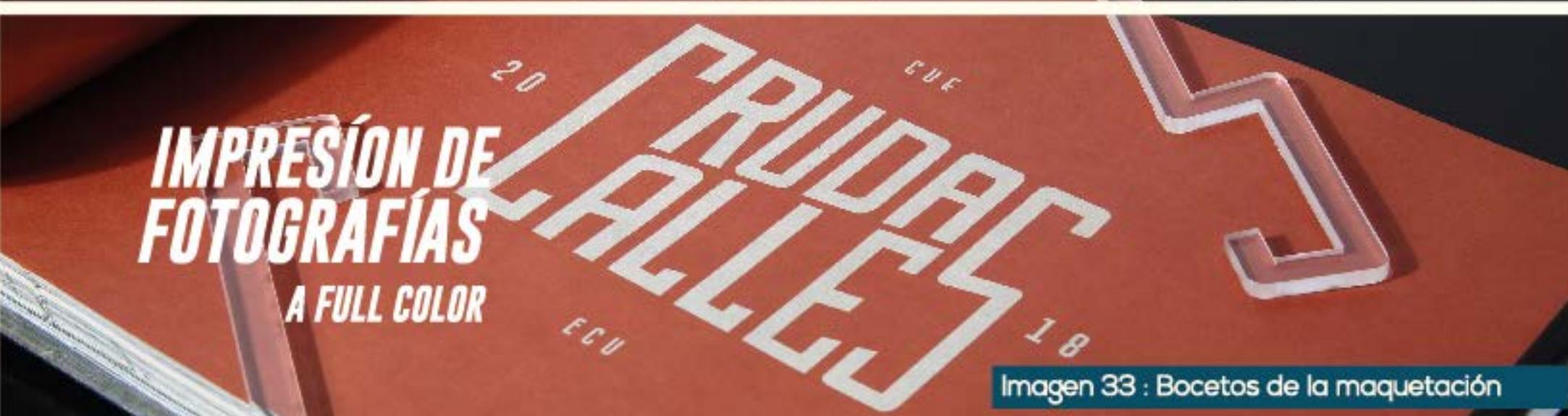
La propuesta de esta idea busca presentar de una manera diferente el rescate de ciertos rasgos clásicos que en la actualidad han recobrado interés por lo cual es importante presentar un producto editorial se ajuste a las necesidades actuales del segmento de mercado.

En cuanto del contexto del producto editorial se plantea el desarrollo de temas coyunturales que rodean las culturas juveniles en la ciudad de Cuenca.

Los ejes fundamentales sobre los cuales se desarrollara la investigación son la cultura del graffiti, el hip hop, el skate y el bmx callejero.

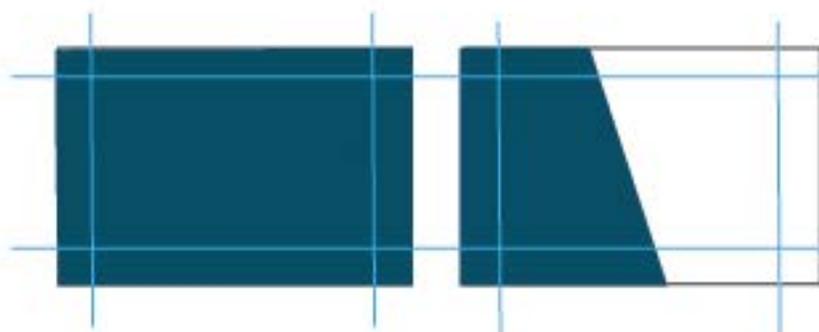
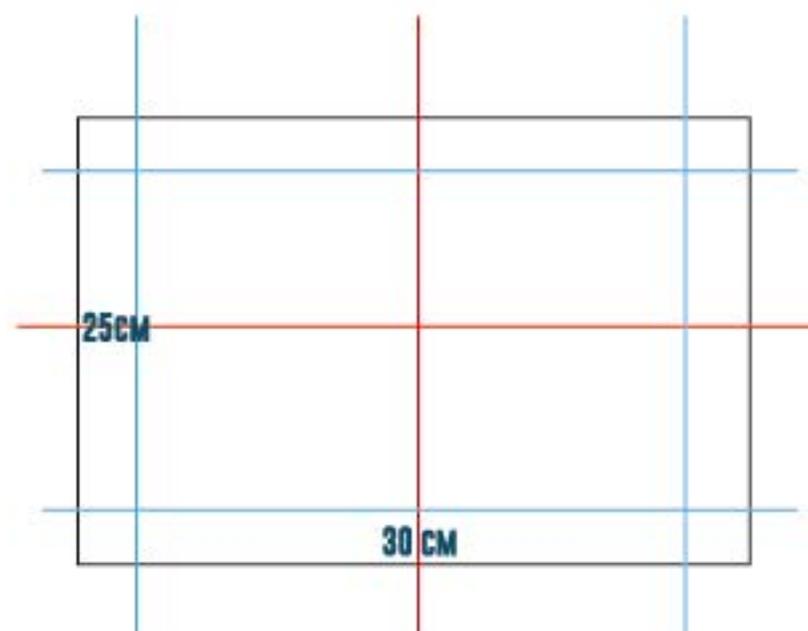
Se busca generar un impacto social en las personas que necesitan conocer de manera especifica las manifestaciones culturales que la sociedad desconoce de manera errada lo que realmente se quiere representar

