



**Universidad
Técnica de
Cotopaxi**

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

Tesis previa a la Obtención del Título de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado.

TEMA:

**“DISEÑO PARA UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS
MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE
LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES DE
(LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”**

Autores:

Tapia Flores Andrea Stephani
Viracocha Bedoya Carlos Javier

Director:

Ing. Freire Samaniego Jorge

Asesor:

Msc. Vaca Peñaherrera Bolívar



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas; por cuanto, l@s postulantes:

- Tapia Flores Andrea Stephani
- Viracocha Bedoya Carlos Javier

Con la tesis, cuyo título es: **“DISEÑO PARA UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES DE (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”**

Han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidos al **Acto de Defensa de Tesis** en la fecha y hora señalada.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 11 de Mayo del 2015

Para constancia firman:

**MSC. VÍCTOR HUGO ARMAS
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

**ING. LENNIN TAMAYO
MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**ING. CARLOS CHASILUISA
OPOSITOR DEL TRIBUNAL**

**ING. JORGE FREIRE
DIRECTOR DE LA TESIS**

AUTORÍA

La presente Tesis de Grado con su respectivo Tema de Investigación **“DISEÑO PARA UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES DE (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”** Es el resultado del esfuerzo y dedicación de los postulantes. En tal virtud los conceptos y opiniones son exclusividad y responsabilidad de los autores.

Carlos J Viracocha Bedoya
C.I. 050350014-2

Andrea S Tapia Flores
C.I. 092898983-9



AVAL DE DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Directo de Trabajo de Investigación sobre el tema: “**DISEÑO PARA UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES DE (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)**”, De los señores estudiantes; Tapia Flores Andrea Stephani portadora de la cédula de ciudadanía N° 092898983-9 y Carlos Javier Viracocha Bedoya portador de la cédula de ciudadanía N° 050350014-2, postulante de la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado,

CERTIFICO QUE:

Una vez revisado el documento entregado a mi persona, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos - técnicos necesarios para ser sometidos a la **Evaluación del Tribunal de Validación de Tesis** que el Honorable Consejo Académico de la Unidad de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 11 de Mayo del 2015

.....
Ing. Jorge Freire Samaniego.
DIRECTOR DE TESIS



AVAL DE ASESOR METODOLÓGICO

En calidad de Asesor Metodológico del Trabajo de Investigación sobre el tema:
“DISEÑO PARA UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES DE (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”, De los señores estudiantes; Tapia Flores Andrea Stephani portadora de la cédula de ciudadanía N° 092898983-9 y Carlos Javier Viracocha Bedoya portador de la cédula de ciudadanía N° 050350014-2, postulante de la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado,

CERTIFICO QUE:

Una vez revisado el documento entregado a mi persona, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos - técnicos necesarios para ser sometidos a la **Evaluación del Tribunal de Validación de Tesis** que el Honorable Consejo Académico de la Unidad de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 11 de Mayo del 2015

.....
M.Sc. Bolívar Vaca Peñaherrera.
ASESOR METODOLÓGICO



CERTIFICADO DE IMPLEMENTACIÓN

HONORABLE CONSEJO ACADÉMICO UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

Mediante la presente certificación pongo a su consideración que: Tapia Flores Andrea Stephani portadora de la cédula de ciudadanía N° 092898983-9 y Carlos Javier Viracocha Bedoya portador de la cédula de ciudadanía N° 050350014-2, egresados de la Universidad Técnica de Cotopaxi de la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado han concluido con la tesis: **“DISEÑO PARA UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES DE (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”**, dicho trabajo ha sido sujeto a las especificaciones y requerimientos solicitados, la que se entrega a la Universidad y puede hacer uso de la presente Tesis de la manera ética y cuando lo estime conveniente.

Es todo cuanto puedo certificar, permitiendo hacer uso del presente certificado para los fines legales pertinentes.

Latacunga, 11 de Mayo del 2015

.....
Arq. Enrique Lanas
C.C. 050164759-8
COORDINADOR DE DISEÑO GRÁFICO

AGRADECIMIENTO

A mis padres por haberme brindado la oportunidad de estudiar en la Universidad Técnica de Cotopaxi, por su esfuerzo, dedicación y entera confianza.

Gracias por su apoyo, la orientación que me han dado, por iluminar mi camino y darme la pauta para poder realizarme en mis estudios y mi vida. Agradezco los consejos sabios que en el momento exacto han sabido darme para no dejarme caer y enfrentar los momentos difíciles, por ayudarme a tomar las decisiones que me ayuden a balancear mi vida y sobre todo gracias por el amor tan grande que me dan.

Andrea S Tapia Flores.

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que me brindaron su ayuda e hicieron posible la realización de esta tesis. Quiero gratificarles su apoyo incondicional. Al ser espiritual que es Dios por haberme guiado en uno de los caminos muy importante en mi vida, permitiéndome cumplir una de mis metas propuestas, por darme la salud y la sabiduría. A mis padres quienes me guiaron por un buen camino, inculcándome los mejores valores, fortaleciendo así mi carácter ético y moral, que me guiara por el camino de la vida. Gracias por sus consejos y cariño, enseñándome que la educación es la mejor herencia que pueden dejar los padres a sus hijos. A mis hermanos por aconsejarme en los momentos más importantes de mi vida, apoyándome en todos los proyectos emprendidos, además de ser un ejemplo a seguir son los mejores amigos que he podido tener a mi lado. Al director de Tesis Ing. Jorge Freire por compartir sus conocimientos y tener paciencia para la realización de este proyecto, depositando su entera confianza en mí. A mis amigos por haber compartido cada una de las aventuras y experiencias durante este recorrido académico. Gracias por haberme brindado su amistad y haber hecho mi estancia inolvidable en la Universidad.

Carlos J Viracocha Bedoya.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres que gracias a la infinita bondad por su esfuerzo y dedicación me enseñaron a ser perseverante en cada reto o sueño que me proponga en la vida, a mi madre que ha sido la luz permanente irradiando amor en toda la familia, que con sus valores y amor siempre ha estado a mi lado apoyándome en cada momento de mi vida, confiando siempre en mí y en mi capacidad de ser humano.

Andrea S Tapia Flores.

DEDICATORIA

La responsabilidad, el anhelo y el deseo que un ser querido sobresalga en la sociedad. La presente tesis de grado está dedicada a todas las personas que me brindaron su apoyo durante mi carrera profesional. A mis padres por ser los pilares fundamentales e inculcarme en el camino de la educación, sin ellos no hubiera conseguido todos mis logros, por su incansable lucha y dedicación. Por todo su esfuerzo para darme la mejor educación, han hecho de ellos un gran ejemplo a seguir, brindándome su apoyo para culminar mi carrera profesional. A mis hermanos por el apoyo incondicional, por ser mis consejeros en los momentos de decline y cansancio. Gracias por formar parte de esta inmensa alegría.

Carlos J Viracocha Bedoya.

ÍNDICE

	Págs.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	ii
AUTORÍA.....	iii
AVAL DE DIRECTOR DE TESIS.....	iv
AVAL DE ASESOR METODOLÓGICO.....	v
CERTIFICADO DE IMPLEMENTACIÓN.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
ÍNDICE.....	xi
RESUMEN.....	xxiv
ABSTRACT.....	xxv
CERTIFICADO DE IDIOMAS.....	xxvi
INTRODUCCIÓN.....	xxvii

CAPITULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1. Diseño.....	1
1.2. Diseño Gráfico.....	2
1.2.1. Diseño basado en imágenes.....	2
1.2.2. Diseño basado en el texto.....	3
1.3. Elementos de diseño gráfico.....	3
1.3.1. El Color.....	3
1.3.2. Psicología del Color.....	4
1.3.2.1. El Amarillo.....	4
1.3.2.2. El Naranja.....	5
1.3.2.3. El Rojo.....	5
1.3.2.4. El Violeta.....	5
1.3.2.5. El Azul.....	5
1.3.2.6. El Verde.....	6

1.3.2.7. El Blanco	6
1.3.2.8. El Negro.....	6
1.3.2.9. El Gris.....	6
1.3.3. Uso del color.....	7
1.3.3.1. Uso del color en ilustraciones	7
1.3.3.2. Uso del color en gráficos y diagramas	7
1.3.3.3. Modo del color	7
1.3.3.4. El modo RGB (red, green, blue)	8
1.3.4. Imagen	8
1.3.4.1. Resolución de la imagen.....	9
1.3.4.2. Imagen digital	9
1.3.4.3. Imagen vectorial.....	9
1.3.5. Formato de imagen.....	9
1.3.5.1. Formato JPG	10
1.3.5.2. Formato GIF.....	10
1.3.5.3. Formato PNG	10
1.3.5.4. Formato BMP.....	10
1.3.6. Ilustración.....	11
1.3.6.1. Técnicas de Ilustración.....	11
1.3.6.2. Tinta.....	11
1.3.6.3. Rotuladores	11
1.3.6.4. Lápices de color	12
1.3.6.5. Pastel.....	12
1.3.6.6. Acuarela.....	12
1.3.6.7. Pintura acrílica	12
1.3.6.8. Pintura al óleo	12
1.4. Diseño Editorial.....	13
1.4.1. Retícula.....	13
1.4.2. Jerarquía	14
1.4.3. Retícula Jerárquica	15
1.4.4. Diagramación.....	15
1.4.5. Maquetación.....	15

1.4.6. Tipografía	16
1.5. Diseño Multimedia	16
1.5.1. La multimedia interactiva.....	17
1.5.2. Hipermedia	18
1.5.3. Diseño Líquido.....	18
1.5.3.1. Ventajas	18
1.5.3.2. Desventajas	19
1.5.4. Diseño Fijo.....	19
1.5.4.1. Ventajas	19
1.5.4.2. Desventajas	20
1.5.5. Diseño Elástico	20
1.5.5.1. Ventajas	20
1.5.5.2. Desventajas	20
1.6. Dispositivo móvil	20
1.6.1. Dispositivo móvil de datos mejorados	21
1.6.2. Dispositivos Inteligentes	21
1.6.3. Resoluciones de pantalla	21
1.6.4. Pantalla táctil.....	22
1.7. Aplicación	22
1.7.1 Aplicación Híbridas	23
1.7.2 Aplicación Nativa	23
1.7.3. Aplicación Web	23
1.7.4. Plataformas para aplicaciones	24
1.7.4.1. AppMakr.....	24
1.7.4.2 InstApp	24
1.7.4.3. UppSite	25
1.7.4.4. Mobincube	25
1.7.4.5. Yapp	25
1.8. Sistemas Operativos móviles.....	26
1.8.1. Android.....	26
1.8.2. iOS.....	26
1.8.3. Windows Phone	26

1.9. Tiendas virtuales de apps	27
1.9.1. Google Play Store	27
1.9.2. App Store.....	27
1.9.3. Windows Phone Store	27
1.10. Leyendas	28
1.10.1 Leyendas del Ecuador	28
1.11. Mitos.....	28
1.11.1. Estructuras del mito.....	29

CAPITULO II

2. INTERPRETACIÓN, GRAFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	29
2.1. Entorno y lugar de investigación	30
2.1.1. Latacunga.....	30
2.1.2. Ambato	30
2.1.3. Riobamba.....	31
2.2. Diseño Metodológico	31
2.2.1. Los métodos de investigación utilizados	31
• Método Inductivo	31
• Método Deductivo	32
2.2.2. Tipos de Investigación Empleados	32
• Investigación Bibliográfica.....	32
• Investigación Descriptiva	32
2.2.3. Técnicas de Investigación	32
• La entrevista:	32
• Encuesta:	32
2.3. Población y muestra	33
2.3.1. Población	33
2.3.2. Muestra.....	33
2.4. Operacionalización de variables	35

2.5 Presentación de resultados.....	36
2.6 Entrevistas.....	61
2.7 Verificación de la hipótesis.....	67

CAPITULO III

3. PROPUESTA.....	75
3.1. Presentación.....	75
3.1.1. Justificación.....	76
3.2. Objetivos.....	77
3.2.1. Objetivo General de la propuesta.....	77
3.2.1.1. Objetivos Específicos.....	77
3.3. Análisis de Factibilidad.....	78
3.3.1. Factibilidad Económica.....	78
3.4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	79
3.4.1. Diseño esquemático de la propuesta.....	79
3.4.2. Contenidos a comunicar en la aplicación.....	79
3.4.3. Leyendas.....	79
3.4.3.1. <i>En el Yambo pita el Tren</i>	79
3.4.3.2. <i>El Uñaguille</i>	80
3.4.3.3. <i>La viuda de Santo Domingo</i>	81
3.4.3.4. <i>El Duende y el Manzano</i>	82
3.4.3.5. <i>El señor de Sarabia</i>	82
3.4.3.6. <i>El Animero</i>	83
3.4.3.7. <i>El farol y el Trasnochador</i>	84
3.4.3.8. <i>Vico y el Duende</i>	85
3.4.4. Mitos.....	86
3.4.4.1. <i>La piedra Chillintosa</i>	86
3.4.4.2. <i>El ermitaño de Riobamba</i>	86
3.4.4.3. <i>Taita Yambo</i>	87
3.4.4.4. <i>Tacunga y el Dorado</i>	88

3.4.4.5. <i>El molino de Santa Teresita</i>	89
3.4.4.6. <i>El río encantado</i>	89
3.4.4.7. <i>El cerro de Callo</i>	90
3.4.4.8. <i>Mitos del Putzalagua</i>	91
3.5. DESARROLLO DEL IMAGOTIPO E ICONO	92
3.5.1. Desarrollo del imagotipo	92
3.5.2. Bocetaje del imagotipo	92
3.5.3. Construcción del imagotipo e icono de lanzamiento	93
3.5.3.1. Logotipo.....	93
3.5.3.2. Isotipo	94
3.5.3.3. Imagotipo	94
3.5.3.4. Icono de lanzamiento.....	95
3.5.3.5. Construcción geométrica	95
3.5.3.6. Área de seguridad.....	96
3.5.3.7. Normalización del tamaño	97
3.5.3.8. Justificación cromática del logotipo e icono.....	98
3.5.3.9. Justificación tipográfica del Imagotipo e Icono.....	99
3.5.4. Diseño de navegación.....	100
3.6. Diseño de retícula o interfaz gráfica	100
3.7. Proceso de diseño e ilustración de gráficos para los mitos y leyendas..	102
3.7.1. Ilustraciones de mitos y leyendas.....	102
3.7.1. Ilustraciones las Leyendas	103
3.7.1.1. En el Yambo pita el tren.....	103
3.7.1.2. El Duende y el Manzano	105
3.7.1.3. La viuda de Santo Domingo	108
3.7.1.4. El Uñaguille	110
3.7.1.5. El señor de Sarabia	112
3.7.1.6. El Animero.....	114
3.7.1.7. El farol y el trasnochador.....	116
3.7.1.8. Vico y el duende.....	118
3.7.2. Ilustraciones de los mitos	120
3.7.2.1. El ermitaño de Riobamba	120

3.7.2.2. La piedra Chillintosa	122
3.7.2.3. Taita Yambo.....	124
3.7.2.4. Tacunga y el Dorado	126
3.7.2.5. El molino de Santa Teresita	128
3.7.2.6. El río encantado	130
3.7.2.7. El cerro de Callo.....	132
3.7.2.8. Mitos del Putzalagua	134
3.8. Aplicación de los elementos en la interfaz	136
3.8.1. Elección de la gama cromática	154
3.8.2. Elección de la Tipografía.....	155
3.9. Uso de la plataforma mobincube	155
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Encuesta aplicada en la ciudad de Latacunga a los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Campus la Matriz.

Tabla N° 01: Aplicación para dispositivos móviles.....	37
Tabla N° 02: Mitos y leyendas más tradicionales.....	38
Tabla N° 03: Aplicaciones para dispositivos móviles de mitos y leyendas.....	39
Tabla N° 04: La ciudadanía se interesara por conocer los mitos y leyendas.....	40
Tabla N° 05: Se deberá impulsar con publicidad esta aplicación.....	41
Tabla N° 06: Se pueden dar a conocer cada una de estas ciudades.....	42
Tabla N° 07: Obtener información sobre los mitos y leyendas.....	43
Tabla N° 08: Accedería al contenido de la aplicación.....	44

Encuesta aplicada en la ciudad de Ambato a los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato, Predio Huachi.

Tabla N° 09: Aplicación para dispositivos móviles.....	45
Tabla N° 10: Mitos y leyendas más tradicionales.....	46
Tabla N° 11: Aplicaciones para dispositivos móviles de mitos y leyendas.....	47
Tabla N° 12: La ciudadanía se interesara por conocer los mitos y leyendas.....	48
Tabla N° 13: Se deberá impulsar con publicidad esta aplicación.....	49
Tabla N° 14: Se pueden dar a conocer cada una de estas ciudades.....	50
Tabla N° 15: Obtener información sobre los mitos y leyendas.....	51
Tabla N° 16: Accedería al contenido de la aplicación.....	52

Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba a los estudiantes de cuarto a sexto curso del Colegio Maldonado.

Tabla N° 17: Aplicación para dispositivos móviles.....	53
Tabla N° 18: Mitos y leyendas más tradicionales.....	54
Tabla N° 19: Aplicaciones para dispositivos móviles de mitos y leyendas.....	55

Tabla N° 20: La ciudadanía se interesara por conocer los mitos y leyendas.....	56
Tabla N° 21: Se deberá impulsar con publicidad esta aplicación.....	57
Tabla N° 22: Se pueden dar a conocer cada una de estas ciudades.....	58
Tabla N° 23: Obtener información sobre los mitos y leyendas.....	59
Tabla N° 24: Accedería al contenido de la aplicación.....	60
Tabla N° 25: Justificación cromática del logotipo.....	99
Tabla N° 26: Justificación cromática de la aplicación.....	154
Tabla N° 27: Tipografía contenido.....	155

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01: Isotipo de movistar.....	2
Gráfico N° 02: Logotipo de movistar.....	3
Gráfico N° 03: Tamaños de pantalla.....	22
Gráfico N° 04: Diferencias entre aplicaciones y webs.....	23

Encuesta aplicada en la ciudad de Latacunga a los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Campus la Matriz.

Gráfico N° 05: Aplicación para dispositivos móviles.....	37
Gráfico N° 06: Mitos y leyendas más tradicionales.....	38
Gráfico N° 07: Aplicaciones para dispositivos móviles de mitos y leyendas.....	39
Gráfico N° 08: La ciudadanía se interesara por conocer los mitos y leyendas.....	40
Gráfico N° 09: Se deberá impulsar con publicidad esta aplicación.....	41
Gráfico N° 10: Se pueden dar a conocer cada una de estas ciudades.....	42
Gráfico N° 11: Obtener información sobre los mitos y leyendas.....	43
Gráfico N° 12: Accedería al contenido de la aplicación.....	44

Encuesta aplicada en la ciudad de Ambato a los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato, Predio Huachi.

Gráfico N° 13: Aplicación para dispositivos móviles.....	45
Gráfico N° 14: Mitos y leyendas más tradicionales.....	46
Gráfico N° 15: Aplicaciones para dispositivos móviles de mitos y leyendas.....	47
Gráfico N° 16: La ciudadanía se interesaría por conocer los mitos y leyendas.....	48
Gráfico N° 17: Se deberá impulsar con publicidad esta aplicación.....	49
Gráfico N° 18: Se pueden dar a conocer cada una de estas ciudades.....	50
Gráfico N° 19: Obtener información sobre los mitos y leyendas.....	51
Gráfico N° 20: Accedería al contenido de la aplicación.....	52

Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba a los estudiantes de cuarto a sexto curso del Colegio Maldonado.

Gráfico N° 21: Aplicación para dispositivos móviles.....	53
Gráfico N° 22: Mitos y leyendas más tradicionales.....	54
Gráfico N° 23: Aplicaciones para dispositivos móviles de mitos y leyendas.....	55
Gráfico N° 24: La ciudadanía se interesaría por conocer los mitos y leyendas.....	56
Gráfico N° 25: Se deberá impulsar con publicidad esta aplicación.....	57
Gráfico N° 26: Se pueden dar a conocer cada una de estas ciudades.....	58
Gráfico N° 27: Obtener información sobre los mitos y leyendas.....	59
Gráfico N° 28: Accedería al contenido de la aplicación.....	60

Diseño esquemático del diseño o implementación de la propuesta

Gráfico N° 29: Diseño esquemático de la propuesta.....	79
Gráfico N° 30: Bocetaje del imagotipo.....	93
Gráfico N° 31: Logotipo.....	94
Gráfico N° 32: Isotipo.....	94
Gráfico N° 33: Imagotipo.....	95

Gráfico N° 34: Icono de lanzamiento.....	95
Gráfico N° 35: Construcción geométrica del imagotipo.....	96
Gráfico N° 36: construcción geométrica del icono de lanzamiento.....	96
Gráfico N° 37: Área de seguridad del imagotipo.....	97
Gráfico N° 38: Área de seguridad del icono de lanzamiento.....	97
Gráfico N° 39: Normalización del tamaño del imagotipo.....	98
Gráfico N° 40: Normalización del tamaño del icono de lanzamiento.....	98
Gráfico N° 41: Diseño de navegación.....	100
Gráfico N° 42: Diseño de retícula o interfaz.....	101

Proceso de diseño e ilustración de gráficos para los mitos y leyendas.

Gráfico N° 43: En el Yambo pita el tren.....	104
Gráfico N° 44: En el Yambo pita el tren.....	105
Gráfico N° 45: El Duende y el Manzano.....	106
Gráfico N° 46: El Duende y el Manzano.....	107
Gráfico N° 47: La viuda de Santo Domingo.....	108
Gráfico N° 48: La viuda de Santo Domingo.....	109
Gráfico N° 49: El Uñaguille.....	110
Gráfico N° 50: El Uñaguille.....	111
Gráfico N° 51: El señor de Sarabia.....	112
Gráfico N° 52: El señor de Sarabia.....	113
Gráfico N° 53: El Animero.....	114
Gráfico N° 54: El Animero.....	115
Gráfico N° 55: El farol y el trasnochador.....	116
Gráfico N° 56: El farol y el trasnochador.....	117
Gráfico N° 57: Vico y el duende.....	118
Gráfico N° 58: Vico y el duende.....	119
Gráfico N° 59: El Ermitaño de Riobamba.....	120
Gráfico N° 60: El Ermitaño de Riobamba.....	121
Gráfico N° 61: La piedra Chillintosa.....	122
Gráfico N° 62: La piedra Chillintosa.....	123

Gráfico N° 63: Taita Yambo.....	124
Gráfico N° 64: Taita Yambo.....	125
Gráfico N° 65: Tacunga y el Dorado.....	126
Gráfico N° 66: Tacunga y el Dorado.....	127
Gráfico N° 67: El molino de Santa Teresita.....	128
Gráfico N° 68: El molino de Santa Teresita.....	129
Gráfico N° 69: El río encantado.....	130
Gráfico N° 70: El río encantado.....	131
Gráfico N° 71: El cerro de Callo.....	132
Gráfico N° 72: El cerro de Callo.....	133
Gráfico N° 73: Mitos del Putzalagua.....	134
Gráfico N° 74: Mitos del Putzalagua.....	135
Gráfico N° 75: Estilo de la interfaz (panatalla inicial).....	136
Gráfico N° 76: Estilo de la interfaz (iconos interiores).....	137
Gráfico N° 77: Estilo de la interfaz (En el Yambo pita el tren).....	138
Gráfico N° 78: Estilo de la interfaz (El Uñaguille).....	139
Gráfico N° 79: Estilo de la interfaz (La viuda de Santo Domingo).....	140
Gráfico N° 80: Estilo de la interfaz (El Duende y el Manzano).....	141
Gráfico N° 81: Estilo de la interfaz (El señor de Sarabia).....	142
Gráfico N° 82: Estilo de la interfaz (El Animero).....	143
Gráfico N° 83: Estilo de la interfaz (El farol y el trasnochador).....	144
Gráfico N° 84: Estilo de la interfaz (Vico y el duende).....	145
Gráfico N° 85: Estilo de la interfaz (La piedra Chillintosa).....	146
Gráfico N° 86: Estilo de la interfaz (El Ermitaño de Riobamba).....	147
Gráfico N° 87: Estilo de la interfaz (Taita Yambo).....	148
Gráfico N° 88: Estilo de la interfaz (Tacunga y el Dorado).....	149
Gráfico N° 89: Estilo de la interfaz (El molino de Santa Teresita).....	150
Gráfico N° 90: Estilo de la interfaz (El río encantado).....	151
Gráfico N° 91: Estilo de la interfaz (El cerro de Callo).....	152
Gráfico N° 92: Estilo de la interfaz (Mitos del Putzalagua).....	153

Uso de la plataforma mobincube

Gráfico N° 93: Pantalla inicial.....	155
Gráfico N° 94: Elección de modo de pantallas.....	156
Gráfico N° 95: Modo de pantallas splash.....	156
Gráfico N° 96: Modo de pantallas imagen interactiva.....	157
Gráfico N° 97: modo de pantallas imagen detalle.....	157
Gráfico N° 98: Finalización y publicación.....	157

RESUMEN

El presente estudio investigativo tiene como propósito incentivar el uso de plataformas multimedia como APP (Aplicación Informática Móvil), que ayudará a los estudiantes de la carrera a interactuar con procesos tecnológicos de transmisión de datos dentro del área de Diseño Gráfico Computarizado, estas nuevas aplicaciones permiten que el usuario pueda transferir y acceder a la información publicada en el sitio web, ya que se basa en fundamentos teóricos, científicos y prácticos para un mejor desenvolvimiento de los estudiantes con este tipo de aplicaciones.

Durante la elaboración de la aplicación (APP) de mitos y leyendas se fortalece el conocimiento de los relatos ancestrales de las ciudades: Latacunga, Ambato, Riobamba, y con la ayuda de medios tecnológicos y capacitaciones se logró crear una herramienta de difusión digital creativa e interactiva.

La aplicación para dispositivos móviles ayudará a difundir los mitos y leyendas de las ciudades mencionadas, que está publicada en la tienda de APP (Play Store; Android, Samsung), y también está desarrollada para ser publicada en la tienda de (App Store; iOS, iPhone) para que el usuario descargue y así pueda interactuar de forma digital con su dispositivo móvil.

ABSTRACT

This research study aims to encourage the use of multimedia platforms such as APP (Computer Application Mobile), which will help students studying technological processes interact with data transmission within the area of Computer Graphics Design, these new applications allow the user to transfer and access to information published on the website, since it is based on theoretical, scientific and practical foundations for a better development of students with these applications. During the preparation of the application (APP) myths and legends knowledge strengthens ancestral stories of cities: Latacunga, Ambato, Riobamba, and with the help of technological resources and training it was possible to create a tool of creative and interactive digital media. The mobile application will help spread the myths and legends of the cities mentioned, which is published in the APP store (Play Store, Android, Samsung), and it is also developed to be published in the store (App Store, iOS, iPhone) for the user to download and thus can interact digitally with your mobile device.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

CERTIFICADO DE IDIOMAS

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 señores Egresados de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas: **Tapia Flores Andrea Stephani, y Viracocha Bedoya Carlos Javier**, cuyo título versa **“DISEÑO PARA UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES DE (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”** 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, 11 de Mayo del 2015

Lic. Pablo Cevallos
DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS
C.C. 050259237-1

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la tecnología móvil ha tenido gran aceptación por parte de la colectividad, creciendo así la demanda de nuevos servicios que facilitan la difusión de ciertos productos e información. Por esta razón, la mayoría de aplicaciones móviles han incrementado nuevas herramientas que permiten crear contenidos por medio de la utilización de imágenes y textos.

Dentro del campo del diseño existe una variedad de herramientas de desarrollo para aplicaciones móviles, de tal manera que, se ha buscado una plataforma adecuada para el desarrollo de la aplicación móvil.

Para elaborar el Marco Teórico, se realizó una recopilación de información de forma bibliográfica y electrónica.

Las técnicas de investigación como encuestas, entrevistas e instrumentos investigativos, permitieron realizar la recolección y el análisis de datos; para ello, se trabajó con una muestra de 356 personas.

La Hipótesis con la cual se trabajó durante la investigación fue la siguiente “El diseño de una aplicación para dispositivos móviles permite la difusión de los mitos y leyendas, que sirve de fuente tecnológica de información muy valiosa para toda la sociedad”.

La metodología de investigación que se utilizó en el desarrollo de la Tesis tiene que ver con el método Inductivo y Deductivo, los mismos que responden a la investigación tanto bibliográfica como descriptiva.

La tesis está estructurada en tres capítulos, así:

En el Capítulo I, se da a conocer los fundamentos teóricos de la investigación, así como también, la información sobre las herramientas que se utilizan en la aplicación del proyecto y la plataforma requerida en el desarrollo de la aplicación.

En el Capítulo II, se presenta la interpretación, graficación y análisis de resultados.

En el Capítulo III, se detalla la propuesta de cada uno de los procesos lógicos y prácticos que se van a utilizar durante todo el desarrollo de la aplicación para los dispositivos móviles, de tal manera que, se utilizó los programas y plataformas que intervinieron durante el diseño y desarrollo de la aplicación.

CAPITULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Diseño

LÓPEZ Alberto y HERRERA Carolina (2008) menciona que: “El diseño es una forma de comunicación que utiliza el lenguaje plástico cargado de expresividad y simbolismo que, en muchas ocasiones necesita de dibujos geométricos, son principios para llegar al espectador” (pág. 10).

WONG Wucius (1993), dice que: “El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas” (pág. 41).

Es el proceso de comunicación y creación visual que debe establecer y diferenciar, su estructura para poder modificar, perfeccionar y analizar. Un bien (Ejm. teléfono) o un servicio (Ejm. señal telefónica), mediante esta estructura se mejora la vida útil de los objetos gráficos y físicos.

1.2. Diseño Gráfico

MARIÑO Ramón (2005), manifiesta que: “El diseño gráfico es una combinación de arte y tecnología para comunicar una idea a una audiencia determinada” (pág. 187).

FRASCARA Jorge (2004), dice que: “El diseño Gráfico, visto como una actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (pág. 5).

Es la combinación de imágenes, fotografías, ilustraciones, tipografías y color, que se proyectan gráficamente para llevar un mensaje claro al espectador o a un grupo determinado de personas. Creando una necesidad ya sea existente o no, es el diseñador el que está encargado de vender un producto o un mensaje a través del aspecto visual.

1.2.1. Diseño basado en imágenes

MARIÑO Ramón (2005), dice que: “El diseño desarrolla imágenes para representar la idea que desea comunicar las imágenes son una valiosa herramienta para emitir información, sentimientos y emociones” (pág.5).

GRÁFICO N° 01: ISOTIPO DE MOVISTAR.



Fuente: www.movistar.com

Elaborado por: Autor desconocido.

1.2.2. Diseño basado en el texto

MARIÑO Ramón (2005), dice que: “El diseño se basa en palabras para transmitir el mensaje, aunque las usa de manera diferente como lo hacen los escritores. Para los diseñadores, las formas de las palabras, el aspecto que presentan, es tan importante como su contenido semántico. El aspecto visual de las palabras puede atraer la atención, hacer más sencillo recordar un nombre y hacer más legible el texto” (pág.5).

GRÁFICO N° 02: LOGOTIPO DE MOVISTAR.



Fuente: www.movistar.com

Elaborado por: Autor desconocido.

Emite el mensaje a través de imágenes y textos para expresar sentimientos y emociones, las imágenes conjuntamente con el texto llegan al público ofreciendo una gran combinación en el aspecto visual, proporcionando una forma sencilla para recordar un producto o una marca (un bien o servicio).

1.3. Elementos de diseño gráfico

1.3.1. El Color

CAMPOS Ramón (2005), manifiesta que: “El color sirve para conseguir diseños más interesantes, y también para informar, entretener e, incluso para provocar diferentes sensaciones en el espectador” (pág. 27).

PINO Georgina (2005), menciona que: “Se lo puede definir como una experiencia visual, una impresión que residen a través de los ojos, independientemente de la materia colorante por sí misma” (pág. 53).

El color se produce a través de la intensidad de luz, permitiendo que el ojo perciba los diferentes colores que se reproducen en objetos gráficos y físicos, consiguiendo diseños llamativos con variedad y combinación de colores.

1.3.2. Psicología del Color

RICUPERO Sergio (2007), menciona que: “El color es un elemento básico a la hora de elaborar un mensaje visual. Muchas veces, el color no es un atributo que recubre la forma de las cosas en busca de la fidelidad reproducida. El color puede llegar a ser la traducción visual de nuestros sentidos” (pág. 13).

