



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

TESIS DE GRADO

TEMA:

“ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO, EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014”.

Tesis presentada previa a la obtención del título de Ingeniero/a en Diseño Gráfico Computarizado.

Autores:

Caiza Caiza Daniela Marisol

Santacruz Tapia Carlos Alberto

Director:

Ing. Vilma Lucía Naranjo

Asesor Metodológico:

Ing. Bolívar Ricardo Vaca

LATACUNGA – ECUADOR
AGOSTO – 2015

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación: **“ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO, EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014”.**, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

A través de la presente declaración cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo de investigación a la Universidad Técnica de Cotopaxi, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normatividad institucional vigente.

.....
Caiza Caiza Daniela Marisol
C.I.: 172317400-7

.....
Santacruz Tapia Carlos Alberto
C.I.: 050209385-9



AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

Cumpliendo con lo estipulado en el Capítulo IV del Art. 26, del Reglamento de Graduación en el Nivel de Pregrado de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en calidad de Director de Tesis del Tema: : **“ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO, EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014”**, propuesto por los Postulantes: Caiza Caiza Daniela Marisol con C.I.: 172317400-7 y Santacruz Tapia Carlos Alberto con C.I.: 050209385-9, egresados de la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas, previa a la obtención del Título de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado.

Considero que el presente proyecto, reúne los requisitos y méritos suficientes de acuerdo con los planteamientos solicitados, en tal virtud de lo antes expuesto los postulantes se encuentran habilitados para la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador de tesis.

Latacunga, Agosto del 2015

.....
Ing. Vilma Lucía Naranjo
DIRECTOR DE TESIS



AVAL DEL ASESOR DE TESIS

De mi consideración:

Cumpliendo con lo estipulado en el Reglamento del Curso Profesional de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Capítulo V, (Art. 9 literal f), me permito informar que los postulante: **CAIZA CAIZA DANIELA MARISOL con C.I.: 172317400-7** y **SANTACRUZ TAPIA CARLOS ALBERTO con C.I.: 050209385-9**, han desarrollado su Tesis de Grado de acuerdo al planteamiento formulado en el Anteproyecto de Tesis con el tema: **“ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO, EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014”**, cumpliendo sus objetivos respectivos.

En virtud de lo antes expuesto, considero que la presente Tesis de Grado se encuentra habilitada para presentarse al acto de defensa.

Latacunga, Agosto del 2015

Ing. Bolívar Ricardo Vaca

ASESOR METODOLÓGICO DE LA TESIS

AGRADECIMIENTO

Agradezco a *Dios* por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mis padres *Manuel y Piedad* porque gracias a ellos sé que la responsabilidad se la debe vivir como un compromiso de dedicación y esfuerzo.

A la *Ing. Lucía Naranjo* quien con su experiencia como docente ha sido la guía idónea, durante el proceso que ha llevado el realizar esta tesis y un agradecimiento especial al *Ing. Raúl Jiménez*, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.

Daniela Caiza

AGRADECIMIENTO

A la *Universidad Técnica de Cotopaxi*, por haberme ofrecido las experiencias precisas para obtener mis conocimientos.

Y de manera muy especial a mi Tutora de tesis la *Ing. Lucía Naranjo* por su sugerencia científica y estímulo para seguir creciendo intelectualmente, por su predisposición permanente e incondicional en aclarar mis dudas y por sus importantes consejos durante la redacción de la tesis, por su amistad gracias.

Un agradecimiento con todo mi corazón a todas las personas que me ayudaron de una u otra manera en el transcurso de mi carrera, siempre están en mi corazón y es por todo esto que les agradezco infinitamente.

Carlos Santacruz

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis de grado está dedicado a mi preciosa hija *Brithany*, para quien ningún sacrificio es suficiente, que con su luz ha iluminado mi vida y hace mi camino más claro.

A mis queridos hermanos *Santiago y Maithe*, porque hoy estoy compartiendo mis logros con ustedes, pero anhelo el día cuando ustedes compartan sus logros conmigo.

Sólo se fracasa cuando se deja de intentar

Daniela Caiza

DEDICATORIA

Primero y antes que nada, dar gracias a *Dios*. Esta Tesis es parte de mi vida y comienzo de otras etapas.

Y de manera especial a mi esposa *Maura* que con su apoyo moral estuvo a mi lado brindándome esa fuerza en todo momento.

Con todo mi amor y cariño a mis hijos *Anthony, Carlitos y Carlita* que son el regalo más grande que Dios me dio, mi inspiración y razón de vivir a todos ustedes dedico este triunfo.

Carlos Santacruz

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁG.
PORTADA.....	i
AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
AVAL ASESOR METODOLÓGICO.....	iv
AGRADECIMIENTO I.....	v
AGRADECIMIENTO II.....	vi
DEDICATORIA I.....	vii
DEDICATORIA II.....	viii
INDICE GENERAL.....	ix
INDICE DE GRÁFICOS.....	xv
INDICE DE TABLAS.....	xviii
INDICE DE ANEXOS.....	xx
RESUMEN.....	xxi
ABSTRACT.....	xxii
AVAL DE LA TRADUCCIÓN.....	xxiii
INTRODUCCIÓN.....	xxiv

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Museística.....	1
1.1.1 Museología.....	2
1.1.2 Museografía.....	3
1.1.2.1 Características de Museografía.....	4
1.1.2.2 Didáctica y Museografía.....	4
1.1.2.3 Interactividad y la Museografía Didáctica.....	5
1.1.2.4 La Museografía Virtual.....	6
1.1.2.5 Diseño Museográfico.....	6
1.1.2.6 Proyecto Museográfico.....	7

1.2 Museo	8
1.3 Virtual	10
1.3.1 Ventajas de la Virtualidad.....	11
1.4 Museo Virtual	11
1.4.1 Quién Interviene en el Diseño de un Museo Virtual.....	12
1.4.2 Principios Metodológicos de un Museo Virtual	12
1.5 Entornos Virtuales y sus Características	14
1.5.1 Qué son las Comunidades Virtuales	16
1.5.2 Tipos de Mundos Virtuales	16
1.6 Diseño	17
1.7 Diseño Gráfico	17
1.8 Diseño Multimedia.....	18
1.8.1 Características de los Multimedias	19
1.8.2 Sistemas Multimedia.....	19
1.8.3 Guión Multimedia	21
1.8.4 Técnicas de Elaboración de un Guión Multimedia	22
1.8.5 Elementos del Guión Multimedia	23
1.9 Diseño Tridimensional	29
1.9.1 Elementos que Integran el Diseño Tridimensional	30
1.10 Objeto.....	30
1.11 Modelado 3D.....	32
1.12 Alfarería	33
1.12.1 Arcilla.....	33
1.12.2 Cerámica	34
1.13 Cerámica Precolombina	35
1.13.1 División de los Distintos Periodos	35

1.14 Cerámica Actual.....	37
1.14.1 Fabricación de Componentes Cerámicos.....	37
1.15. Patrimonio.....	38
1.15.1 Patrimonio Cultural.....	40
1.15.2 Patrimonio Tangible.....	40
1.15.3 Difusión del Patrimonio.....	41
1.15.4 Interpretación del Patrimonio.....	41
1.15.5 Interpretación del Patrimonio en un Entorno Virtual.....	42
1.16 Promoción Cultural.....	43
1.17 Turismo Comunitario.....	43
1.7.1 Ejes del Turismo Comunitario.....	44
1.18 Museo Comunitario.....	45
1.18.1 Objetivos del Museo Comunitario.....	47
1.18.2 Los Impactos del Museo Comunitario.....	47
1.18.3 Promoción del Museo Comunitario.....	48

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1 Datos Generales.....	49
2.1.1 Ecuador.....	49
2.1.2 Provincia de Cotopaxi.....	50
2.1.3 Cantón de Pujilí.....	50
2.1.4 Parroquia La Victoria.....	52
2.1.4.1 Reseña Histórica.....	52

2.1.4.2 Situación Geográfica.....	52
2.1.4.3 GAD Parroquial Rural La Victoria	53
2.1.4.4 Artesanías de la Parroquia La Victoria	53
2.1.4.5 Cerámica en La Victoria	55
2.2 Diseño Metodológico	56
2.2.1 Tipos de Investigación	56
2.2.1.1 Investigación Bibliográfica.....	56
2.2.1.2 Investigación Aplicada	56
2.2.1.3 Investigación Descriptiva	57
2.2.2 Métodos de Investigación	57
2.2.2.1 Método Analítico-Sintético	57
2.2.2.2 Método Hipotético-Deductivo	58
2.2.2.3 Método Descriptivo	58
2.2.3 Técnicas de Investigación	59
2.2.3.1 Entrevista	59
2.2.3.2 Encuestas	59
2.2.4 Población.....	60
2.2.5 Muestra	61
2.2.6 Operacionalización de Variables	62
2.3 Análisis e Interpretación de Resultados	63
2.3.1 Análisis e Interpretación de las Encuestas	63
2.3.2 Análisis de la Entrevista N° 1	74
2.3.3 Análisis de la Entrevista N° 2	76
2.3.4 Análisis de la Entrevista N° 3	77
2.4 Verificación de la Hipótesis	79
2.4.1 Hipótesis.....	79

2.4.2 Comprobación.....	79
2.5 Conclusiones	80

CAPÍTULO III

3. ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1 Tema	81
3.2 Presentación de la Propuesta.....	81
3.3 Justificación	82
3.4 Objetivos	83
3.4.1 Objetivo General.....	83
3.4.2 Objetivos Específicos.....	83
3.5 Desarrollo de la Propuesta	83
3.5.1 Organización y estructuración de los contenidos.....	83
3.5.2 Diseño de la Marca	84
3.5.2.1 Bocetaje y selección de la Marca.....	85
3.5.2.2 Geometrización e Ilustración de la Marca	87
3.5.2.3 Arte final de la Marca	88
3.5.2.4 Cromática de la Marca	89
3.5.2.5 Tipografía para la Marca.....	90
3.5.3 Modelado de las vasijas	90
3.5.3.1 Selección de piezas	90
3.5.3.2 Modelado en ScanStudio HD 1.2.0.....	91
3.5.3.3 Refinamiento de las vasijas en Blender	93
3.5.3.4 Arte final de las vasijas de barro.....	93
3.5.4 Diseño Funcional del Sitio Web	110

3.5.4.1 Mapa de Navegación.....	110
3.5.4.2 Creación de la Interfaz	112
3.5.4.3 Proceso de creación de las pantallas	112
3.5.4.4 Creación de la Pantalla de Inicio.....	113
3.5.4.5 Creación de la Pantalla de Alfarería	114
3.5.4.6 Creación de la Pantalla de Fiesta	116
3.5.4.7 Creación de la Pantalla de Atractivos Turísticos ...	118
3.5.4.8 Creación de la Pantalla de Galería	121
3.5.4.9 Creación de la Pantalla de Ubicación	122
3.5.4.10 Creación de la Pantalla de Vasijas	123
3.5.4.11 Cromática de Sitio Web	124
3.5.4.12 Tipografía de Sitio Web.....	127
3.5.5 Programación aplicada en las diferentes Interfaces	127
3.5.5.1 Bootstrap	127
3.5.5.2 Fireworks	128
3.5.5.3 Java Script	128
3.5.5.4 Estilos CSS.....	128
3.5.6 Verificación de accesibilidad y usabilidad.....	129
CONCLUSIONES	130
RECOMENDACIONES	131
REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA	132
ANEXOS	135

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	CONTENIDO	PÁG.
1.1	Parámetros de la nueva museología	3
1.2	Estructura de mundos virtuales	15
1.3	Técnicas de elaboración de un guión multimedia	22
1.4	Características fundamentales de la idea.....	22
1.5	Procedimientos para el diseño de interfaces gráficas.....	24
1.6	La experiencia del usuario	25
1.7	Mapa de navegación.....	26
1.8	Relación entre diseñador, tecnología y usuario.....	29
1.9	Subclasificación del Patrimonio.....	39
2.1	Artesanía de la Parroquia La Victoria.....	54
2.2	Feria de Artesanía de la Parroquia La Victoria.....	54
2.3	Promoción y Venta de Cerámica.....	55
2.4	Ventajas del Museo Virtual.....	64
2.5	Necesidades del Museo	65
2.6	Sitio Web.....	66
2.7	Administración del Museo Virtual.....	67
2.8	Aspectos del Museo Virtual	68
2.9	Aspectos de la parroquia La Victoria.....	69
2.10	Razón para Visitar el Museo	70
2.11	Personas que suelen visitar el Museo Virtual	71
2.12	La Victoria, Pueblo Alfarero.....	72
2.13	Cultura Original de la Parroquia La Victoria.....	73
3.1	Bocetos A.....	85

3.2	Boceto B.....	86
3.3	Boceto C.....	86
3.4	Boceto D	87
3.5	Geometrización e Ilustración de la Marca	88
3.6	Arte Final de la Marca	88
3.7	Vasijas de Barro	90
3.8	Interfaz de Visualización y Post-Edición.....	91
3.9	Interfaz de Configuración	92
3.10	Comandos de Escaneo.....	92
3.11	Jarrón.....	94
3.12	Florero 1	95
3.13	Cántaro Grande	96
3.14	Cántaro Pequeño	97
3.15	Búcaro	98
3.16	Copa	99
3.17	Florero 3	100
3.18	Florero 4	101
3.19	Florero 5	102
3.20	Morisco	103
3.21	Pondo	104
3.22	Hongo.....	105
3.23	Computera.....	106
3.24	Tazón.....	107
3.25	Cuenco	108
3.26	Maceta.....	109
3.27	Mapa de Navegación.....	111

3.28	Retícula de la Pantalla de Inicio.....	113
3.29	Página de Inicio.....	113
3.30	Retícula de la Pantalla de Alfarería.....	114
3.31	Página de Alfarería 1.....	114
3.32	Página de Alfarería 2.....	115
3.33	Página de Alfarería 3.....	115
3.34	Retícula de la Pantalla de Fiestas	116
3.35	Página de Fiestas 1	116
3.36	Página de Fiestas 2.....	117
3.37	Página de Fiestas 3.....	117
3.38	Retícula de la Pantalla de Atractivos	118
3.39	Página de Atractivos 1	118
3.40	Página de Atractivos 2	119
3.41	Página de Atractivos 3	119
3.42	Página de Atractivos 4	120
3.43	Página de Atractivos 5	120
3.44	Retícula de la Pantalla de Galería	121
3.45	Página de Galería	121
3.46	Retícula de la Pantalla de Ubicación.....	122
3.47	Página de Ubicación.....	122
3.48	Retícula de la Pantalla Vasija.....	123
3.49	Página de Escoja una Vasija	123
3.50	Sistema RGB.....	124

ÍNDICE DE TABLAS

N°	CONTENIDO	PÁG.
1.1	Habilidades que el Museo Debería Desarrollar	9
1.2	El Museo Tradicional y el Nuevo Museo	10
1.3	El Guión Multimedia	21
1.4	Funciones del Objeto en el Campo Didáctico.....	31
1.5	Los Museos Comunitarios.....	46
2.1	Población del Cantón Pujilí Urbana Rural	51
2.2	Población de la Parroquia La Victoria	60
2.3	Sistema de Variables e Indicadores.....	62
2.4	Ventajas del Museo Virtual.....	64
2.5	Necesidades del Museo Virtual.....	65
2.6	Sitio Web.....	66
2.7	Administración del Museo Virtual.....	67
2.8	Aspectos del Museo Virtual	68
2.9	Aspectos de la parroquia La Victoria.....	69
2.10	Razón para Visitar el Museo Virtual.....	70
2.11	Personas que suelen visitar el Museo Virtual	71
2.12	La Victoria, Pueblo Alfarero.....	72
2.13	Cultura Original de la Parroquia La Victoria.....	73
3.1	Cromática de la Marca	89
3.2	Descripción del Jarrón.....	94
3.3	Descripción del Florero 1	95
3.4	Descripción del Cántaro Grande	96

3.5	Descripción del Cántaro Pequeño	97
3.6	Descripción del Búcaro	98
3.7	Descripción de la Copa	99
3.8	Descripción del Florero 3.....	100
3.9	Descripción del Florero 4.....	101
3.10	Descripción del Florero 5.....	102
3.11	Descripción del Morisco	103
3.12	Descripción del Pondo	104
3.13	Descripción del Hongo.....	105
3.14	Descripción de la Compotera	106
3.15	Descripción del Tazón.....	107
3.16	Descripción del Cuenco	108
3.17	Descripción de la Maceta	109
3.18	Cromática del Sitio Web	125

ÍNDICE ANEXOS

N°	CONTENIDO	PÁG.
1	Visita a los Alfareros.....	136
2	Entrevista al Sr. Galo Jiménez	136
3	Entrevista al Ing. Lennin Tamayo.....	137
4	Entrevista al M.Sc Juan Carlos Catalán Fernández	137
5	Modelo de Encuesta	138
6	Modelo de Entrevista 1	141
7	Modelo de Entrevista 2	142
8	Modelo de Entrevista 3	143
9	Modelo de test de Accesibilidad y Usabilidad.....	144



TEMA: “ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO, EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014”.

RESUMEN

Una de las actividades más representativas de la parroquia de La Victoria es la alfarería. Las vasijas de arcilla y barro han adquirido no solamente un carácter útil en la vida de las sociedades que las elaboraban sino un cierto valor mágico, ya que la cerámica era y es considerada la unión de los cuatro elementos del universo: agua, aire, barro y fuego. El presente trabajo de investigación se basa en comprender cómo un museo virtual puede complementar y potenciar su labor en la promoción cultural de la parroquia La Victoria. En la primera parte mediante la recopilación de ciertas vasijas que los alfareros elaboran se pudo obtener un muestrario de 16 piezas artesanales. Las piezas fueron estudiadas, escaneadas y refinadas, tomando en cuenta su tamaño, color y forma. Estas imágenes fueron guardadas en un formato específico, para luego plasmarlas en el sitio web, además recoge los rasgos característicos de la cerámica y algunos datos que se pudo obtener de la investigación y análisis. El museo virtual se presenta como una oportunidad de impulsar el sistema educativo ya que abre innumerables posibilidades de acceso a manifestaciones y creaciones culturales de la parroquia La Victoria, creando experiencias únicas mediante el ámbito digital.

Descriptores: cerámica, museo, tridimensional, ollas de barro.



THEME: "DEVELOPMENT OF A VIRTUAL MUSEUM WHICH EVIDENCING THE TANGIBLE CULTURAL HERITAGE ABOUT POTS OF CLAY EXISTING AT LA VICTORIA PARISH IN PUJILÍ CANTON THROUGH THREE-DIMENSIONAL OBJECTS TO IMPROVE THE CULTURAL PROMOTION OF THE PARISH, DIRECTED TO THE COMMUNITY OF LA VICTORIA, IN 2013-2014 PERIOD."

ABSTRACT

One of the most representative activities in the La Victoria parish is the pottery. The pots elaborated on clay and muds have acquired not only a useful character in the societies that elaborated them, but a certain magical value, since the pottery is considered the union of the four elements of the universe: water, air, mud and fire. This research work is based on understanding how a virtual museum can complement and enhance its role into the cultural promotion of the Victoria parish. In the first part, by collecting certain pots that potters developed the researcher was able to obtain a sample of 16 handcrafted pieces. The pieces were studied, scanned and refined, considering into account its size, color and shape. These images were saved in a specific format and then, translate them on the website; also they include their characteristics of ceramics and some data could be obtained from research and analysis. The virtual museum is presented as an opportunity to promote the educational system that opens up countless opportunities for access to cultural creations and events of the La Victoria parish, creating unique experiences through the digital area.

Descriptors: pottery, museum, tri-dimensional, pots of clay.



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por los estudiantes Egresados de la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado de la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas: Caiza Caiza Daniela Marisol con C.I.: 172317400-7 y Santacruz Tapia Carlos Alberto con C.I.: 050209385-9, cuyo título versa: **“ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO, EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014”**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Agosto del 2015

.....
Atentamente

Lic. M. Sc. Wilmer Patricio Collaguazo Vega

DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

INTRODUCCIÓN

Al indagar la historia de la Parroquia "La Victoria" a través de su cultura se descubren costumbres tradiciones, formas de vida, entre otros aspectos importantes de los antepasados, basados en una sociedad alfarera con el paso del tiempo y cuando los misioneros se fueron, dichos artesanos pusieron sus propios talleres en los que predominó la producción juguetera para luego atender las demandas de la construcción como son las tejas y tejuelos, hasta las de tipo utilitario y decorativo: como pundos, ollas, macetas, alcancías, etc. Gracias al empuje de algunos de sus artesanos se ha tratado de mejorar en calidad, introduciendo técnicas modernas especialmente en la elaboración, acabado y pintura de los objetos de tipo decorativo que hoy en día tienen una aceptación en cualquier parte de nuestro país y fuera de él.

El problema principal radica en que las vasijas de barro existentes no son evidenciadas como Patrimonio Cultural Tangible del lugar, se puede detallar el problema por la falta de interés de las personas en rescatar lo nuestro, también por la carencia de presupuesto para la construcción de un lugar en donde se pueda dar a conocer dichas vasijas.

La formulación del problema se detalla de la siguiente manera: ¿La Elaboración de un Museo Virtual de las vasijas de barro existentes en la parroquia La Victoria, cantón Pujilí, ayudará a rescatar el patrimonio cultural tangible con miras a mejorar la promoción cultural de la misma parroquia?

Es de gran importancia la elaboración de este Museo Virtual ya que se podrá dar a conocer la colección de piezas existentes en la parroquia La Victoria pretendiendo así que se evidencie el patrimonio cultural.

El proyecto museo virtual está dirigido a la sociedad en general, con la finalidad de que conozcan parte de la cultura de la Parroquia "La Victoria" localizado en el Cantón de Pujilí, Provincia de Cotopaxi.

El objetivo general de la presente investigación se centra en mejorar la promoción cultural de la parroquia La Victoria y sus objetivos específicos son: Recopilar información fotográfica de las distintas vasijas de barro y técnicas para la producción de museos virtuales. Proponer a los alfareros y usuarios, el estudio de un museo virtual y verificar los resultados de su factibilidad para desarrollar la propuesta. Diseñar el museo virtual tridimensional de las vasijas de barro existentes en la parroquia La Victoria utilizando las técnicas del diseño gráfico.

De este modo se puede formular las diferentes preguntas directrices que son analizadas a lo largo de esta investigación las mismas que permitirán conocer: ¿Cuáles son los fundamentos teóricos y científicos que permitan la elaboración del museo virtual tridimensional? ¿Qué actividades permitirán desarrollar mayor interactividad entre el usuario y la máquina? ¿Cómo se elabora el museo virtual?

La investigación se lo realiza a una muestra de 144 alfareros de la parroquia La Victoria durante el año lectivo 2014. Por lo expuesto anteriormente, y para proporcionarle carácter científico al estudio, se utiliza el método analítico-sintético, hipotético-deductivo, y descriptivo. Se plantea la metodología en base a la recolección de la información.

El trabajo investigativo, se ha subdivido en tres Capítulos, cada uno de ellos atendido por sus objetivos.

El Capítulo I; constará de un marco teórico en las que se respalden todas las bases teóricas relacionadas al tema a investigarse que pretenda ser un mini espacio de consulta permanente.

El Capítulo II comprende; el análisis e interpretación de resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas con su respectiva graficación de cuadros estadísticos.

El Capítulo III describe; la propuesta, que consiste en elaborar un museo virtual, el diseño y las pruebas de factibilidad de la propuesta a través de una página web.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Museística

A finales del siglo XIX, el movimiento museístico europeo estaba centrado en la expansión de sus recopilaciones a partir de los más variados objetos originarios de diversas culturas.

La intelectualidad estaba adquirida por el carácter científicista por tanto este elemento influyó decisivamente en el movimiento museístico de la época; la dirigencia museística poseía una visión heredada, notablemente universalista, que valoraba prominentemente la expansión de la colección. Era un período diferenciado por la concentración patrimonial, práctica que estaba fundamentada en la apropiación de objetos procedentes de diversos orígenes y culturas.

A lo largo del siglo XX, la institución museística se adapta a los nuevos acontecimientos. No solo se encarga de albergar y conservar el patrimonio sino también de divulgarlo y valorarlo.

LLONCH y SANTACANA, (2011) cita que “La museística, es la ciencia que investiga todo lo referente a los museos tiene dos grandes ramas: la museología y la museografía” (p. 11).

Para los autores la museística en la actualidad ha cambiado notablemente en su definición, objetivos, alcances y filosofía de los museos; ya que estos se consideran espacios culturales con una notable misión en la sociedad. En esta creación tan

compleja como es el museo, hablar de la gestión y conservación de los fondos museísticos es acercarse a todas las funciones del museo: adquirir, conservar, investigar, exhibir y difundir.

1.1.1 Museología

La museología y la museografía, en sus inicios no estaban diferenciadas, ambas ramas son saberes complementarios, cada una con sus espacios propios de accionar. La museología se dice que es a la pedagogía, mientras que la museografía es a la didáctica. Ambas partes se interesan por el qué y el cómo de la transmisión de información valiosa: la museología sobre el patrimonio cultural, y la museografía sobre el conocimiento de materias específicas.

Resumiendo a HERNÁNDEZ, (2007)

“La museología, se ocupa de reflexionar sobre los museos de una forma global, ya que admite toda especulación sobre el museo, la sociedad, su interacción e incluso su gestión y funcionamiento.

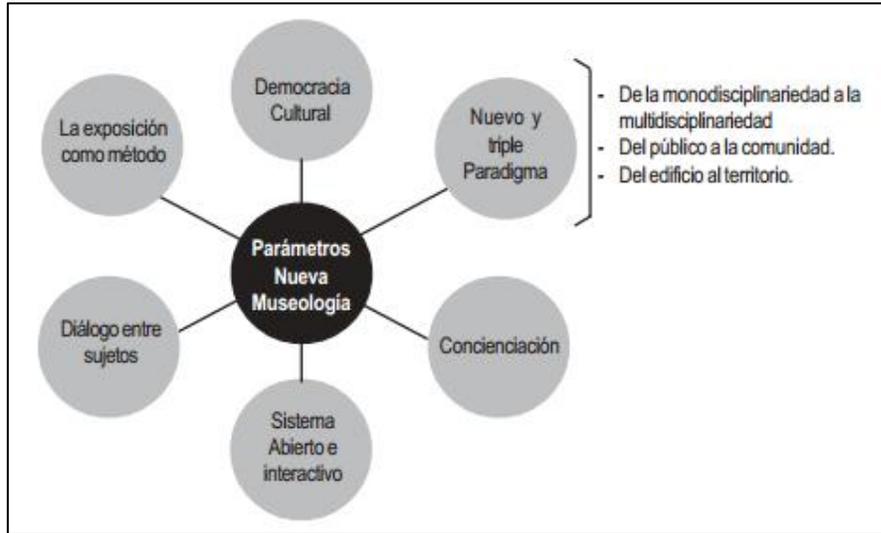
La documentación museológica representa la dinámica de los museos, los usuarios de estos disponen de los elementos que reafirman al objeto museístico como una expresión que interpreta el conjunto de relaciones sociales, económicas, medioambientales y culturales que hacen posible la vida social del hombre.

Como ciencia social, la museología está asociada al interés del ser humano por conservar y mostrar su patrimonio, preservando la memoria histórica de los pueblos, concentrada en un museo. Se aprecia que su táctica son las exposiciones, partiendo de la puesta en escena de objetos, su difusión, comunicación y el diálogo con la comunidad”. (p. 47)

Como investigadores manifestamos qué, la museología trata de comunicar un conocimiento museológico fundamentado en una variedad de respuestas, las cuales

son revelaciones de la realidad particular de cada museo en la cual se intenta integrar los objetivos hacia el progreso comunitario.

GRÁFICO N° 1.1 PARÁMETROS DE LA NUEVA MUSEOLOGÍA



Fuente: (Maure, 1999)

1.1.2 Museografía

La esencia de la museografía se basa en analizar la estética de cómo han de ser los objetos a exhibir en sus diferentes disciplinas y la transmisión del mensaje e información. Esto garantiza la unidad dialéctica entre la documentación, objetivo real de una colección y la comunicación que éstos ofrecen al público.

VEGA, (2011) define qué: “La museografía es la actividad, disciplina o ciencia (según se considere) que tiene como objeto principal las exposiciones, su diseño y ejecución, así como la adecuación de determinados espacios para facilitar su presentación o comprensión” (p. 45).

Conforme lo investigado consideramos qué, la museografía se preocupa por el análisis de circunstancias prácticas en los museos y el planteamiento de propuestas de soluciones. Su perspectiva es más técnicooperativo, sin dejar de ser planificado.

Por tanto la museología y la museografía se enriquecen con el aporte de la didáctica. Ya que pueden transformar un retrato silencioso en una historia viva y participativa, en donde además se crea una narración sentida que vincula el pasado, el presente y el futuro.

1.1.2.1 Características de la Museografía

Resumiendo a SERRAT y SANTACANA, (2007) afirman las siguientes características:

1. “Museizar significa comunicar un mensaje mediante recursos variados.
2. Su presentación se estructura en torno a las ideas.
3. Su presentación otorga prioridad a la museización.
4. Las exhibiciones utilizan todos los recursos de la mente humana, desde la racionalidad a la emotividad.
5. La exhibición del conjunto tiene presente, en el momento de emitir sus mensajes, la existencia de públicos de una tipología muy diferente.
6. La interactividad favorece la comunicación.
7. La museografía no renuncia al aprendizaje lúdico.
8. No se requieren requisitos previos para la comprensión de lo que se expone.
9. Los recorridos suelen ser abiertos”. (p. 35)

1.1.2.2 Didáctica y Museografía

Resumiendo a VEGA, (2011) señala que:

“La museografía didáctica tiene como objeto principal, el diseño y ejecución de exposiciones así como la adecuación y musealización de determinados espacios, para facilitar su presentación o comprensión mediante el empleo de sistemas y métodos prácticos de enseñanza. Una variante de la museografía didáctica es la denominada museografía interactiva, que hace de la interacción didáctica su elemento central.

Algunos factores para determinar una exposición desde el punto de vista didáctico:

- **Factor didáctico:** Crea un campo similar entre exposición y visitante, para que se produzca el aprendizaje.
- **Factor temático:** Genera argumento, desarrolla un tema y origina un lema.
- **Factor formal:** Se establece el marco en el que se produce la identificación del público con el mensaje”. (p. 40)

De acuerdo a lo antes mencionado podemos decir que, la museología y la didáctica se preocupan por la forma de ceder un mensaje para que sea aprendido. Ambas ciencias tienen mucho para comunicar y, de esta forma, crecer.

1.1.2.3 Interactividad y la Museografía Didáctica

La comunicación humana es el modelo más sencillo de interactividad, la palabra interactivo se encuentra muy asociada a aquel nexo que se establece entre el ser humano y una máquina. El proceso interactivo no existe solamente con un elemento, pues la característica primordial de la interacción es permitir que al ser emitido un estímulo, se desarrolle una respuesta. De esta forma, en el proceso interactivo el receptor es solicitado que conteste el estímulo con una acción específica en tiempo real.