12.2 SOPORTE Y FORMATO

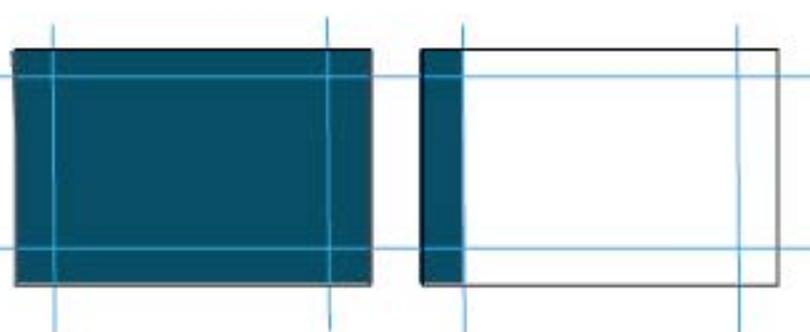


12.2.1 RETÍCULA

Para la distribución de los contenidos se elaboró una pre bocetación con el objetivo de definir los espacios adecuados para cada parte, en este caso el texto y la fotografía. Al ser un producto visual se opta por crear espacios mas grandes ocupados por las imágenes o fotografías.



En el espacio donde se estructurará la fotografía se utiliza esta forma diagonal para dar sentido al uso de la tendencia o del movimiento futurista.



Para la elaboración de esta retícula se toma en cuenta que el porcentaje de imagen es superior al texto y por ende se ocuparía un espacio superior.