GÁLVEZ Eva y LLERENA Dalila (2010), dicen que: “Del color se desprenden diferentes expresiones del ambiente, que puede transmitirnos las sensaciones de calma, plenitud, alegría, violencia, maldad” (pág. 16).

Permite llegar con el mensaje en diferentes expresiones utilizando la variedad de colores, transmitiendo emociones que percibe el ser humano a través de sensaciones que buscan la satisfacción deseada.

1.3.2.1. El Amarillo

GÁLVEZ Eva y LLERENA Dalila (2010), dicen que: “Es el color de la plenitud. El más luminoso, el más cálido, ardiente y expansivo, irradia siempre en todas las partes y sobre todas las cosas, es el color de la luz y puede significar: emoción, celos, envidia, odio, adolescencia, risa, placer” (pág. 16).

1.3.2.2. El Naranja

“Es un color hipnótico y calorífico, más que el rojo, posee una fuerza activa, radiante y expresiva. Tiene un carácter acogedor, cálido y estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y enérgica. Es el color del fuego flameante, ha sido escogido como señal de precaución. Puede significar: regocijo, fiesta, placer, aurora, presencia del sol” (pág. 17).

1.3.2.3. El Rojo

“Significa la vitalidad, es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego, color fundamental, ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad, la energía; exultante y agresivo” (pág. 18).

1.3.2.4. El Violeta

“Expresa ciertos misterios, pero es majestuoso, es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. El color que indica ausencia de tensión. Puede significar: calma, aristocracia, violencia y engaño” (pág. 18).

1.3.2.5. El Azul

“Es tranquilo y se reviste de una profundidad solemne. Es el símbolo de la profundidad, inmaterial y frío, suscita una predisposición favorable. La sensación de placidez que provoca el azul es distante de la calma o reposo terrestre” (pág. 19).

1.3.2.6. El Verde

“Es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza. Es el color de la esperanza y puede expresar: naturaleza, juventud, deseo, descanso y equilibrio” (pág. 20).

1.3.2.7. El Blanco

“Puede expresar paz, soleado, feliz, activo, puro e inocente; crea una impresión luminosa de vacío positivo y de infinito, es la luz que se difunde (no color)” (pág. 21).

1.3.2.8. El Negro

“Es el símbolo del silencio, el misterio y, en ocasiones, puede significar impuro y maligno. Confiere nobleza y elegancia, sobre todo cuando es brillante” (pág. 22).

1.3.2.9. El Gris

“Simboliza la indecisión y la ausencia de energía, expresa duda y melancolía. Los grises metálicos dan impresión de fidelidad metálica, pero también dan sensación de brillantez, lujo, elegancia, por su asociación con la opulencia y los metales preciosos” (pág. 16-22).

1.3.3. Uso del color

ASINSTEN Juan (2008), menciona que: “Vemos el mundo en colores. El color es el modo natural de percibir la realidad.

En el lenguaje visual debemos diferenciar, para los criterios de uso del color, entre los diversos tipos de gráficos.

- Fotografías
- Ilustraciones
- Diagramas, cuadros y gráficos” (pág. 17).

1.3.3.1. Uso del color en ilustraciones

ASINSTEN Juan (2008), dice que: “En el caso de las ilustraciones el uso del color debe supeditarse a la intención comunicativa. La ilustración puede utilizarse porque no se cuenta con una fotografía (en reemplazo), en cuyo caso el color debe ser lo más realista posible (adecuado al estilo gráfico de la ilustración)” (pág. 17).

1.3.3.2. Uso del color en gráficos y diagramas

ASINSTEN Juan (2008), dice que: “El color cumple aquí el papel de auxiliar comunicativo, ayudando a reconocer las distintas partes del gráfico o diagrama, a identificarlas claramente y a interpretarlas” (pág. 17).

1.3.3.3. Modo del color

LÓPEZ Rita (2010), menciona que: “El ojo humano percibe los colores según la longitud de ondas de luz blanca contiene todo el espectro de color, mientras que la ausencia de luz es percibida por nuestro ojo como el color negro.

Los programas de edición y manipulación de imágenes utilizan tres modos de color:

HSB (tono, saturación, brillo)

RGB (rojo, verde, azul)

CMYK (cian, magenta, amarillo y negro)” (pág. 74).

1.3.3.4. El modo RGB (red, green, blue)

LÓPEZ Rita (2010), dice que: “Este modo de color se tiene por mezcla aditiva de luces: televisión, pantallas gráficas, ilustraciones artificiales, etc. En todos estos dispositivos, la gama completa de colores se obtiene a partir de la mezcla de tres colores primarios: rojo, verde, azul” (pág. 76).

Se utiliza adecuadamente el color por su impacto comunicativo en gráficos y debe ser lo más realista posible. El color se basa en la variación de modelos ya sea para utilizarse en dispositivos digitales se usa el modo RGB y para el aspecto de impresión se usa el modo CMYK.

1.3.4. Imagen

TIMOTHY Samara (2009), establece que: “Es un espacio simbólico y emocional que reemplaza a la experiencia física (o a su recuerdo). Esto se aplica tanto a las imágenes que simplemente representan un lugar, persona u objeto real, como a las imágenes artificiales, ya sean representaciones artificiosas o configuraciones abstractas de forma” (pág. 166).

Es un recuerdo simbólico impreso o digital en algunas ocasiones las imágenes puede ser a color o blanco y negro producidas por un aparato digital o aquellas que son imágenes artificiales creadas con figuras o trazos simples.

1.3.4.1. Resolución de la imagen

LÓPEZ Rita (2010), menciona que: “La decisión inicial acerca de la digitalización de una imagen es: ¿hacerla a color o solo en blanco y negro?, así como la resolución, que determina el número de puntos por pulgada lineal (dpi). A mayor resolución y número de bits por píxel, se obtendrá una imagen de mejor calidad, pero en un archivo mucho más grande” (pág. 62).

1.3.4.2. Imagen digital

LÓPEZ Rita (2010), establece que: “Vivimos una era en la que todas las formas de la información están sufriendo un proceso de digitalización. Las imágenes por supuesto, no han podido escapar de este proceso, la fotografía, el cine, la televisión, el diseño gráfico e, incluso, el diseño industrial, producen miles de imágenes digitales que son almacenadas en algún dispositivo” (pág. 65).

1.3.4.3. Imagen vectorial

LÓPEZ Rita (2010), menciona que: “Las imágenes vectoriales, como su nombre lo dice, “está compuesta por entidades geométricas simples”; esto significa que están compuestas básicamente por segmentos y polígonos” (pág. 66).

Las imágenes dependen de una buena resolución que determina su tamaño, la digitalización permite obtener diferentes tipos, utilizando fotografías o polígonos, que dan forma a la imagen que se pueden observar en aparatos digitales.

1.3.5. Formato de imagen

1.3.5.1. Formato JPG

LÓPEZ Rita (2010), menciona que: “Es un formato de compresión con pérdidas, pero que desecha el primer lugar la información no visible, por lo que las pérdidas apenas se notan” (pág. 74).

1.3.5.2. Formato GIF

LÓPEZ Rita (2010), manifiesta que: “Es un formato que devuelve imágenes de tamaño muy reducido y permite hacer algunas cosas curiosas: puede hacer transparente uno de los colores indexados en la tabla, lo que permite suprimir fondos” (pág. 74).

1.3.5.3. Formato PNG

LÓPEZ Rita (2010), menciona que: “Es el formato de más rápido crecimiento en la Web, porque reúne lo mejor de jpg y gif. Se trata de un formato de compresión sin pérdidas, con una profundidad de color de 24 bits. Soporta hasta 256 niveles de transparencia, lo que permite fundir la imagen perfectamente con el fondo” (pág. 74).

1.3.5.4. Formato BMP

LÓPEZ Rita (2010), menciona que: “Es un formato de compresión sin pérdidas. Admite cualquier tipo de resolución y una profundidad de color máxima de 24 bits. Es el formato nativo de Microsoft y se usa en todas sus aplicaciones” (pág. 74).

Los formatos permiten utilizar imágenes sin pérdida de resolución adaptándose a sistemas de reproducción como medios impresos (JPG), digitales (PNG), animaciones (GIF) y en programas Microsoft (BMP).

1.3.6. Ilustración

TIMOTHY Samara (2009), dice que: “A igual que sucede con todos los tipos de imagen, una ilustración puede ser creada, objetiva o realista en cuanto a su manera de presentar a su referente, o resultado abstracta y simbólica; el diseñador puede añadir detalles que normalmente no existirían en una escena real o exagerar el movimiento, la textura, la composición, el espacio y la iluminación” (pág. 173).

Constituida por la creación y digitalización de formas tomando en cuenta aspectos reales y naturales del objeto que se va a ilustrar, llegando a un realismo complejo. Brinda información de forma directa con imágenes y dibujos, etc. Es aquella que refleja el mensaje de manera rápida con esencia real o exagerada.

1.3.6.1. Técnicas de Ilustración

1.3.6.2. Tinta

SALISBURY Martín (INTERNET: 2005) menciona que: “Las ilustraciones a tinta son de realización rápida, a base de trazos espontáneos, prácticamente imposibles de rectificar”.

1.3.6.3. Rotuladores

SALISBURY Martín (INTERNET: 2005) menciona que: “Los ilustradores emplean los rotuladores en mayor medida que los pintores artísticos. Es un medio que sirve para lograr coloraciones de tono limpio y ajustado, contornos claros y una calidad final fácilmente reproducible por medios fotomecánicos. Ofrecen un acabado limpio, pero también frío”.

1.3.6.4. Lápices de color

SALISBURY Martín (INTERNET: 2005) menciona que: “Su principal característica es la facilidad e inmediatez de su utilización. Se maneja igual que un lápiz, con acabado poco graso, suave y satinado”.

1.3.6.5. Pastel

SALISBURY Martín (INTERNET: 2005) menciona que: “Es una de las técnicas más utilizadas en conjunción con otros procedimientos (acuarela, guache, acrílicos o rotuladores). Se trata de barritas de color, que pueden ser al óleo y secos, aunque los más habituales son estos últimos, quizá porque permiten obtener mejores efectos de mezcla”.

1.3.6.6. Acuarela

SALISBURY Martín (INTERNET: 2005) menciona que: “Es uno de los procedimientos más utilizados en ilustración. Es el más funcional. No requiere muchos utensilios y permite un alto grado de detalle”.

1.3.6.7. Pintura acrílica

SALISBURY Martín (INTERNET: 2005) menciona que: “Es el más moderno de todos los procedimientos pictóricos. Se comenzó a utilizar hacia 1930. Fue la primera aportación importante a la tecnología de la pintura en varios siglos. Aporta texturas y efectos ópticos originales”.

1.3.6.8. Pintura al óleo

SALISBURY Martín (INTERNET: 2005) menciona que: “Tiene muchos elementos a favor y en contra. Su riqueza y profundidad no se puede comparar con ninguna otra técnica, pero tiene muchos inconvenientes para el ilustrador”.

Técnicas que facilitan obtener ilustraciones de diferente calidad y diferente terminado de acuerdo al proceso que se utilizó, en la realización de dibujos.

1.4. Diseño Editorial

ZANÓN Andrés (2007), menciona que: “Es el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos. Se encarga de organizar en un espacio de texto, imágenes y, en algunos casos, multimedia; tanto en soportes tradicionales como electrónicos. Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y de los espacios” (pág. 9).

GÓMEZ Bryony y otros (2011), establecen que: “El trabajo de diseñadores editoriales consiste en compaginar y dar ritmo a revistas, periódicos y libros (objetos comparados, leídos, y coleccionados por millones de personas) a lo largo de docenas y centenares de páginas en colaboración con editores, escritores, fotógrafos, ilustradores y diseñadores de información” (pág. 38).

Se caracteriza por la adaptación de imágenes, textos, fotografías. Dándose a conocer por medios impresos, la implementación del diseño en la estructura editorial que brinda una forma agradable de ver las páginas, en libros, revistas, brochures, etc. La información o el mensaje se presentan de manera atractiva para que el usuario tenga facilidad de lectura y entretenimiento al momento de informarse.

1.4.1. Retícula

ZANÓN Andrés (2007), menciona que: “La retícula se constituye sobre el tamaño de la página su cometido es colocar dentro de un orden de los elementos que se van a utilizar. Todo diseño requiere soluciones de problemas visuales y organizativos; imágenes, símbolos, textos, titulares etc... Se tiene que situar en el soporte para comunicar. La retícula es una forma de presentar juntos todos esos elementos y aportar a la maquetación orden, diferenciación, precisión y facilidad en la comprensión de las páginas” (pág. 24).

LUPTON Ellen y COLE Jennifer, (2009), dicen que: “Es una red de líneas, que, por lo general, corren horizontal y verticalmente en incrementos de ritmos uniforme, si bien puede ser también sesgada, irregulares o incluso circulares.

Las retículas funcionan de modos similares en el diseño de materiales impresos. Las líneas de guías ayudan al diseñador a alinear los elementos correlativamente” (pág. 174).

Son trazos lineales no imprimibles que se colocan de forma horizontal y vertical, estructurando la base para que el diseñador pueda manipular de forma rápida el contenido al momento de organizar los objetos de acuerdo al texto o imágenes que se utilicen.

1.4.2. Jerarquía

LUPTON Ellen y COLE Jennifer (2009), dicen que: “La jerarquía también se transmite de forma visual, mediante variaciones en la escala, el valor, el color, el espacio, la ubicación y otras señales. La expresión del orden es una de las tareas fundamentales del diseñador” (pág. 115).

GÓMEZ Bryony y otros (2011), dicen que: “Crear una jerarquía es para que sea fácil navegar y que sea simple de comprender puede parecer una premisa sencilla, pero muchos diseños fracasan por destacar, priorizar o presentar incorrectamente

elementos necesarios. Una buena jerarquía capacita a los usuarios finales y les permite interactuar de manera adecuada con cualquier diseño” (pág. 53).

1.4.3. Retícula Jerárquica

ZANÓN Andrés (2007), manifiesta que: “Fundamentalmente se adapta a las necesidades de la información que transmite, aparentemente la más incomprensible a la hora de su creación y se basa en la disposición intuitiva de alineaciones vinculadas a proporciones de elementos y no en repeticiones regulares. Sus columnas son variadas, no responden a la repetición de tamaño modular y sus intervalos tampoco son iguales” (pág. 29).

Se aplica mediante variaciones de tamaño, color, forma y ubicación, permitiendo que el objeto de más importancia llegue con facilidad al usuario de acuerdo a las necesidades de la información que desea transmitir.

1.4.4. Diagramación

CUMPA Luis (2002), dice que: “Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (Texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografía y colores)” (pág. 12).

Una buena comprensión en el diseño se basa en, colocar y organizar los elementos visuales para que el mensaje cumpla con su objetivo de comunicar al usuario.

1.4.5. Maquetación

DABNER David (2005), menciona que: “El termino maquetación indica la forma de organizar los distintos materiales que componen el contenido de un diseño. El

objetivo es tanto presentar información de forma lógica y coherente como hacer resaltar los elementos importantes” (pág. 16).

Es la forma de organizar un producto gráfico, esto debe transmitir al lector una comprensión simple y facilitar su manipulación.

1.4.6. Tipografía

BAINES Phil y HASLAM Andrew (2005), manifiestan que: “La función, forma y diseño proporciona conocimientos básicos esenciales a los lectores de cualquier nivel, desde estudiantes hasta profesionales. La tipografía es la notación y organización mecánica del lenguaje que se usa para hacer múltiples copias, ya sea por medios impresos o electrónicos” (pág. 29).

MARIÑO Ramón (2005), establece que: “Al conjunto de símbolos que sirven para representar un lenguaje se le denomina letras. En imprenta y tipografía, se denomina tipos de signos empleados para hacer modelos. En medio digital reciben el nombre de caracteres.

Se denomina tipografía al estudio de, diseño y clasificación de tipos de (letras) y fuentes (familias de letras con características comunes)” (pág. 7).

Es la variación de tipos o familias tipográficas que se utilizan para diferentes estructuras gráficas que brindan mayor o menor legibilidad.

1.5. Diseño Multimedia

LÓPEZ Rita (2010), establece que: “Con la multimedia podemos presentar la información por medio de computadora, integrando diferentes medios como texto,

sonidos, gráficos, ilustraciones, animaciones y en algunos casos cortometrajes, capsulas informativas, fotos y videos en todas sus posibles combinaciones.

La mayoría de aplicaciones multimedia incluyen asociaciones predefinidas conocidas como hipervínculos, que facilitan la interactividad mediante enlaces que nos trasladan a diferentes lugares, y que pueden ser textos o imágenes” (pág. 14).

LÓPEZ José (2011), menciona que: “Cuando hablamos de multimedia nos acercamos a la utilización de muchos medios como pueden ser las imágenes, el texto, las animaciones, el video, el audio para expresar una información. El uso de este recurso ha experimentado un avance paralelo al desarrollo en hardware o equipos informáticos” (pág. 131).

Mediante la evolución de medios tecnológicos como computadoras, teléfonos inteligentes que soportan la reproducción de diferentes plataformas de información. Adaptándose a ciertos medios de información visual, como: imágenes, sonidos, videos, ilustraciones, hasta animaciones. Se combinan para presentar de manera gráfica e interactiva estructuraciones de productos y servicios, dándole al consumidor la facilidad de interactuar e informarse a través de un dispositivo tecnológico.

1.5.1. La multimedia interactiva

LÓPEZ Rita (2010), establece que: “Consiste en permitir que un usuario final, no solo sea el observador de un proyecto multimedia sino que pueda controlar cuando deben presentarse ciertos elementos y reacción que pueden tener los medios de expresión, como tocar la pantalla, introducir texto, realizar determinadas acciones usando el mouse y las flechas o una palanca de juego” (pág.15).

1.5.2. Hipermedia

LÓPEZ Rita (2010), menciona que: “Cuando se proporciona una estructura ligada, a través de la cual el usuario puede navegar por medio de botones, la multimedia interactiva se convierte en hipermedia” (pág. 16).

La manipulación de texto, imagen, sonido y animación son elementos de interactividad en aparatos electrónicos que permiten al usuario navegar a través de botones, pantallas y tengan la capacidad de realizar diferentes acciones en el proyecto multimedia.

1.5.3. Diseño Líquido

LOEN Carlos (INTERNET: 2013), dice que: “El diseño líquido o adaptativo es un conjunto de técnicas, mitad de diseño y mitad de programación, que mediante el uso de estructuras CSS e imágenes fluidas consigue adaptar el sitio web al entorno del usuario”.

Por lo tanto es el que posee técnicas de diseño y programación, que el diseño se adapta a cualquier tipo de pantalla por lo que tiene que estar conectado a internet para que funcione y se pueda ingresar a su contenido.

1.5.3.1. Ventajas

LOEN Carlos (INTERNET: 2013), dice que:

- Mejora la imagen de nuestra marca. Es lo último en diseño web a medida y eso da prestigio y seriedad a nuestro proyecto online.

- Mejora (y mucho) la experiencia de uso de nuestros clientes. Eso se traduce en más tiempo en la web, más productos vistos y más revisitas.
- Mejora posicionamiento SEO. Si alguien nos busca desde una tablet o un móvil Google nos posicionará antes si detecta esta tecnología.

1.5.3.2. Desventajas

- Demasiado contenido disponible y un fuerte deseo de llenar los espacios en blanco pueden afectar a la usabilidad. Demasiado contenido, puede confundir al usuario y dar una sensación de congestión.
- Problemas con Internet Explorer (6 o inferiores) para controlar los tamaños máximos.

1.5.4. Diseño Fijo

NIETO Andrés (INTERNET: 2003), menciona que: “Es aquel que como su nombre lo indica nos aporta el tamaño de nuestra estructura en unas medidas inalterables por nuestro navegador”.

Facilita su diseño ya que tiene medidas inalterables según su navegador es el que se adapta al dispositivo que está instalado, se necesita internet solo para su descarga.

1.5.4.1. Ventajas

- El área de lectura está rigurosamente controlada, sin necesidad de controlar tamaños mínimos ni máximos.
- Al ser un ancho fijo, hace más fácil el diseñar sobre él.

1.5.4.2. Desventajas

- Al ampliar el tamaño de la fuente, el diseño no varía, rompiendo la estética de la línea.

1.5.5. Diseño Elástico

NIETO Andrés (2003), establece que: “Son aquellos que usan medidas relativas basadas en, una medida muy usada para el tamaño proporcional de nuestros textos. Permittiéndonos que nuestro textos crezcan condicionados con el tamaño de los elementos padres”.

Es el diseño que usa medidas que se adapta al tamaño de pantalla de sus dispositivos padres según su diseño.

1.5.5.1. Ventajas

- Si lo haces bien, se trata de una estructura muy estable, ya que todo se redimensiona al mismo radio.

1.5.5.2. Desventajas

- Aparte de ser el diseño de moda, no hay muchas más ventajas por usarlo.
- A menos que esté limitado este diseño puede ser un desastre para la usabilidad.

1.6. Dispositivo móvil

BAZ Alonso, y otros (INTERNET: 2012), establecen que: “Un dispositivo móvil se puede definir como un aparato de pequeño tamaño, con algunas capacidades de procesamiento, con conexión permanente o intermitente a una red, con memoria limitada, que ha sido diseñado específicamente para una función, pero que puede llevar a cabo otras funciones más generales. De acuerdo con esta definición existen multitud de dispositivos móviles, desde los reproductores de audio portátiles hasta los navegadores GPS, pasando por los teléfonos móviles, los PDAs o los Tablet PCs”.

1.6.1. Dispositivo móvil de datos mejorados

BAZ Alonso y otros (INTERNET: 2012), dicen que: “Se caracterizan por tener pantallas de medianas a grandes (por encima de los 240 x 120 pixeles), navegación de tipo stylus, y que ofrecen las mismas características que el "Dispositivo Móvil de Datos Básicos" (Basic Data Mobile Devices) más aplicaciones nativas como aplicaciones de Microsoft Office Mobile”.

1.6.2. Dispositivos Inteligentes

BAZ Alonso, y otros (INTERNET: 2012), mencionan que: “Un Smartphone (teléfono inteligente en español) es un dispositivo electrónico que funciona como un teléfono móvil con características similares a las de un ordenador personal. Una característica importante de casi todos los teléfonos inteligentes es que permiten la instalación de programas”.

1.6.3. Resoluciones de pantalla

LÓPEZ Rita (2010), establece que: “La resolución es el número de pixeles por unidad lineal, medida en dpi (punto por pulgada “dots point inch”). La apariencia de una imagen digitalizada también depende de la resolución” (pág. 61).

Fuente: Internet.
Elaborado por: Autor desconocido.

1.7.1 Aplicación Híbridas

FERNÁNDEZ Alfonso y SALVATORE Chessa (INTERNET: 2013), manifiestan que: “Se trata de aplicaciones nativas que utilizan el navegador. Utilizan el mismo procedimiento de instalación que las aplicaciones nativas (a través de una tienda de aplicaciones), pero gran parte de estas aplicaciones se diseñan utilizando páginas web”.

1.7.2 Aplicación Nativa

FERNÁNDEZ Alfonso y SALVATORE Chessa (INTERNET: 2013), dice que: “Las aplicaciones nativas residen en el dispositivo y se instalan a través de una tienda de aplicaciones (Google Play o Apple App Store). Son programas desarrollados específicamente para una plataforma y sus interfaces siguen los estándares y normas de dicha plataforma. Los usuarios acceden a estas aplicaciones a través de los iconos que se encuentran en la pantalla de inicio del dispositivo”.

1.7.3. Aplicación Web

FERNÁNDEZ Alfonso y SALVATORE Chessa (INTERNET: 2013), menciona que: “Se ejecutan desde un navegador. La primera vez que se accede a estas aplicaciones se utiliza una página Web: el usuario navega a una URL y tiene opción de “instalar” dicha página en la pantalla inicio del dispositivo, creando un acceso directo”.

Existen diferentes aplicaciones que crean accesos directos y deben utilizarse con conexión a Internet y otras que se descargan e instalan en los propios dispositivos sin depender de Internet para su funcionamiento.

1.7.4. Plataformas para aplicaciones

Universidad de BARCELONA ESPAÑA y el INSTITUTO DE FORMACIÓN CONTINUA (INTERNET: 2013), menciona que: “Cada vez pasamos más tiempo usando aplicaciones en lugar de los navegadores de nuestros dispositivos móviles. Gracias a las apps podemos acceder a la información o a las funciones que nos interesan de manera más rápida y más sencilla. Por este motivo, es imprescindible que las empresas sepan definir claramente una estrategia de presencia digital donde las aplicaciones para **Android, iPhone, o Windows Phone** tengan un lugar predominante. Existen compañías que desarrollan aplicaciones, pero también podemos encontrar en Internet herramientas gratuitas que permiten crear apps para tu negocio de modo sencillo”

1.7.4.1. AppMakr

“Es una plataforma que permite crear apps que distribuya el contenido que crea una empresa en su web en pocos segundos. Una aplicación creada en AppMakr puede ser difundida a través de la tienda de Apple (App Store, para usuarios de iPhone y iPad) y de Google Play (para usuarios de dispositivos Android)”.

1.7.4.2 InstApp

“Es una plataforma que permite crear aplicaciones para iPhones, móviles con Android y Windows 8. Sin lugar a dudas, una interesante herramienta que a más de

uno le servirá para tener su propia aplicación y promocionar su producto o servicio de manera gratuita, efectiva y veloz”.

1.7.4.3. UppSite

“Es un programa que crea aplicaciones para dispositivos móviles centrándose en ofrecer los contenidos de la web de la empresa de un modo rápido. Es compatible tanto con sistemas Apple como Android y Windows Phone. Además de distribuirse en la App Store (Apple) y Google Play (Android), UppSite dispone de tienda online”.

1.7.4.4. Mobincube

“Es una plataforma algo más ambiciosa que las anteriores. Ofrece la posibilidad de diseñar y desarrollar aplicaciones de cualquier tipo. Con Mobincube, se puede crear una aplicación para cualquier smartphone o tableta utilizando un buen número de plantillas que la propia herramienta ofrece. Los resultados de Mobincube son compatibles con sistemas operativos de Apple, Android y BlackBerry”.

1.7.4.5. Yapp

“Una herramienta que cuenta con un editor para que podamos crear nuestra propia aplicación para teléfonos inteligentes con sistemas Android e iOS (iPhones)”.

Plataformas que facilitan herramientas para realizar aplicaciones de dispositivos móviles de forma rápida y sencilla.

1.8. Sistemas Operativos móviles

1.8.1. Android

CUELLO Javier y VITTONÉ José (2013), mencionan que: “Las aplicaciones de Android se programan en Java haciendo uso de librerías propias de Android, por lo que, a nivel de programación, un desarrollador con conocimientos sólidos de Java estándar no debería tener demasiados problemas para empezar a ser parte de la vida del mundo androide.

Para programar aplicaciones para este sistema operativo es indistinto tener un Mac o un PC con Windows o con Linux. Se puede descargar el software Android Studio” (pág. 43).

1.8.2. iOS

CUELLO Javier y VITTONÉ José (2013), mencionan que: “Un programador que quiera empezar a hacer magia desarrollando para iPhone e iPad debe tener una base de programación orientada a objetos, algo que le permitirá luego una transición más transparente a Objective-C, el lenguaje de programación que se usa en estos casos.

A nivel de hardware y software para desarrollar aplicaciones para iOS, se necesita un ordenador Mac con el Kit de Desarrollo de Software SDK que en este caso es Xcode, el software oficial de Apple para desarrollo para iPhone e iPad” (pág. 43).

1.8.3. Windows Phone

CUELLO Javier y VITTONÉ José (2013), mencionan que: “Un programador que haya estado trabajando en C# va tener un buen comienzo, ya que este es el lenguaje

de programación que, junto con las librerías propias de Windows Phone, hacen una aplicación posible” (pág. 43).

Sistemas operativos que trabajan con programación y plataformas web permitiendo realizar aplicaciones para dispositivos móviles que se publican en las diferentes tiendas de apps.

1.9. Tiendas virtuales de apps

1.9.1. Google Play Store

SOLÍS Lorenzo (INTERNET: 2012), menciona que: “Desde Google Play podremos encontrar y comprar aplicaciones y juegos para nuestro dispositivo Android o en la Web, donde quiera que estemos”.

1.9.2. App Store

APPLE (INTERNET) dice que: “Es un servicio para el iPhone, el iPod Touch, el iPad y Mac OS X Snow Leopard o posterior, creado por Apple Inc, que permite a los usuarios buscar y descargar aplicaciones”.

1.9.3. Windows Phone Store

Windows (INTERNET) dice que: “Es un servicio de Microsoft para Windows Phone. En su plataforma web se pueden descargar aplicaciones como juegos, utilitarios y buscar cualquier tipo de contenidos”.

Tiendas online en las que el usuario de dispositivos móviles puede descargar apps de manera gratuita o pagada.

1.10. Leyendas

AULESTIA Vilma (2012), dice que: “Todos pensamos que leyenda es algo irreal que relatan nuestros antepasados, pero una leyenda no solo es un relato que conjuga lo maravilloso de lo real.

La leyenda también es un testimonio de su pueblo, es una manera de expresar toda la cosmovisión de una cultura, de dejar patente la existencia de un grupo humano” (pág. 35).

Relatos que contaban los antepasados que se transmitían de generación en generación.

1.10.1 Leyendas del Ecuador

“Las leyendas ecuatorianas en su mayoría tienen su origen en época de la conquista española. Nace de anécdotas y experiencias de célebres personajes de ese tiempo; en Ecuador se han mantenido que al ser transmitidos de una a otra persona el ingenio popular va dejando sus huellas hasta convertirla en una historia un tanto real y un tanto ficticia” (pág. 35).

1.11. Mitos

AULESTIA, Vilma (2012), menciona que: “Siempre hemos hablado de mitos pero en realidad nunca nos hemos puesto a pensar que es un mito, el diccionario de la real academia de la lengua dice que los mitos “son relatos basados en la tradición y en la leyenda creados para explicar el universo, el origen del mundo, los fenómenos naturales y cualquier cosa para la que no haya una explicación simple” (pág. 42).

Se utilizan para explicar eventos sobrenaturales que no tienen una breve explicación.

1.11.1. Estructuras del mito

“El contenido del mito tiene por lo regular un hecho irreal o increíble, para el mundo antiguo el mito representaba un suceso objetivo, dinámico y de bastante realidad.

En los orígenes el mito se aplicaba para dar una explicación de la realidad de los fenómenos naturales y del Cosmos” (pág. 42).

“Existen mitos como:

- Mitos culturales.
- Mitos sobre creación.
- Mitos griegos.
- Mitos bíblicos.
- Mitos de fecundidad.

Estos mitos son los más comunes dentro de una sociedad o cultura” (pág. 43).

CAPITULO II

2. INTERPRETACIÓN, GRAFICACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

2.1. Entorno y lugar de investigación

2.1.1. Latacunga

Según el Ilustre Municipio del Cantón Latacunga, menciona que, se encuentra a 2.850 metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura promedio de 12°C, encierra en su territorio a la capital de la provincia, Latacunga, cuya fundación española fue realizada por el primer Encomendero en 1534, con el nombre de Asiento de San Vicente Mártir de Latacunga. En 1539, Gonzalo Pizarro, aumentó el número de pobladores y finalmente la fundación definitiva y oficial la efectuó el Capitán Antonio Clavijo en 1584, con el título de Corregimiento, en el cual habitaban 30.000 indígenas y 30 españoles hombres. Luego el 11 de noviembre de 1811 es elevado a la categoría de villa y ha sido destruida tres veces en el pasado por el volcán Cotopaxi en 1742; 1768 y en 1877. La ciudad fue reconstruida por esfuerzo de sus habitantes para convertirla en lo que es hoy, una ciudad atractiva, acogedora.

2.1.2. Ambato

Según Efrén Avilés Pino, menciona que, la Capital de la provincia de Tungurahua y cabecera del cantón de su mismo nombre.

Sobre ese asentamiento, entre 1534 y 1539, por orden de Gonzalo Pizarro se dio inicio al levantamiento de una ciudad española que no pudo desarrollarse debidamente en esos primeros años de la conquista y pronto fue abandonada por sus pobladores. Posteriormente y dando cumplimiento a un mandato de la **Real Audiencia de Quito**, la ciudad fue fundada en el año 1570 por el Cap. Antonio Clavijo. En 1698 fue declarada como Villa de Ambato, por el Capitán Antonio Clavijo, por orden de la Real Audiencia de Quito. El 12 de noviembre de 1820 Ambato logra su independencia.

