



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**
50 AÑOS

**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**
FACULTAD



ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

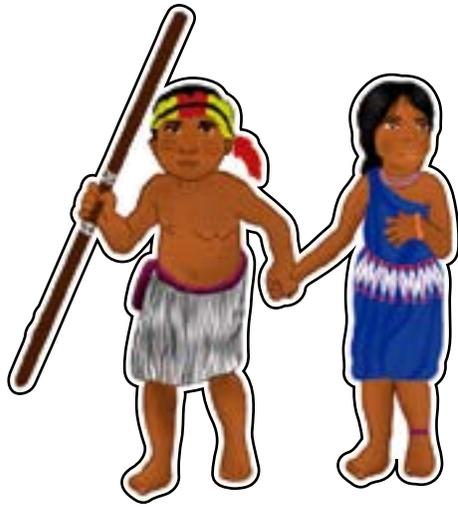
**DISEÑO DE UN PRODUCTO EDITORIAL
PARA MEJORAR EL APRENDIZAJE DE
LOS NIÑOS EN LA VISITA TÉCNICA
DEL MUSEOPUMAPUNGO**



PROYECTO DE GRADUACIÓN PREVIO
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR GRÁFICO



AUTOR: JORGE QUICHIMBO
DIRECTOR: MST. JUAN LAZO
CUENCA - ECUADOR
2018





AUTOR:

Jorge Quichimbo

TUTOR:

Mst. Juan Lazo

ILUSTRACIÓN Y FOTOGRAFÍA:

Todas las imágenes fueron realizadas por el autor, excepto aquellas que se encuentran con su cita respectiva.

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Jorge Quichimbo



2018

Cuenca - Ecuador



• **DEDICATORIA** •

Quiero dedicar mi tesis con mucho cariño y amor a las personas más importantes en mi vida, mi familia que con su inteligencia y amor han sabido guiarme a lo largo de mi vida.

Agradezco de manera especial a mi director Mst.Juan Lazo, por su sabiduría, tiempo y apoyo para el desarrollo de mi proyecto de tesis.

• **AGRADECIMIENTO** •

Agradezco infinitamente a Dios, y a mi madre por haberme brindado su apoyo moral para seguir estudiando y lograr mis sueños.

A la Universidad del Azuay, a mis compañeros y amigos con los que he compartido momentos especiales.

A mis tutores, gracias por su paciencia y dedicación.



ÍNDICE

CONTENIDO	
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE	6
ÍNDICE DE IMÁGENES	8
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
OBJETIVO GENERAL.....	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
INTRODUCCIÓN.....	13
Contextualización.....	15
1.1 MUSEOS	16
Los objetivos principales de un museo son:.....	17
Clasificación	17
1.2 MUSEOS INTERACTIVOS	18
1.3 MUSEOLOGÍA	19
1.4 MUSEOGRAFÍA	20
Clasificación de los museos por la forma de exhibición.....	21
Exposiciones Temporales	21
Exposiciones Itinerantes	22
1.5 MUSEO PUMAPUNGO	23
1.6 DISEÑO Y CULTURA	24
1.7 LOS MUSEOS COMO MEDIADORES	25
PEDAGÓGICOS	25
1.8 LA EDUCACIÓN	26
1.9 EL APRENDIZAJE.....	28
1.9.1 EL proceso de aprendizaje.....	29
Presentación del problema:	29
Organización psíquica:	29
Solución:	29
1.9.2 LA MEMORIA	30
Codificación:	30
Almacenamiento:	30
Tipos de memoria:	31
Tipos de memorias:	31
Por duración:	31
Por aplicación:	31
1.10.-LA DIDÁCTICA.....	32
Recurso Didáctico	32
Estrategia Didácticas	33
1.11 EL DISEÑO INTERACTIVO (DCU) DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO	34
1.12 DISEÑO EDITORIAL.....	35
1.12.1. Elementos del Diseño Editorial	36
MAQUETACIÓN.- JERARQUÍA.-	
RETÍCULA.	37
TIPOGRAFÍA.....	38
CROMÁTICA.....	38
COMPOSICIÓN	39
ILUSTRACIÓN	40
CUBIERTA	40
TEXTURA.....	41
1.12.2. Clasificación del Diseño Editorial.	41
Revistas.....	41
Periódicos:	42
1.12.3 RECURSOS DEL DISEÑO APLICADO A UN PRODUCTO EDITORIAL.....	42
FORMATO	42
TEXTURA.....	42
CONTRASTE	43
BALANCE	43
PROPORCIÓN.....	43
RITMO	43
ARMONÍA:	44
MOVIMIENTO:	44
SIMETRÍA:	44
1.11.4 DISEÑO EDITORIAL INFANTIL	45
1.12. DISEÑO LÚDICO.....	46
1.12.1 LÚDICA Y COMPLEJIDAD	47
1.12.2 CREATIVIDAD	47
1.12.3. JUEGO	48
1.12.4. MATERIAL DIDÁCTICO	49
Funciones Didácticas:.....	50
Función motivadora:	50
Función estructuradora:	50
Función estrictamente didáctica:	50
Función facilitadora de los aprendizajes:	50
1.12.5. LIBROS ANIMADOS	51
Clasificación	52
Libros con solapas:	52
Libros con lengüetas:	52
Libros carrusel:	52
Libros tridimensionales:	52
Libros de imágenes transformables:	52
Libros ruleta:	53
Libros de imágenes combinadas:	53
Libros escenario:	53
1.13. LEER JUGANDO.....	54
1.13.1. LECTURA INFANTIL	55
1.14. INTERACTIVIDAD ANALÓGICA.....	56
1.15. LA ILUSTRACIÓN.....	59

1.16. DISEÑO EMOCIONAL	61
1.17. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	62
1.18. NATALY VÁSQUEZ CLAVIJO.....	64
1.19. PATRICIA ARÉVALO	66
1.20.- DIANA VÁZQUEZ.....	67
1.21. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO. 69	
1.22. HOMÓLOGOS	70
1.23. CONCLUSIONES DE LOS HOMÓLOGOS	75
Planificación	77
2.- TARGET	78
2.1.- TARGET DIRECTO (NIÑOS) 78	
2.2. SEGMENTACIÓN	78
Segmentación Demográfica:.....	78
Segmentación Geográfica:	79
Segmentación Psicológica:.....	79
Segmentación Conductual:.....	79
2.3. TARGET INDIRECTO (PROFESORES).....	80
Segmentación Demográfica:.....	80
Segmentación Geográfica:	80
Segmentación Psicológica:.....	80
Segmentación Conductual:.....	80
2.4. TARGET INDIRECTO (PADRES DE FAMILIA)	81
Segmentación Demográfica:.....	81
Segmentación Geográfica:	81
Segmentación Psicológica:.....	81
Segmentación Conductual:.....	81
2.5. PERSONA DESIGN	82
2.6. PARTIDAS DE DISEÑO.....	84
FORMATO:	84
DIAGRAMACIÓN:.....	84
TIPOGRAFÍA:	84
CROMÁTICA:.....	85
ILUSTRACIÓN:	85
SOPORTE:	85
2.6.1. FUNCIÓN	85
2.6.2. TECNOLOGÍA.....	86
2.7. PLAN DE NEGOCIOS.....	87
2.7.1.Producto	87
2.7.2.Precio	87
2.7.3.Plaza	87
2.7.4.Promoción	87
Diseño.....	89
3.1. IDEAS CREATIVAS.....	90
3.2. <i>lluvia de ideas</i>	90

2 SOLAPAS.....	90
3 POP UP.....	90
4 TOY	91
5 STICKERS.....	91
6 COLOREAR	91
7 ACTIVIDADES	91
8 REALIDAD AUMENTADA	92
9 DATOS OCULTOS	92
10 3D	92
3.3 IDEAS SELECCIONADAS	92
3. Idea Final.....	96
Diseño Final.....	97
Retiro	97
tiro	97
Proceso Creativo.....	99
4.1 CONTENIDO.....	100
Formato:.....	100
Tipografía:.....	100
Cromática:.....	100
Trazo:.....	100
4.2 CONSTANTES	100
Escenarios:.....	101
4.3 VARIABLES.....	101
Guión:.....	102
Personajes:.....	102
DISEÑO	103
4.4 MARCA	126
4.5 DISEÑO FINAL.....	127
5. PRODUCTO	128
5.1 PACKAGING.....	131
6. VALIDACIÓN	133
7. PROMOCIÓN	137
8. CONCLUSIONES.....	138
9. RECOMENDACIONES	139
9. BIBLIOGRAFÍA.....	140
10. ANEXOS.....	141



● ÍNDICE DE IMÁGENES ●

1. https://drscdn.500px.org/photo/23821435/q%3D80_m%3D1500/v2?user_id=25052513&webp=true&sig=4eb64281661371c7bce43f9fa9c0dd3eeed425f2b70c-43730527f47d0b45c0a6

2. <http://www.munisanfernando.cl/images/01%20A%20Mim.jpg>

3. https://cdn.pixabay.com/photo/2016/03/27/16/23/woman-1283009_960_720.jpg

4. https://cdn.pixabay.com/photo/2014/06/04/16/40/exhibition-362163_960_720.jpg

5. https://500px.com/photo/70089369/les-panamas-by-julien-vidal?ctx_page=1&from=search&ctx_type=photos&ctx_q=sombreros

6. <http://www.telemundo.com/sites/nbcutelemundo/files/images/article/cover/2017/02/10/nina-sentada-sobre-libros-leyendo.jpg>

7. <https://lecturaagil.com/wp-content/uploads/2018/01/Lectura-la-gran-aliada-de-la-memoria.jpeg>

8. https://drscdn.500px.org/photo/136021009/q%3D80_m%3D1500/v2?user_id=25052513&webp=true&sig=8dc7c67895c9d04fb3be32462d58a94b5ea1d8c-9b6e415e5bcb4b85e5fdbf360

9. https://drscdn.500px.org/photo/4527325/q%3D80_m%3D1500/v2?client_application_id=15699&webp=true&sig=92e910b3252f41bb76759100cffe1d1293d-800f63f0316df9235774dd9edaa0

10. http://90mas10.com/wp-content/uploads/2013/02/16021602_1361892903_slide.jpg

11. <https://marcocreativo.es/blog/wp-content/uploads/2011/04/civita1.jpg>

12. https://drscdn.500px.org/photo/81922971/q%3D80_m%3D1500/v2?user_id=25052513&webp=true&sig=b8557419ce95cd1630c78ddb0106b2d653a3b64d7b-f1952f614ef348a2ed8595

13. https://www.wallpapervortex.com/wallpaper-9446_1_miscellaneous_digital_art_colorful.html#.WweZKEgvzIU

14. https://500px.com/photo/173681411/41-jpg-by-tamar-irene-tfg?ctx_page=2&from=search&ctx_q=ilustraciones&ctx_type=photos&ctx_sort=relevance

15. <https://i.pinimg.com/originals/08/d3/8f/08d38f2186ae->

87f517b46ffa9a682d55.jpg

16. https://drscdn.500px.org/photo/97096429/q%3D80_m%3D1500/v2?user_id=25052513&webp=true&sig=-3211931b4b86e0e020e3db3aae0e866789c50a18b0835d-5c2a047a6c6583abe5

17. <https://edgarbelsol.files.wordpress.com/2014/08/b2e09-omarrayo2528122529.jpg?w=656>

18. https://leseg.files.wordpress.com/2014/04/12173430716_5f1c66b63c_o.jpg

19. https://500px.com/photo/84838755/kid-by-joan-navarro?ctx_page=5&from=search&ctx_q=ni%C3%B1o+jugando&ctx_type=photos&ctx_sort=relevance

20. <https://watermeloncates.files.wordpress.com/2013/09/01.jpg>

21. <https://i.ytimg.com/vi/uZDysn8biTA/maxresdefault.jpg>

22. <https://i.pinimg.com/564x/2e/75/85/2e7585b9e7b1f4cd76db-508d7494c352.jpg>

23. <https://i.pinimg.com/564x/0b/48/3e/0b483eacfe5ac97e-5579d5db971b0445.jpg>

24. <https://roc21cdn-roc21.netdna-ssl.com/blog/wp-content/uploads/2015/11/libro-en-360-grados.jpg>

25. <https://i.pinimg.com/564x/49/7e/4e/497e4e-994d739e974667a51bb6da2de1.jpg>

26. <https://www.machodominante.es/wp-content/uploads/2015/11/11984819338867.562e0f40d92aa.png>

27. <http://www.ekonomiaonline.com/wp-content/uploads/2016/07/psikologji-brain-truri.jpeg>

28. <https://i.pinimg.com/736x/c0/ba/f6/c0baf62c-08d5257443ac73d44b442254.jpg>

29. <https://paintable.cc/wp-content/uploads/2017/01/Feature-Loish-5.jpg>

30. <https://www.ilustra.org/wp-content/uploads/2016/02/img-145580787148gnk.jpg>

31. https://drscdn.500px.org/photo/148692719/q%3D80_m%3D1000_k%3D1/v2?user_id=25052513&webp=true&sig=955104a09a1b6913771c2b2bcd5a51242db38bdc0a-6d42cc2f7ba33758c79a85

32. https://drscdn.500px.org/photo/98924607/q%3D80_m%3D1000/v2?user_id=25052513&webp=true&sig=cec64c778dbf56eabce4c89228ff39930c6ada1b-6d2601a2402d13a38e4757be

33. https://drscdn.500px.org/photo/135141117/q%3D80_m%3D1500/v2?user_id=25052513&webp=true&sig=7d8c2d948520a9d69c3f4f98cc93f280b8d-0ff92e67fabfddcc8c427ec1652b6

34. <http://www.100plandenegocios.com/wp-content/uploads/2015/05/modelo-de-plan-de-negocios.jpg>



● **RESUMEN** ●

Los museos son medios de comunicación, educación y transmisión de cultura. Como todo medio, éstos deben adaptarse a las nuevas formas de comunicación y transmisión de contenidos para mantener su vigencia. Sin embargo, al día de hoy, la visita a los museos no es considerada como una actividad entretenida o una alternativa válida al momento de decidir qué hacer con los niños. El presente proyecto busca mejorar la experiencia de los pequeños visitantes del Museo Pumapungo, a través del diseño de un producto editorial interactivo que facilite el aprendizaje de una forma entretenida y didáctica.

● **ABSTRACT** ●

Title: Editorial product design to improve the children's learning in their technical visit to the Pumapungo Museum

Museums are communication media, education and transmission of culture. As every mean, they have to adapt to the new ways of communication and transmission of contents to keep their validity. However, nowadays, the visit to the museums has not been considered as an entertaining activity or a valid option at the moment of deciding what to do with children. This project looks for improving the children's experience when visiting the Pumapungo Museum through an interactive editorial product design that facilitates the learning in an entertaining and didactic approach.

Key words: Museum, communication, transmitter, education, entertaining, learning and experience.

Jorge Quichimbo

Student

Juan Lazo

Director

Translated by, Karina Durán



OBJETIVO GENERAL.

Aportar a mejorar las visitas y los recorridos de los niños en el Museo Pumapungo, mediante el diseño de un producto editorial interactivo, que facilite el aprendizaje y mejore la experiencia dentro del museo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Diseñar un producto editorial interactivo a manera de prototipo.

Mejorar el aprendizaje de los niños.

Lograr que las visitas al museo sean atractivas.

• INTRODUCCIÓN •

Los museos son medios de comunicación, educación y transmisión de cultura. Como todo medio, éstos deben adaptarse a las nuevas formas de comunicación y transmisión de contenidos para mantener su vigencia y aportar al aprendizaje de los niños.

El presente proyecto busca mejorar la experiencia de los pequeños visitantes del Museo Pumapungo, a través del diseño de un producto editorial interactivo que facilite y refuerce el aprendizaje de una forma entretenida y didáctica. El desarrollar este producto editorial que forma parte de esta tesis conlleva el enfoque de diferentes marcos teóricos o conceptuales, que son fundamentales para su diseño.

Este proceso se llevara a cabo materializando conceptos, teorías y técnicas de forma que quede plasmado el mensaje tanto en el bosquejo como en los dibujos, bocetos y esquemas.

CAPÍTULO 1

Contextualización



1.1 MUSEOS

Un museo se define como un fenómeno de masas, que no solo comunican un mensaje en sus salas expositivas por la manera de disponer las piezas museales, sino porque su dimensión comunicativa incluye a todos los elementos que lo constituyen: geografía, edificio, colección, eventos, investigación, comunicación; [...] al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público, dicha entidad es portadora de significaciones en su informe de carácter plural (Bennett, 1996, pág. 49).

En efecto, para Bennett (1996) se trata de un rol que el museo ejerce en la modernidad, y que continúa ejecutándose. Se considera a los museos como templos de arte de las élites e instrumentos que se utilizan en la educación como transmisores de la cultura, debido a que sus colecciones se vuelven parte de la historia y por ende públicas. Es por esto que desde el momento de su creación estas instituciones tienen un espacio de construcción dispuestas para la ciudadanía.





Los objetivos principales de un museo son:

- Conservar y preservar las colecciones.
- Investigar acerca de las colecciones.
- Educar e interpretar: ofreciendo al visitante la posibilidad de analizar y reflexionar a partir de sus conocimientos y su contexto cotidiano.
- Exhibir y comunicar.
- Difundir y evaluar.

Clasificación

El modelo actual de un museo moderno permite clasificar basándose en los siguientes criterios:

- Colecciones
- Temática
- Origen de recursos
- Tipo de público
- Forma de presentar las exposiciones.



1.2 MUSEOS INTERACTIVOS

En la actualidad la mayoría de museos se han adaptado a las nuevas formas de comunicación y transición de contenidos de una manera entretenida y didáctica; una de las soluciones que han implementado los museos internacionales tiene que ver con la interactividad, esta es una herramienta para que el público logre involucrarse con su entorno mejorando así la experiencia de la visita y procurando generar un mayor interés por la información que brinda el museo, conectando a las audiencias con las colecciones (Soriano, 1994, pág.30).

La interactividad en los museos es un factor considerable ya sea de forma digital o analógica, de esta manera se necesita que las personas se vean involucradas con lo que ofrece el museo. Al tener la oportunidad de interactuar con las muestras exhibidas en cada una de sus salas se logra el proceso de recepción y asimilación de la información, esto para mejorar el interés de los visitantes a forma de espacios de cultura y de aprendizaje. Esto rompe la idea de que la visita al museo no es una actividad entretenida o una alternativa válida al momento de decidir qué hacer.





1.3 MUSEOLOGÍA

La museología es la ciencia que estudia los museos, su historia, su influjo y la razón de ser de las exposiciones, su función en la sociedad, sus peculiares sistemas de investigación, educación y organización, así como la relación que establece con el medio ambiente. Esta disciplina científica ha evolucionado en correspondencia a la leyenda misma de las sociedades humanas (Aurora, 1978, pág.51).

Se planteará amanera de enfoque principal a la museografía, considerando que los visitantes poseen diferente motivación e interés con las cosas. La museografía se centra en resolver o generar esta atracción específicamente a las exposiciones consideradas como medios de comunicación entre colección, espacio y público; gracias a esta y a los adelantos tecnológicos, se han generado múltiples oportunidades de crear espacios dinámicos que aporten a la interacción, a la educación y al aprendizaje; una de las razones fundamentales para la existencia de los museos.



1.4 MUSEOGRAFÍA

La museografía es la encargada del conjunto de métodos y prácticas de concepción y realización de una exposición, sea temporal o permanente; relativa al funcionamiento del museo, esta agrupa las técnicas de la planeación, diseño, producción, montaje y evaluación de los ambientes de comunicación, generados por una exposición para un público determinado en su disposición y presentación (Meléndez, 2014, pág.40).

Hoy en día, los museos se preparan para adaptarse a los cambios tecnológicos que se van dando con el transcurso del tiempo, estas variaciones son debido a que la visita a los museos ocupan gran parte de las actividades de una ciudad, como centros de investigación, difusión de la cultura, enseñanza, espacios de instrucción, transmisión de conocimientos y aprendizaje, es por ello necesario el desarrollo de estrategias que atraigan a los futuros visitantes, diseñando ideas con una mejor comunicación aplicando correctamente el termino didáctico en sus instalaciones y productos.



Clasificación de los museos por la forma de exhibición

Una exposición permanente es la colección de referencia de un museo. Es el espacio donde se observa las principales colecciones, no obstante es el proceso creativo generado en su desarrollo; se debe tener en cuenta el enfoque y el estilo para captar el interés del usuario por más tiempo, el proceso es llevado a cabo de igual forma que en cualquier proyecto de diseño y esto es porque aun cuando estas exposiciones sean pequeñas o grandes pueden llegar a ser visitadas por miles de personas (Meléndez, 2014, pág.60).

Exposiciones Temporales

Una exposición temporal es aquella que implica un periodo más breve en un plazo de entre tres a seis meses, las exposiciones temporales permiten maximizar la utilización de los recursos y lugares disponibles para estimular el interés de diferentes públicos y al mismo tiempo animará a los visitantes no habituales del museo. La exposición se dispone en espacios que permite dinamizar con la obra o con lo que se está exhibiendo y generar un vínculo con el usuario (Meléndez, 2014, pág.65).



En la actualidad los museos están optando por aplicar cada vez más las exposiciones temporales a diferencia de las permanentes cuyas exhibiciones se encuentran establecidas dentro del museo, las artes se exhiben durante un tiempo determinado y esto permite que la información este en constante actualización además que permite al museo mostrar las diferentes colecciones guardadas o almacenadas en la bodega. De esta manera se genera en el usuario un momento de diversión, distracción con actividades tanto individual como en grupo.

Exposiciones Itinerantes

Las exposiciones Itinerantes son diseñadas para ser exhibidas en distintos espacios, su ventaja principal es la optimización del trabajo de investigación, diseño, producción y montaje, al ser exhibidas en diferentes puntos puede ser visitada por un número mayor de visitantes lo que permiten además promocionar el museo a gran escala (Meléndez, 2014, pág.70).

La función primordial de las exposiciones itinerantes son las de fomentar el interés por el museo, por sus colecciones, por su trabajo, pero sobre todo para promover la cultura y es justo en este punto en donde requieren las aguzadas competencias del diseñador profesional y el





papel del conservador ha venido a recubrir no sólo los tradicionales estándares de carácter académico, sino también la capacidad para innovar en relación con los temas y mensajes de la exposición.

1.5 MUSEO PUMAPUNGO

El Museo Pumapungo es un museo etnográfico ubicado en Cuenca-Ecuador, es una de las más importantes reservas de patrimonio cultural del Ecuador. Cuenta con miles de piezas que constituyen sus bienes culturales, las mismas que están distribuidas estratégicamente.

La colección está conformada por atuendos cotidianos y festivos, viviendas y objetos representativos de la sociedad. Además cuenta con arte barroco, costumbrismo y pintura moderna. Cuenta con un jardín etnobotánico y un centro de avifauna.

A pesar de ser una institución de tal renombre, no cuenta con espacios Interactivos digitales o analógicos. Este proyecto busca mejorar la experiencia de visita en el público infantil mediante un producto editorial interactivo para la sala etnográfica del Museo Pumapungo.



1.6 DISEÑO Y CULTURA

Una vez que sabemos que el diseño comunica mensajes, debemos entender que el papel del diseñador es producir significados concibiendo éstos como fenómenos culturales. La cultura se entiende como un conjunto de manifestaciones de los hábitos sociales de una colectividad. Son las reacciones de los individuos en la medida que se ven afectados por las costumbres y creencias del ambiente en el que viven. A sí mismo, es la actividad humana que permite generar productos materiales y comunicativos, el diseñador debe conocer los rasgos propios de la cultura que va a interpretar y representar (Kahn.J.S. (1975).

Pero según la teoría de Penny Sparke: “El diseño se expresa visual y materialmente; sobre todo, pero no de forma exclusiva en el contexto de consumo y se gestiona mediante la intervención del ‘gusto’ que sustenta la elección del consumidor. No obstante, se trata de un lenguaje que puede funcionar simultáneamente como representación y materialidad” (Sparke, 2010).

Dicho de otra manera, la cultura tiene siempre rasgos identificadores que pueden ser aplicados al diseño, convirtiéndolos a objetos de valor comercial en un mundo capitalista, que en ocasiones funciona como recurso publicitario para las diferentes culturas..



1.7 LOS MUSEOS COMO MEDIADORES PEDAGÓGICOS

Los museos contemporáneos ya no deben concebirse y organizarse como lugares para la contemplación u observación pasiva por parte de sus visitantes, sino como escenarios para su desarrollo educativo por medio de situaciones comunicativas que propicien una interacción lúdica, la exploración creativa, la experimentación dirigida, que a su vez posibiliten el involucramiento intelectual, físico y emocional de sus usuarios (Orozco., 2005, pág. 38).

