



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

TEMA:

DISEÑO DE UNA GUÍA DE IMPRESIÓN Y TERMINADOS GRÁFICOS EN REALIDAD
AUMENTADA PARA EMPRENDEDORES, DISEÑADORES, ESTUDIANTES Y
DOCENTES "EL ARTESANO"

AUTORES:

Jonathan Xavier Calle Maura
Juan José Vásquez Bravo

TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Tecnólogo en Diseño Gráfico y Multimedia

Cuenca – Ecuador

2020

Declaración de autoría y sesión de derechos

Nosotros, Jonathan Xavier Calle Maura y Juan José Vásconez Bravo, estudiantes del Instituto de Tecnologías Sudamericano de la ciudad de Cuenca, Ecuador, que cursaron la especialidad de Diseño Gráfico y Multimedia, declaramos en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre “Diseño de una guía de impresión y terminados gráficos en realidad aumentada para emprendedores, diseñadores, estudiantes y docentes” de la ciudad de Cuenca”, así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de los comparecientes, quienes han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas en internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumimos la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirnos a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

Jonathan Xavier Calle Maura

CI: 0104989769

Atentamente,

Juan José Vásconez Bravo

CI: 0105163224

AGRADECIMIENTO

Nuestro total agradecimiento en especial a Dios, ya que es Él, el autor indiscutible de este proyecto brindándonos sabiduría y la fuerza necesaria para no desmayar ante las circunstancias de la vida. A nuestras familias por ser el eje fundamental en nuestra formación personal y académica, y ser la inspiración para llegar a estas instancias.

Esta tesis le pertenece a Dios.

DEDICATORIA

Xavier Calle Maura

Esta titulación la dedico primeramente a Dios, porque a pesar de las circunstancias difíciles por las que he atravesado siempre ha enviado su ayuda mediante personas correctas en el momento justo; también a mi esposa y a mi madre por sus consejos y su apoyo incondicional, porque siempre han confiado en mi persona y son pilar fundamental en mi vida diaria.

Salmos 16:6-8 “Las cuerdas me cayeron en lugares deleitosos, y es hermosa la heredad que me ha tocado. Bendeciré a Jehová que me aconseja; aun en las noches le enseña a mi conciencia. A Jehová he puesto siempre delante de mí; porque está a mi diestra, no seré conmovido.

Juan José Vásquez

Este proyecto de titulación va dedicado a mi madre Liliana Bravo, porque ella ha sido ejemplo de superación y de siempre mirar hacia adelante; que todo es posible cuando ponemos los ojos en nuestra meta y sobre todo si estamos con Dios; sus consejos han sido de mucha importancia en toda mi vida, y gracias a ella puedo decir que soy una persona luchadora y que no se deja vencer por los problemas de la vida.

Contenido

Declaración de autoría y sesión de derechos.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
Resumen.....	1
Abstract	2
CAPITULO 1	3
MEMORIA TÉCNICA	3
1.1 Tema.....	3
1. 2 Antecedentes	3
1.3 Problema	4
1.4 Justificación.....	5
1.5 Objetivos	6
Elaborar – Diseñar una Guía De Impresión Y Terminados Gráficos En Realidad Aumentada Para Emprendedores, Diseñadores, Estudiantes Y Docentes “El Artesano”, bajo criterios de Diseño Gráfico y tendencias actuales como la Realidad Aumentada, y así lograr una mejor difusión de los servicios que ofrecen las imprentas.....	6
1.6 Marco Teórico.....	7
1.6.1 Diseño Gráfico.	7
1.6.2 Elementos del diseño.....	7
1.6.3 Tipografía.....	9

1.6.4 Logotipos e iconos	9
1.6.5 Legibilidad	10
1.6.6 Leibilidad	10
1.6.7 Psicología del color en el Diseño Gráfico	11
1.6.8 Adobe ilustrador	11
1.6.9 Adobe Photoshop	12
1.6.18 Retícula	12
1.6.25 Flat design	12
1.6.31 La Fotografía	13
1.6.32 Planos	13
1.6.33 Ángulos Fotográficos	15
1.6.34 Cromática	17
1.6.35 Realidad Aumentada	18
1.7 Metodología de Trabajo	19
1.7.1 Técnicas de Investigación	19
1.8 Método de desarrollo.....	19
1.8.1 Obtención y análisis de información.....	20
1.9 Análisis de homólogos.....	20
CAPITULO 2.....	24
Planos	24

2.1 Plano general	24
2.1.1 Manual de Marca.....	24
2.2 Plano de conjunto.....	25
2.2.1 Desarrollo del Manual de Marca.....	25
2.3 Elementos gráficos	31
CAPITULO 3.....	34
Pliego de condiciones.....	34
3.1 Pliego de condiciones organizativas	34
3.1.1 Cronograma de actividades	34
3.1.2 Plan de trabajo.....	34
3.2 Pliego de condiciones económicas.....	36
3.3 Pliego de Condiciones técnicas	37
CAPITULO 4.....	37
Presupuesto	37
5. Conclusiones	38
6. Recomendaciones.....	39
7. Bibliografía	40
8. Anexos.....	42

Ilustraciones.

Ilustración 1: Idea Impresión.	21
Ilustración 2: Actualidad en la producción de artes gráficas.	22
Ilustración 3 : Impresión y acabados.....	23
Ilustración 4 : Manual de Marca.	24
Ilustración 5 : Desarrollo Manual de Marca.	25
Ilustración 6 : Cromática CMYK.....	26
Ilustración 7 : Cromática RGB.....	27
Ilustración 8 : Cromática Alterna.	27
Ilustración 9 : Cromática Escala de Grises.	28
Ilustración 10 : Cromática Positivo y Negativo.	28
Ilustración 11 : Cromática Positivo y Negativo.	29
Ilustración 12 : Máximo de Reducción.	30
Ilustración 13 : Tipografía.....	31
Ilustración 14 : Elemento de composición gráfica.	31
Ilustración 15 : Elementos.....	32
Ilustración 16 : Análisis Morfológico.	32
Ilustración 17 : Arte 2.	33
Ilustración 18 : Elemento Gráfico de la Guía.....	33
Ilustración 19: Cronograma de Actividades.....	35
Ilustración 20: pliego de condiciones económicas.....	36
Ilustración 21: presupuesto	37

Resumen

El presente proyecto tiene como finalidad, dar a conocer el procedimiento o los procesos de impresión y acabados finales dentro de la industria de la imprenta.

Mediante el DISEÑO DE UNA GUÍA DE IMPRESIÓN Y TERMINADOS GRÁFICOS, que permitirá reforzar todo el proceso antes mencionado y con la ayuda de la herramienta Realidad Aumentada aplicada a nuestra guía, se enseñará de una manera diferente y mucho más concisa a nuestro público objetivo.