2.1.3. Riobamba

Es la capital de la provincia de Chimborazo, ubicada en el valle del río Chambo en la Cordillera de los Andes. Es conocida como la Sultana de Los Andes y se encuentra rodeada de altas y hermosas cordilleras que forman un marco natural, dando lugar a una gama infinita de paisajes, encerrados en grandes y pequeños valles. Entre los más importantes nevados se encuentra el Chimborazo, la montaña más alta del Ecuador con una altura de 6310 metros sobre el nivel del mar.

Riobamba es sin duda, la ciudad de los más bellos y esplendorosos paisajes del Ecuador, rodeada y protegida por seis nevados como el Chimborazo, Carihuairazo, Tungurahua, El Altar, Quilimas y Cubillín se dice que estos cuidan y protegen la ciudad y a la vez sirven de atractivo para el turista nacional y extranjero.

La Ciudad de Riobamba se fundó el 14 de Agosto de 1534 por Diego de Almagro. Fue construida de una forma simétrica sobre una meseta. La ciudad principal fue habitada por la Nación Puruhá, antes de la llegada de los españoles. Durante la colonia fue una de las ciudades más grandes y bellas de Latinoamérica, tenía muchos edificios, iglesias con mucho esplendor y renombre cultural. Riobamba fue destruida por un terremoto el 4 de febrero de 1797 y reconstruida en su actual ubicación en 1799.

2.2. Diseño Metodológico

2.2.1. Los métodos de investigación utilizados

- **Método Inductivo:**

Este método se aplicó en la elaboración del marco teórico de la investigación, para, lo cual, se consideró información particular para establecer generalizaciones.

- **Método Deductivo:**

Este método posibilitó partir de situaciones generales que contienen los mitos y leyendas, para posteriormente determinar hechos particulares de los mismos.

2.2.2. Tipos de Investigación Empleados

- **Investigación Bibliográfica:**

En el desarrollo del estudio se utilizó este tipo de investigación que permitió obtener información de fuentes de consulta como: revistas, libros, tesis, la web, y en Bibliotecas de: la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi, la Casa de los Marqueses y en bibliotecas electrónicas.

- **Investigación Descriptiva:**

Se consideró este tipo de investigación porque permite detallar características de los mitos y leyendas de las ciudades mencionadas; además, fue posible establecer causas y efectos del problema formulado.

2.2.3. Técnicas de Investigación

- **La entrevista:**

Se entrevistó a profesionales del área de Diseño Gráfico, Diseño Multimedia que son: Ing. Karla Cantuña, Ing. Joselo Otañez, y al Secretario de la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi: Lic. Miguel Ángel Rengifo Robayo. Esto permitió analizar e incluir sugerencias gráficas en la aplicación.

- **Encuesta:**

Permitió obtener la mayor cantidad de datos como resultado de las preguntas dirigidas a estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Campus la Matriz, a estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato, Predio Huachi y a estudiantes de cuarto a sexto curso del Colegio Pedro Vicente Maldonado de Riobamba. Esta técnica permite que el investigador no interfiera con los encuestados mientras contestan el cuestionario.

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

Estuvo constituida de la siguiente manera: 170.489,00 habitantes de la ciudad de Latacunga, 329.856,00 habitantes de la ciudad de Ambato y 225.741,00 habitantes de la ciudad de Riobamba y 3 profesionales entre Diseñadores Gráficos de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Campus la Matriz y el Secretario de la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi .

2.3.2. Muestra

Los métodos fueron empleados en una muestra intencionada por lo cual los colaboradores son: 153 estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Campus la Matriz, a 100 estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato, Predio Huachi y a 100 estudiantes de cuarto a sexto curso del Colegio Pedro Vicente Maldonado de Riobamba y 3 profesionales entre Diseñadores Gráficos de la Universidad Técnica de Cotopaxi Campus la Matriz y el secretario de la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi para las entrevistas.

Tabla Poblacional

POBLACION	CIUDAD	NUMERO
HABITANTES	LATACUNGA	170.489,00
HABITANTES	AMBATO	329.856,00
HABITANTES	RIOBAMBA	225.741,00
TOTAL		726.086,00

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador

• Fórmula

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + PQ}$$

• Datos

n = (?) Tamaño de la muestra

PQ = (0,25) Coeficiente de muestreo

N = Población

E = (0.05) Error Admisible (variable del 1 al 10%)

K = (2) Constante de corrección paramétrica.

Sabiendo que la población supera las 100 personas para obtener la muestra se aplicó la siguiente fórmula.

Muestra Latacunga:

$$n = \frac{0,25 (170.489)}{(170.488)(0,0025) + 0,25}$$

n = 156 *Personas*

Muestra Ambato:

$$n = \frac{0,25 (329.856)}{(329.855)(0,0025) + 0,25}$$

$n = 100 \text{ Personas}$

Muestra Riobamba:

$$n = \frac{0,25 (225.741)}{(225.740)(0,0025) + 0,25}$$

$n = 100 \text{ Personas}$

Se realizó las encuestas a 353 estudiantes de la población total mientras que los entrevistados fueron 3 profesionales entre Diseñadores Gráficos de la Universidad Técnica de Cotopaxi Campus la Matriz y el secretario de la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi, datos que son necesarios para el diseño de una aplicación para dispositivos móviles dando un total de 356 involucrados entre encuestados y entrevistados.

2.4. Operacionalización de variables

VARIABLES	VARIABLE INDEPENDIENTE (Aplicación)
DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VARIABLES	Es un programa que se instala en un dispositivo móvil acompañado de información, gráficos, textos, botoneras, con enlaces a diferentes pantallas y que brindan un contenido rápida.
	Diseñar una aplicación para dispositivos móviles que contenga información de los mitos y leyendas para que la ciudadanía tenga conocimiento de su existencia.

DEFINICIÓN OPERATIVA DE VARIABLES	
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento sobre aplicaciones para dispositivos móviles, cómo hacerlas e identificar que herramientas hay que utilizar para su elaboración. • Diseño de una aplicación para dispositivos móviles.
VARIABLES	<p style="text-align: center;">VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p style="text-align: center;">Mitos y leyendas de las ciudades de Latacunga, Ambato y Riobamba.</p>
DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VARIABLES	Son relatos ancestrales que los antepasados contaban a determinadas personas, se debe tomar en cuenta que existen diferentes mitos y leyendas.
DEFINICIÓN OPERATIVA DE VARIABLES	Al definir cuáles son los mitos y leyendas que van hacer utilizados, permitiendo utilizar medios tecnológicos para su difusión
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Diferencia entre mitos y leyendas. • Utilización de mitos y leyendas más trascendentales. • Difusión de mitos y leyendas usando medios tecnológicos. • Descarga gratuita de la aplicación, en las diferentes tiendas de aplicaciones para dispositivos móviles.

Fuente: Grupo investigador.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

2.5 Presentación de resultados.

• Encuesta aplicada en la ciudad de Latacunga a los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Campus la Matriz.

Pregunta N°: 01

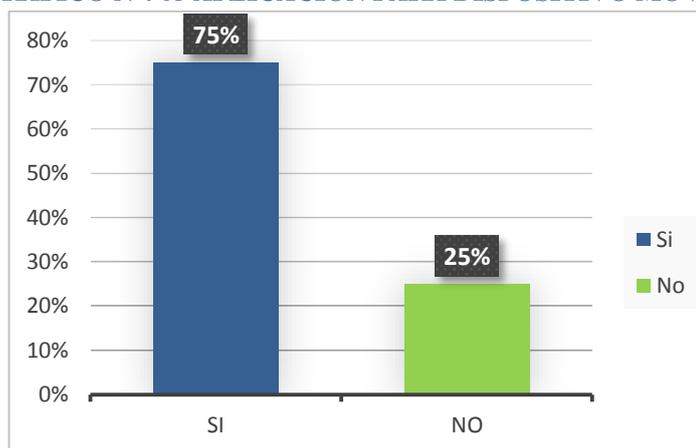
1. ¿Sabe usted qué es una aplicación para dispositivo móvil?

TABLA N° 01 APLICACIÓN PARA DISPOSITIVO MÓVIL.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	115	75%
No	38	25%
TOTAL	153	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

GRÁFICO N°: 05 APLICACIÓN PARA DISPOSITIVO MÓVIL.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 153 personas encuestadas respondieron, 115 dice que SI el 75% y 38 dice que NO el 25% respectivamente, dando a conocer que saben acerca de lo que es una aplicación para dispositivos móviles y permitirá difundir esta información.

Pregunta N°: 02

- ¿Conoce usted los mitos y leyendas más tradicionales que existen en las ciudades Latacunga, Ambato y Riobamba?

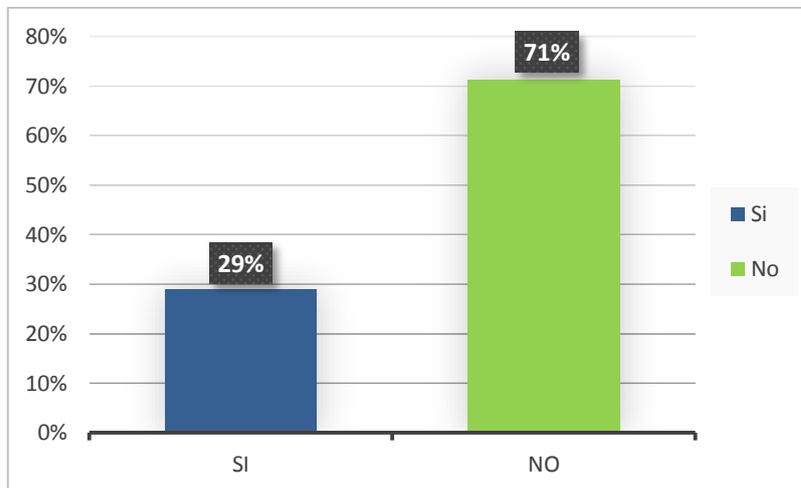
TABLA N° 02 MITOS Y LEYENDAS MÁS TRADICIONALES.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	44	29%
No	109	71%

TOTAL	153	100%
--------------	------------	-------------

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

GRÁFICO N°: 06 MITOS Y LEYENDAS MÁS TRADICIONALES.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 153 personas encuestadas respondieron, 44 dice que SI el 29% y 109 dice que NO el 71% respectivamente, por lo que existirá mucha aceptación por parte de la ciudadanía ya que no tienen conocimiento acerca de ellas.

Pregunta N°: 03

- ¿Conoce usted acerca de algunas aplicaciones para dispositivos móviles que difundan los mitos, leyendas, tradiciones y culturas de la serranía ecuatoriana (Latacunga, Ambato, Riobamba)?**

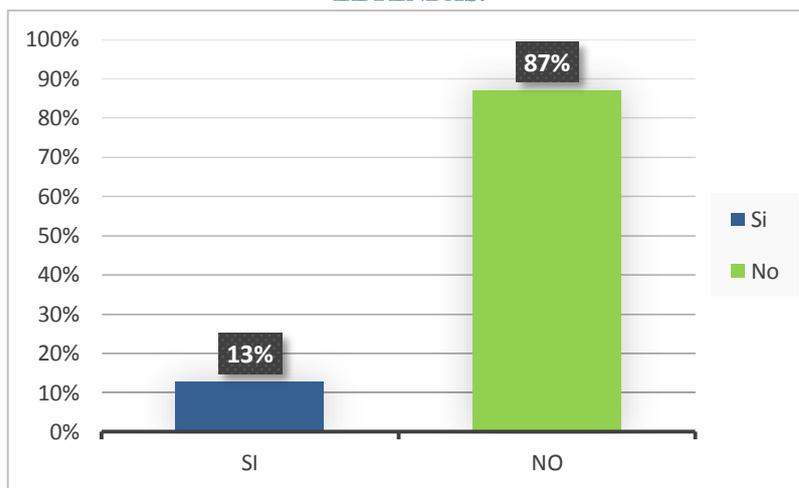
TABLA N° 03 APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES DE MITOS Y LEYENDAS.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
--------------------	-------------------	-------------------

Si	20	13%
No	133	87%
TOTAL	153	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

GRÁFICO N°: 07 APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES DE MITOS Y LEYENDAS.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 153 personas encuestadas respondieron, 20 dice que SI el 13% y 133 dice que NO el 87% respectivamente, permitiendo saber que algunos las conocen y muchos no la conocen, por lo tanto es recomendable la realización de esta aplicación.

Pregunta N°: 04

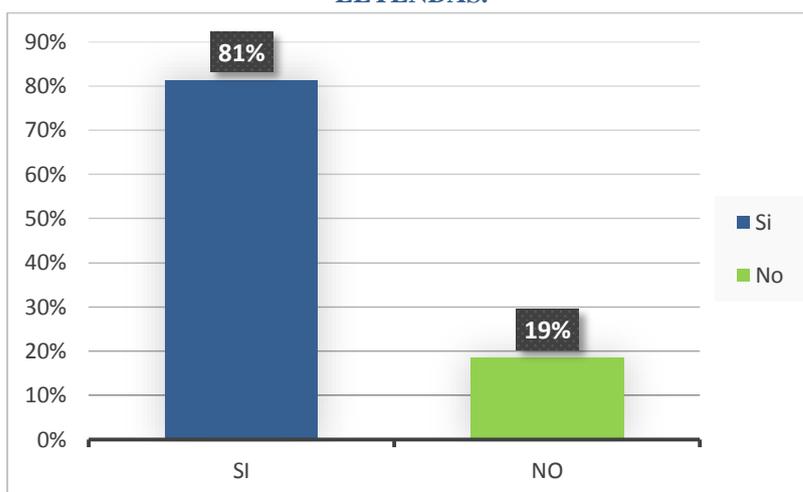
4. ¿Cree usted que si al realizarse una aplicación con estas características la ciudadanía se interesara por conocer sobre los mitos y leyendas que existen en estas ciudades?

TABLA N° 04 LA CIUDADANÍA SE INTERESARA POR CONOCER LOS MITOS Y LEYENDAS.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	124	81%
No	29	19%
TOTAL	153	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

GRÁFICO N°: 08 LA CIUDADANÍA SE INTERESARA POR CONOCER LOS MITOS Y LEYENDAS.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 153 personas encuestadas respondieron, 124 dice que SI el 81% y 29 dice que NO el 19% respectivamente, el porcentaje mayor manifiesta que están interesados en conocer los mitos y leyendas en aplicaciones móviles. Esto permite difundir con gran importancia esta información, mientras que un porcentaje minoritario considera que no es importante.

Pregunta N°: 05

5. ¿En qué instituciones considera usted se deberán realizar convenios para impulsar con publicidad, esta aplicación para que tenga una mayor acogida por parte de la ciudadanía?

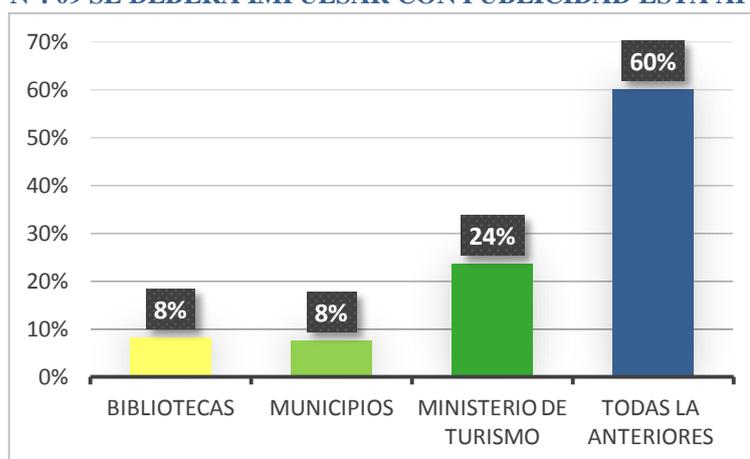
TABLA N° 05 SE DEBERÁ IMPULSAR CON PUBLICIDAD ESTA APLICACIÓN.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

Bibliotecas	13	8%
Municipios	12	8%
Ministerio de Turismo	36	24%
Todas la anteriores	92	60%
TOTAL	153	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

GRÁFICO N°: 09 SE DEBERÁ IMPULSAR CON PUBLICIDAD ESTA APLICACIÓN.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 153 personas encuestadas respondieron, 13 en las Bibliotecas el 8%, 12 en los Municipios el 8%, 36 en el Ministerio de Turismo 24% y 92 todas las anteriores el 60%, respectivamente, siendo así que la mayoría de los encuestados manifiesta que la publicidad debe realizarse en todas las instituciones públicas y privadas.

Pregunta N°: 06

- ¿Considera usted que a través de la creación de esta aplicación se pueden dar a conocer cada una de estas ciudades, por sus misterios e historia que guardan cada una de ellas?

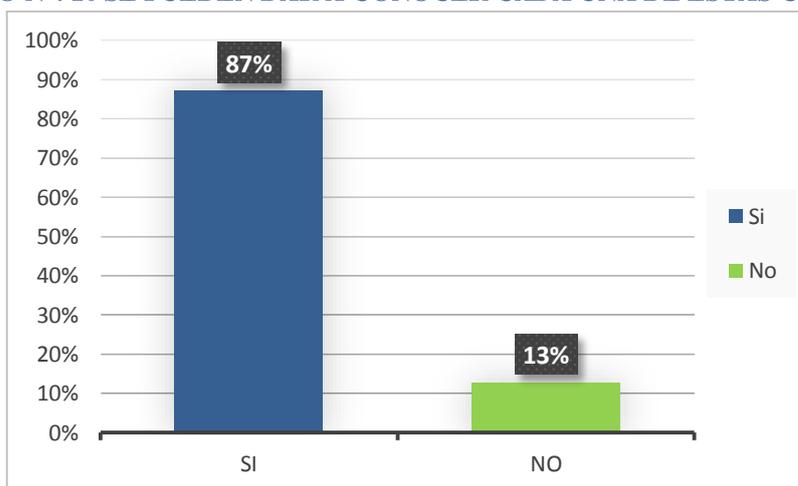
TABLA N° 06 SE PUEDEN DAR A CONOCER CADA UNA DE ESTAS CIUDADES.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------------	------------	------------

Si	133	87%
No	20	13%
TOTAL	153	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

GRÁFICO N°: 10 SE PUEDEN DAR A CONOCER CADA UNA DE ESTAS CIUDADES.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 153 personas encuestadas respondieron, 133 dice que SI el 87% y 20 dice que NO el 13% respectivamente, por lo tanto la mayoría manifiesta que se debe dar a conocer la implementación de esta aplicación. La que podrá dar información de los mitos y leyendas que guardan cada una de estas ciudades.

Pregunta N°: 07

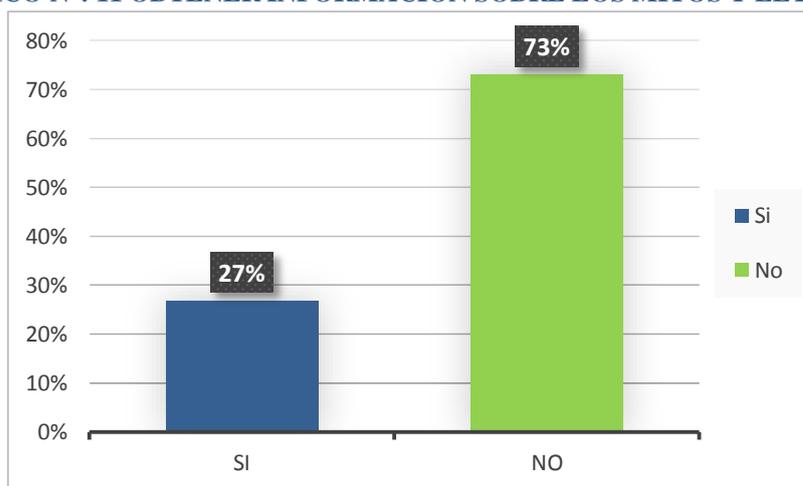
- ¿Conoce usted acerca de estudios que se hayan realizado para obtener información sobre los mitos, leyendas, tradiciones y culturas de cada una de estas ciudades?**

TABLA N° 07 OBTENER INFORMACIÓN SOBRE LOS MITOS Y LEYENDAS.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	42	27%
No	111	73%
TOTAL	153	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

GRÁFICO N°: 11 OBTENER INFORMACIÓN SOBRE LOS MITOS Y LEYENDAS.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 153 personas encuestadas respondieron, 42 dice que SI el 27% y 111 dice que NO el 73% respectivamente, no conocen acerca de un estudio realizado sobre los mitos y leyendas. Lo que permite tener una mayor acogida por parte de la ciudadanía con esta información.

Pregunta N°: 08

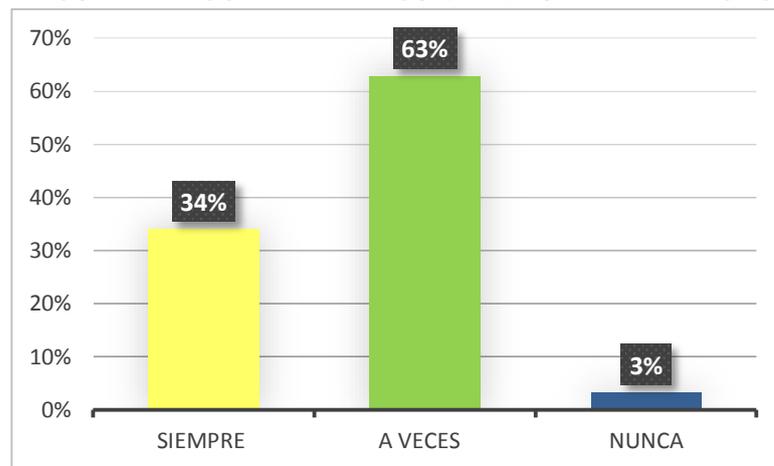
- ¿Usted estaría dispuesto a acceder al contenido que brinda esta aplicación móvil?

TABLA N° 08 ACCEDERÍA AL CONTENIDO DE LA APLICACIÓN.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	52	34%
A veces	97	63%
Nunca	4	3%
TOTAL	153	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

GRÁFICO N°: 12 ACCEDERÍA AL CONTENIDO DE LA APLICACIÓN.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.C.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 153 personas encuestadas respondieron, 52 dicen que Siempre el 34%, 97 dice que A veces el 63% y 4 dicen que Nunca el 3%, respectivamente, la mayoría de los encuestados da a conocer que se interesarían acerca del contenido que estará en la aplicación.

• Encuesta aplicada en la ciudad de Ambato a los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato, Predio Huachi.

Pregunta N°: 01

1. ¿Sabe usted qué es una aplicación para dispositivo móvil?

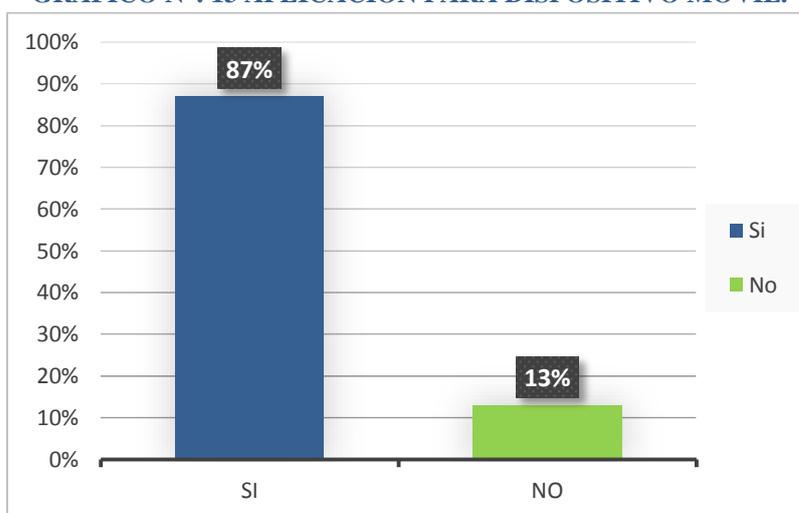
TABLA N° 09 APLICACIÓN PARA DISPOSITIVO MÓVIL.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	87	87%
No	13	13%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

GRÁFICO N°: 13 APLICACIÓN PARA DISPOSITIVO MÓVIL.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 87 dice que SI el 87% y 13 dice que NO el 13% respectivamente, dando a conocer que saben acerca de que es una aplicación para dispositivos móviles y permitirá difundir esta información.

Pregunta N°: 02

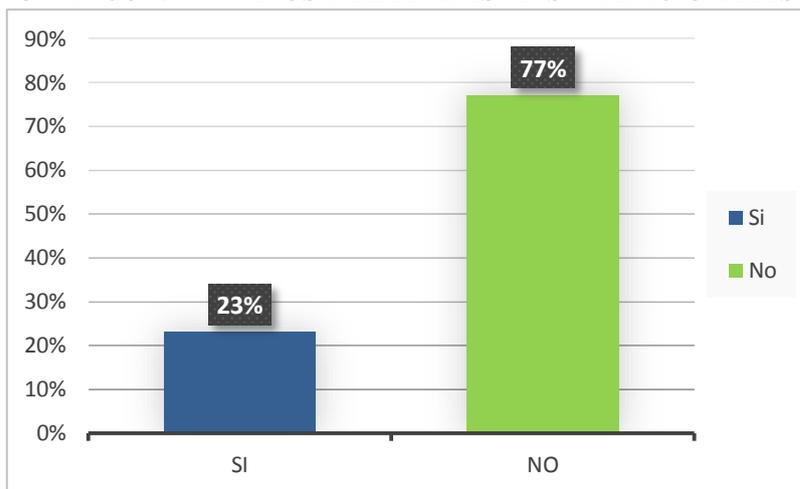
- 2. ¿Conoce usted los mitos y leyendas más tradicionales que existen en las ciudades Latacunga, Ambato y Riobamba?**

TABLA N° 10 MITOS Y LEYENDAS MÁS TRADICIONALES.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	23	23%
No	77	77%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

GRÁFICO N°: 14 MITOS Y LEYENDAS MÁS TRADICIONALES.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 77 dice que SI el 77% y 23 dice que NO el 23% respectivamente, por lo que existirá mucha aceptación por parte de la ciudadanía ya que no tienen conocimiento acerca de ellas.

Pregunta N°: 03

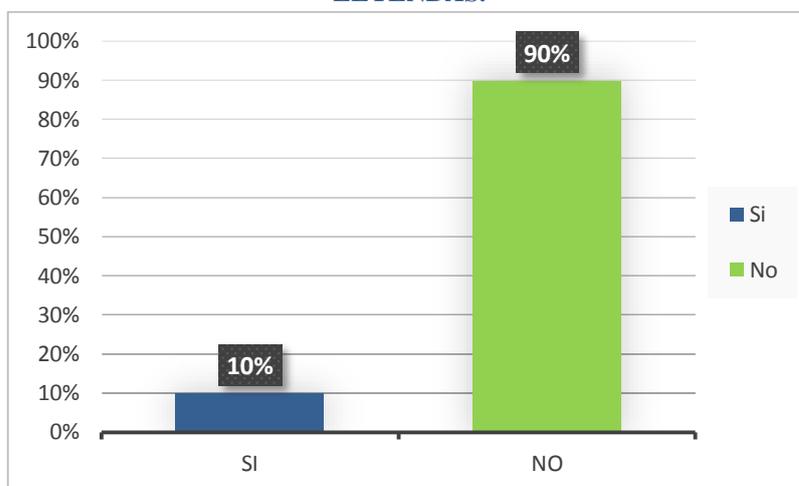
3. **¿Conoce usted acerca de algunas aplicaciones para dispositivos móviles que difundan los mitos, leyendas, tradiciones y culturas de la serranía ecuatoriana (Latacunga, Ambato, Riobamba)?**

TABLA N° 11 APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES DE MITOS Y LEYENDAS.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	10%
No	90	90%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

GRÁFICO N°: 15 APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES DE MITOS Y LEYENDAS.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 10 dice que SI el 10% y 90 dice que NO el 87% respectivamente, permitiendo saber que algunos la conocen y muchos no la conocen, por lo tanto es recomendable la realización de esta aplicación.

Pregunta N°: 04

- 4. ¿Cree usted que si al realizarse una aplicación con estas características la ciudadanía se interesara por conocer sobre los mitos y leyendas que existen en estas ciudades?**

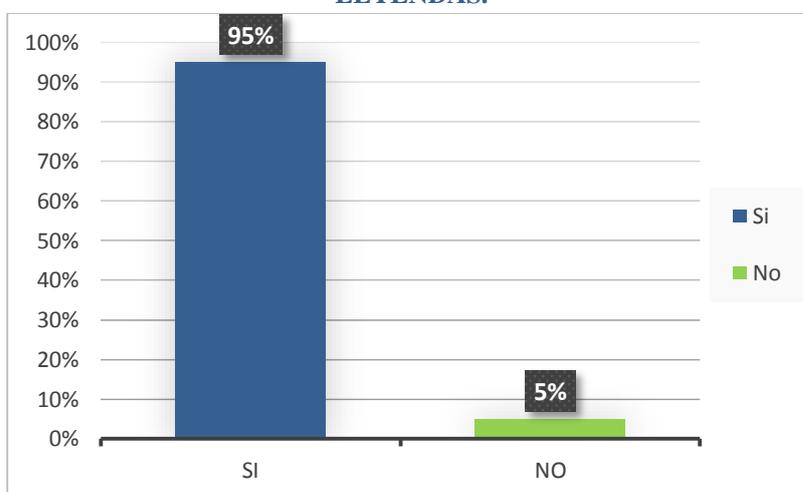
TABLA N° 12 LA CIUDADANÍA SE INTERESARA POR CONOCER LOS MITOS Y LEYENDAS.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	95	95%
No	5	5%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

GRÁFICO N°: 16 LA CIUDADANÍA SE INTERESARA POR CONOCER LOS MITOS Y LEYENDAS.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 95 dice que SI el 95% y 5 dice que NO el 5% respectivamente, el porcentaje mayor manifiesta que están interesados en conocer los mitos y leyendas en aplicaciones móviles. Esto permite difundir con gran importancia esta información, mientras que un porcentaje minoritario considera que no es importante.

Pregunta N°: 05

- 5. ¿En qué instituciones considera usted se deberán realizar convenios para impulsar con publicidad, esta aplicación para que tenga una mayor acogida por parte de la ciudadanía?**

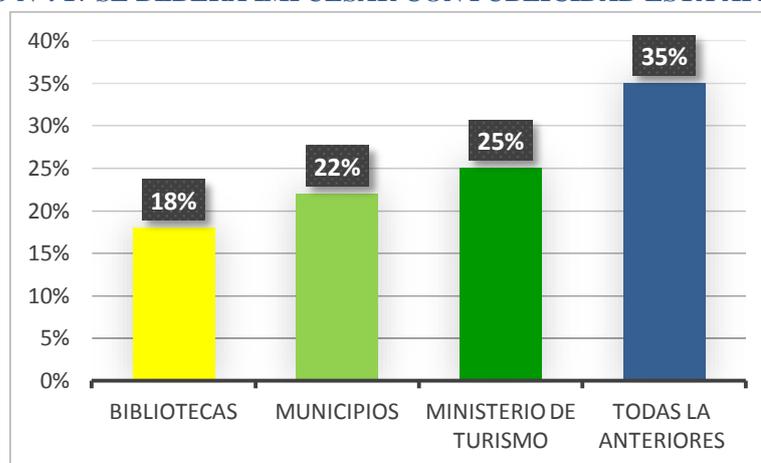
TABLA N° 13 SE DEBERÁ IMPULSAR CON PUBLICIDAD ESTA APLICACIÓN.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bibliotecas	18	18%
Municipios	22	22%
Ministerio de Turismo	25	25%
Todas la anteriores	35	35%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

GRÁFICO N°: 17 SE DEBERÁ IMPULSAR CON PUBLICIDAD ESTA APLICACIÓN.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 18 en las Bibliotecas el 18%, 22 en los Municipios el 22%, 25 en el Ministerio de Turismo 25% y 35 todas las anteriores el 35%, respectivamente, siendo así que la mayoría de los encuestados manifiesta que la publicidad debe realizarse en todas las instituciones públicas y privadas.