Orozco afirma que la lucha continua de los museos hoy en día es en contra de “esto ya lo he visto”. El público del siglo XXI es un público digitalizado. La comunicación y su medios han avanzado a pasos agigantados, es por esto que la forma de comunicar e informar en los museos tiene que convertirse en medio de entretenimiento, transformando las áreas estáticas en galerías virtuales o usando otros recursos, de manera que se produzca una interacción entre el medio que se expone y el observador.

La revolución tecnológica reclama nuevas formas de enseñanza, estas formas son muy evidentes en países que han marcado un precedente de innovación para regalo de las futuras generaciones un antes y un después., es por esto que la renovación continúa dentro de



los museos en Ecuador es indispensable; así como fortalecer la idea de cambio, replantear temas que sean un desafío con el propósito de atraer nuevos públicos . usuarios su conocimiento intelectual, social, moral, cívico y cultural..

1.8 LA EDUCACIÓN

Según la teoría de Sarramona J.,“El individuo se integra a la sociedad siempre y cuando las pautas y normas sociales que asimila le sirvan para satisfacer las necesidades de incorporarse al grupo, que con su aceptación le re- fuerzan y consolidan los aprendizajes sociales. La socialización es la adaptación del sujeto al medio social a través de la interiorización y aceptación de las normas, valores y principios fundamentales de la sociedad”. A través de la educación la sociedad se perpetúa.



la educación es la transmisión de la herencia cultural entre generaciones y, mediante ella, se pretende asegurar la cohesión social que es una condición de la continuidad histórica, además de perpetuar la cultura, posibilita el cambio a través de la reflexión y espíritu crítico. (Sarramona, J.,1998 , pág 12).

Otro enfoque muy característico de la importancia del diseño, es justamente en el área educativa, hoy en día existen aspectos educativos de alto impacto para los estudiantes, maestros o padres de familia.

La educación es un medio para perpetuar la sociedad, es el medio por el cual se transmite la herencia de los conocimientos, las artes, la ciencia , la cultura y los demás bienes, de generación a generación, asegurando la cohesión social. manteniendo una relación entre el diseño, la educación, y la tecnología.



1.9 EL APRENDIZAJE

El aprendizaje es un hecho básico en la vida del ser humano, es todo conocimiento que se adquiere a partir de las cosas que nos suceden a diario, experiencias o prácticas que se llega adquirir a través de hechos cronológicos. El aprendizaje está ligado a la enseñanza, y uno depende del otro para enriquecer la conducta del sujeto. No existe enseñanza si no hay aprendizaje. Los niños observan a las personas que los rodean para ver e imitar cómo se comportan. Los individuos observados son llamados modelos. En la sociedad, los niños están rodeados de muchos modelos influyentes, como los padres y otros miembros de la familia, personajes de la televisión, amigos, maestros de la escuela, etc. (Bandura, 1977, pág.5).

Según la teoría de Bandura el aprendizaje es todo conocimiento que se adquiere a partir de las cosas que vives a diario; adquiriendo conocimientos, habilidades a través de cuatro métodos diferentes entre sí, atención, retención, reproducción y motivación.

Los seres humanos son procesadores activos de información, por lo tanto, el aprendizaje por observación no puede ocurrir a menos que los procesos cognitivos estén implicados.



1.9.1 EL proceso de aprendizaje

El proceso de aprendizaje debe ser concebido como un todo y no como un conjunto de normas a seguir, este proceso se divide en tres fases importantes:

- 1.- Atención
- 2.- Retención
- 3.- Reproducción
- 4.- Motivación

Dentro de estas fases, existen etapas que se deben cumplir para el proceso de aprendizaje tomando en cuenta que la motivación es una de las fases más importantes.

Presentación del problema:

Esta fase se la conoce también como estímulo, en la cual el sujeto toma conciencia de la existencia del problema, y la necesidad de buscar la solución lo que hace que el sujeto actúe.

Organización psíquica:

Esta etapa se considera como prueba y error, la organización se produce a través de diferenciación e integración.

Solución:

el sujeto presenta la solución al problema.



1.9.2 LA MEMORIA

Se la define como la facultad de conservar lo que se encuentra en el cerebro, rememorando la situación cuando es preciso, además es la base del proceso cognositivo el cual tiene la función de evocar hechos del pasado (Cultural S.A.,2003, pág.21).

La memoria humana es un proceso mental y una de las funciones más importantes de nuestro cerebro pues nos ayuda a codificar la información, almacenar datos y recuperar hechos del pasado.

Codificación:

Es el proceso por el cual la información es preparada antes de ser almacenada. La información puede ser codificada de diferentes formas: información sensorial de tipo visual, acústica, o semántica, a través de imágenes, sonidos, o experiencias.

Almacenamiento:

Se le llama a la etapa continua a la codificación; cuando la información ya fue codificada, esta puede ser almacenada en la memoria a corto plazo ó a largo plazo.

Recuperación: es el proceso final de la memoria, el que nos permite encontrar la información deseada en el momento que la necesitamos. Mediante el recuerdo pode-



mos encontrar información de acontecimientos que fueron guardados en nuestra memoria en el pasado.

Tipos de memoria:

No todas las personas recuerda la información de las misma forma que las demás, esto se debe básicamente a que algunas personas recuerdan mejor las imágenes otros la información o en otro caso los sonidos, es por eso que se a realizado una clasificación de los tipos de memorias.

Tipos de memorias:

Se distingue la memoria visual, auditiva, mecánica, olfativa, inmediata, intelectual, temporal y de orden espacial.

Por duración:

Su clasificación se reduce a dos tipos que comprende la memoria elemental o primaria producida por sensaciones que duran poco tiempo , y la memoria secundaria producida por el pasado.

Por aplicación:

Se clasifica en tres tipos, la memoria a corto plazo, la memoria a plazo largo y la memoria de trabajo (Cultural S.A., 2003, pág. 23).



1.10.-LA DIDÁCTICA

La didáctica es una ciencia que ocupa un sitio central entre la educación y la enseñanza. el cometido de la didáctica es establecer teorías sobre la práctica educativa tratar de conseguir el desarrollo armónico y completo del ser humano y sus problemas, que faciliten la construcción personal del conocimiento profesional, mientras que la función de la didáctica es potenciar el conocimiento para mejorar la práctica, y el objetivo de la misma es el estudio del proceso del sujeto y el perfeccionamiento de su entendimiento (Aja Fernández, José Manuel., 1999, pág.,680).

La didáctica según la teoría tiene como objetivo propio la educación intelectual se ocupa de la doctrina de barios contenido a cualquier sujeto mediante otro tipo de recursos o medios, también se puede aplicar a todos los procesos de enseñanza informales y no formales ya que la didáctica tienen un carácter, práctico y normativo debido a que debe ser coherente, aplicable y efectiva.

Recurso Didáctico

El recurso didáctico está compuesto por objetivos de aprendizaje y por actividades didácticas, de esta composición tanto el docente como el estudiante obtendrá un material muy dinámico que permite y facilita llevar a cabo el proceso de enseñanza (Larriva., 2011, pág.24).



Estrategia Didácticas

Las estrategias didácticas comprenden todos aquellos recursos educativos que fomentan las actividades individuales y de grupo con los distintos materiales y herramientas.

Estas técnicas didácticas deben adaptarse a las circunstancias específicas de cada plan diseñado deliberadamente con el objetivo de alcanzar una meta determinada a través de un conjunto de acciones (Fernández, Manuel., 1999, pág. 792).

Según esta teoría Las estrategias de aprendizaje comprenden todo el conjunto de procesos, acciones y actividades que los aprendices pueden desplegar intencionalmente para apoyar y mejorar su aprendizaje. Están pues conformadas por aquellos conocimientos, procedimientos que los estudiantes van dominando a lo largo de su actividad e historia escolar y que les permite enfrentar su aprendizaje de manera eficaz.



1.11 EL DISEÑO INTERACTIVO (DCU) DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

El diseño interactivo es uno de los recursos o planteamientos que se ha generado como una idea de cambio en los museos, la técnica se centra específicamente en el usuario; en este proceso el visitante es el público al cual se desea atraer, es decir los niños; de esta forma se busca fomentar un aprendizaje activo desde el ámbito educativo, incluyendo conocimientos, habilidades y capacidades, de tal manera que el diseño interactivo se transforma en producto editorial que facilita la enseñanza y al mismo tiempo divierte al usuario (Andy Pratt, 2013, pág. 12).

Este diseño busca llegar a los niños canalizando los factores necesarios para generar un producto innovador que permita tener una experiencia única, es decir un producto deseable, fácil de usar y agradable al momento de manipular lo que ocurre cuando un producto es bien diseñado y bueno.

El diseñador por medio de esta técnica comunica de manera clara y concisa el mensaje, este se impregna en la mente del usuario interiorizando la información.





Artists born here.

1.12 DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de las distintas publicaciones tales como libros, revistas, periódicos, catálogos y folletos, incluyendo la gráfica interior y exterior de los textos, considerando un eje estético ligado al concepto que define cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción (Rosas, 2012., pág 7).

Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y la diagramación, de tal manera que se pueda expresar el mensaje del contenido, con valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

Es importante mencionar que un buen diseño editorial debe alcanzar o lograr los siguientes objetivos.

- Diseñar de acuerdo al público objetivo.
- Determinar una buena comunicación con el usuario.
- Facilitar el trabajo creativo.
- Ser un producto diferente al de la misma especie.
- Llegar al público objetivo.



El diseño editorial dentro de este proyecto es sumamente importante, ya que cumple con la función de ordenar y construir la información entre texto e imagen de manera clara y sobretodo creativa, para llegar al usuario de forma cómoda, divertida, fácil al momento de interactuar.

1.12.1. Elementos del Diseño Editorial

FORMATO.- Soporte donde se presenta la información, varía el grosor, tamaño o la forma, dependiendo de la finalidad y la ergonomía que caracteriza al libro para la comodidad del usuario. Los libros dentro de este contexto deben ser lo más ligeros posibles y no demasiado grandes. (Kapr, 1985).

Cabe recalcar que al diseñar un producto interactivo para niños es importante revisar que el formato posea un tamaño ergonómico y cómodo para la lectura, se debe considerar el lugar en donde se va a utilizar el producto.

MAQUETACIÓN.- Organiza el espacio de trabajo con contenidos escritos, consiste en elaborar una maqueta de arte en donde se colocaran los encabezados, imágenes, numeración índice entre otros. Siempre debe haber elementos más dominantes que otros, tanto en tamaño como en posición, generando una jerarquización visual y una línea de lectura, en este caso la ilustración debe

tener más peso que el texto. (Andrés, 2007).

JERARQUÍA.- La jerarquía del texto es la guía lógica, organizada y visual para los encabezados que acompañan al texto base; es ordenar los elementos en función de la línea de lectura e importancia de cada uno, nace de las leyes de Gestalt, prioriza la visión estableciendo una guía de lectura, sin imponer de forma brusca un elemento sobre otro (Álvarez M., 2015).

Mientras un elemento predomine tendrá más jerarquía, aquí la imagen juega un rol destacado en los libros infantiles debido a que la ilustración ocupa el % 80 dentro del libro sin ser un distractor al momento de leer. La línea de lectura debe ser fácil de comprender para los niños sin generar un mensaje ambiguo.

RETÍCULA.

“Es la estructura con la que se logra dotar de claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición al momento de diseñar una revista, catálogo u otro tipo de publicación (Villalobos, 2011).

El uso de las retículas es la clave para diseñar; generalmente se usan de tres a cuatro columnas para organizar los elementos, la retícula proporciona orden, calidad y sencillez a la maquetación, se adapta a las necesidades de la información o el usuario. Una retícula bien planificada puede ahorrar mucho tiempo de trabajo.



TIPOGRAFÍA.

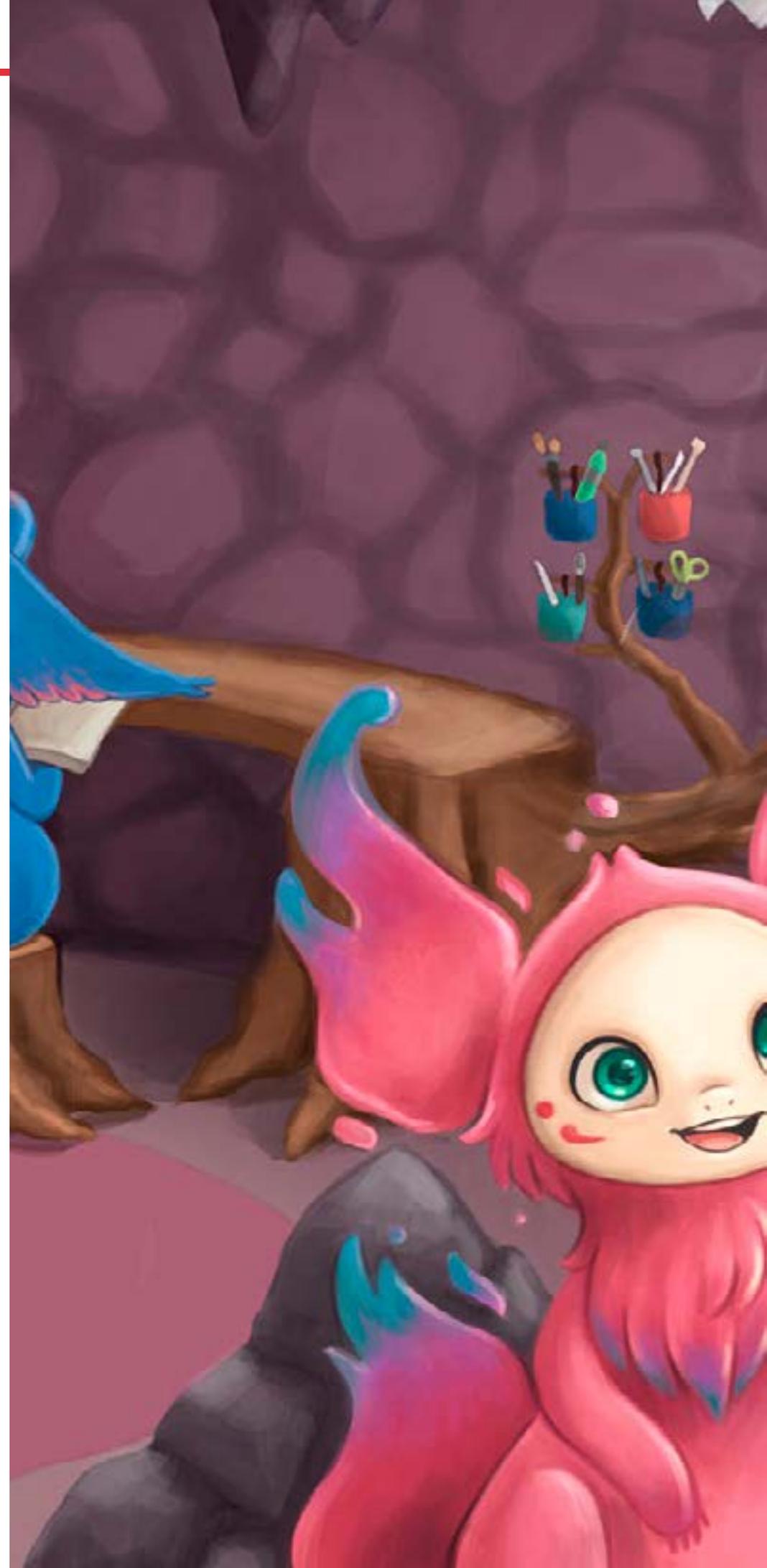
Trata de las formas de las letras, su uso y los escenarios en los que aparece, estas logran que el texto tenga legibilidad, al reconocer la figura de las letras y las palabras automáticamente reconocemos su fonética y significado.

En el área editorial, la tipografía tiene ciertas reglas; como por ejemplo el uso de la lectura para niños de kínder el tamaño de la letra debe ser de 36 puntos y para el final del primer año escolar debe ser de 16. Del segundo al cuarto año la escritura adecuada es de un tamaño de 14 puntos. También se considera a las personas de vista débil y ancianos, estos deben leer textos escritos en un cuerpo de letra mayor por razones de higiene óptica (Albert Kapr, 1985).

La tipografía es la forma visual que reciben las ideas escritas, los tipos de fuentes y el contenido que detallan tienen personalidad propia y son un excelente medio para comunicar emociones.

CROMÁTICA.

El color es una realidad fascinante, es una de las herramientas más importantes que posee el diseño gráfico. Esta dimensión está presente en todos los asuntos de nuestra cotidianidad y se usa para comunicar sentimientos. Permite una continua reflexión en el lector mientras inicia su recorrido por el fascinante mundo del color (Losada, 2012).





En efecto el color es uno de los medios más valiosos para transmitir sensaciones, ayuda a crear un ritmo pero también armonía al momento de realizar un diseño. Si tomamos en cuenta los parámetros, la cromática es un elemento en el diseño que aporta al contenido tienen su propia psicología del color, esto significa que para objeto o diseño que este aplicado la cromática dependerá de una paleta específica que cumpla con una limpieza visual.

COMPOSICIÓN

La composición es la distribución ordenada, adecuada y armónica de los elementos que serán utilizados dentro de una pieza gráfica, con la finalidad de llamar la atención e impactar visualmente al usuario tomando en cuenta la claridad, síntesis, economía y efectividad posible (Zátonyi, 2014).

Ayuda a capturar la atención del lector logrando una riqueza visual y una lectura limpia. Es importante evitar manipular demasiado una composición ya que podemos dar importancia a puntos que no son vitales dentro de un contenido.



ILUSTRACIÓN

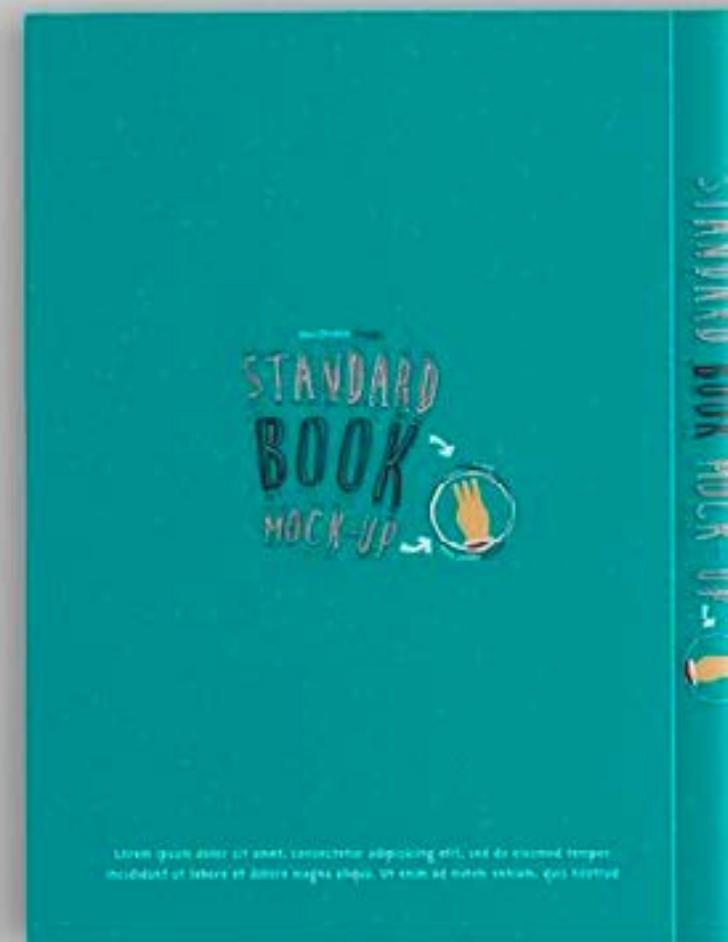
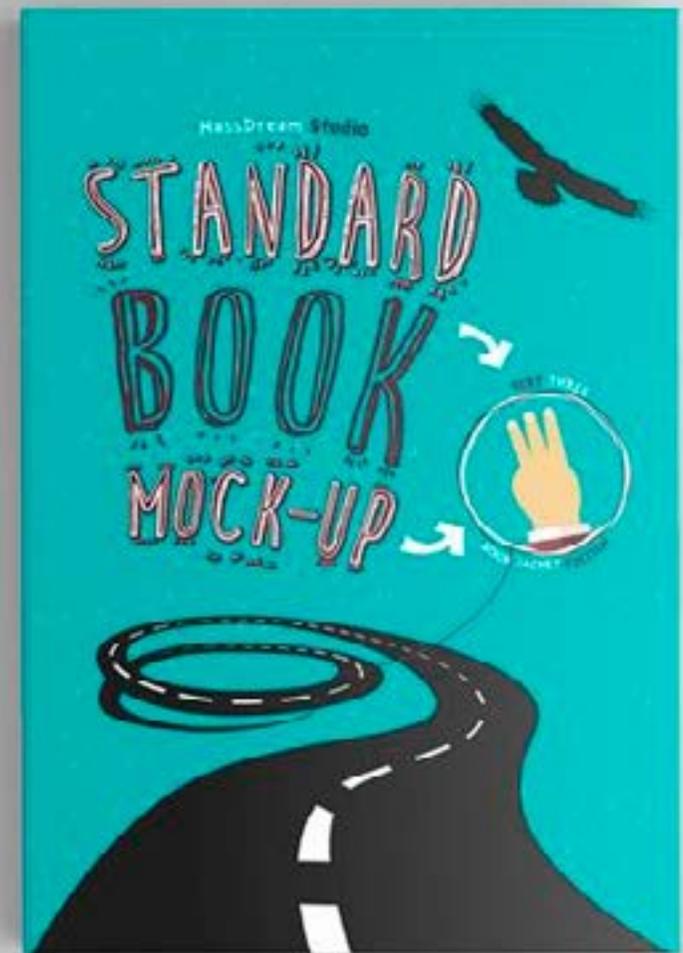
La ilustración se aplica para un determinado público, tienen grandes ventajas, su técnica ágil y sencilla con resultados excelentes, como dice el dicho “una imagen vale más que mil palabras” y no hay mejor manera de demostrarlo a través de la ilustración, simplifica la comunicación sin importar el idioma, los íconos y símbolos tienen el poder de ser fácilmente reconocidos.

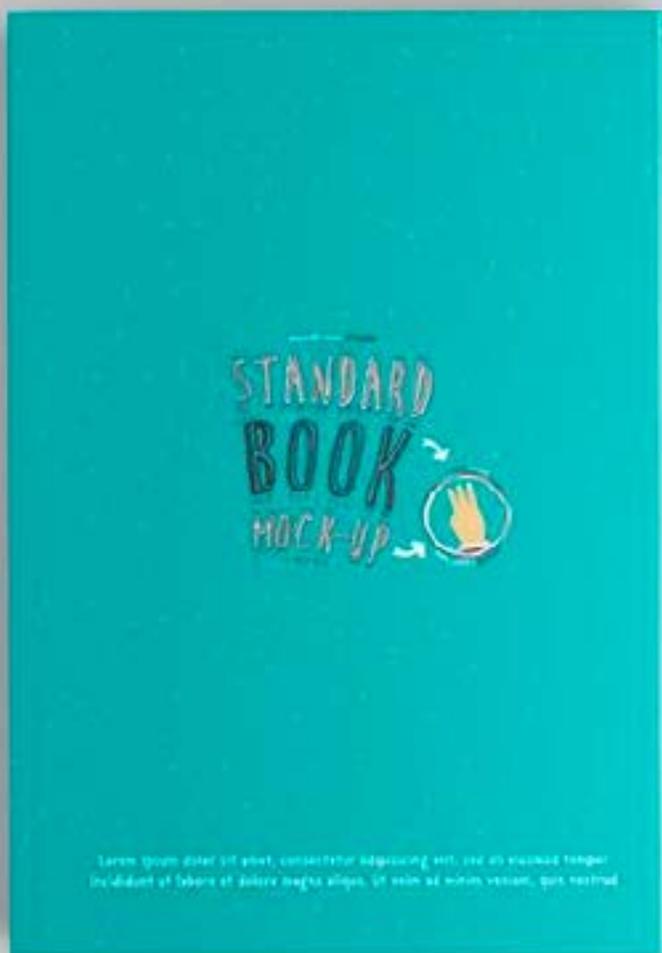
La ilustración por si misma forma parte del diseño; ya que podría considerarse el inicio del diseño gráfico y el final del arte; pues la ilustración tiene su fortaleza en la facilidad de transmitir un mensaje de una manera más amena y hasta entretenida (López, 2014)

CUBIERTA

Cuando vemos un producto editorial lo primero que juzgamos es su portada o cubierta, esta motiva a un lector a abrir una publicación para leer su interior y finalmente adquirirlo, pues si no hay algo interesante pasa de largo, la cubierta es fundamental al momento de comunicar.

La cubierta no sólo consiste en ser bonita, una cubierta bien diseñada también debe comunicar con claridad y de manera precisa el contenido de la publicación (Bhaskaran, 2006 p.46).