El primer paso para el desarrollo de nuestra Guía de Impresión es la recolección de información, acerca de; los procesos de impresión y acabados finales que fue proporcionada por los dueños de las diferentes imprentas en Cuenca, además de información sobre el proceso de Realidad Aumentada.

El siguiente paso es el análisis de homólogos, puesto que esto nos ayuda a tener una visión más clara de lo que queremos proyectar.

Después de tener una idea clara, comenzamos el desarrollo de la marca para nuestra guía en este caso se llama “EL ARTESANO”.

Una vez aprobado el boceto que mejor se adapta, se procedió con la información recopilada a la diagramación y el desarrollo de la línea gráfica para la guía de impresión en el programa adobe ilustrador.

Esto dio como resultado una DISEÑO DE UNA GUÍA DE IMPRESIÓN Y TERMINADOS GRÁFICOS EN REALIDAD AUMENTADA PARA EMPRENEDORES, DISEÑADORES, ESTUDIANTES Y DOCENTES “EL ARTESANO” y una composición grafica muy sobria.

Abstract

The purpose of this project is to publicize the procedure or processes for printing and final finishes within the printing industry.

Through the DESIGN OF A PRINTING GUIDE AND GRAPHIC FINISHES, which will reinforce the entire process mentioned above and with the help of the Augmented Reality tool applied to our guide, it will be taught in a different and much more concise way to our target audience.

The first step in the development of our Printing Guide is the collection of information about; the printing processes and final finishes that were provided by the owners of the different printers in Cuenca, as well as information about the Augmented Reality process.

The next step is the analysis of counterparts, since this helps us to have a clearer vision of what we want to project.

After having a clear idea, we begin the development of the brand for our guide in this case is called "EL ARTESANO".

Once the sketch that best fits was approved, the information gathered in the layout and development of the graphic line for the printing guide in the Adobe Illustrator program was carried out.

This resulted in a DESIGN OF A PRINTING GUIDE AND GRAPHIC FINISHES IN INCREASED REALITY FOR ENTREPRENEURS, DESIGNERS, STUDENTS AND TEACHERS "EL ARTESANO" and a very sober graphic composition.

CAPITULO 1

MEMORIA TÉCNICA

1.1 Tema

Diseño de una guía de impresión y terminados gráficos en realidad aumentada para emprendedores, diseñadores, estudiantes y docentes "EL ARTESANO"

1.2 Antecedentes

En lo que respecta a las industrias gráficas, dentro de la ciudad de Cuenca hay mucha variedad lo que nos permite tener varias alternativas para escoger el momento de terminar un trabajo de imprenta.

Estas características hacen que las personas interesadas sean cada vez más exigentes en cuanto al producto que reciben, tanto así que es el cliente quien da los parámetros para obtener indicadores de calidad y servicio.

Viendo tal necesidad de la mayoría Diseñadores Gráficos y nuevos emprendedores, junto con la ayuda de la aplicación de la denominada realidad aumentada, tendrán conocimiento de cuales empresas, se encuentran dentro de las artes gráficas y puedan brindar los determinados servicios que requieran los antes nombrados.

La herramienta de Realidad Aumentada (RA) busca potenciar el aprendizaje, ya que permite estudiar de forma interactiva al combinar elementos físicos con elementos virtuales mediante animaciones en las diferentes plataformas.

Lo que hace la realidad aumentada es agregar elementos virtuales a una realidad existente, en lugar de crear esa realidad desde cero.

1.3 Problema

Con el pasar del tiempo la ciudad de Cuenca ha obtenido un alto crecimiento a nivel de nuevas industrias gráficas, pero el problema surge ya que muchas personas que se desenvuelven dentro del área del Diseño Gráfico no tienen conocimiento del procedimiento o procesos de impresión.

Por lo tanto, surge la necesidad de crear una guía, en este caso, para la mayoría, estudiantes y nuevos emprendedores que, junto con la herramienta denominada realidad aumentada, puedan encontrar toda la información necesaria para el proceso de impresión y acabados en la imprenta.

1.4 Justificación

Con la elaboración de la guía de impresión y terminados gráficos, se pretende dar a conocer el procedimiento o los procesos de impresión dentro de la una imprenta.

Esto se logrará a través de los conceptos de Diseño Gráfico, multimedia, realidad aumentada y criterios del alumno.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Elaborar – Diseñar una guía de impresión y terminados gráficos en realidad aumentada para emprendedores, diseñadores, estudiantes y docentes “EL ARTESANO”, bajo criterios de Diseño Gráfico y tendencias actuales como la Realidad Aumentada, y así lograr una mejor difusión de los servicios que ofrecen las imprentas.

1.5.2 Objetivos específicos

- Recolectar información, organizar y establecer una estructura adecuada para el proceso de impresión y terminados gráficos.
- Desarrollar la búsqueda de Homólogos que servirán como referencia para la elaboración de la guía.
- Definir la línea gráfica para el diseño y elaboración de la guía de impresión y terminados gráficos.
- Aplicar la realidad aumentada a la guía de impresión y terminados gráficos.
- Presupuestar el costo de producción de la guía de impresión.

1.6 Marco Teórico

1.6.1 Diseño Gráfico.

“El diseño gráfico es el proceso creativo que combina el arte y la tecnología para comunicar ideas. El diseñador trabaja con una variedad de herramientas de comunicación para transmitir un mensaje de un cliente a un público en particular. Las herramientas principales son la imagen y la tipografía. El diseño gráfico informa, persuade, organiza, estimula, localiza, identifica, atrae la atención y proporciona placer.” (Rodríguez, 2014)

Por consiguiente, el diseño gráfico es una forma de comunicación que utiliza diferentes herramientas para lograr persuadir al receptor. Con el paso del tiempo apareció diferentes programas que están dirigidos al diseño, pero siempre el concepto será el mismo, la comunicación.

1.6.2 Elementos del diseño

Hay que tener en cuenta que todos estos elementos pueden trabajar conjuntamente, así como individualmente, depende como se les relacione para una mejor interpretación en el diseño. Así como nos plantea el diseñador Wucius Wong en su libro fundamentos del diseño.

“Los elementos formarán la base de todas las discusiones. Los elementos están muy relacionados entre sí y no puede ser fácilmente separados en nuestra experiencia visual general.” (Wong, 1991)

1.6.2.1 Punto

“Un punto indica posición. No tiene largo ni ancho. No ocupa una zona del espacio. Es el principio y el fin de una línea, y es donde dos líneas se encuentran o se cruzan.” (Wong, Fundamentos del diseño, 1991)

1.6.2.2 La línea

“Cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en una línea. La línea tiene largo, pero no ancho. Tiene posición y dirección. Está limitada por puntos. Forma los bordes de un plano.” (Wong, Fundamentos del diseño, 1991)

1.6.2.3 Forma

“Todo lo que puede ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción.” (Wong, Fundamentos del diseño, 1991)

1.6.2.4 Textura

“Se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rigurosa y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista.” (Wong, Fundamentos del diseño, 1991)

En conclusión, podemos decir que los elementos del diseño conforman cada una de nuestras propuestas, ya que están estructuradas por formas y texturas, las cuales tienen una función específica.