Pregunta N°: 06

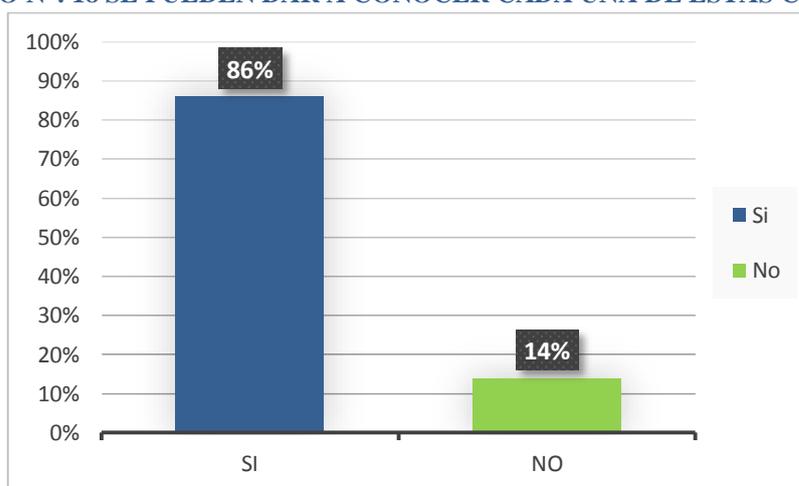
- 6. ¿Considera usted que a través de la creación de esta aplicación se pueden dar a conocer cada una de estas ciudades, por sus misterios e historia que guardan cada una de ellas?**

TABLA N° 14 SE PUEDEN DAR A CONOCER CADA UNA DE ESTAS CIUDADES.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	86	86%
No	14	14%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

GRÁFICO N°: 18 SE PUEDEN DAR A CONOCER CADA UNA DE ESTAS CIUDADES.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 86 dice que SI el 86% y 14 dice que NO el 14% respectivamente, por lo tanto la mayoría manifiesta que se debe dar a conocer la implementación de esta aplicación. La que podrá dar información de los mitos y leyendas que guardan cada una de estas ciudades.

Pregunta N°: 07

- 7. ¿Conoce usted acerca de estudios que se hayan realizado para obtener información sobre los mitos, leyendas, tradiciones y culturas de cada una de estas ciudades?**

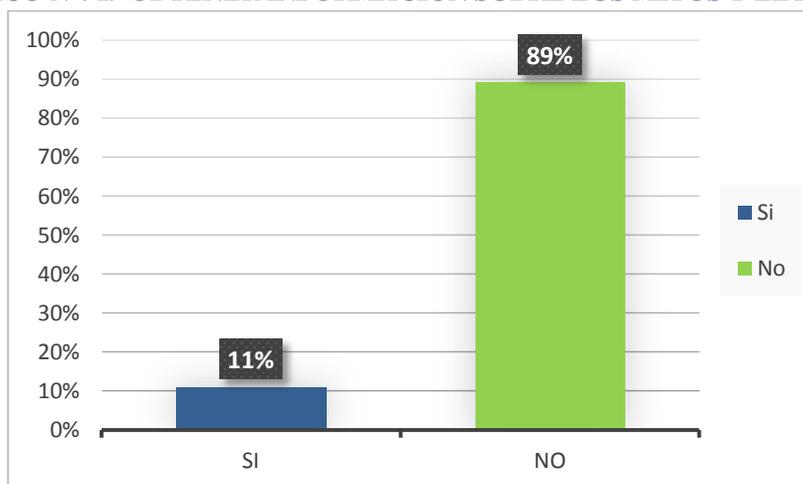
TABLA N° 15 OBTENER INFORMACIÓN SOBRE LOS MITOS Y LEYENDAS.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	11%
No	89	89%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

GRÁFICO N°: 19 OBTENER INFORMACIÓN SOBRE LOS MITOS Y LEYENDAS.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 11 dice que SI el 11% y 89 dice que NO el 89% respectivamente, no conocen acerca de un estudio realizado sobre los mitos y leyendas. Lo que permite tener una mayor acogida por parte de la ciudadanía con esta información.

Pregunta N°: 08

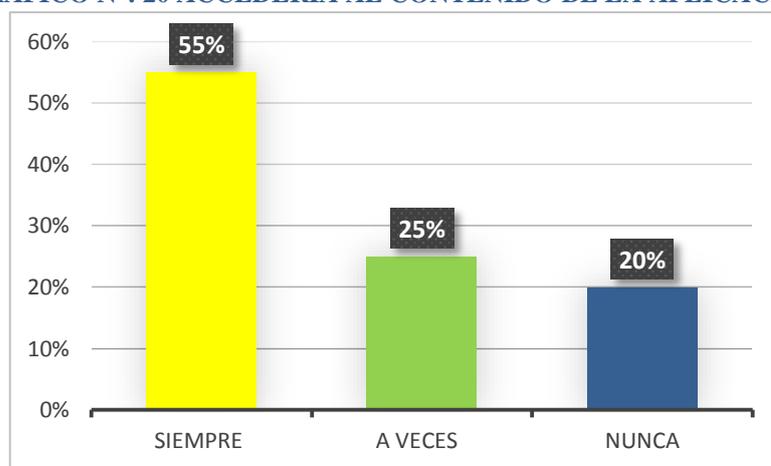
- 8. ¿Usted estaría dispuesto a acceder al contenido que brinda esta aplicación móvil?**

TABLA N° 16 ACCEDERÍA AL CONTENIDO DE LA APLICACIÓN.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	55	55%
A veces	25	25%
Nunca	20	20%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

GRÁFICO N°: 20 ACCEDERÍA AL CONTENIDO DE LA APLICACIÓN.



Elaborado por: Grupo investigador.
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la U.T.A.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 55 dicen que Siempre el 55%, 25 dice que A veces el 25% y 20 dicen que Nunca el 20%, respectivamente, la mayoría de los encuestados da a conocer que se interesarían acerca del contenido que estará en la aplicación.

• Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba a los estudiantes de cuarto a sexto curso del Colegio Pedro Vicente Maldonado.

Pregunta N°: 01

1. ¿Sabe usted qué es una aplicación para dispositivo móvil?

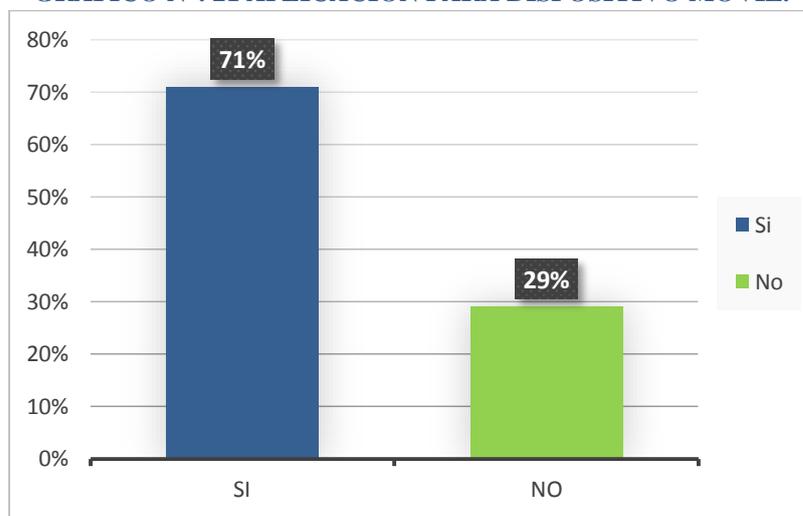
TABLA N° 17 APLICACIÓN PARA DISPOSITIVO MÓVIL.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	71	71%
No	29	29%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

GRÁFICO N°: 21 APLICACIÓN PARA DISPOSITIVO MÓVIL.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 71 dice que SI el 71% y 29 dice que NO el 29% respectivamente, dando a conocer que saben acerca de que es una aplicación para dispositivos móviles y permitirá difundir esta información.

Pregunta N°: 02

2. ¿Conoce usted los mitos y leyendas más tradicionales que existen en las ciudades Latacunga, Ambato y Riobamba?

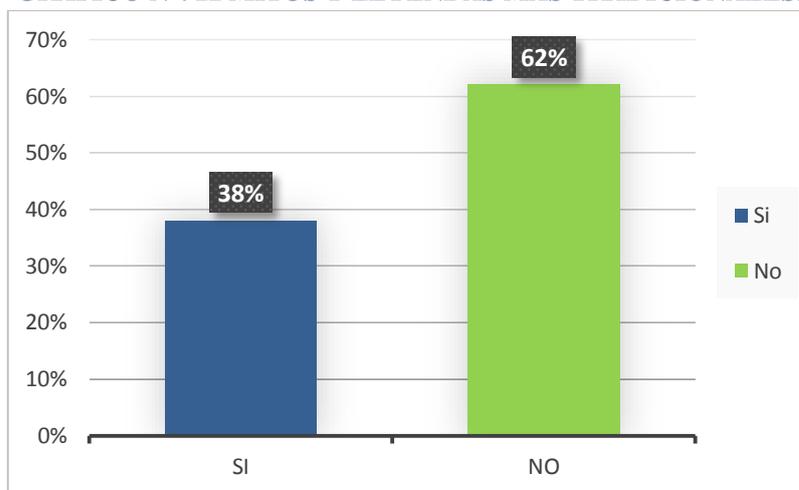
TABLA N° 18 MITOS Y LEYENDAS MÁS TRADICIONALES.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	38	38%
No	62	62%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

GRÁFICO N°: 22 MITOS Y LEYENDAS MÁS TRADICIONALES.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 38 dice que SI el 38% y 62 dice que NO el 62% respectivamente, por lo que existirá mucha aceptación por parte de la ciudadanía ya que no tienen conocimiento acerca de ellas.

Pregunta N°: 03

3. ¿Conoce usted acerca de algunas aplicaciones para dispositivos móviles que difundan los mitos, leyendas, tradiciones y culturas de la serranía ecuatoriana (Latacunga, Ambato, Riobamba)?

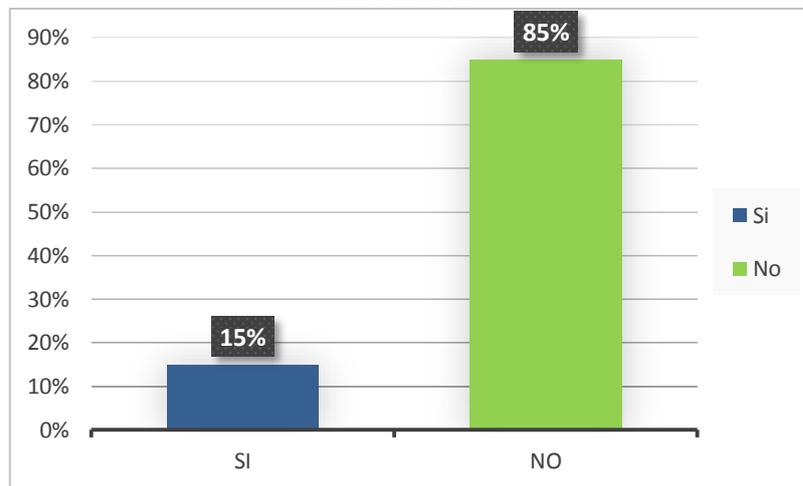
TABLA N° 19 APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES DE MITOS Y LEYENDAS.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	15%
No	85	85%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

GRÁFICO N°: 23 APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES DE MITOS Y LEYENDAS.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 15 dice que SI el 15% y 85 dice que NO el 85% respectivamente, permitiendo saber que algunos la conocen y muchos no la conocen, por lo tanto es recomendable la realización de esta aplicación.

Pregunta N°: 04

4. ¿Cree usted que si al realizarse una aplicación con estas características la ciudadanía se interesara por conocer sobre los mitos y leyendas que existen en estas ciudades?

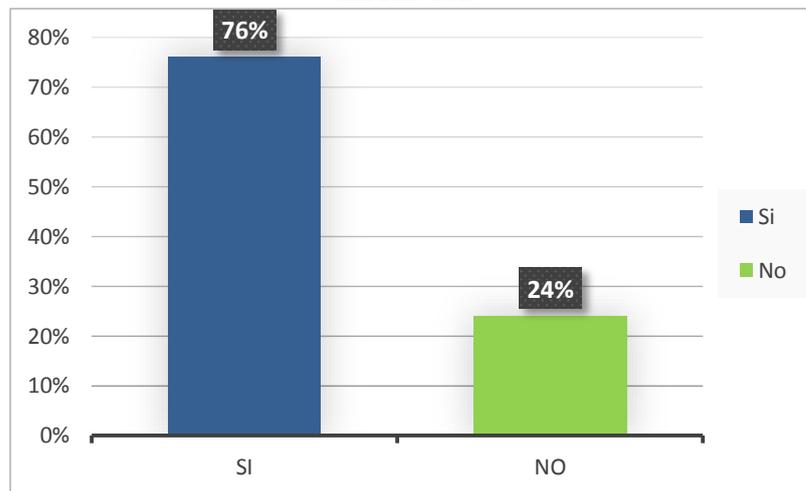
TABLA N° 20 LA CIUDADANÍA SE INTERESARA POR CONOCER LOS MITOS Y LEYENDAS.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	76	76%
No	24	24%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

GRÁFICO N°: 24 LA CIUDADANÍA SE INTERESARA POR CONOCER LOS MITOS Y LEYENDAS.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 76 dice que SI el 76% y 24 dice que NO el 24% respectivamente, el porcentaje mayor manifiesta que están interesados en conocer los mitos y leyendas en aplicaciones móviles. Esto permite difundir con gran importancia esta información, mientras que un porcentaje minoritario considera que no es importante.

Pregunta N°: 05

5. ¿En qué instituciones considera usted se deberán realizar convenios para impulsar con publicidad, esta aplicación para que tenga una mayor acogida por parte de la ciudadanía?

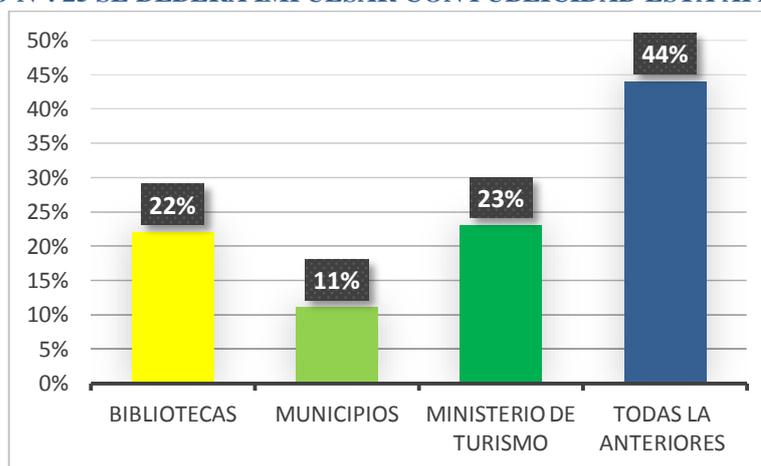
TABLA N° 21 SE DEBERÁ IMPULSAR CON PUBLICIDAD ESTA APLICACIÓN.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bibliotecas	22	22%
Municipios	11	11%
Ministerio de Turismo	23	23%
Todas la anteriores	44	44%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

GRÁFICO N°: 25 SE DEBERÁ IMPULSAR CON PUBLICIDAD ESTA APLICACIÓN.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 22 en las Bibliotecas el 22%, 11 en los Municipios el 11%, 23 en el Ministerio de Turismo 23% y 44 todas las anteriores el 44%, respectivamente, siendo así que la mayoría de los encuestados manifiesta que la publicidad debe realizarse en todas las instituciones públicas y privadas.

Pregunta N°: 06

6. ¿Considera usted que a través de la creación de esta aplicación se pueden dar a conocer cada una de estas ciudades, por sus misterios e historia que guardan cada una de ellas?

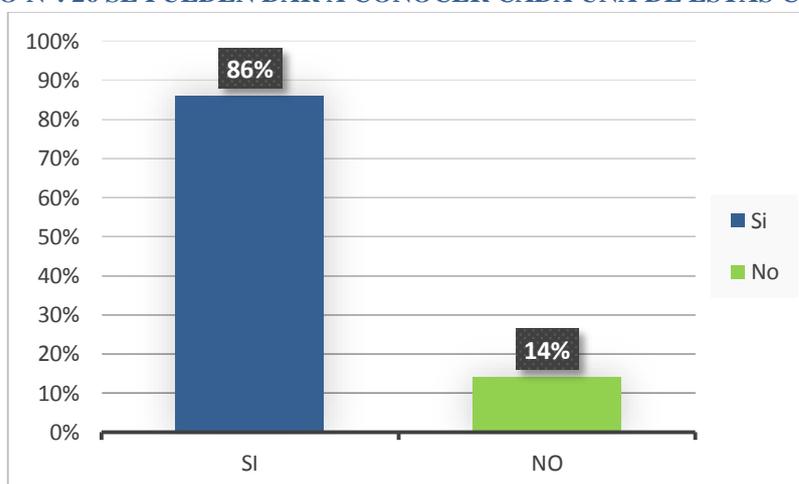
TABLA N° 22 SE PUEDEN DAR A CONOCER CADA UNA DE ESTAS CIUDADES.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	86	86%
No	14	14%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

GRÁFICO N°: 26 SE PUEDEN DAR A CONOCER CADA UNA DE ESTAS CIUDADES.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 86 dice que SI el 86% y 14 dice que NO el 14% respectivamente, por lo tanto la mayoría manifiesta que se debe dar a conocer la implementación de esta aplicación. La que podrá dar información de los mitos y leyendas que guardan cada una de estas ciudades.

Pregunta N°: 07

7. ¿Conoce usted acerca de estudios que se hayan realizado para obtener información sobre los mitos, leyendas, tradiciones y culturas de cada una de estas ciudades?

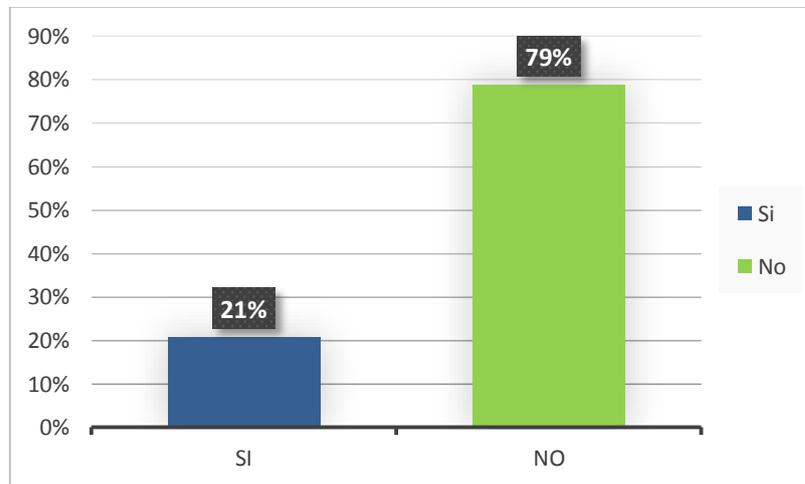
TABLA N° 23 OBTENER INFORMACIÓN SOBRE LOS MITOS Y LEYENDAS.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	21	21%
No	79	79%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

GRÁFICO N°: 27 OBTENER INFORMACIÓN SOBRE LOS MITOS Y LEYENDAS.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 21 dice que SI el 21% y 79 dice que NO el 79% respectivamente, no conocen acerca de un estudio realizado sobre los mitos y leyendas. Lo que permite tener una mayor acogida por parte de la ciudadanía con esta información.

Pregunta N°: 08

8. ¿Usted estaría dispuesto a acceder al contenido que brinda esta aplicación móvil?

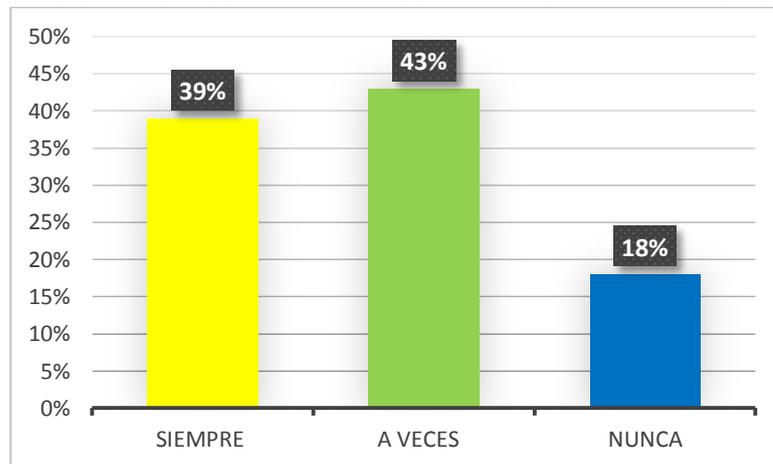
TABLA N° 24 ACCEDERÍA AL CONTENIDO DE LA APLICACIÓN.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	39	39%
A veces	43	43%
Nunca	18	18%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

GRÁFICO N°: 28 ACCEDERÍA AL CONTENIDO DE LA APLICACIÓN.



Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio Maldonado.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las 100 personas encuestadas respondieron, 39 dicen que Siempre el 39%, 43 dice que A veces el 43% y 18 dicen que Nunca el 18%, respectivamente, la mayoría de los encuestados da a conocer que se interesarían acerca del contenido que estará en la aplicación.

2.6 Entrevistas

<p>N.-01</p> <p>LUGAR: Casa de la Cultura (NÚCLEO DE COTOPAXI)</p> <p>FECHA: 17/01/2014</p> <p>ENTREVISTADO: Lic. Miguel Ángel Rengifo Robayo</p> <p>ENTREVISTADORES: Andrea Tapia, Carlos Viracocha.</p> <p>TEMA: “DISEÑO DE UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”</p>	
PREGUNTAS	INTERPRETACIÓN
<p>1. ¿Qué conoce usted acerca de las aplicaciones móviles?</p>	<p>Son elementos innovadores que forman parte de la tecnología actual en lo que se denomina telefonía inteligente, a parte que está dentro de ciertos dinamismos de diseño y esto que tiene que ver específicamente con aplicaciones, ilustraciones para dinamizar y proyectar algunas cosas y elementos para comunicar.</p>
<p>2. ¿Qué ventajas y desventajas pueden existir en una aplicación para dispositivos móviles en los usuarios?</p>	<p>Las ventajas que son innovadoras, de cierta forma para todos o específicamente para las personas que puedan acceder a ellas y al mismo tiempo se genera una desventaja, que no todos los dispositivos podrían tener este tipo de aplicaciones, el hecho mismo de que sean inaccesibles por cuestión de costo que sería un limitante. Y otra de las ventajas que podría ser o referirse al hecho de que bajo todas las plataformas tanto como de software libres o los otros puedan ser aplicados.</p>

<p>3. ¿Qué efecto tendría la difusión de mitos y leyendas en aplicaciones para dispositivos móviles, en las nuevas generaciones?</p>	<p>Creo que sería una cosa muy valiosa en la dinámica de poder acceder, pero se debería verificar a que publico estaría predestinado este tipo de aplicaciones y bajo que modalidad, si es por ejemplo; para aplicaciones de juegos o simplemente para aplicaciones comunes relacionadas a redes sociales o simplemente a generar un poco de conocimiento sobre ellas, de ahí dependería mucho de cómo se vaya manejar la plataforma de los mitos y las leyendas, dependiendo también del uso.</p>
<p>4. ¿Qué características debería tener una aplicación para dispositivos móviles?</p>	<p>Que no sea tan compleja, que sea adaptable a cada uno de los software o de las plataformas y que lógicamente tenga una elevada carga simbólica local, eso valoraría mucho la construcción de la identidad y en la cuestión de los saberes creo que más allá de la aplicación, está la intención y eso yo valoro mucho, porque primero es innovador no existe dentro del mercado si es que se habla de mercado y como propuesta de investigación me parece una sugerencia muy importante, creo que revolucionaria, porque utilizas estos elementos a hora que se habla tanto de este tipo de promocionar y generar conocimiento a través de estas propuestas, y el asunto estaría en los que estén para avalar y sobre todo para cristalizar estos proyectos tengan conciencia que es más que una intención estudiantil, que es una intención sumamente trascendental de rescatar los valores orales a través de los mitos y las leyendas.</p>

ANÁLISIS

Al aplicar la entrevista se conoce que la información que contiene la aplicación es una estructura innovadora, es un tipo de contenido que no existe para dispositivos

móviles, aportando al conocimiento y rescate de los relatos ancestrales en las nuevas generaciones.

<p>N.-02</p> <p>LUGAR: Universidad Técnica de Cotopaxi</p> <p>FECHA: 22/01/2014</p> <p>ENTREVISTADO: Ing. Karla Cantuña</p> <p>ENTREVISTADORES: Andrea Tapia, Carlos Viracocha.</p> <p>TEMA: “DISEÑO DE UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”</p>	
PREGUNTAS	INTERPRETACIÓN
<p>1. ¿Qué conoce usted acerca de las aplicaciones móviles?</p>	<p>Acerca de las aplicaciones móviles son básicamente un software que se halla elaborado específicamente para dispositivos móviles, teléfonos, aipad, tablet´s. Los mismos que están cargados o están instalados sobre sistemas operativos como android entre otros.</p>
<p>2. ¿Qué ventajas y desventajas pueden existir en una aplicación para dispositivos móviles en los usuarios?</p>	<p>Existen algunas ventajas en las que se constituyen las aplicaciones móviles, entre estas se pueden decir que es la facilidad y rapidez para acceder a estos recursos mediante una aplicación móvil, también se manifiesta el almacenamiento masivo que pueda brindar esta aplicación también estas aplicaciones móviles permiten generar conocimientos sin esfuerzo es decir nosotros a través de una aplicación móvil no es necesario muchas de las veces conocer de un sistema operativo casi la mayoría de</p>

	<p>aplicaciones están elaboradas bajo interfaces ambientadas para los usuarios.</p> <p>Otra de estas ventajas se podría decir que muchas de estas permiten actualizaciones de forma automática, A hora entre las desventajas que se connotan dentro de los que son las aplicaciones móviles podemos decir que no muchas de estas son portables ya que se van desarrollando mediante a la tecnología y al sistema operativo.</p>
<p>3. ¿Qué efecto tendría la difusión de mitos y leyendas en aplicaciones para dispositivos móviles, en las nuevas generaciones?</p>	<p>La difusión de los mitos y las leyendas a través de una aplicación móvil lo que generaría primero un medio de difusión en donde no solo se inmiscuya el hecho de poder leer o poder observar una leyenda de un lugar determinado sino más bien reforzar la identidad cultural que en la actualidad se ha ido perdiendo debido a la falta de difusión o muchas de las veces no querer conocer acerca de quiénes somos asía donde vamos y lo que seremos en el futuro entonces en muchas de las veces se pierde el amor por lo nuestro y si se debería hacer este tipo de aplicaciones con el objeto de que estas leyendas y mitos no se vayan perdiendo en el tiempo.</p>
<p>4. ¿Qué características debería tener una aplicación para dispositivos móviles?</p>	<p>Básicamente como esto se transfiere en un software es necesario que estas aplicaciones se enmarquen lo que es dentro de una ingeniería específicamente entre estos podríamos hablar de la portabilidad es decir el uso de la misma aplicación en diferentes sistemas operativos esto sería una de las</p>

	<p>características fundamentales, otra sería que la aplicación pueda ser personalizable porque no muchos de los usuarios tendrían la misma aplicación y puedan tener el mismo grado de experticia en el uso de aplicaciones o en el uso del software también podríamos mencionar que esta aplicación se dispone en uso diario o regular porque existen aplicaciones que nosotros nos descargamos en nuestros teléfonos inteligentes y resulta que una o dos veces la utilizamos pero no de forma recurrente también se menciona que la aplicación sea de forma gratuita y aparte de esto se debería concientizar a personas de espacio añilados el hecho de poder utilizar interfaces en donde de manera univoca el usuario con su experticia y experiencia vaya manipulando esta aplicación.</p>
--	---

ANÁLISIS

Al concluir el análisis de las respuestas obtenidas se conoce que una aplicación, es una forma tecnológica que permita acceder de manera rápida, llegando al público objetivo con un fácil acceso y una fácil manipulación al momento de interactuar con la información.

Una aplicación permanece en un dispositivo móvil de forma indefinida mediante su manipulador o usuario la tenga en su dispositivo.

N.-03

LUGAR: Universidad Técnica de Cotopaxi

FECHA: 28/01/2014

ENTREVISTADO: Ing. Joselo Otañez

ENTREVISTADORES: Andrea Tapia, Carlos Viracocha.

TEMA: “DISEÑO DE UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”

PREGUNTAS	INTERPRETACIÓN
1. ¿Qué conoce usted acerca de las aplicaciones móviles?	Muy poco pero es muy funcionales.
2. ¿Qué ventajas y desventajas pueden existir en una aplicación para dispositivos móviles en los usuarios?	Varias dependerán de su utilización. Desventajas que no sean usadas.
3. ¿Qué efecto tendría la difusión de mitos y leyendas en	

aplicaciones para dispositivos móviles, en las nuevas generaciones?	Siempre y cuando se sume un valor agregado.
4. ¿Qué características debería tener una aplicación para dispositivos móviles?	Ubicar el paradigma de la información digital.

ANÁLISIS

Al analizar las respuestas de la entrevista estructura que las aplicación para dispositivos móviles tienen una funcionalidad muy importante para llegar al público que está dirigido, de acuerdo a la actualidad se está utilizando la tecnología con una gran aceptación en diferentes generaciones por su variedad de información digital.

2.7 Verificación de la hipótesis

• *Encuesta aplicada en la ciudad de Latacunga a los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Campus la Matriz.*

Aplicación de la prueba Ji cuadrado a las preguntas 4 y 6.

2.7.1 Enunciado

¿Qué relación existe entre el diseño de un prototipo de aplicación para dispositivos móviles y la difusión de mitos y leyendas más tradicionales en la sociedad?

2.7.2 Matriz de frecuencia observada

N°-	Si	No	Total
P4	127	29	156
P6	136	20	156
Suma	263	49	312

2.7.3 Hipótesis

“Si se logra diseñar el prototipo de una aplicación para dispositivos móviles que difundan los mitos y leyendas, entonces, será una fuente tecnológica de información muy valiosa para toda la sociedad”.

2.7.3.1 Método lógico

Existe relación altamente significativa al 5% de significación con la prueba de X^2 entre el diseño de un prototipo de aplicación para dispositivos móviles y la difusión de mitos y leyendas más tradicionales en la sociedad.

2.7.3.2 Modelo matemático

$H_0=$	X^2_c	Igual	X^2_t	No hay relación
--------	---------	-------	---------	-----------------

$H_1=$	X^2_c	Igual	X^2_t	Si hay relación
--------	---------	-------	---------	-----------------

α	5%
----------	----

gl=	$(v-1)(h-1)$	
-----	--------------	--

gl=	(2-1)(2-1)	Número de variables menos 1 multiplicados por número de variables horizontales menos 1,
gl=	1	

Para establecer la región de rechazo se busca en la tabla de distribución de X^2 el valor correspondiente al 1 grado de libertad con significación del 5%.

$$1_{gl=} \text{ al } 5\% = 3.84.$$

2.7.3.3 Matriz de frecuencia esperada

$$E = \frac{nv * nh}{nt}$$

N°-	Si	No	Total
P4	131,5	24,5	156
P6	131,5	10	141,5
Suma	263	34,5	297,5

2.7.3.4 Modelo estadístico

O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
127	131,5	-4,5	20,25	0,153992395
29	24,5	4,5	20,25	0,826530612
136	131,5	4,5	20,25	0,153992395
20	10	10	100	10
				11,1345154

2.7.3.5 Verificación

Como X^2_c es superior a X^2_t se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

2.7.3.5 Conclusión

Existe la relación altamente significativa entre el diseño de una aplicación para dispositivos móviles y la difusión de mitos y leyendas en la sociedad. Entonces será una fuente de información muy valiosa.

2.7.4 Verificación de la hipótesis

- *Encuesta aplicada en la ciudad de Ambato a los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato, Predio Huachi.*

Aplicación de la prueba Ji cuadrado a las preguntas 4 y 6.

2.7.4.1 Enunciado

¿Qué relación existe entre el diseño de un prototipo de aplicación para dispositivos móviles y la difusión de mitos y leyendas más tradicionales en la sociedad?

2.7.4.2 Matriz de frecuencia observada

N°-	Si	No	Total
P4	95	5	100
P6	86	14	100
Suma	181	19	200

2.7.4.3 Hipótesis

“Si se logra diseñar el prototipo de una aplicación para dispositivos móviles que difundan los mitos y leyendas, entonces, será una fuente tecnológica de información muy valiosa para toda la sociedad”.

2.7.4.3.1 Método lógico

Existe relación altamente significativa al 5% de significación con la prueba de X^2 entre el diseño de un prototipo de aplicación para dispositivos móviles y la difusión de mitos y leyendas más tradicionales en la sociedad.