TEXTURA

Es la forma en la que están entrelazadas las fibras de un tejido, lo que produce una sensación táctil o visual.

Textura táctil: es aquella que se percibe por el tacto y la visión, puede tener relieve o simplemente ser suave o rugosa.

Textura visual: es la representación gráfica de las texturas táctiles, para su creación se puede usar materiales como pintura, estampado, dibujo, entre otros.

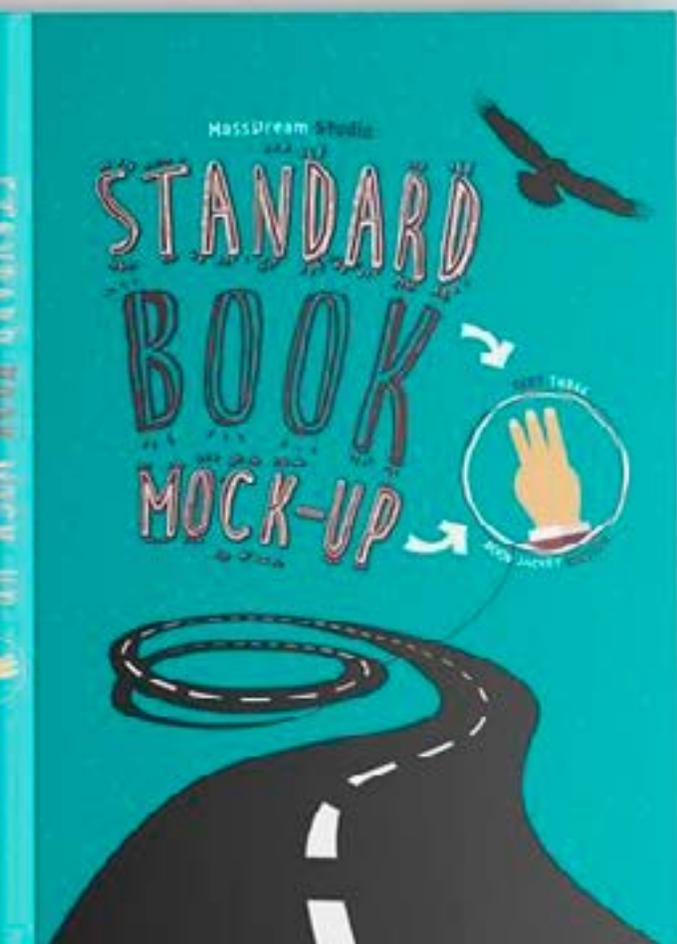
1.12.2. Clasificación del Diseño Editorial.

Según Bhaskaran el diseño editorial se clasifica de la siguiente manera:

Libros: existen desde formatos muy sencillos y los de lujo, de cualquier forma varias hojas de papel encuadernadas conforman un libro.

Revistas

son una combinación entre imágenes y texto, uno de los aspectos importantes de las revistas es que se publican a intervalos regulares, ya sea semanal, quincenal, mensual, etc.





Periódicos:

Varían a diario según las últimas noticias, historias e imágenes, mantienen una coherencia general en el diseño, el diseñador es el encargado de organizar y optimizar el contenido de forma atractiva con el fin de que el lector se oriente con facilidad.

Folletos: díptico o tríptico que contiene información publicitaria, pueden ser flexibles a la hora de diseñarlos, varían de acuerdo al formato.

Catálogos: se complementan con imágenes de excelente calidad, deben tener una buena organización para asegurar que los lectores encuentren la información de manera rápida y fácil.

1.12.3 RECURSOS DEL DISEÑO APLICADO A UN PRODUCTO EDITORIAL.

FORMATO

Entendiéndose en esta área al formato como la forma. Existen tres maneras de que el elemento cumpla su propósito; primero, la forma es la que ayuda a mantener el interés al lector; en segundo lugar la forma separa y organiza espacios; y por último la forma conduce el ojo del lector con el diseño.

TEXTURA

La textura contribuye al diseño una sensación o superficie. En ocasiones ayuda a crear humor para un arte o para otras formas individuales.





CONTRASTE

Contraste de colores.- El tono contiene mayor fuerza que el propio color en el establecimiento del contraste.

Contraste de tono.- Utiliza tonos muy contrastados, claridad-oscuridad; establece el contraste tonal.

Contraste de contornos.- Los contornos irregulares ganan atención cuando son regulares, una forma abstracta llama mucho la atención a diferencia de formas geométricas conocidas, del mismo modo que la creación de texturas o trazos diferentes se intensifican.

Contraste de escala.- Se obtiene mediante la contraposición de elementos de diferentes escalas que las normales.

BALANCE

Es una herramienta fundamental aplicada al producto editorial, tienen que ver con el funcionamiento de la percepción humana y el equilibrio.

PROPORCIÓN

hace referencia a formas: grandes altas anchas, pequeñas, cortas o finas, con una correcta combinación se crean impresiones de armonía que resuenan con suavidad perfección.

RITMO

Se produce cuando existe una repetición secuencial, con esta técnica se aprecia armonía en la composición.

**ARMONÍA:**

la armonía genera una sensación de bienestar, eliminando puntos de tensión y contraste, ofrece equilibrio.

MOVIMIENTO:

Aporta fuerza y dinamismo en el arte, este depende únicamente de la proporción.

SIMETRÍA:

Es el equilibrio visual, es decir que cada elemento situado a un lado de la línea central corresponde exactamente al otro lado de la línea central.



1.11.4 DISEÑO EDITORIAL INFANTIL

“El diseño editorial para infantes, debe contar con elementos que resulten atractivos para ellos; de lo contrario, los niños no se sentirán motivados a la actividad de la lectura. Acercar a los niños a los libros, que las lecturas parezcan atractivas y así motivarlos a leer y sobre todo aprender” (Castillo, 2012, pág. 15).

El diseño gráfico debe ser lo suficientemente flexible para adaptarse a cualquier tipo de contenido, tomando en cuenta que debe ser original, atractivo y dinámico para que se pueda identificar directamente con el producto editorial.



1.12. DISEÑO LÚDICO

La lúdica es más bien una condición, una predisposición del ser frente a la vida y a la cotidianidad. Es una forma de estar en la vida y de relacionarse con ella en esos espacios cotidianos en que se produce disfrute, goce, acompañado de la distensión que producen actividades simbólicas e imaginarias con el juego. La chanza, el sentido del humor, el arte y otra serie de actividades (sexo, baile, amor, afecto), que se produce cuando interactuamos con otros, sin más recompensa que la gratitud que producen dichos eventos (Jiménez, 2002, pág. 42)

Por lo tanto el diseño lúdico pretende combinar el juego y el aprendizaje para generar un método de enseñanza más completo, de esta forma se genera una información más entretenida y activa siendo agradable para el usuario que no sea solo por obligación educativa si no por un aprendizaje libre y divertido.



1.12.1 LÚDICA Y COMPLEJIDAD

La lúdica es una herramienta que difunde contenidos complejos de forma comprensible, es el juego natural del ser humano que le permite potenciar sus habilidades para conocer de forma agradable aspectos complejos, esto mejora la motivación, atención y concentración. Lo lúdico permite acceder fácilmente a la complejidad y entender su incertidumbre, un lenguaje que no necesita explicaciones, un lenguaje de sensaciones y emociones, lo lúdico genera conocimientos y el conocimiento es lúdico (González, 2014).

1.12.2 CREATIVIDAD

La creatividad es la habilidad de crear, de poder imaginar ideas y conceptos nuevos, es innovar. La creatividad es sinónimo del “pensamiento original” lo que se conoce también como la imaginación constructiva o el pensamiento creativo.

Es importante tomar en cuenta la creatividad al momento de diseñar para los niños, creando métodos innovadores para que dicho usuario no se canse del producto.

Así mismo, la creatividad junto con el juego son una excelente herramienta utilizada para educar de forma divertida y permite retener de mejor manera la información.

1.12.3. JUEGO

El niño juega para expresar sentimientos, para controlar la ansiedad, para establecer contactos sociales y para integrar su personalidad. El juego es de por sí su propia terapia. (Winnicott, 2008, pág. 18)

Se puede mencionar que cada niño es su juego. Se comporta como un poeta y crea un mundo propio, o mejor dicho reordena las cosas de su mundo en una nueva forma de tal manera que le agrade.

Es oportuno señalar que los niños de cierta edad necesitan jugar no solo para satisfacer sus necesidades de motricidad, sino también las cognoscitivas y especialmente las de comunicación.

El juego contribuye al desarrollo, les ayuda mejorar su aprendizaje, este se puede presentar dentro de un material didáctico de forma competitiva aportando como enseñanza, el juego como función biológica le permite desarrollarse y aprender por lo que debería estar presente en todos los métodos de enseñanza de una u otra manera facilita el aprendizaje.





1.12.4. MATERIAL DIDÁCTICO

El material didáctico es el que facilita la enseñanza y el aprendizaje gracias a los medios y recursos existentes. Por lo general son usados como medios para el aprendizaje en los ambientes educativos, ayudan y facilitan a adquirir conceptos, habilidades, actitudes y destrezas. (Torres, 2014, pág. 14).

Es importante tener en cuenta que el material didáctico debe contar con los elementos que posibiliten un aprendizaje específico.

Los especialistas afirman que, para resultar didáctica, una obra debe ser comunicativa es decir tiene que resultar de fácil comprensión para el público al cual se dirige, ser coherente en sus partes y en su desarrollo, y ser pragmática, ofrecer los recursos suficientes que permitan al usuario verificar y ejercitar los conocimientos adquiridos.



Funciones Didácticas:

Función motivadora:

los recursos didácticos deben cautivar la atención de los niños por medio del poder de atracción a través de la forma, el tacto, colores, acciones, etc.

Función estructuradora:

para asimilar nuevos contenidos debe tomarse en cuenta la posibilidad de relacionarlos con otros contenidos que los niños ya conocen. Caso contrario los nuevos contenidos podrían ser olvidados.

Función estrictamente didáctica:

es la relación estrecha entre los recursos materiales que se van a utilizar con los objetivos y los contenidos objeto de enseñanza.

Función facilitadora de los aprendizajes:

son elementos imprescindibles y facilitadores del aprendizaje, por ejemplo la ilustración es fundamental para la enseñanza.





1.12.5. LIBROS ANIMADOS

Antiguamente, desde 1886, un libro animado era sólo un bloque de papel. Se podría dibujar un muñeco de palitos en diferentes poses a lo largo de varias páginas que luego al pasarlas rápidamente creaba el efecto óptico de que el muñeco se movía. Se podría decir que era la forma antigua de hacer películas animadas. Actualmente, el significado de la palabra “libro animado” ha cambiado.

Son libros animados aquellos que requieren de la interacción manual del lector para poder mostrar toda la información. Tienen mecanismos que permiten secuenciar la aparición del contenido en una misma página y la posibilidad de profundizar varios niveles de crear sorpresa o intriga. (Álvarez, 2015)

Hoy en día los libros animados se relacionan con la tecnología digital, cuando vemos todos esos folletos y revistas en una página web y podemos mover las páginas de forma elegante solo con el cursor eso es un libro animado.

Los libros animados online dejan atrás la época en que los documentos subidos a Internet tenían limitaciones de diseño y apariencia. Con los libros animados, un nuevo mundo de oportunidades únicas emerge y el mismo usuario puede determinar la apariencia y contenido de los mismos.



Clasificación

Libros con solapas:

son aquellas páginas que poseen unas pestañas generalmente de cartón en el interior del contenido de página, al desplegar da a conocer parte de una información o una ilustración adicional a la información.

Libros con lengüetas:

estos libros se modifican o mueven al tirar, desplazar o empujar.

Libros carrusel:

el libro se abre hasta 360 grados. En cada cara se ubica las ilustraciones y el texto, los cuales con ayuda de los ejes forman los cantos del libro.

Libros tridimensionales:

esta técnica es muy conocida por pop up, se trata de un mecanismo en donde al abrir un libro se descubre y se levanta una figura.

Libros de imágenes transformables:

si son de una forma circular funcionan mediante discos ilustrados que al girarlos cambian de una imagen a otra y si son horizontales o verticales se usan lengüetas para deslizar las imágenes.



Libros ruleta:

está conformado por círculos o discos giratorios y al momento de hacerlos funcionar una página da paso a la siguiente.

Libros de imágenes combinadas:

esto es cuando una página se ha dividido en varias secciones, de esta forma, al cambiar de página se combina con la anterior obteniendo una nueva ilustración por la combinación.

Libros escenario:

al pasar la página se forma un escenario, con diferentes decorados, personajes y situaciones ilustradas.

El uso de todas estas técnicas proporciona dinamismo en el soporte, transformando la lectura lineal y simple en algo interactivo y con más fuerza para transmitir el mensaje. Lo que permitirá que los niños se sientan atraídos e interesados en descubrir y aprender.



1.13. LEER JUGANDO

Una de las estrategias efectivas para motivar a los niños a leer es el juego. Se puede decir que al momento de jugar tomamos una conducta natural que utilizan los niños para comunicarse y esto a su vez vincula con los momentos de la infancia. Al momento de enseñar con la ayuda de juegos educativos estamos haciendo que el niño asocie el aprendizaje con agrado y a su vez incentivamos a una competencia sana. Gracias a este método el niño memoriza fácilmente, a través de los juegos relacionados con la lectura se genera una conducta de apego a leer y a los libros (Rodríguez, 2009, pág. 18)

Cada niño es un mundo diferente, cada niño es un juego diferente, se comporta como un poeta y crea su propio mundo de juegos, ordena y reordena las cosas de su mundo a la forma que a él le agrada. Los niños de entre 7 a 10 años de edad, necesitan jugar no solo para satisfacer sus necesidades de movimientos sino también las necesidades cognoscitivas y las de comunicación.

El juego contribuye a su desarrollo, mejora su instrucción, este se puede presentar como material didáctico que aporte al tema de enseñanza.



1.13.1. LECTURA INFANTIL

En el desarrollo de la vida la lectura es de suma importancia en toda edad, gracias a este medio de comunicación y aprendizaje se genera conocimientos con respecto a un sin número de áreas. Con la ayuda de la lectura como por ejemplo los cuentos, un niño desarrolla su imaginación y creatividad, gracias a esto se desarrolla y se fortalece la profesión que se escogerá en un futuro (Fuentes, 2003, pág. 21)

Hoy en día es de vital importancia incentivar a los niños a la lectura, es lamentable ver adultos que cometen faltas de ortografía y no saben narrar correctamente un texto.

La lectura constituye una de las habilidades básicas de la comunicación del ser humano. La capacidad de leer nos abre las puertas al conocimiento y potencia el aprendizaje, además de favorecer el desarrollo del pensamiento y del lenguaje.

Pero esta habilidad no es innata, es una habilidad que se aprende y en ocasiones puede ser complicada su adquisición. Es fundamental ofrecer a los niños y niñas un acercamiento a la lectura desde pequeños para que desarrollen las estrategias necesarias para su aprendizaje.



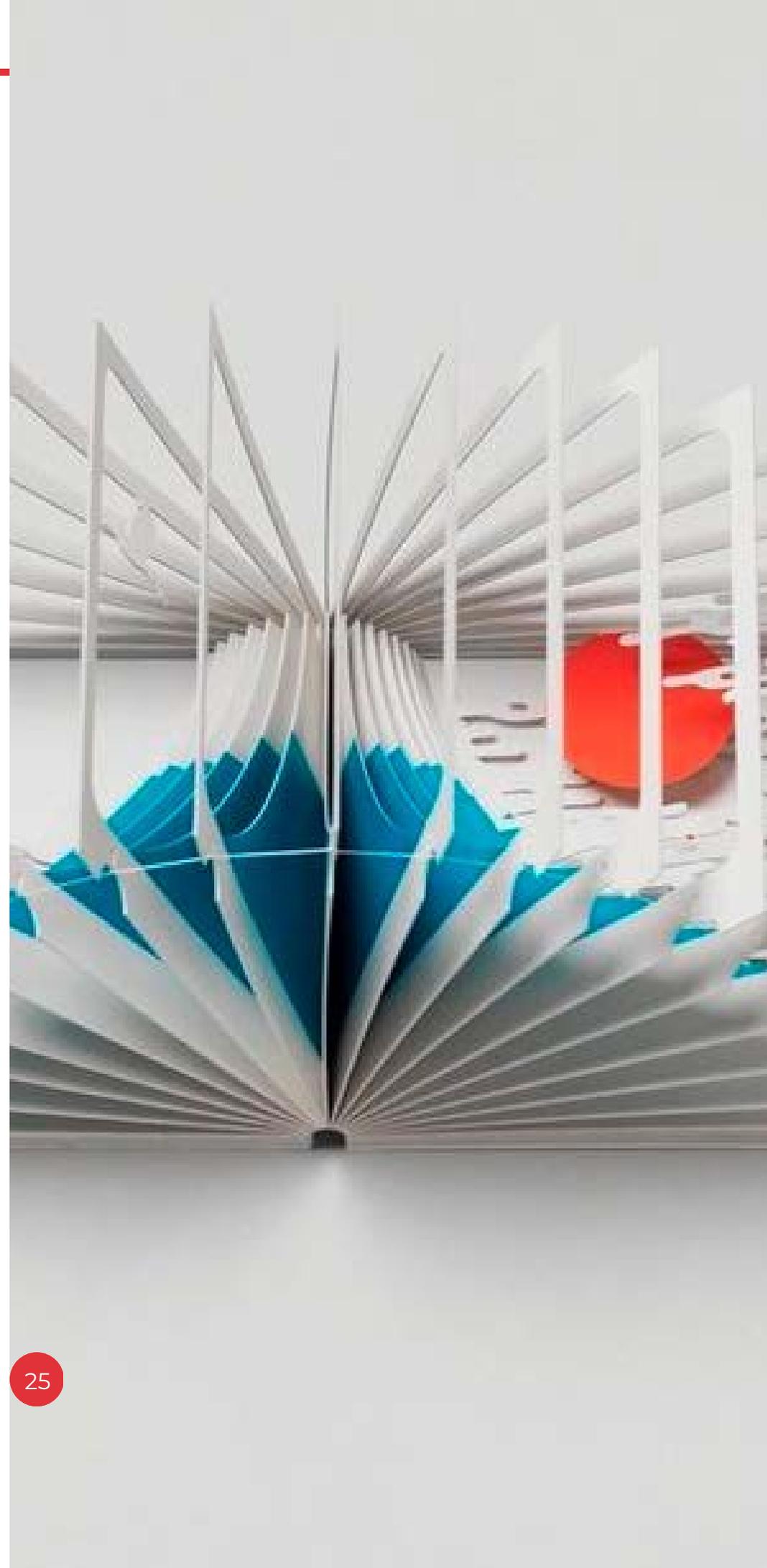


Es difícil comprender el sentido de esta asociación y es por ello que debemos acercarles la lectura a través del juego, a través de la inducción y dejar que sean ellos mismos los que poco a poco deduzcan a través de un método global esta relación y la asimilen.

La lectura es una técnica que ayuda a que la mente de los niños ponga a correr su imaginación, a más de captar información, aprende; y que mejor lograr todo esto si pueden hacerlo jugando y más si es divertido.

1.14. INTERACTIVIDAD ANALÓGICA

La animación integrada dentro del contexto del libro ilustrado, permite incorporar nuevos elementos que convierten la lectura en un espacio donde el lector tenga la capacidad de intervenir e interactuar con elementos en la escena, generando nuevas lecturas, y, por lo tanto, nuevas experiencias que le hagan sumergirse en la historia y conectar con los personajes, la interactividad no es una propiedad solamente de un documento digital, sino que también puede formar parte de un soporte analógico como un libro, un periódico, revista, etc. de una manera diferente, pero que de igual forma le permite participar al usuario ya sea con pop up, stickers, recortables, armables, y coleccionables (Álvarez, 2015, pág. 264).



Según Álvarez, un producto editorial combinado con la interactividad analógica permite al usuario tener una relación directa con el mensaje, le permite tener una apreciación total de lo que se quiere transmitir, debido a su potencial gráfico y narrativa; cumpliendo con los cuatro lenguajes que son: el verbal, visual, táctil y auditivo, en conjunto esto se traduce en una historia que cobra vida a través de la ilustración.

En este caso encontramos al Pop Up un componente muy utilizado para niños, el cual presenta diversas estructuras de papel.

“Los libros desplegables se bisagran con secciones del documento adjunto a la página de un libro, de esta manera se forma pliegues los cuáles al momento que el libro se convierte en tres dimensiones cuando el libro está abierto”(Díaz, 2000).

Libros con solapas: Son aquellas páginas que poseen unas pestañas generalmente de cartón en el interior del contenido de la página que al desplegar da a conocer parte de una información o una ilustración adicional a la información.

Libros con lengüetas: Los elementos se modifican o mueven al tirar, desplazar o empular las lengüetas de papel.



Libros Carrusel: Cada cara del libro se abren hasta 360 grados de esta forma se obtiene una especie de estrella o carrusel.

Libros de imágenes transformables: Son de una forma circular funcionan mediante discos ilustrados, que al girarlos cambian de una imagen a otra y si son horizontales o verticales se usan lengüetas para deslizar las imágenes.

Libros Ruleta: Están estructurados por círculos o discos giratorios y al momento de hacerlos funcionar una página de paso a la siguiente.

Libros de imágenes combinadas: Esto es cuando una página se ha dividido en varias secciones, de esta forma, al cambiar de página se combinara con la anterior, obteniendo una nueva ilustración por la combinación.

Libro de Stickers: Los libros de stickers ayudan a los niños y niñas a descubrir su entorno, los stickers de colores alegres son fácilmente reconocibles, y los ejercicios de permitirán empezar a interactuar, divertirse y aprender con el libro.

Cómic: el cómic es un relato o historia explicada mediante viñetas o recuadros que contienen ilustraciones y de texto breve.



Novela grafica: Destinado a un público con guion de un solo autor y que contiene una historia única, donde se fusiona el dibujo y la narrativa.

1.15. LA ILUSTRACIÓN

“La ilustración a diferencia de la pintura, siempre debe realizar una función concreta; siempre debe tener una razón para existir”. Jeanette Collins

Cuando hablamos de ilustración nos referimos a los dibujos o imágenes que acompañan a un texto para enriquecerlo y complementarlo, haciendo que la comunicación sea más sencilla para los usuarios. De esta manera podemos mencionar a la ilustración editorial que es el conjunto de dibujos que decoran un producto y se caracteriza por narrar historias induciendo curiosidad a los más pequeños.

Considerando dentro de nuestro tema, la ilustración infantil debe proporcionar una interpretación clara y legible del tema siempre en consonancia con el tipo de obra (Sanmiguel 2013).





La ilustración infantil además de las palabras utiliza las imágenes para contar historias, esto es importante porque causa deleite en los niños y ayuda a fijar conceptos en su memoria ejercitando su imaginación y creatividad. Es por esto que para cada tema de enseñanza el diseño del personaje es de vital importancia, debe generar empatía y atracción al público. Para esto se debe considerar que su proporción es un factor muy importante. Las proporciones se dividen en cabeza, cara, brazos y piernas.

El diseño de personaje es uno de los elementos más importantes para llevar a cabo el proyecto, ya que va a ser lo que va a llamar la atención de los niños y niñas.





1.16. DISEÑO EMOCIONAL

Hoy en día, con los tiempos de crisis que vivimos, nos enfrentamos a un consumidor exigente, con las ideas claras y que busca el mayor beneficio para sí, ya no depende únicamente de un diseño o una estrategia sino que va más allá. De ésta idea surge lo que llamamos diseño emocional. El libro Emotional Design escrito por Donald Norman aplicado al diseño industrial o de productos se afirma que el principal objetivo del diseño emocional es hacer nuestra vida más placentera (Norman, 2005, pág.75)

Se pasa de diseñar cosas prácticas a productos y servicios que se disfruten, que reporten placer y hasta diversión, en definitiva, que hagan florecer las emociones. El consumidor se siente mucho más vinculado a aquellos productos o servicios que le son cercanos, por lo tanto la verdadera personalización es la que marca una gran diferencia.



1.17. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Támara Lándivar

Antropóloga (Museo Pumapungo)

El día martes 16 de enero del 2018 se realizó una entrevista a la antropóloga Tamara Landívar encargada del museo Pumapungo llegando a las siguientes conclusiones:

¿Cual es la meta principal del museo?

Los museos son como el corazón de la ciudad, es decir no puedes decir que has visitado una ciudad si no has visitado el museo. Es por eso que una de las metas principales es brindar una experiencia de visita en los usuarios que se mide por el impacto que provoca en la visita.

Una persona, cuando pasa por una exposición debe sentirse provocada a plantearse preguntas, a cuestionarse ideas y a reflexionar sobre lo vivido, es decir dejar huella en el visitante. Sea éste el tipo de visitante que sea: hombre, mujer, adulto, joven, niños, educado, inculto etc.