Según BOU BAUZÁ, (2003) “La interactividad supone un esfuerzo de diseño para planificar una navegación entre pantallas en las que el usuario sienta que realmente controla y maneja una aplicación”. (p. 55)

Según el criterio de los investigadores se puede mencionar que, la interactividad es la relación que se establece entre dos elementos fundamentales los seres humanos y las máquinas. Esta función se realiza a través del hardware o de dispositivos donde son importantes los programas y aplicaciones, sobre todo, el diseño de estos y cómo se los presentan al usuario.

1.1.2.4 La Museografía Virtual

Los museos virtuales tienen sus orígenes mucho tiempo atrás en los museos interactivos, los cuales surgieron de la emergencia del diseño de exhibiciones como un nuevo medio empleado sobre todo por los artistas y diseñadores de la corriente avant-garde y del denominado suprematismo como son: Lászlo Moholi-Nagy, El Lissitzky, Herbert Bayer y Frederick Kiesler, los cuales se preocuparon por el ambiente de los museos como un factor primordial enriquecido por diversos canales de comunicación.

FERNÁNDEZ y SOSPEDRA, (2007) menciona qué: “La museografía virtual es aquella que crea espacios virtuales de exposición. Es una de las herramientas con mayor proyección para el estudio y difusión de nuestro patrimonio natural y cultural” (p. 339).

Para los investigadores la museografía virtual es un reto interesante donde la imaginación y la interacción son dueñas del escenario, esta rama es universal, potencial y directa.

1.1.2.5 El diseño museográfico

La exposición es un texto, es decir, un mensaje que se expresa en términos visuales. El montaje de una exposición puede, a través de recursos museográficos tales como el color, la disposición de paneles, la iluminación y la escenografía museal, generar un clima que condicione y comunique la muestra.

Resumiendo a ROCA, (2003) enuncia qué:

“El diseño museográfico expone exclusivamente colecciones, objetos y conocimiento, que tiene como desenlace la difusión artística - cultural y la comunicación visual. Esta exhibición se consigue a través de elementos museográficos como el recorrido, organización por espacios temáticos,

iluminación, etc., donde las diferentes estrategias garantizar la efectiva función de la museografía como sistema de comunicación”. (p. 37)

Conforme lo investigado consideramos qué: Un espacio museográfico puede ser determinado como un espacio de comunicación donde el museógrafo definirá las necesidades de emplear el diseño espacial para cada objeto y los dispositivos museográficos. Por consiguiente la exhibición de las colecciones aumenta el riesgo de deterioro de las mismas, es por ello que la museografía debe garantizar su adecuada conservación y preservación. Lo fundamental será diseñar montajes que posibiliten resguardar los objetos y así asegurar su permanencia para las futuras generaciones.

1.1.2.6 Proyecto Museográfico

Resumiendo a RESTREPO y CARRIZOSA, (2010)

“Elementos del diseño

1.- Las piezas de la colección.- es fundamental determinar las características de las obras para:

- Diseñar el mobiliario museográfico necesario para montar cada obra.
- Realizar un montaje de acuerdo con los requerimientos en términos de la conservación.
- Determinar las características de la iluminación

2.- El Guión.- A través del estudio metódico del guión y las conversaciones con el curador se pueden reforzar las temáticas de la museografía tales como;

- Uso de paneles divisorios
- Cambios de iluminación
- Ubicación de textos al inicio de cada tema.

- Nombre de cada espacio y numerarlo para facilitar el recorrido
- Destacar piezas importantes exhibiéndolas en un panel, en un espacio independiente, en el centro de la sala o con iluminación especial.

3.- El Espacio.- Para iniciar el diseño es importante tener en cuenta:

- El área de cada una de las salas que conforman el espacio disponible.
- El área total con que se cuenta para montar.
- Establecer el metraje lineal de muros y paneles aptos para montaje.
- Identificar los accesos y salidas
- Las obras deben estar exhibidas a una distancia inferior a 30 m. de una salida”. (p. 42-43)

Consideramos que se debe hacer un cuidadoso análisis de los 3 elementos para poder tomar decisiones y producir un diseño que cumpla con lo especificado en el guión museográfico, asegure una apropiada exhibición de las piezas y posibilite una buena utilización del espacio museográfico.

1.2 Museo

La historia y la evolución de los museos han transcurrido en forma paralela con la historia de la humanidad. No obstante se menciona que la cultura griega fue la que sentó las bases de la creación de dicho organismo, el almacenamiento de objetos y la experiencia de coleccionismo de piezas de valor existen desde los orígenes de la humanidad.

Desde un punto de vista etimológico, la palabra museo procede del vocablo griego mouseion, en latín museum, que significa casa de las musas, diosas inspiradoras de toda forma de pensamiento y de creación artística. Durante la Prehistoria, el afán de acumular objetos estuvo ligado, entre otros muchos factores, al sentimiento religioso, a la curiosidad por lo misterioso y a la fascinación por lo bello.

El Consejo Internacional de Museos ICOM, (2010) cita que: “Un Museo es una institución sin fines de lucro, un mecanismo cultural dinámico, evolutivo y permanentemente al servicio de la sociedad urbana y a su desarrollo, abierto al público en forma permanente que coordina, adquiere, conserva, investiga, da a conocer y presenta, con fines de estudio, educación, reconciliación de las comunidades y esparcimiento, el patrimonio material e inmaterial, mueble e inmueble de diversos grupos (hombre) y su entorno”. (p. 18)

TABLA N° 1.1 HABILIDADES QUE EL MUSEO DEBERÍA DESARROLLAR

Formulación de preguntas o problemas a resolver
Anticipación de respuestas
Justificación
Decidir una respuesta o solución
Clasificación
Comparación
Establecimiento de información
Observación
Identificación
Discriminación
Descripción
Síntesis
Comunicación de ideas

Fuente: SERRAT, Núria (2007, p. 179)

Elaborado por: Equipo de trabajo

Como investigadores consideramos que un museo es un centro de interpretación y de reflexión sobre la sociedad contemporánea; donde se acumulan los testimonios de una arqueología de lo humano, con el fin de esparcir conocimientos tanto en el arte como en lo historia fortaleciendo el saber en todas las áreas que lo rodean, siempre abierto a la comunidad.

TABLA N° 1.2 EL MUSEO TRADICIONAL Y EL NUEVO MUSEO

El museo tradicional y el nuevo museo				
El museo tradicional				
Un edificio	+	Una colección	+	Un público
El nuevo museo				
Un territorio	+	Un patrimonio	+	Una comunidad
(Estructura descentralizada)		(material e inmaterial, natural y cultural)		(desarrollo)

Fuente: FERNÁNDEZ, Alonso (1999, p. 95)

Elaborado por: Equipo de trabajo

1.3 Virtual

El mundo de la virtualización invade gran parte de la vida contemporánea y especialmente se prevé que todas las instituciones educativas, religiosas, jurídicas, entre otros, que generalicen en corto tiempo el uso de las nuevas tecnologías, como soporte en todos sus procesos.

Resumiendo a FERNÁNDEZ y SOSPEDRA, (2007)

“La palabra virtual proviene del latín *virtus*, que significa fuerza y energía. Así, la *virtus* no es una ilusión ni una fantasía, sino es real y activa. Lo virtual, pues, no es ni irreal ni potencial: lo virtual está en el orden de lo real.

La palabra virtual es un adjetivo que expresa falta de calidad, espejismo, falsedad. Al hablar de realidad virtual hay que deshacer un malentendido inicial; este término no conjuga dos conceptos contradictorios en cuanto aglutina a una expresión el referente y su representación, no hay realidades virtuales, sino entornos virtuales, y los producidos por un ordenador será por definición una simulación, una imitación de esa realidad”. (p. 345)

Según la perspectiva grupal, los espacios virtuales son capaces de estimular nuestros sentidos del mismo modo que el espacio material al que consideramos real.

1.3.1 Ventajas de la virtualidad

Resumiendo a FERNÁNDEZ y SOSPEDRA, (2007)

- “El paradigma de materiales virtuales es el constructivista.
- En usuario llega a ser su propio guía, instruido por su experiencia.
- Los materiales no disponen de un orden concreto, ya que el argumento se construye en función de los preconceptos que dispone el usuario.
- El aprendizaje es individual.
- La técnica actual, aplicada a los centros virtuales, permite trabajar en grupo sin que exista coincidencia en el tiempo ni el espacio”. (p. 357)

1.4 Museo Virtual

Los museos virtuales reciben esta denominación porque suelen copiar los contenidos de algún otro museo real. Sin embargo los museos virtuales no reemplazarán nunca las visitas físicas para ver los originales, siempre pueden ser una opción muy válida para un primer acercamiento, de una forma más próxima a lo que sería la verdadera visita.

FERNÁNDEZ y SOSPEDRA, (2007) “Museo Virtual es el medio que ofrece al visitante un fácil acceso a las piezas y a la información que desea encontrar en diferentes temas artísticos y en distintos museos. De hecho el museo virtual será el nexo entre muchas colecciones digitalizadas y puede ser utilizado como un recurso para organizar exposiciones individuales, a la medida de las expectativas e intereses del usuario” (p. 342).

Para los investigadores con respecto a este enfoque los museos virtuales están cobrando importancia en la medida en que los medios informáticos son cada vez más

usados como fuente de consulta de información, tanto en la educación formal como en la informal.

1.4.1 ¿Quién interviene en el diseño de un museo virtual?

Resumiendo a FERNÁNDEZ y SOSPEDRA, (2007)

“En un museo virtual debe dividirse plantearse el trabajo entrelazado de diversos profesionales para llevar a buen puerto la idea inicial.

- ***El didacta toma mayor protagonismo.-*** El será quien determinará las líneas básicas del equipamiento, quién coordinará a los diferentes técnicos informáticos.
- ***El contenido.-*** Vendrá definido por los diferentes profesionales entendidos en la materia sobre la que tratará el museo en cuestión.
- ***La metodología de tratamiento del contenido.-*** No es cosa de los entendidos en la materia, sino de los profesionales en la didáctica de la disciplina en cuestión.
- ***Los técnicos informáticos.-*** Deben establecer cuáles son las posibilidades informáticas para el tratamiento de los contenidos establecidos.
- ***Los diseñadores gráficos.-*** Darán el toque final a las diferentes presentaciones, unificando criterios, poniendo nuevas soluciones, estableciendo problemáticas de estilo, etc.” (p. 380-381)

1.4.2 Principios Metodológicos de un Museo Virtual

Resumiendo a FERNÁNDEZ y SOSPEDRA, (2007)

1. ***“Principio de autonomía.-*** La interactividad que permite un material multimedia fomenta la autonomía del usuario y le transmite la sensación de que navega libremente.
2. ***Principio de coherencia.-*** Para conseguir la coherencia debemos tener en cuenta: que no falle ninguna opción, que siempre pueda localizarse los iconos

que indican las funcionalidades, y que estos no cambien en función de la presentación.

3. ***Principio de construcción.***- El material debe permitir que el usuario pueda estructurar y organizar los propios conocimientos.
4. ***Principio de integración.***- El carácter integral de los materiales debe quedar definido en el momento de su diseño. El usuario no debe necesitar programación, aplicaciones, etc., fuera del material ya que este debe ofrecerlo todo.
5. ***Principio de interactividad.***- Los materiales deben incorporar elementos que permitan al usuario decidir, escoger, autoevaluarse, navegar, etc.
6. ***Principio de interconexión.***- Los materiales didácticos multimedia deben permitir establecer enlaces con documentos, bases de datos, espacios informativos, espacios de comunicación, etc., a los que pueda acceder mediante las posibilidades técnicas propias de internet.
7. ***Principio de entrada múltiple.***- Todos los usuarios no asimilan la información con las mismas estrategias, cosas que el material debe tener en cuenta. Las diferentes características entre un usuario y otro, en todos los aspectos intervienen directamente en la manera en que procesará la información.
8. ***Principio de necesidad.***- Hay que tener en cuenta que este principio será más fácil de aplicar si diseñamos materiales para un potencial de usuarios reducidos o conocido.
9. ***Principio de significación.***- Los usuarios deben ser capaces de comprender y valorar si los contenidos, si son lo bastante actuales y si puede ser una base para futuros aprendizajes.
10. ***Principio de vitalidad.***- Debe emitirse al usuario la impresión de que la pantalla está viva, a través de la cual se obtiene una respuesta inmediata y concreta, apropiada a lo que sucede.” (p. 381-384)

1.5 Entornos Virtuales y sus Características

Un entorno virtual de aprendizaje es un espacio educativo alojado en la web, conformado por un conjunto de herramientas informáticas que posibilitan la interacción didáctica.

LARA y MOTA, (2011) enuncian que:

“Los mundos virtuales son un campo de la tecnología muy relacionado con la inteligencia artificial ya que consisten en la simulación de mundos o entornos a los cuales se les denomina virtuales”. (p.49)

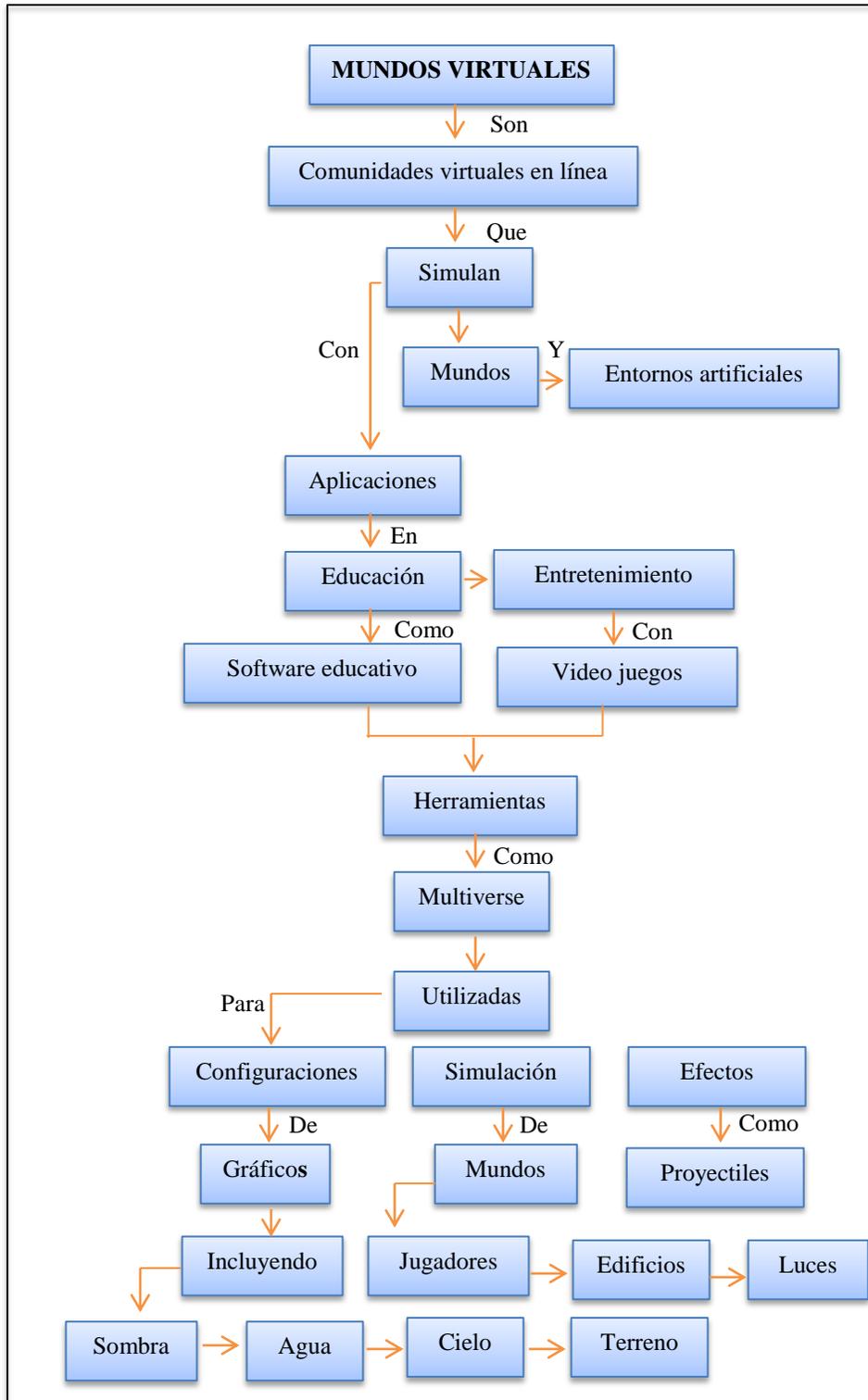
El método de computación empleado para originar un mundo artificial donde que el usuario tiene la sensación de estar en ese mundo y la capacidad de navegar y manipular objetos en él.

ALTAMIRANO, (2007) proporciona todas las características inherentes a los entornos virtuales en 3D:

- ***“Espacio compartido:*** participan muchos usuarios simultáneamente.
- ***Interfaz gráfica:*** ambientes 3D inmersivos.
- ***Inmediatez:*** la interacción tiene lugar en tiempo real.
- ***Interactividad:*** los usuarios pueden crear, modificar y poseer contenidos virtuales.
- ***Persistencia:*** el mundo existe siempre.
- ***Comunidades:*** permite y alienta la formación de comunidades sociales”.
(p. 39)

Considerando este argumento podemos decir que los entornos virtuales presentan una dimensión tecnológica que está representada por las herramientas o aplicaciones informáticas con las que está construido el entorno y una dimensión educativa que está representada por el proceso de aprendizaje que se desarrolla en su interior, dichas dimensiones se interrelacionan y potencian entre sí.

GRÁFICO N° 1.2 ESTRUCTURA DE MUNDOS VIRTUALES



Fuente: ALTAMIRANO, (2007)

1.5.1 ¿Qué son las Comunidades Virtuales?

La generalización de las nuevas tecnologías de la información ha propiciado la transformación de las estructuras sociales y de las formas de relacionarnos con los otros. En este proceso de cambio, la lógica de las relaciones sociales se caracteriza por la fragilidad y la temporalidad de los sistemas de reciprocidad comunicativa y que se establecen “online” en una nueva cultura cibernética. Se crean así “comunidades virtuales” en las que los sistemas de interacción establecidos por los individuos superan las categorías tradicionales de tiempo y espacio.

Resumiendo a LARA y MOTA, (2011)

“Una comunidad virtual es un ambiente interactivo de representación de acceso a múltiples usuarios a través de una interfaz online. Además los mundos virtuales son también denominados mundos digitales y simulación de mundos”. (51)

Para los investigadores con respecto a este enfoque se puede determinar que el propósito de las comunidades virtuales es aportar recursos que favorecen la comunicación y el trabajo cooperativo donde el individuo puede desarrollarse y relacionarse con los demás, actuando así como un instrumento de socialización y de esparcimiento.

1.5.2 Tipos de Mundos Virtuales

LARA y MOTA (2011) mencionan los siguientes tipos:

- “Entretenimiento
- Educativo
- Comercial
- Comportamiento
- Desarrollo social y cultural” (p. 54)

Como investigadores manifestamos qué, los mundos virtuales ofrecen nuevas formas de comunicación y de socialización entre las personas. Hoy en día los mundos virtuales permiten rebasar los límites de la comunicación.

1.6 Diseño

Diseñar es concebir un proyecto y éste se constituye de elementos tendientes a la objetividad. La lógica es su principio: si un problema se describe lógicamente, dará lugar a una lógica estructural, cuya materia será lógica y, por consecuencia, lo será su forma. Un diseño bien realizado resulta de la práctica del oficio de diseño, donde la belleza de lo diseñado es mérito de la estructura coherente y de la exactitud en la solución de sus varios componentes. Lo bello, afirma MUNARI, "es consecuencia de lo justo" y esto se logra al dejar que el objeto se forme por sus propios medios.

La Escuela Nacional de Artes Plásticas define al diseño como: "Una disciplina que pretende satisfacer necesidades específicas de comunicación visual mediante la configuración, estructuración y sistematización de mensajes significativos para su medio social."

Como investigadores podemos considerar que el diseñar es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Esto significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño.

1.7 Diseño Gráfico

WONG, (1992) dice que el diseño gráfico debe "transportar un mensaje prefijado" además de dar la "mejor expresión visual de la esencia de algo". (p. 9).

Estas dos frases se las puede interpretar de la siguiente forma la primera de ellas parece situar al diseño en una proximidad del ámbito de la comunicación, en el sentido que ésta tiene de proceso educacional y profesional. En la segunda se sitúa al diseño como algo cercano al ámbito de la filosofía, que tradicional e históricamente tiene que ver con la esencia.

VALERO, (2011) menciona que: “Diseño Gráfico es una actividad multidisciplinaria que tiene como función la transmisión de un mensaje determinado por nuestro cliente, a un público predeterminado (usuario), buscando con ello el provocar una respuesta anticipada y medible.” (p. 26)

Por tanto se toma en cuenta que buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de «algo», ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese «algo» sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.

1.8 Diseño Multimedia

Resumiendo de la Colección Fascículos Digitales Competencias en TIC (Tecnologías de Información y de la Comunicación) del autor SANTOS, (2005)

“El diseño multimedia coordina los diferentes soportes de la comunicación de una forma interactiva, originando un enlace participativo con el usuario.

Incorpora entonces, de manera compatible y estratégica, ideas básicas de la comunicación, como la interactividad, anexando aspectos del diseño de la imagen en sus múltiples soportes. Sugiere un criterio innovador para extender asuntos apoyados en un dinamismo visual que comprendan la atención del usuario, empleando en su procedimiento de creación medios de expresión digitales con el fin de comunicar.

Cuando la aplicación propone al usuario libertad para recorrer la presentación de designada información puede hablarse de un espacio multimedia interactivo, distinto de una presentación lineal en la que se encuentra un solo modo de visualización.” (p. 11-12)

LA METRO, (2014) enuncia que: “El diseño multimedia se ocupa de la comunicación de mensajes audiovisuales utilizando medios y herramientas informáticas, digitales y electrónicas, integrando a los más diversos públicos que se desarrollan en las diferentes áreas de la actividad”.

Como investigadores manifestamos qué, la finalidad de elaborar un producto multimedia es ofrecer un espacio comunicacional para establecer presentaciones educativas, comerciales, culturales o de entretenimiento. Pero sobre todo lo primordial es saber qué se quiere decir o transmitir para determinar el mensaje clave, sabiendo quién es el destinatario de ese mensaje.

1.8.1 Características de los multimedias

Según DUARTE, (2007) las siguientes, son las características que se le atribuyen a los multimedias:

- “Interactividad
- Dinamismo
- Flexibilidad
- Multidimensional
- Funcionalidad
- Modular la Información
- Acceso Multiusuario” (p.17)

1.8.2 Sistemas Multimedia

Resumiendo a BRAVO, (2005)

“El lenguaje de los sistemas multimedia está formado por la integración de los diferentes sublenguajes que lo constituyen en un nuevo lenguaje contradictorio a cada uno de los otros por separado. El lenguaje multimedia es un medio de comunicación basado en un soporte totalmente informático.

El lenguaje multimedia está formado por los siguientes elementos o sublenguajes:

- **Texto escrito.**- como elemento visual, el texto presenta una extraordinaria variedad de tipos, tamaños y colores que van a favorecer la lectura, centrar la atención, resaltar la información clave, y añadir objetividad.
- **Gráficos.**- para la creación de estas imágenes podemos partir de dos puntos absolutamente contrapuestos: La realidad o un referente real, y de la pura abstracción conceptual, de la que partimos para crear una imagen y otorgar al concepto un cierto grado de iconicidad.
- **Animaciones.**- pueden ser una abstracción de la realidad en movimiento o, al igual que las ilustraciones, proceder de un proceso de creación. La animación de imágenes con ordenador se puede hacer mediante programas adecuados, tanto en 2D como en 3D.
- **Las fotografías.**- nos permiten incorporar en el multimedia imágenes con un gran parecido a la realidad ya que nos acerca a mundos lejanos, pasados e, incluso, mediante la recreación de una determinada puesta en escena, a situaciones inventadas o ficticias.
- **El sonido.**- incorpora una nueva dimensión al lenguaje visual ya que dan realismo o precisión a la imagen, transportándonos a mundos imaginarios y ayudan a crear el universo expresivo del creador multimedia.
- **El vídeo.**- aporta al lenguaje multimedia una gran capacidad expresiva capaz de construir o recrear una realidad nueva o acercarnos a mundos reales a través de la objetividad de las imágenes documentales. Este por sí solo transmite cualquier mensaje, por complejo que éste sea.
- **La interactividad,** otorga a los multimedia grandes posibilidades como medio de expresión. Aquí se combinan los distintos medios expresivos que

lo conforman, siempre a petición del usuario. Este será el que lleve a cabo el montaje como ordenación secuencial y rítmica del contenido”. (p. 37-45)

1.8.3 Guión Multimedia

El guión resulta indispensable siempre que se quiera poner en marcha una producción medianamente compleja. Ya que el guión permite planificar y ejecutar el programa en el menor tiempo posible.

BRAVO, (2005) cita qué: “El guión del multimedia es un documento compuesto que presenta una estructura inicial en forma de árbol donde se recogen los eventos que lo constituyen y la forma de acceder a cada uno de ellos” (p.51).

Como investigadores podemos señalar que un guión es un suceso bien sistematizado y contado en imágenes de la historia que se desarrollará en el producto audiovisual. Tiene como primicia la interactividad, ya que se pretende que el usuario no solo vea imágenes, sino que tenga la conformidad de ver algo diferente e interactúe con ello. Por ende la finalidad del guión multimedia se basa en buscar lo que el cliente quiere mostrar, para interpretar y realizar el guión como lo desea el cliente.

TABLA N° 1.3 EL GUIÓN MULTIMEDIA

El guión multimedia
<ul style="list-style-type: none">• Expone, ordena y articula todos los elementos y recursos que intervienen en el proceso de comunicación.• Aporta la estructura que permita al director convertir el relato en multimedia.• Aparecerán detallados cada uno de los elementos que lo integran y las relaciones entre ellos que permiten la navegación.

Fuente: BRAVO, Juan (2005, p. 50)

Elaborado por: Equipo de trabajo

1.8.4 Técnicas de elaboración de un Guión Multimedia

GRÁFICO N° 1.3 TÉCNICAS DE ELABORACIÓN DE UN GUIÓN MULTIMEDIA



Fuente: BRAVO, Juan (2005, p.61)

Resumiendo a BRAVO, (2005) fases del guión definitivo:

- **“La idea.-** es el punto de partida de cualquier relato. Puede ser original del guionista, del realizador, del productor o de la empresa o institución que lo encarga. La idea se verá reflejada en el título.

GRÁFICO N° 1.4 CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES DE LA IDEA



Fuente: BRAVO, Juan (2005, p.62)

Al establecer la idea sobre la que se centra el multimedia debemos considerar que existe un tope en la capacidad que tienen los oyentes para seguir con atención desarrollo de un determinado tema y un límite a la cantidad de información que una persona puede recibir.

- **La escaleta de eventos** en multimedia es la unidad básica de información que el sistema puede suministrar, tiene un principio y un fin en el tiempo de ejecución preestablecido, no obstante el usuario le puede poner fin en cualquier momento.
- **El guión de contenidos.**- es un escrito detallado procedente de un trabajo de investigación, que sirve de base para la creación del multimedia. Esta documentación incluirá la consulta a especialistas, fuentes documentales y el conocimiento de gentes, lugares y procesos que han de ser escritos en el guión definitivo.
- **El guión multimedia.**- es la cristalización de todo el proceso anterior en una estructura narrativa susceptible de ser convertida en un relato multimedia. El guión es un medio y no un fin”. (p. 60 -67)

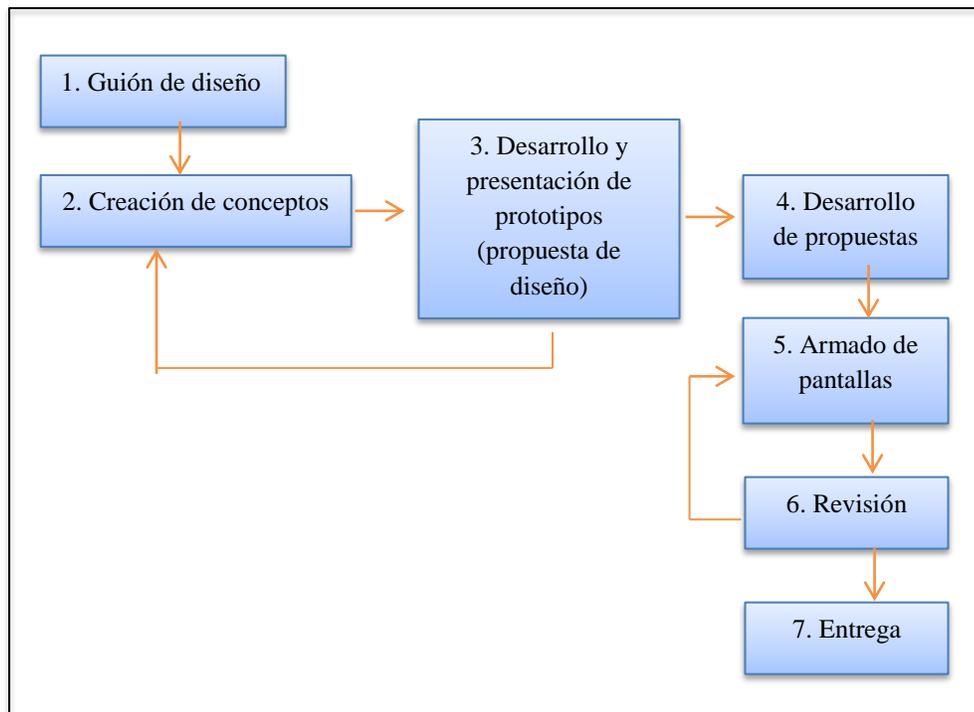
1.8.5 Elementos del Guión Multimedia

Resumiendo a BRAVO, (2005)

1.- “Portada.- cabecera o primera plana, es la imagen inicial que recibe el usuario. Es un evento o **secuencia de eventos** que informa a éste de aspectos relacionados con el multimedia en sí.

2.- Interfaz Gráfica.- Es uno de los elementos más significativos de cualquier técnica computacional, pues funciona como el enlace entre el humano y la máquina.

GRÁFICO N° 1.5 PROCEDIMIENTOS PARA EL DISEÑO DE INTERFACES



Fuente: MORALES Alejandra, (2009)

Elaborado por: Equipo de trabajo

Métodos de acceso a la información:

- **Botones.-** a través de una serie de botones, con sus correspondientes iconos descriptivos, se marcan al usuario las opciones de navegación que tiene en cada momento.
- **Hipertexto.-** una serie de palabras remarcadas a lo largo de un texto nos dan acceso a informaciones complementarias o a otros eventos integrantes del multimedia.
- **Hipergráfico.-** son imágenes normales sobre las que al situar el ratón, el puntero cambia de forma o ésta aparece resaltada.
- **Hipermedia.-** pueden aparecer señalados textos o imágenes y haciendo clic o doble clic con el ratón acceder a otro evento del multimedia.