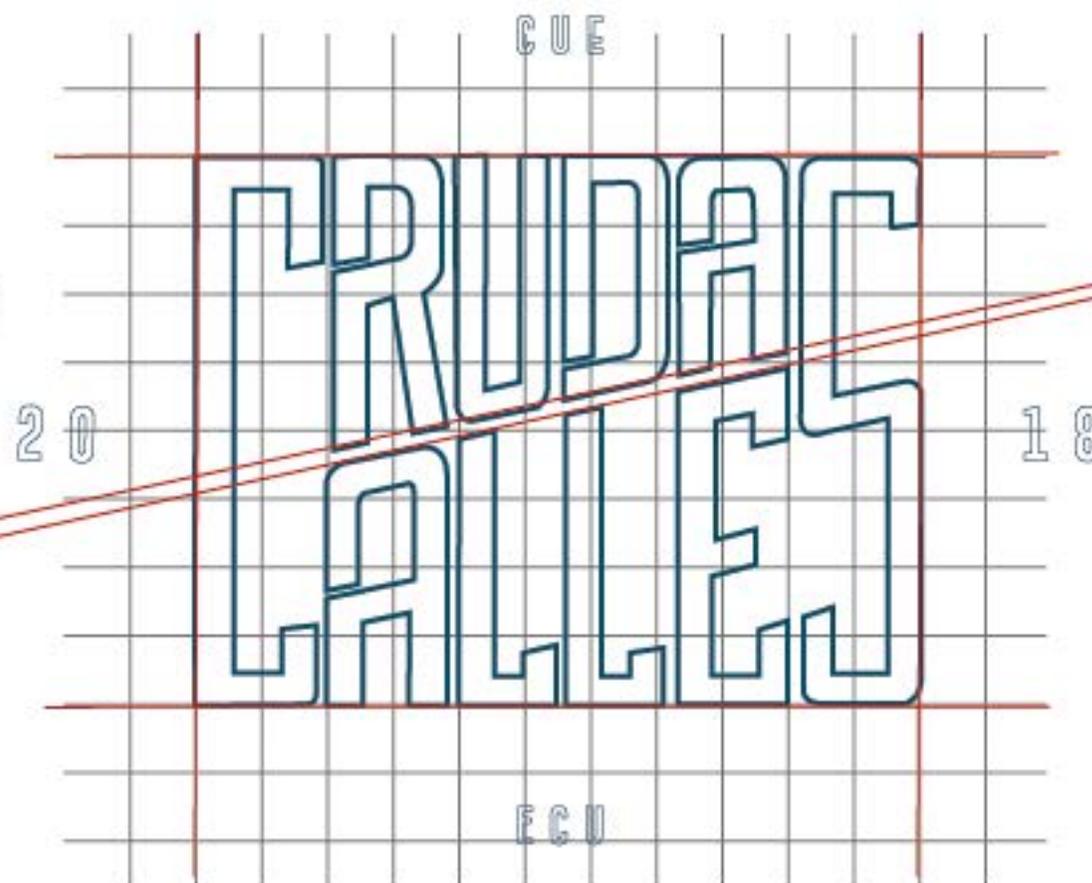
12.3 CREACIÓN DEL LOGOTIPO



**TIPOGRAFÍA
SANS SERIF**
MODIFICADA



LINEAS DIAGONALES
MOVIMIENTO FUTURISTA

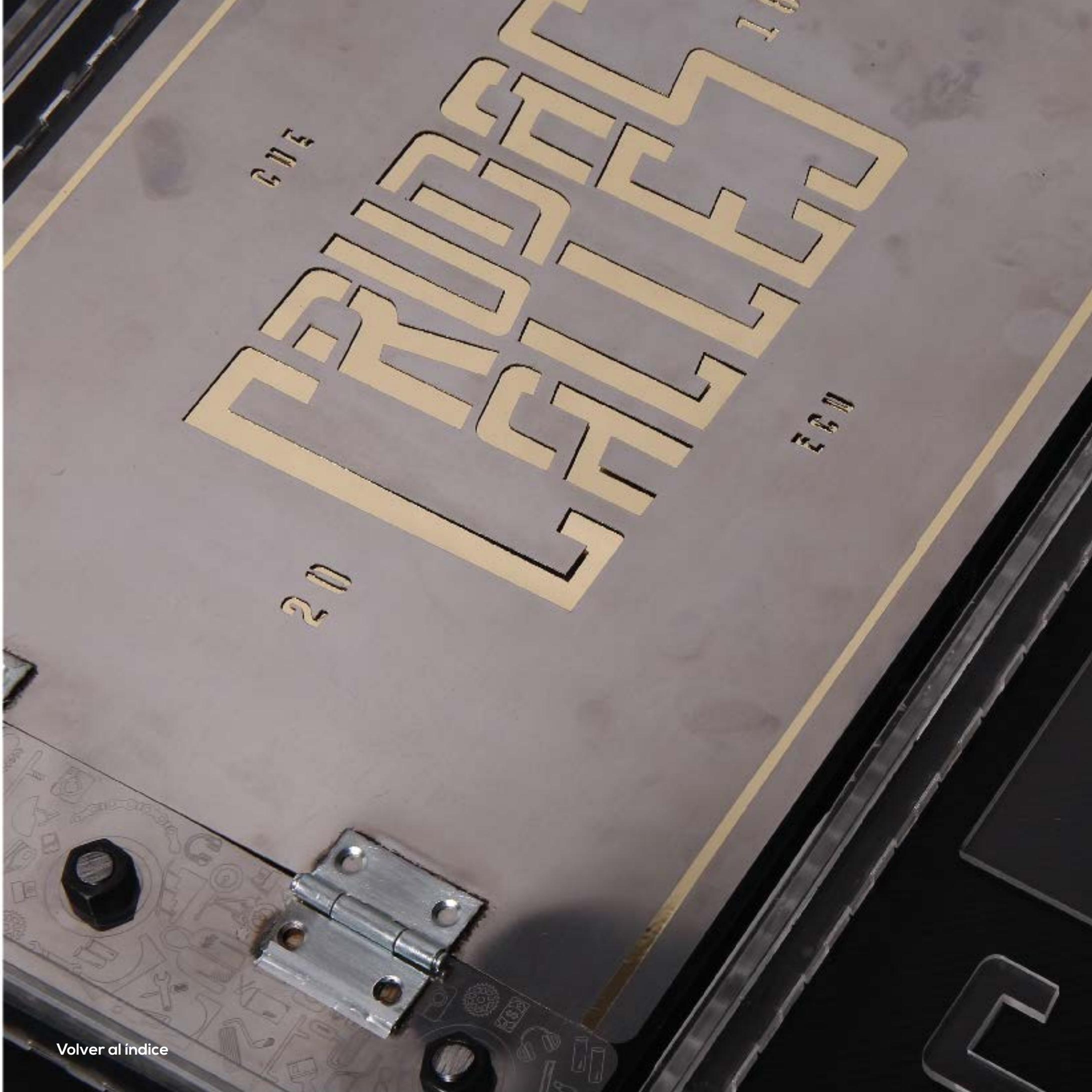


**CRUDAS
CALLES**

**CRUDAS
CALLES**

12.3.1 LOGOTIPO

Para crear el logotipo fue necesario buscar elementos que nos sean icónicos tanto en el contexto como en el movimiento artístico, para lo cual se utiliza líneas diagonales que separan el texto buscando concederle ese aspecto futurista mediante el uso de una tipografía Sans Serif y la edición de dos palabras para fusionarlas en una sola.