¿Cual es la importancia del museo en la ciudad?

El museo para mí es la vida, es todo, he trabajado más de 32 años y el museo es un espacio que ayuda a la educación, un espacio que se debe a las colecciones; ya que estas son su columna vertebral y su razón de ser, es por eso que nosotros como museo Pumapungo somos un museo de sitio ya que tenemos al museo aquí en la ciu-



dad con la colección nacional de etnografía y arte regional para su disfrute y demás generaciones siendo un apoyo a la educación, una forma de preservar la cultura; es decir nuestro pasado y presente reforzado el aprendizaje a través de actividades, somos un campo abierto a la investigación pero sobre todo como lo había mencionado a la educación.

¿Para qué público está enfocado el museo?

Para todos los públicos, nosotros como museo tenemos aproximadamente 120 mil visitantes al año, de los cuales o la mayoría son niños de escuela. También turistas nacionales y extranjeros, nuestro reto es que no tengas que ir al museo si no que Pumapungo es el mejor museo y tengas que conocerlo, somos un referente a nivel nacional, internacional y local, siendo un museo más atractivo un museo innovador a través de la constancia.

¿Considera que la implementación de la tecnología es un buen recurso para mejorar las visitas al museo?

Claro que sí creo que los museos hoy en día deben ir más allá, buscando nuevos públicos convirtiéndose, en espacios para la recreación. Además de espacios para aprender, también deben ser espacios para la contemplación; romper el esquema de lo contemporáneo como algo nuevo generando interés en el público siempre y cuando sea utilizada correctamente, es por eso que nosotros buscamos formas lúdicas a través de códigos QR.

¿Se le puede considerar una escuela a un museo?

Sí, de hecho somos un apoyo a la educación formal y por lo general nosotros trabajamos o tratamos de trabajar dentro de las mallas curriculares para poder dar un servicio a las personas que están dentro del campo de la educación. La escuela está en todos lados, no solamente en la parte de la educación. La educación está en la casa, en los museos, en la calle; entonces eso es lo interesante ya que el museo es una escuela dinámica que pretende mantener nuestra historia y tradiciones por lo que sí, no de hecho es una escuela.

¿Los museos pueden funcionar como mediadores pedagógicos?

Como museo somos, es nuestra obligación ser una escuela y ser pedagógicos porque justamente al hablar de

temas que a la gente se le puede hacer complicado o de poco interés que no quieren venir es por eso que nuestro reto es incentivar, es por eso que nosotros tenemos una área pedagógica lúdica y educación la cual está analizando constantemente como llegar a más públicos de diferentes maneras; como hacer agradable para el niño, para el joven o para el anciano es por eso que se hace la investigación porque existen exhibiciones que pueden durar un año o varios meses en ese momento está siendo pedagógico en buscar las palabras correctas el lenguaje adecuado para poder realizar una exhibición atractiva y que sea más fácil de entender para nuestros usuarios.

¿De qué manera motivan los museos a sus visitantes?

A través de sus colecciones, buscando nuevos públicos tratando de llegar a los que no viene al museo haciendo agradable a los objetos que prácticamente están muertos para el visitante, cuando la realidad es que tiene más vida de la que nos podemos imaginar ya que nosotros debemos ayudar a contar su vida pues ese es el reto de nosotros como museo.



¿Los museos deben adaptarse a los niños?

Yo creo que los museos deben estar dirigidos a los niños, porque lo que un niño entiende, entiende un joven, un adulto, un anciano; ya que es un lenguaje fluido que puede percibir un niño, es más fácil para un adulto, el niño es el principal difusor no sólo del museo sino de una cultura, un niño es nuestro presente el cual debe proyectarse hacia un futuro.

¿En la actualidad cuentan con espacios interactivos?

En la actualidad no hay material que aporte al recorrido dentro del museo Pumapungo pero se están implementando salas con códigos QR.



1.18. NATALY VÁSQUEZ CLAVIJO

Nataly Vásquez Clavijo

Profesión: Guía de museos

La entrevista realizada a Nataly Vásquez Guía de museo me ayuda a ver desde otro ámbito las necesidades que puede tener un museo, el guía cumple una función básica que es la de un “anzuelo”. Es quien está dispuesto a mostrar el cómo del funcionamiento de los módulos, el que involucra y entusiasma o “encarreta” al visitante con la muestra y con los demás visitantes.

¿Qué representa un museo para usted?

Un espacio sin fines de lucro, en cuyo interior se puede encontrar historia en el cual uno puede tener una experiencia o aprendizaje sobre cultura e historia.

¿Cree que Los museos contemporáneos ya no deben concebirse y organizarse como lugares para la contemplación u observación pasiva?

Si, depende del museo, pero se deben crear experiencias turísticas para los distintos públicos tales como niños, personas con discapacidad, adultos mayores entre otros, que permitan interactuar desde diferentes puntos de vista.

¿Se le puede considerar una escuela a un museo?

Si como un instrumento de aprendizaje ya que si funciona bien debe tener una importancia y eso se debe transmitir, respetando los diversos criterios, realidades y verdades.

¿Los museos pueden funcionar como mediadores pedagógicos?

Si, ya que los museos deben aportar con experiencias, ya que existen diferentes museos que brindan al visitante conocimientos como historia, ciencias, matemáticas es decir de todo un poco.

¿Los museos deben adaptarse a las nuevas formas de comunicación y transmisión de contenidos?

Si, los museos deben usar todos los medios posibles para llegar a una mayor cantidad de público, mediante experiencias interactivas, que deben ser incluidas a personas con discapacidad.

¿De qué manera motivan los museos a sus visitantes?

Brindando una atención adecuada, despejando sus dudas e inquietudes, escuchando aceptando y canalizando sugerencias.

¿Los museos deben adaptarse a los niños?

Sí definitivamente, ellos tienen mucho interés en aprender pero la transmisión de los contenidos muchas veces resulta aburrida por lo cual las visitas deben ser más interactivas, se puede crear juegos, réplicas y más herramientas para que ellos tengan otra forma de conocer los museos y su experiencia sea única.

¿Cuál es el rol que juegan los niños en un museo?

Los niños le dan vida a los museos y son los mejores embajadores de nuestra cultura e historia.



1.19. PATRICIA ARÉVALO

Entrevista a Patricia Arévalo docente y vicerrectora del colegio La Asunción. La entrevista realizada busca entender cuál es la perspectiva de los centros educativos hacia los museos y si se incentiva a los estudiantes acudir a los museos.

¿Qué significa enseñar para usted?

Es compartir experiencias, conocimientos y vivencias, es facilitar que el estudiante aprenda significativamente contenidos que lo puedan aplicar en su vida y profesión.

¿Cree que Los museos contemporáneos ya no deben concebirse y organizarse como lugares para la contemplación u observación pasiva?

Si depende del museo, pero se deben crear experiencias turísticas para los distintos públicos tales como niños, personas con discapacidad, adultos mayores entre otros, que permitan interactuar desde diferentes puntos de vista.

¿Según su criterio se le puede considerar a los museos una escuela?

Indudablemente, los museos cuentan con insumos en donde los estudiantes observan analizan e interiorizan la historia de una cultura.



¿Los museos pueden funcionar como mediadores pedagógicos?

Si, por supuesto; los museos exponen la historia que se narra en clases, nos brindan el contacto y la sensación de estar en el momento mismo que sucedieron las cosas, sin importar el tema, puede ser matemáticas, historia, ciencias, etc.

¿Se enseña valores sobre cultura e historia dentro de la institución?

Si, buscamos impartir una muestra de cultura e historia de los pueblos.

¿De qué manera se motiva a los niños a tomar interés por una asignatura?

Se les motiva cuando las experiencias son vivenciales y se les indica la importancia tiene algunas de las asignaturas para la vida.

¿Cuáles cree usted que son los materiales didácticos más utilizados para la enseñanza?

Principalmente los textos, bibliotecas digitales, aulas virtuales, videos etc.

¿Existe un mejor resultado con los niños al momento de utilizar materiales didácticos?

Claro, pues la variedad de materiales didácticos hacen que el aprendizaje sea más dinámico entretenido e interesante, despertando el interés por el estudiante.



1.20.- DIANA VÁZQUEZ

Entrevista a Diana Vázquez Moreno diseñadora gráfica e ilustradora infantil. esta entrevista Ayuda a comprender cuál puede ser la guía base para efectuar un diseño eficiente para un público objetivo como son los niños.

¿Qué significa diseñar para usted?

Diseñar para mí significa; comunicar, educar y transmitir todo lo que a veces no puedo explicar con palabras, pero sí con imágenes.



¿Qué piensa sobre el diseño editorial para niños?

Lo primero que alguna vez llamó mi atención cuando era niña, fue un cuento de “Heidi”. El primer cuento ilustrado que tuve en mis manos y llamó tanto mi atención, que lo leí cientos de veces, me sabía de memoria el texto y amaba sus ilustraciones. Eso para mí, es un buen diseño editorial para niños, si un libro, cuento o cualquier formato editorial llegan a captar el interés de estos niños, es porque tienen un buen diseño, en donde las imágenes acompañan a ese texto y donde se ilustra una historia, pero también nos deja imaginar e interactuar.

¿El diseño emocional juega un papel importante al momento de crear?

Pienso que normalmente uno dibuja según las emociones, vivencias vividas e imaginación, y si se trata de un diseño para niños, creo que todos tuvimos la oportunidad de serlo y probablemente lo que reflejamos en nuestros diseños si tenga que ver con esa parte emocional de lo que fuimos, de lo que soñamos, de lo que nos hubiera gustado, leer o ver para aprender de una manera divertida y dinámica.

¿Cuáles son los parámetros a tomar en cuenta al momento de diseñar un producto editorial para niños?

Imágenes llamativas, colores; que los textos jueguen con el formato, y que el formato juegue con la historia me-

dante troqueles, acabados o diferentes texturas según la historia o lo que se quiera resaltar.

¿Cuáles son los formatos más recomendados al momento de diseñar para niños?

Pienso que los formatos pueden variar dependiendo de la edad de los niños, pues normalmente cuando son muy pequeños los niños no tiene espacialidad, es decir que se salen de los formatos y que estos podrían ser grandes, pero se podría tomar en cuenta un formato cómodo para que ellos puedan llevarlo en su mochila, tomarlo con sus manos, etc. Pero personalmente yo he trabajado con formato cuadrado para cuentos.

¿Qué tipo de ilustración es la más recomendada?

Pienso que la ilustración dependería mucho de la historia que se quiera mostrar, para mí no hay un estilo único ni recomendado, eso depende del autor, pero capaz se podría hacer un estudio de los estilos de dibujos animados que están de moda y con el cual los niños se sienten identificados o les llama más la atención hoy.

¿Qué clase de interactividad analógica utilizaría en un producto gráfico para niños?

Pienso que la interactividad dependería mucho de la his-

toria y de lo que se quisiera resaltar en ella, pero sé que pop-up, texturas, stickers o actividades en donde ellos jueguen o que sean parte de la historia funciona bien.

¿Cuál es la mejor recomendación al momento de diseñar para niños?

Pensar como un niño.

1.21. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

Durante la investigación de campo se ha llegado a la conclusión de que es necesario crear un producto que sea entretenido, que ayude a mejorar el aprendizaje en los niños en el recorrido del museo y que actualmente no se cuenta con algo similar o parecido.

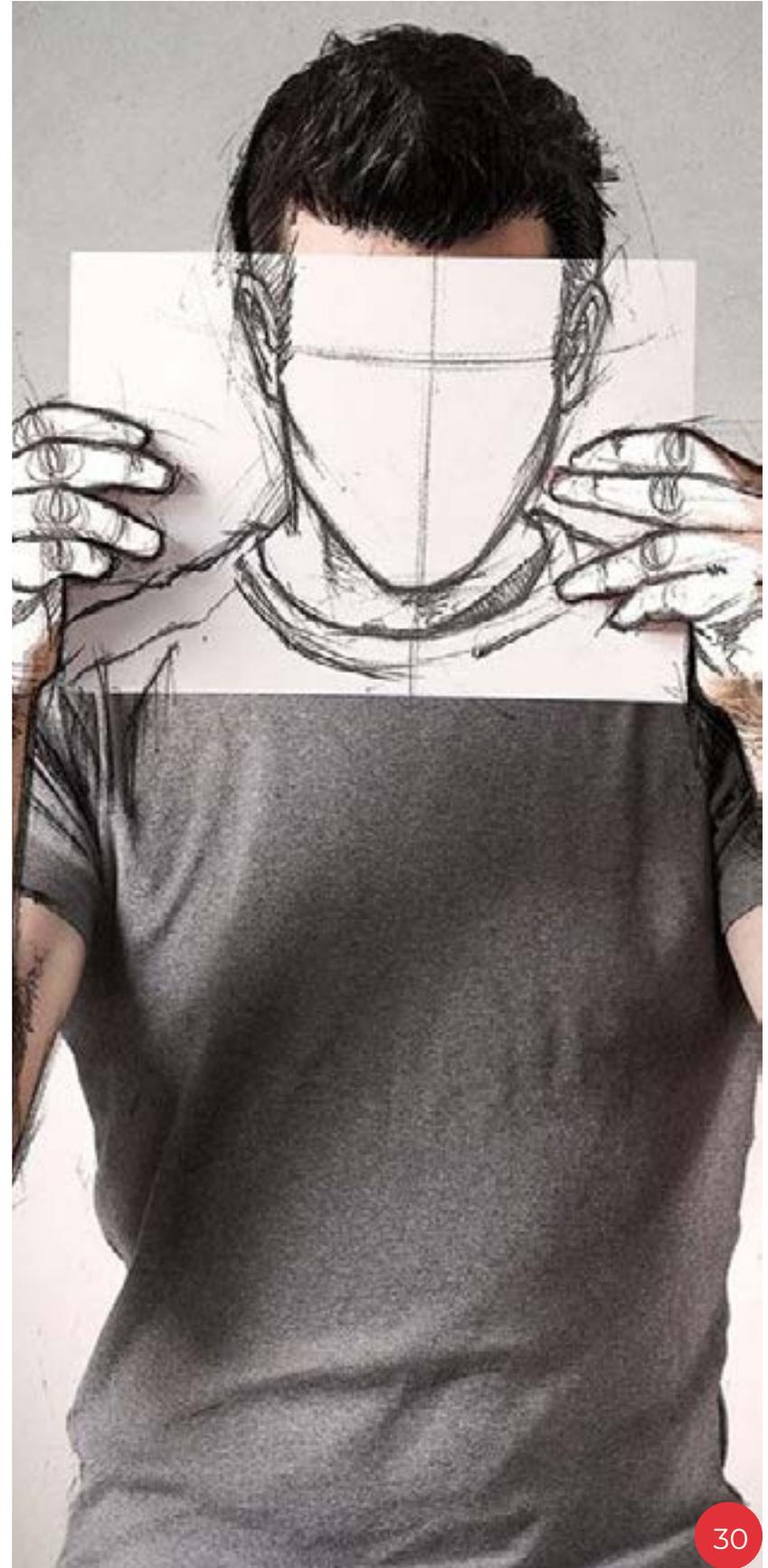
Por ello se deberá usar herramientas gráficas, que permitan captar su interés por conocer sobre cultura, valores; llegando a tener un sentido de apropiación. También esta investigación permite adquirir consejos de profesionales al momento de crear un producto o diseñar un producto que está dirigido a niños logrando un producto con ideas creativas y muy innovadoras.





1.22. HOMÓLOGOS

Se analizaran homólogos en cuanto a su Tecnología,
Forma y Función.



Título: Creación y diagramación de una guía enfocada al público infantil para la visita a los museos de la Red Centro Histórico con la finalidad de generar aprendizaje y conocimientos histórico – culturales.

Autor: Adriana Tobar Salinas

Ilustrador: Adriana

Género Literario: Narrativo

Usuario: niños

Año: 2015

Tecnología

Soporte impreso, guía narrativo encuadernado en formato a4.

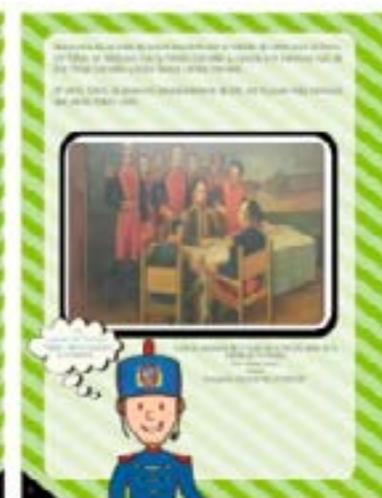
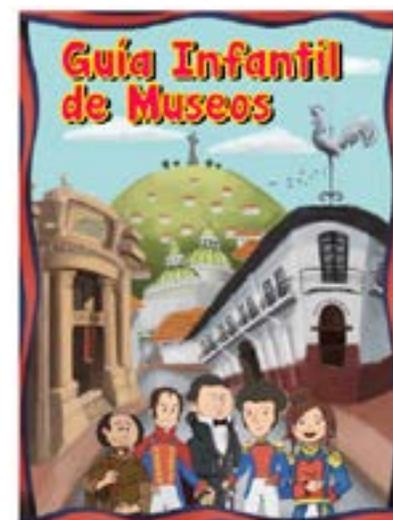
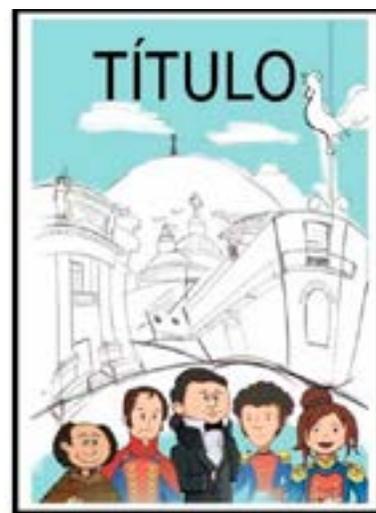
Forma

Tipografía utilizada sans serif, colores representativo y colores naturales

Tipografía: legible

Cromática: colores representativos

Estética: Simplicidad, la guía para el museo cuenta con ilustraciones en 2d pero que resultan atractivas a la vista, su cromática es un poco saturada, pero lo que me llama la atención es que la guía cuenta con personajes que permiten interactuar con los niños con el fin de llamar la atención, con relación al texto es legible y distribuido en párrafos las ilustraciones se encuentran en todas las páginas lo que captura la atención del lector.



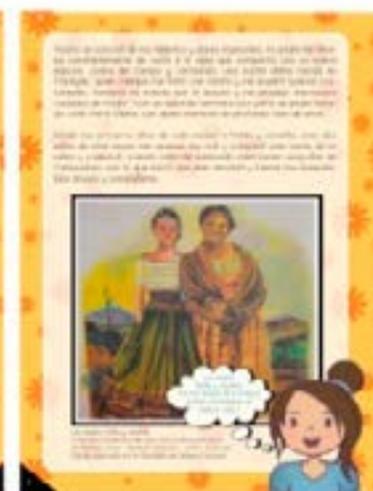
Función:

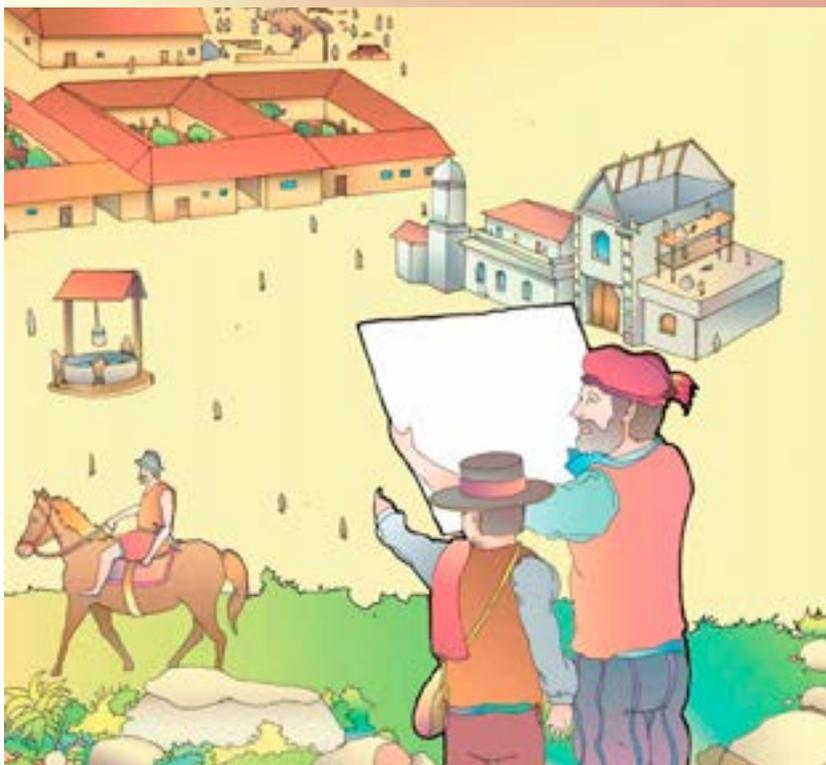
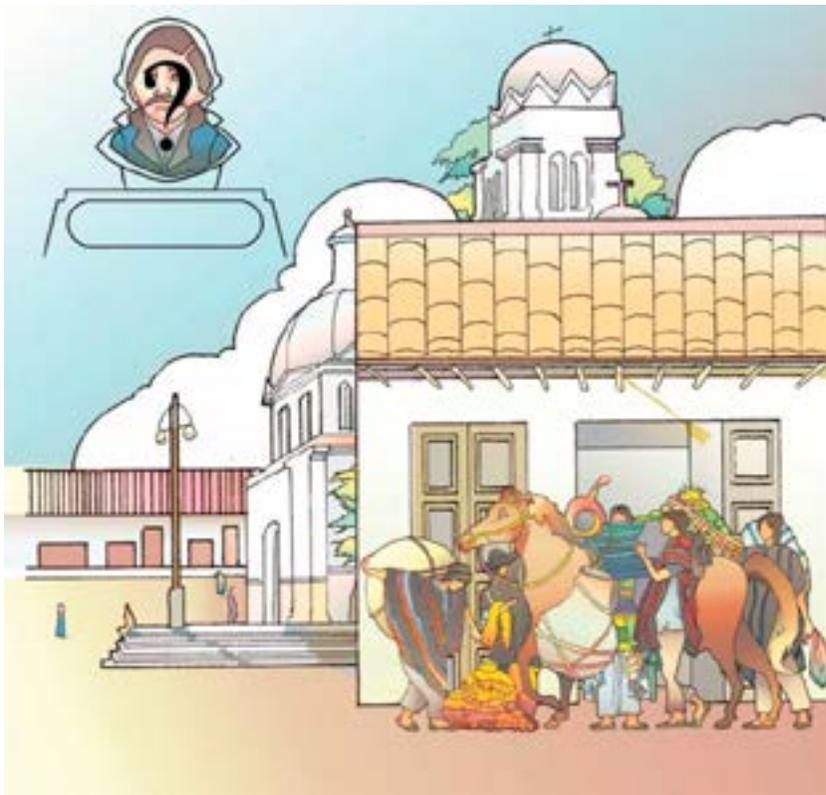
Tipografía: legible

Cromática: Colores representativos

Estética: Dinámico

Esta guía fue creada para el público infantil en la visita a los museos de la Red Centro Histórico con la finalidad de generar aprendizaje y conocimientos histórico en los visitantes.





Título: *Uso del diseño editorial para el rescate cultural.*

Autor: *Paúl Correa, Diego Torres*

Ilustrador: *Paúl, Diego*

Género Literario: *Narrativo*

Usuario: *niños*

Año: *2014*

Tecnología

Soporte impreso, *libro narrativo encuadernado en formato a4.*

Forma

Tipografía utilizada *sans serif, colores naturales*

Tipografía: *legible*

Cromática: *colores semejantes o reales*

Estética: *dinámico, entretenido los libros cuentan con diversas ilustraciones en donde se visualiza los diversos lugares de la ciudad lo que crea un ambiente diferente en cada página, las ilustraciones son recargadas llenas de detalle en diferentes tamaños, además que mantiene un sistema cromático para hacer didáctico los libros el autor usa etiquetas, acetatos y pop up para captar la atención de los niños lo que lo hace un buen producto.*

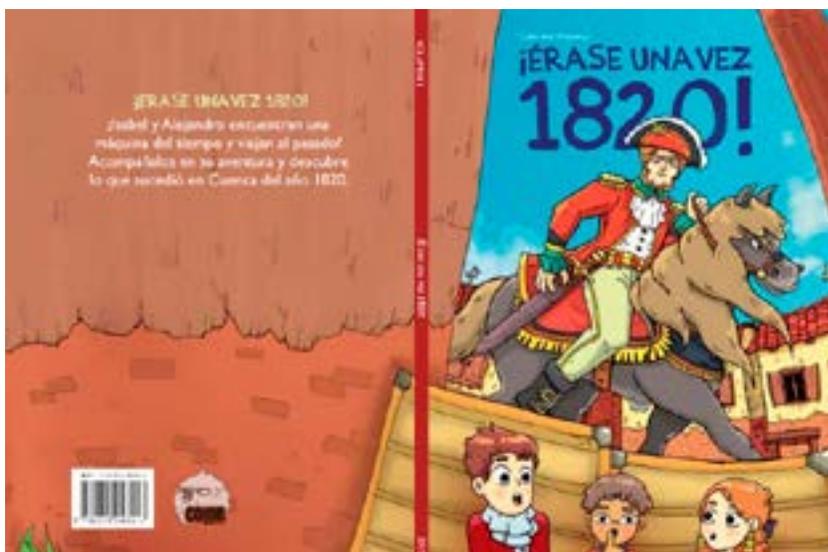
Función

Tipografía: *legible*

Cromática: *Colores representativos reales*

Estética: *Dinámico*

Este libro fue creada para el público infantil para el rescate cultural, generando aprendizaje y conocimientos a través de la información y las ilustraciones que se pueden visualizar en su contenido.