- **Barras de desplazamiento.-** desplazando la barra mediante el ratón podemos acceder de forma inmediata a distintas partes del evento o de la secuencia de eventos.
 - **Barra de herramientas.-** conjunto de iconos agrupados con forma de botón. Cada uno de ellos está diseñado para cumplir una misión concreta que nos permitirá acceder a diferentes e, incluso, alguna parte concreta de estos.
- 3.- **Sintonía inicial.-** debe abarcar la portada o cabecera y dar paso al interfaz de usuario, donde estará presente hasta que aparezca el primer evento con su propia banda sonora. Debe ser una melodía breve para que aparezca completa antes de que el usuario empiece a interactuar.

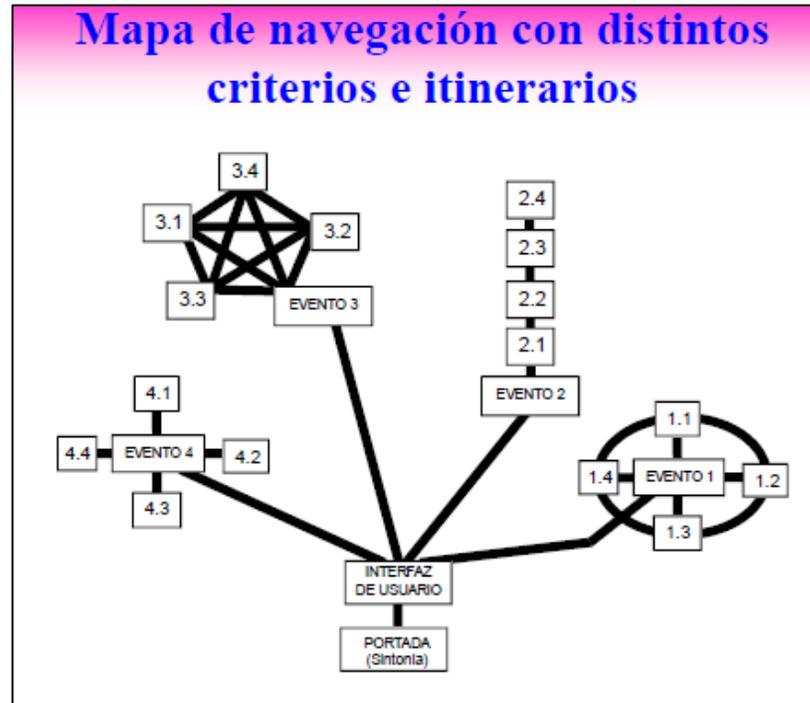
GRÁFICO N° 1.6 LA EXPERIENCIA DEL USUARIO



Fuente: TOSETE, Francisco (2002)

4.- Mapa de navegación

GRÁFICO N° 1.7 MAPA DE NAVEGACIÓN



Fuente: BRAVO, Juan (2005, p .70)

- **Acceso Lineal.**- que comienza en un punto inicial, indicado como salida, y se va avanzando como si fueran las páginas de un libro hasta llegar al final.
- **Acceso Circular.**- existe un núcleo central donde se enlazan a él caminos circulares. Hay que hacer el recorrido completo y salir al central para abandonar la aplicación.
- **Acceso libre o en estrella.**- permite llegar desde un evento a cualquier otro de los que forman parte del multimedia. Tiene la gran ventaja de que el usuario se convierte en el auténtico director de la explotación al ir de un punto a otro con total libertad.

- **Texto.**- hoja escrita procedente de un procesador de texto donde irán las palabras remarcadas y los párrafos organizados de acuerdo con las características ya descritas.

TEXTO

Título

Secuencia de evento nº.....

Síntesis.-

TEXTO

- **Animación.**- Con la presentación detallada del story board de las distintas imágenes que componen la animación.
- **Vídeo.**- Hoja dividida en dos columnas donde en la izquierda figura la descripción de la imagen y en la derecha el apoyo sonoro o en story board con la descripción dibujada de la imagen.” (p. 66-72)

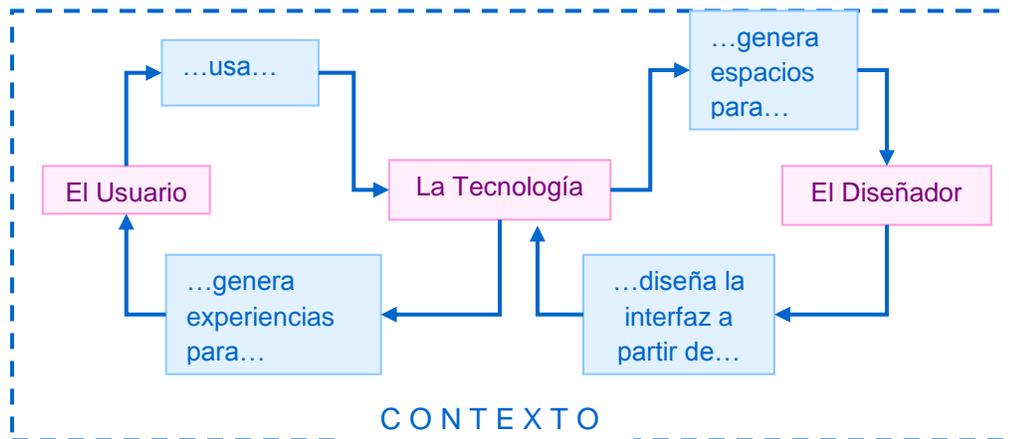
IMAGEN DINÁMICA

Título

Secuencia de evento nº.....

Síntesis.-

GRÁFICO N° 1.8 RELACIÓN ENTRE DISEÑADOR, TECNOLOGÍA Y USUARIO EN UN CONTEXTO DETERMINADO



Fuente: (Royo, 2004)

1.9 Diseño Tridimensional

En una representación tridimensional los elementos tienen un espacio de tres dimensiones: alto, ancho y largo. Lo primordial es que su volumen es real por tanto debe funcionar y ser coherente desde todos sus ángulos o perspectivas.

MORA, (2010) dice que: “El diseño tridimensional se basa en el diseño destinado a objetos físicos o virtuales en la cual la tercera dimensión representa la profundidad”. (p. 28)

Aunque no solo puede referirse a un diseño tridimensional como un objeto físico pues también puede ser trabajado a través de un espacio virtual y no por esto pierde sus propiedades de profundidad.

1.9.1 Elementos que integran el diseño tridimensional

Resumiendo a CKANDRÉS, (2013)

“Las tres direcciones primarias:

- Dirección vertical, que va de arriba hacia abajo
- Dirección horizontal, que va de izquierda a derecha
- Dirección transversal, que va hacia delante y hacia atrás.

Las tres perspectivas básicas:

- Una visión plana: la forma tal como es vista desde arriba.
- Una visión frontal: tal como es vista desde adelante.
- Una visión lateral: la forma tal y como es vista desde el costado.

1. Elementos conceptuales: Son aquellos elementos que no son visibles pero que pueden percibirse; tales como el punto, la línea, el plano y el volumen.

2. Elementos visuales: Estos elementos son los que podemos percibir por medio de los sentidos en especial de la vista, son: figura, tamaño, color, textura.

3. Elementos de relación: Hace referencia a la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño que pueden ser percibidos, como la dirección y la posición; otros en cambio pueden ser sentidos, como el espacio y la gravedad.

4. Elementos constructivos elementos utilizados como componentes del diseño tridimensional tales como vértice, filo y caras”. (p. 39)

1.10 Objeto

Los lenguajes de POO (Programación Orientada a Objetos) proponen medios y herramientas para describir los objetos manipulados por un programa. Más que detallar cada objeto individualmente, estos lenguajes proveen una construcción (Clase) que describe a un conjunto de objetos que poseen las mismas propiedades.

En este enfoque de programación, se facilita evitar la repetición de código, no sólo a través de la creación de clases que hereden propiedades y métodos de otras, sino

además que el código es reutilizable por sistemas posteriores que tengan alguna similitud con los ya creados.

CARBALLO, (2007) cita qué: “Es una entidad (tangible o intangible) que posee características y acciones que realiza por sí solo o interactuando con otros objetos” (p.1)

Los objetos de interés durante el desarrollo de software no sólo son tomados de la vida real, también pueden ser abstractos. En general son entidades que juegan un rol bien definido en el dominio del problema. Un libro, una persona, un carro, un polígono, son apenas algunos ejemplos de objeto.

Para los investigadores la Programación Orientada a Objetos constituye una buena opción a la hora de resolver un problema, sobre todo cuando éste es muy extenso. Por tanto se designa objeto a un elemento divisado por los sentidos, el objeto determina el aspecto de la realidad que este tipo de conocimiento toma en consideración.

TABLA N° 1.4 FUNCIONES DEL OBJETO EN EL CAMPO DIDÁCTICO

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Fijan la imagen del concepto▪ Se transforman en elementos de referencia▪ Atraen la atención del público▪ Son enigmas para resolver▪ Mediante los objetos se puede formular hipótesis y desarrollar el método de análisis▪ Permite desarrollar inducciones históricas▪ Contribuyen a desarrollar la imaginación▪ Su uso permite situaciones empáticas▪ Actúan como inclusor▪ Permiten las aportaciones personales de los visitantes▪ Son un soporte de la memoria |
|--|

Fuente: SANTACANA, Joan (2007, p.84)

1.11 Modelado 3D

Resumiendo a KETCHUM, (2011)

“El modelado en 3D es el procedimiento a través del cual los modeladores crean personajes, objetos y escenas que los cineastas emplean tanto para las películas de animación como para los efectos especiales en las películas de acción en vivo. La técnica de modelado 3D se basa de cinco ideas interrelacionados.

- ***Preparación.-*** El modelador debe crear una serie de bocetos para el diseño. Sin embargo, él debe preguntar a su cliente, acerca de todo lo vinculado con el proyecto.
- ***Imágenes de referencia.-*** El modelador coge los bocetos y los escanea en la computadora. Las imágenes se importan a un programa de modelado y se ubican en el programa como referencias.
- ***Modelado inicial.-*** Con las imágenes de referencia ubicadas, el diseñador 3D empieza el modelado. Existen algunos métodos utilizados en el modelado 3D.
- ***Refinamiento del modelo.-*** Al crear la forma básica, el modelador puede comenzar a refinarlo. Es decir, el ajuste de los puntos y los bordes debe quedar adecuadamente para cuando la figura ordene moverse.
- ***Suavizado.-*** Cuando el suavizado se adapta a un modelo, el programa elabora un número de polígonos para éste, originando una apariencia más natural, suave y facilitando así la construcción de modelos 3D vivos.”
(p. 41-42)

Conforme el criterio grupal, el modelado en 3D será considerable en los próximos años. No exclusivamente por la importancia que está logrando la impresión 3D, sino además porque se ajusta a un mercado que se está incrementando cada vez más.

1.12 Alfarería

Los orígenes de la alfarería se encuentran hace más de 10.000 años, en la Era Neolítica, donde el sustento de los pueblos se centraba en el cultivo de la tierra. No obstante, los vestigios más antiguos de la alfarería se encuentran en la cerámica Jomon proveniente de Japón hace unos 12.000 años. En Latinoamérica, específicamente en el Perú, se han encontrado objetos de alfarería muy antiguos, los de Kotosh-Huayrajirca, que datan de alrededor del año 1850 antes de Cristo. Estos recipientes, que estaban pintados de rojo y amarillo, no sólo cumplían con el rol contenedor, sino que además servían como objetos decorativos, y muchas veces eran utilizados en rituales sagrados.

ARDUINO, (2008) dice: “La alfarería es un sinónimo de cerámica, y proviene del término árabe alfahar, que parece significar el taller donde se confeccionan piezas cerámicas”. (p.17)

Conforme lo investigado podemos considerar qué: La cerámica y la alfarería están íntimamente relacionadas. Hoy en día, con la utilización del torno, los alfareros pueden crear a partir de la arcilla objetos redondos y simétricos como vasijas, platos, y cilindros. En nuestro país existen dos clases de alfarería aquella que se dedica a la producción, es decir, un gran número de piezas similares y la alfarería artesanal o artística donde se elaboran piezas únicas.

1.12.1 Arcilla

Según LEACH, (2009) en su Manual del Ceramista expresa qué:

“Ciertas tierras y rocas pulverizadas forman, cuando se combinan con el agua, una pasta suficientemente homogénea con la que se modelan formas llamadas piezas verdes, las cuales al endurecerse por la acción del fuego, se convierten en el producto llamado cerámica”. (p. 34)

AVGUSTINIK, (1983) cita que: “roca sedimentaria dispersa y compuesta por partículas de minerales hojosos compuestos esencialmente de silicatos de aluminio hidratados, y que, en su mayor parte, se hallan como fracción pelítica (de 1 a 0,01 micras) e impurezas de otros minerales acompañantes”. (p. 66)

La arcilla en forma natural se puede clasificar de manera general en dos tipos:

1.- Arcillas que se derivan del lecho de la roca directamente del sitio de afloramiento, denominadas: primarias. Son las menos plásticas

2.- Arcillas formadas por procesos de erosión (ríos, glaciares, viento y mar) que se denominan secundarias o sedimentarias son las más utilizadas en la alfarería.

La creación de objetos decorativos, prácticos o artísticos se realiza a partir del modelado de arcilla blanda, por lo general, se realiza modelando la arcilla con las manos sobre una base que gira incesantemente, haciendo que la arcilla se mueva hacia arriba y hacia fuera.

1.12.2 Cerámica

Los historiadores creen que la cerámica surgió en el periodo neolítico por la necesidad de crear recipientes que permitieran guardar el excedente de las cosechas. Dicha cerámica era moldeada a mano y se secaba al sol o alrededor del fuego.

Existen distintas técnicas y productos vinculados a la cerámica. La porcelana, un material duro y translúcido que suele ser de color blanco, fue desarrollada en China entre los siglos VII y VIII.

ARDUINO, (2008) expresa: “Arte o técnica para producir objetos duros y resistentes, moldeados con la mezcla de arcilla y agua, y luego horneados a una temperatura de 600°C o más”. (p. 17)

Según nuestras consideraciones una pieza de cerámica es muy eficaz, tanto en dureza como en resistencia a las altas temperaturas y choques térmicos. Además, los componentes cerámicos resisten a los agentes corrosivos y no se oxidan.

1.13 Cerámica Precolombina

La cerámica es una de las manifestaciones artísticas más diversas y hermosas del arte precolombino. Sin embargo, los americanos anteriores a la llegada de Colón no conocieron la rueda, ni el torno de alfarero menos aún el vidriado, aunque obtuvieron cierto hermetismo gracias al bruñido.

1.13.1 División de los distintos periodos

Resumiendo a PATIÑO, (2010)

1. “El periodo formativo

Las primeras cerámicas significativas las encontramos en el área de la costa ecuatoriana, las llamadas Venus de Valdivia, pequeñas figurillas en forma de mujer que darían lugar mucho más tarde a las figurillas de la Cultura Chorrera, de característicos ojos almendrados.

La cerámica en el arte precolombino: una aproximación cerámica de Chavín, y en el área Olmeca las características cabecitas con ojos que recuerdan los granos de café, de carácter funerario.

2. El periodo clásico

La cerámica teotihuacana suele presentar pintura post-cocción con motivos míticos y son famosas las vasijas cilíndricas trípodes con tapadera cónica. En el área maya destacan, sin embargo, las cuidadas figurillas funerarias, de gran valor etnográfico.

En el área andina aparecen en este periodo dos de las cerámicas más bellas:

- La policromada cerámica mochica, que suele tener formas antropomorfas (guerreros) y una característica asa en forma de estribo. A veces aparecen temáticas eróticas. Además, aparecen también vasos dobles, trípodes, etc., que evidencian un gran dinamismo en cuanto a los contactos con las culturas vecinas.
- La cerámica nazca, de viva policromía con planos geométricos de brillante colorido, motivos muy estilizados, con diseños muy abstractos y formas muy vivas, imaginativas y variadas.

3. *El periodo posclásico*

La cerámica más bella del periodo en el área mexicana es la mixteca, de gran colorido y caracterizada por sus soportes zoomorfos, a veces trípodes, en forma de cabeza de águila o serpiente. En el área andina destacará un gran número de tipos cerámicos:

- En la zona ecuatoriana aparecen dos tipos muy vistosos: el de la cultura Manteña o Huancavilca, en la que destacan los grandes floreros negros con representaciones de caciques sedentes; y los de las culturas de la sierra (Cultura Cañari), con decoración de cabezas-clava zoomórficas.
- Las cerámicas de estilo wari tienen decoración tricolor y diseños geométricos, que darán paso, tras la caída del imperio, a las cerámicas chimúes, de típico color negro brillante, que recuerda a la cerámica mochica.
- Por último, la cerámica inca es muy homogénea en la decoración, que suele ser geométrica con colores ocre, rojos o negros sobre fondo crema. Sin embargo, sus formas son muy variadas”. (p. 5-6-7))

1.14 Cerámica Actual

El desafío del arte actual consiste en comprender y definir el arte contemporáneo en general; a veces no resulta demasiado fácil de valorar, sobre todo, cuando se hace en el mismo momento en que se produce. En consecuencia, la filosofía y la crítica del arte, después de contemplar y tener en cuenta todo lo acontecido en el arte del último siglo necesitarán otras formas de ver y analizar. Formas que permitan contemplar de un modo más plural y sin prejuicios para ver con claridad aquello que quizá no vemos, o mejor dicho resulta más complicado de ver.

MARTÍN, (2012) menciona que: “Las tendencias vanguardistas reivindican un concepto de artesanía contemporánea más abierta al futuro caracterizada por su diseño e innovación”. (p. 39)

Para los investigadores se puede mencionar que la historia de la cerámica va unida a la historia de casi todos los pueblos del mundo. Abarca sus mismas evoluciones y su estudio está unido a las relaciones de los seres humanos que han permitido el progreso de este arte.

1.14.1 Fabricación de Componentes Cerámicos

DIARIO INMOBILIARIO, (2010) enuncia:

- “Selección de la materia prima, integrada preferentemente por nitratos de silicio, carburo de silicio, óxido de circonio, etc.
- Una vez elegidos los materiales básicos se procede a molerlos hasta conseguir un polvo finísimo o y se mezcla en la proporción más adecuada.
- Se introduce el polvo en el molde que conformará la pieza.
- Se somete a la prensa estática (llamada así porque actúa en todas las direcciones) a presiones muy altas, hasta 3000 kilos por centímetro cuadrado.
- Se cuece al horno a una temperatura de entre 1600 y 2000 grados centígrados. El proceso de prensado y cocción se denomina sinterización.

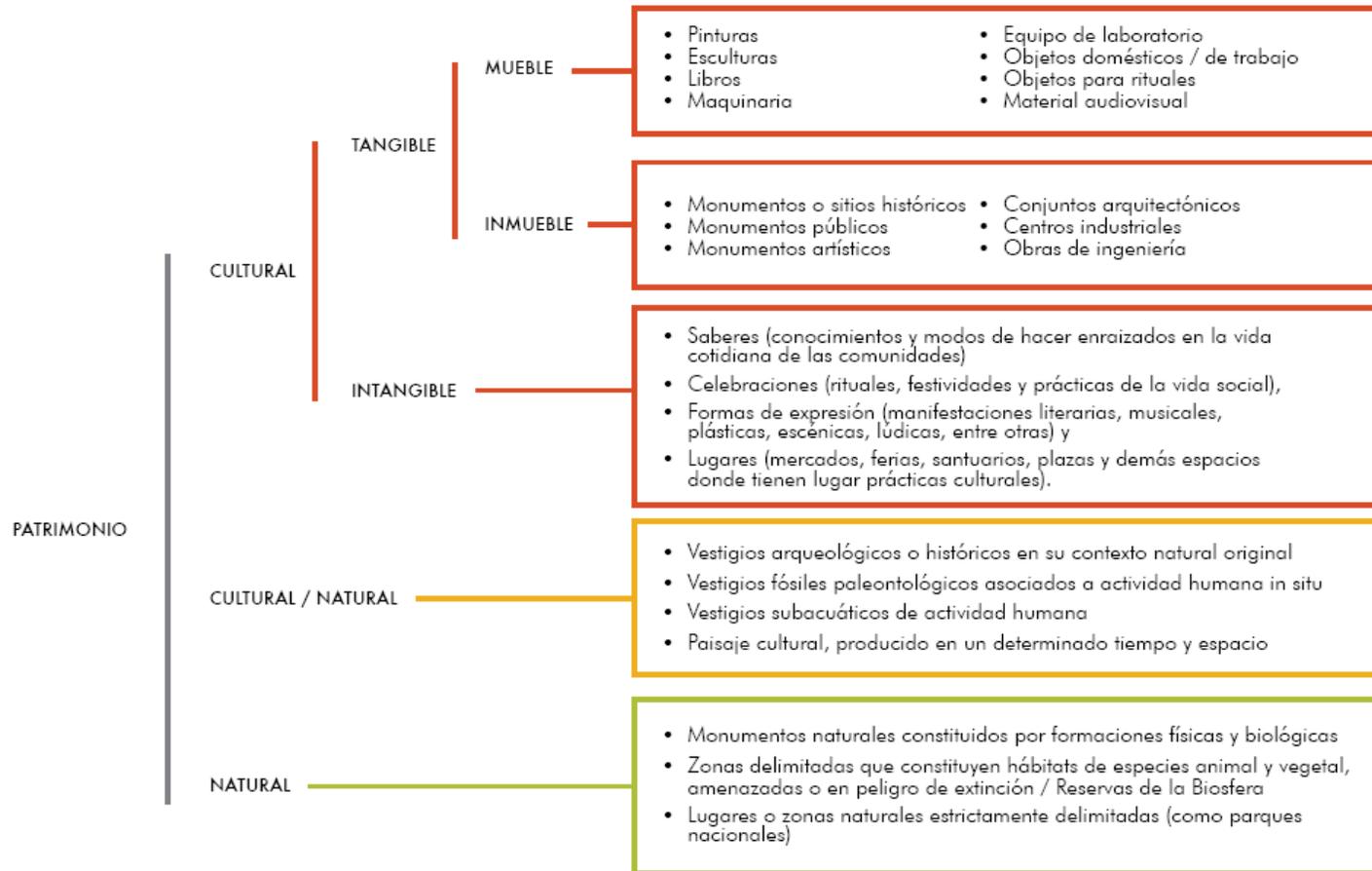
- Sin embargo las piezas no salen absolutamente perfectas de la prensa y a algunas se las impone un posterior ajuste de calibración.
 - Como alternativa se está investigando nuevos métodos de tratamiento de las superficies cerámicas basado en ultrasonidos.
 - La última fase del proceso de fabricación es el control de calidad. La técnica del **vidriado** hace posible el aumento de las posibilidades decorativas y de la variedad de acabados, se puede decorar con pintura, efectuando relieves, etc”.
- (p. 26)

Consideramos que, la alfarería ha sido para muchas poblaciones un recurso vital durante siglos. Pero, con el paso del tiempo y con el surgimiento de las nuevas sociedades, las necesidades han cambiado y la tradición alfarera ha trabajado con nuevos materiales y modelos productivos.

1.15 Patrimonio

DECARLI, (2007) enuncia que: “El patrimonio es el conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente, y que una generación hereda / transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia”.

GRÁFICO N° 1.9 SUBCLASIFICACIÓN DEL PATRIMONIO:



Fuente: Tu conexión al Patrimonio Latinoamericano

1.15.1 Patrimonio Cultural

Resumiendo a la FUNDACIÓN ILAM, (2014):

“El patrimonio cultural es el conjunto de bienes tangibles e intangibles, que establecen la herencia de un grupo humano, que fortalecen emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como característicos.

Por tanto, el Patrimonio Cultural como resultado de la creatividad humana, se hereda, se transmite, se modifica y se optimiza de individuo a individuo y de generación a generación.” (p. 17)

1.15.2 Patrimonio Tangible

Resumiendo a la FUNDACIÓN ILAM, (2014) explica que:

“El patrimonio tangible está compuesto por objetos que tienen materia física y pueden ser guardados y restaurados por algún tipo de intervención; son aquellas expresiones sustentadas por elementos materiales fruto de la arquitectura, la arqueología, la artesanía, etc.

- ***Bienes muebles:*** son los artículos materiales de la cultura, capaces de ser trasladados de un lugar a otro. Tales como: pinturas, esculturas, maquinaria, libros, objetos domésticos, objetos de trabajo, etc.
- ***Bienes inmuebles:*** son bienes amovibles que son expresión o testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y por tanto tiene un valor arqueológico, histórico, artístico, científico y/o técnico. Ejemplo: un acueducto, un molino, una catedral, un sitio arqueológico, un edificio industrial, el centro histórico de una ciudad, etc.” (p. 19)

1.15.3 Difusión del Patrimonio

FERNÁNDEZ y SOSPEDRA, (2007) expresan qué: “Se trata de un proceso complejo que abarca las funciones de documentar, valorar, interpretar, manipular, producir y divulgar no ya el objeto en sí, sino un modelo comprensible y asimilable de dicho objeto en su relación con su pasado histórico y su medio presente” (p. 349).

GANT, (2001) enuncia que: “Una buena política de difusión debe alcanzar el objetivo de la democratización del acceso a la cultura como factor que contribuye al avance y a la elevación del nivel de libertad e igualdad” (p. 59)

Para los postulantes en una acción de difusión lo importante no es el medio por el que se realiza, sino el mensaje y los instrumentos utilizados. La difusión es uno de los pilares de la gestión del patrimonio ya que representa la principal herramienta para la conservación preventiva de un legado.

1.15.4 Interpretación del Patrimonio

La interpretación no es un fenómeno nuevo sino que es una de las prácticas más antiguas de transferencia cultural. El término interpretación está unido a la historia de los parques naturales americanos, ALDRIDGE cita dos factores principales para el origen de esta expresión:

- 1.- Los parques nacionales de EE.UU, inspirados en la idea del disfrute público y la conservación de la naturaleza
- 2.- Los parques de la vida cotidiana escandinavos, cuya finalidad era divulgar la etnología regional del norte de Europa.

FERNÁNDEZ y SOSPEDRA, (2007) describen: “La interpretación del patrimonio como una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones mediante el uso de objetos originales, por un contacto directo con el recurso, o mediante elementos ilustrativos, no limitándose a dar una mera información de los hechos”. (p. 351)

Considerando estos argumentos actualmente la interpretación es un método para acercar el patrimonio al ciudadano a través de una gran variedad de recursos de presentación y animación, con el objetivo de aprehensión y utilización del mismo con finalidades culturales, educativas, sociales y turísticas.

1.15.5 Interpretación del patrimonio en un entorno virtual

MORALES, (2001) enuncia que la interpretación en un entorno virtual debe:

1. “Ser considerada como un eficaz instrumento de gestión.
2. Ir dirigida al público en general.
3. Ser una actividad libre y voluntaria.
4. Mantener el contexto recreativo en que se encuentra el visitante.
5. Ser inspiradora, que llegue al espíritu de los individuos.
6. Estimular el uso de los sentidos.
7. Ser motivadora y provocativa
8. Ser sugerente y persuasiva.
9. Estimular la participación activa.
10. Orientar e informar sobre hechos concretos.
11. Estimular el sentido crítico.
12. Entregar un mensaje claro.
13. Entregar un mensaje breve
14. Ser comunicación atractiva.
15. Revelar significados e interrelaciones
16. Contribuir a la concienciación ciudadana.
17. Tener la presencia del objeto real.
18. Utilizar, dentro de lo posible, actividades personalizadas”. (p. 63)

1.16 Promoción Cultural

Para desarrollar una estrategia de promoción cultural, se hace uso de distintos medios que sirven como herramientas para transmitir el mensaje deseado; la televisión, radio, los medios impresos, entre otros, son algunos de los más utilizados para la difusión de dichos mensajes.

La UNESCO define: “A la animación cultural como conjunto de habilidades sociales que tienen como propósito estimular la iniciativa y la participación de las comunidades en el proceso de desarrollo personal y en la dinámica global de la vida en que están integradas”.

Consideramos que, en la promoción cultural los mensajes usados en las redes sociales, no sólo deben de cumplir la función de informar, deben de crear interés o expectativa, y a veces hasta educar; ya que la variedad en contenido y forma de mensajes que se emitan, es fundamental para complementar la información y evitar el desinterés o aburrimiento.

1.17 Turismo Comunitario

Resumiendo a la FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR, (2010) manifiesta que:

“El turismo comunitario es el nexo de la comunidad con los visitantes desde una óptica intercultural en el acrecentamiento de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, respaldando el manejo apropiado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados

Se puede mencionar también que el Turismo Comunitario simboliza a un Turismo Responsable, en el respecto del medio ambiente y de la sensibilidad de la

Comunidad huésped. Impulsando al visitante a mantener un comportamiento responsable”. (p. 24)

1.17.1 Cuáles son los ejes del turismo comunitario

1. Fortalecimiento organizativo.

- Consolidar una estructura organizativa fuerte
- Tomar decisiones consensuadas con visión de grupo.
- Resolver conflictos internos con autonomía e independencia.

2. Revitalización cultural.

- Revalorar los principios y valores ancestrales que sustentan las relaciones de convivencia en comunidad y con la pachamama.
- Retomar nuestros símbolos.
- Recuperar la sabiduría y técnicas ancestrales en la arquitectura, medicina, agricultura...
- Revitalizar las expresiones culturales como la música la danza, ritualidad, mitos, cuentos, leyendas.
- De-colonizar nuestra forma de pensar, de hacer y de ser.

3. Gestión del territorio.

- Generar un proceso de restauración y revitalización de los lugares sagrados: caminos, terrazas, etc.
- Defender el territorio de las actividades extractivistas con propuestas alternativas de manejo consensuado del patrimonio natural y cultural.
- Delimitación del territorio de las comunidades, pueblos y nacionalidades.
- Garantizar la soberanía y seguridad alimentaria de las comunidades.
- Exigir el cumplimiento de los derechos colectivos, de la naturaleza y humanos consagrados en la constitución.

- Recuperar y valorizar las técnicas ancestrales de manejo del suelo, cultivos tradicionales

4. *Economía solidaria.*

- Dinamizar e integrar la economía local
- Fortalecer la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios.
- Desarrollar nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables.
- Aportar a la economía nacional a través del turismo comunitario.

1.18 Museo Comunitario

Los museos comunitarios suponen un paso más allá en el largo proceso de renovación museológica. El sorprendente hecho de que ciertas comunidades decidan levantar sus propios museos como clave ideológica, que en determinadas ocasiones, puede ser usado para el desarrollo de estas poblaciones.

MUSEO REGIONAL COMUNITARIO CUITLAHUAC, (2002) menciona que: “El Museo Comunitario es la vida de un pueblo donde dejamos plasmado nuestro pasado y así; dejar huella a las futuras generaciones”. (p. 15)

Los protagonistas son los pobladores locales, es desde ellos que nace la idea de tener un museo y son ellos los dinamizadores de su cultura dentro del mismo.