2.7.4.3.2 Modelo matemático

H₀=	X^2_c	Igual	X^2_t	No hay relación
-----------------------	---------	--------------	---------	-----------------

H₁=	X^2_c	Igual	X^2_t	Si hay relación
-----------------------	---------	--------------	---------	-----------------

α	5%	
gl=	$(v-1)(h-1)$	Número de variables menos 1 multiplicados por número de variables horizontales menos 1,
gl=	$(2-1)(2-1)$	
gl=	1	

Para establecer la región de rechazo se busca en la tabla de distribución de X^2 el valor correspondiente al 1 grado de libertad con significación del 5%.

$$1gl= \text{ al } 5\% = 3.84.$$

2.7.4.3.3 Matriz de frecuencia esperada

$$E = \frac{nv * nh}{nt}$$

N°-	Si	No	Total
P4	90,5	2,5	93
P6	90,5	9,5	100
Suma	181	12	193

2.7.4.3.4 Modelo estadístico

O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
95	90,5	4,5	20,25	0,223756906
5	2,5	2,5	6,25	2,5
86	90,5	-4,5	20,25	0,223756906
14	9,5	4,5	20,25	2,131578947

2.7.4.3.5 Verificación

Como X^2_c es superior a X^2_t se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

2.7.4.3.6 Conclusión

Existe la relación altamente significativa entre el diseño de una aplicación para dispositivos móviles y la difusión de mitos y leyendas en la sociedad. Entonces será una fuente de información muy valiosa.

2.7.5 Verificación de la hipótesis

• *Encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba a los estudiantes de cuarto a sexto curso del Colegio Pedro Vicente Maldonado.*

Aplicación de la prueba Ji cuadrado a las preguntas 4 y 6.

2.7.5.1 Enunciado

¿Qué relación existe entre el diseño de un prototipo de aplicación para dispositivos móviles y la difusión de mitos y leyendas más tradicionales en la sociedad?

2.7.5.2 Matriz de frecuencia observada

N°-	Si	No	Total
P4	76	24	100
P6	86	14	100
Suma	162	38	200

2.7.5.3 Hipótesis

“Si se logra diseñar el prototipo de una aplicación para dispositivos móviles que difundan los mitos y leyendas, entonces, será una fuente tecnológica de información muy valiosa para toda la sociedad”.

2.7.5.3.1 Método lógico

Existe relación altamente significativa al 5% de significación con la prueba de X^2 entre el diseño de un prototipo de aplicación para dispositivos móviles y la difusión de mitos y leyendas más tradicionales en la sociedad.

2.7.5.3.2 Modelo matemático

H₀=	X^2_c	Igual	X^2_t	No hay relación
-----------------------	---------	--------------	---------	-----------------

H₁=	X^2_c	Igual	X^2_t	Si hay relación
-----------------------	---------	--------------	---------	-----------------

α	5%
----------------------------	----

gl=	$(v-1)(h-1)$	Número de variables menos 1 multiplicados por número de variables horizontales menos 1,
gl=	$(2-1)(2-1)$	
gl=	1	

Para establecer la región de rechazo se busca en la tabla de distribución de X^2 el valor correspondiente al 1 grado de libertad con significación del 5%.

$$1gl= \text{ al } 5\% = 3.84.$$

2.7.5.3.3 Matriz de frecuencia esperada

$$E = \frac{nv * nh}{nt}$$

N°-	Si	No	Total
P4	81	19	100
P6	81	7	88
Suma	162	26	188

2.7.5.3.4 Modelo estadístico

O	E	O-E	(O-E)2	(O-E)2/E
76	81	-5	25	0,308641975
24	19	5	25	1,315789474
86	81	5	25	0,308641975
14	7	7	49	7
				8,933073424

2.7.5.3.5 Verificación

Como X^2_c es superior a X^2_t se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

2.7.5.3.6 Conclusión

Existe la relación altamente significativa entre el diseño de una aplicación para dispositivos móviles y la difusión de mitos y leyendas en la sociedad. Entonces será una fuente de información muy valiosa.

CAPITULO III

3. PROPUESTA

ELABORACIÓN GRÁFICA DE UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LAS CIUDADES DE LATACUNGA, AMBATO Y RIOBAMBA, DISPONIBLE EN LAS TIENDAS DE APLICACIONES (APP) COMO PLAY STORE Y APP STORE.

3.1. Presentación

La evolución de los medios de comunicación y la forma de transmitir información por aparatos tecnológicos ha tenido un gran desarrollo en los últimos años, gracias a la facilidad de transmitir imágenes, textos, audio y video. El proyecto de tesis consiste en la elaboración gráfica de una aplicación para dispositivos móviles sobre los mitos y leyendas más trascendentales, la que se difundirá con facilidad para el conocimiento de las nuevas generaciones.

Al desarrollar los elementos gráficos e información de la aplicación se incluyen los paquetes de Adobe y la plataforma mobincube. Estos programas permiten estructurar la aplicación por medio del desarrollo gráfico, el imagotipo, icono, ilustraciones, textos, e interfaces gráficas las mismas que permitirán atraer la atención de forma digital e interactiva. Para que la difusión de los mitos y leyendas sea una información atractiva para el usuario.

3.1.1. Justificación

La elaboración gráfica de una aplicación proporciona información fundamental a los usuarios sobre los mitos y leyendas con un rápido acceso de forma digital, interactiva y llamativa, permitiendo comunicar de diferente manera los relatos populares.

El desarrollo de la aplicación para dispositivos móviles está dirigida principalmente a las nuevas generaciones, ya que desconocen de su existencia. En este caso el poder conocer sin dificultad los mitos y leyendas utilizando herramientas de difusión digital.

El proceso de elaboración gráfica de la aplicación fue posible gracias a la utilización de elementos tales como ilustraciones, imágenes y textos, para que sean del agrado del usuario.

El proyecto se basa en la combinación de imágenes y textos ya que en una aplicación se manejan elementos gráficos que permitan comunicar el contenido de forma coherente.

Las aplicaciones para dispositivos móviles dentro de la tecnología se han desarrollado a gran escala, permitiendo que el usuario las utilice de manera interesante e interactiva dando como resultado la aceptación y comprensión apropiada del contenido.

Es necesario elaborar el contenido gráfico de una aplicación para dispositivos móviles por la escasa difusión que existen de los mitos y leyendas, siendo fundamental que la ciudadanía se informa acerca de estos relatos populares.

Los beneficiarios del estudio realizado son la ciudadanía, y en especial, las nuevas generaciones ya que la aplicación para dispositivos móviles, permite la difusión, rescate y conocimiento de los mitos y leyendas, disponible en la tienda de

aplicaciones APP (Play Store; Android, Samsung), de forma gratuita y también está desarrollada para ser publicada en la tienda de (App Store; iOS, iPhone).

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo General de la propuesta

Elaborar la estructura gráfica de los mitos y leyendas mediante la utilización de ilustraciones, textos, botoneras, como contenido de la aplicación para fortalecer la difusión y el rescate de los relatos populares.

3.2.1.1. Objetivos Específicos

- Desarrollar la estructura gráfica de ilustraciones y textos, de la aplicación que proporcione información sobre los mitos y leyendas.
- Fortalecer el conocimiento, difusión y el rescate de los mitos y leyendas en la ciudadanía.
- Impulsar el uso de medios tecnológicos como aplicaciones en dispositivos móviles para conocer los mitos y leyendas de las ciudades Latacunga, Ambato y Riobamba.

3.3. Análisis de Factibilidad

3.3.1. Factibilidad Económica

TABLA N° 08 FACTIBILIDAD ECONÓMICA

ACTIVIDAD	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresiones	Hojas	500	0.05	250,00
Plataforma Mobincube	Aplicaciones	2	25	50,00
Tiendas play store y app store	Subir aplicaciones a tiendas	2	150	300,00
Tableta digitalizadora	Digitalización de imágenes	1	170	170,00
Digitalización de gráficos	Horas de diseño	120 horas	10	1.200,00
Movilización	Viajes	50	5	250,00
Capacitación plataforma movincube	Investigación	10 horas	10	100,00
Material de apoyo	Cd de tutoriales	3	15	45,00
Total				2.365,00

Elaborado por: Grupo investigador.

Fuente: Grupo investigador.

3.4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.4.1. Diseño esquemático de la propuesta

GRÁFICO N°: 29. DISEÑO ESQUEMÁTICO DE LA PROPUESTA



Fuente: Grupo investigador.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.4.2. Contenidos a comunicar en la aplicación

En la investigación, se realiza la selección de los mitos y leyendas, los cuales sobresalen dieciséis, las más conocidas en las ciudades que se establecen en el proyecto, esto ha proporcionado la elección de estos relatos populares.

3.4.3. Leyendas

3.4.3.1. *En el Yambo pita el Tren*

Entre Latacunga y Ambato la magia insonsable ufanía profunda está el YAMBO, por lo alto de la loma cruza el sector en forma impresionante la línea férrea y cuando el monstruo de acero hace oír su pitazo.

Cierta vez hace varias décadas, sobre el firmamento de los Andes un velo de neblina anunciaba la presencia de la noche de cuando en cuando la brillante Luna clareaba el lecho nocturnal dibujando siluetas y sombras entre rocas, árboles y casitas serraniegas que en cierto momento presentábanse al paso de aquel tren de pasajeros que avanzaba presuroso por la vía, llevando en su interior corazones repletos de esperanza y anhelos de llegar al hogar apetecido; infeliz destino el que los rondaba cercano; el ferrocarril bordeaba profundo abismo a su paso por el YAMBO, de

súbito sin oportunidad de maniobra salvadora, una inmensa roca semejante a un bulto fantasmal auspició pavoroso accidente; locomotora y vagones rodaron hacia la laguna en infernal estruendo de hierros retorcidos, gritos de angustia y ecos de agonía en lúgubre noche, el yambo se había convertido en sepulcro de aquellos infieles viajeros.

Algunos mayores afirman que no se halló ningún rastro de la tragedia pese al trabajo y esfuerzo desesperado por rescatar a las víctimas; sin embargo, hay quienes aseguran haber escuchado en la noche de luna redonda y fulgente, interminables pitos de tren y ayes de dolor saliendo de las entrañas ignotas de la laguna para lacerar el ambiente, EL YAMBO, laguna señora del misterio, reposo y solaz del turista.

3.4.3.2. *El Uñaguille*

En las oscuras noches de la Sierra, cuando densas nieblas resbalan por las lomas e inundan valles, quebradas y caseríos; cuando todo el mundo se ha retirado a descansar, se oye a veces un extraño grito, semejado al aullido del lobo o al desafinado llanto de una criatura humana, no es más que una voz de la naturaleza, que nos habla de cosas misteriosas es el ñaguille o el niño abandonado.

Un runa muy rico cuya mujer no le había dado hijos, pasaba por la quebrada de los páramos de Quisapincha, de pronto oyó el lloro de una criatura, después de buscarla dio con un robusto longuito, de pocos meses de nacido.

Con gran cuidado lo levanto lo estrecho en sus brazos y lo envolvió en su poncho, reanudo su camino e indignado de quien podía ser la madre desnaturalizada que lo había abandonado; el niño había cesado de llorar y se estrechaba al pecho de su padre adoptivo, que pronto comenzó a sentir un calor insoportable, y cuál no sería su terror cuando el niño rompió hablar con voz áspera y gangosa, como la de una persona ebria y enferma.

Dientes tengo chillo, al tiempo que un relámpago ilumino sus colmillos, largos como los de un lobo y sus brazos que ceñían y apretaban el cuello del indio, más muerto que vivo, procuró acelerar el paso, pero la criatura se le había vuelto tan pesada que apenas podía sostenerla, enloquecido de espantó, trato de arrojarlo lejos, pero fue en vano todo el esfuerzo.

Dientes tengo y por bobo te voy a llevar a los quintos infiernos! riéndose a carcajadas. Dientes tengo y te voy a devorar - sintiendo el indio los agudos dientes del monstruo y ya casi agonizante logró meter la mano en el bolsillo, donde llevaba un rosario y tocó al monstruo con esta arma bendita, no bien el diablo sintió el contacto del rosario hizo explosión y se convirtió en humo espeso y fétido dejando en libertad a su víctima.

3.4.3.3. *La viuda de Santo Domingo*

Angostas callejuelas bañadas por luz de radiante luna, en el tradicional barrio Santo Domingo de la hermosa Latacunga.

Las burlonas calles miraban incansables el desfilar de damas y caballeros y en la penumbra de lunadas noches los campanarios conventuales estremecíanse al paso de solitarios fantasmas viajeros de las sombras, del espacio y del misterio; la noche retorcíase en su manto de silencio; ancianas beatas al alborar el día hacían su ingreso al imponente templo de Santo Domingo y en interrogante insondable quizás de la otra esquina; una mujer alta, toda vestida de negro hizo macabra aparición allá en un oscuro recodo del sector entre miedosos temblores de una señora que con misal y rosario cayo adormecida por aquel pavor borrascoso de ultratumba.

Dolores, así llamábase la anciana beata que luego de oportuna atención médica y reanimada del diabólico momento vivido relató lo inverosímil: iba apresuradamente hacia Santo Domingo; ¡dijo! cuando encontré a una señora de negro que se acercaba, le pregunte la hora y ella entonces abriéndose la manta me hizo ver que era solo un descarnado esqueleto.

El hecho se repitió una y otra vez causando pánico y comentarios espeluznantes: los hogares cerraban las puertas y tan temprano dormían, desaparecieron los trasnochadores y si algún valeroso se atrevía a salir seguramente tenía que vérselas con la nada agradable viuda decían que la aparecida acompañaba engañosamente a ebriosos caminantes hasta que perdían el sendero del hogar y repentinamente hallábase paseando por calles hermosas de brillantes luces, caminaban mucho y al clarear el día se encontraban generalmente lejos de la casa.

3.4.3.4. *El Duende y el Manzano*

Una pareja de ancianos tenía un huerto atrás de su casa, en el cual sembraron un hermoso manzano que daba los frutos más grandes y jugosos del pueblo. Un día tuvieron que viajar a Riobamba por el problema de un hijo; el esposo estimaba mucho el árbol, de modo que estuvo preocupado por tener que abandonarlo, cualquiera aprovecharía para robarle, así que el día anterior contó tres veces cada manzana para estar seguro.

Los ancianos todavía no se habían alejado del pueblo, cuando un vecino envidioso se metió al huerto con la mala intención de aprovechar su oportunidad; tomó varias manzanas que estaban en el suelo y volteó sonriendo por su audacia; de pronto escuchó un ruido, y cuando regresó la mirada, descubrió nuevos frutos rojos caídos; los recogió... Esto se repitió algunas veces cuando quiso regresar a casa, al envidioso le pareció extraño, cuando miró la copa del árbol, se encontró con un pequeño hombre de gran sombrero, que estaba encaramado en una rama, y le saludó agitando su mano de muñeco de trapo; el vecino se quedó paralizado por el susto, y apenas reaccionó del shock, salió corriendo tan rápido como pudo.

Nunca se imaginó que el árbol estaba encantado. Cuando los ancianos regresaron a casa, el esposo contó las manzanas, no faltaba ni una sola.

3.4.3.5. *El señor de Sarabia*

A fines del siglo XVIII por esos lindes de atractivos muy suyos, se asentó un español. Manifiestan que huyendo de la sociedad fue a dar por esos lares; era enfermo de lepra, errante, pobre y desesperado, acaso pensaría poner fin a sus días que llegaban presagiando horizonte de cuervos. Así!... oh ¡maravilla! tópase con rocas de oro.

Al cambiar su mala estrella, opulento y soberbio se volvió. Las llagas cabriolas con finísimos atuendos, por vivienda edificó un palacio que solo la fantasía puede imaginar. Se llenó de trabajadores que en verdad, eran súbditos. Y esa fama, de rico y de malo, se expandió por los confines con la celeridad de un relámpago.

Aumentando su extremado y sádico orgullo, se sintió el amo del Universo. No había nadie quien osara desafiarle y él pavoneábase de ellos ejecutando acciones propias de un orate.

En uno de sus arranques de vanagloria lanzó la imprecación: — Quién contra Sarabia. Su propio grito no tardó en dejar de oír: —Ni Dios con su poder. Entonces, refieren, se oyó un estrépito ensordecedor; se abrieron abismos en la tierra mientras caía tempestad de fuego... Y, a los pocos minutos, del señor Sarabia y de su reino no quedaba la más paupérrima presencia: todo era solo colinas que parecían pisoteadas e incendiadas por un embravecido y gigante fantasma...

3.4.3.6. *El Animero*

Desde el quince de Octubre hasta el quince de Noviembre de cada año, durante todas las noches sale el animero, quien tarde de la noche con un grito lúgubre y lastímero despierta a quienes ya duermen y solicita que recen por las almas en pena en el purgatorio.

La costumbre de salir de animeros, se viene transmitiendo por herencia de generación en generación. El animero es un hombre con los nervios bien templados, que se viste con un alba, gorro blanco y porta una calavera, un Cristo y un fuate

para defenderse de los perros, también porta una sonora campanilla cuyos tañidos preceden a su lastímero canto.

Para salir el animero, toca las campanas con tañidos de difuntos, luego dirige sus pasos al cementerio, lugar en el que en el centro se postra de hinojos y luego se acuesta en cruz y reza devotamente; luego de lo cual canta en las cuatro esquinas del cementerio su conmovedora canción que dice: “Recordad almas dormidas de tu profundo sueño y rezarás un Padre Nuestro y un Ave María por las benditas almas del Santo Purgatorio por el amor de Dios”. Luego del cementerio sale y recorre todas las calles de la población, precedido del tañido de su campana, no hay persona que al ser despertado, con susto y temor ante el lastímero canto del animero, niegue su devota oración a las almas y no pocos han decidido un tremendo susto cuando en una noche oscura de los finados se ha encontrado con este.

3.4.3.7. *El farol y el Trasnochador*

“Cierta vez, al calor de los tragos, los inquietos amigos no se percataron del paso del tiempo, cuando se despidieron ya casi eran las 12h00”. “Como Jorge vivía en Ingahurco, obligatoriamente debía pasar por el frente del cementerio ya que no tenía otro camino para desviarse, porque el resto eran huertas.

Cuando estaba cerca de llegar al camposanto, observó que un farol que apareció de la nada le guiaba al interior del cementerio; casi hipnotizado el joven le seguía. Una vez en el cementerio, Jorge perdió de vista al farol y reaccionó del estado hipnótico en el que se encontraba. De pronto nuevamente el farol se posó a pocos metros de él y se dirigía inquieto de tumba en tumba tratando de recobrar nuevamente su atención.

Ya con un poco de conciencia, vio como el farol bajó lentamente al suelo y se escondió en una tumba de la que en cambio salió una damita de cuerpo esbelto con un vestido negro muy ceñido que dejaba apreciar claramente la escultural figura femenina, aunque el rostro no lo podía ver porque se cubría con un velo.

Aquel muchacho, un tanto asustado todavía por su aparición, inmediatamente pensó en que le pediría que le acompañe a su casa, temeroso se acercó y le hizo la proposición, a la que la mujer accedió. Mientras caminaban de regreso a casa, el joven galanteador empezó a conquistarla, pidiéndole a su acompañante que se quitara el velo para apreciar su celestial belleza.

Ante tanta insistencia, la damita accedió; cuando esto ocurrió, observó que la damita de bello cuerpo tenía por rostro una calavera, por orejas unas de asno y por cabellos unas víboras que amenazaban con devorarlo. Al observar tan repugnante cuadro, el trasnochador sintió que un escalofrío atravesó por todo su cuerpo y se desvaneció, saliéndole espuma por la boca, se quedó junto a la puerta del camposanto.

3.4.3.8. *Vico y el Duende*

Según cuenta la historia en la parroquia rural de Huambaló cerca del cantón Pelileo, vivía un niño llamado Vico que era muy andariego, a él le gustaba jugar a las canicas cerca de la quebrada de Gualgchuco, la gente de por ahí decía que era un lugar muy pesado para los niños porque en el interior de esta quebrada vivía un duende que se dedicaba a perseguir a las chicas y especialmente a los niños que se quedaban jugando bolas hasta muy tarde.

Vico no se imaginó que a él se le aparecería el duende. Una vez cuando Vico estaba jugando bolas vio que se le acercó un ser que era más pequeño que un enano, estaba vestido con un traje verde con un sombrero café, este le retó a jugar y como a Vico le fascinaban las bolas no dudó en aceptar.

Vico en las primeras partidas ganó, entonces, el duende se puso la capa roja hacia atrás y cambió la suerte y Vico se quedó sin ninguna bola. Cuando este ser lo iba a coger con esas manos espantosas apareció su abuela, para Vico fue una salvación, pero Vico pidió revancha en el mismo lugar y a la misma hora.

Fue así como ocurrió solo que esta vez la suerte no acompañó al duende y apareció la abuela con un fute y aguardiente, amenazó al duende y se esfumó con su olor a azufre.

Al siguiente día cuando Vico vio las bolas que ganó ya no estaban.

3.4.4. Mitos

3.4.4.1. *La piedra Chillintosa*

Cierto día se escuchó un ruido extraño que provenía del volcán Cotopaxi. Era como si se tratara de una tempestad que se avecinaba. Truenos, relámpagos y, de pronto la tierra empezó a temblar.

El pánico era común en la comarca... al siguiente día se pudo comprobar que todo había desaparecido la tierra estuvo cubierta de ceniza, arena, lodo, granito y piedras de diferente tamaño. Entre las piedras se destacaba una muy, pero muy grande: cincuenta metros de diámetro y seis de altura. Sobre esa piedra había amanecido un gato negro y junto a esa mole un caballo.

Paso algún tiempo. De la piedra gigante, la gente escuchaba silbidos de tambores y pitos, una banda de musuca invisible. Un grupo de jóvenes cantaba canciones tristes y, también, que algunas parejas bailaban al compás de esas melodías, alrededor de la piedra. Por esos sonidos o si se quiere, chillidos, la llamaron CHILLINTOSA.

Hoy de esa piedra ya no salen gritos, sonidos o ruidos: se ha callado para siempre. En una de sus caras se pintó la imagen de la Virgen del rosario y en la actualidad se puede observar la imagen de la Virgen de las Mercedes.

3.4.4.2. *El ermitaño de Riobamba*

Era uno de aquellos días en el pueblo de Riobamba estaba lleno de gente en la feria de cada domingo, cuando de pronto, el alegre vocear de las mercaderías, el ir y venir de compradores y vendedores, cesó para cambiarse a un solo grito de terror y espanto de la multitud allí reunida: los españoles invocaban a Dios y los indios dan

alaridos. ¿Qué pasa? gruesas gotas de sangre caen del cielo que se ha encapotado de súbito y la tierra va encharcándose en el rojizo líquido.

Vivía en las cercanías de Guamote un hombre solitario y hosco que vivía de alquilar su caballo negro con brillos rojizos.

De vez en cuando se presentaba en la entonces aldea de Riobamba, a pedir limosna pero no en nombre de Dios como era la costumbre de la época. Apenas decía: ¿Habrás un pan? ¿Habrás un real? Lo peor sucedió durante la misa solemne en honor a San Pedro, patrón del asentamiento. En el momento que el sacerdote levantaba la hostia, el ermitaño de Guamote la arrebató de las manos y la arrojó al suelo. “Ya veremos si volvéis a consagrar otra vez”, vociferó mientras trataba de herir al cura con un cuchillo.

Ante tal desacato, los caballeros blandieron sus espadas y ajusticiaron al ermitaño lo más admirable es que cosido a estocadas, por ninguna de sus heridas deja escapar gota de sangre. ¡Dios no quiso que la sangre del impío manchara su santo templo!

El cadáver del sacrílego fue luego arrastrado hasta afuera de la iglesia y apenas había traspuesto su carroña, la sangre salió a borbotones de las heridas. El famoso caballo morcillo desapareció con su dueño, sin duda era el diablo que acompañaba al solitario bajo forma de rocín, porque es fama que en ciertas noches de Riobamba una sombra parecida aun rapidísimo caballo que huye con un extraño jinete...

3.4.4.3. *Taita Yambo*

“El Taita Yambo es quien decide lo que se hace o deja de hacer en la laguna”, señala Lilia Altamirano, propietaria del único paradero turístico que hay en la zona.

Según la leyenda, es un hombre alto, delgado, con sombrero, que siempre anda a caballo, y protege a los de Pataín, población que está a un kilómetro “porque ellos lo cuidan y lo afeitan, es decir cortan la totora que hay en las riberas.

Señala que el fracaso de varios proyectos que se quisieron realizar en la zona se debe a que no contaban con la venia de Taita Yambo, ya que su fin era solo ganar dinero.

Hace 60 años un empresario ambateño se suicidó al quedar en la quiebra, porque no tuvo éxito con un proyecto de regadío, hace unos 30 años un pariente suyo tenía un paradero turístico, con una piscina semiolímpica, al norte de la laguna, pero se dedicó a enamorar a las chicas de Pataín y eso no le gustó a Taita Yambo, que provocó un deslave que enterró la piscina y destruyó parte del complejo, ahora abandonado.

3.4.4.4. *Tacunga y el Dorado*

Desde Ignoras lejanías, surcando la gran porción de mar, grandes fantasmas flotantes trajeron hombres blancos y barbados; escaramuzas y maniobras en la costa dieron paso luego que cabalgando sobre el lomo de los Andes llegaron al valle serraniego.

El gran espíritu de conquista, el anhelo de riquezas los conquistadores iberos motivaron el fin de un enorme imperio de los Hijos del Sol.

Huarmis, tesoros y territorios de tierra novia del monte, del viento y la llanura, naciera el fruto del rencor a los usurpadores; en Tacunga originóse la leyenda del famoso DORADO.

Nuestros habitantes fabulistas por excelencia guardaban latente el recuerdo de la feroz invasión oriental de los Yumbos, sin embargo, vocearon a los cuatro vientos la existencia de un reino fabulosos allá donde nace el padre Inti en los albores del día; Rey, doncellas y vasallos; vistosas prendas, tesoros y riquezas todo había en el sitio aquel según decires de la gente de Tacunga ¿Cuántas expediciones se harían hacia ese supuesto paraíso y que no nos da cuenta la historia porque fracasaron?.

Sea como fuere, gente amiga de la llama, la alpaca, la vicuña y el huanaco y la intrepidez de Gonzalo Pizarro y Francisco de Orellana, vencieron abrumadores

obstáculos, extasiáronse con la peligrosidad bravía de nuestras selvas orientales y dieron a Ecuador la gloria patrimonial del descubrimiento de un gran río, el río Amazonas.

Sea por venganza o rencor los Tacungas sin saberlo auspiciaron inconcientemente la existencia del DORADO donde nace el Padre Inti en los albores del día, y haciendo efectiva esa larga travesía que cobró muchas vidas en la cima de los cerros, en la selva y el abismo tembloroso.

3.4.4.5. *El molino de Santa Teresita*

En el barrio de Santa Teresita del cantón Guano, existía un molino, ahora desaparecido. Cuentan que a las doce de la noche, los vecinos del lugar escuchaban fuertes vientos y gritos que pedían auxilio y sentían que el molino funcionaba sólo. A la mañana siguiente, las molineras que ingresaban con los granos para hacer harinas observaban junto a la tolva un paño con sangre; todos se preguntaban el origen de la prenda, pero nadie respondía. El dueño no explicaba mayor cosa, el molinero en cambio, se portaba agresivo y esquivaba cualquier tipo de diálogo.

Cierta mañana el molinero apareció muerto junto al molino, el paño ensangrentado estaba junto a su cuerpo, no demostraba señales de haber sido herido; sin embargo, allí se encontraba muerto.

Lo curioso resulta que, luego de este suceso nunca más se escuchó el ruido del molino en movimiento, ni los fuertes vientos, ni gritos.

3.4.4.6. *El río encantado*

Cuenta la leyenda que las aguas de río Taraho, estaban encantadas, porque quien se bañaba en él, no envejecían.

Además, se decía que en ellas nadaban unos hermosos patos de oro. Un día cuando un joven, quiso capturar a uno de estos patos, espero a que llegara la noche y cuando se hizo las doce, el vio un resplandor en la orilla, se acercó y vio a los patitos, los tomó pero cada vez que los tenía en las manos, estos se desvanecían, repitió esto varias veces sin éxito. Hasta que se le ocurrió una idea, los tomó con su sombrero y esto resultó, logró llevarse tres pequeños patitos, los cubrió con el poncho y corrió a su casa, al llegar llamo a su esposa para enseñarle el tesoro, pero para su sorpresa, los patitos se habían convertido en rocas.

3.4.4.7. *El cerro de Callo*

Eran aquellos días en que el viento boreal recorría presuroso entre chaparros y pajonales, legendario montículo testigo silencioso de rituales primitivos, de combates fieros y de ancestral historia.

Días eran aquellos en los que dioses originarios de la superstición desataron su ira sin clemencia, continuas heladas azotaban día tras día los sembríos; azotábanlos sin aplazarse, la hambruna en futuro cercano llegaría sin remedio.

Esta fue la razón principal por la que delegaciones de los aláquez, callos y muláloes precedidas por sacerdotes aproximábase al recinto.

Los sacrificios en ese entonces eran frecuentes pero no siempre las víctimas eran humanos; sin embargo el caso era especial aquella vez, que como ofrenda para la ceremonia de los dioses se había escogido la doncella más fina y sutil de la comarca, doncella cuya belleza competía solamente con la belleza misma de la madre Luna, Coillur se llamaba la encantadora huarmi nacida bajo cielo serraniego.

La caravana macabra había partido hacia la pequeña cima desde el palacio de Callo. Los idólatras seguían adelante, el arco iris aparecido en el firmamento miraba extasiado a la virginal Coillur que con paso firme llegaba a la piedra de los sacrificios... de pronto hízose el silencio!, la hora había llegado el momento fatal... sangre y corazón de Coillur presentáronse a los dioses, el cielo lloraba amargamente

mientras poco a poco una densa niebla con relámpagos que caían del cielo sepultó con su manto, el cerro de Callo.

3.4.4.8. *Mitos del Putzalagua*

Muchas lunas en estas parcelas de diáfano horizonte, desde la cima del Putzalagua, cima que besa el firmamento elevaron su homenaje a falsarios dioses; inquietos senderos llegaban hasta la altura del gran cerro.

Cuando sucedió la invasión Inca, se luchó denodadamente en la defensa de estos territorios hasta que finalmente se hizo una gran amistad con los jefes Cuzqueños. Muchos seleccionados vasallos iniciaron trabajos de secreta obra... terminada la misma quedáronse en ella para siempre custodiándola de extraños que podían profanarla.

La existencia de un templo majestuoso e impresionante incrustado en las entrañas del Putzalagua, templo rebosante de adornos valiosos, belleza y policromía, allí los más variados objetos de múltiple riqueza, oculta con matorrales y misterio era casi imposible de hallar; sin embargo por obra de la casualidad dos amigos españoles lograron adentrarse, extasiados ante tanta maravilla no sabían que hacer, más al fin, pasado el estupor, la codicia y entonces aquellos comenzaron a desvalijar el aposento; aprestábanse a salir de ese fantástico mundo interior.

El Putzalagua taciturno, parecía cobijarse con el oscuro manto de niebla que caía de lo alto hacia sus faldas un vaho misterio invadía el ambiente en tanto que, voces de truenos y relámpagos repercutíanse con prolongados ecos en la fantástica morada de dioses y caciques; que en contados instantes dejó ver solamente densas nubosidades de polvo, consecuencia del gran derrumbo acontecido.