Título: Diseño Gráfico de un producto editorial ilustrado para reforzar el aprendizaje de la historia ecuatoriana en los niños que cursan la educación primaria.

Autor: Gabriela Moreno Luzuriaga

Ilustrador: Gabriela

Género Literario: Narrativo

Usuario: niños

Año: 2015

Tecnología

Soporte impreso a láser, libro narrativo encuadrado en formato a4.

Forma

Tipografía utilizada sans serif, colores naturales

Tipografía: legible

Cromática: colores representativos saturados

Estética: El libro cuenta con ilustraciones mixtas, muy lineales y coloridas muy característico de los cómics con planos y ángulos en sus ilustraciones, en cuanto a los textos estos se encuentran muy bien distribuidos el libro cuenta con viñetas que ayuda al entretenimiento del lector de una manera fácil y simple, el cómic es una de la herramientas muy útiles para enseñar o contar historias ya que son muy entretenidos por la distribución de su contenido y lo que lo hace más entretenido son los personajes que ayudan al lector a vivir la historia.



Función

Tipografía: legible

Cromática: Colores representativos saturados

Estética: Dinámico

Este libro fue creada para reforzar el aprendizaje de la historia ecuatoriana en los niños que cursan la educación primaria a través de un viaje al pasado en la época de 1820.



Título: Bogo Quiérelotodo

Autor: Susana Isern y Sonja Wimmer

Ilustrador: Susana y Sonja

Género Literario: Narrativo

Usuario: niños

Año: 2016

Tecnología

Soporte impreso a láser, libro narrativo encuadrado en formato a4.

Forma

Tipografía utilizada serif, colores fantásticos

Tipografía: fantasía

Cromática: colores representativos saturados fantásticos

Estética: Dinámico, Entretenido, Bogo es uno de los libros donde me ha gustado analizar el tipo de ilustración que contiene ya que sus colores son muy fantásticos lo cual lograr captar la atención de los niños sin duda es uno de los mejor libros que narra una historia muy entretenida debido a su correcta diagramación y distribución del contenido.

Función

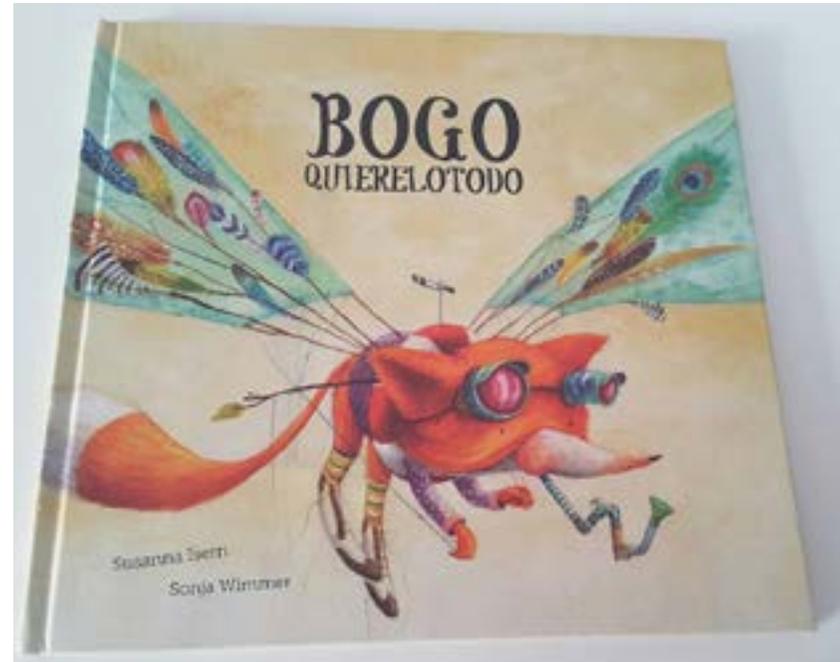
Tipografía: Fantasía

Cromática: Colores representativos muy coloridos

Estética: Dinámico

Este libro fue creada para entretener a los niños He incentivar a la lectura a mi me parece precioso. Me parece que transmite un mensaje muy muy bonito. Al fin y al cabo, es fundamental que todos nos aceptemos tal y como somos y que nos demos cuenta de que somos valiosos con todas nuestras cosas, tanto las buenas como las malas

. Además, también se transmite el valor de la amistad y del compañerismo, el libro es muy divertido y ameno, gracias a las ocurrencias del zorrito.



1.23. CONCLUSIONES DE LOS HOMÓLOGOS

Como una conclusión general los homólogos la mayoría utiliza una tipografía sans serif con variaciones en forma, que permite representar dinamismo, fuerza y jerarquía, en la mayoría predomina la ilustración en algunos casos con una cromática muy contrastante, en otros, colores planos pero que mantienen una relación con el tema expuesto considerando que son productos para niños, productos que mantienen una asimetría, armonía y ritmo, obteniendo un buen resultado como productos editoriales.

CAPÍTULO 2

Planificación



2.- TARGET

El target es el público objetivo al cual está dirigido un determinado producto o sistemas de productos, esto se desarrolla a partir de un estudio de mercado.

2.1.- TARGET DIRECTO (NIÑOS)

El target está dirigido a niños comprendidos en de 7 a 10 años, tomando en cuenta que los niños de esta edad son los más aptos para este proyecto debido a que saben leer y comprende con facilidad es decir son moldeables captan mayor información de forma rápida y su retención es muy amplia.

2.2. SEGMENTACIÓN

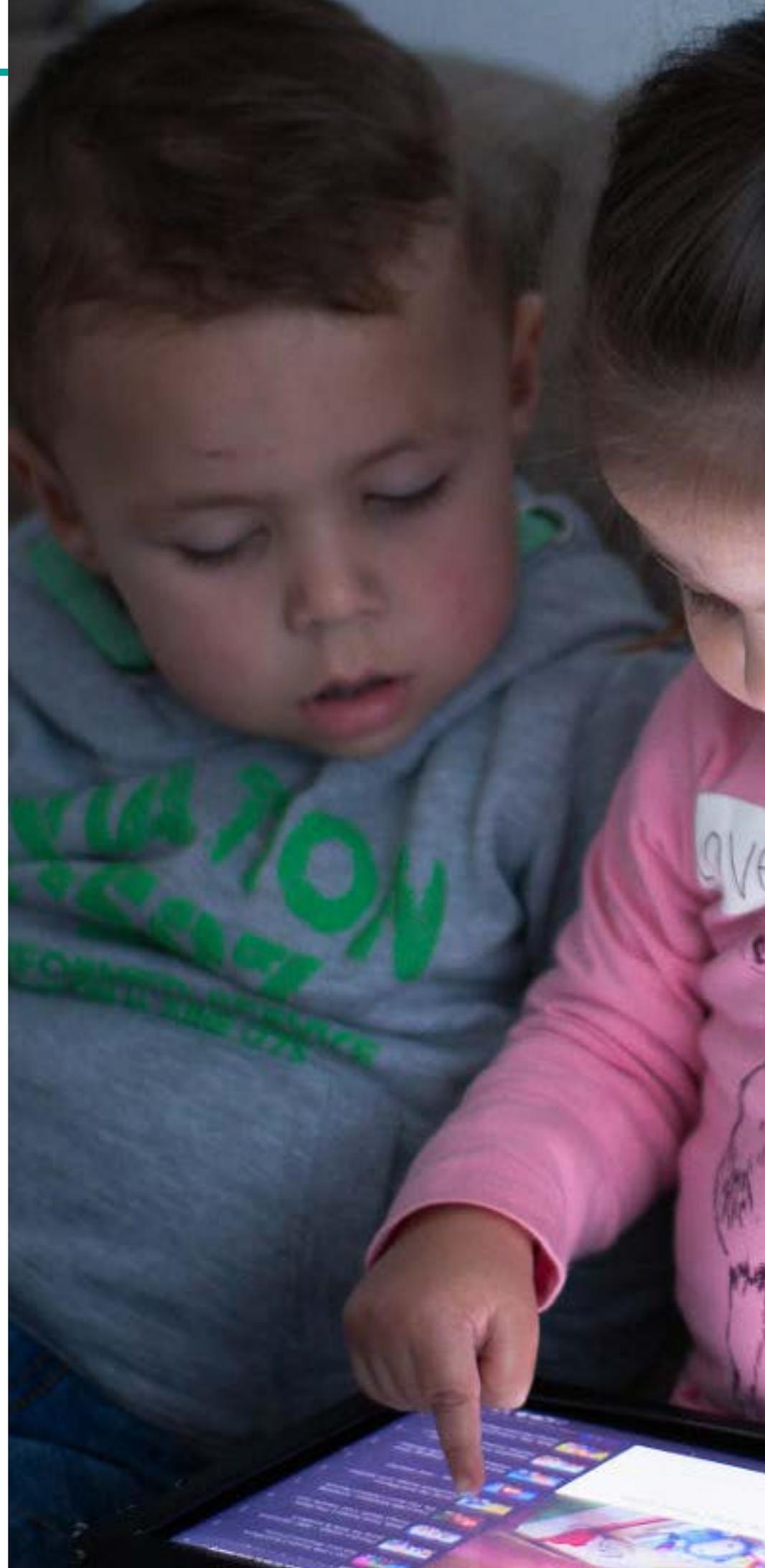
Segmentar es analizar e identificar los perfiles de grupos de consumidores, conociendo el público al cual va dirigido el producto, se procederá a detallar el target.

Segmentación Demográfica:

Con la ayuda de la investigación se determino que los niños de 7 a 10 saben leer y comprenden con facilidad, lo que los hace aptos para este proyecto.

Género: masculino y femenino

Ocupación: estudiantes





Segmentación Geográfica:

Se realizará principalmente en la ciudad de Cuenca en el museo Pumapungo sin embargo al ser un producto editorial podrá llegar a muchas ciudades y sus museos.

Región del mundo: América Latina

País: Ecuador

Provincia: Azuay

Ciudad: Cuenca

Sector: Urbano

Segmentación Psicológica:

Son sociables, curiosos su capacidad de concentración aumenta día a día.

Desarrollo emotivo

Aprendizaje

Juegos

Imaginación

Curiosidad

Segmentación Conductual:

Ninos y niñas que les gusta aprender mientras se divierten.

Caricaturas: Bob Esponja, los Simpson, yu-gi-oh

Libros: Las Fábulas de esopo

Juegos: Los minions, angry birds, candy crush



2.3. TARGET INDIRECTO (PROFESORES)

Como target indirecto están los maestros, son ellos los que llevan a los niños y niñas al museo para que puedan reforzar y realcionar lo aprendido en clases.

Segmentación Demográfica:

Profesores de niños y niñas de 7 a 10 años

Género: Masculino y Femenino

Segmentación Geográfica:

Profesores principalmente en la ciudad de cuenca

Región del mundo: América Latina

País: Ecuador

Provincia: Azuay

Ciudad: Cuenca

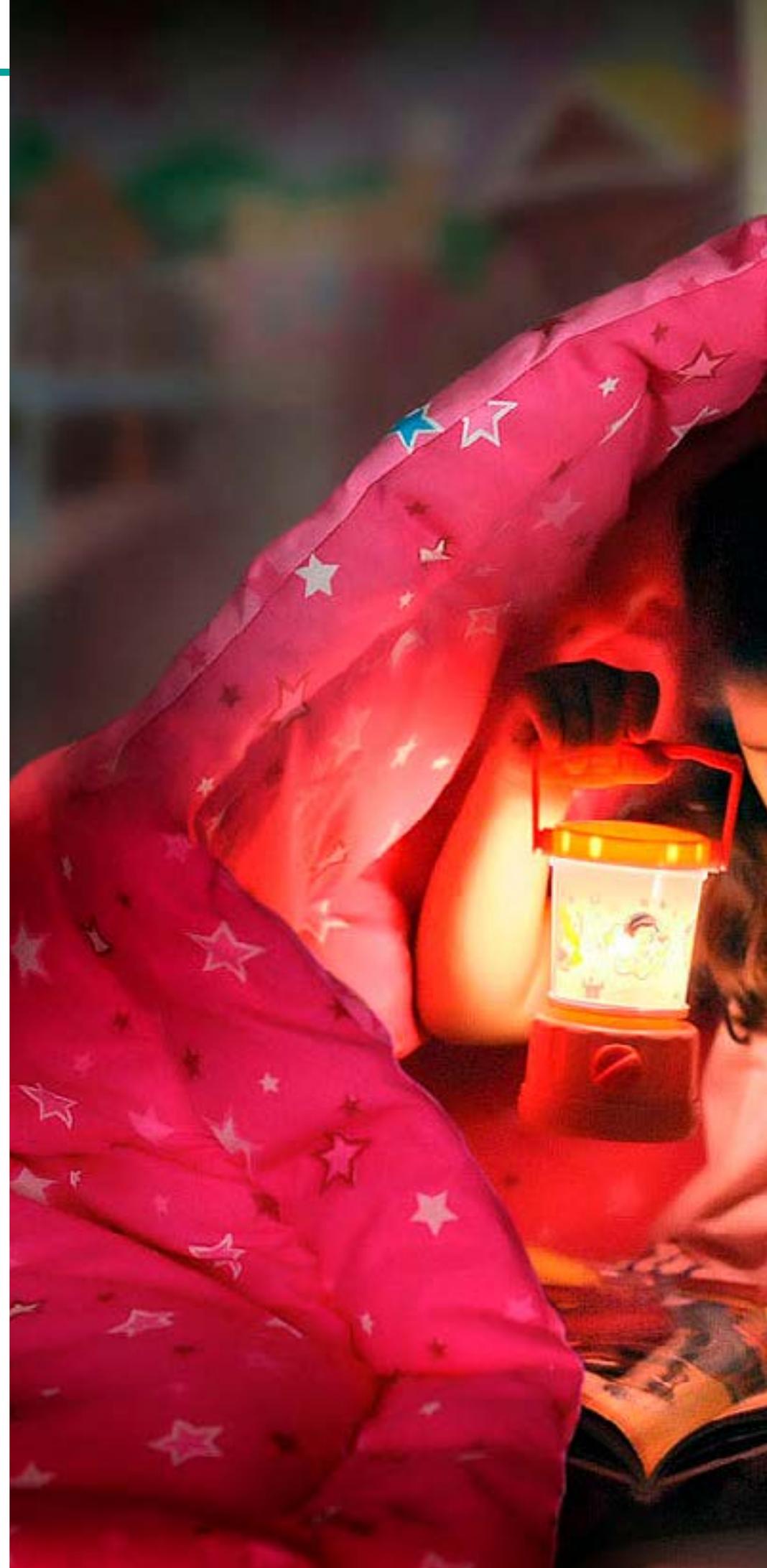
Sector: Urbano

Segmentación Psicológica:

Responsable, Atentos ,Cariñosos, Innovadores Entregados a sus alumnos.

Segmentación Conductual:

Profesores que se preocupan por conseguir libros, revistas de aprendizaje, entretenidos que ayuden con su entretenimiento y creatividad.



2.4. TARGET INDIRECTO (PADRES DE FAMILIA)

Como segundo target indirecto estan los padres de familia de niños de 7 a 10 años ya que son ellos que en algunas ocasiones acuden con sus hijos a los museos.

Segmentación Demográfica:

Padres de niños y niñas de 7 a 10 años

Género: Masculino y Femenino

Segmentación Geográfica:

Región del mundo: América Latina

País: Ecuador

Provincia: Azuay

Ciudad: Cuenca

Sector: Urbano

Segmentación Psicológica:

Responsable, Atentos, Cariñosos, Innovadores Entregados a sus hijos e hijas.

Segmentación Conductual:

Padres que se preocupan por el aprendizaje de sus hijos que visitan librerías y papeleras para conseguir materiales para colorear como cuentos, historias con actividades didácticas.



2.5. PERSONA DESIGN

Niño

Jorge es un niño curioso y muy activo, esta en tercer año de básica en la escuela Luis Cordero, sabe leer y escribir al igual que sus compañeros, le gusta mucho leer historias y aprender cosas nuevas, se interesa siempre por los libros ilustrados que cuentan con actividades divertidas como pintar, armar objetos o pegar stickers.

En su tiempo libre le gusta jugar fútbol, mirar televisión y leer, los fines de semana disfruta del tiempo con sus padres.

Niña

Verónica es una niña que vive en la ciudad de Cuenca con sus padres, tiene 10 años y cursa el cuarto año de educación básica en la escuela La Asunción, sus materias favoritas son lenguaje e historia pues le gusta aprender de las culturas de su país es una niña muy alegre su pasatiempo es leer y colorear libros ilustrados, los fines de semana le gusta ir a recorrer los museos pues sabe que son centros de aprendizaje y transmisores de cultura, a verónica le gustaría coleccionar las culturas de una manera entretenida y didáctica.





Maestro

Rosa es maestra del cuarto año de básica de la escuela Luis Cordero en la ciudad de Cuenca, ella tiene 48 años. Es muy dedicada a su trabajo se empeña en enseñar y que los niños aprendan e interioricen los conocimientos adquiridos en clases por lo que le gusta programar visitas técnicas a lugares en donde pueden reforzar su aprendizaje con materiales didácticos interactivos.

Padre de familia

Carmen vive en la ciudad de Cuenca con su esposo y sus dos hijos, ella tiene 42 años su pasatiempo es salir de compras es una mujer muy dedicada a sus hijos pues se preocupa por su educación lo que le lleva a elegir y comprar libros que puedan ser entretenidos y divertidos para sus hijos ya que son los padres los que determinan lo que es bueno y no para su educación y aprendizaje.



2.6. PARTIDAS DE DISEÑO

En base a la investigación realizada y el marco teórico hay que tener en cuenta que el producto será interactivo y de aprendizaje, para lograr este objetivo se analizará diferentes componentes específicos para el desarrollo del producto.

FORMATO:

El formato del soporte a utilizar será cuadrado ya que el mismo brinda una mayor flexibilidad para la organización de los contenidos.

DIAGRAMACIÓN:

La diagramación es el orden adecuado de las imágenes y el texto en este caso será un estilo funcional, dinámico y concreto con viñetas o recuadros que contendrán ilustraciones y textos breves fusionando la ilustración y la narrativa.

TIPOGRAFÍA:

La tipografía juega un papel muy importante ya que va más allá de no desentonar con los demás elementos en este caso se utilizara la tipografía sans-serif sassoon ya que es una tipografía que permite alta legibilidad incluyendo para aquellos con problema visuales o de disllexia.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z





CROMÁTICA:

La cromática es la que genera los estímulos visuales, por el hecho que se trabaja con niños se debe utilizar una paleta de colores que capture su atención y que vaya de acuerdo al contenido del producto editorial. en este caso se utilizara colores planos y saturados con detalles.

ILUSTRACIÓN:

Es importante que la gráfica utilizada fomente el desarrollo intelectual de los niños y que estéticamente llame la atención del usuario.

Por esta misma razón se ha definido que la ilustración debe contener figuras claras y con detalles que ayuden al aprendizaje.

SOPORTE:

Al culminar con el proyecto se obtendrá un producto editorial interactivo cuyo objetivo será enseñar de una forma divertida todo lo relacionado con el museo en la sala etnográfica.

2.6.1. FUNCIÓN

El producto didáctico le permitirá al usuario realizar ejercicios para fomentar su aprendizaje, estos ejercicios están basados en el producto editorial que completa la función de guía interactiva, las actividades se encuentran en el orden en el que se realiza el recorrido de la sala etnográfica.



El producto está dirigido para niños de 7 a 10 años

El área designada para el proceso de aprendizaje e interactividad es la sala etnográfica.

La interactividad se produce al momento de iniciar el recorrido por la sala etnográfica ya que el producto refuerza el recorrido al momento de completarlo con los stickers.

2.6.2. TECNOLOGÍA

Para el diseño y creación del proyecto se utilizaran programas como: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Indesign y Sketctbook Pro, en cuanto acabados considerando que el libro será interactivo constará de dos partes en la cual encontraremos un soporte rigido que nos beneficia al momento de realizar los ejercicios programados para cada página, además se utilizarán stickers para completar el recorrido y a la vez el libro.

2.7. PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios es el resultado de un proceso de planeación que me servirá para guiar mi proyecto a lo largo de todas las actividades requeridas para cumplir los objetivos establecidos. Para lo cual me he centrado en las cuatro p's.

2.7.1.Producto

El producto editorial didáctico le permitirá al usuario realizar ejercicios para fomentar su aprendizaje, estos ejercicios está basado en la función de guía interactiva, las actividades se encuentran en el orden en el que se realiza el recorrido de la sala etnográfica. se utilizarán stickers para completar el recorrido y a la vez el libro.

2.7.2.Precio

El producto cuenta con un precio de al rededor de \$200 dolares, para una producción en masa el producto cuenta con un precio accesible.

2.7.3.Plaza

La distribución del producto se realizará en diferentes museos de la ciudad, principalmete en el museo Pumapungo.

2.7.4.Promoción

El producto editorial se promocionara en la sala etnografica al inicio del recorrido pues se les entregara el producto a los niños y la guía es la encargada de entregar los stickers para que puedan interactuar con la información de la sala.

CAPÍTULO 3

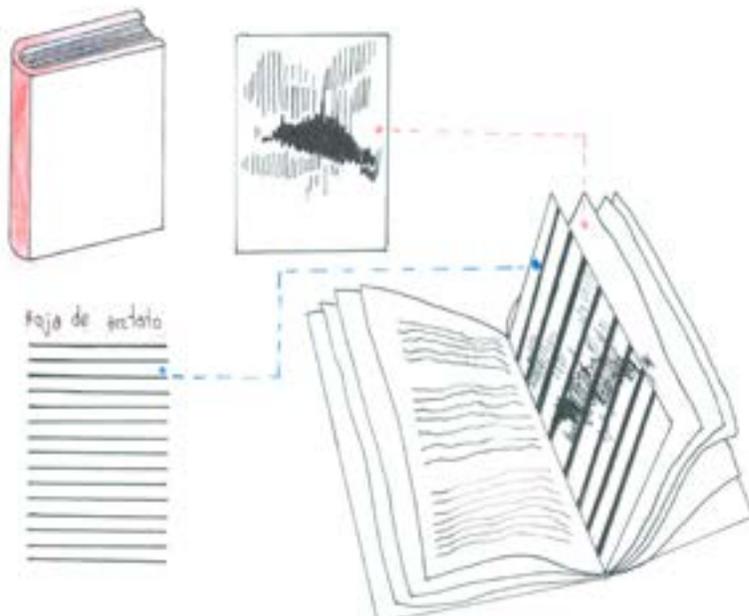
Diseño

• 3.1. IDEAS CREATIVAS •

Para la ideación de este proyecto se tomó en cuenta las tendencias del momento como el mejor método para poder lograr una buena idea y tomar un camino adecuado a la hora de plantear el diseño para el público objetivo.

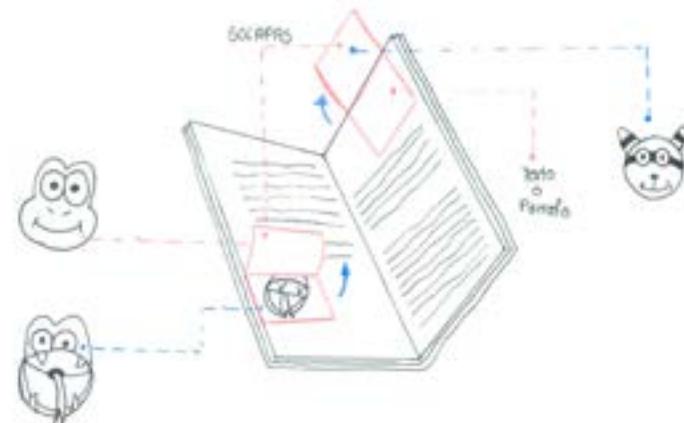
3.2. Lluvia de ideas

Hoja de Acetato resulta ser muy divertido y amigable con el usuario, el mismo que permite crear una pequeña animación al momento de pasar el acetato sobre la imagen o la ilustración.