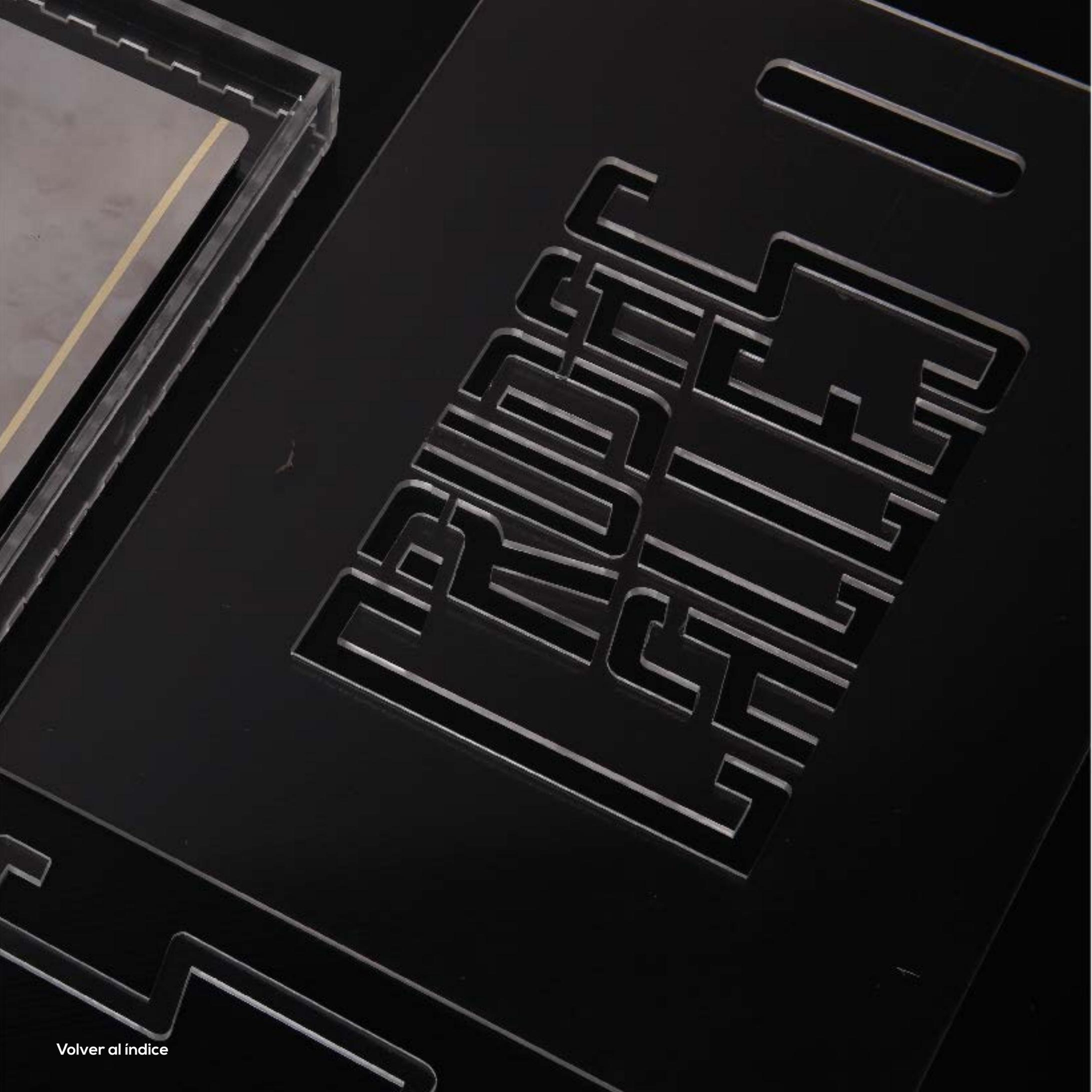


GDE

101

500

20



[Volver al índice](#)