PAREDES, (2013) en el artículo del telégrafo “La Red de Museos Comunitarios del Ecuador” expresa:

“Un referente en la creación de museos comunitarios constituye México y al interior de este país la labor valiosa que lleva adelante la Unión de Museos Comunitarios de Oaxaca. Su tarea tiene un mérito especial porque los museos

nacen de un modelo de organización propio y autónomo de cada comunidad para que sus culturas no desaparezcan; para reivindicar sus derechos, preservar y valorar su identidad y patrimonio”. (p. 18)

Como investigadores consideramos que los museos comunitarios son elaborados por el interés propio de las comunidades que busca la participación de los mismos con el fin de responder a las necesidades culturales y sociales.

TABLA N° 1.5 LOS MUSEOS COMUNITARIOS

Museos Comunitarios	
La iniciativa nace de la comunidad	No es una imposición externa, al contrario se basa en una decisión de la comunidad.
El museo responde a necesidades y derechos de la comunidad	Sobre todo en situaciones donde la comunidad siente que puede algún patrimonio está en riesgo de perderse. Además de permitir la identificación de la comunidad con su cultura.
El museo es creado y desarrollado con participación comunitaria.	La base es el trabajo comunitario, ya que la idea misma del museo es convertir a los pobladores en actores de su proceso cultural y no en ser observadores pasivos.
Una instancia organizada de la comunidad dirige y administra el museo	Se debe contar con algún comité u otro tipo de organización vecinal, para hacer las coordinaciones del museo, tanto con los demás miembros de la comunidad como con los especialistas y profesionales que los asesoren.
El museo aprovecha los recursos de la misma comunidad	La comunidad provee de los recursos para organizar e implementar el museo, dándoles mayor autonomía sobre las decisiones y buscando la autogestión.
El museo fortalece la organización y al acción comunitaria	La experiencia organizativa exitosa promueve otras iniciativas en este campo.
La comunidad es dueña del museo	La comunidad se apropia de la experiencia de gestión y siente al museo como propio, promoviendo y fortaleciendo, en ese sentido la identidad local.

Fuente: Morales, Camarena y Valerian; (1994)

1.18.1 Objetivos del museo comunitario

Resumiendo a CAMARENA y MORALES, (2009)

- ***“Fortalecer la apropiación comunitaria del patrimonio cultural***, de sus bienes culturales materiales como de su memoria y sus tradiciones.
- ***Fortalecer la identidad***, al ofrecer diversos modos en las que sectores de la comunidad comprendan, interpreten, valoren y gocen su propia cultura.
- ***Mejorar la calidad de vida***, ofreciendo variados tipos de formación y produciendo ingresos a través de la promoción del arte popular y el turismo comunitario.
- ***Tender puentes hacia otras comunidades*** mediante el intercambio cultural y la creación de redes, patrocinando la solidaridad y la invención de proyectos comunales”. (p.15-16)

1.18.2 Los impactos de los museos comunitarios

Resumiendo a CAMARENA y MORALES, (2009)

1. ***“La preservación cultural***. El museo contribuye a resguardar elementos del patrimonio material, elementos no-materiales de la cultura y la memoria que están en riesgo de desaparecer.
2. ***El fortalecimiento cultural***. El museo ayuda a fortalecer las expresiones culturales propias de la comunidad, reforzando su presencia a través de su estudio, su proyección y su recreación
3. ***La presencia de la comunidad en su contexto social***.

Uno de los impactos significativos del museo comunitario es que da a conocer la localidad más allá de sus fronteras.

4. La generación de ingresos.

El museo impulsa la generación de ingresos a través de la promoción y venta del arte popular y la venta de servicios de turismo comunitario”. (p. 20-21)

1.18.3 Promoción del museo

Resumiendo a CAMARENA y MORALES, (2009)

“La promoción del museo se lleva a cabo a varios niveles. En primer lugar está la promoción al interior de la comunidad. Se deberá mantener una comunicación permanente con las escuelas para que los niños lo visiten continuamente y el museo pueda cumplir con su función de aprendizaje y fortalecimiento de la identidad. Por otro lado, habrá que aprovechar todos los medios de comunicación que existe en la comunidad: las asambleas, las radios comunitarias, los carteles y señalamientos.

Posibilidad de difundir las características y servicios del museo a través de medios:

- ***Guías publicadas*** que difunden los museos como parte de los atractivos de diversas regiones y estados.
- ***Páginas de Internet*** en ocasiones el museo puede elaborar el suyo propio; también puede participar en páginas de las redes de museos comunitarios o de otras organizaciones.
- ***Medios de comunicación*** masivos como la radio, la televisión y la prensa escrita.
- ***Medios impresos*** tales como trípticos y folletos que pueden distribuirse en escuelas, instituciones, hoteles y negocios”. (p. 109)

Consideramos que, el museo comunitario no sólo es una estancia que acoge objetos del pasado, sino que simboliza la posibilidad para los integrantes de la comunidad de aparecer ante los otros como sujetos con historia, como generadores y portadores de cultura.

CAPÍTULO II

2. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1 Datos Generales

2.1.1 Ecuador

Ecuador es un país con poco más de 250 mil kilómetros cuadrados de superficie y una población cercana a los 14 millones de habitantes. Su capital es Quito y se encuentra dividido en 24 provincias con sus correspondientes capitales. A su vez, estas provincias se encuentran distribuidas en cuatro regiones naturales.

- La Costa está dividida en seis provincias: Esmeraldas, Manabí, Guayas, Santa Elena, Los Ríos y El Oro.
- La Sierra está conformada por 11 provincias: Carchi, Imbabura, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas, **Cotopaxi**, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja.
- La región amazónica comprende las provincias de Orellana, Pastaza, Napo, Sucumbíos, Morona Santiago, Zamora Chinchipe.
- Región insular o Galápagos.

Además, Ecuador posee una división administrativa más compleja en cantones y parroquias, con una organización particular para las metrópolis en Distritos Metropolitanos.

2.1.2 Provincia de Cotopaxi

La Provincia de Cotopaxi, es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, localizada en la región sierra del país, al centro-norte del país. Su capital es Latacunga. La provincia toma el nombre del volcán más grande e importante de su territorio, el volcán Cotopaxi.

Cotopaxi se encuentra dividida políticamente en 7 cantones. Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Cotopaxi pertenece a la región centro 3 comprendida también por las provincias de Pastaza, Chimborazo y Tungurahua. Se espera que la ciudad de Latacunga sea ratificada como capital de la región central por parte de la Senplades

La provincia de Cotopaxi se encuentra conformada por 7 cantones tales como Latacunga, La Maná, Pangua, **Pujilí**, Salcedo, Saquisilí, Sigchos. Su población llega casi a los 300.000 habitantes de los cuales 100 mil son urbanos y 200 mil son rurales. El clima es templado, entre 12 y 17 °C. Se caracteriza por sus tradiciones populares y sus mercados artesanales. Su arquitectura es colonial española, sus calles adoquinadas y sus pequeñas casas hacen de esta provincia una de las más atractivas para el turismo. El turismo de aventura se extiende hasta los volcanes y los nevados, allí los turistas disfrutan de las maravillas que esta provincia les puede brindar.

2.1.3 Cantón de Pujilí

Según JACOME, (2009) en su obra Monografía de los Cantones de la Provincia de Cotopaxi en Ecos del tiempo, menciona: “Pujilí está ubicado a 10 km kilómetros al oeste de la ciudad de Latacunga, entre las cordilleras Central y Oriental de los Andes. Es la cabecera cantonal de la provincia de Cotopaxi y constituye uno de los atractivos turísticos más importantes de la región”. (p. 26)

Pujilí quiere decir posada de los juguetes, es una de las poblaciones más antiguas de la provincia. Fue fundada en 1570, su cantonización es el 14 de octubre de 1852, la altitud está a 2961 metros sobre el nivel del mar, su temperatura es 14 grados

centígrados. Pujilí tiene un área aproximada de 1305 Km. Cuadrados. El cantón Pujilí, se compone de ocho parroquias rurales que son: Angamarca, Guangaje, **La Victoria**, Pilaló, Pujilí, El Tingo y Zumbahua.

TABLA N° 2.1 POBLACIÓN DEL CANTÓN PUJILÍ URBANA RURAL

CANTÓN	PARROQUIA	URBANO	RURAL	TOTAL
Pujilí	ANGAMARCA	-	5,249	5,249
Pujilí	GUANGAJE	-	8,026	8,026
Pujilí	LA VICTORIA	-	3,016	3,016
Pujilí	PILALO	-	2,640	2,640
Pujilí	PUJILI	10,064	23,366	33,430
Pujilí	TINGO	-	4,051	4,051
Pujilí	ZUMBAHUA	-	12,643	12,643
	TOTAL	10,064	58,991	69,055
			MUJERES	36.319
			HOMBRES	32.736

Fuente: <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Elaborado por: Equipo de trabajo

Este es un pueblo eminentemente indígena con características propias de los mismos. Calles estrechas, casas con patios internos, iglesias coloniales, calles empedradas, gente amable y gentil. Pujilí tiene fama por su artesanía de cerámica. Durante la Colonia fue asiento misionero. Los famosos danzantes de esta tierra mía son los únicos en el mundo, las octavas de Corpus han logrado singular importancia hasta convertirse en una fiesta nacional e internacional.

2.1.4 Parroquia La Victoria

La parroquia La victoria, pertenece al cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, alcanza una población actual de 3.016 habitantes, los cuales un 9.3% es población indígena rural, el 60% se dedica a la artesanía en barro, el 25% a la agricultura y ganadería y el 15% han recibido educación superior.

2.1.4.1 Reseña Histórica de la Parroquia La Victoria

La parroquia La Victoria constituyó asentamientos indígenas que se dedicaban a la producción de alfarería y cerámica en tiempos preincaicos, incaico y durante la colonia, fue creada como parroquia el 10 de junio de 1935, lleva su nombre en coincidencia con la victoria del Dr. José María Velasco Ibarra, en las elecciones para presidente de la república del Ecuador, luego los moradores del Barrio Mulinliví plantean al municipio la parroquialización de su comarca siendo ascendida a parroquia rural del cantón Pujilí bajo el registro oficial número 190 el 15 de mayo de 1936.

Según JACOME, (2009) en su obra Monografía de los Cantones de la Provincia de Cotopaxi en Ecos del tiempo, menciona:

“La Alfarería tiene su origen en el barrio El Tejar. Allí extranjeros de la Misión Andina hace algunos años instalaron una fábrica de cerámica en la que trabajaron algunos artesanos del lugar, quienes aprendieron el proceso de elaborar objetos cerámicos”. (p. 25)

Desde 1991 el grupo de alfareros se hallan jurídicamente establecidos, existiendo organizaciones como la "Agrupación de Alfareros, Tejeros y Operarios".

2.1.4.2 Situación Geográfica de la Parroquia "La Victoria"

La parroquia La Victoria conocida como la capital Alfarera de Cotopaxi (donde también se ubica al viejo Pujilí) se encuentra ubicada a 6 km. Desde Quizacumbe punto referencial en la carretera Latacunga-Pujilí, en la parte centro occidental de la

provincia de Cotopaxi, su altura varía entre los 2900 a 3300 msnm políticamente pertenece al cantón Pujilí, limita al norte con la parroquia Poaló del cantón Latacunga, al sur y occidente por la parroquia Matriz del cantón Pujilí, al oriente por la parroquia 11 de noviembre del cantón Latacunga, cuenta con una superficie territorial de 21 ,6 km2 que corresponde al 1.68% del área del cantón Pujilí, con un clima templado a temperaturas promedios de 7 a 15 C.

2.1.4.3 Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural "La Victoria"

Está constituida por 3 comunas:

- El Tejar
- El Calvario
- Collantes Chucutisí
- Parte de Collas

Tiene los siguientes Barrios:

- Mulinliví Mosquera
- Mulinliví Oriente
- Mulinliví Norte
- Santa Rosa de Ilinchisí
- El Paraíso
- San José
- Santo Domingo
- Santa Rosa de Chilcaloma
- Centro (cabecera parroquial)

2.1.4.4 Artesanías de la parroquia "La Victoria"

El 60% de la población se dedica a la elaboración artesanal de objetos de alfarería y cerámica y en los hogares de los artesanos poseen talleres donde elaboran productos de gran variedad: Pundos, tinacos, hongos, cornetas, llamings, alpacas, maceteros,

ollas encantadas, cántaros, floreros, bases (elaboración de arreglos florales), tejas, tejuelos, ollas, platos, tasas, cucharas, cucharones, troncos, tronquitos, guarda tronquitos.

GRÁFICO N° 2.1 ARTESANÍA DE LA PARROQUIA LA VICTORIA



Fuente: <http://www.lavictoria.gob.ec/>(2014)

GRÁFICO N° 2.2 FERIA DE ARTESANÍA DE LA PARROQUIA LA VICTORIA



Fuente: Janeth Osorio | El Telégrafo

2.1.4.5 Cerámica en La Victoria

Las fiestas son un buen motivo para los alfareros y artesanos de La Victoria, porque es el momento de darse a conocer turísticamente. Los artesanos son personas que le dedican su tiempo a moldear vasijas de barro, ponedos, floreros, cepos, cuadros, utensilios para la cocina y adornos de todo tipo, incluso los personajes de los dibujos animados también son diseñados a base de barro.

El atractivo del lugar son los talleres de los artesanos, los cuales son admirados por los visitantes por los colores fuertes y atractivos. En cada objeto de cerámica están marcadas las vivencias, el folclor, el colorido del arco iris, la naturaleza de los paisajes, incluso la alegría y la tristeza que sienten los artesanos. Todos estos detalles son considerados a la hora de dar forma a una cerámica o pintar un cuadro, pues su creatividad no tiene límites.

GRÁFICO N° 2.3 PROMOCIÓN Y VENTA DE CERÁMICA



Fuente: La Hora (2011)

La economía de los habitantes se mueve en base a lo que ellos producen con sus hábiles manos. En las viviendas se almacenan cantidades de cerámica, la mercadería bien terminada se guarda en la parte interior de sus casas y los objetos que aún no están listos se exhiben en los grandes patios.

Es de esta manera como acogen al cliente exhibiendo el producto al aire libre. Los artesanos no tienen inconveniente en que los visitantes ingresen a la casa para que elijan el objeto que deseen llevar.

2.2 Diseño Metodológico

2.2.1 Tipos de Investigación

2.2.1.1 Investigación Bibliográfica

HERNÁNDEZ, (2006) señalan que: “La investigación bibliográfica resulta indispensable para el trabajo de los especialistas en las más variadas disciplinas, así como para las personas que trabajan en la producción y distribución de libros, como bibliotecarios, libreros o bibliófilos, y pueden constituir útiles fuentes de información para todo lector serio, ya que es aquella etapa de la investigación Científica donde se explora que se ha escrito sobre un determinado tema o problema.” (p. 84)

La investigación bibliográfica fue aplicada para recopilar información del pasado y con ello realizar un análisis de nuestro problema.

2.2.1.2 Investigación Aplicada

GIROUX y TREMBLAY, (2004) afirman: “Lo propio de la investigación aplicada es estudiar problemas concretos con objeto de proponer un plan de acción para decidir o intervenir eficazmente en una situación dada.” (p. 58)

La investigación aplicada se la conoce también como práctica o empírica, fue empleada para la resolución práctica de nuestro problema para dar una solución eficiente y eficaz.

2.2.1.3 Investigación Descriptiva

ARIAS, (2012) menciona que. “La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere” (p.24)

La investigación descriptiva conocida también como investigación estadística, fue aplicada para la observación y descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas de la parroquia “La Victoria”.

2.2.2 Métodos de Investigación

2.2.2.1 Método Analítico-Sintético

RUIZ, (2007) cita qué: “El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.” (p. 29)

ROSENTAL y LUDIN, (1979) menciona qué: “La síntesis une lo general y lo singular, la unidad y la multiplicidad en un todo concreto, vivo. La síntesis completa al análisis y forma con él una unidad indisoluble.” (p. 12)

El Método Analítico- Sintético se relacionan y se complementan por tanto fueron utilizadas para determinar las causas a los efectos que conlleva la realización de esta tesis.

2.2.2.2 Método Hipotético-Deductivo

BERNAL, (2006) menciona qué: “El método Hipotético – Deductivo consiste en un procedimiento que parte de unas afirmaciones en calidad de hipótesis y busca contradecir o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos.” (p. 57)

Según la perspectiva grupal el método Hipotético – Deductivo fue empleado para resolver la hipótesis, a través de conclusiones conforme a los hechos, ya que este método ayudará a tener una visualización más clara del problema que tiene la parroquia La Victoria, esto a su vez permitirá dar una afirmación anticipada de lo que se quiere realizar y de los beneficios que dará a la parroquia.

2.2.2.3 Método Descriptivo

SAMPIERI, (2006) dice qué: “El Método Descriptivo buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren.” (p. 31)

El Método Descriptivo fue indispensable la tesis ya que será favorable en la recolección de datos sobre la base de la hipótesis, exponiendo y resumiendo la información de manera cuidadosa para luego analizar minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al desarrollo de la tesis.

2.2.3 Técnicas de investigación

2.2.3.1 Entrevista

SAMPIERI, (2006) enuncia que. “Las entrevistas implican que una persona calificada aplica el cuestionario a los sujetos participantes, el primero hace las preguntas a cada sujeto y anota las respuestas.” (p. 51)

La primera entrevista fue aplicada al presidente de la Junta Parroquia de la Victoria Sr. Galo Jiménez, quien con su colaboración determinará sus conocimientos acerca de la parroquia. También se efectuó la entrevista al Ing. Lenin Tamayo docente de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad quien es especializado en animación 3D, sus saberes fueron indispensables para especificar el plan de trabajo en el desarrollo del capítulo 3. Finalmente se ejecutó otra entrevista al M.sc Juan Carlos Fernández Catalán docente de la UTE quien tiene referencia sobre museos comunitarios.

2.2.3.2 Encuestas

MÉNDEZ, (2007) la encuesta es: “Un instrumento de observación formado por una serie de preguntas formuladas y cuyas respuestas son anotadas por el empadronador es de corta duración y eventualmente la puede contestar de manera directa la persona encuestada”. (p. 299)

Mediante la adquisición de datos e información se elaboró una lista de preguntas de una manera legible y coherente con opciones a elegir. Esta técnica fue aplicada a una muestra de alfareros de la parroquia "La Victoria", cuyas opiniones permitió conocer la factibilidad de dicho museo.

Una ventaja de este procedimiento se basó en tener una estadística más real de lo que se quiere realizar, mediante la tabulación y graficación del análisis de resultados obtenidos.

2.2.4 Población

CHÁVEZ, (2007) dice que: “La población es el universo de estudio de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados, constituida por características o estratos que le permiten distinguir los sujetos, unos de otros”. (p.162)

Para el desarrollo de la presente investigación se tomó en cuenta el total de habitantes de la parroquia la Victoria, considerando que un 60% son alfareros y dichas personas pueden facilitar la información necesaria para la elaboración la tesis, puesto que ellos tienen un amplio conocimiento en la alfarería, obteniendo así los siguientes datos:

TABLA N° 2.2 POBLACIÓN DE LA PARROQUIA “LA VICTORIA”

GRUPO	OCUPACIÓN	HABITANTES	PORCENTAJE
Asociados	Agrupación de Artesanos	1809,6	60%
	Agrupación de Tejeros		
	Agrupación de Operarios		
No Asociados	Agricultura, ganadería, educación superior etc.	1206,4	40%
TOTAL		3016,0	100%

Fuente: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Elaborado por: Equipo de trabajo

2.2.5 Muestra

BAVARESCO, (2006) refiere que: “Cuando se hace difícil el estudio de toda la población, es necesario extraer una muestra, la cual no es más que un subconjunto de la población, con la que se va a trabajar.” (p. 92)

Se tomó en cuenta que la población de parroquia La Victoria es de 3016 habitantes solo se aplicó a un 60% de ellos, siendo así un total de 1809,6 artesanos. Aquí se distinguió 3 agrupaciones siendo los artesanos, tejeros y operarios quienes son personas que han trabajado por años en el lugar.

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ \times N}{N - 1 \frac{E}{K^2} + PQ}$$

Equivalencias:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

K = Constante de corrección = 2

PQ = Constante de muestreo = 0,25

E = Error que se admite (varía del 1% al 10%)

Datos:

n = ¿?

PQ = 0,25

N = 1809,6

E = 8 % = 0,08

K = 2

$$n = \frac{PQxN}{N - 1 \quad E/K^2 + PQ}$$

$$n = \frac{(0,25)(1809,6)}{1809,6 - 1 \quad 0,08/2^2(0,25)}$$

$$n = \frac{452,4}{1808,6 \quad 0,04^2 + (0,25)}$$

$$n = \frac{452,4}{1808,6 \quad 0,0016 + (0,25)}$$

$$n = \frac{452,4}{2,89376 + (0,25)}$$

$$n = \frac{452,4}{3,14376}$$

$n = 144$ encuestados

2.2.6 Operacionalización de Variables

TABLA N° 2.3 SISTEMA DE VARIABLES E INDICADORES

HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
La existencia de un museo virtual tridimensional permitirá promocionar el patrimonio cultural tangible de las vasijas de barro existentes en la	INDEPENDIENTE	*Utilización de programas tecnológicos *Investigación científica *Fotografías de las vasijas *Tipos de vasijas *Exhibición de diversas piezas.
	Museo Virtual tridimensional.	

parroquia La Victoria del cantón Pujilí.	DEPENDIENTE	*Parroquia *Escuelas *Colegios *Redes sociales
	Promoción Cultural	

Elaborado por: Equipo de trabajo

2.3 Análisis e Interpretación de Resultados

ENCUESTAS

2.3.1 Análisis e interpretación de encuestas aplicada a los alfareros de la parroquia La Victoria.

La encuesta realizó a 144 alfareros de la población de la parroquia La Victoria, este grupo de personas viven de la venta de sus artes y han trabajado por años para el desarrollo de este sector. Siendo los alfareros los promotores de la creación de objetos decorativos, prácticos o artísticos nos encaminamos a indagar sobre el desarrollo social, cultural y económico de dichos artesanos.

La aplicación de las encuestas fue indispensable para tener un concepto más amplio de lo que realmente se quiso mostrar al público, por tanto con este análisis se determinó la factibilidad de la implementación del sitio web.

Pregunta N° 1.- ¿Determine las ventajas para promocionar los productos (vasijas) a través de un museo virtual?

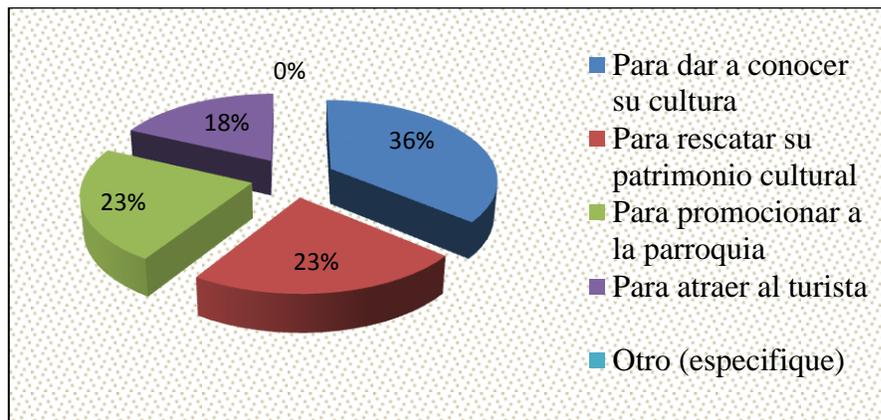
TABLA N° 2.4 VENTAJAS DE UN MUSEO VIRTUAL

LITERAL	VARIABLE	FRECUENCIA	%
a	Para dar a conocer su cultura	52	36
b	Para rescatar su patrimonio cultural	33	23
c	Para promocionar a la parroquia	33	23
d	Para atraer al turista	26	18
e	Otro (especifique)	0	0
.....			
TOTAL		144	100

Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 2.4 VENTAJAS DE UN MUSEO VIRTUAL



Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados

Elaborado por: Equipo de trabajo

ANÁLISIS: De los 144 alfareros encuetados el 36% afirman que aspiran tener un museo virtual para dar a conocer su cultura, en tanto que dos partes de 33 encuestados representan el 23% y responden que con la creación del museo virtual se podría rescatar el patrimonio cultural y a la vez promocionar a la parroquia, mientras 18% responden que aspiran tener un museo virtual para atraer al turista.

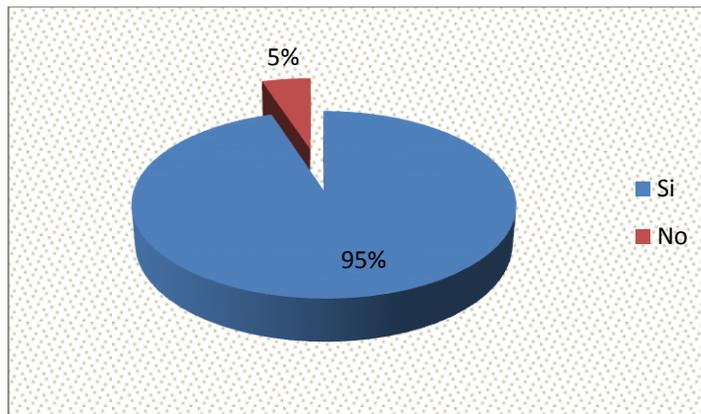
Pregunta N° 2.- ¿Considera usted necesario promocionar sus productos (vasijas) a través de un museo virtual?

TABLA N° 2.5 NECESIDAD DEL MUSEO VIRTUAL

LITERAL	VARIABLE	FRECUENCIA	%
a	Si	137	95
b	No	7	5
TOTAL		144	100

Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 2.5 NECESIDAD DEL MUSEO VIRTUAL



Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

ANÁLISIS: Un gran porcentaje como es el 95% considera que es necesario realizar un museo virtual para promocionar sus productos (vasijas), mejorando la promoción cultural de la parroquia siendo este el aspecto más importante de nuestro proyecto para poder desarrollarlo.

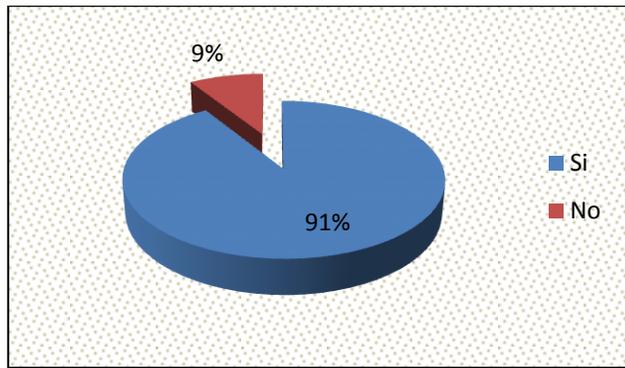
Pregunta N° 3.- ¿Piensa usted que un sitio web es un medio de difusión para promocionar las vasijas de barro, mediante un museo virtual?

TABLA N° 2.6 SITIO WEB

LITERAL	VARIABLE	FRECUENCIA	%
a	Si	131	91
b	No	13	9
TOTAL		144	100

Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 2.6 SITIO WEB



Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

ANÁLISIS: Del gráfico mostrado se puede deducir que, el 91% de los encuestados aseguran que los proyectos de tesis ayudan a incrementar el turismo y la economía de la parroquia. Este aspecto nos incentiva para un mejor desempeño en la elaboración del museo virtual.

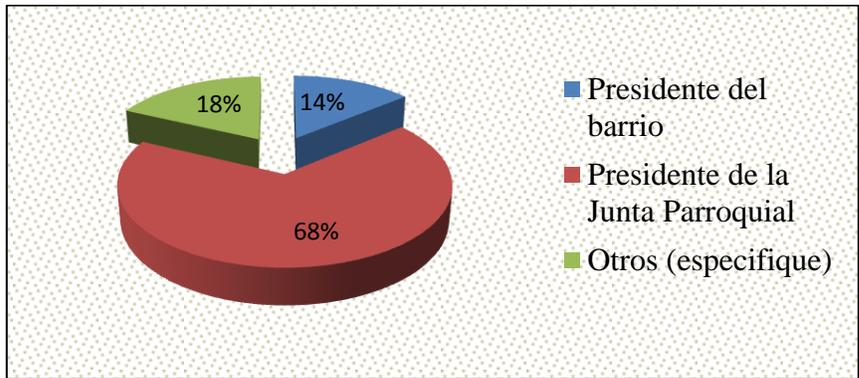
Pregunta N° 4.- ¿Quién considera Ud. que debe administrar el museo virtual?

TABLA N° 2.7 ADMINISTRACIÓN DEL MUSEO

LITERAL	VARIABLE	FRECUENCIA	%
a	Presidente del barrio	20	14
b	Presidente de la Junta Parroquial	98	68
c	Otros (especifique)	26	18
TOTAL		144	100

Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 2.7 ADMINISTRACIÓN DEL MUSEO



Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

ANÁLISIS: Según los resultados la mayoría de los encuestados (68%) argumenta que el presidente de la Junta Parroquial debería administrar el museo, mientras que otra parte que corresponde al 14% responde que un presidente de cualquier barrio sería el encargado de su gestión, mientras que un 18% especifica que un museo debería ser administrado por un representante de la asociación de artesanos.

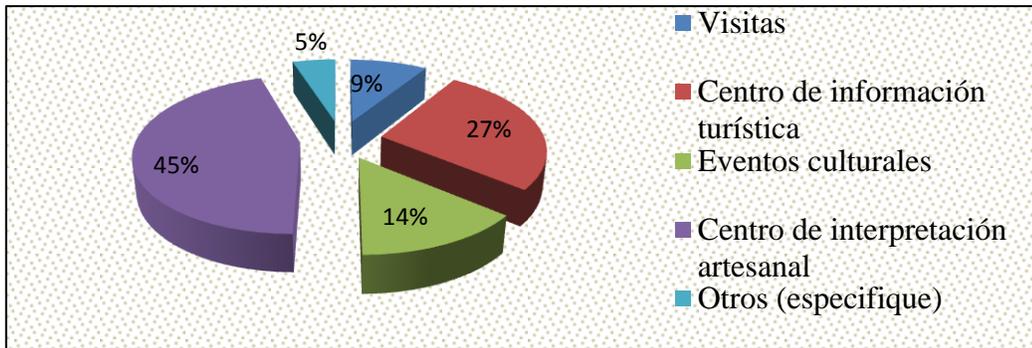
Pregunta N° 5.- ¿Qué aspectos adicionales considera usted se puede visualizar en la implementación del museo virtual?

TABLA N° 2.8 ASPECTOS DEL MUSEO VIRTUAL

LITERAL	VARIABLE	FRECUENCIA	%
a	Visita	13	9
b	Centro de información turística	39	27
c	Eventos culturales	20	14
d	Centro de interpretación artesanal	65	45
e	Otros (especifique)	7	5
.....			
TOTAL		144	100

Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 2.8 ASPECTOS DEL MUSEO VIRTUAL



Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

ANÁLISIS: El 45% de alfareros dice que una de las actividades que esperan se realice en el museo multifuncional es un centro de interpretación artesanal, observando este dato se desarrollará el museo en función de la actividad que las personas desean ver, contemplando así la maravillosa artesanía de la parroquia. Además de ello existe un 27% que manifiestan que los centros de información turística también deberían ser incluidos como una de las actividades del museo.