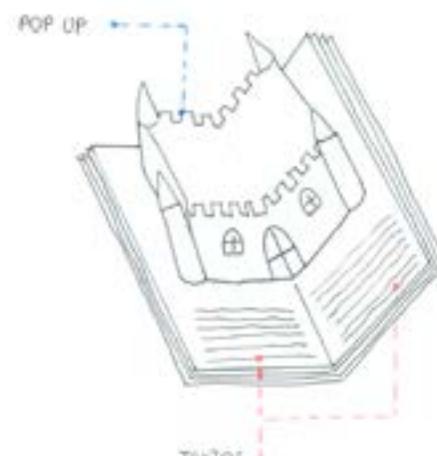
2 SOLAPAS

Las solapas o lengüetas ayudan que el producto tenga un alto nivel de interactividad ya que el usuario podrá descubrir mensajes e ilustraciones que se encuentran ocultas en las solapas.



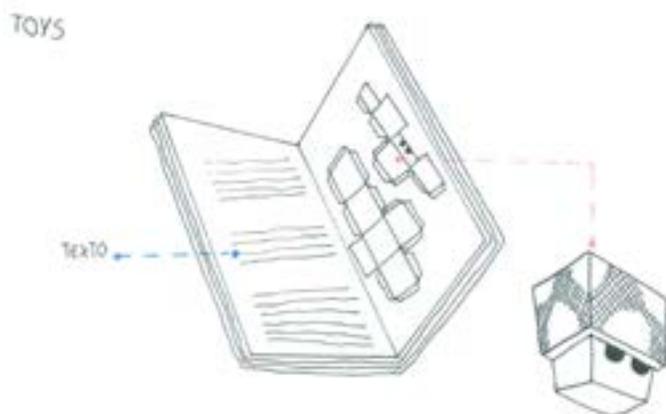
3 POP UP

La técnica pop up resulta muy llamativa y entretenida ya que al abrir una página se despliegan figuras que son tridimensionales.



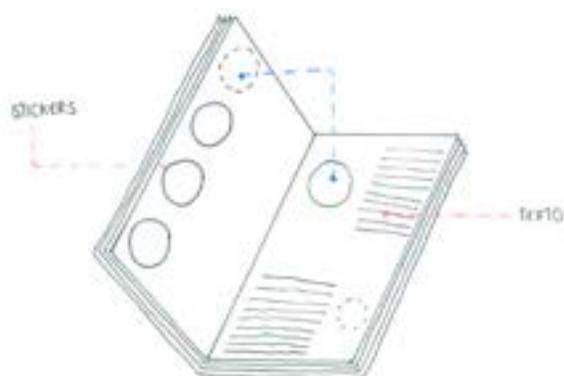
4 TOY

La técnica es divertida ya que los niños y niñas podrán armar los muñecos e interactuar con ellos a través de la historia.



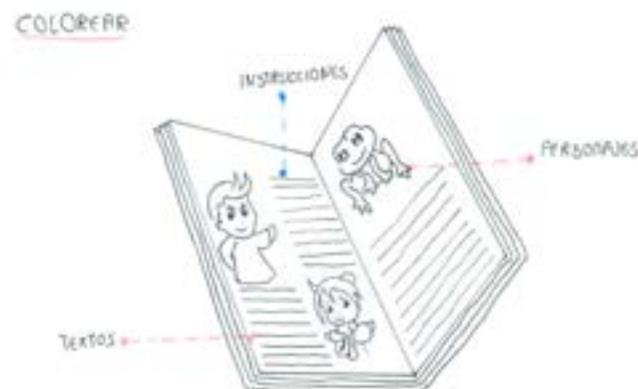
5 STICKERS

La técnica es muy divertida ya que el usuario tiene la oportunidad de usar pegatinas o como se conoce comúnmente stickers, los cuales permite interactuar a través del recorrido.



6 COLOREAR

La técnica se caracteriza por ser entretenida y didáctica ya que el usuario completa el libro cortando, pegando y coloreando.



7 ACTIVIDADES

El contenido del libro se puede relacionar con actividades como juegos, trivias, preguntas, actividades por completar etc, que sirven para entretener al usuario.





8 REALIDAD AUMENTADA

La idea es combinar la realidad aumentada con los libros de comic en donde el libro contendrá la información y dispositivo tecnológico. mezclando la realidad y lo virtual.



9 DATOS OCULTOS

Los datos ocultos en el libro ayuda a que el producto sea entretenido y didáctico debido a que las imágenes e ilustraciones se pueden revelar solo con la luz.



10 3D

La interactividad con el usuario es directa ya que le genera una sensación de profundidad dentro del contenido y las imágenes.

3D



3.3 IDEAS SELECCIONADAS

Para la selección final de las tres ideas se realizará un análisis de las ventajas y sus desventajas.

COMBINACIÓN DE IDEAS

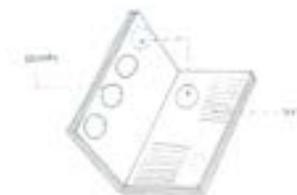
DATOS OCULTOS



TOYS



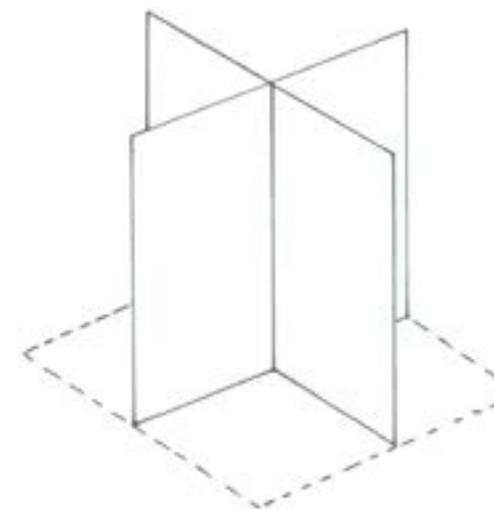
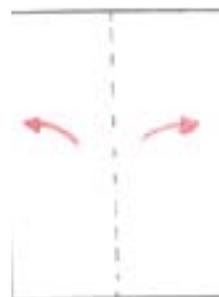
STICKERS



1.ESCENARIO

La idea nace de haber combinado tres de las ideas expuestas anteriormente, a esta idea se llama escenario escenario en el cual se utilizarán sus 8 caras pero con diferentes decoraciones en cada una.

En el centro del escenario se pretende ocultar datos que el usuario deberá buscar y relacionar con los stickers para irlos colocando y completando la información, el toy se encontrará al final, es decir en la octava cara donde se podrá sacarlo para armarlo.



Ventajas :

atractivo, original, entretenido

Desventajas: costo.

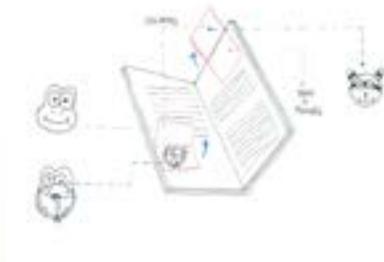


2 360°

La idea dos 360° realizando una combinación de las ideas expuestas.

COMBINACIÓN DE IDEAS

SOLAPAS



REALIDAD A.



STICKERS

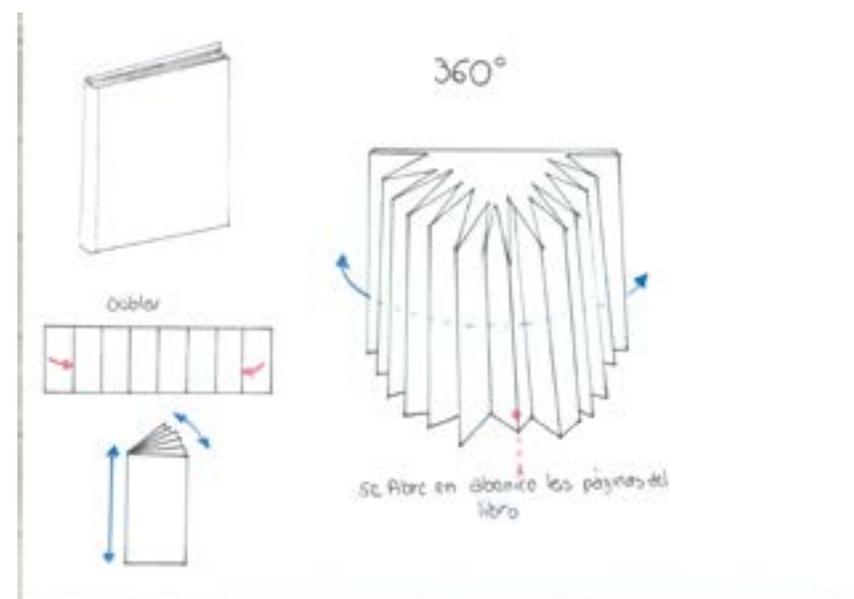


El libro de 360° permite abrirse como un abanico el cual contaría con la información del museo en donde las solapas revelarían información que se puede completar con stickers los cuales al ser sobre puestos por un dispositivo tecnológico producirá la realidad aumentada.

Ventajas

Atractivo, Original, Nuevo

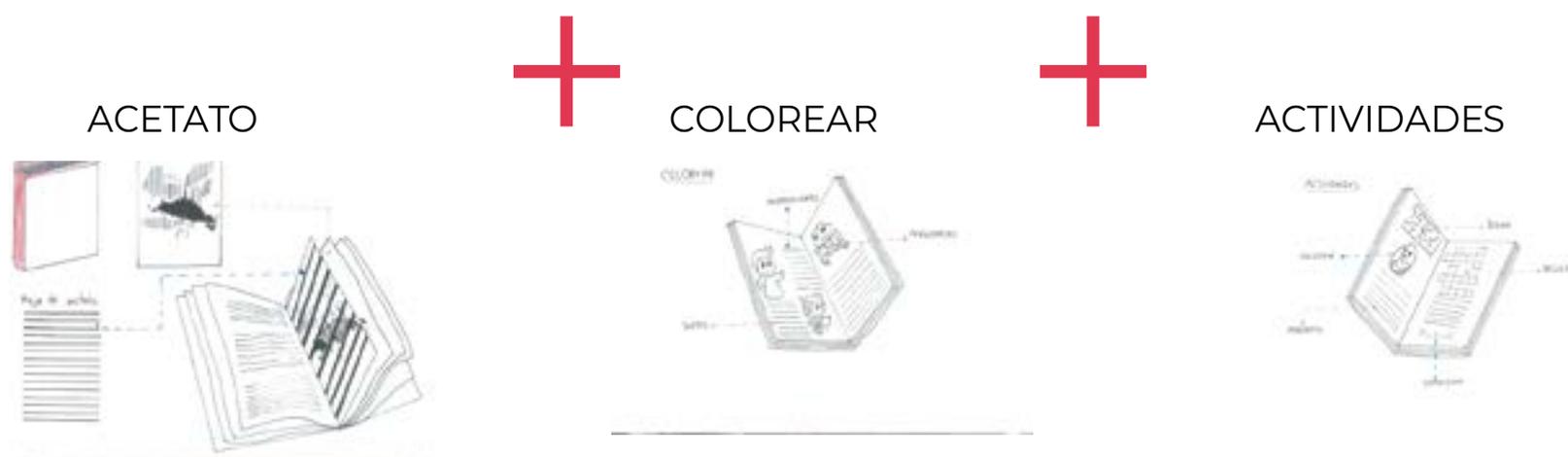
Desventajas: Costos



3. CÓMIC INTERACTIVO

La idea nace de buscar que el usuario se entretenga con el contenido del cómic de manera que realice actividades como colorear, realizar una animación con el acetato etc.

COMBINACIÓN DE IDEAS



El cómic interactivo puede funcionar muy bien ya que interactúa de manera directa con el usuario lo que permite que a la vez que se divierte aprenda

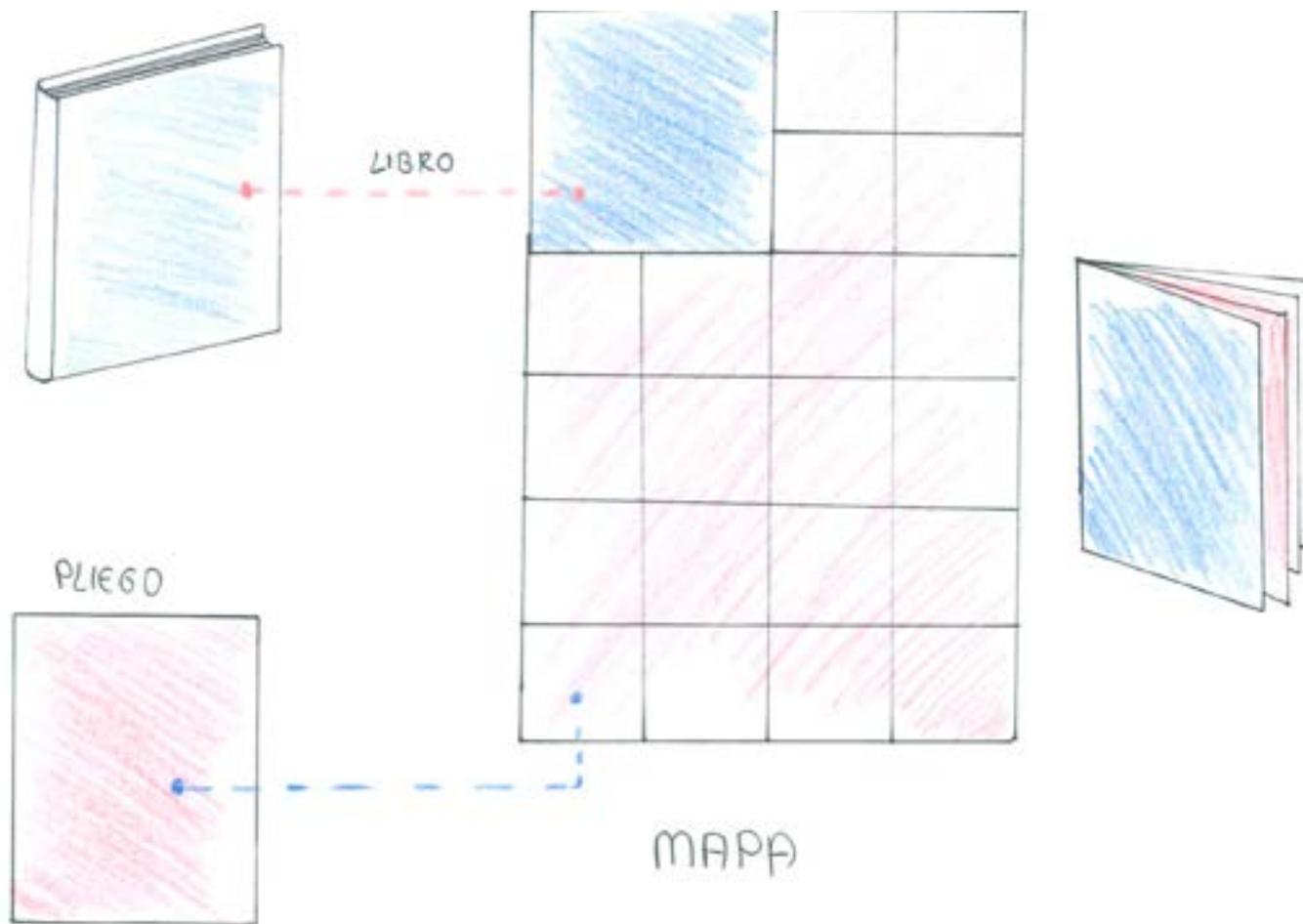
Ventajas

Original, Creativo, Entretenido

Desventajas: Costos

3. Idea Final

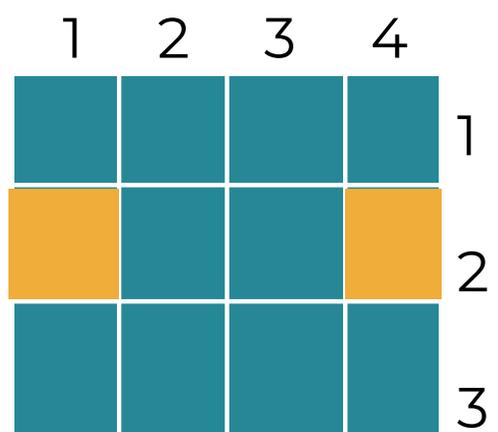
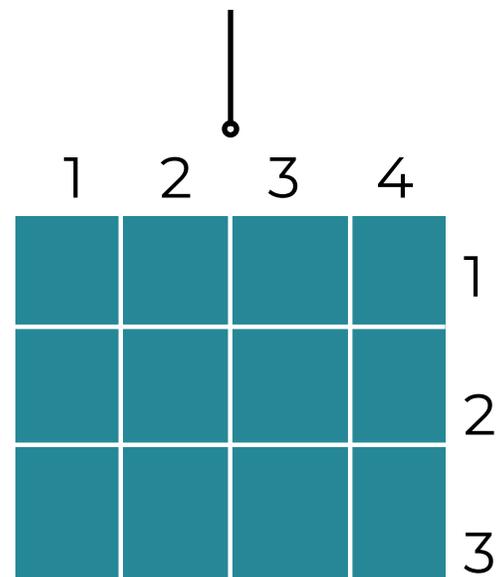
Todas ideas analizadas ayudan a definir un diseño creativo. en la idea final se utilizara un soporte rigido que nos beneficia al momento de realizar los ejercicios programados para cada página, además La diagramación es el orden adecuado de las imágenes y el texto en este caso será un estilo funcional, dinámico y concreto con viñetas o recuadros que contendran ilustraciones y textos breves fusionando la ilustración y la narrativa. se utilizarán los stickers para completar el recorrido y a la vez el libro ya que los stickers ayudan a los niños a descubrir su entorno.



Diseño Final



Retiro



tiro

CAPÍTULO 4

Proceso Creativo



4.1 CONTENIDO

Base para una guía en el museo etnográfico nacional del museo Pumapungo.

El objetivo central del Museo Etnográfico Nacional es sensibilizar sobre la importancia de valorar y respetar la diversidad cultural, pues no existen grupos humanos inferiores o superiores; las diferencias entre los seres humanos no deben marcar desigualdades TODOS SOMOS IGUALES.

Al ingresar en el Museo Etnográfico Nacional comenzamos hablando del ser humano como parte de un todo en el que el entorno geográfico es un factor determinante en su identidad cultural.

Tendrán la oportunidad de ingresar a viviendas de la Costa, de la Sierra y de la Amazonía ecuatoriana y a través de ellas experimentar un verdadero acercamiento a nuestra cultura.

En las salas del Museo no se encuentra representado el Ecuador en su totalidad, debido a limitaciones de espacio; sin embargo, la muestra que se presenta les permitirá conocer la mega diversidad cultural existente en nuestro país.

La sala no se encuentran representados todos los grupos étnicos así como tampoco algunas de las más representativas festividades.

4.2 CONSTANTES

Formato:

El formato del soporte a utilizar será cuadrado ya que el mismo brinda una mayor flexibilidad para la organización de los contenidos.

Tipografía:

Se utilizará la tipografía Sassoon que es una sans serif con sus variables, es una tipografía que permite que todas las palabras sean reconocidas con facilidad, es una tipografía que permite alta legibilidad incluyendo para aquellos niños con problemas visuales o de dislexia.

Cromática:

La cromática es la que genera los estímulos visuales, por el hecho que se trabaja con niños se debe utilizar una paleta de colores que capture su atención y que vaya de acuerdo al contenido del producto editorial. En este caso se utilizará colores planos y saturados con detalles.

Trazo:

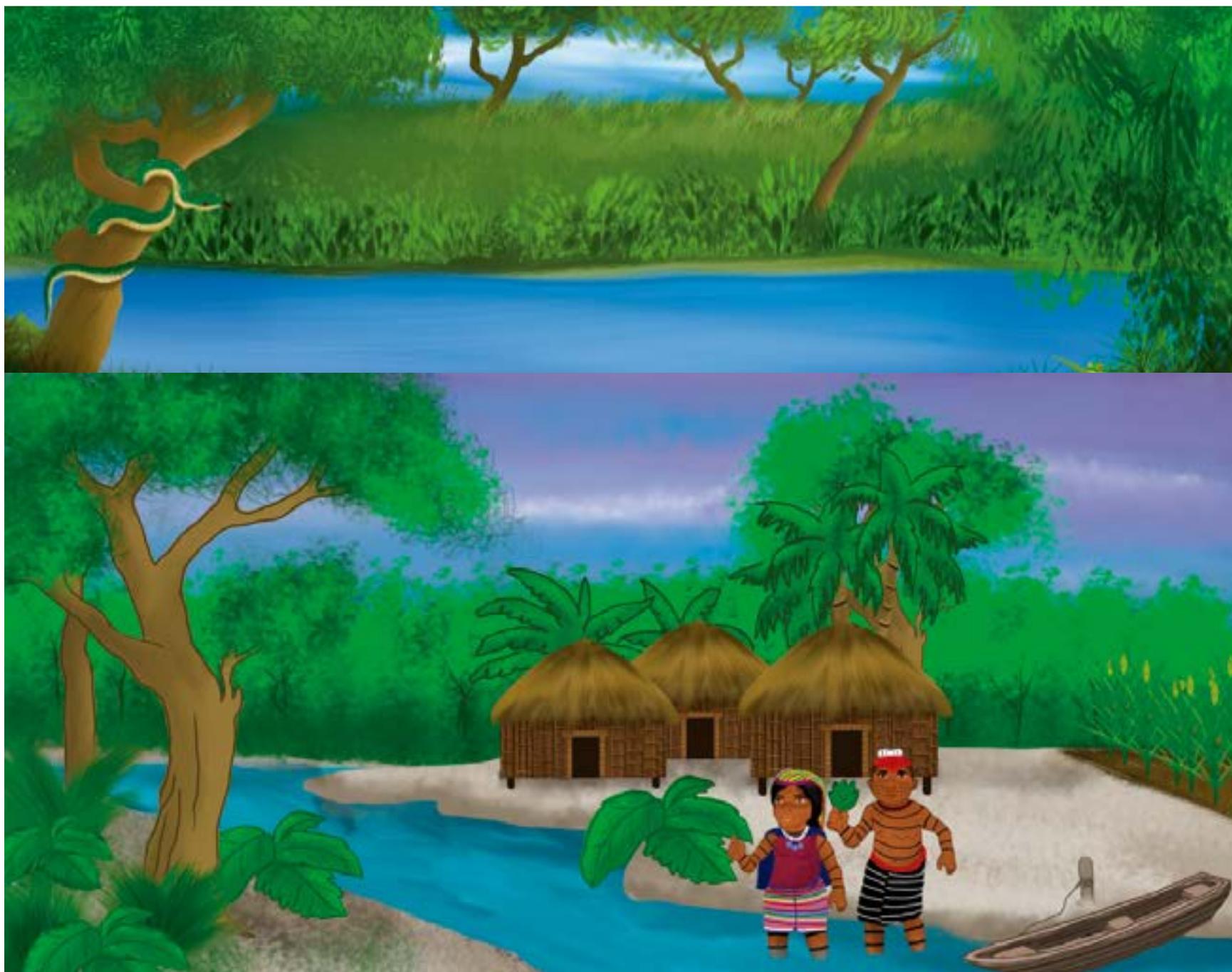
Es importante que la gráfica utilizada fomente el desarrollo intelectual de los niños y que estéticamente llame la atención del usuario.

Por esta misma razón se ha definido que la ilustración debe contener figuras claras y con detalles que ayuden al aprendizaje.

4.3 VARIABLES

Escenarios:

Los escenarios van cambiando de acuerdo al transcurso del recorrido, las variaciones van desde la región de la costa a la amazonia.



**Guión:**

La información que se presenta en el producto editorial va cambiando dependiendo de la exhibición.

Los Shuar

Los Shuar ocupan las selvas amazónicas del territorio ecuatoriano y peruano; según el último censo, existen alrededor de 110.000 habitantes.

Personajes:

figuras claras y con detalles que ayuden al aprendizaje. van cambiando de acuerdo a la información en el recorrido.

Los Chachis-Cayapas

Los Chachis están ubicados en la provincia de Esmeraldas; en su territorio se encuentra la importante reserva ecológica Cotacahi Cayapas. Según el último censo son 1040 habitantes y su mayoría son mujeres. Su idioma es el Cha'pala, lengua que tiene cierta similitud en su léxico con el idioma de los Tsha'chilas y el Tsa'fiqui.