3.5. DESARROLLO DEL IMAGOTIPO E ICONO

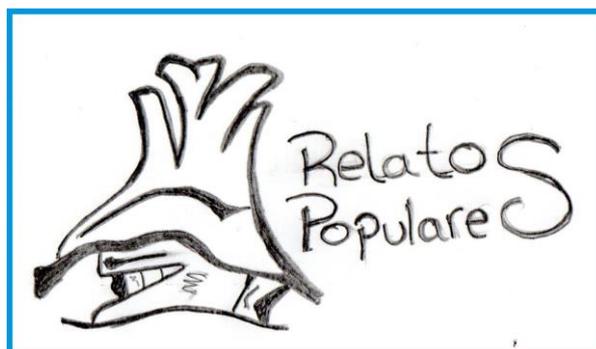
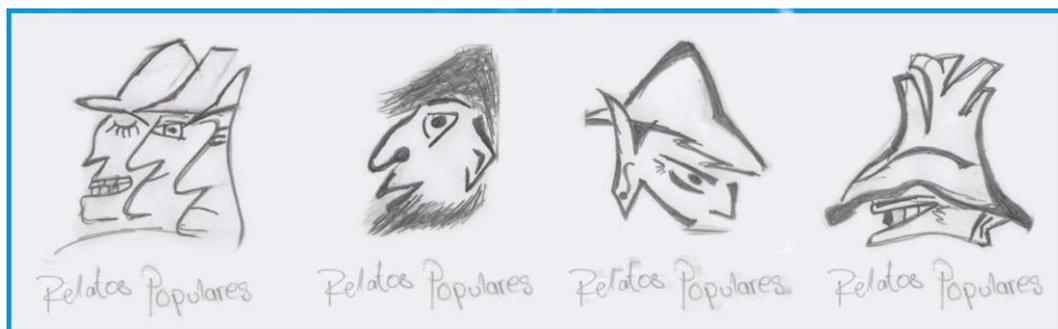
3.5.1. Desarrollo del imagotipo

La conformación del imagotipo se da a conocer como un elemento gráfico que permite asemejar un producto o servicio, debe estar formado con características específicas que retengan el interés y la atención del público objetivo.

3.5.2. Bocetaje del imagotipo

Se realizó varios bocetos para la propuesta del imagotipo, tomando en cuenta el concepto de comunicación que se quiere dar a conocer al público objetivo, partiendo de formas y rasgos de un relator ancestral.

GRÁFICO N° 30: BOCETAJE DEL IMAGOTIPO.



Fuente: Grupo investigador.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.5.3. Construcción del imagotipo e icono de lanzamiento

3.5.3.1. Logotipo

Establecida como la identificación estructurada por tipografía, dando una proporción armónica al logotipo.

GRÁFICO N° 31: LOGOTIPO.



Fuente: Grupo investigador.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.5.3.2. Isotipo

Basada en la composición de la forma abstracta que se identifica con un relator ancestral en estilo moderno, estructurándose a sí misma como la parte que contiene mayor jerarquía de la propuesta.

GRÁFICO N° 32: ISOTIPO.



Fuente: Grupo investigador.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.5.3.3. Imagotipo

Está constituida por el isotipo y el logotipo, se utiliza la composición entre la imagen y texto, representando el conocimiento de las personas antiguas que relataban estas leyendas y el texto corresponde a “Relatos Populares”

GRÁFICO N° 33: IMAGOTIPO.



Fuente: Grupo investigador.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.5.3.4. Icono de lanzamiento

GRÁFICO N° 34: ICONO DE LANZAMIENTO.

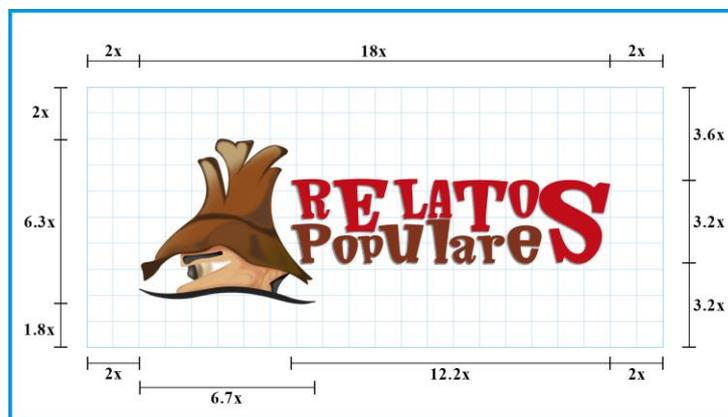


Fuente: Grupo investigador.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.5.3.5. Construcción geométrica

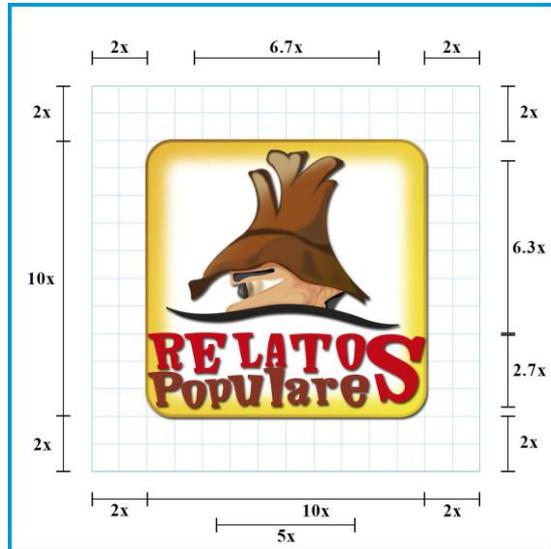
Para facilitar la manipulación y reproducción del imagotipo e icono de lanzamiento de la aplicación se especifica las dimensiones de los elementos que se establecen mediante una cuadrícula.

GRÁFICO N° 35: CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA DEL IMAGOTIPO.



Fuente: Grupo investigador.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 36: CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA DEL ICONO DE LANZAMIENTO.



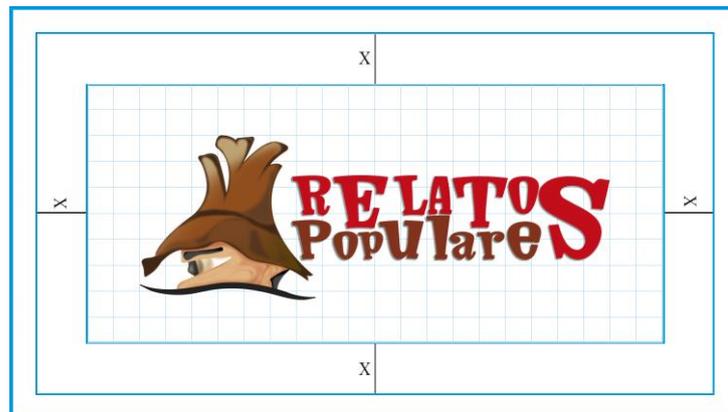
Fuente: Grupo investigador.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.5.3.6. Área de seguridad

Corresponde el área de localización del icono, establece el espacio que puede ser invadido por ningún elemento gráfico adicional.

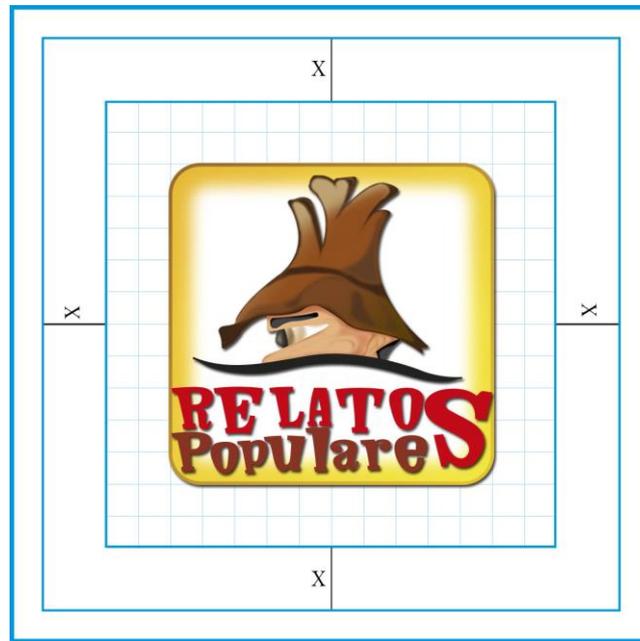
GRÁFICO N° 37: ÁREA DE SEGURIDAD DEL IMAGOTIPO.



Fuente: Grupo investigador.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 38: ÁREA DE SEGURIDAD DEL ICONO DE LANZAMIENTO.

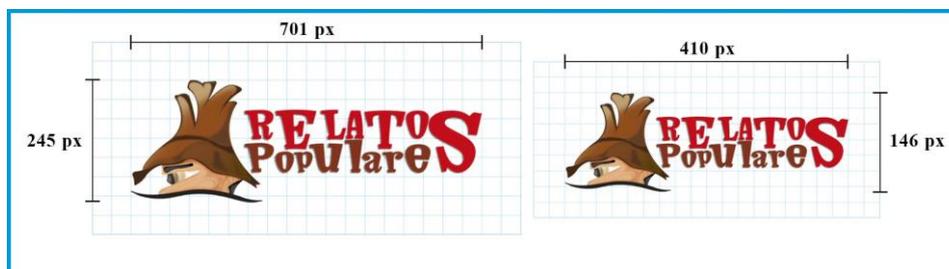


Fuente: Grupo investigador.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.5.3.7. Normalización del tamaño

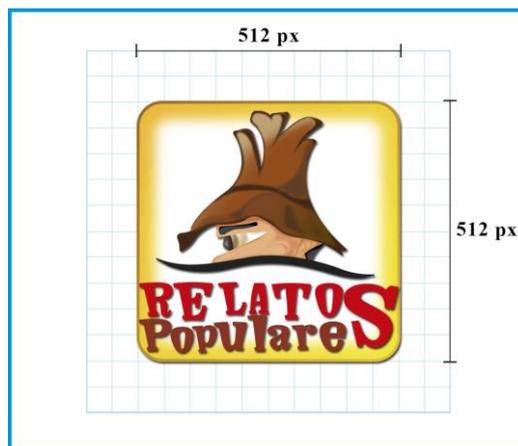
Esto ayuda a determinar el tamaño mínimo al que puede ser reproducido el icono sin perder sus características de visualización.

GRÁFICO N° 39: NORMALIZACIÓN DEL TAMAÑO DEL IMAGOTIPO.



Fuente: Grupo investigador.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 40: NORMALIZACIÓN DEL TAMAÑO ICONO DE LANZAMIENTO.



Fuente: Grupo investigador.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.5.3.8. Justificación cromática del logotipo e icono.

La composición y la estructura cromática en el Imagotipo e icono, dan a notar que se utilizó los colores connotativos, que se expresan a través del aspecto psicológico la sensación de realismo de los relatores ancestrales dando un aspecto de curiosidad al público objetivo, sin llegar al aspecto psicológico del miedo y sea un medio de consulta para los usuarios. Los modelos de color RGB son detallados a continuación.

TABLA N° 25: JUSTIFICACIÓN CROMÁTICA DEL LOGOTIPO.

Color	Modelo RGB	Justificación
Marrón 	R =97 G =62 B =38	Es el que refleja el aspecto de gravedad y equilibrio, aporta realismo al diseño recordándonos las épocas antiguas. Representada con este color en el sombrero.
Naranja 	R =212 G =144 B =101	Representa actividad tienen un aspecto cálido, armónico, estimulante que brinda al diseño la capacidad de transmitir energía, lo reproducimos en el rostro del logotipo.

Rojo 	R=194 G=14 B=26	Es un color que sale a deducir alegría entusiasta y comunicativa. Da un aporte visual muy importante en el diseño tipográfico.
Amarillo 	R=236 G=215 B=73	Es el color que nos brinda luminosidad en el diseño, es uno de los colores cálidos que más llama la atención del público objetivo, por ser emotivo y adolescente, lo encontramos en la forma que se adapta al logotipo para formar el icono.
Dorado 	R=190 G=150 B=53	Es el que representa energía e inspiración da un equilibrio armónico del icono en la mente del espectador.

Fuente: Grupo investigador.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.5.3.9. Justificación tipográfica del Imagotipo e Icono.

En la estructura del Imagotipo e icono, se utiliza una sola tipografía que brinda legibilidad en los dispositivos móviles se toma en cuenta que sea de la familia de palo seco por la claridad de lectura, proporciones y contraste de los trazos aplicados. La fuente utilizada en el icono es:

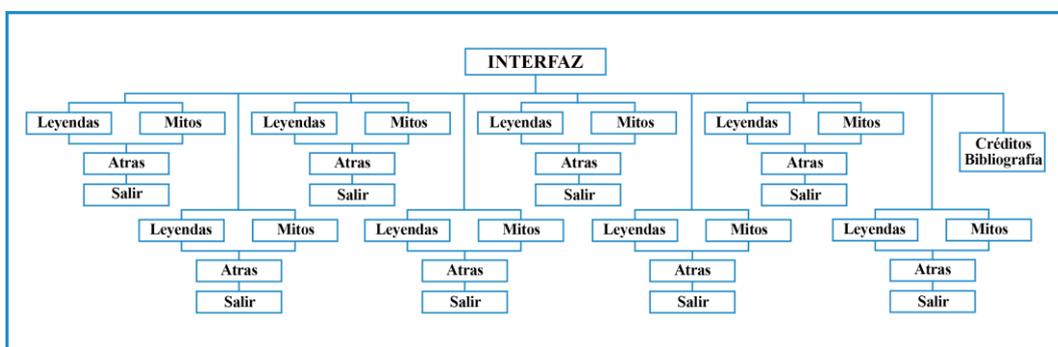
Comic Cover:

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U
V W X Y Z
A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 / * - + () % # @ ¡ ¢ & \$

3.5.4. Diseño de navegación

Para facilitar el diseño de navegación del proyecto se consideró partir de la navegación jerárquica, su estructura agrupa la información en sub secciones que parte o inicia de una sección “madre”, en este caso es el menú en el que se distribuyen las leyendas. En su estructura y en cada sección del menú se obtienen sub secciones importantes.

GRÁFICO N° 41: DISEÑO DE NAVEGACIÓN.



Fuente: Grupo investigador.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

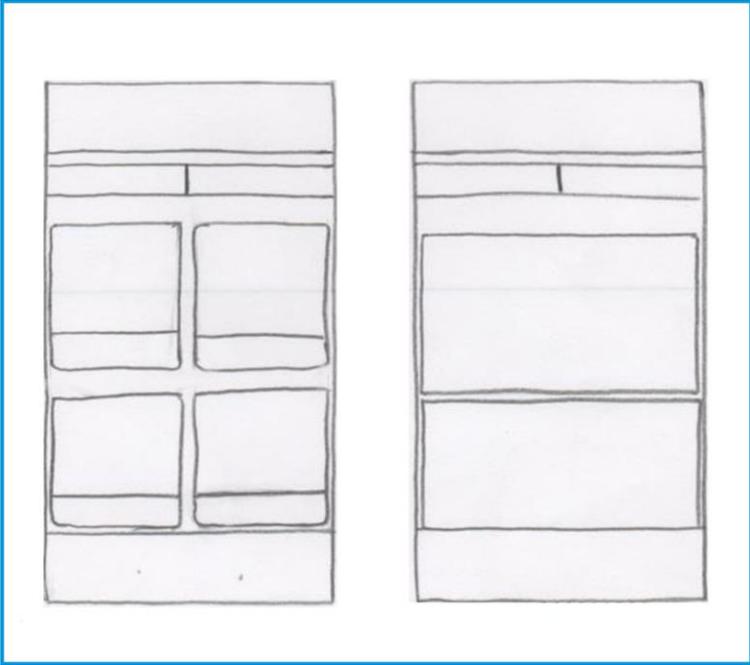
3.6. Diseño de retícula o interfaz gráfica

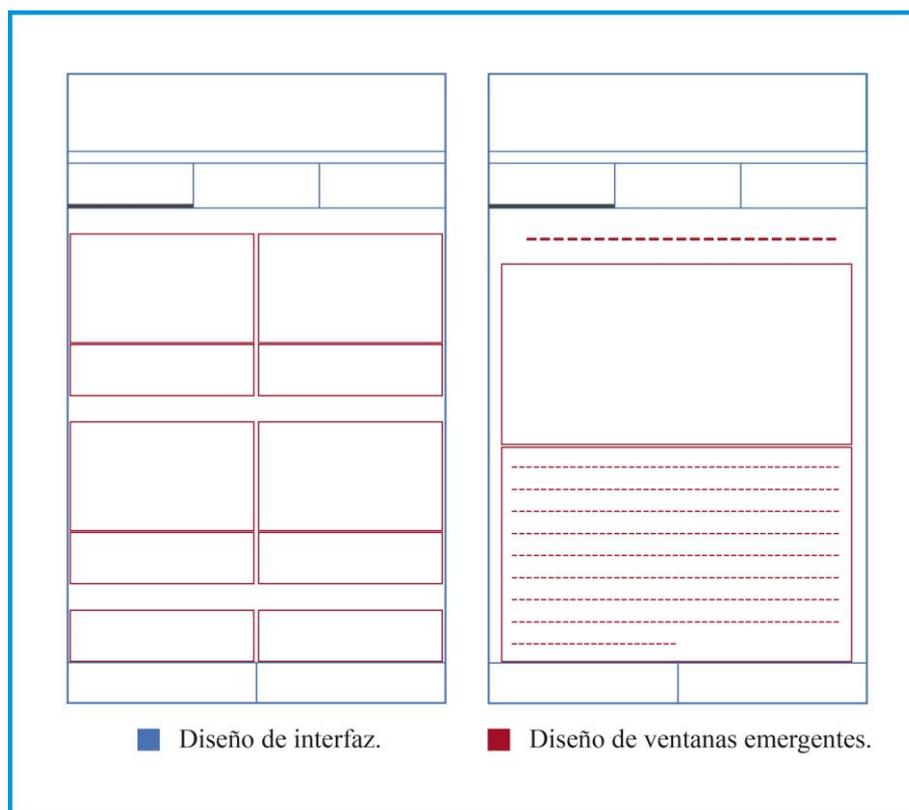
Con la estructuración de la retícula como componente base para la distribución de elementos de manera lógica en espacios determinado, dando una jerarquización a los objetos con mayor importancia a comunicar.

El resultado de la investigación, ayuda a saber cuál es la retícula recomendable para la propuesta, la *retícula jerárquica*, que permite estructurar y distribuir los objetos de manera ordenada.

Para que el usuario no tenga ningún problema al momento de su utilización sabiendo que en un dispositivo móvil la pantalla es de tamaño moderado lo que debe ser una retícula muy organizada.

GRÁFICO N° 42: DISEÑO DE RETÍCULA O INTERFAZ.





Fuente: Grupo investigador.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7. Proceso de diseño e ilustración de gráficos para los mitos y leyendas

3.7.1. Ilustraciones de mitos y leyendas

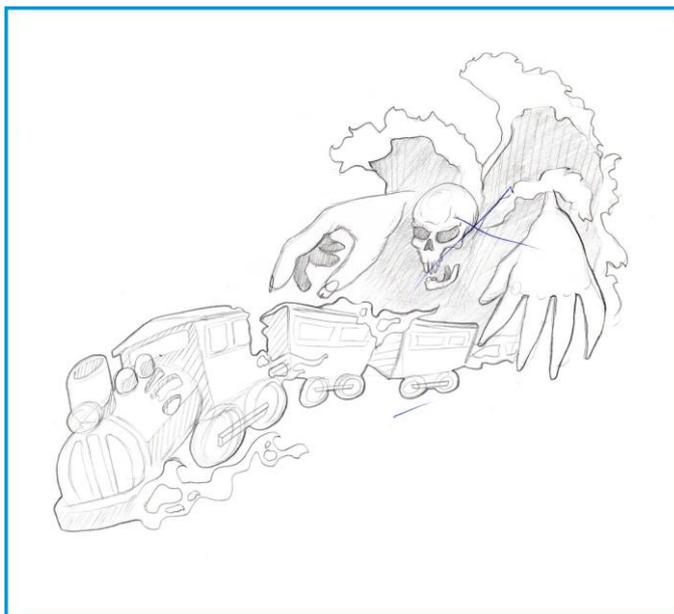
Las ilustraciones que están estructuradas para las leyendas y los mitos se han desarrollado tomando en cuenta que el público objetivo son jóvenes y adultos de 15 años en adelante, lo que permite adquirir un estilo de dibujo picaresco en los cuales se emplean seres tenebrosos, dando impacto visual de miedo.

3.7.1. Ilustraciones las Leyendas

3.7.1.1. En el Yambo pita el tren

GRÁFICO N° 43.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.
GRÁFICO N° 44.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.1.2. El Duende y el Manzano

GRÁFICO N° 45.

Boceto

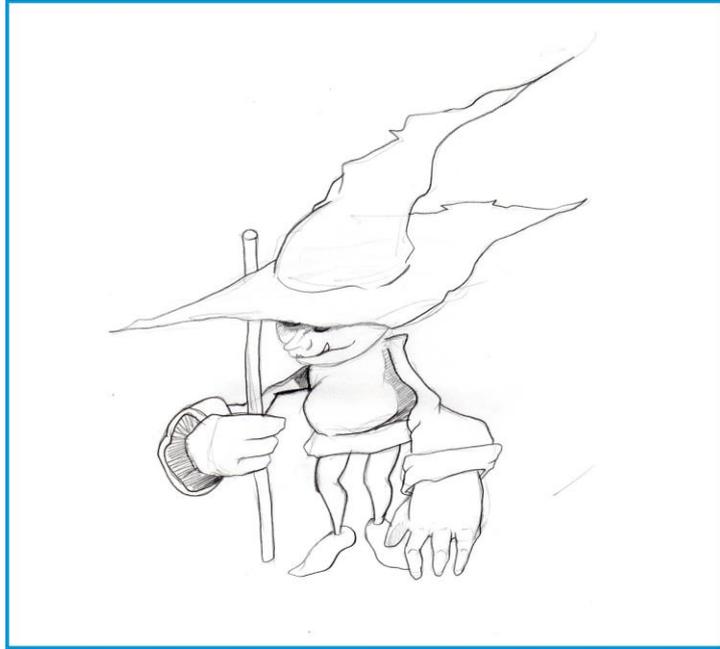


Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.
GRÁFICO N° 46.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

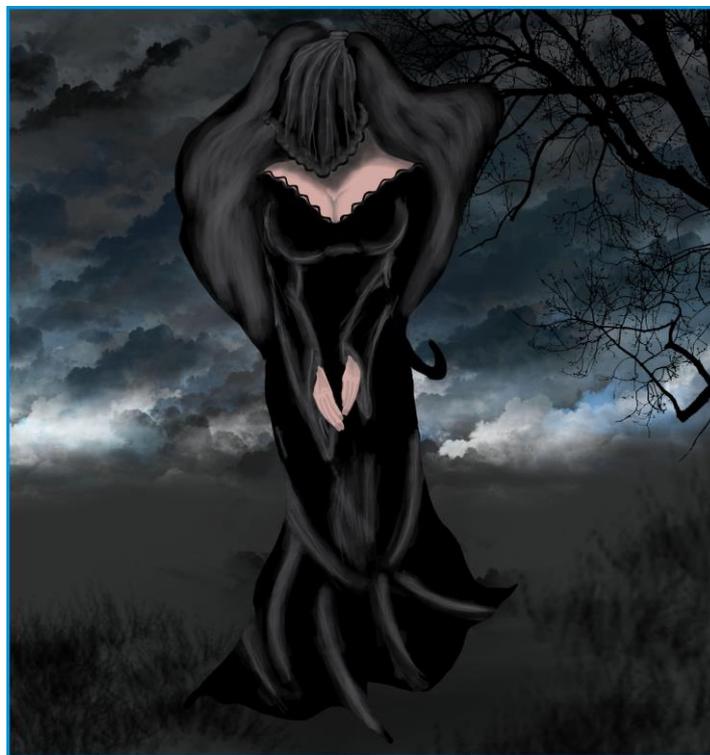
3.7.1.3. La viuda de Santo Domingo

GRÁFICO N° 47.

Boceto



Ilustración



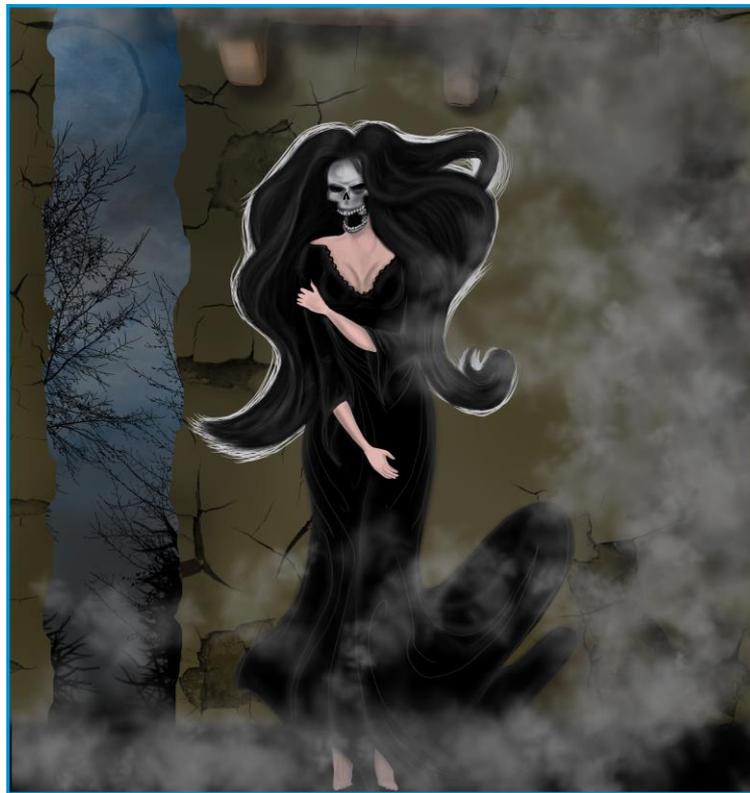
Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 48.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.1.4. El Uñaguille

GRÁFICO N° 49.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 50.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.1.5. El señor de Sarabia

GRÁFICO N° 51.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 52.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.1.6. El Animero

GRÁFICO N° 53.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 54.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.1.7. El farol y el trasnochador

GRÁFICO N° 55.

Boceto



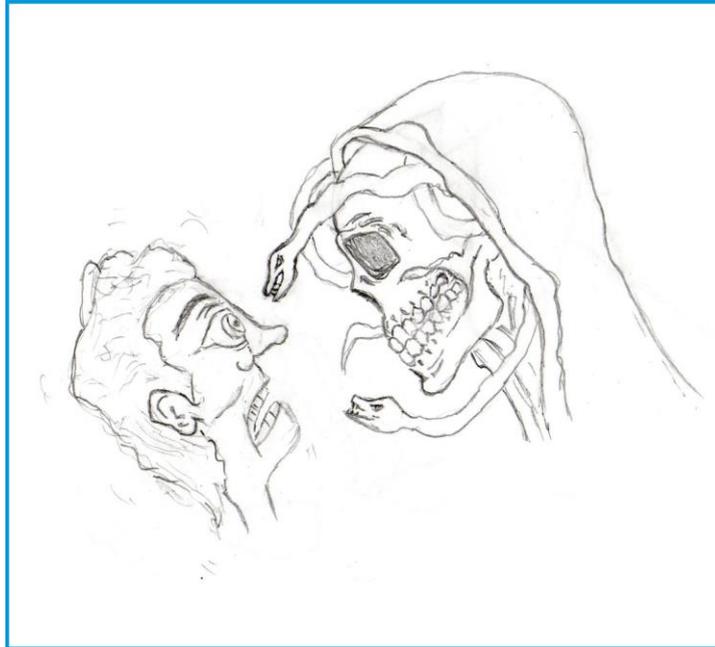
Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 56.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.1.8. Vico y el duende

GRÁFICO N° 57.

Boceto



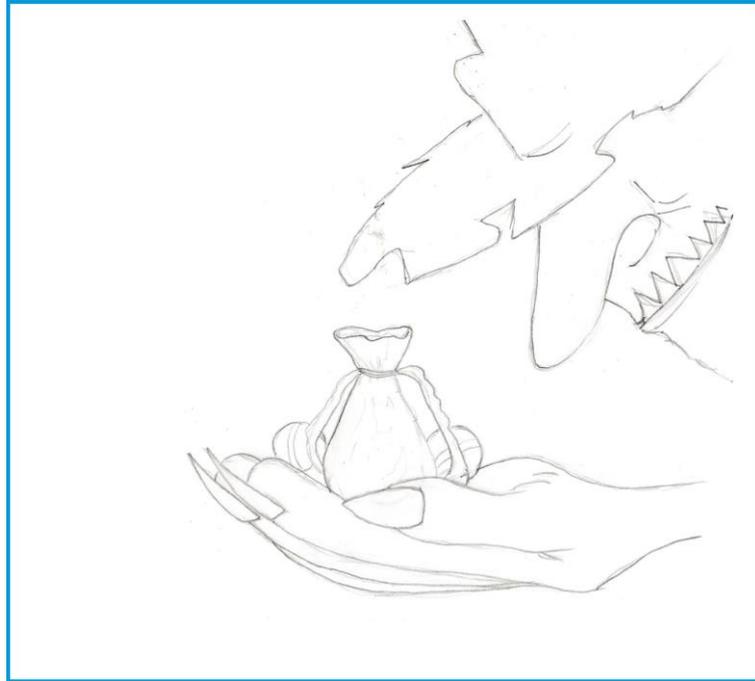
Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 58.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.2. Ilustraciones de los mitos

3.7.2.1. El ermitaño de Riobamba

GRÁFICO N° 59.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 60.

Boceto



Ilustración

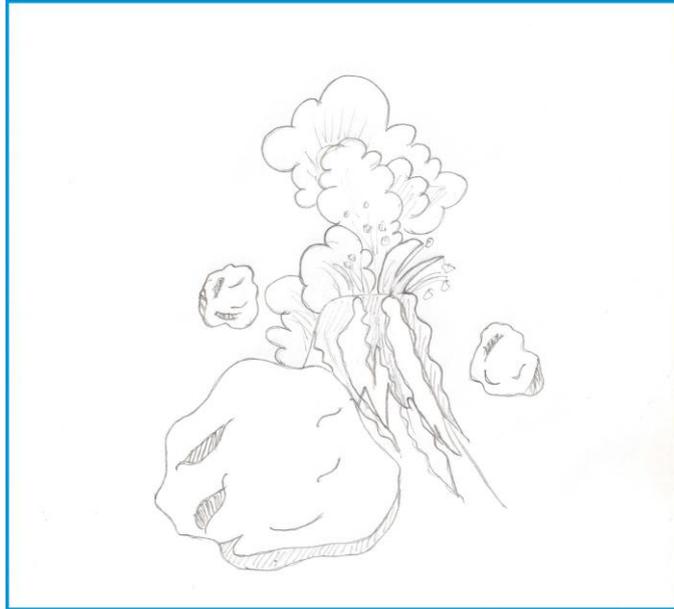


Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.2.2. La piedra Chillintosa

GRÁFICO N° 61.

Boceto



Ilustración



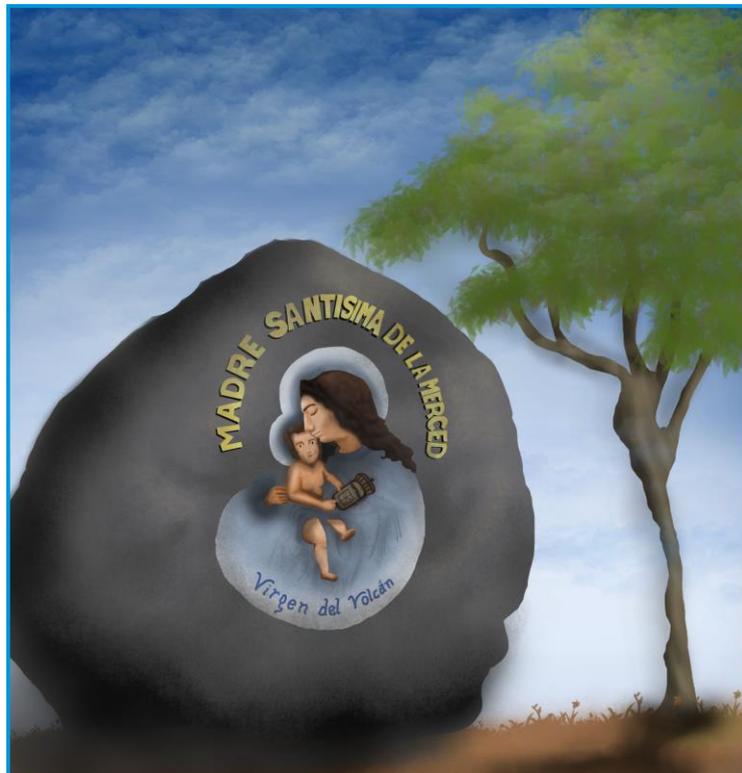
Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 62.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.2.3. Taita Yambo

GRÁFICO N° 63.