1.6.3 Tipografía

“Se denomina tipografía al estudio, diseño y clasificación de los tipos (letras) y las fuentes (familia de letras con características comunes), así como el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. Se entiende por tipometría el conjunto de técnicas destinadas al tratamiento tipográfico y a la medición de textos.” (Campos, 2005)

Podemos agregar que la tipografía nos sirve para comunicar, pero depende del emisor la forma de como esté construida el mensaje, dándole un diseño agradable y llamativo al mensaje.

1.6.4 Logotipos e iconos

“Los iconos y los logotipos son formas condensadas de información. Son identificadores, símbolos y una representación abstracta de una idea o de una identidad. Lo reconocemos como la representación de una empresa o de algún concepto.

Los logotipos se basan en el tratamiento tipográfico de algún nombre o de alguna palabra. A menudo se complementa con símbolos. Para hacerlos hay que tener una idea clara de la empresa o del mensaje que se quiere transmitir, teniendo en cuenta la audiencia a la que van dirigidos.

Los iconos son importantes en multimedia, pues deben transmitir bien la idea del contenido, la función y por supuesto, ser fácilmente memorizable.” (Campos, 2005)

Como se ha dicho estos logotipos e iconos son formas que transmiten una idea la cual debe ser reconocida rápidamente en la mente de las personas, y puedan relacionar con el producto y/o servicio que ofrecen. Para crear un icono o logotipo debemos tener en cuenta todos los aspectos

que identifican a un producto, empresa o servicio puesto que esta se va a transmitir en una forma rápida.

1.6.5 Legibilidad

“Es el término empleado en el diseño tipográfico para definir una cualidad deseable de los tipos de imprenta, los membretes, las páginas de los libros, los carteles, las señales de tráfico, y cualquier tipo de palabra. Si decimos de algo que es legible, queremos decir que, en nuestra opinión, o según nuestra experiencia, la gente a cuya lectura va destinado puede hacerlo en las condiciones en que, a nuestro parecer lo vera.” (McLean, 1993)

1.6.6 Leibilidad

“Leibilidad se refiere a la capacidad de comprender una composición con el mínimo de cansancio. En otras palabras, permite captar el mensaje que lleva una composición con mayor esfuerzo, siempre y cuando el texto esté bien diseñado.” (McLean, 1993)

Dicho de otra manera, la legibilidad y la leibilidad van íntimamente relacionadas dado que sirve para la comprensión y visualización de un texto a través de una buena composición y un buen manejo en el diseño tipográfico, siempre teniendo en cuenta el tamaño o la forma de la tipografía para que el lector identifique el mensaje.

1.6.7 Psicología del color en el Diseño Gráfico

“El color es un elemento básico a la hora de elaborar un mensaje visual. Muchas veces, el color no es un simple atributo que recubre la forma de las cosas en busca de la fidelidad reproducida. El color puede llegar a ser la traducción visual de nuestros sentidos, o desertar esto mediante la gama de colores utilizados. Podremos dar sensación de frío, apetecible, de rugoso de limpio.” (Ricupero, 2007)

Vale recalcar que la psicología del color, es la forma de como percibimos las sensaciones que nos produce un determinado color, y por consiguiente tener diferentes estados de ánimo.

1.6.8 Adobe ilustrador

“Ilustrador es el programa de Adobe de dibujo vectorial que lleva más de 25 años de existencia, siendo un claro referente dentro de la industria del diseño. Es una aplicación informática dedicada al dibujo vectorial y al diseño de elementos gráficos casi para cualquier tipo de soporte y dispositivo, pudiendo ser usado tanto en diseño editorial, dibujo profesional, maquetación web, gráficos para móviles, interfaces web, o diseños cinematográficos.” (Carretero, 2014)

Hay que tener en cuenta que el programa, Adobe Ilustrador es uno de los principales programas utilizados para este proyecto, dado que nos permite crear diferentes elementos que serán guardados en formato .png y trasladados al programa adobe muse.

1.6.9 Adobe Photoshop

“El programa Photoshop, es una aplicación especializada en la edición de gráficos, (imágenes), perteneciente a la gama de programas de la empresa Adobe Systems. Es uno de los editores de imágenes más difundidos actualmente gracias a su versatilidad, facilidad de uso y gran variedad de herramientas con las que cuenta para realizar las ediciones.” (Para qué sirven, 2014).

Este programa nos ayuda a mejorar imágenes, fotografías y darle un aspecto más atractivo, para llamar la atención del público en general, o cliente en particular.

1.6.18 Retícula

“Su objetivo es marcar un orden a los elementos que vamos a utilizar. Nos brinda la posibilidad de tener soluciones a los problemas visuales y organizativos que se nos plantea. Nos ayuda a presentar el texto, las imágenes, misceláneas etc. de una manera ordenada, diferenciada, con precisión y facilidad en la comprensión de las páginas.” (Galvan, 2013).

En otras palabras, son guías que ayudan a encontrar una mejor solución a la distribución del contenido puesto que muchas veces tenemos demasiada información y se nos hace muy difícil su organización.

1.6.25 Flat design

Este concepto está muy relacionado con el minimalismo y la sencillez a la hora de diseñar. Se procura prescindir de elementos como biseles, brillos, degradados, texturas, sombras, etc. (Fantón, 2015)

En otras palabras, es una tendencia de diseño web que es el más utilizado hoy en día, y que transmite un mensaje directo, sin utilizar relieves, adornos o degradados para la composición de la página.

1.6.31 La Fotografía

La fotografía nos puede mostrar una pequeña parte de la vida detenida en el tiempo en una imagen, la cual puede transmitir diferentes interpretaciones igual que sentimientos, y nos puede contar parte de una historia.

Entendemos por fotografía al acto mediante el cual una persona, a través del uso de una cámara fotográfica preparada para reflejar la realidad que se observa a partir del uso de lentes y del trabajo con la luz, retrata un instante o momento particular de la vida. (Bembibre, 2015).