• DISEÑO •

Para la guía se diseño cada cultura que se encontrara al realizar el recorrido por la sala etnográfica iniciando por la región amazónica, luego la Costera y finalizando en la Región Sierra.



● ●
CONTENIDO

Los Shuar

Los Shuar ocupan las selvas amazónicas del territorio ecuatoriano y peruano; según el último censo, existen alrededor de 110.000 habitantes.

Pega al hombre Shuar en su actitud de cazador, por ser ésta su principal actividad. Cuando el hombre Shuar realiza esa actividad utiliza la bodoquera con dardos guardados en un tubo de caña guadua y el matiri que es una calabaza redonda que contiene el veneno.

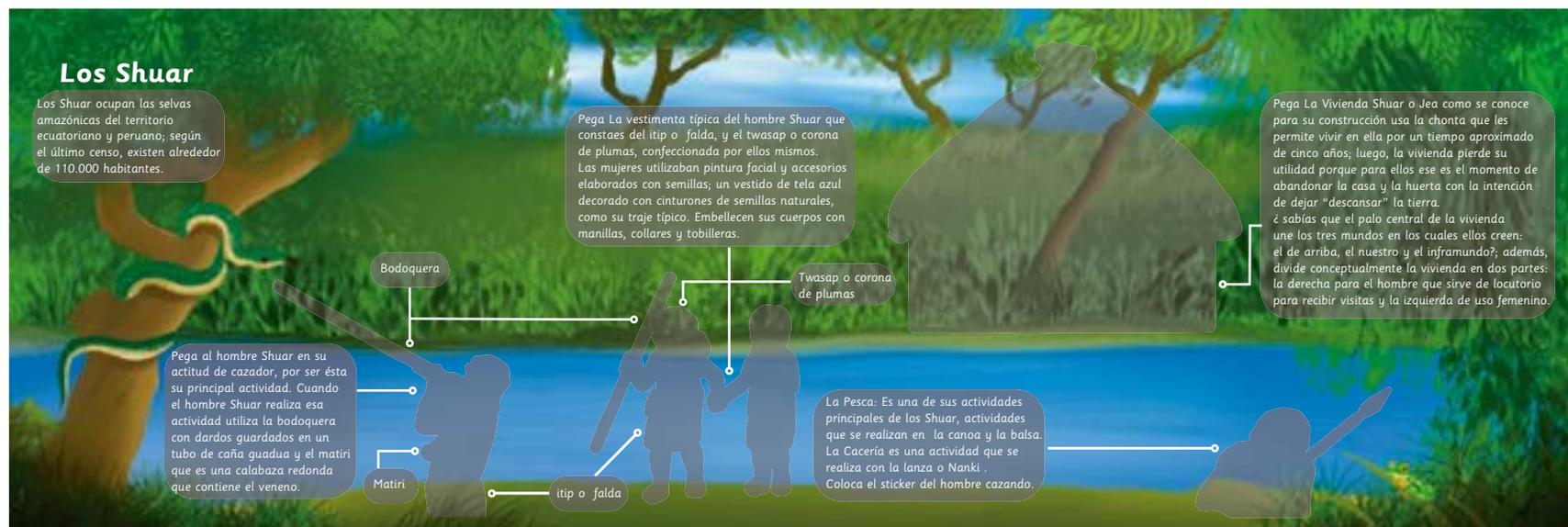
Pega La vestimenta típica del hombre Shuar que constaes del itip o falda, y el twasap o corona de plumas, confeccionada por ellos mismos. Las mujeres utilizaban pintura facial y accesorios elaborados con semillas; un vestido de tela azul decorado con cinturones de semillas naturales, como su traje típico. Embellecen sus cuerpos con manillas, collares y tobilleras.

La Pesca: Es una de sus actividades principales de los Shuar, actividades que se realizan en la canoa y la balsa. La Cacería es una actividad que se realiza con la lanza o Nanki . Coloca el sticker del hombre cazando.

Pega La Vivienda Shuar o Jea como se conoce para su construcción usa la chonta que les permite vivir en ella por un tiempo aproximado de cinco años; luego, la vivienda pierde su utilidad porque para ellos ese es el momento de abandonar la casa y la huerta con la intención de dejar “descansar” la tierra. ¿sabías que el palo central de la vivienda une los tres mundos en los cuales ellos creen: el de arriba, el nuestro y el inframundo?; además, divide conceptualmente la vivienda en dos partes: la derecha para el hombre que sirve de locutorio para recibir visitas y la izquierda de uso femenino.

DIAGRAMACIÓN

habiendo definido las ilustraciones de los paisajes se procedió a la diagramación de contenidos, colocar los textos y los respectivos personajes con los cuales se podrá ir interactuando a través de los stickers.



FUNCIONALIDAD

Luego de definir el sistema de interactividad mediante los stickers al lado izquierdo se visualiza como se ve el producto editorial final y al lado derecho como terminaría al momento de a ver completado el recorrido.





• LOS CHACHIS •

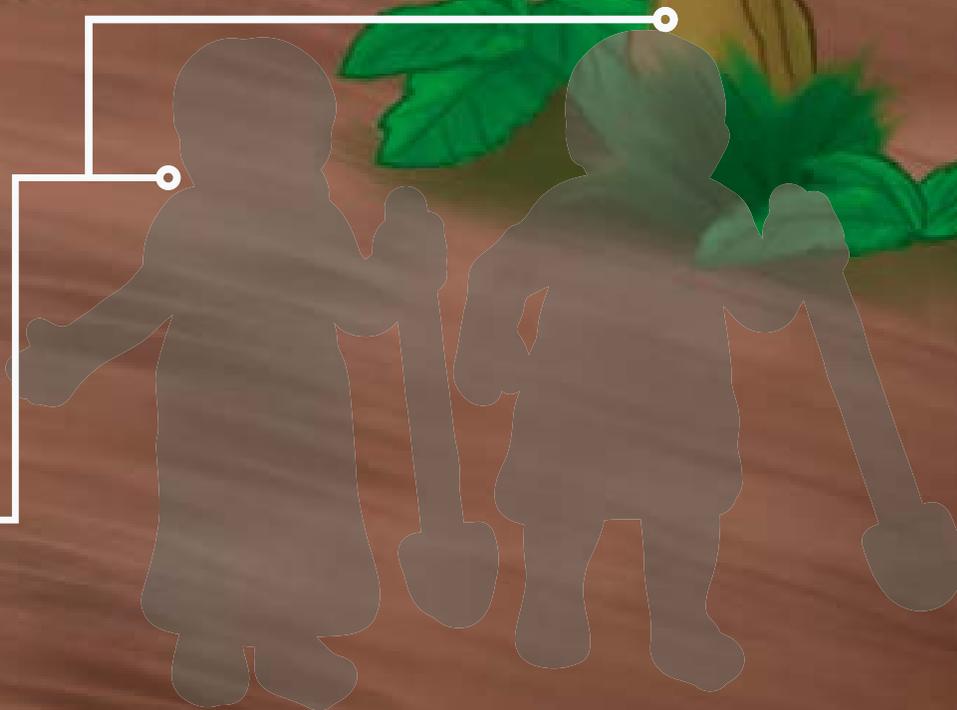


Los Chachis-Cayapas

Los Chachis están ubicados en la provincia de Esmeraldas; en su territorio se encuentra la importante reserva ecológica Cotacahi Cayapas. Según el último censo son 1040 habitantes y su mayoría son mujeres. Su idioma es el Cha'pala, lengua que tiene cierta similitud en su léxico con el idioma de los Tsha'chilas y el Tsa'fiqui.

Sus actividades principales son la producción agrícola y la elaboración de determinadas artesanías como la talla en madera. Los Chachis, se encuentran en proceso de desaparición debido a problemas territoriales.

Pega el sticker de los chachis con su vestimenta tradicional por su parte la mujer utiliza una falda en forma de anaco y el hombre utiliza una falda o itip en forma de camión hasta las rodillas



Los Chachis-Cayapas

Los Chachis están ubicados en la provincia de Esmeraldas; en su territorio se encuentra la importante reserva ecológica Cotacahi Cayapas. Según el último censo son 1040 habitantes y su mayoría son mujeres. Su idioma es el Cha'pala, lengua que tiene cierta similitud en su léxico con el idioma de los Tsha'chilas y el Tsa'fiqui.

Sus actividades principales son la producción agrícola y la elaboración de determinadas artesanías como la talla en madera. Los Chachis, se encuentran en proceso de desaparición debido a problemas territoriales.

Pega el sticker de los chachis con su vestimenta tradicional por su parte la mujer utiliza una falda en forma de anaco y el hombre utiliza una falda o itip en forma de camión hasta las rodillas



• LOS COLORADOS •



• CONTENIDO •

los Tsha'chilas o Colorados

Los Tsha'chilas están ubicados en la zona costanera de la provincia del Pichincha, aunque los consideramos como un etnia de la Costa. En el último censo se registraron 2640 Tshachilas agrupados en ocho comunidades. Están regidos por el Miya, Jefe con poderes sobrenaturales, por tanto conductor espiritual, social, moral del grupo.

Los Tsha'chilas son conocidos como colorados por la peculiar costumbre de sus hombres de pintarse el cabello con un producto vegetal rojo conocido como achiote, pega al hombre tsha'chila pintándose el cabello.

Practican el arte de la adivinación así como sus conocimientos de medicina tradicional, que la ejercen a través de sanaciones que se realizan en la noche con la ayuda de determinados rituales y ciertas plantas ceremoniales. A continuación pega el sticker del hombre tsha'chila realizando el ritual de sanación.

Su modo de supervivencia está en la Wita o chacra. de donde se produce el maíz.

● **FUNCIONALIDAD** ●

Los Tsha'chilas o Colorados

Los Tsha'chilas están ubicados en la zona costanera de la provincia del Pichincha, aunque los consideramos como un etnia de la Costa. En el último censo se registraron 2640 Tshachilas agrupados en ocho comunidades. Están regidos por el Miya, Jefe con poderes sobrenaturales, por tanto conductor espiritual, social, moral del grupo.

Los Tsha'chilas son conocidos como colorados por la peculiar costumbre de sus hombres de pintarse el cabello con un producto vegetal rojo conocido como achiote, pega al hombre tsha'chila pintándose el cabello.

Practican el arte de la adivinación así como sus conocimientos de medicina tradicional, que la ejercen a través de sanaciones que se realizan en la noche con la ayuda de determinados rituales y ciertas plantas ceremoniales. A continuación pega el sticker del hombre tsha'chila realizando el ritual de sanación.

Su modo de supervivencia está en la Wita o chacra, de donde se produce el maíz.



● **AFROECUATORIANOS** ●

● **CONTENIDO** ●



Los Afroecuatorianos

Los Afroecuatorianos se ubican fundamentalmente en los límites de la provincia del Carchi, Imbabura y Esmeraldas.

Poseen una riqueza notable de literatura oral a través de cuentos. La música y el baile tiene mucha importancia.

Los Afroecuatorianos llegaron a nuestras tierras en la época de la colonización. Se caracterizan por se personas muy alegres y festivas. Su inmensa riqueza cultural son sus ritmos y sus canciones, sus melodías y sus instrumentos musicales, confeccionados con materiales propios de esta zona, Visten trajes muy coloridos pega los stickers de los trajes.

• **FUNCIONALIDAD** •

los Afroecuatorianos

Los Afroecuatorianos se ubican fundamentalmente en los límites de la provincia del Carchi, Imbabura y Esmeraldas.

Poseen una riqueza notable de literatura oral a través de cuentos. La música y el baile tiene mucha importancia.



Los Afroecuatorianos llegaron a nuestras tierras en la época de la colonización. Se caracterizan por ser personas muy alegres y festivas. Su inmensa riqueza cultural son sus ritmos y sus canciones, sus melodías y sus instrumentos musicales, confeccionados con materiales propios de esta zona, Visten trajes muy coloridos pega los stickers de los trajes.



REGIÓN COSTA



CONTENIDO

Cholo Pescador

El Cholo Pescador vive en el perfil costanero de las provincias de Manabí, El Oro y Guayas así como en la riberas de los ríos de la región; su principal sustento es la pesca, de allí su nombre.

Su vestimenta, por el clima, es muy liviana y en general de color blanco; el hombre utiliza un sombrero de paja y la mujer se distingue por utilizar atuendos multicolores. Utilizada para la pesca, coloca el sticker de la mujer.

Pescan en canoas y bongos, utilizando atarrayas, trasmallos y otras artificios. a continuación pega la canoa utilizada para la pesca.

Atarraya

FUNCIONALIDAD



MONTUBIO



● CONTENIDO ●

Planta de guineo

Caña de azúcar

La agricultura es su actividad principal generalmente monocultivos para la exportación como el cacao, café, guineo, ha desarrollado también la ganadería. coloca el sticker del hombre montubio con el ganado.

El Montubio

El El Montubio se encuentra en el interior de la Costa ecuatoriana de allí que su nombre se derive de monte; se dedica a la agricultura.

En esta zona del país se produce café, caña de azúcar, guineo, arroz entre otros, casi todos productos para exportación. Aquí se produce el cacao ecuatoriano de más alta calidad.

Pega el sticker del montubio con su vestimenta típica. se visten como integrantes de otros grupos mestizos de la costa, con ropa ligera y sombrero de paja. llevan siempre su machete.

Planta de guineo

Caña de azúcar

La agricultura es su actividad principal generalmente monocultivos para la exportación como el cacao, café, guineo, ha desarrollado también la ganadería. coloca el sticker del hombre montubio con el ganado.

El Montubio

El El Montubio se encuentra en el interior de la Costa ecuatoriana de allí que su nombre se derive de monte; se dedica a la agricultura.

En esta zona del país se produce café, caña de azúcar, guineo, arroz entre otros, casi todos productos para exportación. Aquí se produce el cacao ecuatoriano de más alta calidad.

Pega el sticker del montubio con su vestimenta típica. se visten como integrantes de otros grupos mestizos de la costa, con ropa ligera y sombrero de paja. llevan siempre su machete.



Otavalo

Los Otavalo se encuentran en la provincia de Imbabura, comparten su territorio con otros grupos étnicos como los Natabuela, Karanqui, Kayambi. Es un pueblo que conserva muchas de sus tradiciones ancestrales, son muy orgullosos de sus raíces culturales.

Conocidos por ser comerciantes por excelencia desde tiempos antiguos cuando se los conocía como mindalás, se especializan en la confección de textiles; son buenos difusores de otras manifestaciones culturales de su pueblo como es la música y la danza. Pues a ellos se los encuentra realizando sus transacciones comerciales en mercados y ferias en casi todas partes del mundo.

Pega al hombre otavaleño con su vestimenta de pantalón blanco corto, alpargatas, poncho azul, gris, o rojo con su sombrero de paño.

Otavalo

Los Otavalo se encuentran en la provincia de Imbabura, comparten su territorio con otros grupos étnicos como los Natabuela, Karanqui, Kayambi. Es un pueblo que conserva muchas de sus tradiciones ancestrales, son muy orgullosos de sus raíces culturales.

Conocidos por ser comerciantes por excelencia desde tiempos antiguos cuando se los conocía como mindalás, se especializan en la confección de textiles; son buenos difusores de otras manifestaciones culturales de su pueblo como es la música y la danza. Pues a ellos se los encuentra realizando sus transacciones comerciales en mercados y ferias en casi todas partes del mundo.

Pega al hombre otavaleño con su vestimenta de pantalón blanco corto, alpargatas, poncho azul, gris, o rojo con su sombrero de paño.

● FUNCIONALIDAD ●

● **DIABLO HUMA** ●

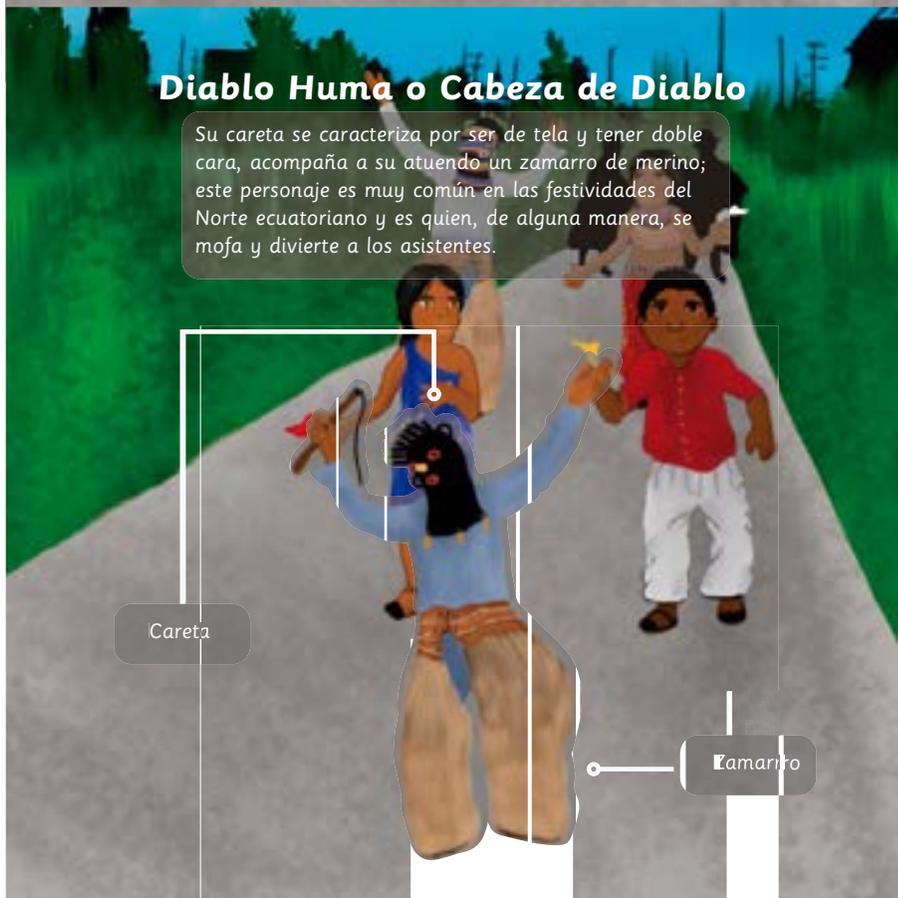
● **CONTENIDO** ●



Diablo Huma o Cabeza de Diablo

Su careta se caracteriza por ser de tela y tener doble cara, acompaña a su atuendo un zamarro de merino; este personaje es muy común en las festividades del Norte ecuatoriano y es quien, de alguna manera, se mofa y divierte a los asistentes.

Careta



Diablo Huma o Cabeza de Diablo

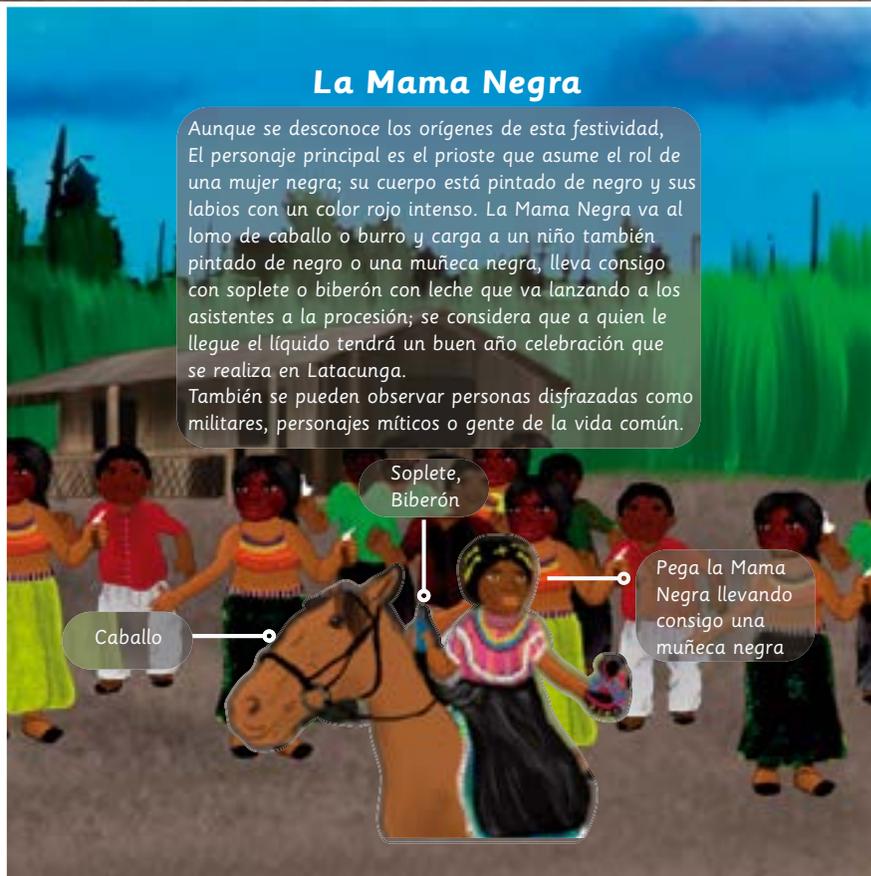
Su careta se caracteriza por ser de tela y tener doble cara, acompaña a su atuendo un zamarro de merino; este personaje es muy común en las festividades del Norte ecuatoriano y es quien, de alguna manera, se mofa y divierte a los asistentes.

Careta

Zamarro



● **FUNCIONALIDAD** ●





MASCARAS

CONTENIDO

Zumbahuas, Tiguas, Guangajes

Grupos étnicos que se encuentran en la provincia del Cotopaxi, sus fiestas se realacionan con el calendario agrícola y conmemoraciones del catolicismo.

Se celebran festividades como: el corpus christi, la Mama Negra, el Carnaval etc., la pintura sobre cuero de oveja, de los artesanos de tigua, produce obras costumbristas de vistosos colores, que revelan lo que el indígena percibe en su medio.

Máscaras de madera y papel, objetos de arcilla y fajas son elaborados con técnicas tradicionales.



Zumbahuas, Tiguas, Guangajes

Grupos étnicos que se encuentran en la provincia del Cotopaxi, sus fiestas se realacionan con el calendario agrícola y conmemoraciones del catolicismo.

Se celebran festividades como: el corpus christi, la Mama Negra, el Carnaval etc., la pintura sobre cuero de oveja, de los artesanos de tigua, produce obras costumbristas de vistosos colores, que revelan lo que el indígena percibe en su medio.

Máscaras de madera y papel, objetos de arcilla y fajas son elaborados con técnicas tradicionales.



FUNCIONALIDAD

LOS CHIMBOS



Los Chimbos

Los Chimbos se encuentran en la provincia de Bolívar la mayoría habla quichua y castellano con mezcla de términos.

la vestimenta del hombre consite en el poncho tejido con lana de oveja y el de la mujer usan anacos, fajas multicolores, mantas sujetas con "tupu".

El Carnaval de guaranda en el que interviene mayoritariamente el grupo mestizo, constituye la fiesta popular más celebrada en la región.

Pega al Ser mítico, taita Carnaval, lleva zamarr Pantalón de cuero; enorme sombrero de piel; lleva guaraca, honda, tambor su visita deja salud, suerte en las casas que va visitando



Los Chimbos

Los Chimbos se encuentran en la provincia de Bolívar la mayoría habla quichua y castellano con mezcla de términos.

la vestimenta del hombre consite en el poncho tejido con lana de oveja y el de la mujer usan anacos, fajas multicolores, mantas sujetas con "tupu".

El Carnaval de guaranda en el que interviene mayoritariamente el grupo mestizo, constituye la fiesta popular más celebrada en la región.

Pega al Ser mítico, taita Carnaval, lleva zamarr, Pantalón de cuero; enorme sombrero de piel; lleva guaraca, honda, tambor su visita deja salud, suerte en las casas que va visitando



FUNCIONALIDAD



LOS CAÑARIS

CONTENIDO



Los Cañaris

Los Cañaris se encuentra ubicados en las actuales provincias del Azuay y Cañar, en especial en el Cañar. Según el último censo se registraron 150.000 cañaris en el Cañar y 25.000 en el Azuay. Su economía se base en la forma tradicional de autoconsumo a través de una agricultura destinada al sustento familiar y de la crianza de ganado menor; mientras el mercado los ayuda al intercambio de productos excedentes del consumo familiar.

Pega los Stickers del hombre y la mujer Cañari con su vestimenta Tadicional.

Los Cañaris

Los Cañaris se encuentra ubicados en las actuales provincias del Azuay y Cañar, en especial en el Cañar. Según el último censo se registraron 150.000 cañaris en el Cañar y 25.000 en el Azuay. Su economía se base en la forma tradicional de autoconsumo a través de una agricultura destinada al sustento familiar y de la crianza de ganado menor; mientras el mercado los ayuda al intercambio de productos excedentes del consumo familiar.

Pega los Stickers del hombre y la mujer Cañari con su vestimenta Tadicional.