Boceto



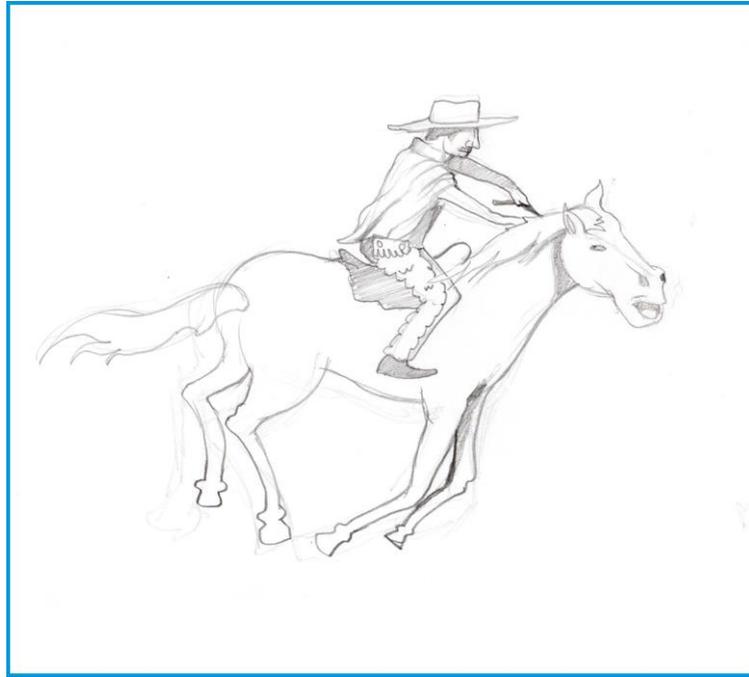
Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 64.

Boceto



Ilustración

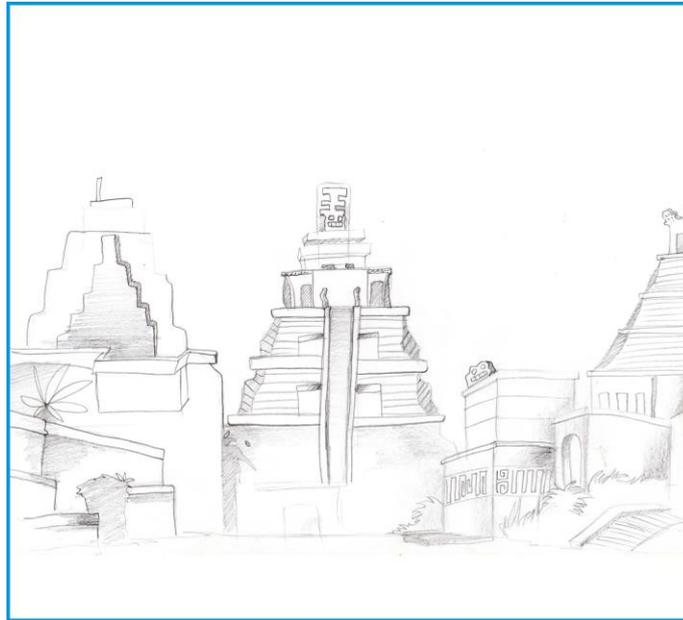


Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

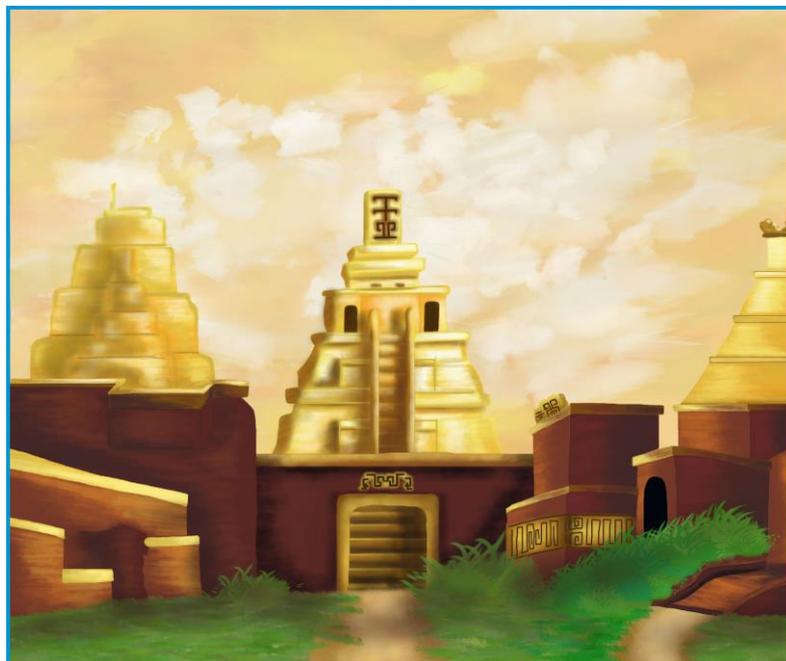
3.7.2.4. Tacunga y el Dorado

GRÁFICO N° 65.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 66.

Boceto



Ilustración

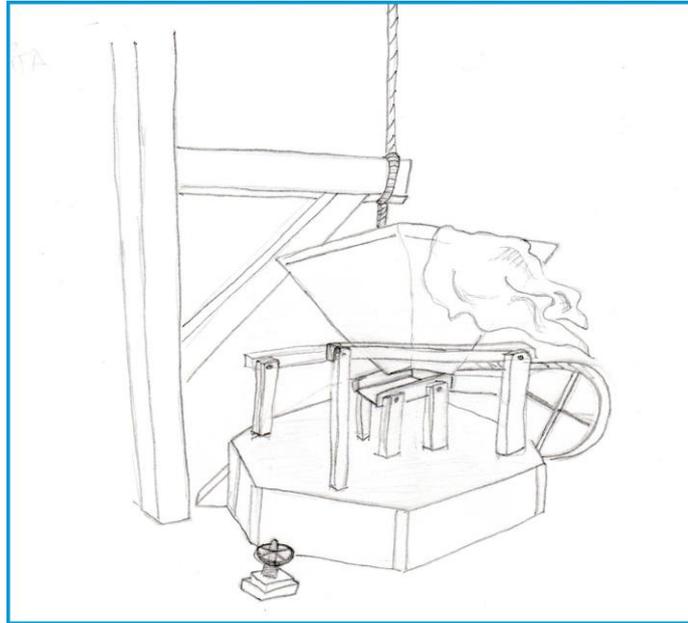


Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.2.5. El molino de Santa Teresita

GRÁFICO N° 67.

Boceto



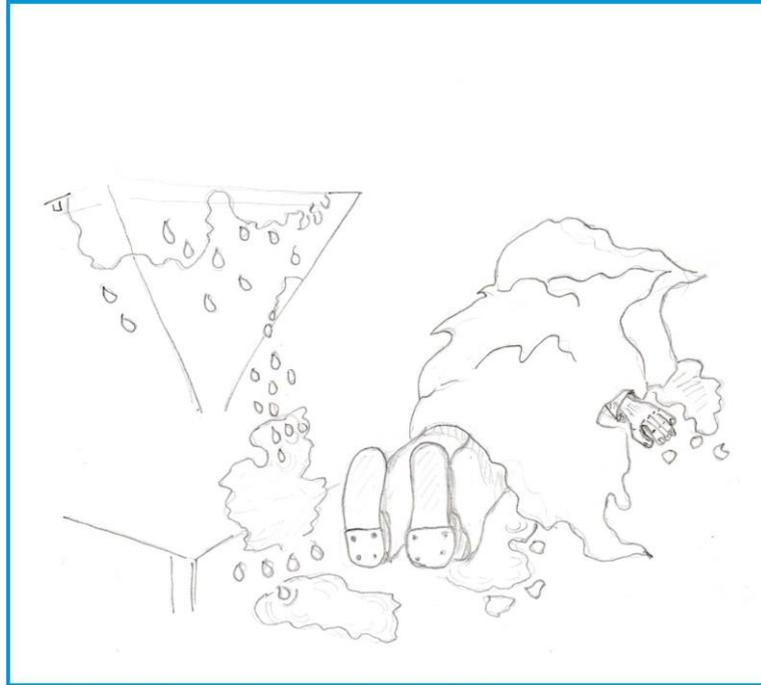
Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 68.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.2.6. El río encantado

GRÁFICO N° 69.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 70.

Boceto



Ilustración

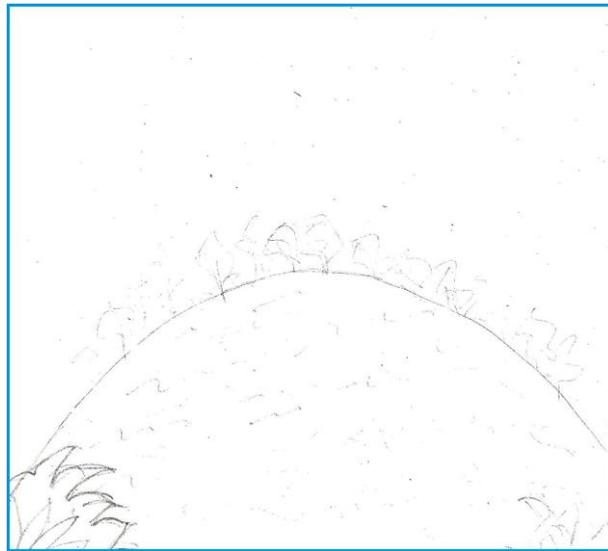


Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

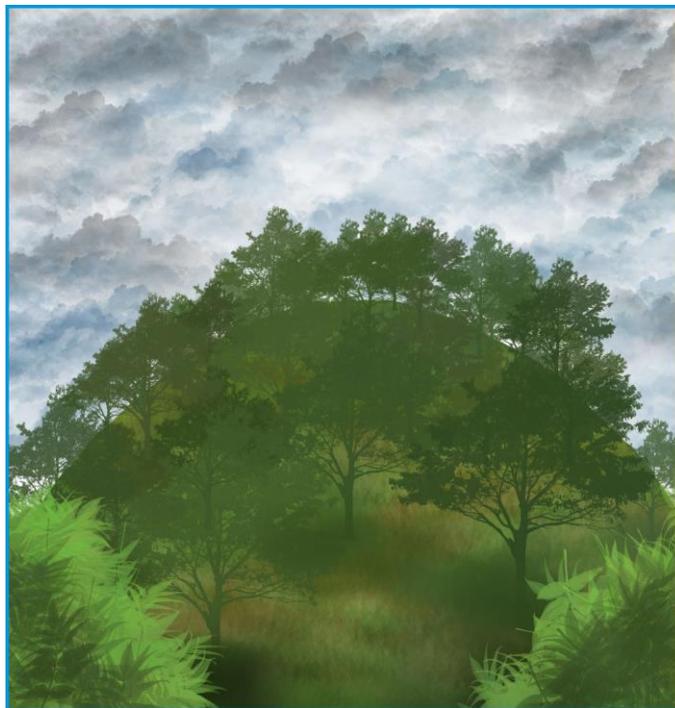
3.7.2.7. El cerro de Callo

GRÁFICO N° 71.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 72.

Boceto



Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.7.2.8. Mitos del Putzalagua

GRÁFICO N° 73.

Boceto



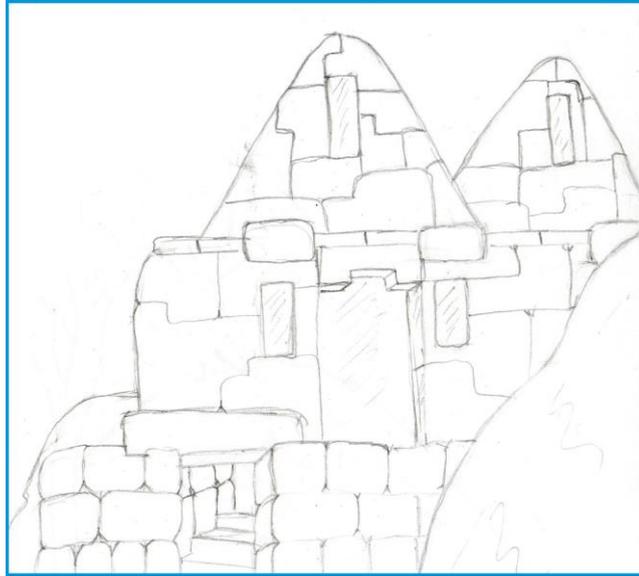
Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 74.

Boceto



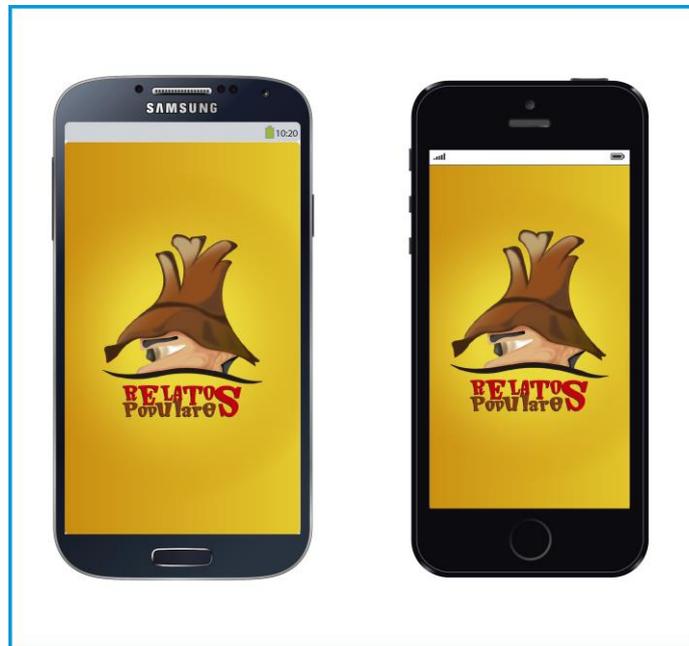
Ilustración



Fuente: Boceto e Ilustración.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

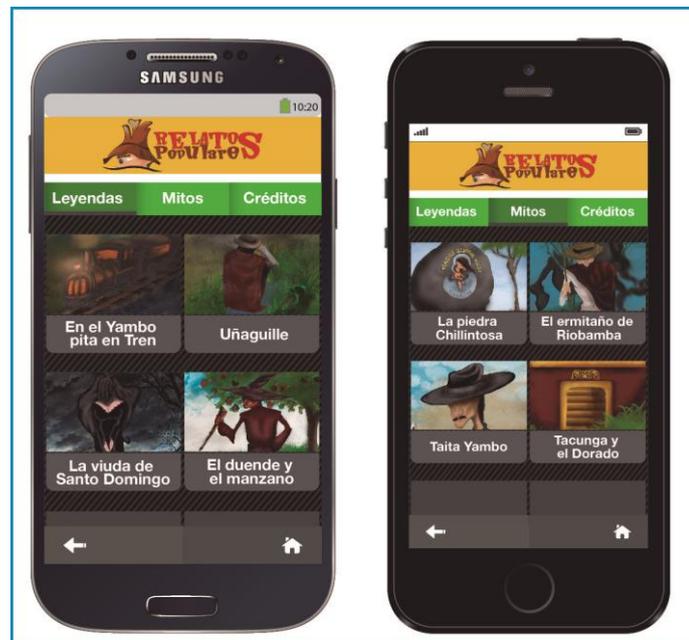
3.8. Aplicación de los elementos en la interfaz

GRÁFICO N° 75. ESTILO DE LA INTERFAZ (PANTALLA INICIAL)

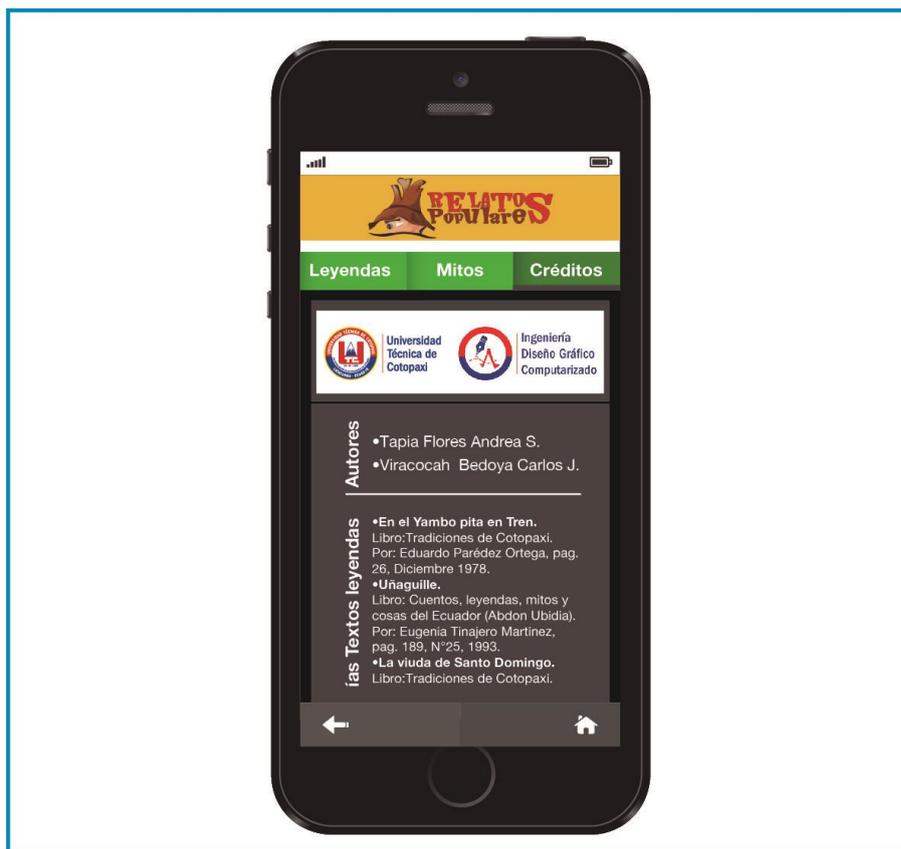


Fuente: Pantalla de inicio.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 76. ESTILO DE LA INTERFAZ (ICONOS INTERIORES)



Fuente: Menú de contenido.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.



Fuente: Créditos.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 77. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

En el Yambo pita el Tren



Entre Latacunga y Ambato la magia insosfala ufanía profunda está el YAMBO, por lo alto de la loma cruza el sector impresionante la línea férrea y cuando el monstruo de acero hace oír su pitazo.

Cierta ves hace varias décadas, sobre el firmamento de los Andes un velo de negrura anunciaba la presencia de la noche de cuando en cuando la brillante Luna clareaba el lecho nocturnal dibujando siluetas y sombras entre rocas, árboles y casitas serraniegas que en cierto momento presentábanse al paso de aquel tren de pasajeros que avanzaba presuroso por la vía, llevando en su interior corazones repletos de esperanza y anhelos de llegar al hogar apetecido; infeliz destino el que los rondaba cercano; el ferrocarril bordeaba profundo abismo a su paso por el YAMBO, de súbito sin oportunidad de maniobra salvadora, una inmensa roca semejante a un bulto fantasmal auspició pavoroso accidente; locomotora y vagones rodaron hacia la laguna en infernal estruendo de hierros retorcidos, gritos de angustia y ecos de agonía en lúgubre noche, el yambo se había convertido en sepulcro de aquellos infieles viajeros.

Algunos mayores afirman que no se halló ningún rastro de la tragedia pese al trabajo y esfuerzo desesperado por rescatar a las víctimas; sin embargo, hay quienes aseguran haber escuchado en la noche de luna redonda y fulgente, interminables pitos de tren y ayes de dolor saliendo de las entrañas ignotas de la laguna para lacerar el ambiente, EL YAMBO, laguna señora del misterio, reposo y solaz del turista.



Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

RÁFICO N° 78. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas Mitos Créditos

El Uñaguille



En las oscuras noches de la Sierra, cuando densas nieblas resbalan por las lomas e inundan valles, quebradas y caseríos; cuando todo el mundo se ha retirado a descansar, se oye a veces un extraño grito, semejado al aullido del lobo o al desafinado llanto de una criatura humana, no es más que una voz de la naturaleza, que nos habla de cosas misteriosas es el uñaguillí o el niño abandonado.

Un runa muy rico cuya mujer no le había dado hijos, pasaba por la quebrada de los paramos de Quisapincha, de pronto oyó el lloro de una criatura, después de buscarla dio con un robusto longuito, de pocos meses de nacido.

Con gran cuidado lo levanto lo estrecho en sus brazos y lo envolvió en su poncho, reanudo su camino e indignado de quien podía ser la madre desnaturalizada que lo había abandonado; el niño había cesado de llorar y se estrechaba al pecho de su padre adoptivo, que pronto comenzó a sentir un calor insoportable, y cual no sería su terror cuando el niño rompió hablar con voz áspera y gangosa, como la de una persona ebria y enferma.

Dientes tengo chillo, al tiempo que un relámpago ilumino sus colmillos, largos como los de un lobo y sus brazos que ceñían y apretaban el cuello del indio, mas muerto que vivo, procuró acelerar el paso, pero la criatura se le había vuelto tan pesada que apenas podía sostenerla, enloquecido de espantó, trato de arrojarlo lejos, pero fue en vano todo el esfuerzo.

Dientes tengo y por bobo te voy a llevar a los quintos infiernos! riéndose a carcajadas.



Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 79. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

La viuda de Santo Domingo



Angostas callejuelas bañadas por luz de radiante luna, en el tradicional barrio Santo Domingo de la hermosa Latacunga.

Las burlonas calles miraban incansables el desfile de damas y caballeros y en la penumbra de lunadas noches los campanarios conventuales estremeciáanse al paso de solitarios fantasmas viajeros de las sombras, del espacio y del misterio; la noche retorciáse en su manto de silencio; ancianas beatas al alborar el día hacían su ingreso al imponente templo de Santo Domingo y en interrogante insondable quizás de la otra esquina; una mujer alta, toda vestida de negro hizo macabra aparición allá en un oscuro recodo del sector entre miedosos temblores de una señora que con misal y rosario cayo adormecida por aquel pavor borrascoso de ultratumba.

Dolores, así llamábase la anciana beata que luego de oportuna atención médica y reanimada del diabólico momento vivido relató lo inverosímil: iba apresuradamente hacia Santo Domingo; ¡dijo! cuando encontré a una señora de negro que se acercaba, le pregunte la hora y ella entonces abriéndose la manta me hizo ver que era solo un descarnado esqueleto.

El hecho se repitió una y otra vez causando pánico y comentarios espeluznantes: los hogares cerraban las puertas y tan temprano dormían, desaparecieron los trasnochadores y si algún valeroso se atrevía a salir seguramente tenía que vérselas con la nada agradable viuda decían que la aparecida acompañaba engañosamente a ebrios caminantes hasta que perdían el sendero del hogar y repentinamente hallábase paseando por calles hermosas de brillantes luces, caminaban mucho y al clarear el día se encontraban generalmente lejos de la casa.



Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 80. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

El Duende y el Manzano



Una pareja de ancianos tenía un huerto atrás de su casa, en el cuál sembraron un hermoso manzano que daba los frutos más grandes y jugosos del pueblo. Un día tuvieron que viajar a Riobamba por el problema de un hijo; el esposo estimaba mucho el árbol, de modo que estuvo preocupado por tener que abandonarlo, cualquiera aprovecharía para robarle, así que el día anterior contó tres veces cada manzana para estar seguro.

Los ancianos todavía no se habían alejado del pueblo, cuando un vecino envidioso se metió al huerto con la mala intención de aprovechar su oportunidad; tomó varias manzanas que estaban en el suelo y volteó sonriendo por su audacia; de pronto escuchó un ruido, y cuando regresó la mirada, descubrió nuevos frutos rojos caídos; los recogió... Esto se repitió algunas veces cuando quiso regresar a

casa, al envidioso le pareció extraño, cuando miró la copa del árbol, se encontró con un pequeño hombre de gran sombrero, que estaba encaramado en una rama, y le saludó agitando su mano de muñeco de trapo; el vecino se quedó paralizado por el susto, y apenas reaccionó del shock, salió corriendo tan rápido como pudo.

Nunca se imaginó que el árbol estaba encantado. Cuando los ancianos regresaron a casa, el esposo contó las manzanas, no faltaba ni una sola.



Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 81. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

El señor de Sarabia



A fines del siglo XVIII por esos lindes de atractivos muy suyos, se asentó un español. Manifiestan que huyendo de la sociedad fue a dar por esos lares; era enfermo de lepra, errante, pobre y desesperado, acaso pensaría poner fin a sus días que llegaban presagiando horizonte de cuervos. Así!... oh ¡maravilla! tópose con rocas de oro.

Al cambiar su mala estrella, opulento y soberbio se volvió. Las llagas cabriolas con finísimos atuendos, por vivienda edificó un palacio que solo la fantasía puede imaginar. Se llenó de trabajadores que en verdad, eran súbditos. Y esa fama, de rico y de malo, se expandió por los confines con la celeridad de un relámpago.

Aumentando su extremado y sádico orgullo, se sintió el amo del Universo. No había nadie quien osara desafiarle y él pavoneábase de ellos ejecutando acciones propias de un orate.



En uno de sus arranques de vanagloria lanzó la imprecación: — Quién contra Sarabia. Su propio grito no tardó en dejar de oír: —Ni Dios con su poder. Entonces, refieren, se oyó un estrépito ensordecedor; se abrieron abismos en la tierra mientras caía tempestad de fuego... Y, a los pocos minutos, del señor Sarabia y de su reino no quedaba la más paupérrima presencia: todo era solo colinas que parecían pisoteadas e incendiadas por un embravecido y gigante fantasma...

Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 82. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Legendas Mitos Créditos

El Animero



Desde el quince de Octubre hasta el quince de Noviembre de cada año, durante todas las noches sale el animero, quien tarde de la noche con un grito lúgubre y lastimero despierta a quienes ya duermen y solicita que recen por las almas en pena en el purgatorio.

La costumbre de salir de animeros, se viene transmitiendo por herencia de generación en generación. El animero es un hombre con los nervios bien templados, que se viste con un alba, gorro blanco y porta una calavera, un Cristo y un fueite para defenderse de los perros, también porta una sonora campanilla cuyos tañidos preceden a su lastimero canto.

Para salir el animero, toca las campanas con tañidos de difuntos, luego dirige sus pasos al cementerio, lugar en el que en el centro se postra de hinojos y luego se acuesta en cruz y

reza devotamente; luego de lo cual canta en las cuatro esquinas del cementerio su conmovedora canción que dice: "Recordad almas dormidas de tu profundo sueño y rezarás un Padre Nuestro y un Ave María por las benditas almas del Santo Purgatorio por el amor de Dios". Luego del cementerio sale y recorre todas las calles de la población, precedido del tañido de su campana, no hay persona que al ser despertado, con susto y temor ante el lastimero canto del animero, niegue su devota oración a las almas y no pocos han decidido un tremendo susto cuando en una noche oscura de los finados se ha encontrado con este.



Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 83. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

El farol y el Trasnochador



“Cierta vez, al calor de los tragos, los inquietos amigos no se percataron del paso del tiempo, cuando se despidieron ya casi eran las 12h00”. “Como Jorge vivía en Ingahurco, obligatoriamente debía pasar por el frente del cementerio ya que no tenía otro camino para desviarse, porque el resto eran huertas.

Cuando estaba cerca de llegar al camposanto, observó que un farol que apareció de la nada le guiaba al interior del cementerio; casi hipnotizado el joven le seguía. Una vez en el cementerio, Jorge perdió de vista al farol y reaccionó del estado hipnótico en el que se encontraba. De pronto nuevamente el farol se posó a pocos metros de él y se dirigía inquieto de tumba en tumba tratando de recobrar nuevamente su atención.

Ya con un poco de conciencia, vio como el farol bajó lentamente al suelo y se escondió en una tumba de la que en cambio salió una damita de cuerpo esbelto con un vestido

negro muy ceñido que dejaba apreciar claramente la escultural figura femenina, aunque el rostro no lo podía ver porque se cubría con un velo.

Aquel muchacho, un tanto asustado todavía por su aparición, inmediatamente pensó en que le pediría que le acompañe a su casa, temeroso se acercó y le hizo la proposición, a la que la mujer accedió. Mientras caminaban de regreso a casa, el joven galanteador empezó a conquistarla, pidiéndole a su acompañante que se quitara el velo para apreciar su celestial belleza.

Ante tanta insistencia, la damita accedió; cuando esto ocurrió, observó que la damita de bello cuerpo tenía por rostro una calavera, por orejas unas de asno y por cabellos unas víboras que amenazaban con devorarlo. Al observar tan repugnante cuadro, el trasnochador sintió que un escalofrío atravesó por todo su cuerpo y se desvaneció, saliéndole espuma por la boca, se quedó junto a la puerta del camposanto.



Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 84. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

El farol y el Trasnochador



Según cuenta la historia en la parroquia rural de Huambaló cerca del cantón Pelileo, vivía un niño llamado Vico que era muy andariego, a él le gustaba jugar a las canicas cerca de la quebrada de Gualgchuco, la gente de por ahí decía que era un lugar muy pesado para los niños porque en el interior de esta quebrada vivía un duende que se dedicaba a perseguir a las chicas y especialmente a los niños que se quedaban jugando bolas hasta muy tarde.

Vico no se imaginó que a él se le aparecería el duende. Una vez cuando Vico estaba jugando bolas vio que se le acercó un ser que era más pequeño que un enano, estaba vestido con un traje verde con un sombrero café, este le retó a jugar y como a Vico le fascinaban las bolas no dudó en aceptar.

Vico en las primeras partidas ganó, entonces, el duende se puso la capa roja hacia atrás y cambió la suerte y Vico se quedó sin ninguna bola. Cuando este ser lo iba a coger con esas manos espantosas apareció su abuela, para

Vico fue una salvación, pero Vico pidió revancha en el mismo lugar y a la misma hora.

Fue así como ocurrió solo que esta vez la suerte no acompañó al duende y apareció la abuela con un fuate y aguardiente, amenazó al duende y se esfumó con su olor a azufre. Al siguiente día cuando Vico vio las bolas que ganó ya no estaban.



Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 85. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

La piedra Chillintosa



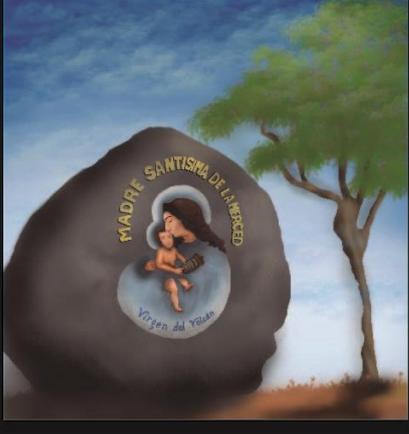
Cierto día se escuchó un ruido extraño que provenía del volcán Cotopaxi. Era como si se tratara de una tempestad que se avecinaba. Truenos, relámpagos y, de pronto la tierra empezó a temblar.

El pánico era común en la comarca... al siguiente día se pudo comprobar que todo había desaparecido la tierra estuvo cubierta de ceniza, arena, lodo, granito y piedras de diferente tamaño. Entre las piedras se destacaba una muy, pero muy grande: cincuenta metros de diámetro y seis de altura. Sobre esa piedra había amanecido un gato negro y junto a esa mole un caballo.

Paso algún tiempo. De la piedra gigante, la gente escuchaba silbidos de tambores y pitos, una banda de musuca invisible. Un grupo de jóvenes cantaba canciones tristes y, también,

que algunas parejas bailaban al compás de esas melodías, alrededor de la piedra. Por esos sonidos o si se quiere, chillidos, la llamaron CHILLINTOSA.

Hoy de esa piedra ya no salen gritos, sonidos o ruidos: se ha callado para siempre. En una de sus caras se pintó la imagen de la Virgen del rosario y en la actualidad se puede observar la imagen de la Virgen de las Mercedes.



Fuente: Maquetación.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 86. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

El ermitaño de Riobamba



Era uno de aquellos días en el pueblo de Riobamba estaba lleno de gente en la feria de cada domingo, cuando de pronto, el alegre vocear de las mercaderías, el ir y venir de compradores y vendedores, cesó para cambiarse a un solo grito de terror y espanto de la multitud allí reunida: los españoles invocaban a Dios y los indios dan alaridos. ¿Qué pasa? gruesas gotas de sangre caen del cielo que se ha encapotado de súbito y la tierra va encharcándose en el rojizo líquido.

Vivía en las cercanías de Guamote un hombre solitario y hosco que vivía de alquilar su caballo negro con brillos rojizos.

De vez en cuando se presentaba en la entonces aldea de Riobamba, a pedir limosna pero no en nombre de Dios como era la costumbre de la época. Apenas decía: ¿Habrà un pan? ¿Habrà un real?

Lo peor sucedió durante la misa solemne en honor a San Pedro, patrón del asentamiento. En el momento que el sacerdote levantaba la hostia, el ermitaño de Guamote la arrebató de las manos y la arrojó al suelo. “Ya veremos si volvéis a consagrar otra vez”, vociferó mientras trataba de herir al cura con un cuchillo.