1.6.32 Planos

“Cuando encuadramos mirando a través de nuestro visor o de la pantalla de nuestra cámara, estamos decidiendo qué tipo de plano vamos a disparar. Tanto la posición de la cámara como la escala del elemento protagonista determinarán el encuadre final de nuestra foto, es decir, el tipo de plano.” (León, 2016)

1.6.32.1 Plano Panorámico

“Este tipo de plano es el más abierto de todos, y comprende una gran cantidad de paisaje. Suele hacerse con objetivos gran angular u ojo de pez, ya que abarcan un mayor ángulo de visión.” (León, 2016)

1.6.32.2 Plano General

“Este tipo de plano muestra también una gran cantidad de paisaje, pero no de una manera tan lejana. Suele tener también algo que protagoniza el plano, un punto de interés.” (León, 2016)

1.6.32.3 Plano Americano

“A partir de esta escala, estos tipos de plano ya están pensados más bien para fotografía de retrato. El plano americano viene heredado de la cinematografía americana, concretamente de los westerns. Muestra 3/4 de la persona, cortando justo por debajo de las caderas, a medio muslo.” (León, 2016)

1.6.32.4 Plano Medio

“Este tipo de plano encuadra al protagonista a la altura de la cintura. Aquí el tema del corte de brazos será mucho más delicado, ya que, si el protagonista tiene los brazos estirados, las manos se saldrán del encuadre.” (León, 2016)

1.6.32.5 Primer plano

“Este tipo de plano encuadra al protagonista por encima del pecho y debajo de los hombros, focalizándonos en su rostro. De la misma manera que antes, procura cortar los brazos a la altura del bíceps, para no cortarlos a la altura del codo.” (León, 2016)

1.6.32.6 Primerísimo Plano

“Este tipo de plano es más cercano que el primer plano, focalizándose principalmente en la cara de nuestra persona retratada. Normalmente corta a mitad de frente y a mitad de barbilla si hacemos la foto en horizontal, o a mitad de cuello y a mitad de cabeza si la hacemos en vertical.” (León, 2016)

1.6.32.7 Plano Detalle

“Este tipo de plano se centra en alguna parte concreta de nuestra persona o elemento protagonista, en algún detalle de éste, para resaltarlo. Si, además, usamos profundidades de campo pequeñas, este detalle se enfatizará todavía más.” (León, 2016)

Para finalizar los planos fotográficos son puntos de vista que se toma con la cámara fotográfica dependiendo la cercanía o lejanía del objeto, para así lograr resaltar lo que desea de una imagen.

1.6.33 Ángulos Fotográficos

“El tomar una fotografía desde diferentes ángulos da una percepción completamente distinta de la imagen, tomando en cuenta que nuestra mirada se encuentra a una altura promedio de entre 1.50 y 1.70 m, si hacemos fotografías a esa altura generamos fotografías comunes, formales y descriptivas, pero, si nos agachamos, o nos subimos a alguna sillas alterando el punto de vista digamos “natural o normal” nos ayuda a obtener diferentes enfoques y nos permite captar con mayor facilidad la atención del que observe nuestra fotografía.” (Chandler, 2015)

1.6.33.1 Nivel o plano normal

“La cámara se coloca a la altura de los ojos y mira en dirección paralela al suelo, lo que resulta una posición más natural al momento de hacer una fotografía, especialmente si lo combinamos con distancias focales medias. Proporciona una sensación de estabilidad y tranquilidad, ya que es la posición en la que todos observamos el mundo.” (Chandler, 2015)

1.6.33.2 Picado

“En este caso el punto de vista del fotógrafo se sitúa por encima del sujeto a fotografiar, apuntando hacia el suelo (de arriba hacia abajo). Este ángulo se usa para restar importancia al sujeto principal, mostrándolo inferior y transmitiendo una sensación de debilidad o humillación. Muy usado en fotografía para mostrar la vulnerabilidad del sujeto.” (Chandler, 2015)

1.6.33.3 Contrapicado

“Como te lo podrás imaginar, este es el opuesto al anterior, colocamos la cámara de modo que tengamos un punto de vista ligeramente bajo y apuntando hacia arriba. Con la perspectiva que se genera, el objeto principal se agranda visualmente, dándole mayor importancia y una posición dominante, de poder y fuerza.” (Chandler, 2015)

1.6.33.4 Cenital / Picado Extremo

“Este plano también se le conoce como “Picado Extremo” pues la cámara apunta directamente hacia el suelo (90° desde arriba hacia abajo). Este plano produce una imagen sin perspectiva al ser creadas con un ángulo forzado, aun así, aunque no sea un plano usualmente utilizado, puede ser un recurso creativo muy interesante bajo ciertas condiciones y dotando a la fotografía un punto de vista muy particular de lo que se está observando.” (Chandler, 2015)

1.6.33.5 Nadir/ Contrapicado Extremo

“Este es plano contrario al anterior, ya que en este caso la cámara apunta directamente hacia el cielo, por lo que lo podemos considerar un contrapicado “radical o extremo” (la cámara se sitúa prácticamente perpendicular al objeto fotografiado). Al igual que el anterior, no es un plano muy utilizado, su uso se reserva casi exclusivamente para fotografía de edificios altos, los cuales por sus mismas geometrías añaden gran profundidad a la escena.” (Chandler, 2015)

1.6.33.6 Plano o ángulo holandés

“En este la importancia no está tanto en el ángulo de la cámara (puede ser normal, picado o contrapicado), lo importante es la inclinación de la cámara hacia un lado o el otro, dando lugar a una sensación de inestabilidad en la imagen. Si tienes líneas inclinadas en el fondo de la imagen el usar una de esas líneas cruzando exactamente en alguna de las esquinas del cuadro de la foto le da mayor equilibrio visual a la fotografía ya que tu recorrido visual normalmente empezará en alguna de las esquinas.” (Chandler, 2015)

1.6.34 Cromática

La importancia de color es un factor clave a la hora de diseñar ya que estos transmiten diferentes tipos de sensaciones, que al ser bien utilizadas se logra el mensaje deseado, esto es lo que señala Bermúdez en su libro:

“Cada color posee unas cualidades que afectan directamente al cerebro a través de estímulos nerviosos. Un color puede producir sensaciones de calor o frío, puede crispar o relajar, concentrarse o expandirse, llamar la atención o pasar desapercibido.” (Pérez-Bermúdez, 2000)

1.6.35 Realidad Aumentada

Aún existen en la actualidad limitaciones a la hora de enseñar conceptos que requieren la manipulación o visualización de objetos que no están al alcance de todos, bien por su naturaleza abstracta, científica o espacial, esto es lo que señala (Miglino & Walker, Roblyer) en su libro.:

“La realidad aumentada y los dispositivos móviles son herramientas disponibles hoy en día que permiten solventar estas carencias y ofrecen la posibilidad de interactuar con objetos virtuales en un espacio tridimensional. Para que estas tecnologías formen parte activa en el ámbito educativo es necesario proporcionar herramientas de autor que faciliten la creación de contenidos aumentados autónomos, que expliquen por sí mismos los conceptos que van a ser mostrados, que permitan añadir de una forma sencilla y transparente nuevos recursos virtuales y que puedan ser reutilizados.” (Miglino & Walker, 2010; Roblyer et al., 2006) “aprendiendo a aprender con la tecnología”

1.7 Metodología de Trabajo

1.7.1 Técnicas de Investigación

1.7.1.1 Entrevista

Se acudió al centro pre universitario ACADEM, y se organizó una reunión con los propietarios del mismo, la Lic. Ana Tigre y la Lic. Jessica Peralta, con el fin de obtener toda la información necesaria, a través de preguntas previamente estructuradas, y así tener una visión más clara de lo que quieren comunicar en la página web y en la red social Facebook.