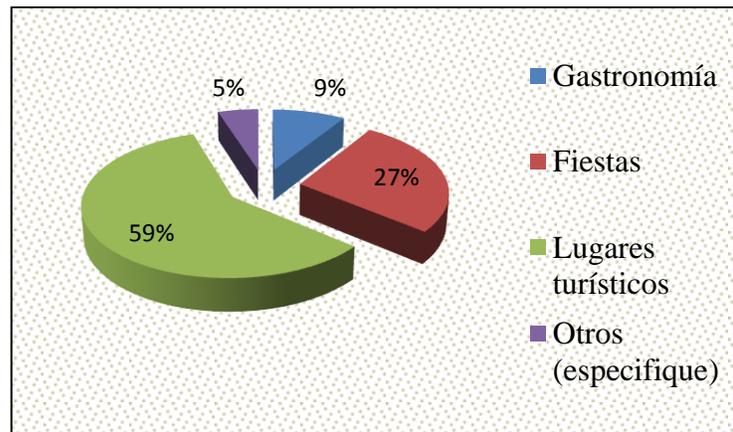
Pregunta N° 6.- Considerando que la parroquia la Victoria es una comunidad alfarera, ¿Qué otros aspectos le gustaría que se dé a conocer de la parroquia?

TABLA N° 2.9 ASPECTOS DE LA PARROQUIA LA VICTORIA

LITERAL	VARIABLE	FRECUENCIA	%
a	Gastronomía	13	9
b	Fiestas	39	27
c	Lugares turísticos	85	59
d	Otros (especifique)	7	5
TOTAL		144	100

Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 2.9 ASPECTOS DE LA PARROQUIA LA VICTORIA



Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

ANÁLISIS: Del gráfico mostrado se puede deducir que, hay una mayor preferencia por los lugares turísticos con un 59% razón por la cual se tomará en cuenta para el desarrollo del proyecto, seguido de otro aspecto interesante como son las fiestas de la parroquia con un 27%.

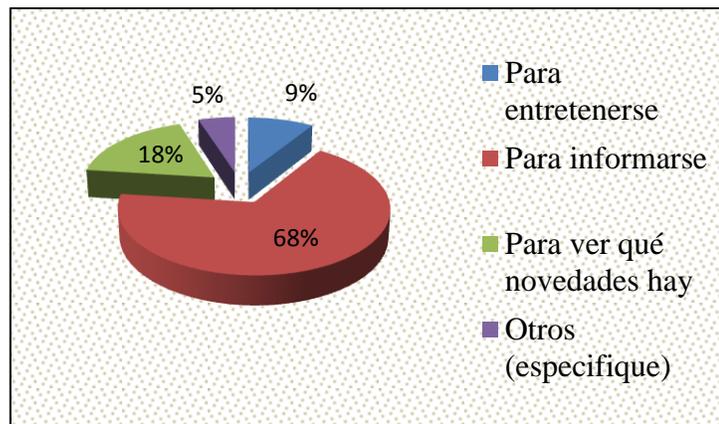
Pregunta N° 7.- ¿Cuál sería la razón principal por la que se debería visitar el museo virtual?

TABLA N° 2.10 RAZÓN PARA VISITAR EL MUSEO VIRTUAL

LITERAL	VARIABLE	FRECUENCIA	%
a	Para entretenerse	13	9
b	Para informarse	98	68
c	Para ver qué novedades hay	26	18
d	Otros (especifique)	7	5
TOTAL		144	100

Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 2.10 RAZÓN PARA VISITAR EL MUSEO VIRTUAL



Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

ANÁLISIS: Según los resultados de los alfareros encuestados, los mayores porcentajes (68%) responden que la razón principal por la que visitarían un museo virtual sería para informarse. Por cuanto el propósito de esta elaboración del museo está dirigido para todo el público en general.

Pregunta N° 8.- ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar algún tipo de museo?

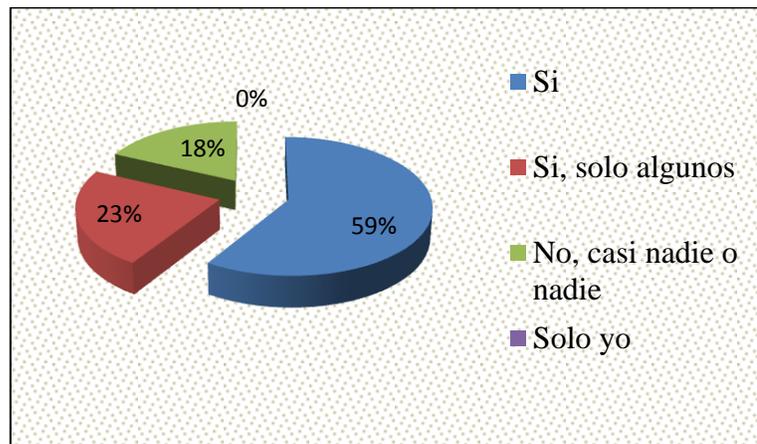
TABLA N° 2.11 PERSONAS QUE SUELEN VISITAR EL MUSEO

LITERAL	VARIABLE	FRECUENCIA	%
a	Si	85	59
b	Si, solo algunos	33	23
c	No, casi nadie o nadie	26	18
d	Solo yo	0	0
TOTAL		144	100

Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 2.11 PERSONAS QUE SUELEN VISITAR EL MUSEO



Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados

Elaborado por: Equipo de trabajo

ANÁLISIS: Al observar este estadígrafo podemos apreciar que, el 85% de los alfareros asegura que todas las personas que viven en su casa suelen visitar algún tipo de museo. Este es un gran paso para la comunidad de la parroquia La Victoria ya que el visitar un museo incrementa los conocimientos de distintas culturas y tradiciones de diversas comunidades.

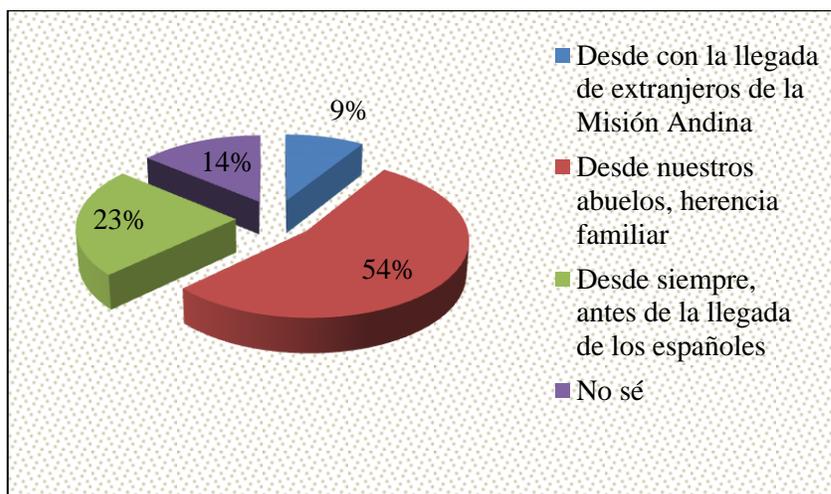
Pregunta N° 9.- ¿Desde cuándo se considera a la parroquia La Victoria un pueblo Alfarero?

TABLA N° 2.12 LA VICTORIA, PUEBLO ALFARERO

LITERAL	VARIABLE	FRECUENCIA	%
a	Desde con la llegada de extranjeros de la Misión Andina	13	9
b	Desde nuestros abuelos, herencia familiar	78	54
c	Desde siempre, antes de la llegada de los españoles	33	23
d	No sé	20	14
TOTAL		144	100

Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 2.12 LA VICTORIA, PUEBLO ALFARERO



Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

ANÁLISIS: El 54% de los alfareros encuestados consideran a la parroquia La Victoria es un pueblo Alfarero desde nuestros abuelos, herencia familiar, mientras que un 23% afirma que es desde siempre, antes de la llegada de los españoles.

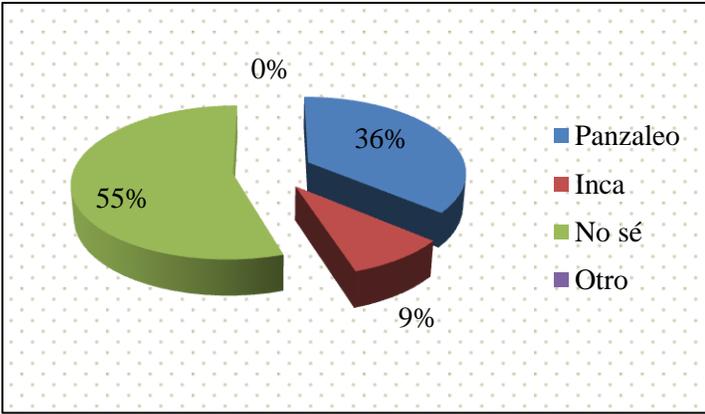
Pregunta N° 10.- ¿Cuál considera usted que es la cultura original de la parroquia La Victoria?

TABLA N° 2.13 CULTURA ORIGINAL DE LA PARROQUIA LA VICTORIA

LITERAL	VARIABLE	FRECUENCIA	%
a	Panzaleo	52	36
b	Inca	13	9
c	No sé	79	55
d	Otro	0	0
TOTAL		144	100

Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 2.13 CULTURA ORIGINAL DE LA PARROQUIA LA VICTORIA



Fuente: Encuesta aplicada a alfareros del grupo de asociados
Elaborado por: Equipo de trabajo

ANÁLISIS: Según los resultados obtenidos la mayoría de los alfareros (55%) no sabe cuál que es la cultura original de la parroquia La Victoria, mientras que un 36% considera que la cultura Panzaleo es la original de la parroquia.

ENTREVISTAS

2.3.2 Análisis de la entrevista aplicada al Sr. Galo Jiménez presidente de la Junta Parroquial de “La Victoria”.

Pregunta N° 1.- Como representante de la parroquia “La Victoria” ¿Qué se debería difundir al turista nacional y extranjero para el desarrollo social y económico del sector?

La parroquia La Victoria es la capital alfarera de la provincia de Cotopaxi y una de las primeras a nivel nacional. La artesanía debe ser impulsada a través de medios publicitarios.

Además de ello existen lugares turísticos que aún no son explotados esto se debe a la falta de decisión política. Uno de estos lugares es el Hito Geodésico donde se coge un punto de referencia de la latitud y altitud del planeta, también existe el mortiñal, las comunas de Collantes Chucutusi, los páramos ya que al turista le interesa la biodiversidad, la naturaleza apto para que todas las personas disfruten de estos paisajes.

Lo principal que la parroquia La Victoria puede brindar al turista es su cariño y cultura, además de un lugar tranquilo libre de la delincuencia y de peligros.

Pregunta N° 2.- ¿Por qué medio se ha difundido a la parroquia en el sector turístico?

Lastimosamente no habido una difusión publicitaria de la parroquia factor principal que hace falta para dar a conocer el lugar. Aquí se celebra dos fiestas principales una de ellas la conocida “La feria de Finados” que aún se está potencializando y que solamente se hace una vez al año y otra de las fiestas conocidas es la de la “Cerámica” aquí es la única fecha en la que se da a conocer a la parroquia.

Por tanto los medios de publicidad al igual que los medios de comunicación no han llegado con el éxito que se esperaba y por ende no han explotado la inversión turística y publicitaria existente en la parroquia La Victoria.

Pregunta N° 3.- ¿Conoce usted los medios de difusión turística en una página web y las posibilidades que existe dentro de ello?

Lo más interesante es el internet ya que en segundos se puede conectar con varias personas, por tanto una página web es una de las principales fuentes que se puede aprovechar.

Pregunta N° 4.- ¿Qué mensaje se debería dar de la parroquia, al sector turístico cultural nacional y extranjero?

Como mensaje principal es invitar a las personas para que conozcan a la parroquia aquí podrán disfrutar de la biodiversidad que es el factor principal que al turista le encanta.

En consecuencia a través de este aspecto se puede promocionar a la parroquia La Victoria como sector turístico, cerámico y alfarero.

Pregunta N° 5.- ¿Cree usted que se debería dar a conocer las diferentes piezas alfareras existentes en la parroquia “La Victoria”, a nivel nacional e internacional?

La vasija de barro es la identidad de la parroquia, este aspecto es lo que les hace Victorenses. Sin embargo existen personas que salen de la parroquia para hacer su profesión y capital, porque lastimosamente no se ha potencializado la cerámica y artesanía.

Por tanto se espera que a través de los medios de publicidad y de comunicación la gente conozca la tradición y cultura de la parroquia, y que aquellas personas que un día salieron regresen porque ellos son el motor de la alfarería.

2.3.3 Análisis de la entrevista aplicada al In. Lenin Tamayo docente de la carrera de Diseño Gráfico de la UTC, especializado en Animación 3D.

Pregunta N° 1.- ¿Existe la posibilidad de realizar una página web donde se visualice un museo virtual?

Sin duda alguna, si existe la posibilidad de elaborar una página web donde esté presente un museo virtual.

Pregunta N° 2.- ¿Al realizar una página web, su estructura debería ser formal o dinámica?

Al desarrollar una página web en este caso para dar a conocer las vasijas de barro de la parroquia La Victoria su estructura debería ser dinámica donde el usuario pueda interactuar con el sitio.

Pregunta N° 3.- ¿Qué es lo más importante que debería resaltar dentro de una página web?

Dentro de una página web lo más importante se basa en la relación que debe existir entre el usuario y el sitio; por ende el sitio web debe ser planteado bien sin presentar errores y por tanto el usuario debe sentirse bien con el sitio web.

Pregunta N° 4.- ¿Por qué es indispensable realizar un guión multimedia antes de desarrollar la página web?

La elaboración de un guión multimedia es indispensable antes de realizar la página web, ya que de esta manera se puede planear y organizar mejor el sitio obteniendo un trabajo más eficiente.

Pregunta N° 5.- Como profesional en este campo, ¿Qué nos aconsejaría para un mejor desarrollo de una página web?

Se debe buscar muchas referencias sobre profesionales que realicen estos sitios web, tomar esa experiencia y trasladarlos al trabajo de tesis.

2.3.4 Análisis de la entrevista aplicada al M.sc Juan Carlos Fernández Catalán docente de la UTE, en el área de Museología y Restauración de Bienes Culturales perteneciente a la facultad de Arquitectura, Artes y Diseño.

Pregunta N° 1.- ¿Cómo cree usted que se debería mejorar la promoción cultural de un sector?

Un museo comunitario es un ente abierto permanente al público sin fines de lucro que quiere dar a conocer la cultura y la identidad de una o varias comunidades en sector geográfico determinado.

Pregunta N° 2.- ¿Cuál es la situación actual de los museos comunitarios?

La situación actual de los museos comunitarios es la de ser sitios geográficos o turísticos, que provocan una valoración cultural ancestral y territorial de la comunidad con la identidad que es el eje primordial, la clave es que los miembros sean los actores y beneficiarios de sus proyectos de desarrollo.

Hay que tomar en cuenta que debe existir un derecho a la recuperación de objetos, las significancias y los usos culturales.

Pregunta N° 3.- ¿Cuáles son los públicos en la museología comunitaria?

El público al que se debe dirigir los museos comunitarios es a los miembros de las comunidades y a través de los museos se vincula a la comunidad en general como poblaciones cercanas, capitales de provincia, turistas etc.

Pregunta N° 4.- ¿Cuáles son los procedimientos para crear un museo comunitario?

Los procedimientos tienen que ver con determinar el tema, el estudio de público, la elaboración de los guiones museológico y museográfico, la producción museográfica y las evaluaciones.

Pregunta N° 5.- ¿Cuál es el objetivo de la museología comunitaria?

El objetivo principal es el de organizarse por tipologías o asociaciones geográficas para desarrollar, promocionar y gestionar la cultura de la región y de la comunidad.

Pregunta N° 6.- ¿Qué temas y subtemas se deben presentar en el guión museográfico de un museo comunitario?

En un guión museográfico se debe trabajar con la historia, la situación económica, política y social además de ello con la etnografía, las costumbres, las leyendas, tradiciones, la gastronomía entre otros.

Hoy en día es muy importante tener en cuenta que el Ecuador está entrando en una fase de posesionarse como potencia turística y por tanto se debe aprovechar el trabajar vinculándose con los ministerios de cultura y patrimonio de la humanidad.

Pregunta N° 7.- ¿Se puede establecer redes de museos comunitarios?

Las redes de museos comunitarios son una herramienta con criterios educativos por la concienciación que se debe hacer a las personas de la identidad y de la valoración que tienen como cultura.

Otro aspecto importante es la promoción de las manifestaciones culturales por tanto en Cotopaxi se debe reflejar las artesanías, las bandas de pueblo, los danzantes de Pujilí, etc. Además de ello se debe consolidar la oferta museal conjunta con las otras comunidades, en la región y a nivel nacional.

Pregunta N° 8.- ¿Cuál sería el objetivo de creación de una página web en el contexto de museo comunitario?

Las páginas web como parte de la realización de museos comunitarios son estrategias para rentabilizar recursos económicos y humanos. A través de una página web se puede dar a conocer el museo comunitario tanto a nivel local como global consiguiendo fondos para las actividades que se puedan desarrollar, también se puede promocionar la oferta cultural y promover los bienes culturales y difusión masiva.

2.4 Verificación de la Hipótesis

2.4.1 Hipótesis

Si al elaborar un museo virtual tridimensional que evidencie el patrimonio cultural tangible de las vasijas de barro existentes en la parroquia La Victoria del cantón Pujilí, entonces, se podrá mejorar la promoción cultural de la parroquia.

2.4.2 Comprobación

Con el análisis de las encuestas realizadas se determinó que un 95% correspondiente a 137 de los alfareros consideran necesario dar a conocer sus productos mediante la implementación de un museo virtual tridimensional. (TABLA N° 2.5)

Seguidamente se elaboró un test de usabilidad y accesibilidad web a un mínimo grupo de 10 alfareros con el fin de conocer su opinión, dicho sondeo se realizó con 15 preguntas puntuales enmarcadas al sitio web. Seguidamente se realizó la tabulación obteniendo los siguientes resultados:

El 100% de los alfareros encuestados afirman que la página web contiene información gráfica y buenos ejemplos sobre las vasijas de barro pertenecientes a la parroquia “La Victoria”. Afirman también que el museo virtual está diseñado profesionalmente creando una impresión positiva en los usuarios y que las áreas de navegación no sufren un abuso de formato. De esta manera podemos afirmar que el desarrollo de la página web si ayudará a mejorar la promoción cultural de la parroquia La Victoria.

2.5 Conclusiones

Con el análisis de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los alfareros se llegó a las siguientes conclusiones:

- La comunidad considera importante la elaboración del museo virtual para dar a conocer su cultura.
- La aplicación del sitio web permitirá ser visitado sin necesidad de desplazarse, si nos encontramos lejos de la parroquia La Victoria.
- El sitio web del museo virtual mostrará de una manera interactiva las distintas colecciones de vasijas que se elaboran en la parroquia La Victoria.
- Este sitio web debe tener una marca propia del lugar, es decir que represente que la Parroquia La Victoria es un Pueblo Alfarero, esto ayudará a que llame la atención de los usuarios que visitarán la página.
- Esta tesis de museo virtual es esencial para la afluencia y crecimiento turístico de la parroquia La Victoria y por ende para mejorar la promoción cultural de la misma.
- La comunidad espera que se realicen centros de interpretación artesanal siendo este un museo multifuncional práctico y de fácil manejo, para que exista una mejor forma de interacción entre el usuario y la máquina.
- Los alfareros consideran que al dar a conocer los atractivos turísticos mediante el sitio web se podrá mejorar la situación social, cultural y económica de la parroquia.

CAPÍTULO III

3. ELABORACIÓN DEL MUSEO VIRTUAL

3.1 Tema

“ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO, EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014”.

3.2 Presentación de la Propuesta

El presente proyecto trata sobre un museo virtual en la cual se podrá visualizar un entorno en el que se presenta una colección de piezas, un conjunto patrimonial, perteneciente a la parroquia La Victoria, dicho proyecto se dará a conocer mediante una página web donde se pretende aportar situaciones y experiencias distintas al visitante.

La propuesta desarrollada por el grupo de trabajo se constituye un medio indispensable a través de la cual se pretende mejorar la promoción cultural de la Parroquia La Victoria.

El proyecto está realizado con software de Diseño y modelado 3D dando así un alto interés a la propuesta. En consecuencia, los argumentos investigativos en este caso del museo virtual tridimensional deben reunir atributos fundamentales como las de necesidad y sumar aportes publicitarios, que pretendan mejorar la promoción cultural de la parroquia La Victoria.

3.3 Justificación

La tecnología informática es de mucha importancia para las diferentes instituciones, organizaciones o cualquier otra entidad que forme parte de la vida económica de un país o una región así como también aquellas entidades sin fines de lucro u organizaciones humanitarias en general, de esta manera el uso de la tecnología ayuda a mejorar procesos, procedimientos así como también la manera de como se publicitan.

El proyecto museo virtual está dirigido a la sociedad en general, con la finalidad de que conozcan parte de la cultura de la Parroquia "La Victoria" localizado en el Cantón de Pujilí, de la cual nos hemos distanciado por la falta de medios que provoquen interés en conocerla.

Por ello, a través del Museo Virtual Tridimensional se pretende que la gente visite la parroquia "La Victoria" y se sienta atraído por la cultura tangible de las vasijas existentes. En el museo se exhibirán diversas piezas pertenecientes a la parroquia La Victoria; sin duda será un lugar lleno de riqueza donde niños, jóvenes y adultos podrán conocer variedad de piezas artesanales que elaboran los alfareros, pero sobre todo incentivarles el deseo de investigar y no dejar en el olvido nuestras raíces, así como utilizar las nuevas tecnologías al servicio de la difusión y promoción de la cultura.

Los beneficiados serán los niños y jóvenes ya que la elaboración de este museo virtual servirá como una alternativa pedagógica educativa donde cada estudiante construirá conocimiento sobre las vasijas de barro.

Otro beneficiado será el público en general ya que pueden interactuar con los diferentes recursos existentes en el museo virtual logrando difundir su legitimidad histórica.

La comunidad también será beneficiada porque mediante la elaboración del museo virtual se pretende aumentar el turismo en la parroquia y por ende en el cantón; por consiguiente incrementa mayores ingresos económicos.

Dicha investigación es factible para la elaboración del museo virtual ya que las piezas son propias de la comunidad. Porque a través de esta elaboración se pretende conocer la historia, cultura y arte donde se pueda apreciar las obras del museo como si estuviera frente a ella.

3.4 Objetivos

3.4.1 Objetivo General

- Implementar un sitio web para dar a conocer a la parroquia La Victoria como Capital Alfarera mediante modelados 3D.

3.4.2 Objetivos Específicos

- Organizar los contenidos del sitio web para que sean utilizados eficazmente por los usuarios.
- Diseñar una interfaz gráfica dependiendo del usuario, el entorno y la tecnología disponible.
- Elaborar el sitio web utilizando paquetes informáticos.

3.5 Desarrollo de la propuesta

3.5.1 Organización y estructuración de los contenidos del sitio web

Después de analizar los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas y entrevistas se ha determinado que el mensaje primordial es el dar a conocer al público que la parroquia “La Victoria es la Capital Alfarera”.

Las artesanías destacan la función social del arte, al que se suma el aporte personal de quienes en ellas trabajan, su importante rol en la defensa y mantenimiento de la tradición y herencia cultural de su parroquia.

Todos estos detalles serán tomados en cuenta como características esenciales en lo que a diseño y a contenido del Sitio web se refiere.

La información recopilada para el texto de cada página web se obtuvo a través de una previa información que se consiguió por parte del Sr. Galo Jiménez Presidente de la Junta Parroquial de la Victoria.

Para la recopilación de las fotografías de este Pueblo Alfarero se tomó en cuenta: lugares turísticos, artesanías, feria de la cerámica, etc.

Para conseguir una buena imagen, cada fotografía será tratada mediante ajustes de imágenes en niveles de curvas, brillo y contraste. De tal manera que se utilizarán todas las herramientas necesarias para que el acabado sea el mejor, teniendo en cuenta llamar la atención del usuario.

3.5.2 Diseño de la Marca

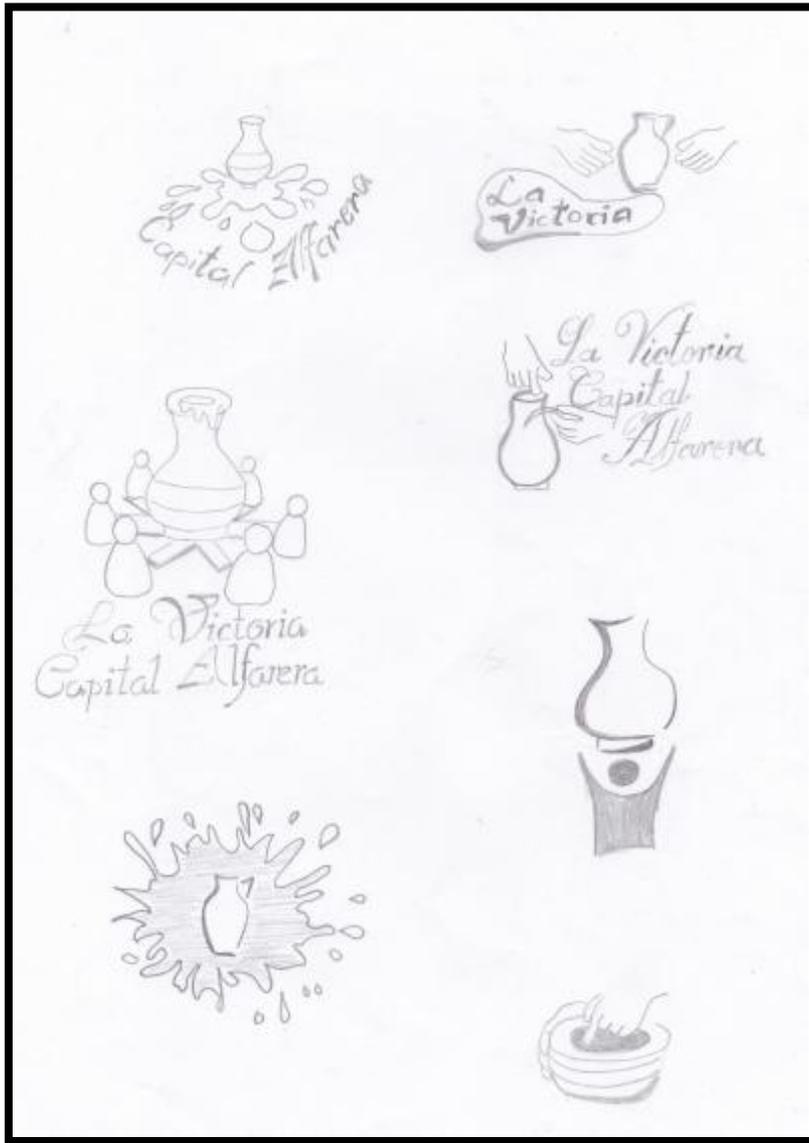
Como grupo investigador podemos mencionar que la marca representa un elemento fundamental para potenciar los esfuerzos de desarrollo turístico en la parroquia La Victoria. Dicha marca debe ser bien manejada, para crear un nexo comunicacional muy eficiente entre este destino y todos los productos territoriales turísticos o no turísticos de la parroquia.

Por tanto el éxito y la sostenibilidad de este proyecto dependen en gran parte de los enfoques geográficos y patrimoniales dados a su fase de diseño y planeación logrando de esta manera reforzar la identificación de la población en general con la actividad turística.

3.5.2.1 Bocetaje y selección de la Marca

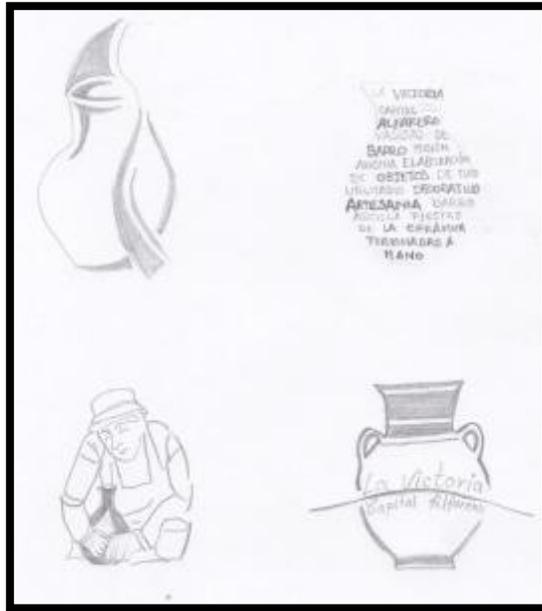
En este tema se realizó varios bosquejos para seleccionar un definitivo con esto pretendemos mostrar el poder de atracción visual, de impacto emocional y de transmisión del mensajes. Ya que la marca es el elemento imprescindible dentro de la comunicación gráfica.

GRÁFICO N° 3.1 BOCETOS A



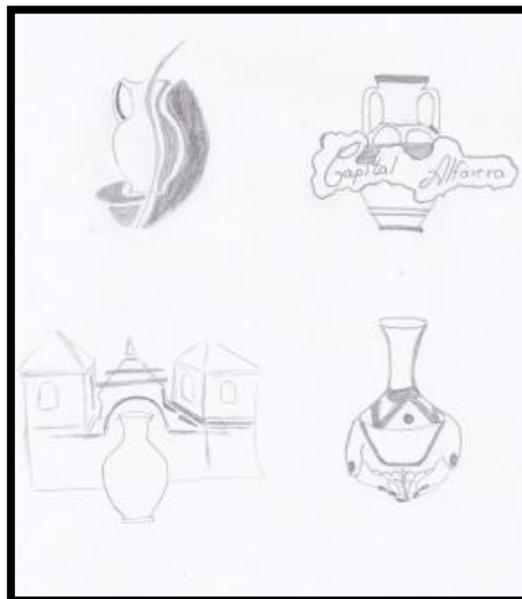
Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.2 BOCETO B



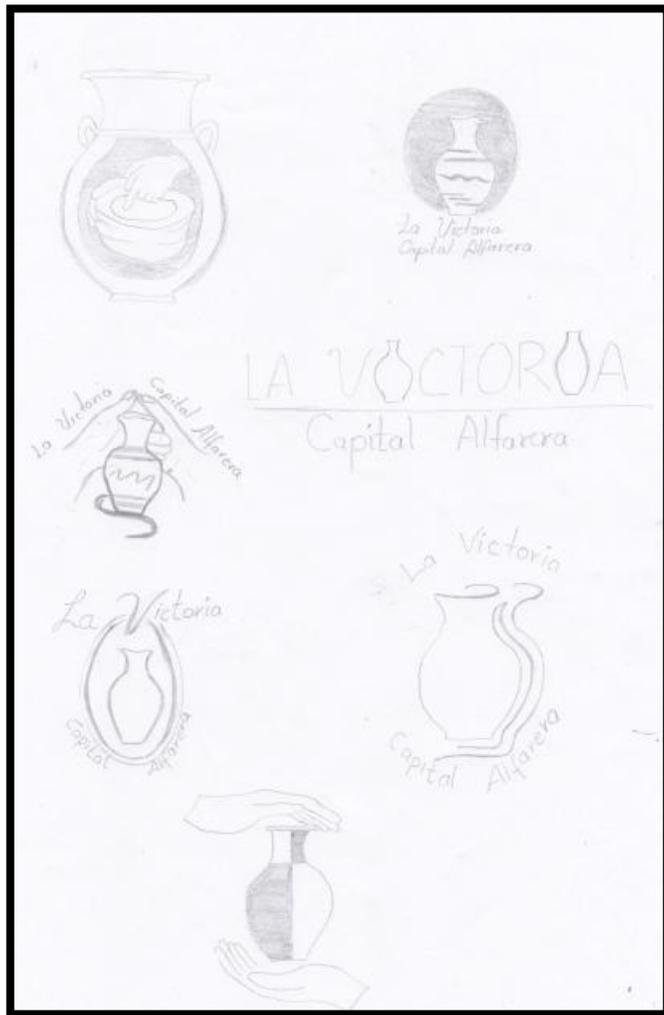
Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.3 BOCETO C



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.4 BOCETO D



Elaborado por: Equipo de trabajo

3.5.2.2 Geometrización e Ilustración de la Marca

Gracias a la ilustración nosotros como diseñadores gráficos transmitimos información mediante formas, colores, composiciones; de esta manera logramos cautivar al usuario en base a nuestra idea creativa.