Ante tal desacato, los caballeros blandieron sus espadas y ajusticiaron al ermitaño lo más admirable es que cosido a estocadas, por ninguna de sus heridas deja escapar gota de sangre. ¡Dios no quiso que la sangre del impío manchara su santo templo! El cadáver del sacrílego fue luego arrastrado hasta afuera de la iglesia y apenas había traspuesto su carroña, la sangre salió a borbotones de las heridas. El famoso caballo morcillo desapareció con su dueño, sin duda era el diablo que acompañaba al solitario bajo forma de rocín, porque es fama que en ciertas noches de Riobamba una sombra parecida aun rapidísimo caballo que huye con un extraño jinete...



Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 87. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

Taita Yambo



“El Taita Yambo es quien decide lo que se hace o deja de hacer en la laguna”, señala Lilia Altamirano, propietaria del único paradero turístico que hay en la zona.

Según la leyenda, es un hombre alto, delgado, con sombrero, que siempre anda a caballo, y protege a los de Pataín, población que está a un kilómetro “porque ellos lo cuidan y lo afeitan, es decir cortan la totora que hay en las riberas.

Señala que el fracaso de varios proyectos que se quisieron realizar en la zona se debe a que no contaban con la venia de Taita Yambo, ya que su fin era solo ganar dinero.

Hace 60 años un empresario ambateño se suicidó al quedar en la quiebra, porque no tuvo éxito con un proyecto de regadío, hace unos 30 años un pariente suyo tenía un paradero turístico, con una piscina semiolímpica, al norte de la laguna, pero se dedicó a enamorar a las chicas de Pataín y eso no le gustó a Taita Yambo, que

provocó un deslave que enterró la piscina y destruyó parte del complejo, ahora abandonado.



Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 88. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

Tacunga y el Dorado



Desde Ignotas lejanías, surcando la gran porción de mar, grandes fantasmas flotantes trajeron hombres blancos y barbados; escaramuzas y maniobras en la costa dieron paso luego que cabalgando sobre el lomo de los Andes llegaron al valle serraniego.

El gran espíritu de conquista, el anhelo de riquezas los conquistadores iberos motivaran el fin de un enorme imperio de los Hijos del Sol.

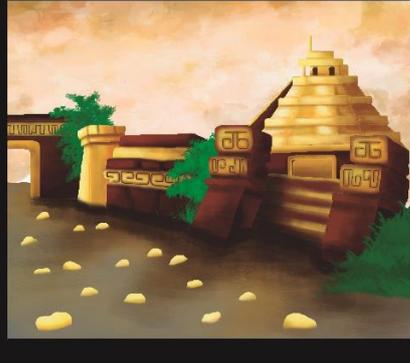
Huarmis, tesoros y territorios de tierra novia del monte, del viento y la llanura, naciera el fruto del rencor a los usurpadores; en Tacunga originóse la leyenda del famoso DORADO.

Nuestros habitantes fabulistas por excelencia guardaban latente el recuerdo de la feroz invasión oriental de los Yumbos, sin embargo, vocearon a los cuatro vientos la existencia de un reino fabulosos allá donde nace el padre Inti en los albores del día; Rey, doncellas y vasallos; vistosas prendas, tesoros y riquezas todo había en el sitio aquel según decires de la gente de Tacunga ¿Cuántas expediciones se

harían hacia ese supuesto paraíso y que no nos da cuenta la historia porque fracasaron?.

Sea como fuere, gente amiga de la llama, la alpaca, la vicuña y el huanaco y la intrepidez de Gonzalo Pizarro y Francisco de Orellana, vencieron abrumadores obstáculos, extrasiéronse con la peligrosidad bravia de nuestras selvas orientales y dieron a Ecuador la gloria patrimonial del descubrimiento de un gran río, el río Amazonas.

Sea por venganza o rencor los Tacungas sin saberlo auspiciaron iconcientes la existencia del DORADO donde nace el Padre Inti en los albores del día, y haciendo efectiva esa larga travesía que cobro muchas vidas en la cima de los cerros, en la selva y el abismo tembloroso.



Fuente: Maquetación.

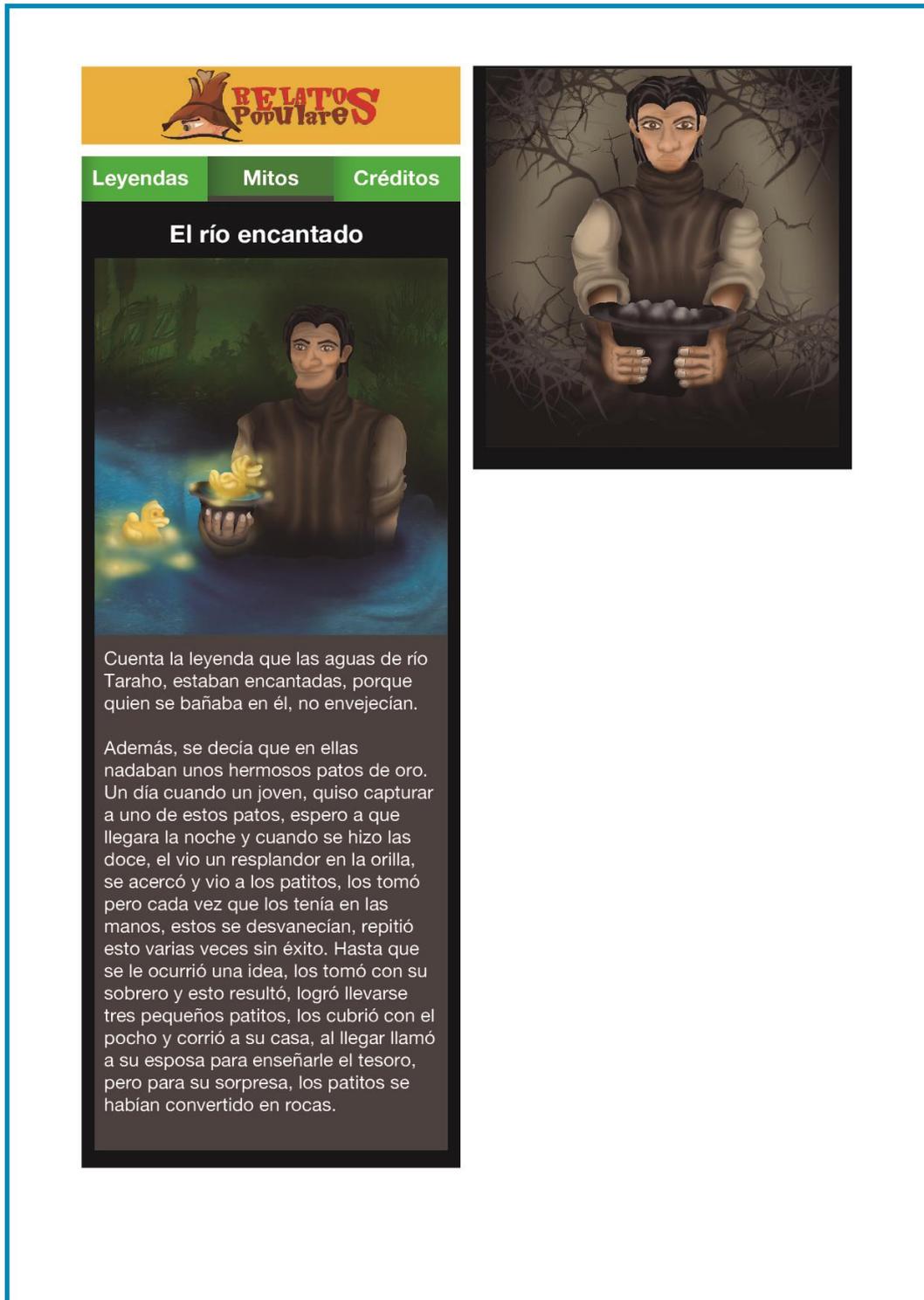
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 89. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Fuente: Maquetación.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 90. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Fuente: Maquetación.

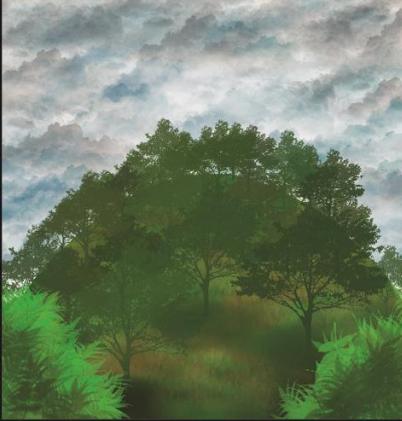
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 91. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

El cerro de Callo



Eran aquellos días en que el viento boreal recorría presuroso entre chaparros y pajonales, legendario montículo testigo silencioso de rituales primitivos, de combates fieros y de ancestral historia.

Días eran aquellos en los que dioses originarios de la superstición desataron su ira sin clemencia, continuas heladas azotaban día tras día los sembríos; azotábanlos sin aplazarse, la hambruna en futuro cercano llegaría sin remedio.

Esta fue la razón principal por la que delegaciones de los aláquez, callos y muláloes precedidas por sacerdotes aproximábase al recinto.

Los sacrificios en ese entonces eran frecuentes pero no siempre las víctimas eran humanos; sin embargo el caso era especial aquella vez, que como ofrenda para la ceremonia de los dioses se había escogido la doncella más fina y sutil de la comarca, doncella cuya belleza competía solamente con

la belleza misma de la madre Luna, Coillur se llamaba la encantadora huarmi nacida bajo cielo serraniego. La caravana macabra había partido hacia la pequeña cima desde el palacio de Callo. Los idólatras seguían adelante, el arco iris aparecido en el firmamento miraba extasiado a la virginal Coillur que con paso firme llegaba a la piedra de los sacrificios... de pronto hizose el silencio!, la hora había llegado el momento fatal... sangre y corazón de Coillur presentáronse a los dioses, el cielo lloraba amargamente mientras poco a poco una densa niebla con relámpagos que caían del cielo sepultó con su manto, el cerro de Callo.



Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 92. ESTILO DE LA INTERFAZ (CONTENIDO)



Leyendas **Mitos** **Créditos**

Mitos del Putzalagua



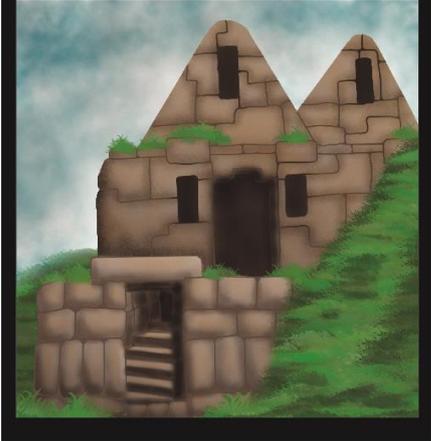
Muchas lunas en estas parcelas de diáfano horizonte, desde la cima del Putzalagua, cima que besa el firmamento elevaron su homenaje a falsarios dioses; inquietos senderos llegaban hasta la altura del gran cerro.

Cuando sucedió la invasión Inca, se luchó denodadamente en la defensa de estos territorios hasta que finalmente se hizo una gran amistad con los jefes Cuzqueños. Muchos seleccionados vasallos iniciaron trabajos de secreta obra... terminada la misma quedaron en ella para siempre custodiándola de extraños que podían profanarla.

La existencia de un templo majestuoso e impresionante incrustado en las entrañas del Putzalagua, templo rebosante de adornos valiosos, belleza y policromía, allí los más variados objetos de múltiple riqueza, oculta con matorrales y misterio era casi imposible de hallar; sin embargo por obra de la casualidad dos amigos españoles lograron adentrarse, extasiados ante

tanta maravilla no sabían que hacer, más al fin, pasado el estupor, la codicia y entonces aquellos comenzaron a desvalijar el aposento; aprestábanse a salir de ese fantástico mundo interior.

El Putzalagua taciturno, parecía cobijarse con el oscuro manto de niebla que caía de lo alto hacia sus faldas un vaho misterio invadía el ambiente en tanto que, voces de truenos y relámpagos repercutíanse con prolongados ecos en la fantástica morada de dioses y caciques; que en contados instantes dejó ver solamente densas nubosidades de polvo, consecuencia del gran derrumbo acontecido.



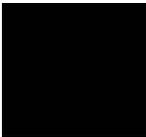
Fuente: Maquetación.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.8.1. Elección de la gama cromática

El uso adecuado y la elección del color en Diseño Gráfico es impórtate, que a través de ello se comunica y se proporciona el aspecto emocional para que el usuario se sienta atraído, a usar el producto.

TABLA N° 26: JUSTIFICACIÓN CROMÁTICA DE LA APLICACIÓN.

Color	Modelo RGB	Justificación
<p>Negro</p> 	<p>R=0 G=0 B=0</p>	<p>Brinda el aspecto de misterio y silencio resaltando el contenido.</p>
<p>Amarillo</p> 	<p>R=228 G=198 B=37</p>	<p>Aporta luz al aspecto visual realzando la parte gráfica del logotipo.</p>
<p>Blanco</p>	<p>R=255 G=255 B=255</p>	<p>El color que representa actividad y luz da un aporte visual importante en el diseño tipográfico y contrasta en la aplicación.</p>
<p>Verde</p> 	<p>R=71 G=160 B=129</p>	<p>Es el color que brinda vegetación y naturaleza, es uno de los colores que equilibra la aplicación.</p>

Fuente: Grupo investigador.
Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.8.2. Elección de la Tipografía

El aspecto tipográfico permite transmitir el contenido de la información de manera rápida y clara, que es conveniente una apropiada elección para que sea legible la información textual en la aplicación sin dificultar la lectura. Por eso se escogió la tipografía basada en palo seco, porque el contenido de la información va a ser colocadas en los dispositivos móviles.

TABLA N° 27: TIPOGRAFÍA CONTENIDO.

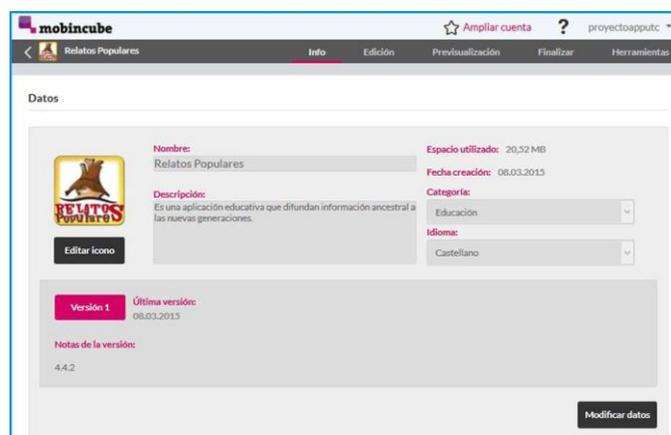
Alte Haas Grotesk	Regular
	Bold

Fuente: Tipografía.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

3.9. Uso de la plataforma mobincube

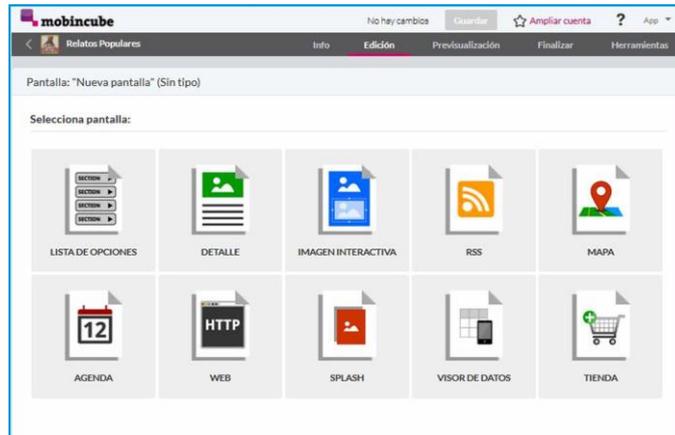
GRÁFICO N° 93. PANTALLA INICIAL



Fuente: Mobincube.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 94. ELECCIÓN DE MODO DE PANTALLAS



Fuente: Mobincube.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

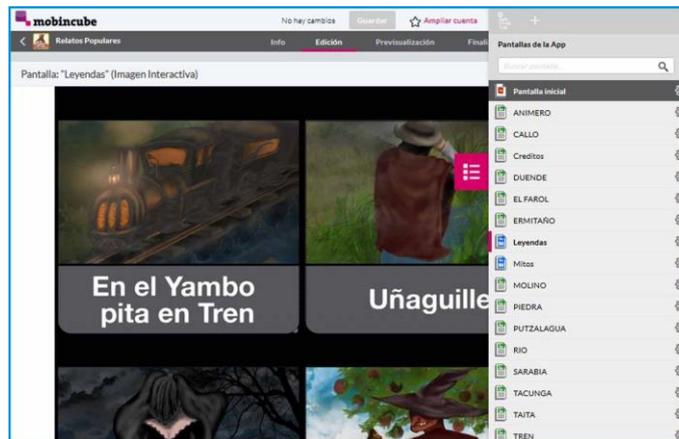
GRÁFICO N° 95. MODO DE PANTALLAS SPLASH



Fuente: Mobincube.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

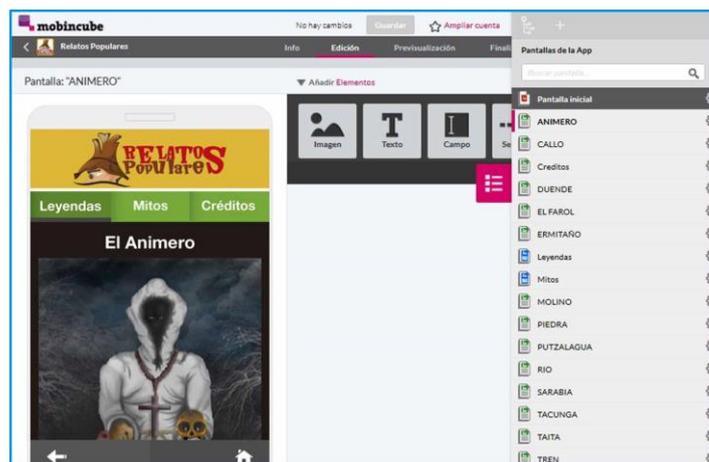
GRÁFICO N° 96. MODO DE PANTALLAS IMAGEN INTERACTIVA



Fuente: Mobincube.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

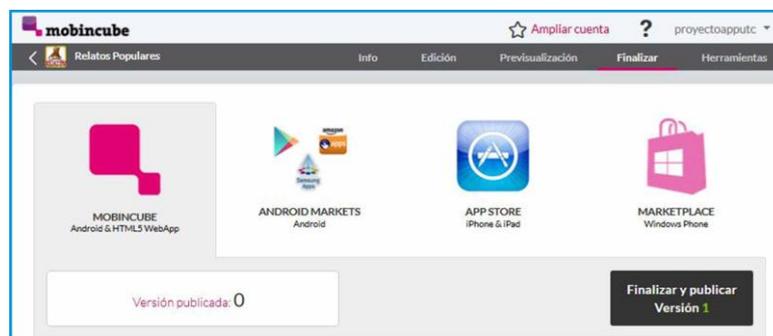
GRÁFICO N° 97. MODO DE PANTALLAS IMAGEN DETALLE



Fuente: Mobincube.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

GRÁFICO N° 98. FINALIZACIÓN Y PUBLICACIÓN



Fuente: Mobincube.

Elaborado por: Andrea Tapia y Carlos Viracocha.

CONCLUSIONES

- La adaptación y evolución tecnológica permitió que en la presente investigación se puede usarla como un objeto muy valioso para la difusión y rescate de los relatos ancestrales.
- La aplicación para dispositivos móviles permite fortalecer y rescatar los principales mitos y leyendas de las ciudades Latacunga, Ambato y Riobamba.
- Una fácil accesibilidad a la descarga de la aplicación permite que el usuario a través de su dispositivo móvil pueda tener un medio de información de los relatos ancestrales.
- El usuario puede informarse acerca de los mitos y leyendas, por la facilidad de acceso a la misma, rescatando el conocimiento de los relatos ancestrales más conocidos de las tres ciudades.

RECOMENDACIONES

- Continuar con el desarrollo de la investigación de aplicaciones para dispositivos móviles que permitan mejorar las estrategias publicitarias para el Diseñador Gráfico.
- Se sugieren diseñar más aplicaciones que tengan diferentes contenidos que aporten con información técnica y cultural, para que la ciudadanía tenga un rápido acceso a diferentes estructuras gráficas.
- Indagar más a fondo estudios acerca de las nuevas tecnologías que permiten promocionar y difundir información por medios digitales.
- Implementar mayor cantidad de material de apoyo que exista acerca de cómo diseñar una aplicación, características, función, formas y usos que se le pueden dar a este medio de comunicación tecnológico, ya que la bibliografía es muy escasa.

Referencias Bibliográficas

Bibliografía Citada:

LÓPEZ PAREJO, Alberto, HERRERA RIVAS, Carolina. Introducción al Diseño. Segunda edición. España: publicaciones vértice s.l ind. El viso 29006 Málaga, 2008. 333p, ISBN: 978-84-92533-44-2.

WONG, Wucius. Principios de la Forma y Diseño. Estados Unidos de América, 1993. 349p, ISBN: 0-471-28552-8.

MARIÑO CAMPOS, Ramón. Diseño de Páginas web y Diseño Gráfico (Metodologías y Técnicas para la implementación de sitios web y para el Diseño Gráfico). Primera edición. España, Ideasropias Editorial Vigo, 2005. 296 p, ISBN: 978-84-934547-1-5.

FRASCARA, Jorge. (Colaboración de Rubén Fontana, Bernd Meurer, Ronald Shakespear, Jan van Toor y Dietmar Winkler). Diseño Gráfico para la Gente (Comunicación de masas y cambio social). Tercera edición. Argentina, Buenos Aires, Edición Infinito, 2004. 270 p, ISBN: 987-96370-2-X.

PINO, Georgina. Las Artes Plásticas. Primera edición, Costa Rica, Editorial EUNED, 2005. 171 p, ISBN: 9977-64-120-0.

Prof. DCV RICUPERO, Sergio A. Diseño Gráfico en el aula guía de trabajo práctico. Primera edición. Argentina, Buenos Aires, Editorial Nobuko, 2007. 124 p, ISBN: 978-987-584-109-3.

LÓPEZ SOSA, Rita Guadalupe. Desarrollo de Aplicaciones Multimedia. Primera edición. México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, editorial LIMUSA, 2010. 148 p, ISBN: 978-607-05-0167-8.

LÓPEZ CLARÉS, José. Diseño Pedagógico de un Programa Multimedia Interactivo (PEMI), Ediciones de la U, Bogotá, 2011, ISBN: 978-958-762-022-1

SAMARA, Timothy. Los elementos del diseño manual de estilos para diseñadores gráficos. Primera edición. España, Barcelona, editorial Gustavo Gili, 2008. 272 p, ISBN: 8425222249, 9788425222245

ZANÓN, David Andrés. Introducción al Diseño Editorial. España, Madrid, Avenida Austria, s/n, impares local 5. Semiesquina a plaza castilla, 3. Editorial visión net, 2007. 103 p, ISBN: 978-84-9821-185-27.

GOMEZ, Bryony – Palacio; VIT, Armin. Guía completa del diseño gráfico comprendió visual y reseñado sobre el lenguaje, las aplicaciones y la historia del diseño gráfico. Primera edición. España, Barcelona, Parramón Ediciones, 2011. 400 p, ISBN: 978-84-324-3774-2

CUMPA GONZÁLES, Luis Alberto. Fundamentos de diagramación. Perú, Lima, fondo editorial de la UNMSM, 2002. 107 P, ISBN: 9972-46-189-0.

DABNER, David. Diseño Gráfico Fundamentos y prácticas. Primera edición. España, Barcelona, editorial BLUME, 2005. 192 p, ISBN 84-8076-577-1.

BAINES, Phil; HASLAM, Andrew. Tipografía: Función, Forma y Diseño. Primera edición. España, Barcelona, editorial Gustavo Gili, 2005. 224 p, ISBN: 9788425220678.

LUPTON, Ellen; COLE PHILLIPS, Jennifer. Diseño Gráfico Nuevos Fundamentos. Primera edición. España, Barcelona, editorial Gustavo Gili, 2009. 248p, ISBN: 8425223253 ISBN-13: 9788425223259.

FRASCARA, Jorge. Diseño de Comunicación. Primera edición. Argentina, Buenos Aires, Editorial Infinito, 2006. 176 p, ISBN: 9789879393420.

EGEA GARCÍA, Carlos. Diseño Web. España, Barcelona, Icaria Editorial, 2007. 44 p, ISBN: 8474266300, 9788474266306.

CUELLO, Javier, VITTONI, José. Diseñando apps para móviles. Primera edición, Junio del 2013. Libro digital.

Bibliografía Consultada:

UBIDIA, Abdon. Cuentos, leyendas, mitos y casos del Ecuador. 2ª ed. Volumen 96 de Colección Antares, Libresa, 2007. pág. 166, 189.

TORRES, Carlos. Los encanto de la laguna de yambo. El Universo, Salcedo – Ecuador. 09 marzo, 2003.

FABARA TOSCANO, Salvador. Tierra Mía, 8º edición corregida, aplicada y actualizada, 1870, pág. 286-287.

PARÉDEZ ORTEGA, Eduardo. Tradiciones de Cotopaxi, Diciembre 1978 pág. 13-26-32-33.

ALAJO, Milton. Artista Plástico Cotopaxense, pintura de la virgen del volcán.

Bibliografía Virtual:

Salisbury, Martin. *Ilustración de libros infantiles: cómo crear imágenes para su publicación*. Barcelona: [en línea]. Acanto, 2005. **DI 400**.
<http://catalogo.artium.org/book/export/html/4628>

Universidad Técnica de Ambato, Facultad de diseño, Arquitectura y Arte (libro digital) [en línea]. 27 de noviembre del 2008.

<http://fcs.uta.edu.ec/artes2/index.php/biblioteca/libros>

LEÓN, Carlos. Cómo Diseñar webs adaptadas a móviles: internet. 2013, <http://www.puromarketing.com/17/16705/liquido-como-disenar-webs-adaptadas-moviles.html#718>

NIETO, Andrés. Fijo, fluido o elástico, ¿Qué estructura elegir para nuestra web? (2003),

<http://www.anieto2k.com/2007/08/14/%C2%BFfijo-fluido-o-elastico-%C2%BFque-estructura-elegir-para-nuestra-web/>

FERREIRA ARTIME Irene, ÁLVAREZ RODRÍGUEZ María, GARCÍA BANIELLO Rosana. Dispositivos móviles. E.P.S.I.G: Ingeniería de Telecomunicación Universidad de Oviedo 2012

http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&ved=0CC0QFjAB&url=http%3A%2F%2F156.35.151.9%2F~smi%2F5tm%2F09trabajos-sistemas%2F1%2FMemoria.pdf&ei=EYnU-C_CInA0AHruIHocg&usg=AFQjCNEKN-8XjIpXOpt6_bKjEgDX99HuQ

CUELLO, Javier y VITTONI José, Diseñando apps para móviles: internet. <http://www.appdesignbook.com/es/el-proyecto/>

FERNANDEZ, Alfonso y SALVATORE, Chessa. Aplicaciones web vs. Aplicaciones nativas vs. Aplicaciones híbridas. 2013.

<http://blogthinkbig.com/aplicaciones-web-nativas-hibridas/>

EL ILUSTRE MUNICIPIO DEL CANTÓN LATACUNGA. Fundación de Latacunga.

<http://www.latacunga.gob.ec/latacunga/index.php/latacunga1>

AVILÉS PINO, Efrén. Enciclopedia del Ecuador.

<http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=74&Let=>

UNIVERSIDAD DE BARCELONA, IL3 Instituto de Formación Continua [en línea] 9 de enero del 2013 <http://www.il3.ub.edu/blog/?p=1117>

SOLÍS, Lorenzo, Google Play Store [en línea] 2012
<http://aplicacionesandroid.es/google-play-store/>

APP STORE, http://es.wikipedia.org/wiki/App_Store

WINDOWS PHONE, http://es.wikipedia.org/wiki/Windows_Phone_Store

Tesis:

GALVEZ ROJANA, Eva. V, LLERENA VINUEZA, Dalila. M. “Elaboración de un manual multimedia en diseño gráfico para la especialización de ingeniería en diseño gráfico computarizado de la universidad técnica de Cotopaxi.”. Director: ingeniero Alex Vinicio Zapata Álvarez. Universidad Técnica de Cotopaxi. Departamento de Biblioteca y Documentación, 2010.

AULESTIA SÁNCHEZ, Vilma Yolanda “La poca difusión cultural de las leyendas y mitos dificulta el conocimiento de la oralidad ancestral en la parroquia la matriz de la ciudad de Ambato durante el periodo enero - julio 2011”. Título de Licenciada en Comunicación Social. Tutor: Dr. Byron Naranjo. Universidad Técnica de Ambato. 1012.

ANEXOS:

Anexo N° 01



Piedra chillintosa tomada para redibujar la imagen de la virgen.

Anexo N° 02



Entrevista al secretario de la casa de la cultura, **Lic. Miguel Ángel Rengifo**.

Anexo N° 03



Entrevista a un docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, **Ing. Karla Cantuña.**

Anexo N° 04



Entrevista a un docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, **Ing. Joselo Otañes**

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

CARRERA: INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

TEMA: “DISEÑO DE UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”

Objetivo: Diseñar un prototipo de aplicación móvil mediante una plataforma web para difundir los mitos y leyendas de las ciudades Latacunga, Ambato y Riobamba.

Instrucciones:

- La presente es una encuesta dirigida para obtener datos de uso personal del investigador.
- Marque con una X la respuesta que usted crea conveniente.

Cuestionario Encuestas

1. ¿Sabe usted qué es una aplicación para dispositivo móvil?

Si () No ()

2. ¿Conoce usted los mitos y leyendas más tradicionales que existen en las ciudades Latacunga, Ambato y Riobamba?

Si () No ()

3. ¿Conoce usted acerca de algunas aplicaciones para dispositivos móviles que difundan los mitos, leyendas, tradiciones y culturas de la serranía ecuatoriana (Latacunga, Ambato, Riobamba)?

Si () No ()

4. ¿Cree usted que si al realizarse una aplicación con estas características la ciudadanía se interesara por conocer sobre los mitos y leyendas que existen en estas ciudades?

Si () No ()

5. ¿En qué instituciones considera usted se deberán realizar convenios para impulsar con publicidad, esta aplicación para que tenga una mayor acogida por parte de la ciudadanía?

Bibliotecas () Municipios () Ministerio de Turismo ()

Todas la anteriores ()

6. ¿Considera usted que a través de la creación de esta aplicación se pueden dar a conocer cada una de estas ciudades, por sus misterios e historia que guardan cada una de ellas?

Si () No ()

7. ¿Conoce usted acerca de estudios que se hayan realizado para obtener información sobre los mitos, leyendas, tradiciones y culturas de cada una de estas ciudades?

Si () No ()

8. ¿Usted estaría dispuesto a acceder al contenido que brinda esta aplicación móvil?

Siempre () A veces () Nunca ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y
APLICADAS

CARRERA: INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

Cuestionario de la entrevista

Objetivo: Diseñar un prototipo de aplicación móvil mediante una plataforma web para difundir los mitos y leyendas de las ciudades Latacunga, Ambato y Riobamba.

DIRIGIDO:

N.-.....	
LUGAR.....	
....	
FECHA.....	
....	
ENTREVISTADO	
.....	
ENTREVISTADOR.....	
..	
TEMA: “DISEÑO DE UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE DIFUNDA LOS MITOS Y LEYENDAS DE LA SERRANÍA ECUATORIANA DE LAS CIUDADES (LATACUNGA, AMBATO, RIOBAMBA)”	
PREGUNTAS	INTERPRETACIÓN
1. ¿Qué conoce usted acerca de las aplicaciones móviles?	

<p>2. ¿Cuáles serían las ventajas y desventajas, de una aplicación para dispositivos móviles, que difunda los principales mitos y leyendas de las ciudades (Latacunga, Ambato, Riobamba)?</p>	
<p>3. ¿Qué importancia se le debería dar a la difusión de los mitos y leyendas, ya que en la actualidad las nuevas generaciones desconocen la existencia de las mismas?</p>	
<p>4. ¿Cree usted que con esta aplicación, la ciudadanía se interesaría más por conocer acerca de los mitos y leyendas que se encuentran en cada una de estas ciudades?</p>	