1.7.1.2 Observación de campo

Consistirá en observar el entorno y tomar toda la información necesaria para el análisis, puesto que los objetivos planteados se tienen claro. Así mismo se realizará toma de fotos y videos de diferentes imprentas dentro de la ciudad de Cuenca como recopilación de información.

1.7.1.3 Resultados esperados

- Determinar las necesidades que se requiere.
- Justificar mediante teorías la necesidad.
- Conseguir un proyecto con criterios del estudiante, basándose en los conceptos del diseño gráfico y multimedia

1.8 Método de desarrollo

1.8.1 Obtención y análisis de información.

El primer paso será la recopilación de información, la cual será proporcionada por los diferentes dueños de un selecto número de imprentas de la ciudad y además consultas en libros y sitios web, para su análisis respectivo y la distribución del contenido en este proyecto.

1.9 Análisis de homólogos.

El diagnóstico de los homólogos está basado en dos características: Forma y función.

El análisis de productos estéticos y formales, son base para desarrollar la propuesta presentada.

1.9.1 Idea Impresión.

A través de este análisis se pudo observar que se trata de una página web en donde se autodenominan, especialista en impresión Offset, al explorar el sitio web se ha encontrado un homologo indirecto bajo el concepto de función de forma, además maneja una estética mediante iconos con información clara y concisa. La página web tiene información muy útil en especificaciones para los trabajos de impresión.

Forma: No es referente al manual, son productos distintos, pagina web.

Función: De manera indirecta cumple con el objetivo de informar, comunicar y guiar temas de imprenta.

The image shows a screenshot of the Idea Impresión website. At the top, the logo 'ideaimpresion' is visible in pink and white. To the right, there are links for 'NUESTRA IMPRENTA', 'POLÍTICA DE PRECIOS', and 'FAQS'. Below the logo, a navigation menu includes 'portada', 'nuestras ofertas', 'idea servicios', 'tutoriales', 'garantías', and 'contacto'. The main content area features a dark background with a keyboard and papers. The headline reads 'FLYERS ESTÁNDAR' and '2.500 UNIDADES'. A large pink price tag shows '67€'. Below this, it specifies 'TAMAÑO 100x210 MM., IMPRESOS A 4+4 TINTAS EN PAPEL ESTUCADO O BRILLO O MATE DE 135 GRAMOS + ENVÍO GRATIS.' A row of seven small circles indicates the current slide. Below the main offer, a section titled 'Somos especialistas en Impresión OFFSET' states: 'Contamos con el equipamiento de última generación para ofrecer costes y garantías que nadie te entregará. Disponemos de la gama de productos y servicios mercado, entregada con la máxima rapidez y fiabilidad en todo el territorio nacional (gastos de envío GRATIS) [ver más](#).' Below this, there are two rows of icons representing different printing services: Tarjetas de visita, Flyer, Dúpticos, Trípticos, Papelería, Sobres, Adhesivos, Marca páginas, Postales, Calendarios, Carteles, Catálogos, Revistas, and Libros.

Ilustración 1: Idea Impresión.

(fuente propia)

1.9.2 Actualidad en la producción de artes gráficas.

A través de este análisis se pudo observar la diversidad de procesos y maquinarias que son pilares fundamentales para producir obras editoriales, deben ser conocidas por el diseño, de esta manera demostrar que las artes gráficas se encuentran en constante innovación, lo contrario que se piensa para aquellas personas no muy adentradas en esta área.

Forma: Producto impreso de 19 x 22,5 de 224 páginas.

Función: Informa y comunica temas de producción basado en el contexto de la industria gráfica.



Ilustración 2: Actualidad en la producción de artes gráficas.

(fuente propia)

1.9.3 Impresión y acabados.

A través de este análisis se pudo observar el desarrollo de un manual entendible, realmente necesario, que brinda gran cantidad de ventajas para todas las personas que se encuentran adentradas en el Diseño, y más aún en el llamado mundo impreso.

Forma: Producto impreso de 16 x 23 de 176 páginas.

Función: Producción impresa, basado en ejemplos gráficos, fotos y textos.

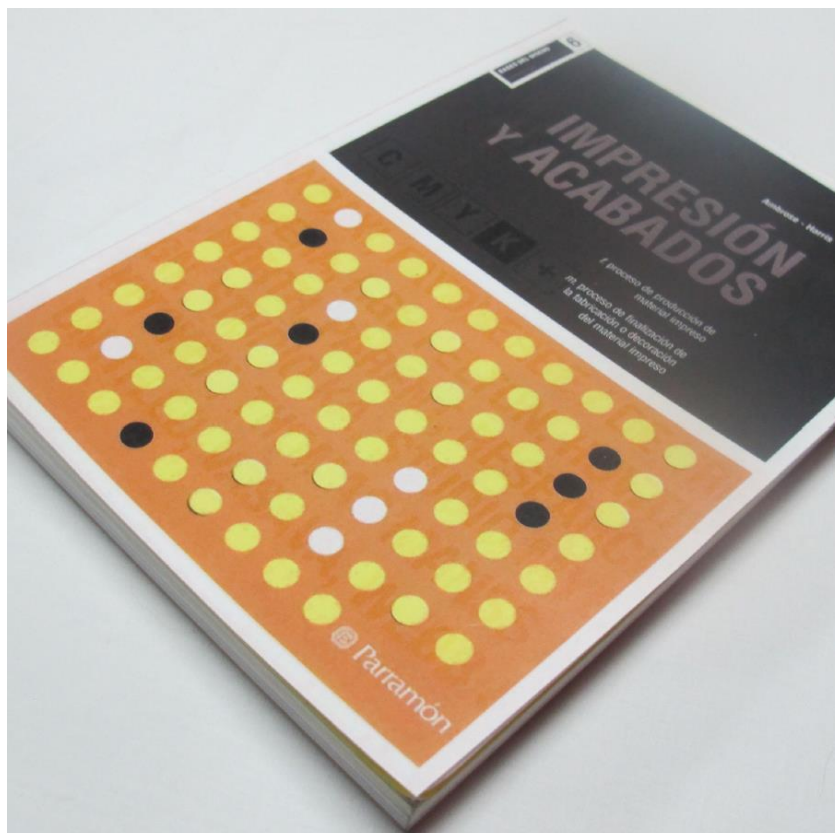


Ilustración 3 : Impresión y acabados.