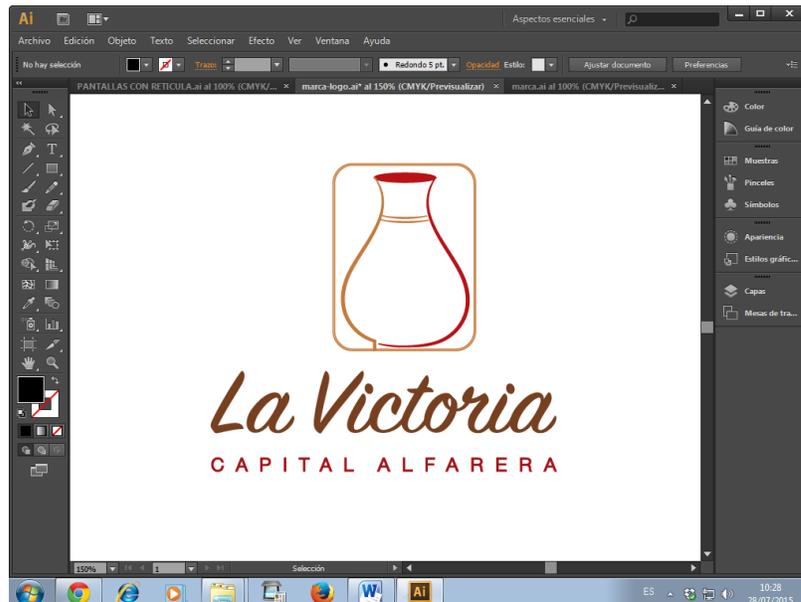
GRÁFICO N° 3.5 CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA DE LA MARCA



Elaborado por: Equipo de trabajo

3.5.2.3 Arte final de la Marca

GRÁFICO N° 3.6 ARTE FINAL DE LA MARCA



Elaborado por: Equipo de trabajo

La marca seleccionada está compuesta por dos partes que son:

- **Icono:** Aquí se presenta la silueta de una vasija de barro.
- **Texto:** Corresponde al título de la propuesta planteada.

3.5.2.4 Cromática de la Marca

Los colores representativos de la marca simbolizan la identidad de la parroquia La Victoria esto es esencial ya que de esta manera se puede contar con su propio logo y color especialmente elegido. Los colores seleccionados están aplicados correctamente según las necesidades del usuario ya que con esto pretendemos dar a conocer que la parroquia La Victoria es la Capital Alfarera.

Como diseñadores gráficos, buscamos transmitir no sólo a través de mensajes sino también de la combinación de colores una idea clara y concisa.

TABLA N° 3.1 CROMÁTICA DE LA MARCA

COLOR	RGB	CMYK	CÓDIGO	SIMBOLOGÍA
	R = 104 G = 64 B = 37	C= 49% M= 83% Y= 94% K= 25%	684025	Aportar en el sentido de la estabilidad.
	R = 212 G = 130 B = 69	C= 0% M= 63% Y= 81% K= 0%	D48245	Representa la creatividad y el dinamismo.
	R = 140 G = 22 B = 26	C= 22% M= 100% Y= 100% K= 18%	8C161A	Aportar en el sentido de realismo, alejando la inseguridad.

Elaborado por: Equipo de trabajo

3.5.2.5 Tipografía seleccionada para la Marca

Para el desarrollo de la marca se empleó las siguientes tipografías:

Tipografía Sign Painter House Script

La tipografía que se ha utilizado como fuente primaria para la portada es: Sign Painter House Script, empleada en las palabras *La Victoria*. Fue elegida por ser una tipografía elegante dando personalidad, tranquilidad y firmeza al título más relevante.

Tipografía Avenir

Se manejó la tipografía: Avenir para las palabras de CAPITAL ALFARERA elegida por ser caligráfica de palo seco.

3.5.3 Modelado de las Vasijas de Barro

3.5.3.1 Selección de piezas

GRÁFICO N° 3.7 VASIJAS DE BARRO



Elaborado por: Equipo de trabajo

Todo diseño requiere de una información previa por tanto para dar inicio al modelado se necesita de las piezas reales para ello se ha seleccionado 16 vasijas las cuales son llevadas al aula de investigación de la Universidad ya que dicho equipo de trabajo se encuentra instalado allí.

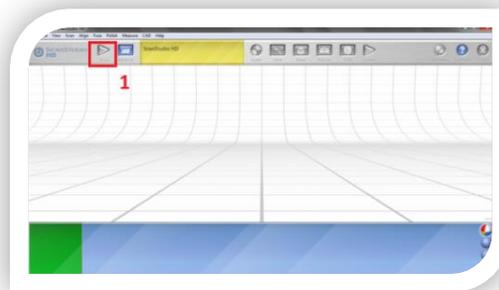
3.5.3.2 Modelado de las vasijas en ScanStudio HD 1.2.0

Después de preparar el trabajo anterior, se debe marcar algunos puntos en el objeto, que serán útiles para facilitar el proceso de alineación que se realizará más adelante. Se colocará el objeto sobre la base del auto-posicionador. Para la opción de precisión “WIDE”, la distancia entre el objeto y el escáner es aproximadamente de 40-50cm. Cuando tenemos todo listo, abriremos el programa ScanStudio NextEngine HD y la ventana de escaneo. Por último, antes de fijar las propiedades de escaneo, se debe actuar sobre el comando de rotación y direccionamiento para comprobar que todo el objeto este dentro de la ventana del visor de escaneo y del alcance del rayo láser.

Interfaz de Visualización y Post Edición.- Cuando el escáner esté conectado damos clic en el botón de Scan para abrir el panel de escaneo este botón se encenderá de un color verde lo cual permite ingresar a la siguiente interfaz.

Aquí se puede observar como el proceso de escaneo se va realizando y si va obteniendo el resultado esperado.

GRÁFICO N° 3.8 INTERFAZ DE VISUALIZACIÓN Y POST-EDICIÓN

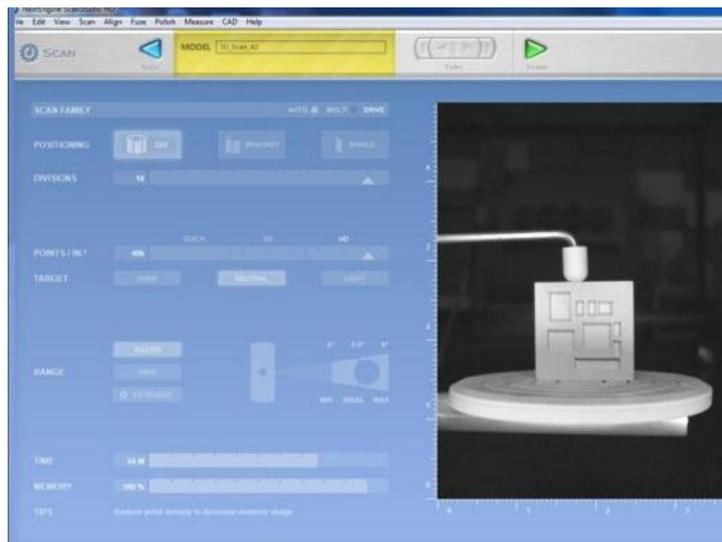


Elaborado por: Equipo de trabajo

Interfaz de configuración.- Luego se personaliza el nombre de exploración en la barra de herramientas de color amarillo.

Procedemos a determina el posicionamiento, división de ángulos, puntos por pulgada cuadrada, el objetivo y el rango. Arroja como resultados el tiempo de registro y la memoria consumida.

GRÁFICO N° 3.9 INTERFAZ DE CONFIGURACIÓN



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.10 COMANDOS DE ESCANEO



Elaborado por: Equipo de trabajo

Una vez realizado todo el procedimiento acorde a lo mencionado el modelado se guarda por si solo en una carpeta que fue previamente creada.

3.5.3.3 Refinamiento de las vasijas en Blender

Cuando ya se obtiene todos los modelados a través del escáner se procede a exportar al programa de Blender aquí se dará inicio a la refinación del modelado esto nos permite darle más realismo al objeto.

El texturado, consiste en recubrir nuestros objetos, o mejor dicho la superficie de nuestras vasijas, con imágenes que le proporcionen un aspecto lo más realista posible. Es necesario un trabajo importante de retoque y redimensionado de imágenes ya que los programas de 3D, son siempre difíciles, así que una buena planificación del trabajo permite utilizar las técnicas de 3D más sencillas y eficaces.

NOTA: Todas las piezas son diseñadas siguiendo el mismo procedimiento del ejemplo anterior, pero el modelado será diferente para cada una de las piezas dependiendo de los detalles que contenga.

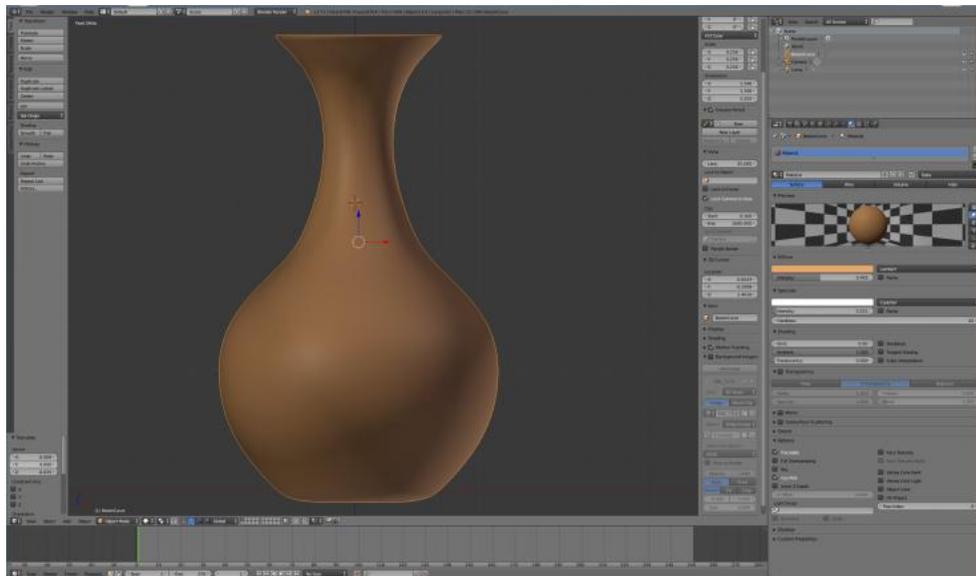
Finalmente el modelado de cada vasija será guardado en una carpeta para su posterior utilización en el diseño de la página web.

3.5.3.4 Arte Final de las Vasijas de Barro

Las piezas modeladas previamente a través del escáner y refinadas en el programa Blender han sido preclasificadas anteriormente. Por tanto cada vasija tiene su característica esencial que la distingue de las demás.

A continuación se en lista cada una de las piezas mediante la captura de pantallas en el programa blender aquí se determinara el nombre, medidas y la respectiva descripción de la vasija.

GRÁFICO N° 3.11 JARRÓN



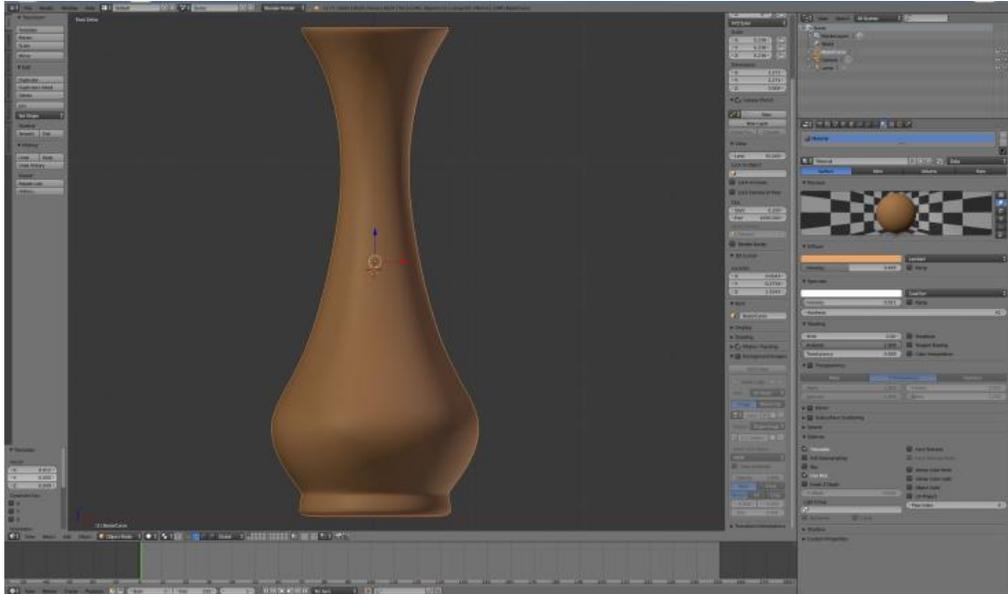
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.2 DESCRIPCIÓN DEL JARRÓN

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Jarrón	Pieza elaborada con arcilla cuya función es meramente ornamental, en ocasiones se utiliza para contener flores. Incluye un borde engrosado seguido de un cuerpo pequeño terminando en una base anular.	Boca: 6,5 cm
		Cuerpo (ancho): 12 cm
		Base: 6 cm
		Altura: 19 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.12 FLORERO 1



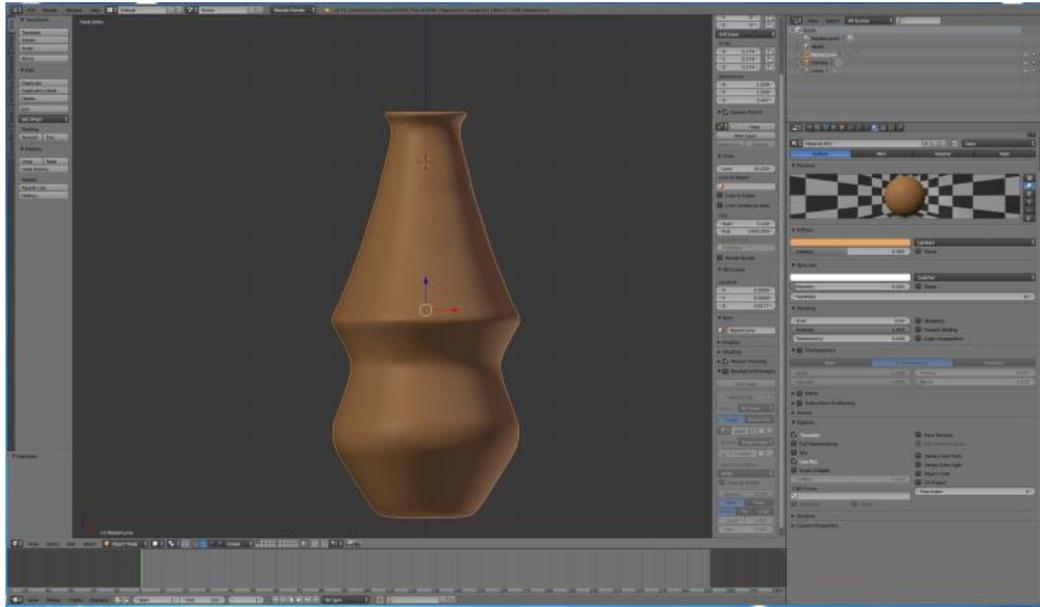
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.3 DESCRIPCIÓN DEL FLORERO 1

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Florero	Recipiente realizado con arcilla, más alto que ancho, comprende un cuerpo largo con una base anular.	Boca: 6,5 cm
		Cuerpo (ancho): 10 cm
		Base: 6,5 cm
		Altura: 22 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.13 CÁNTARO GRANDE



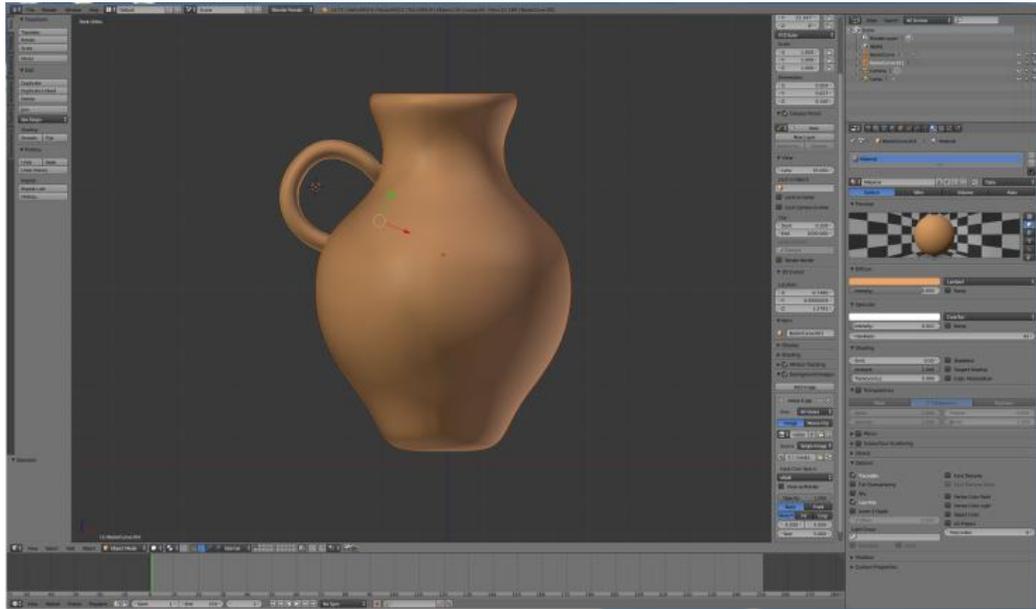
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.4 DESCRIPCIÓN DEL CÁNTARO GRANDE

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Cántaro Grande	Posee un cuerpo con dos partes diferentes, se distingue por tener un borde engrosado al exterior; tiene el cuello ya sea de paredes restas y oblicuas.	Boca: 14 cm
		Cuerpo: Sup.24 cm e Inf.28 cm
		Base: 18 cm
		Altura: 63 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.14 CÁNTARO PEQUEÑO



Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.5 DESCRIPCIÓN DEL CÁNTARO PEQUEÑO

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Cántaro Pequeño	Vasija grande, generalmente de boca angosta, cuerpo alargado que se hace ancho en la barriga y base plana estrecha.	Boca: 14 cm
		Cuerpo (ancho): 16 cm
		Base: 7 cm
		Altura: 24 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.15 BÚCARO



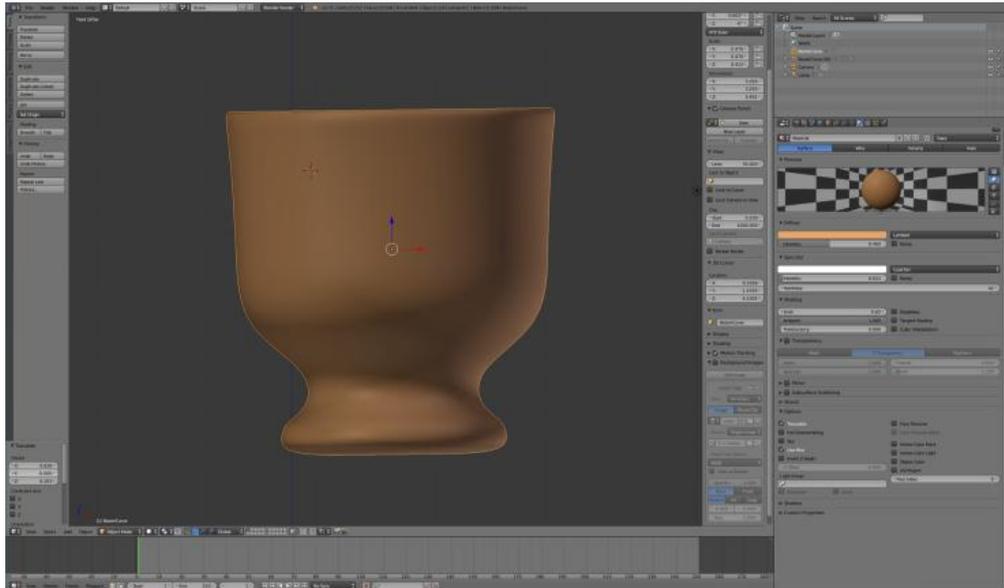
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.6 DESCRIPCIÓN DEL BÚCARO

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Búcaro	Recipiente de barro cocido usado para contener y enfriar agua. Tiene un orificio grande por el cual se llena de agua, y un orificio más pequeño por el cual se bebe. Además posee una base plana.	Boca: 6 cm
		Cuerpo (ancho): 18 cm
		Base: 8 cm
		Altura: 28 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.16 COPA



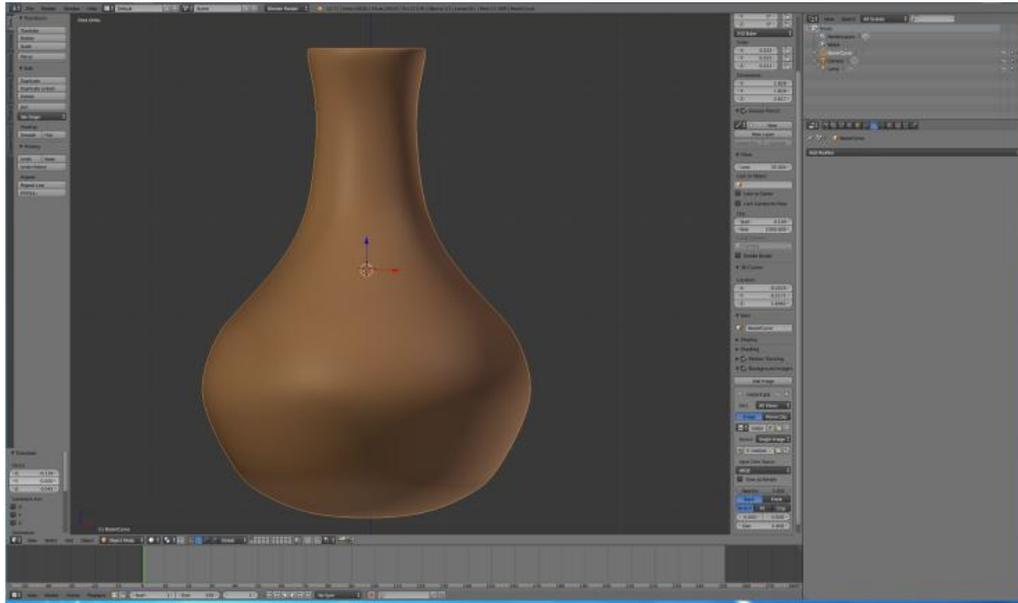
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.7 DESCRIPCIÓN DE LA COPA

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Copa	Vasija pequeña generalmente de boca angosta, cuerpo con bordes rectos que abarca una base con pedestal corto.	Boca: 9 cm
		Cuerpo (ancho): 9 cm
		Base: 6,5 cm
		Altura: 10 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.17 FLORERO 3



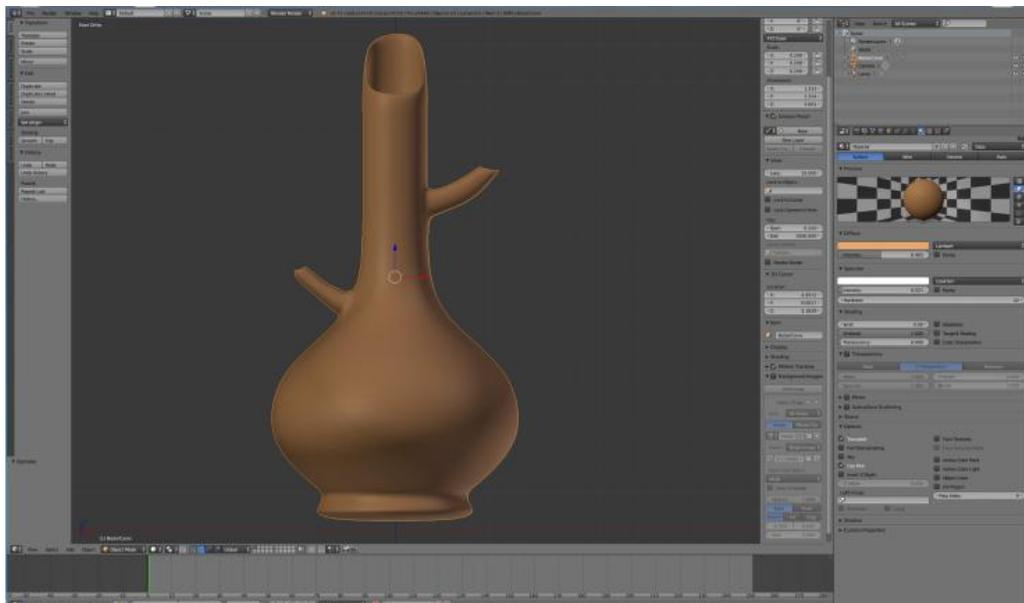
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.8 DESCRIPCIÓN DEL FLORERO 3

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Florero	Vasija grande, presenta una boca angosta, cuerpo alargado que se hace ancho en la barriga y base plana angosta.	Boca: 7 cm
		Cuerpo (ancho): 20 cm
		Base: 10 cm
		Altura: 19 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.18 FLORERO 4



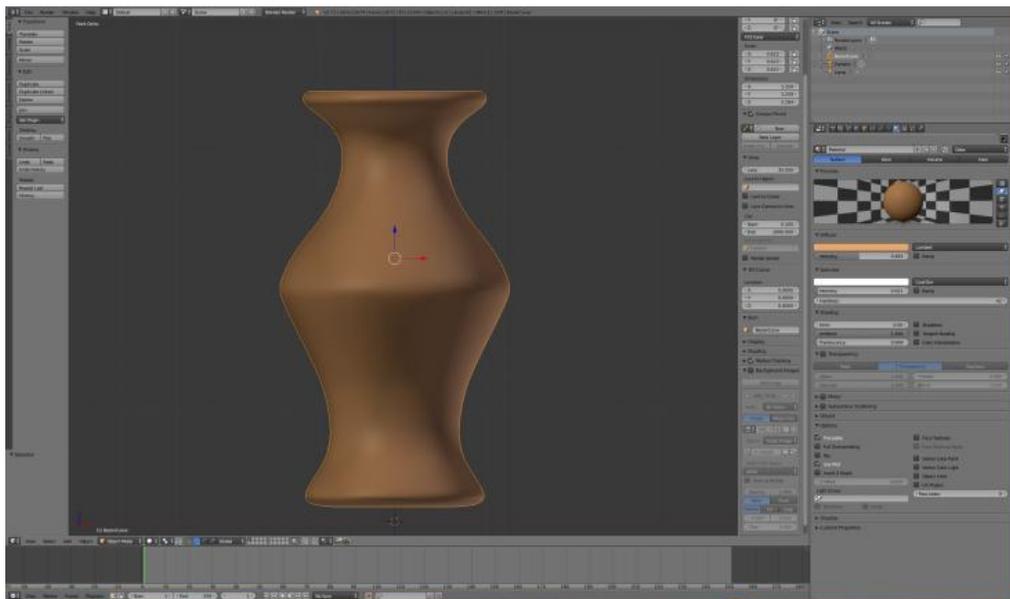
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.9 DESCRIPCIÓN DEL FLORERO 4

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Florero	Vasija elaborada con arcilla generalmente de boca angosta y con una curvatura, cuerpo alargado que se hace ancho en la barriga, presenta 2 salientes una a cada lado finalmente está encerrada con una base anular.	Boca: 6,5 cm
		Cuerpo (ancho): 20 cm
		Base: 12 cm
		Altura: 33 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.19 FLORERO 5



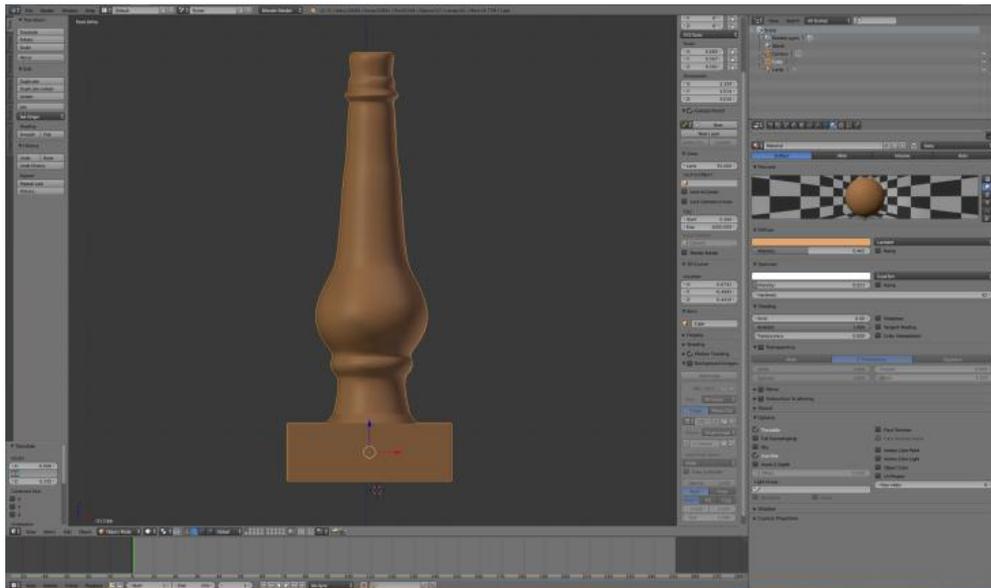
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.10 DESCRIPCIÓN DEL FLORERO 5