FUNCIONALIDAD





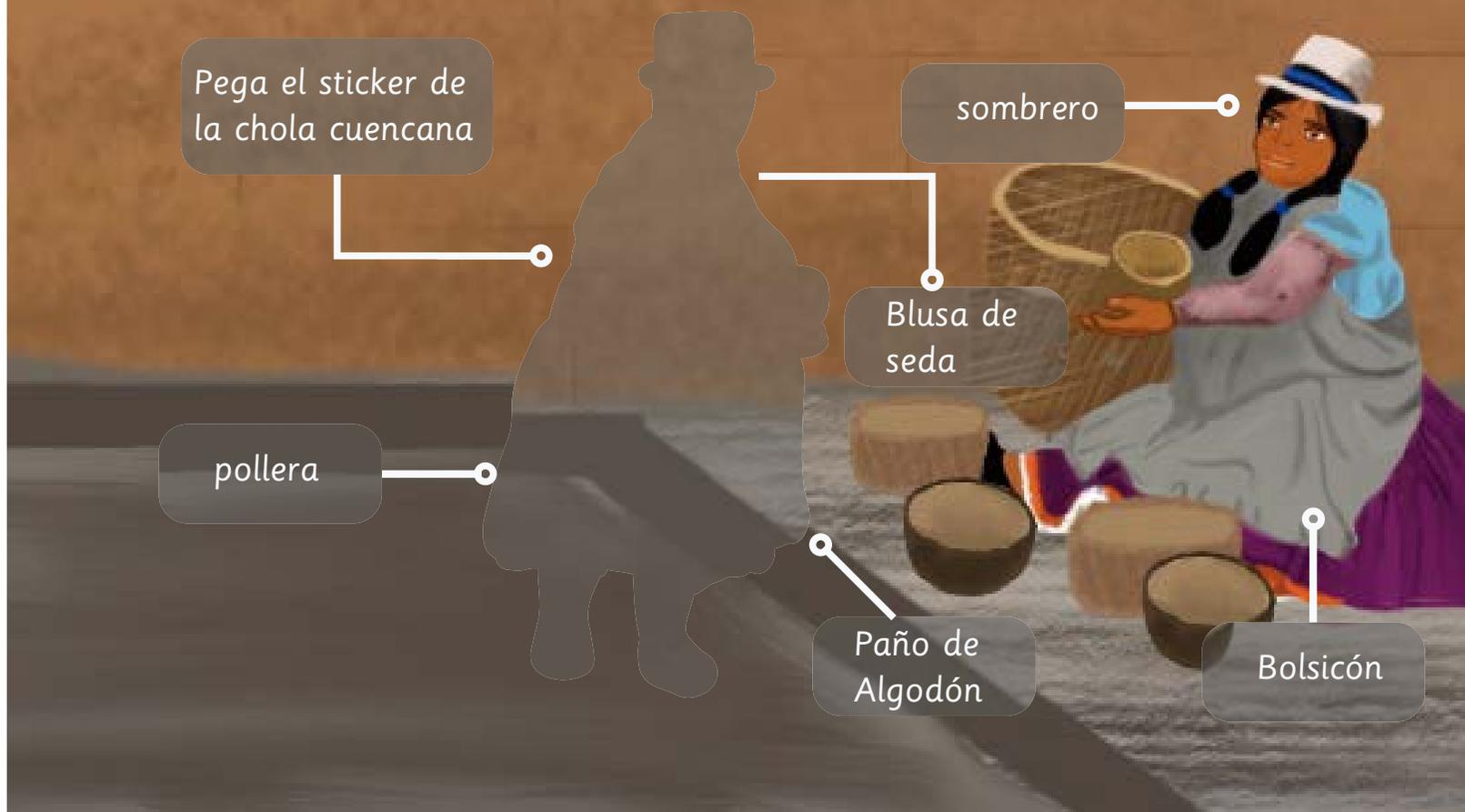


CONTENIDO

Azuay

Al ingresar a la provincia del Azuay observamos la Chola Cuencana, personaje símbolo del mestizaje entre los conquistadores españoles y los indígenas de la provincia. Se caracteriza por su vistosa y elegante vestimenta que está formada por dos polleras, el centro y el bolsicón, que cubren su cuerpo hasta las rodillas. La pollera se complementa con una blusa hecha en seda de manga corta y encarrujada en su cintura.

En esta Provincia una de sus celebraciones religiosas más populares y llena de s incretismo es el denominado Pase del Niño, fiesta que está relacionada con el nacimiento de Jesús, da inicio desde los primeros días de diciembre hasta el Carnaval.



Azuay

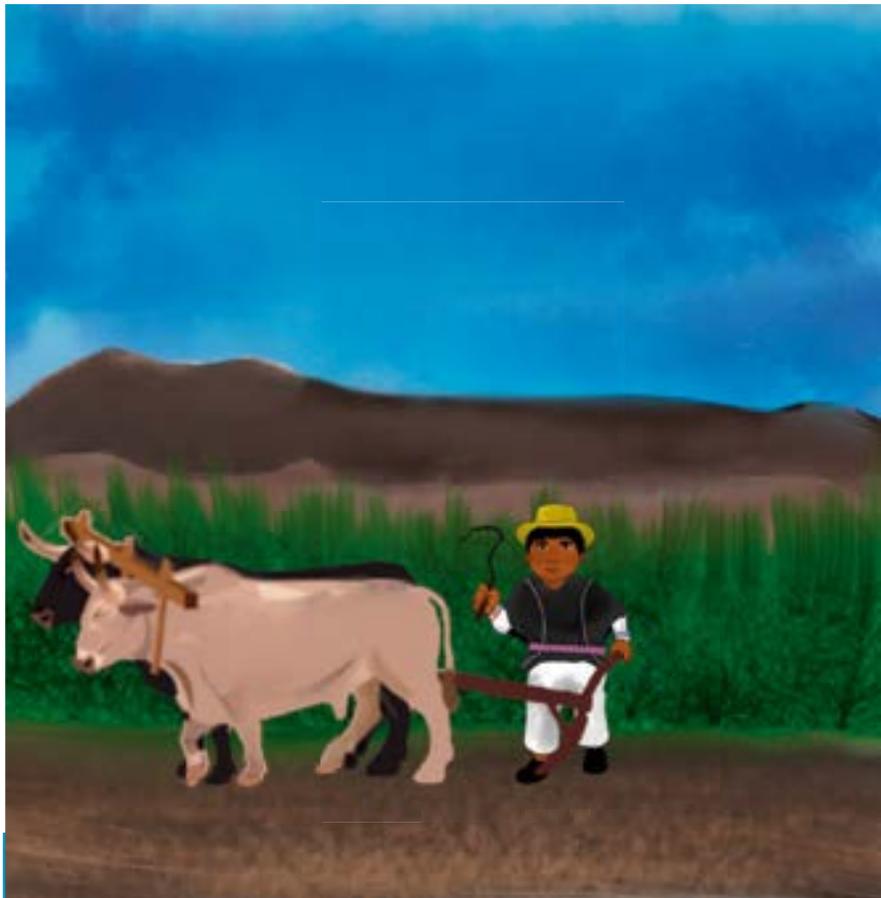
Al ingresar a la provincia del Azuay observamos la Chola Cuencana, personaje símbolo del mestizaje entre los conquistadores españoles y los indígenas de la provincia. Se caracteriza por su vistosa y elegante vestimenta que está formada por dos polleras, el centro y el bolsicón, que cubren su cuerpo hasta las rodillas, La pollera se complementa con una blusa hecha en seda de manga corta y encarrujada en su cintura.

En esta Provincia una de sus celebraciones religiosas más populares y llena de s incretismo es el denominado Pase del Niño, fiesta que está relacionada con el nacimiento de Jesús, da inicio desde los primeros días de diciembre hasta el Carnaval.



SARAGUROS

CONTENIDO



Saraguros

Grupo étnico que se localiza inclusive en la provincia de Zamora Chinchipe, en la región amazónica, pueblo que también se dice fueron mitimaes.

El material para la confección de su vestimenta es la lana de borrego.

Las mujeres saraguros en sus rebozos lucen tupos de origen inca, que también sirven como defensa personal.

Sobresale entre su vestimenta la bisutería de colores brillantes que adornan su cuello; otro elemento característico de los Saraguros es su sombrero de lana apelmazada, que usan hombres y mujeres. Se dedican a la agricultura actividad que realiza el labrador Saragureño con el yugo halado por dos toros; es una herramienta muy útil para arar y preparar la tierra antes de la siembra.

Pega el stickerde la mujer utilizando su vestimenta típica



Arado

Rebozo

Saraguros

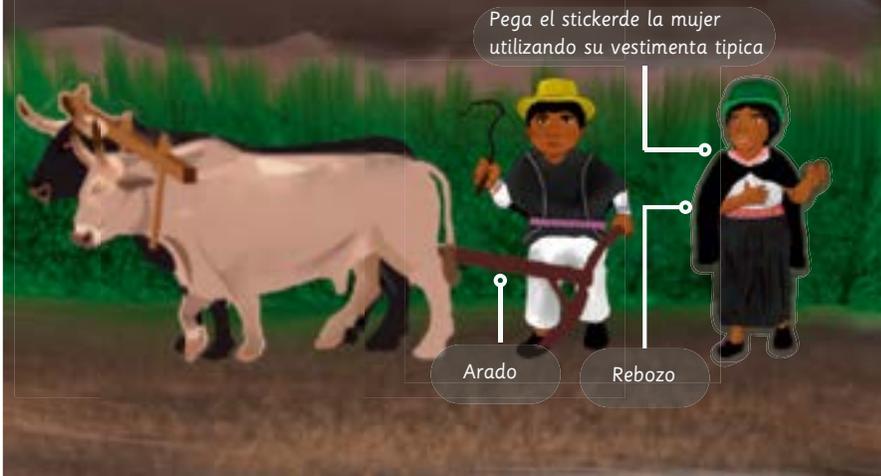
Grupo étnico que se localiza inclusive en la provincia de Zamora Chinchipe, en la región amazónica, pueblo que también se dice fueron mitimaes.

El material para la confección de su vestimenta es la lana de borrego.

Las mujeres saraguros en sus rebozos lucen tupos de origen inca, que también sirven como defensa personal.

Sobresale entre su vestimenta la bisutería de colores brillantes que adornan su cuello; otro elemento característico de los Saraguros es su sombrero de lana apelmazada, que usan hombres y mujeres. Se dedican a la agricultura actividad que realiza el labrador Saragureño con el yugo halado por dos toros; es una herramienta muy útil para arar y preparar la tierra antes de la siembra.

Pega el stickerde la mujer utilizando su vestimenta típica



Arado

Rebozo

FUNCIONALIDAD



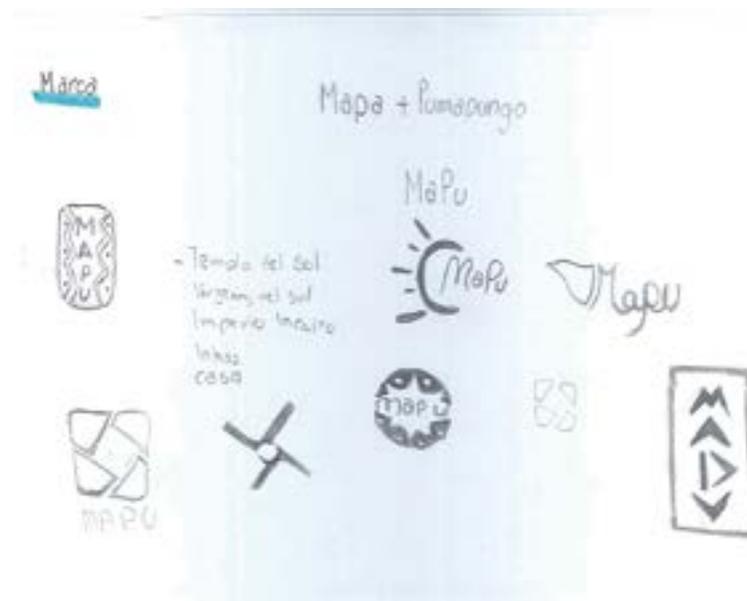
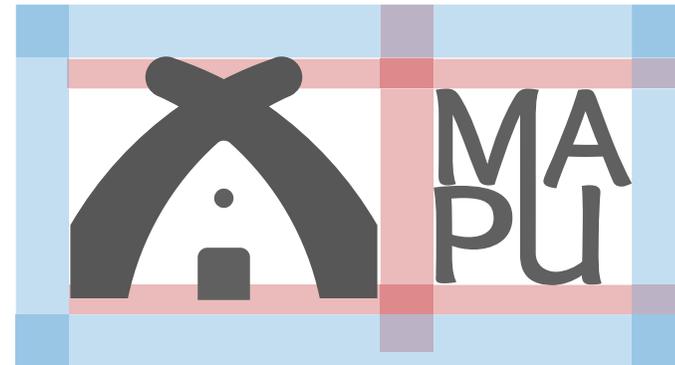
DISEÑO FINAL





4.4 MARCA

La marca permite identificar o distinguir un producto de otro es por eso que se desarrollo una marca para el producto que le permita diferenciarse.

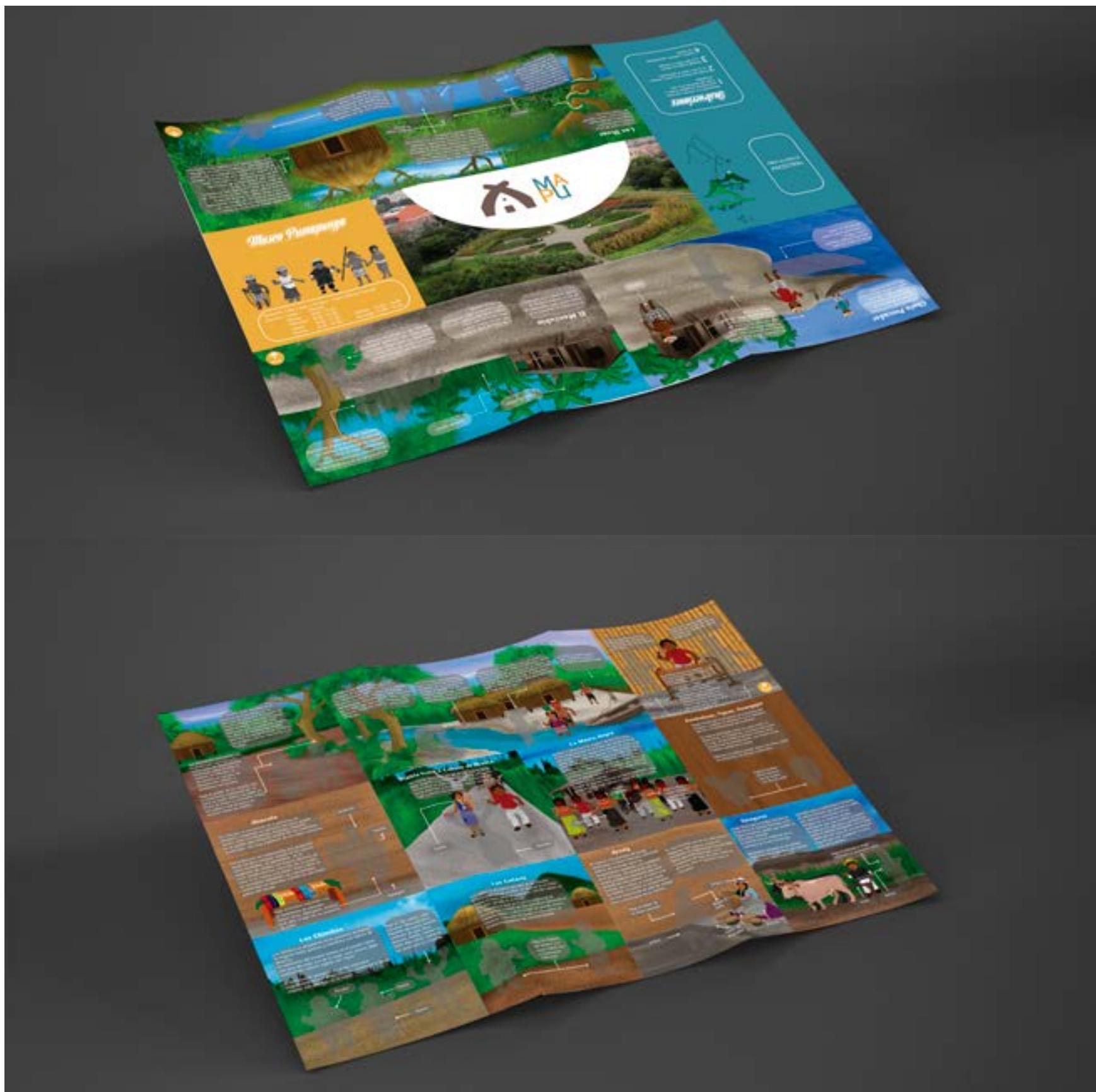


PUMAPUNGO



-  PANTONE P 44-12 C
-  PANTONE P 123-6 C
-  PANTONE P 20-7 C

• 4.5 DISEÑO FINAL •





5. PRODUCTO



El producto editorial cuenta con 25 stickers



Los stickers se diseñó en un formato A3 para realizar cuatro dobleces obteniendo un formato A5 para facilitar su uso



Museo Pumapungo



Dirección: Calle Larga y Huayna - Copac (Barrio Central)

Horario: Lunes Cerrado

Martes 8:00 - 17:30

Miércoles 8:00 - 17:30

Jueves 8:00 - 17:30

Viernes 8:00 - 17:30

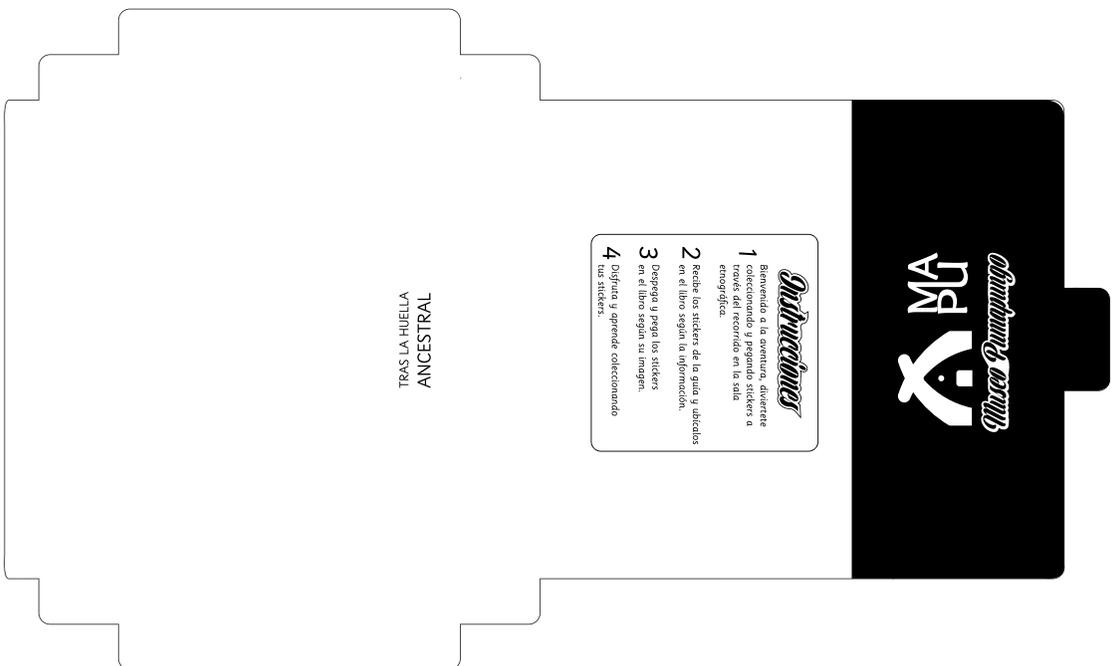
Sábado 10:00 - 16:00

Domingo 10:00 - 16:00



TRAS LA HUELLA
ANCESTRAL

5.1 PACKAGING





El producto cuenta con un packaging para su traslado

• 6. VALIDACIÓN •

La Validación del producto editorial se realizó en el museo pumagungo en la ciudad de Cuenca, participaron en la validación Dara Guaman de 8 años de edad y Nicole Guaman de 10 años de edad de la escuela 3 de noviembre .

Para la validación se les procedió a preguntar con que frecuencia visitan el museo y si tienen conocimiento sobre la diversidad cultural de nuestro país.

Para lo que supieron responderme es que Dara no había visitado antes el museo y Nicole había venido una vez con su hermana mayor.

Luego se les procedió a explicar sobre el producto editorial y cual era su función y como deberían ir interactuando en la sala etnografía y con la guía del museo.

Al ver el producto editorial les llamó mucho la atención los paisajes y los personajes, los colores vivos pero sobre todo los stickers

Al ir leyendo la información propuesta en el producto interactivo con lo expuesto en la sala y lo narrado por el guía lograron completar el recorrido con satisfacción .

Al finalizar el recorrido se les procedió a hacer de nuevo la pregunta de que si conocían la diversidad cultural.

Para Dara se le hacía un poco difícil recordar lo del recorrido pero al momento de revisar el producto editorial le llamó mucho la cultura Tshachila y a la chola cuencana en cambio para Nicole le llamó la atención la cultura de la región costanera, la región de la sierra y los personajes como el diablo huma y la mama negra.





● 7. PROMOCIÓN ●

Se procedió a promocionar el producto para realizar una invitación al museo y sobre todo a preguntarles que les parece la iniciativa de crear este producto editorial.

Para lo que respondieron era que les gustaba mucho la interactividad y el ir completando el recorrido con los stickers.





• 8. CONCLUSIONES •

El objetivo del producto editorial es Aportar al mejoramiento de la visita y los recorridos de los niños en el Museo Pumapungo, mediante el diseño de un producto editorial interactivo, que facilite el aprendizaje y mejore la experiencia vivida.

La interactividad del producto se basa en stickers debido a que ayudan a los niños y niñas a descubrir su entorno,

En la validación pude comprobar que el producto editorial puede llevar un mensaje de enseñanza y valorización cultural para los niños y niñas que visitan el museo pumapungo especialmente en la sala etnográfica que se puede considerar como un valor agregado del museo para el aporte del aprendizaje.

De esta manera se llego a cumplir con los objetivos propuestos y los alcances planteados en este proyecto.

● 9. RECOMENDACIONES ●

Realizar bocetos y nunca acabar con una sola idea, ser innovadores y buscar procesos creativos, diferentes en cada idea ya que los materiales didácticos analógicos pueden ser la clave para los museos que buscan adaptarse a las nuevas formas de comunicación y transmisión de contenidos por lo que resultan atractivos para los niños siendo productos innovadores para ayudar al desarrollo y educación de los mas pequeños.



9. BIBLIOGRAFÍA

1. https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/11469/57000_3.pdf?sequence=1
2. https://www.researchgate.net/publication/275887241_El_estado_del_diseno_emocional
3. https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/18804/TE-SIS_MARTINEZ_RODRIGUEZ_RAQUEL.pdf?sequence=1
4. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/7807/1/TFM-G%20330.pdf>
5. <https://evemuseografia.com/2014/06/10/museos-curiosidad-y-motivacion/>
6. <http://ocs.editorial.upv.es/index.php/ILUSTRAFIC/ILUSTRAFIC2015/paper/viewFile/377/1179>
7. <https://espaciosludicosenlaeducacionfisica.wordpress.com/definicion-de-ludica/>
8. http://www.bibliotecas-cra.cl/sites/default/files/publicaciones/leamos_juntos_ok.pdf
9. http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf
10. http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/ecimed/reglas_diseno.pdf
11. <https://laprestampa.wordpress.com/2015/11/02/la-jerarquia-en-el-diseno/>
12. <http://www.serbi.ula.ve/serbiula/librose/pva/Libros%20de%20PVA%20para%20libro%20digital/colorarmonias.pdf>
13. <https://visualgrafica.files.wordpress.com/2012/03/modulo-composicion-2014.pdf>
14. http://wiki.ead.pucv.cl/Dise%C3%B1o_Emocional:_Metodolog%C3%ADas_y_herramientas_para_cuantificar_emociones
15. <https://evemuseografia.com/2017/05/24/museo-el-objeto-y-diseno-de-emociones/>

10. ANEXOS

ABSTRACT

Title: Editorial product design to improve the children's learning in their technical visit to the Pumapungo Museum

Museums are communication media, education and transmission of culture. As every day they have to adapt to the new ways of communication and transmission of contents to their validity. However, nowadays, the visit to the museums has not been considered an entertaining activity or a valid option at the moment of deciding what to do with children. This project looks for improving the children's experience when visiting the Pumapungo Museum, through an interactive editorial product design that facilitates the learning through an entertaining and didactic approach.

Key words: Museum, communication, transmitter, education, entertaining, learning experience.

Jorge Quichimbo
Student

Juan Lazo
Director

Translated by