(fuente propia)

CAPITULO 2

Planos

2.1 Plano general

2.1.1 Manual de Marca.

Para el desarrollo del diseño de la guía de impresión y terminados gráficos en realidad aumentada, se ha realizado el respectivo manual de marca que es el documento o guía que recoge el concepto de marca, las normas de diseño y la redacción de documentos.

Para su creación se aplicaron distintos conceptos de Diseño Gráfico y Branding Corporativo los cuales permiten tener un buen manejo de nuestra marca.



Ilustración 4 : Manual de Marca.

(fuente propia)

2.2 Plano de conjunto

2.2.1 Desarrollo del Manual de Marca

2.2.1.1 Isologotipo

Está conformado por la unión del logotipo y el isotipo, este elemento nos permite el reconocimiento inmediato. La retícula utilizada nos muestra en una forma precisa la relación estructural que existe entre estos dos elementos que conforman el isologotipo.



Ilustración 5 : Desarrollo Manual de Marca.

(fuente propia)

2.2.1.2 Cromática

Se define como colores corporativos del centro preuniversitario y de nivelación los equivalentes en CMYK y en RGB, son los colores determinados por una organización que van a representarlos. Estos colores son los únicos permitidos por la empresa para ser utilizados soporte gráfico.

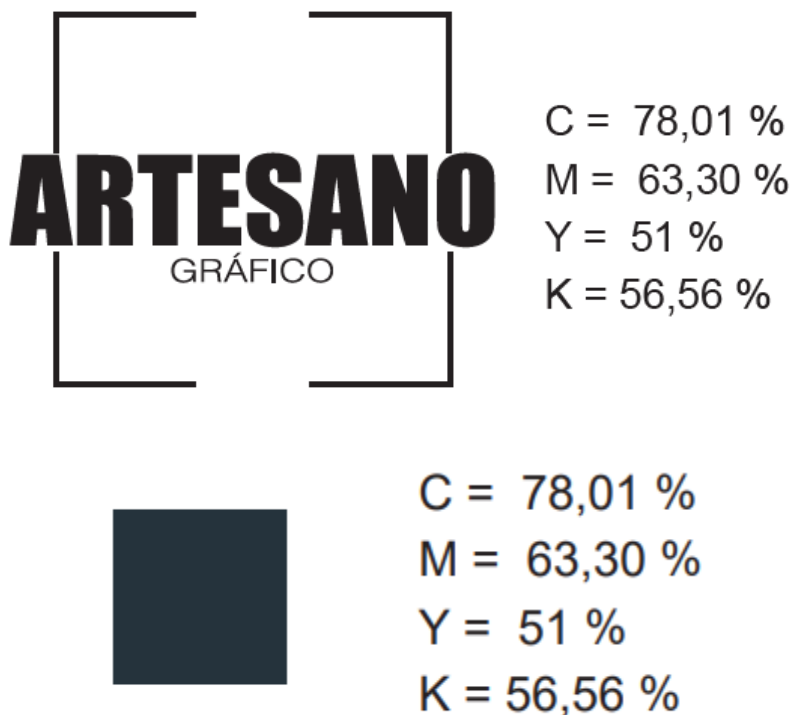


Ilustración 6 : Cromática CMYK.

(fuente propia)

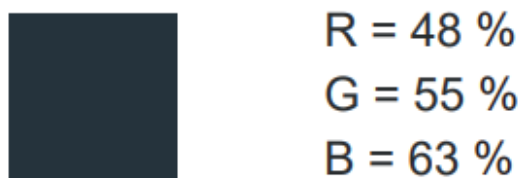


Ilustración 7 : Cromática RGB.

(fuente propia)



Ilustración 8 : Cromática Alternativa.

(fuente propia)



Ilustración 9 : Cromática Escala de Grises.

(fuente propia)



Ilustración 10 : Cromática Positivo y Negativo.

(fuente propia)



Ilustración 11 : Cromática Positivo y Negativo.

(fuente propia)

2.2.1.3 *Máximo de Reducción.*



Ilustración 12 : Máximo de Reducción.

(fuente propia)

2.2.1.4 *Tipografía.*

Se utilizó la tipografía Helvética Ligh regular para texto, y para títulos, Impac que son tipografías leíbles y legibles para el lector.

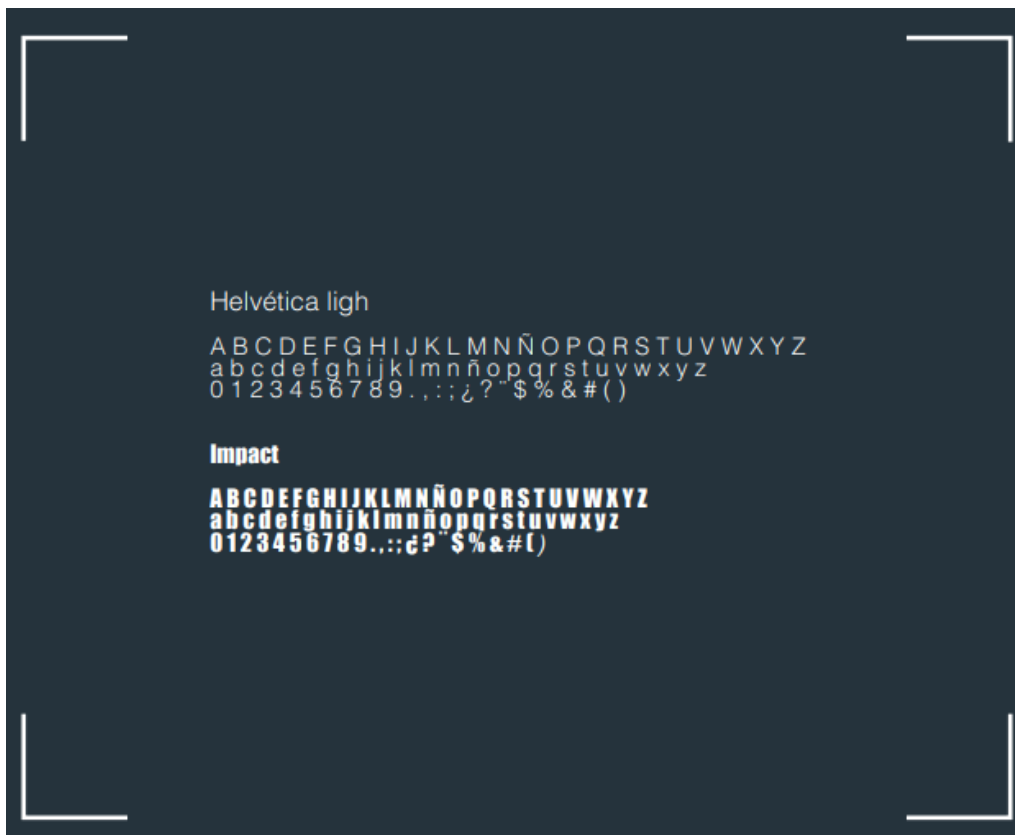


Ilustración 13 : Tipografía.