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Florero	Vasija compuesta cerrada con curva continua que abarca una base plana con pedestal corto.	Boca: 10 cm
		Cuerpo (ancho): 16 cm
		Base: 12 cm
		Altura: 19 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.20 MORISCO



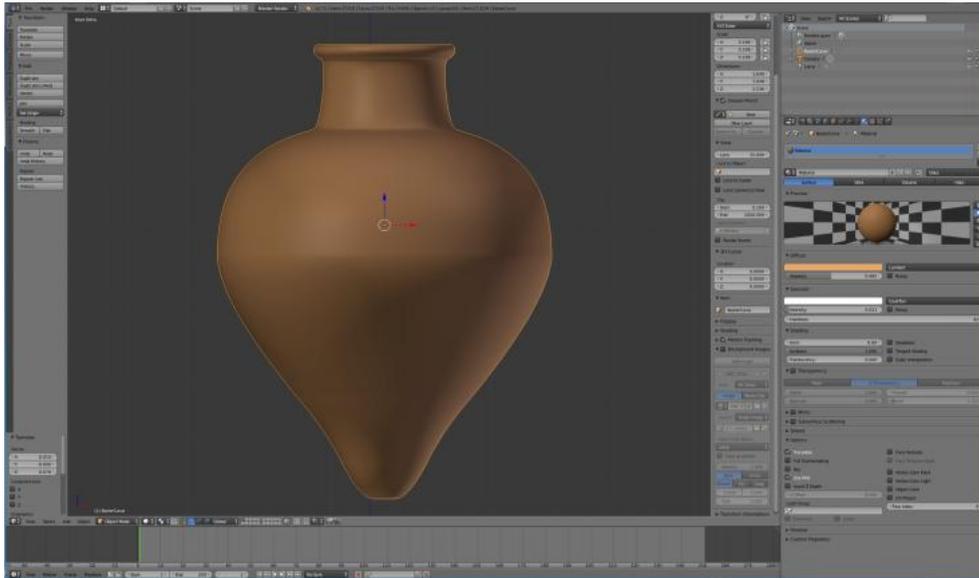
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.11 DESCRIPCIÓN DEL MORISCO

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Morisco	Vasija alargada generalmente de boca estrecha, posee un cuello alargado seguido de un cuerpo ancho continuando con otro cuello estrecho. Su base es plana en forma de cuadrado.	Boca: 8 cm
		Cuerpo (ancho): 14 cm
		Base: 10 cm
		Altura: 48 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.21 PONDO



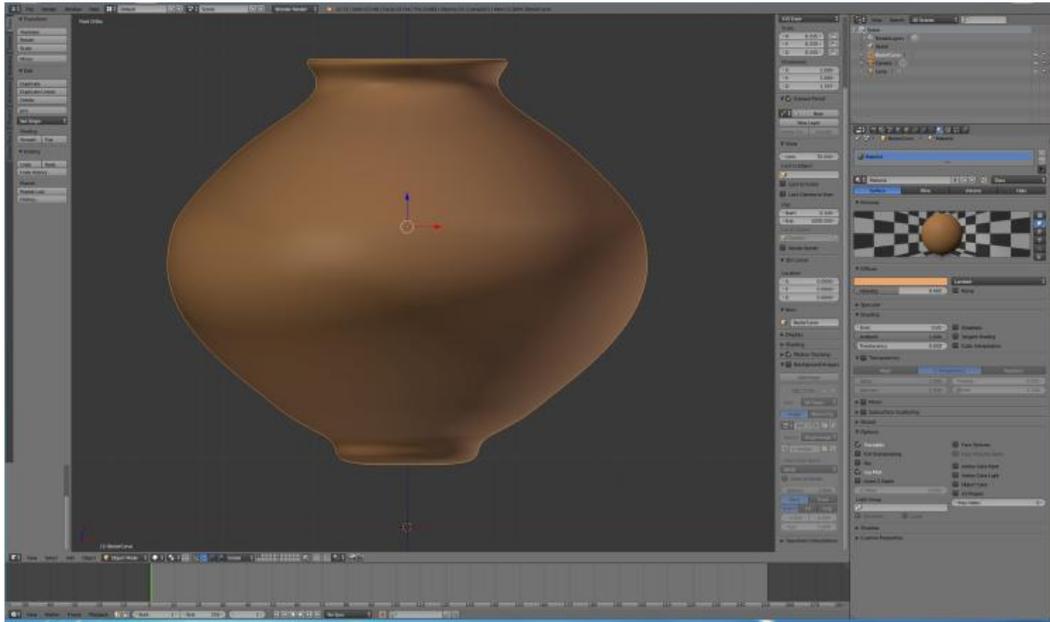
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.12 DESCRIPCIÓN DEL PONDO

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Pondo	Vasija grande, generalmente de boca estrecha, incluye un borde engrosado en la boca además presenta un cuerpo ancho y finalmente encierra una base cónica.	Boca: 25 cm
		Cuerpo (ancho): 40 cm
		Base: 15 cm
		Altura: 45 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.22 HONGO



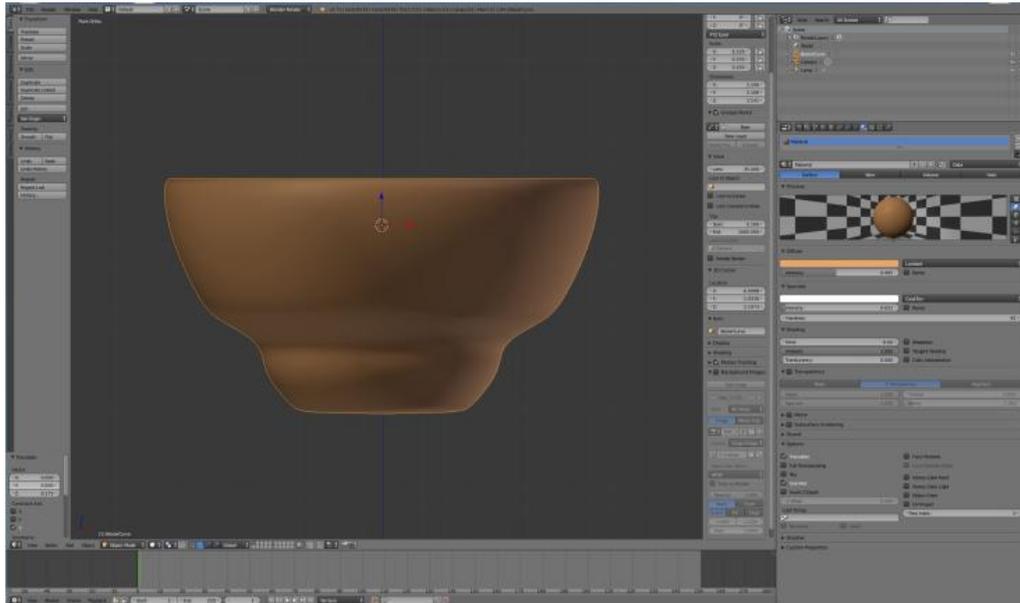
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.13 DESCRIPCIÓN DEL HONGO

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Hongo	Se diferencia de las demás por tener un labio redondeado así el exterior. Su cuerpo es englobado terminando en una base plana.	Boca: 10,5cm
		Cuerpo (ancho): 26 cm
		Base: 9 cm
		Altura: 19 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.23 COMPOTERA



Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.14 DESCRIPCIÓN DE LA COMPOTERA

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Compotera	Vasija simple abierta con borde redondeado, adquiere un pedestal corto con base cónica plana.	Boca: 14 cm
		Cuerpo (ancho): 14 cm
		Base: 7 cm
		Altura: 7 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.24 TAZÓN



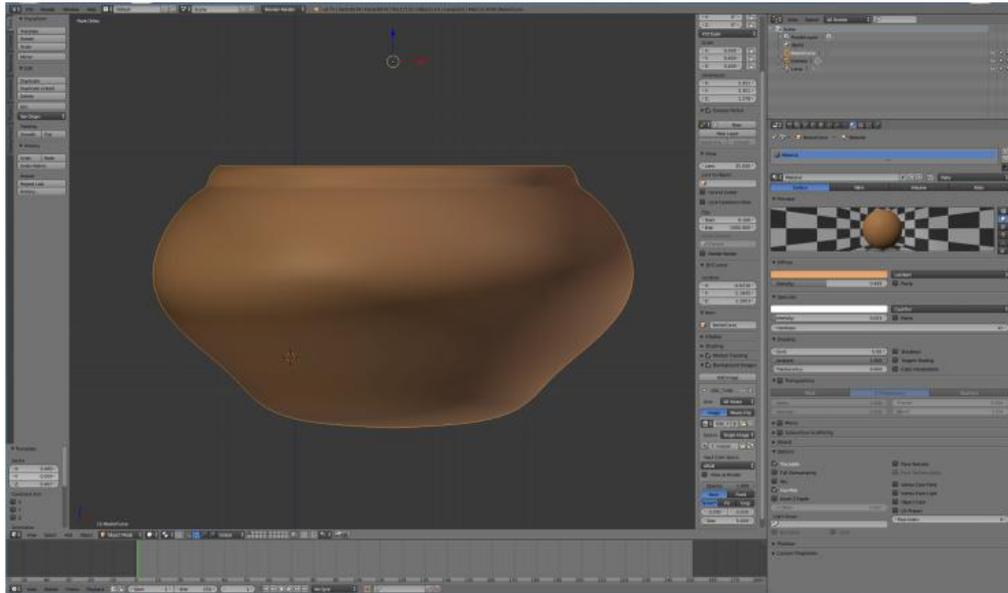
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.15 DESCRIPCIÓN DEL TAZÓN

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Tazón	Recipiente parecido a una taza pero de mayor tamaño y sin asa, que se utiliza para tomar ciertas bebidas que incluye una base anular.	Boca: 17,5 cm
		Cuerpo (ancho): 17,5 cm
		Base: 11 cm
		Altura: 17 cm
		Asa: 12 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.25 CUENCO



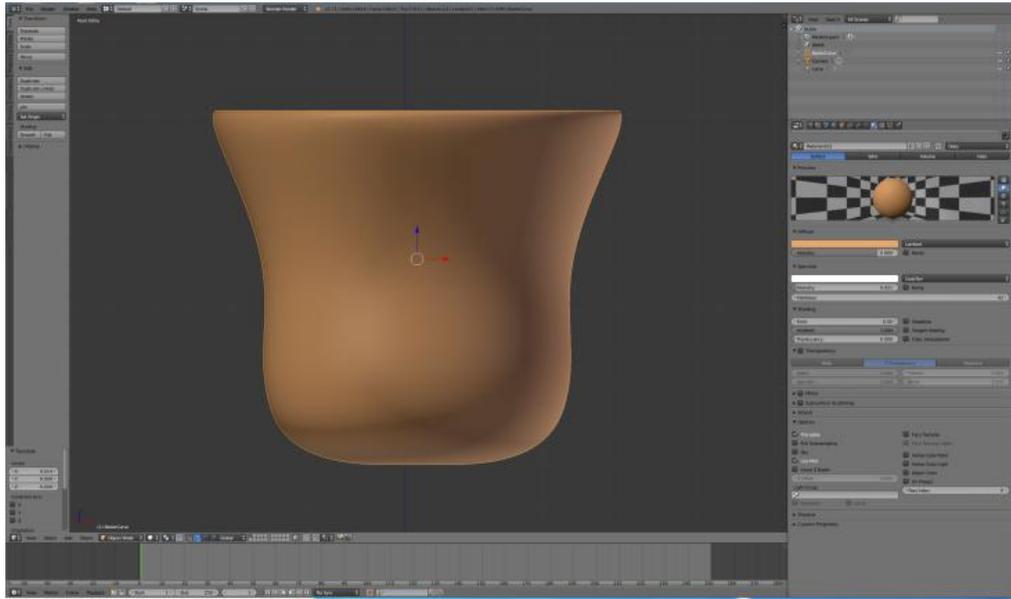
Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.16 DESCRIPCIÓN DEL CUENCO

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Cuenco	Vasija simple abierta que tiene las funciones de un tazón, pero de forma semiesférica y sin asas. Se emplea tanto para contener líquidos o granos como para beber. Posee un cuerpo angosto y una base plana.	Boca: 13 cm
		Cuerpo (ancho): 14 cm
		Base: 8 cm
		Altura: 5 cm

Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.26 MACETA



Elaborado por: Equipo de trabajo

TABLA N° 3.17 DESCRIPCIÓN DE LA MACETA

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA
Maceta	La construcción de la maceta es crucial para su calidad, por lo tanto la temperatura a la que se las hornea también lo es. Son moldeadas para contener flores, vienen en una variedad de profundidades y tamaños. Presenta un borde ondulado y base plana.	Boca: 20 cm
		Cuerpo (ancho): 18 cm
		Base: 16,5 cm
		Altura: 17,6 cm

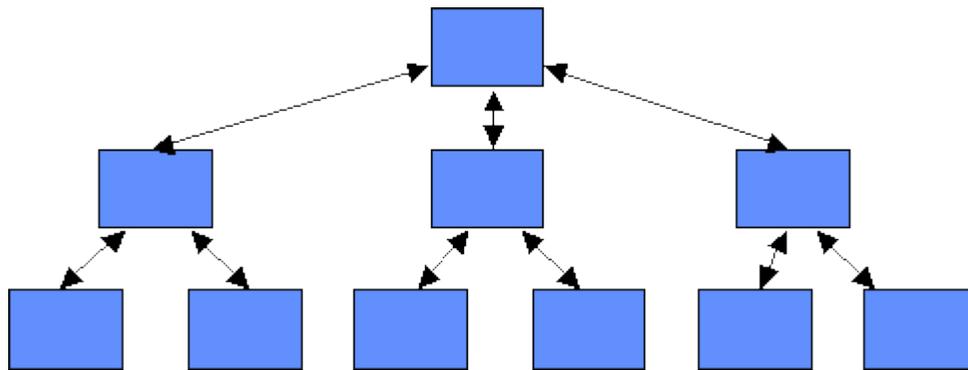
Elaborado por: Equipo de trabajo

3.5.4 Diseño Funcional del Sitio Web

El sitio web es una fuente de información para las personas interesadas en la cultura, el mismo que contendrá una combinación de gráficos, texto, modelados en 3D y otros materiales dinámicos o estáticos. Además se dará a conocer varias alternativas como: alfarería, fiestas, atractivos turísticos, galería, ubicación y selección de una vasija estos enlaces están relacionados específicamente con la parroquia La Victoria, Capital Alfarrera.

3.5.4.1 Mapa de Navegación

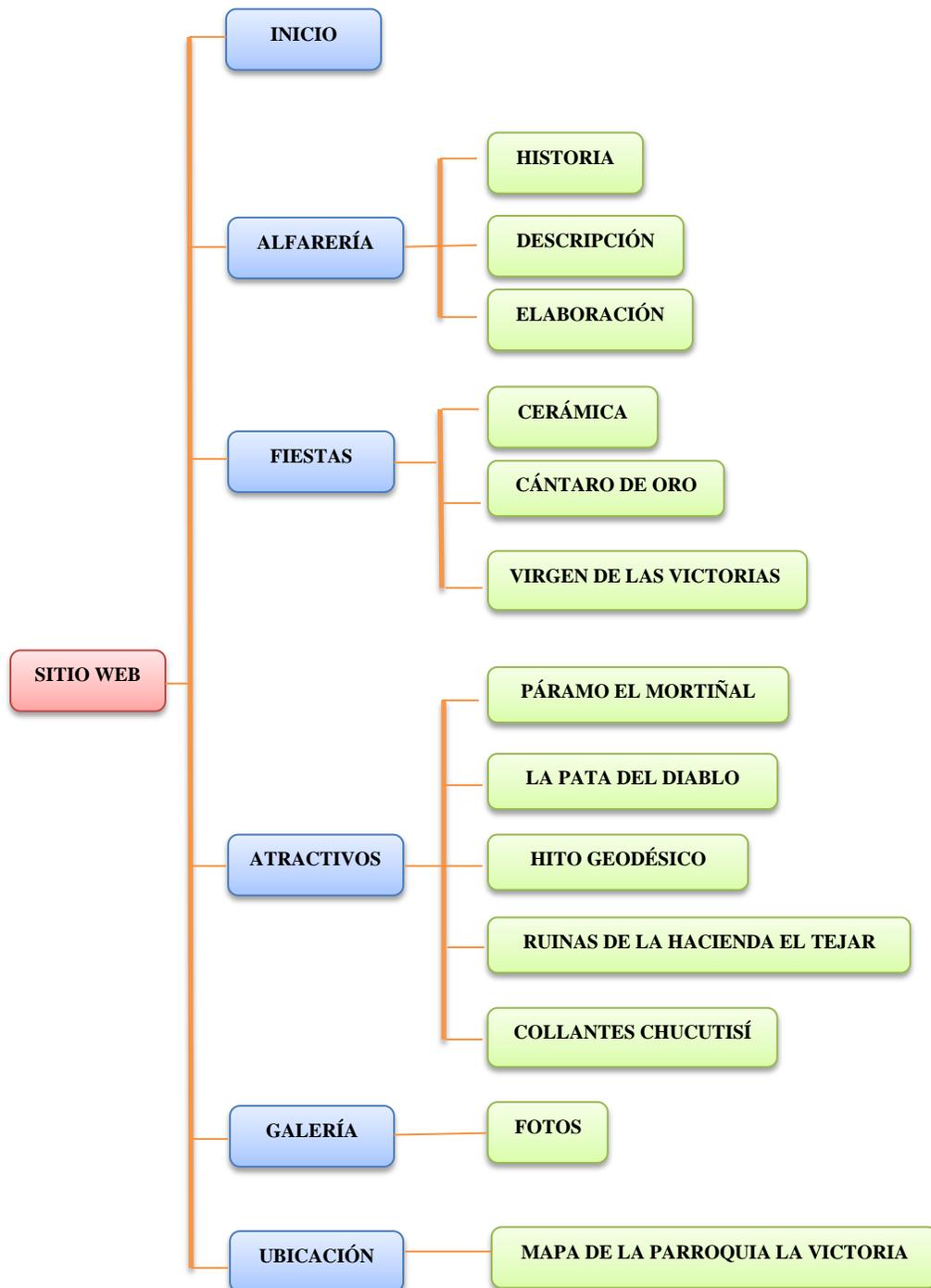
Para la elaboración del sitio web hemos seleccionado la navegación jerárquica. Esta estructura comienza con una página principal o raíz, se presentan varias opciones que permite ir visualizando páginas más específicas. Éste tipo de navegación se desglosan bajo conceptos más generales.



La selección de una sección nos conduce asimismo a una lista de sub-temas que pueden o no dividirse.

Este tipo de organización permite al usuario conocer en qué lugar de la estructura se encuentra, además de saber que, conforme se adentra en la estructura obtiene información más específica e información más general localizada en los niveles superiores.

GRÁFICO N° 3.27 MAPA DE NAVEGACIÓN



Elaborado por: Equipo de trabajo

3.5.4.2 Creación de la Interfaz Gráfica del Usuario

La realización de las interfaces gráficas se lograron en base al mapa de navegación que previamente se elaboró para ello primero se inicia con el diseño de las pantallas.

La interfaz gráfica está diseñada para brindar al usuario final la manera ágil de encontrar y recordar el uso de las opciones que más le interesan, brindándole comodidad y eficiencia.

Seguidamente debemos tomar en cuenta algunos aspectos importantes tales como:

- ✓ **Modo de color:** RGB
- ✓ **Retícula:** Se escogió la retícula jerárquica porque es una forma estructural que permite organizar los elementos; conforme surja la necesidad de trabajar sobre un espacio virtualmente ordenado nos desprendemos de la rigidez real.

Esta retícula nos ayuda a la comprensión y a la rapidez de la lectura del diseño, manteniendo el contenido de una forma ordenada y jerarquizada. Los contenidos se visualizan con mayor claridad a distancia y la información que transmiten se retiene con más facilidad.

3.5.4.3 Proceso de creación de las pantallas

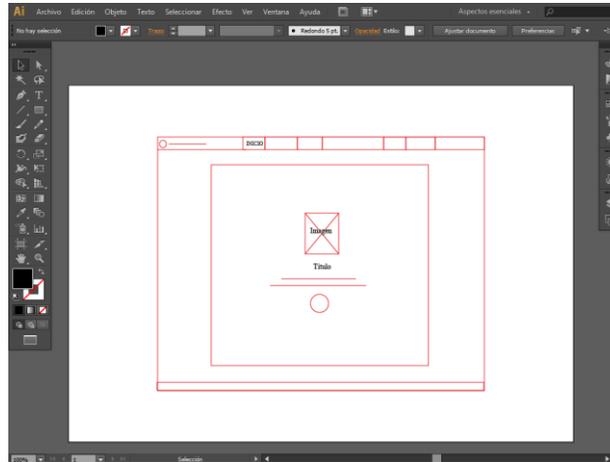
Este sitio web pretende dar a conocer a todos los usuarios que la parroquia La Victoria es la Capital Alfarera y que día a día elaboran sus vasijas con esfuerzo y dedicación. Es por ello que esta página web ha sido elaborada para mejorar la promoción cultural de la parroquia.

El sitio web está diseñado a partir del proceso de utilización de la retícula jerárquica para un mejor orden y distribución de los elementos. Aquí se crearon 7 pantallas:

Pantalla de Inicio, de Alfarería, de Fiestas, de Atractivos Turístico, de Galería, de Ubicación y Pantalla de Escoja una Vasija.

3.5.4.4 Creación de la Pantalla de Inicio

GRÁFICO N° 3.28 RETÍCULA DE LA PANTALLA DE INICIO



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.29 PÁGINA DE INICIO

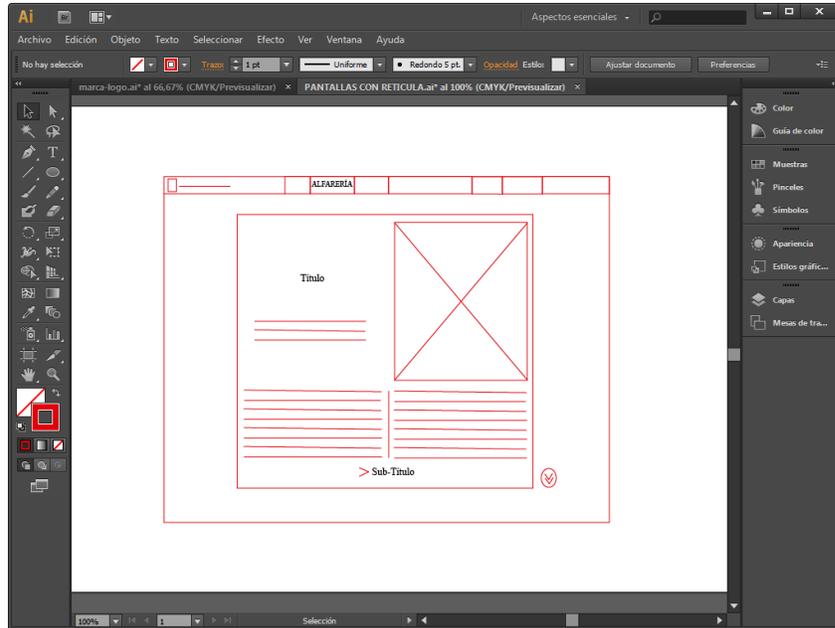


Elaborado por: Equipo de trabajo

La página de Inicio fue organizada de la siguiente manera: en la parte central se colocó la marca diseñada de la parroquia La Victoria, dando a conocer que es la Capital Alfarera, mientras que en la parte superior de la pantalla se ubica la botonera.

3.5.4.5 Creación de la Pantalla de Alfarería

GRÁFICO N° 3.30 RETÍCULA DE LA PANTALLA DE ALFARERÍA



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.31 PÁGINA DE ALFARERÍA 1



Elaborado por: Equipo de trabajo

Al dar clic en el botón de Alfarería se desplegará un subíndice con 3 tres temas adicionales, tales como la **Descripción**, la **Historia** y la **Elaboración** del trabajo que desarrollan los alfareros de La Victoria. Al seleccionar el tema aparecerá en la pantalla dicha información con la siguiente estructura: Título y subtítulo al lado superior-izquierda, cada imagen estará en la parte superior-derecha de la pantalla y el texto que representa a cada imagen estará ubicado a doble columna en la parte inferior de la misma.

GRÁFICO N° 3.32 PÁGINAS DE ALFARERÍA 2



Elaborado por: Equipo de trabajo

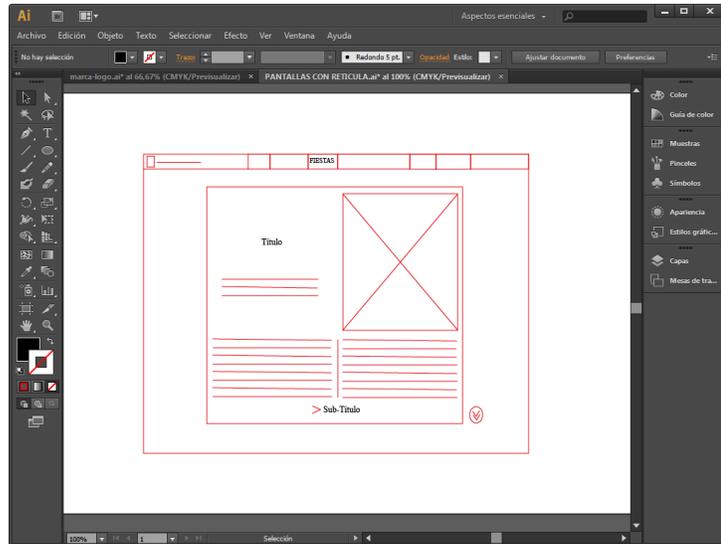
GRÁFICO N° 3.33 PÁGINA DE ALFARERÍA 3



Elaborado por: Equipo de trabajo

3.5.4.6 Creación de la Pantalla de Fiestas

GRÁFICO N° 3.4 RETÍCULA DE LA PANTALLA DE FIESTAS



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.35 PÁGINA DE FIESTAS 1



Elaborado por: Equipo de trabajo

En esta página se dará a conocer 3 fiestas tradicionales de la parroquia La Victoria éstas son: Fiestas de la “Cerámica”, El festival “Cántaro de Oro” y “Virgen de las Victorias”. Estructurada de la siguiente forma: Título y subtítulo al lado superior-izquierda de la pantalla, una imagen correspondiente al tema ubicada en la parte superior-derecha, seguido de una breve introducción en la parte inferior de la misma.

GRÁFICO N° 3.36 PÁGINA DE FIESTAS 2



Elaborado por: Equipo de trabajo

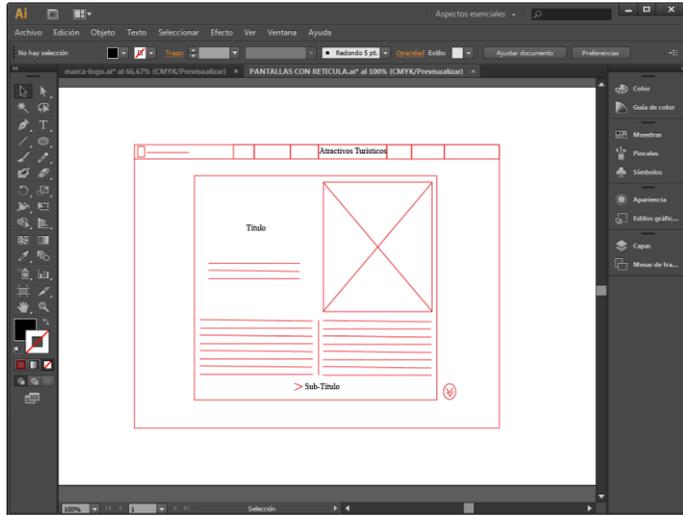
GRÁFICO N° 3.37 PÁGINA DE FIESTAS 3



Elaborado por: Equipo de trabajo

3.5.4.7 Creación de la Pantalla de Atractivos Turístico

GRÁFICO N° 3.38 RETÍCULA DE LA PANTALLA DE ATRACTIVOS TURÍSTICO



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.39 PÁNTALLA DE ATRACTIVOS 1



Elaborado por: Equipo de trabajo

Al dar clic en el botón de Atractivos Turísticos se podrá observar en la parte superior-izquierda de la pantalla el título y subtítulo, en la parte superior-derecha se observa imágenes de los lugares más importantes, mientras que en la parte inferior de cada imagen se presenta un pequeño texto de doble columna relacionado con el mismo.

GRÁFICO N° 3.40 PÁNTALLA DE ATRACTIVOS 2



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.41 PÁNTALLA DE ATRACTIVOS 3



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.42 PÁNTALLA DE ATRACTIVOS 4



Elaborado por: Equipo de trabajo

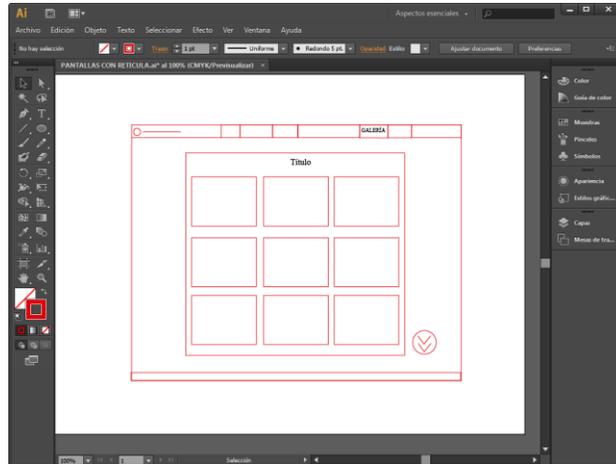
GRÁFICO N° 3.43 PÁNTALLA DE ATRACTIVOS 5



Elaborado por: Equipo de trabajo

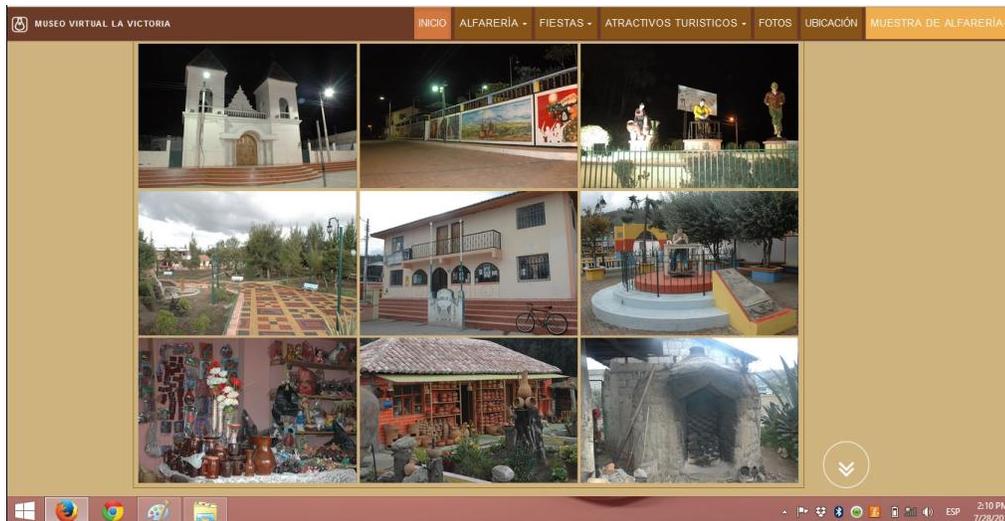
3.5.4.8 Creación de la Pantalla de Galería

GRÁFICO N° 4.4 RETÍCULA DE LA PANTALLA DE GALERÍA



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.45 PÁNTALLA DE GALERÍA

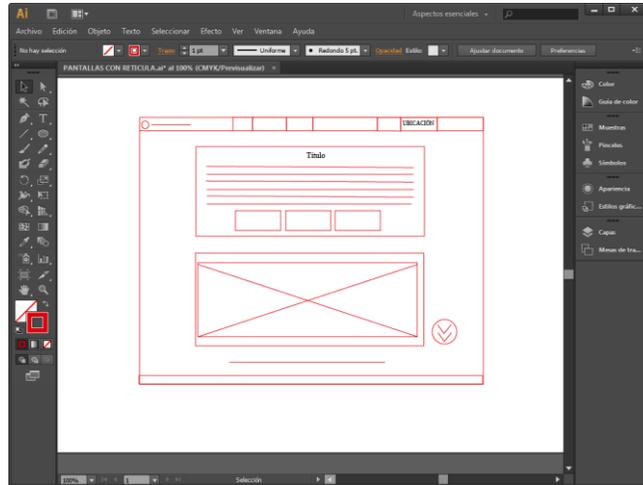


Elaborado por: Equipo de trabajo

En esta página se puede visualizar imágenes referentes a la parroquia de la Victoria, tales como fotografías relacionadas con la elaboración de las vasijas de barro, la iglesia, monumentos, parques, etc.