12.4 DIAGRAMACIÓN

**IMAGEN
EXPRESIVA**



CULTURAS JUVENILES

INICIOS
FORMAS DE EXPRESIÓN
2000 | 2018

Los primeros grupos aparecen hace 17 años que existían eran muy pocas, dispersados en zonas rurales de la ciudad tales como el control sur en donde se creaban grupos juveniles que se conformaban por jóvenes que tenían sus propia formas de expresión estos grupos empezaron moviéndose entre la ciudad de una manera "underground" que solo actuaba por las noches y en lugares poco recurrentes para no dañar esa esencia que lo identifica

**COMPOSICIÓN
JERÁRQUICA**

**DIVISIÓN
CROMÁTICA**





INTRODUCCIÓN AL GRAFFITI

En esta etapa es muy importante el proceso de la socialización que se divide en primaria y secundaria en la socialización primaria el usuario se forma como miembro de la sociedad, y mediante la socialización secundaria

En esta etapa es muy importante el proceso de la socialización que se divide en primaria y secundaria en la socialización primaria el usuario se forma como miembro de la sociedad, y mediante la socialización secundaria

En esta etapa es muy importante el proceso de la socialización que se divide en primaria y secundaria en la socialización primaria el usuario se

Los grupos aparecen hace
existían eran muy pocas,
en zonas rurales de la
como el control sur en
creaban grupos juveniles
formaban por jóvenes que
propia formas de expresión
empezaron moviéndose
ciudad de una manera
"d" que solo actuaba por
y en lugares poco
para no dañar esa
lo identifica

Los grupos aparecen hace
existían eran muy pocas,
en zonas rurales de la
como el control sur en
creaban grupos juveniles
formaban por jóvenes que
propia formas de expresión
empezaron moviéndose
ciudad de una manera
"d" que solo actuaba por
y en lugares poco

Las primeras grupos aparecen hace
17 años que existían eran muy pocas,
dispersados en zonas rurales de la
ciudad tales como el control sur en
donde se creaban grupos juveniles
que se conformaban por jóvenes que
tenían sus propia formas de expresión
estas grupos empezaron moviéndose
entre la ciudad de una manera
"underground" que solo actuaba por
las noches y en lugares poco
recurrentes para no dañar esa
esencia que lo identifica

Las primeras grupos aparecen hace
17 años que existían eran muy pocas,
dispersados en zonas rurales de la
ciudad tales como el control sur en
donde se creaban grupos juveniles
que se conformaban por jóvenes que
tenían sus propia formas de expresión
estas grupos empezaron moviéndose
entre la ciudad de una manera
"underground" que solo actuaba por
las noches y en lugares poco

12.4.1 IMAGEN Y TEXTO

Para la distribución de los contenidos se elaboró una pre bocetación con el objetivo de definir los espacios adecuados para cada parte, en este caso el texto y la fotografía. Al ser un producto visual se opta por crear espacios mas grandes ocupados por las imágenes o fotografías.

ACTORES DE LAS CULTURAS JUVENILES

SKATE ■ BMXFREE ■ GRAFFITI ■ HIP HOP

Andres Mauricio
Esteban Pezantes
Gabriel Bonifaz

Paul Pineda
Frank Orellana
Pedro Tobar
Mario Chicalza
Jhonny Castro
Mauricio Reyes
Boris Narvaez

Jose La Mata
Gabriel Slat
Einer
Joaquin

Perversos
Ganja Crew
Boris Ortega
Mc

12.5 CONSTANTES

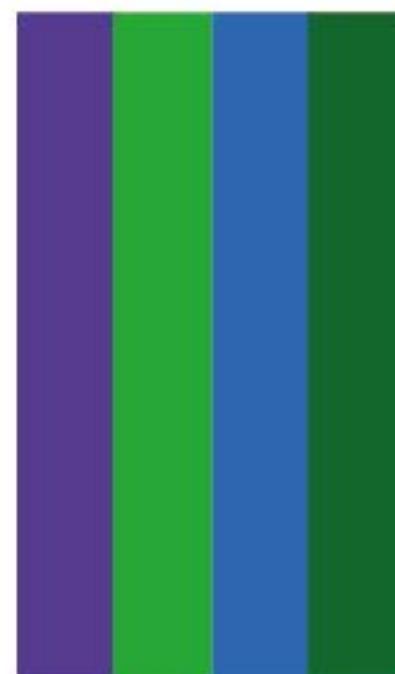
12.5.1 PALETA CROMÁTICA

Dentro de la paleta de colores se ha decidido tomar colores que le den un tono comunicacional semiformal.