(fuente propia)

2.3 Elementos gráficos

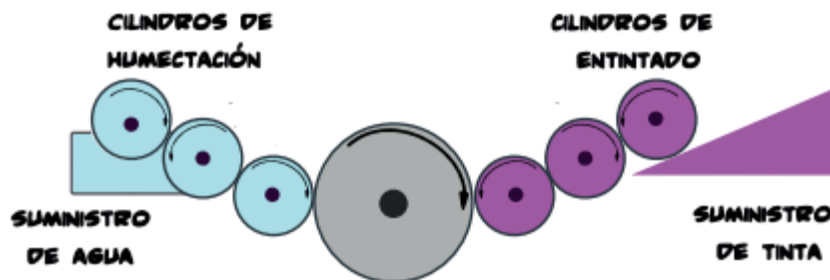


Ilustración 14 : Elemento de composición gráfica.

(fuente propia)

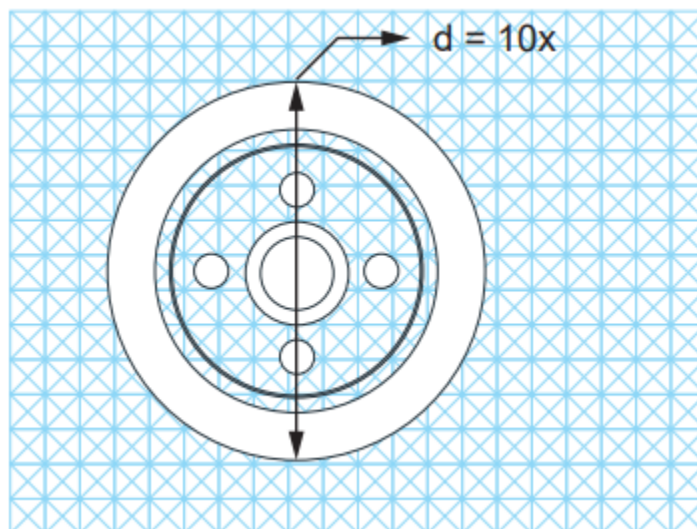


Ilustración 15 : Elementos.

(fuente propia)

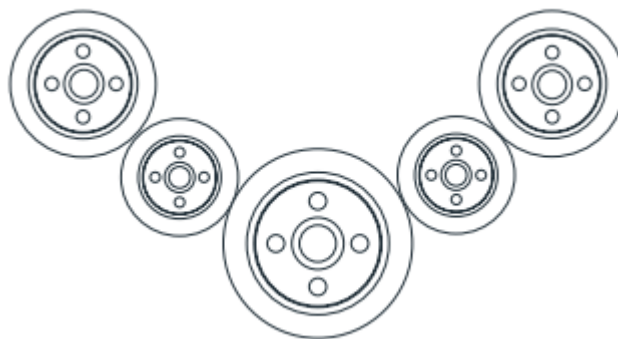


Ilustración 16 : Análisis Morfológico.

(fuente propia)

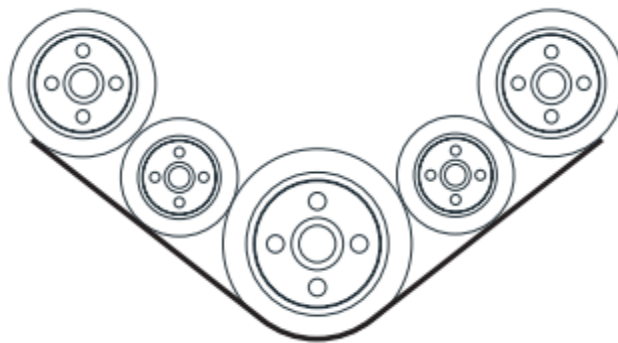


Ilustración 17 : Arte 2.

(fuente propia)

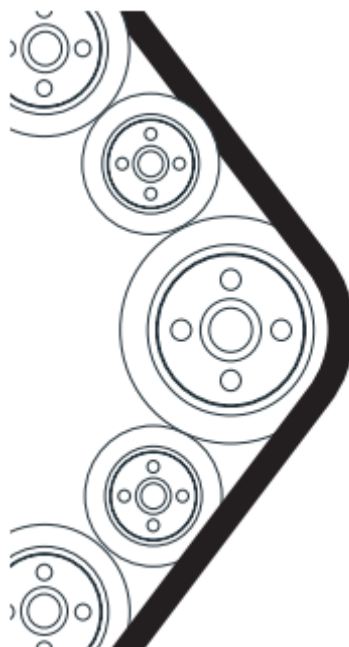


Ilustración 18 : Elemento Gráfico de la Guía.

(fuente propia)

CAPITULO 3

Pliego de condiciones

3.1 Pliego de condiciones organizativas

3.1.1 Cronograma de actividades

El proyecto técnico se desarrolló en un periodo de tres meses, comenzando el día 01 de octubre del 2019 y concluyendo con la entrega del proyecto el 28 de enero de 2020.

3.1.2 Plan de trabajo

Primera etapa: Consistió en la recopilación de información a través de reuniones con los dueños de imprentas, así logrando despejar cualquier inquietud.

Segunda etapa: Se procedió al análisis de homólogos y tener una idea más clara de lo que podemos ofrecer, así también con el proceso de investigación.

Tercera etapa: Con la aprobación de los bocetos, y por último se generó el documento final para su entrega en la fecha establecida.

INSTITUTO DE TECNOLOGIAS SUDAMERICANO																
CRONOGRAMA PARA EL DISEÑO DE UN MANUAL O GUIA DE IMPRESIÓN Y TERMINADOS GRAFICOS EN REALIDAD AUMENTADA																
ACTIVIDADES / ESTRATEGIAS	oct-19															
	semana 1				semana 2				semana 3				semana 4			
	1	M	J	V	1	M	J	V	1	M	J	V	1	M	J	V
RECOPIRAR INFORMACIÓN																
ANALISIS DE HOMOLOGOS																
ELABORAR BOCETOS																
DIGITALIZACION DE BOCETOS																
MAQUETACION Y FUNCIONALIDAD																
FOTOGRAFIA Y VIDEO																
GENERAR PRESUPUESTO																
DOCUMENTO ESCRITO																
ENTREGA DE PROYECTO TECNICO																

ACTIVIDADES / ESTRATEGIAS	nov-19																			
	semana 1				semana 2				semana 3				semana 4							
	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
RECOPILAR INFORMACIÓN																				
ANALISIS DE HOMOLOGOS																				
ELABORAR BOCETOS																				
DIGITALIZACION DE BOCETOS																				
MAQUETACION Y FUNCIONALIDAD																				
FOTOGRAFIA Y VIDEO																				
GENERAR PRESUPUESTO																				
DOCUMENTO ESCRITO																				
ENTREGA DE PROYECTO TECNICO																				