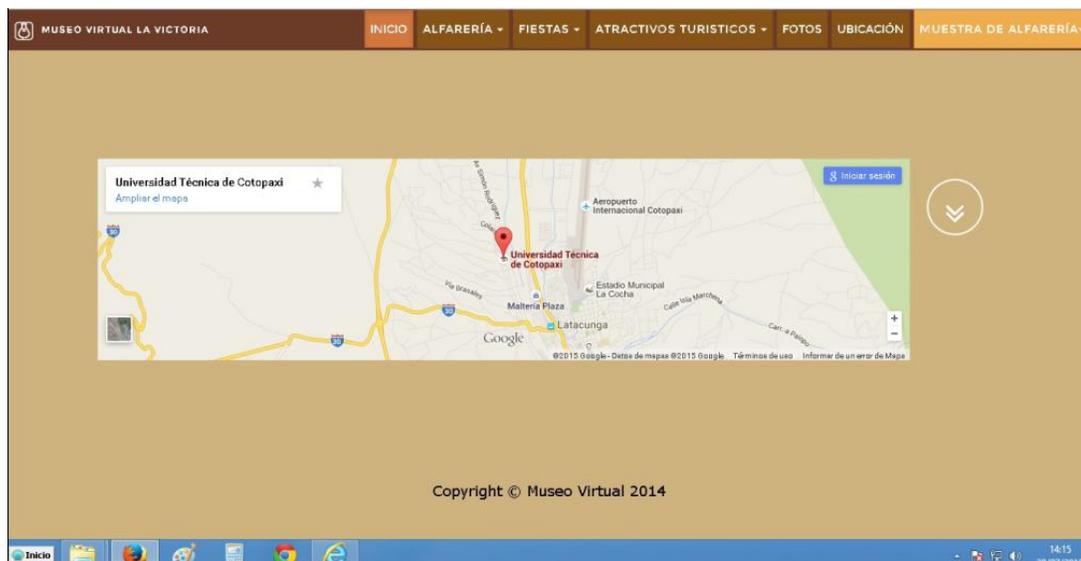
3.5.4.9 Creación de la Pantalla de Ubicación

GRÁFICO N° 3.46 RETÍCULA DE LA PANTALLA DE UBICACIÓN



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.47 PANTALLA DE UBICACIÓN

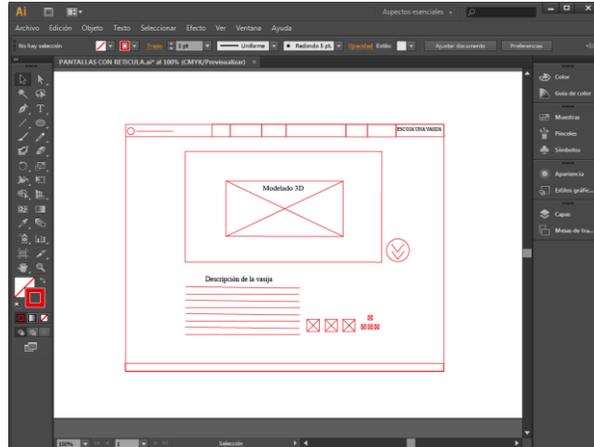


Elaborado por: Equipo de trabajo

En esta página se visualiza un mapa que permite localizar la parroquia la Victoria este se ha colocado en la parte inferior de la pantalla y previo a esto en la parte superior del mapa se ubica los contactos referentes la parroquia.

3.5.4.10 Creación de la Pantalla de Escoja una Vasija

GRÁFICO N° 3.48 RETÍCULA DE LA PANTALLA VASIJA



Elaborado por: Equipo de trabajo

GRÁFICO N° 3.49 PÁGINA DE ESCOJA UNA VASIJA



Elaborado por: Equipo de trabajo

Consecutivo a esto, en la parte superior de la pantalla se estableció una mesa de trabajo donde se visualiza los modelados en 3D, aquí se podrá interactuar dándole diferentes movimientos al objeto. Al lado inferior izquierdo de la pantalla se puede

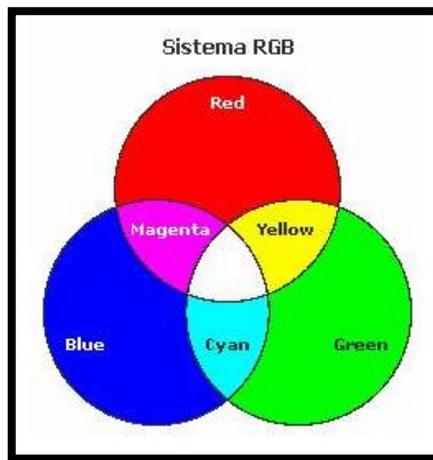
visualizar un texto referente a cada pieza con la descripción y medidas de la pieza. Y finalmente en la parte inferior derecha se observa unos iconos que nos facilitan la interacción de la página.

3.5.4.11 Cromática del Sitio Web

Es bien conocido que los colores producen unas singulares reacciones y estados en los sujetos que los miran. Del mismo modo produce variaciones visuales en los ambientes, otorgándoles características diferentes a las reales.

Es por ello que para el diseño del sitio web se utilizó el modelo de color RGB, este es un modelo aditivo que emplea la luz transmitida para mostrar los colores. Por lo general los monitores utilizan el modelo de color RGB. Cuando se combina luz en rojo, verde y azul, y el valor de cada componente es 255, el resultado es blanco. Cuando el valor de cada componente es 0, el resultado es negro puro.

GRÁFICO N° 3.50 SISTEMA RGB



Elaborado por: Equipo de trabajo

Para la página principal y las subpáginas se han utilizado colores connotativos que hacen referencia a significados no descriptivos ni realistas de lo representado, sino a valores psicológicos y simbólicos, en los que intervienen múltiples factores de

amplias subjetividades. Esta página web tiene varias tonalidades de colores cálidos, fríos y una sucesión de diversos colores para obtener un diseño tradicional y cultural.

Como diseñadores gráficos, buscamos transmitir no sólo a través de mensajes sino también de la combinación de colores una idea clara y concisa.

TABLA N° 3.18 CROMÁTICA DEL SITIO WEB

<i>Color</i>	<i>RGB</i>	<i>CMYK</i>	<i>Código</i>
	R = 140 G = 22 B = 26	C= 22% M= 100% Y= 100% K= 18%	# 8C161A
	R= 148 G= 100 B= 30	C= 40% M= 70% Y= 100% K= 6%	# 94641E
	R= 209 G= 134 B= 79	C= 4% M= 60% Y= 76% K= 0%	# D1864F
	R= 105 G= 57 B= 38	C= 47% M= 87% Y= 92% K= 26%	# 693926
	R= 81 G= 26 B= 27	C= 53% M= 98% Y= 93% K= 42%	# 511A1B

	R= 0	C= 84%	# 000000
	G= 0	M= 83%	
	B= 0	Y= 73%	
		K= 80%	

Elaborado por: Equipo de trabajo

Naranja.- Se utilizó el color naranja y varias de sus proporciones por ser un color que posee una fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter cálido, dinámica que significa fiesta y presencia del sol.

Rojo.- El color rojo se empleó porque tiene una visibilidad muy alta, y esto ayuda a expresar la alegría entusiasta y comunicativa.

Se manejó la gama de color rojo por ser un color espontáneo, variable que provoca sensaciones agradables y alegres. Igualmente el representa inteligencia y originalidad.

Café, llamado comúnmente marrón o castaño.- El color café significa las personas físicas, el color de la tierra, lo neutro. Este color se encuentra muy extendido en la naturaleza tanto entre seres vivos como en entes materiales.

Por ejemplo el barro que es un material indispensable para elaborar las diferentes vasijas. De la misma manera el color marrón se caracteriza por estar vinculado con la naturaleza y la vida en el medio ambiente. Dicho color simboliza el diario vivir de los alfareros.

Beige.- Se usó el color beige porque expresa la idea de estabilidad absoluta, calma y armonía en la que se encuentran las vasijas. Se le considera además el color de la perfección.

La gama del tono beige elegido comunica los valores de confiabilidad, estabilidad y seriedad buscados para la parroquia La Victoria.

3.5.4.12 Tipografía del Sitio Web

Es una disciplina que dentro del Diseño Gráfico estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. La legibilidad de los caracteres es una propiedad marcada por el propio diseño de los tipos de letra.

De los diferentes tipos de letras que podemos emplear, algunos están especialmente pensados para ser vistos en el monitor de un ordenador. Hemos valorado ciertas tipografías sin decorados para que sean fácilmente legibles en el caso, de que las visualicemos en pantallas con baja resolución.

La tipografía **Avenir** se utilizó para los botones: INICIO, ALFARERÍA, FIESTAS, ATRACTIVOS TURÍSTICOS, GALERÍA, UBICACIÓN, ESCOJA UNA VASIJA, por ser de buena legibilidad, de fácil comprensión generando limpieza al texto. También se emplea esta tipografía para los diferentes textos.

3.5.5 Programación aplicada en las diferentes Interfaces

3.5.5.1 Bootstrap

Toda la aplicación está basada en un framework denominado **bootstrap** donde se emplea un conjunto de archivos CSS. Este framework nos permitió maquetar el sitio web en minutos.

Para la elaboración del sitio web también se emplearon interfaces web con JavaScript, cuya particularidad es la de adaptar la interfaz del sitio web al tamaño del dispositivo en que se visualice. Es decir, el sitio web se adapta automáticamente al tamaño de una PC, una Tablet u otro dispositivo. Esta técnica de diseño y desarrollo se conoce como “**responsive design**” o diseño adaptativo.

El diseño creado con Bootstrap es simple, limpio e intuitivo, esto le da agilidad a la hora de cargar y al adaptarse a otros dispositivos. El Framework trae varios elementos con estilos predefinidos fáciles de configurar: Botones, Menús desplegables,

Formularios incluyendo todos sus elementos e integración jQuery para ofrecer ventanas y tooltips dinámicos.

Bootstrap tiene un soporte relativamente incompleto para HTML5 y CSS 3, pero es compatible con la mayoría de los navegadores web. La información básica de compatibilidad de sitios web o aplicaciones está disponible para todos los dispositivos y navegadores.

3.5.5.2 Fireworks

Es un programa versátil para crear, editar y optimizar gráficos Web. Permite crear y editar imágenes de mapa de bits y vectoriales, diseñar efectos Web, como rollovers y menús emergentes, recortar y optimizar elementos gráficos para reducir su tamaño de archivo y automatizar tareas repetitivas para ahorrar tiempo. Es posible exportar o guardar un documento como un archivo JPEG, un archivo GIF o un archivo de otro formato. Estos archivos pueden guardarse junto con archivos HTML que contengan tablas HTML y código JavaScript para facilitar su uso en Internet.

3.5.5.3 JavaScript

Al igual que HTML, Javascript es un lenguaje de programación que se puede utilizar para construir sitios Web y para hacerlos más interactivos.

Aunque comparte muchas de las características y de las estructuras del lenguaje Java, fue desarrollado independientemente. El lenguaje Javascript puede interactuar con el código HTML, permitiendo a los programadores web utilizar contenido dinámico.

3.5.5.4 Estilos CSS

Los Estilos CSS, también conocidos como Hojas de estilo en cascada (Cascading Style Sheets) son el conjunto de reglas de formato que determina el aspecto del contenido de la página web.

Las reglas CSS, pueden residir en las ubicaciones siguientes:

- **Hojas de Estilo CSS Externas.-** Son el conjunto de reglas CSS almacenadas en un archivo CSS (.css) y con estas se deberá emplear una vinculación al archivo CSS.
- **Hojas de Estilo CSS Internas.-** Son el conjunto de reglas CSS incluidas en una etiqueta <STYLE> dentro del cuerpo del documento o de la etiqueta <HEAD>.

3.5.6 Verificación de accesibilidad y usabilidad de la aplicación

Mediante la prueba de accesibilidad web podemos señalar que el sitio web puede ser visitado y utilizado de forma satisfactoria por el mayor número posible de personas, independientemente de las limitaciones personales que tengan o de aquellas limitaciones que sean derivadas de su entorno.

Por otro lado la prueba de usabilidad web nos permitió conocer el grado en que el producto (las vasijas de barro) puede ser utilizado por los usuarios para lograr sus propósitos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un determinado contexto de uso.

Como postulantes podemos destacar que gracias al test de accesibilidad y usabilidad aplicados a varias personas de la parroquia de la Victoria, se pudo descubrir la facilidad con la que se puede utilizar el sitio web, y posteriormente esta información nos permitirá mejorar futuros diseños e implementaciones.

CONCLUSIONES:

- Al realizar el presente estudio se determinó que no existen páginas web con respecto a la alfarería de la parroquia “La Victoria”. Por tanto la elaboración del museo virtual con modelados 3D de las vasijas de barro fue favorable para una buena interactividad entre la máquina y el usuario.
- Para la elaboración del sitio web se tomó en cuenta el análisis de los resultados de las encuestas aplicado a los alfareros. Con el propósito de difundir y mejorar la promoción cultural de la Parroquia La Victoria.
- En la parroquia “La Victoria” se observó una variedad de piezas artesanales, con el acceso al domicilio del Sr. Juan Panchi y con la colaboración del Sr. Galo Jiménez se realizó la captura fotográfica de cierto número de vasijas, tomando en cuenta su color, forma y tamaño respectivamente.
- La implementación de la tesis está dirigido a la sociedad en general, con la finalidad de que conozcan parte de la cultura de la Parroquia “La Victoria”, de la cual nos hemos distanciado por la falta de publicidad.
- La elaboración del sitio web fue implementada como una alternativa pedagógica educativa donde cada estudiante construirá conocimiento sobre las vasijas de barro al interactuar con los diferentes recursos existentes en el museo virtual.

RECOMENDACIONES:

- Se recomienda que las autoridades de la parroquia “La Victoria” y la Asociación de Alfareros, continúen en la conservación y preservación de las piezas artesanales que forman parte de su cultura.
- Para la elaboración de un buen diseño web es indispensable realizar antes un guión multimedia, de esta manera se puede planear y organizar mejor el sitio obteniendo mayor eficiencia.
- Dentro de la página web lo más importante es la relación que debe existir entre el usuario y el sitio. Por tanto es aconsejable que el sitio web sea dinámico e interactivo.
- Es aconsejable que las autoridades de la parroquia “La Victoria” en conjunto con la comunidad aporten para el desarrollo social, cultural y económico del sector, mediante la difusión de publicidad.
- Se sugiere que la comunidad de la parroquia “La Victoria” dé a conocer otros aspectos importantes del sector, tales como: los atractivos turísticos, la gastronomía, fiesta, etc. De esta manera mejoraría la situación social, cultural y económica de la parroquia.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

Básica:

- BOU BAUZÁ, Guillem. *“El guion Multimedia. Anaya Multimedia”* (Eds.), Madrid. (2003).
- DUARTE, Ana. *“Los materiales hipermedias y multimedias aplicados a la enseñanza”*, Nuevas tecnologías aplicadas a la educación, (2007), pp. 137-158.
- REVUELTA, F. y PÉREZ, L. (2009): *Interactividad en los entornos de formación on-line*. Barcelona. UOC.
- SANTACANA, J.; HERNÁNDEZ, F.X. *“Museología crítica”*. Gijón: TREA, 2006.
- SANTACANA MESTRE, Joan y SERRAT ANTOLÍ, Nuria *“Museografía didáctica”*. Editorial Ariel, Barcelona, 2005, 653 páginas.

Citada:

- DUARTE HUEROS, Ana María. *“Los materiales hipermedias y multimedias aplicados a la enseñanza, en Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación”*. 2006, pp. 137-158.
- HERNÁNDEZ, Francesc. *“Museografía didáctica”*, en SANTACANA, Joan.; SERRAT, N. (coord.) *Museografía didáctica*. Barcelona: Ariel., 2005, pp. 23-61.
- LLONCH, Nayra & SANTACANA, Joan. *“Claves de la museografía didáctica”*. Ed. Milenio. Lleida., 2011, pp. 11-13
- ROMERO, Gregoria. *“Pautas de Diseño de Interfaces Gráficas”*. 2003, pp. 69-71

Virtual:

- ALCALÁ, Rafael (2010). *La promoción cultural y musical a través de las redes sociales*. Extraído el 18/07/2014 desde <http://www.musinetwork.com/samples/promocion-cultural-redes-sociales.pdf>
- ALTAMIRANO. (2007). *Características inherentes a los entornos virtuales en 3D*. Recuperado el 13/06/2014 desde <http://socialmente2011.wikispaces.com/Espacios+virtuales+de+aprendizaje+en+3D>
- CKANDRÉS, Jairo. (2013). *Multimedia Integral, Elementos Del Diseño Tridimensional*, Obtenido el 24/06/2014 desde <http://multimediaintegral.blogspot.com/2013/02/elementos-del-diseno-tridimensional.html>
- CUAUHTÉMOC, Camarena y MORALES, Teresa. (2009). *Manual para la creación y desarrollo de museos comunitarios*. Extraído el 10/07/2014 desde <http://mediacionartistica.files.wordpress.com/2014/02/manual-para-la-creacion-y-desarrollo-de-museos-comunitarios.pdf>
- DIARIO INMOBILIARIO. (2010). *La cerámica en la actualidad*. Obtenido el 04/07/2014 desde <http://www.inmobiliario.do/tips/5565-la-ceramica-en-la-actualidad>.
- KETCHUM, Daniel. (2010). *Modelado 3D*. Extraído el 26/06/2014 desde http://www.ehowenespanol.com/definicion-del-modelado-3d-sobre_365295/
- LARA, Víctor y MOTA, Eliu. (2011). *Mundos Virtuales* Obtenido el 16/06/2014 en <http://vik91110-mundosvirtuales.blogspot.com/>
- LUZARDO ALLIEY, Ana Milagro. (2009). *Diseño de la Interfaz Gráfica Web*. Obtenido el 9/06/2014 desde http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseño/pdf/tesis_completas/43.luzardo.pdf
- MARTÍN, Ángel. (2012). *La cerámica artesanal se adapta al mercado*. Extraído el 3/07/2014 desde http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=CM_Actualidad_FA&cid=1142703912968&language=es&pagename=Comunidad_Madrid%2FEstructura

- MORA, Gabriela. (2010). *Diseño Tridimensional*. Extraído el 23/06/2014 desde <http://moragabrieladisenio.blogspot.com/2010/04/concepto-de-diseno-tridimensional.html>
- PAREDES, Kléver. (2013). *La Red de Museos Comunitarios del Ecuador*. Obtenido el 11/07/2014 en <http://www.telegrafo.com.ec/cultural/item/la-red-de-museos-comunitarios-del-ecuador.html>
- PATIÑO PUENTE, Jesús Vicente. (2010). *Cerámica en el arte precolombino*. Publicación digital de Historia y Ciencias Sociales, Artículo N° 167. Recuperado el 02/07/2014 en <http://www.claseshistoria.com/revista/2010/articulos/patino-ceramica-precolombina.pdf>
- TOSETE HERRANZ, Francisco. *"Arquitectura de la información: fundamentos del diseño de sedes en la World Wide Web"*. IV Jornadas de Gestión de la Información. “Nuevos escenarios: contenidos, colaboración y aprendizaje” Sociedad Española de Documentación e Información Científica (SEDIC). 2002, noviembre 26-27. Recuperado 8/06/2014 desde http://www.hipertexto.info/documentos/diseg_web.htm

Web-grafía:

- Patrimonio Cultural, <http://www.ilam.org/index.php/es/talleres/materiales-apoyo/143-talleres-ilam/materiales-apoyo/288-patrimonio-definiciones>
- Gobierno Parroquial de La Victoria, <http://www.lavictoria.gob.ec/>
- La Hora, <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101096839#Qv1Pl5Mu8>
- Primer Periódico multimedia del centro del país, <http://www.cotopaxinoticias.com/seccion.aspx?sid=11&nid=9611>

ANEXOS

ANEXO N° 1 VISITA A LOS ALFAREROS



Elaborado por: Equipo de trabajo

ANEXO N° 2 ENTREVISTA AL SR. GALO JIMÉNEZ



Elaborado por: Equipo de trabajo

ANEXO N° 3 ENTREVISTA AL ING. LENNIN TAMAYO



Elaborado por: Equipo de trabajo

ANEXO N° 4 ENTREVISTA AL M.SC JUAN CARLOS FERNÁNDEZ



Elaborado por: Equipo de trabajo

ANEXO N° 5 MODELO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI CARRERA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS ESPECIALIZACIÓN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

Encuesta dirigida a los alfareros de la parroquia La Victoria, aquí se distinguirán 3 agrupaciones siendo los artesanos, tejeros y operarios quienes son personas que viven del turismo comunitario y que han trabajado por años en el lugar.

OBJETIVOS: Recopilar la información necesaria y específica que permita organizar, clasificar, procesar y tabular datos que conlleven a definir una posesión directa en la investigación del tema: “ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014.”

Instrucciones:

- ✓ Por favor responda de manera precisa y concreta escribiendo una (X) en la opción que usted considere correcta.
- ✓ Lea determinadamente las preguntas para que nos proporcione las respuestas apropiadas.

1.- ¿Por qué la comunidad aspira tener un museo?

- a) Para dar a conocer su cultura (...)
- b) Para rescatar su patrimonio cultural (...)
- c) Para promocionar a la parroquia (...)
- d) Para atraer al turista (...)
- e) Otro (especifique) (...)

2.- ¿Cómo piensa la comunidad administrar el museo, qué personas estarían encargadas de su gestión?

- a) Presidente del barrio (...)
- b) Presidente de la Junta Parroquial (...)
- c) Otros (especifique) (...)
- d) Otro (especifique) (...)

3.- ¿Qué actividades esperamos se realice en el museo multifuncional?

- a) Visitas (...)
- b) Centro de información turística (...)
- c) Eventos culturales (...)
- d) Centro de interpretación artesanal (...)
- e) Otro (especifique) (...)

4.- Considerando que la parroquia la Victoria es una comunidad alfarera, ¿Qué otros aspectos le gustaría que se dé a conocer de la parroquia?

- a) Gastronomía (...)
- b) Fiestas (...)
- c) Lugares turísticos (...)
- d) Otros (especifique) (...)

5.- Mientras se hace realidad el museo de la parroquia La Victoria, ¿Considera usted que es factible realizar un museo virtual para mejorar la promoción cultural de la parroquia?

- a) Si (...)
- b) No (...)

6.- ¿Cuál sería la razón principal por la que se debería visitar el museo virtual?

- a) Para entretenerse (...)
- b) Para informarse (...)
- c) Para ver qué novedades hay (...)
- d) Otro (especifique) (...)

7.- ¿Todas las personas que viven en su casa suelen visitar algún tipo de museo?

- a) Sí (...)
- b) Sí, solo algunos (...)
- c) No, casi nadie o nadie (...)
- d) Solo yo (...)

8.- ¿Piensa usted que los proyectos de tesis ayudan a incrementar el turismo y la economía de la parroquia?

- a) Si (...)
- b) No (...)

9.- ¿Desde cuándo se considera a la parroquia La Victoria un pueblo Alfarero?

- a) Desde hace algunos años, con la llegada de extranjeros de la Misión Andina (...)
- b) Desde nuestros abuelos, herencia familiar (...)
- c) Desde siempre, antes de la llegada de los españoles (...)
- d) No sé (...)

10.- ¿Cuál considera usted que es la cultura originada de la parroquia La Victoria?

- a) Panzaleo (...)
- b) Inca (...)
- c) No sé (...)
- d) Otro (...)

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 6 MODELO DE ENTREVISTA 1

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS
ESPECIALIZACIÓN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO
LA ENTREVISTA SE LA REALIZARÁ AL PRESIDENTE DE LA JUNTA
PARROQUIAL DE LA VICTORIA**

Entrevista aplicada al Sr. Galo Jiménez presidente de la Junta Parroquial de “La Victoria”.

OBJETIVOS: Recopilar la información necesaria y específica que permita organizar, clasificar, procesar y tabular datos que conlleven a definir una posesión directa en la investigación del tema: **“ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014.”**

1.- Como representante de la parroquia “La Victoria” ¿Qué se debería difundir al turista nacional y extranjero para el desarrollo social y económico del sector?

2.- ¿Por qué medio se ha difundido a la parroquia en el sector turístico?

3.- ¿Conoce usted los medios de difusión turística en una página web y las posibilidades que existe dentro de ello?

4.- ¿Qué mensaje de debería dar de la parroquia, al sector turístico cultural nacional y extranjero?

5.- ¿Cree usted que se debería dar a conocer las diferentes piezas alfareras existentes en la parroquia “La Victoria”, a nivel nacional e internacional?

ANEXO N°. 7 MODELO DE ENTREVISTA 2

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS
ESPECIALIZACIÓN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO
LA ENTREVISTA SE LA REALIZARÁ A UN PROFESIONAL DE DISEÑO
MULTIMEDIA**

Entrevista aplicada al Ing. Lenin Tamayo docente de la carrera de Diseño Gráfico de la UTC, especializado en Animación 3D.

OBJETIVOS: Recopilar la información necesaria y específica que permita organizar, clasificar, procesar y tabular datos que conlleven a definir una posesión directa en la investigación del tema: **“ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014.”**

1.- Existe la posibilidad de realizar una página web donde se visualice un museo virtual

2.- ¿Al realizar una página web, su estructura debería ser formal o dinámica?

3.- ¿Qué es lo más importante que debería resaltar dentro de una página web?

4.- ¿Por qué es indispensable realizar un guión multimedia antes de desarrollar la página web?

5.- Como profesional en este campo, ¿Qué nos aconsejaría para un mejor desarrollo de una página web.

ANEXO N° 8 MODELO ENCUESTAS

DE ENTREVISTA 3

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS
ESPECIALIZACIÓN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO
LA ENTREVISTA SE LA REALIZARÁ A UN PROFESIONAL EN EL
ÁMBITO DE MUSEOS COMUNITARIOS**

Entrevista aplicada al M.sc Juan Carlos Fernández Catalán docente de la UTE, especialista en Museos Comunitarios.

OBJETIVOS: Recopilar la información necesaria y específica que permita organizar, clasificar, procesar y tabular datos que conlleven a definir una posesión directa en la investigación del tema: **“ELABORACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL QUE EVIDENCIE EL PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE DE LAS VASIJAS DE BARRO EXISTENTES EN LA PARROQUIA LA VICTORIA DEL CANTÓN PUJILÍ, MEDIANTE OBJETOS TRIDIMENSIONALES, PARA MEJORAR LA PROMOCIÓN CULTURAL DE LA PARROQUIA, DIRIGIDO A LA COMUNIDAD DE LA VICTORIA, EN EL PERÍODO 2013-2014.”**

- 1.- ¿Cómo cree usted que se debería mejorar la promoción cultural de un sector?
- 2.- ¿Cuál es la situación actual de los museos comunitarios?
- 3.- ¿Cuáles son los públicos en la museología comunitaria?
- 4.- ¿Cuáles son los procedimientos para crear un museo comunitario?
- 5.- ¿Cuál es el objetivo de la museología comunitaria?
- 6.- ¿Qué temas y subtemas se deben presentar en el guión museográfico de un museo comunitario?
- 7.- ¿Se puede establecer redes de museos comunitarios?
- 8.- ¿Cuál sería el objetivo de creación de una página web en el contexto de museo comunitario?

ANEXO N° 9 MODELO DE TEST DE ACCESIBILIDAD Y USABILIDAD

Test de Usabilidad y Accesibilidad Web

Entrevistador	
Usuario	
Fecha	

Buenos días, le agradecemos por su disposición de participar en esta “Prueba de Usabilidad y Accesibilidad” que nos ayudará a detectar problemas en el sitio que desarrollamos, si es que los tuviera. Vamos a comenzar con algunas preguntas:

#	Pregunta	Sí	No
1	¿Las opciones en la navegación están ordenadas en el orden más lógico o de alguna forma orientada a las tareas más importantes?		
2	¿Existe contenido de utilidad en la página web?		
3	¿Las áreas de navegación en la página web no sufren de un abuso de formato/diseño y los usuarios no las podrían confundir con publicidad?		
4	¿El botón muestra de alfarería contiene buenos ejemplos de vasijas de barro pertenecientes a la parroquia La Victoria?		
5	¿La página web contiene información gráfica con sentido?		
6	¿El título de la página de inicio va a proveer buena visibilidad a máquinas de búsqueda como Google?		
7	¿Con solo un vistazo a la página de inicio el usuario que ingresa por primera vez puede entender por dónde comenzar?		
8	¿La página de inicio está diseñada profesionalmente y va a crear una primera impresión positiva?		
9	¿El diseño de la página de inicio va a animar a los usuarios a explorar más del sitio?		
10	¿La página de inicio realmente luce como una página de inicio, es decir, las páginas secundarias no se podrían confundir con ésta?		
11	¿Le pareció adecuada la forma en que se muestran las imágenes en el sitio web? ¿Son nítidas? ¿Son adecuadas para representar el contenido del que trata el sitio?		
12	¿Logra distinguir gráficamente los enlaces visitados de aquellos que no ha visitado aún?		
13	¿Los textos usados en los contenidos de los enlaces son suficientemente descriptivos de lo que se ofrece en las páginas hacia las cuales se accede a través de ellos?		
14	¿Distingue alguna imagen que represente (logotipo) a la parroquia La Victoria? ¿Cree que aparece en un lugar importante dentro de la página?		
15	¿Con la información que se ofrece en pantalla, es posible saber a qué institución o empresa corresponde el sitio?		