Para la parte introductiva del producto se utilizó básicamente una monocromía que ayudaría para atrapar la atención del usuario. En la parte de cada cultura se decidió utilizar una armonía cuatricromática y de esta manera dividir a cada cultura con un tono diferente.



PRINCIPALES



SECUNDARIOS



GRAFFITI

HIP HOP

SKATE

BMX

12.5.2 FUENTES TIPOGRÁFICAS

Para respetar el movimiento al cual se esta haciendo referencia se optò por elegir tipografías de palo seco que tienen como propósito crear esa atracción en el usuario. Este tipo de fuentes es muy utilizada en producto editoriales por su legibilidad la misma que proporciona una mejor captación de la información.

GO BOLD / EXTRA - HOLLOW

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

— TÍTULOS

GO BOLD / REGULAR

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

— SUBTÍTULOS

GO BOLD / EXTRA - HOLLOW

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

— FRASES

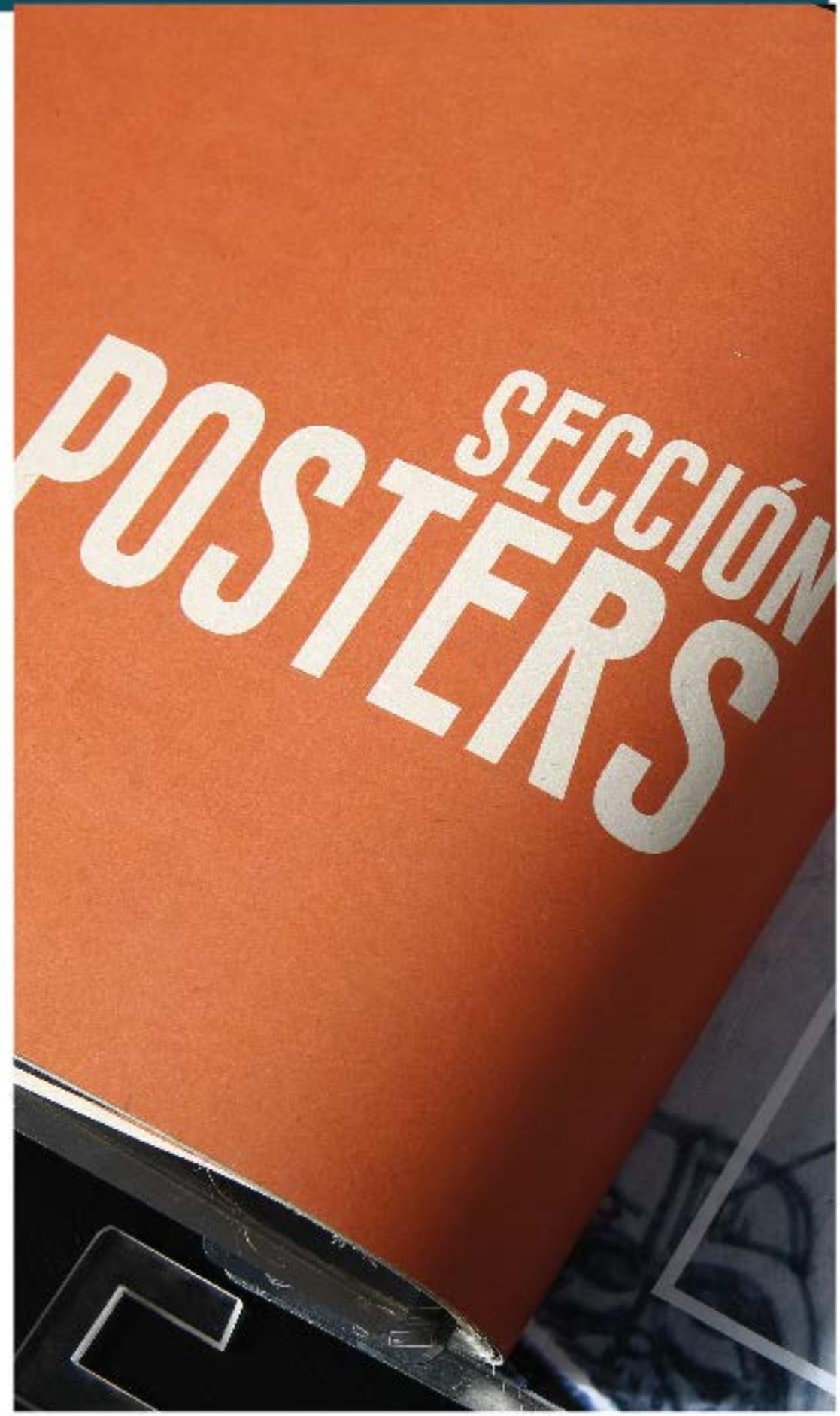
CUERPO DE TEXTO : PT SANS



12.6 FOTOLIBRO / POSTERS

12.6.1 USO DE LAS FOTOGRAFÍAS

Para cumplir con el mencionado foto libro se creó una opción que se basa en teorías de la funcionalidad y usabilidad, pues se trata de generar un buen manejo de la fotografía capturando momentos en las diferentes actividades que realizan estos jóvenes y trasladarlos a posters que se encontraran en la parte final del producto.