ACTIVIDADES / ESTRATEGIAS	dic-19																			
	semana 1				semana 2				semana 3				semana 4							
	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
RECOPILAR INFORMACIÓN																				
ANALISIS DE HOMOLOGOS																				
ELABORAR BOCETOS																				
DIGITALIZACION DE BOCETOS																				
MAQUETACION Y FUNCIONALIDAD																				
FOTOGRAFIA Y VIDEO																				
GENERAR PRESUPUESTO																				
DOCUMENTO ESCRITO																				
ENTREGA DE PROYECTO TECNICO																				

ACTIVIDADES / ESTRATEGIAS	ene-20																			
	semana 1				semana 2				semana 3				semana 4							
	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
RECOPILAR INFORMACIÓN																				
ANALISIS DE HOMOLOGOS																				
ELABORAR BOCETOS																				
DIGITALIZACION DE BOCETOS																				
MAQUETACION Y FUNCIONALIDAD																				
FOTOGRAFIA Y VIDEO																				
GENERAR PRESUPUESTO																				
DOCUMENTO ESCRITO																				
ENTREGA DE PROYECTO TECNICO																				

Ilustración 19: Cronograma de Actividades

(fuente propia)

3.2 Pliego de condiciones económicas

Para determinar el presupuesto final se tomaron en cuenta proformas de empresas o estudios de diseño que realicen trabajos similares a nuestro proyecto, de esta manera se establecieron los siguientes precios los cuales incluyen:

DISEÑO: MANUAL DE MARCA Y GUÍA	\$400
CONTENIDO MULTIMÉDIA :	\$650
AUDIO	
VIDEO	
FOTOGRAFÍA	
APLICACIÓN PARA REALIDAD AUMENTADA	\$300
IMPRESIÓN X 1000 UNIDADES	\$3.250
TOTAL	\$4.600

Ilustración 20: pliego de condiciones económicas

(fuente propia)

3.3 Pliego de Condiciones técnicas

Lista de herramientas

- Cámara fotográfica
- Computadora
- Adobe Ilustrador
- Adobe Photoshop
- Word
- Aplicación “ARTIVIVE”

CAPITULO 4

Presupuesto

4.1 Costo de desarrollo

FOTOGRAFÍAS	\$150
VIDEOS	\$300
AUDIO	\$200
TRABAJO DE DISEÑO	\$800
TRANSPORTE	\$80
SERVICIOS EN GENERAL	\$120
TOTAL	\$1.650

Ilustración 21: presupuesto

(fuente propia)

5. Conclusiones

Después de la finalización de este proyecto hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Se diseñó y elaboró una Guía de Impresión y terminados gráficos en realidad aumentada para emprendedores, diseñadores, estudiantes y docentes "El Artesano", bajo criterios de Diseño Gráfico y además con el plus que el contenido multimedia de dicha guía se lo realizó con la ayuda de la realidad aumentada.
- Al desarrollar nuestra guía se pudo identificar algunos faltantes dentro de la línea gráfica y la aplicación de la realidad aumentada; esto nos ayudó a investigar más a fondo nuestro tema y logramos solucionar varias inquietudes al respecto.
- Con lo expuesto anteriormente pretendemos tener el mayor éxito posible en la difusión de nuestro proyecto; ya que una propuesta diferente e innovadora para el sector de la imprenta artesanal.

6. Recomendaciones

Se recomienda realizar un lanzamiento de la guía de impresión y terminados gráficos en realidad aumentada para emprendedores, diseñadores, estudiantes y docentes “El Artesano”, que cuente con la participación de nuestro público objetivo, que este caso sería todo el sector de la imprenta a nivel de la ciudad de Cuenca; con este lanzamiento lograríamos mayor difusión y aceptación en el mercado.

7. Bibliografía

Adobe. (2018, Abril 16). *helpx.adobe.com*. Retrieved from Adobe:

<https://helpx.adobe.com/es/muse/using/composition-widgets.html>

AUBRY, C. (2014). *HTML5 y CSS3: para sitios con diseño web responsive*. Barcelona: ENI.

Campos, R. M. (2005). *Diseño de páginas web y diseño gráfico*. Ideaspropias S.L.

Cantor, A. (2017). *SEM: Promoción en Google y otros motores de búsqueda*. INK.

Carretero, A. L. (2014, Agosto 27). <https://www.creativosonline.org>. Retrieved from creativos:

<https://www.creativosonline.org/blog/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>

Chandler, A. (2015, 08 09). *www.fotografiaesencial.com*. Retrieved from El blog de Fotografía:

<https://www.fotografiaesencial.com/blog/2015/09/08/los-diferentes-angulos-que-puedes-usar-en-la-fotografia/>

Delgado, I. H. (2012, Agosto 31). *Ing. Hugo Delgado*. Retrieved from Akus.net:

<https://disenowebakus.net/etapas-de-transicion-de-la-web.php>

Hiard, V. (2006). *Gestión de un proyecto web Planificación, dirección y buenas prácticas*.

Barcelona: ENI.

Lavagna, E. (2017, 01 05). *webescuela.com*. Retrieved from <https://webescuela.com>:

<https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/>

León, N. (2016). <https://www.dzoom.org.es>. Retrieved from dzoom:

<https://www.dzoom.org.es/tipos-de-plano-fotografico/>

Martin, V. (2017). <https://victormartinp.com>. Retrieved from victormartinp.com:

<https://victormartinp.com/que-es-facebook-guia-completa/>

McLean, R. (1993). *Manual de tipografía*. Madrid: Mateu Cromo.

Mtz, D. (2017, 06 8). *okhosting*. Retrieved from <https://okhosting.com>:

<https://okhosting.com/blog/que-es-web/>

Paraquesirven. (2014, Octubre). *https://paraquesirven.com*. Retrieved from paraquesirven:

<https://paraquesirven.com/para-que-sirve-photoshop/>

Polo, J. D. (2011, Agosto 15). *https://wwwwhatsnew.com*. Retrieved from hatsnew:

<https://wwwwhatsnew.com/2011/08/15/adobe-muse-para-crear-webs-sin-saber-programar/>

Ricupero, S. (2007). *Diseño gráfico en el aula*. Buenos Aires.

Rodríguez, C. M. (2014). *Apuntes sobre diseño gráfico: Teoría, enseñanza e investigación*.

Bruselas: CESAL.

Solera, N. L. (2008). *La Benémerita Uned. en la Sociedad Del Conocimiento*. San Jose:

Universidades estatales a la distancia.

Wong, W. (1991). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.

(Miglino & Walker, 2010; Roblyer et al., 2006) “aprendiendo a aprender con la tecnología”

8. Anexos