[Volver al índice](#)

13

CONCLUSIONES

Tras haber culminado el capítulo 4, puedo concluir que el proceso de diseño es la fase mas complicada pues es aquí donde se aplican todas las teorías para concebir el diseño y mediante el uso de las constante y variables se puede dar luz al producto editorial.

[Volver al índice](#)

14 VALIDACIÓN

La validación del producto editorial es una evidencia documentada la cual proporciona un alto grado de seguridad en un producto que reúne sus especificaciones y características de calidad y funcionalidad.

Se realizó una encuesta a personas de entre 20 a 37 años que conocen o desconocen de estas culturas juveniles para conocer el interés que existe hacia estos grupos, además también se busca conocer las preferencias que tienen los usuarios hacia un producto editorial.

De la misma manera se realizó una muestra del producto final a personas naturales y protagonistas que son parte del contexto obteniendo una reacción muy satisfactoria.

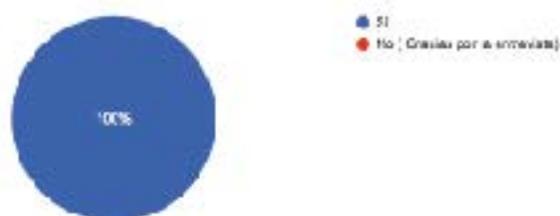
14.1.1 ENCUESTA ONLINE

Las encuestas en línea permiten reducir considerablemente los costos ya que es suficiente con realizar la encuesta online y enviarla mediante correo electrónico, facebook, twitter o incluso enlazar la encuesta desde su página web.

Para realizar una encuesta online nos ayudamos de un software ya pre-programado en la cual pudimos realizar un tanteo acerca de cómo las personas en general ven a las culturas juveniles y cuanto conocen acerca de ellas. Además varias preguntas también se direccionan a la búsqueda de un buen producto editorial con altos niveles de interés y un mayor rango de aceptación.

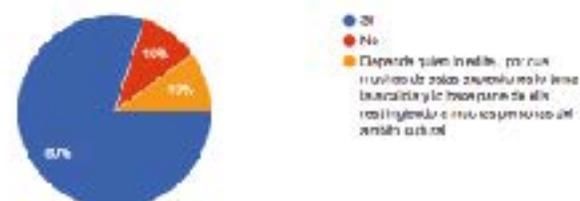
Ha escuchado alguna vez acerca de las culturas juveniles?

10 respuestas



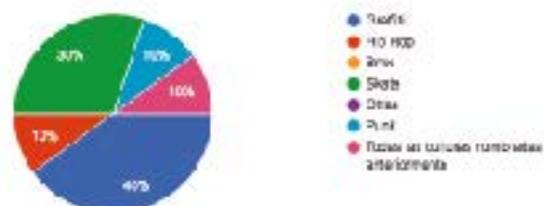
Adquirirías un libro acerca de las culturas juveniles en Cuenca?

18 respuestas



Que culturas ha observado en las calles de Cuenca?

11 respuestas



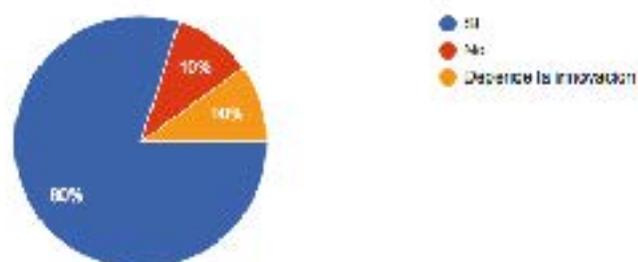
Esta de acuerdo que por falta de espacios estas actividades se realicen en las calles?

10 respuestas



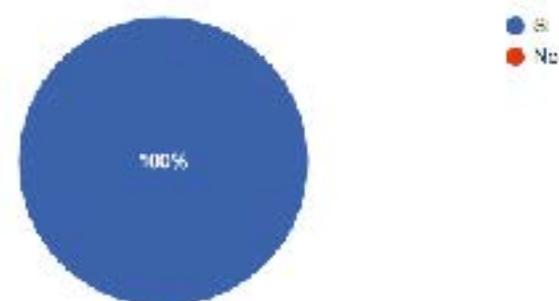
Cree que la innovación de un producto editorial es necesario?

10 respuestas



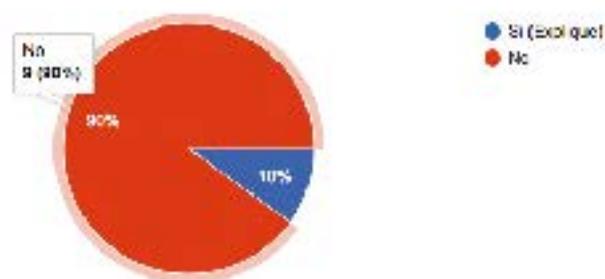
Gustaría que las imágenes del producto editorial tengan una mejor usabilidad ?

10 respuestas



Alguna vez ha tenido alguna mala experiencia con algún artista o deportista que engloba estas culturas ?

10 respuestas



Cree que la fotografía es un buena herramienta para una difusión de la información acerca de estas nuevas culturas?

10 respuestas



ENCUESTA REALIZADA VIA GOOGLE DRIVE

13.1

VALIDACIÓN - PUNTO DE VISTA DE LOS INTEGRANTES



PAUL PINEDA

"Me parece una idea bastante conceptual que rompe todas las reglas y creo que por el uso de la fotografía se podría dar una mejor idea de lo que hacemos y que buena idea, plantearlo en un producto como los libros, toda su estructura es muy expresiva y la composición me da una sensación placentera al verla"

PEDRO TOBAR

"Esta idea es muy innovadora y pienso que a la gente le daría gusto ver como realmente son las vivencias que están detrás de cada joven que realiza estas actividades, además sus acabados van mas allá de las expectativas comunes que se tiene de un libro, pues esta idea parece fortalecer la manera de mostrar la crudeza de las calles"



13.1 VALIDACIÓN - FOCUS GROUP



PATRICIO ABRIL

"Este libro tiene una propuesta que me gusta mucho, es decir su contexto da justo en el clavo porque muestra cada aspecto que la sociedad necesita saber para que tenga un mejor conocimiento acerca de estas culturas que de a poco están saliendo a la luz pública de una manera mas profesional"

JOSE AVELLANA

"Este producto me parece una excelente idea que puede ser una iniciativa para que se empiece a dar más importancia a la cultura juvenil. En cuanto a la propuesta, me encantan los detalles que se le aplicó al producto y la parte gráfica es una herramienta muy bien expuesta haciendo ver que este libro manifiesta lo que nosotros como artistas urbanos queremos que la sociedad vea"



[Volver al índice](#)

15 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al concluir este proyecto me he dado cuenta que el diseño tiene infinitas respuestas para solucionar problemas pero solo algunas son las adecuadas para hacerlo. Mediante el proceso de diseño es muy importante aplicar los conocimientos que se han adquirido, pero si existe alguna manera de reforzarlos con ideas innovadoras que puedan ir mas allá de un proceso simple sino al contrario experimentar en la construcción un producto que pueda trascender en la historia de la cultura.

Estos grupos buscan un apoyo moral y productivo de la sociedad, recomendaría a las personas que encuentren una forma de crear enlaces con estos grupos pues estos procesos culturales necesitan ser vistos desde un punto distinto.



16 ANEXOS

16.1 BIBLIOGRAFÍA

- C. Magallón Lic. en Ciencias y Técnicas de la Comunicación, (2001). 17 años de Tribus Urbanas : Lo normal y anormal. Los términos en la sociedad: México.
- H. Erikson (2004). Sociedad y Adolescencia: Sentimiento de la juventud contemporánea. Alemania
- A. Belmonte (2016). La identidad de los jóvenes en los tiempos de la globalización: DF-Mexico
- S Charvet (2004) Identidad nacional y poder: Identidad Ambigua (Pag 91): Quito-Ecuador
- G. Ochoa (2002) Culturas juveniles emergentes: Riobamba-Ecuador
- T. Tripaldi (2008) Culturas juveniles : Universidad del Azuay: Cuenca-Ecuador
- M. Cerbino (2010) Culturas juveniles: cuerpo, música, sociedad y género: Quito-Ecuador.
- G. Reyes (2016) El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas: Madrid - España
- J de Buen Unna (2016) Manual del diseño editorial : Mexico.
- F Depero(1892). Dinamo-Azari. Depero-Futurista: Milan, New York, Paris, Berlin.
- J. Berger (2002). Usos de la fotografía: Londres - Inglaterra
- G. Zans (2006). Armonía cromática: Barcelona-España