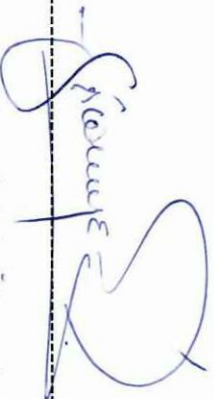




## **AUTORÍA**

Los criterios vertidos en el presente trabajo de investigación, cuyo tema es: **“ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CREATIVIDAD COMO ELEMENTO FÍSICO, PARA QUE APLIQUEN COMO GUÍA EN ESTA DISCIPLINA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**, son de exclusiva responsabilidad del autor y me responsabilizo para efectos legales y académicos que se desprenden del presente proyecto de grado.



A handwritten signature in blue ink, reading "Jácome Segovia Iván Wenceslao", is written over a horizontal dashed line.

Jácome Segovia Iván Wenceslao

C.I 0501949846

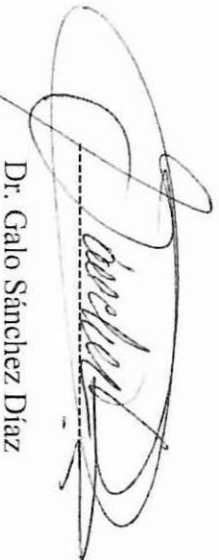
## AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de **DIRECTOR DE TESIS** del tema: **"ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CREATIVIDAD COMO ELEMENTO FÍSICO, PARA QUE APLIQUEN COMO GUÍA EN ESTA DISCIPLINA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI"**, de autoría del señor: Iván Wenceslao Jácome Segovia, Egresado de la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado CIYA-UTC.

Al respecto indico que la misma cumple con los requisitos necesarios para que pueda ser presentada ante el H. Consejo Académico y pueda continuar con el trámite correspondiente.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad

Atentamente,



Dr. Galo Sánchez Díaz

---

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe Técnico de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas; por cuanto, los postulante: **Iván Wenceslao Jácome Segovia C.I.0501949846**, con el título de tesis: **"ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CREATIVIDAD COMO ELEMENTO FÍSICO, PARA QUE APLIQUEN COMO GUÍA EN ESTA DISCIPLINA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI"**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los meritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

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

Latacunga, 10 de Julio de 2012

Para constancia firman:



Arq. Enrique Lanas  
Presidente



Dra. Teresa Medina  
Miembro

## CERTIFICACIÓN

Latacunga mayo 21,2012

A petición del interesado, Iván Wenceslao Jácome Segovía C.I.0501949846

Lic. Vladimir Sandoval , profesor de Lengua Extranjera, especialidad inglés de la Universidad Técnica de Cotopaxi de la ciudad de Latacunga, certifico que : la traducción al inglés del resumen de trabajo de tesis titulado: **“ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CREATIVIDAD COMO ELEMENTO FÍSICO, PARA QUE APLIQUEN COMO GUÍA EN ESTA DISCIPLINA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**, cumple con todas las normas gramaticales que hacen a dicho documento comprensible y, acorde con el mensaje que se transmite desde su texto original en español.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, y el interesado puede hacer uso del presente certificado como mejor convenga.

Atentamente,



---

## **AGRADECIMIENTO**

La presente tesis está dedicado a toda mi familia, por su cariño y porque siempre me han apoyado.

Éste trabajo es solo una pequeña muestra de lo mucho que les agradezco por la educación que me han brindado, esperando que mis hermanos aprendan algo de él, que les sirva como ejemplo para seguir adelante con sus proyectos de vida.

Aprovecho para decirles que cuando de verdad quieran algo, luchen por ello; que cuando las cosas son difíciles se disfrutan mucho más, y que sepan que a nuestros padres no les podemos regalar algo mejor que ver a un hijo feliz por tener lo que se merece gracias a su esfuerzo.

Gracias a Dios que me cuida siempre, me escucha las veces que lo necesito y, sobre todo, me da la fuerza para seguir adelante.

A mi esposa por enseñarme que no hay límites, que lo que me proponga lo puedo lograr y que solo depende de mí.

A la Dg. Belén Freire, por su apoyo y colaboración para la realización de esta investigación.

Al Doctor Galo Sánchez, que con su valioso tiempo y conocimiento aportaron a la culminación de este proyecto.

A mis amigos, que por medio de las discusiones y preguntas, me hacen crecer en conocimiento.

A todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.

Gracias a todos y cada uno de los que lean este trabajo porque, por ese simple hecho, ya forman parte de él.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres, porque creyeron en mí y porque logramos salir adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta.

A mi incondicional esposa que siempre estuvo impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, por su comprensión, por su amor, empeño y compañía. Y más que nada por estar siempre ahí, en los momentos de ausencia.

A mis hijos Mateo y Juliana y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza, paciencia y por lo que han hecho de mí como padre y amigo, siempre estaré con ellos hasta el final.

A mis hermanos, Nelly, Wilma, Livia, Glenda, Nancy, Marlin, Anita, Eduardo, amigos.

Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

# ÍNDICE

## Contenidos

## Página

Portada .....	i
Autoría .....	ii
Aval de Director de Tesis .....	iii
Certificación del Summary .....	iv
Agradecimiento .....	v
Dedicatoria .....	vi
Índice General .....	vii
Índice de Tablas .....	xiii
Índice Gráficos .....	xiv
Índice de Figuras .....	xvi
Resumen .....	xvii
Summary .....	xviii
Introducción .....	xix

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	1
1.1. El Diseño .....	1
1.2. Diseño Gráfico .....	2
1.3. Elementos del diseño .....	3
1.3.1. Color .....	3
1.3.2. El Círculo Cromático .....	3
1.3.3. Colores Primarios .....	4

1.4.1.	Concepto .....	6
1.4.2.	Partes de un tipo.....	7
1.5.	Composición.....	9
1.5.1.	Concepto .....	9
1.5.2.	Elementos.....	9
1.5.2.1.	La escala .....	10
1.6.	Diseño editorial .....	10
1.6.1.	Concepto .....	10
1.6.2.	Partes del diseño editorial.....	10
1.6.3.	Manual .....	11
1.6.3.1.	Concepto .....	11
1.6.3.2.	Tipos de manuales .....	12
1.6.3.3.	Elementos gráficos del manual.....	13
1.6.3.3.1.	Portada .....	13
1.6.3.3.2.	Contenido.....	13
1.6.3.3.3.	Contraportada.....	14
1.7.	Diagramación .....	14
1.7.1.	Concepto .....	14
1.7.2.	Elementos de diagramación para manuales.....	14
1.7.2.1.	Retícula.....	14
1.7.2.2.	Clases de retícula .....	15
1.7.2.2.1.	Retícula modular .....	15
1.7.2.2.2.	Retícula de columnas.....	15
1.7.2.2.3.	Retícula Jerárquica.....	16
1.8.	La Página.....	16
1.8.1.	Interlineado .....	16
1.8.2.	Recto (pag. impar)/verso(pag. par).....	17
1.8.3.	Margen.....	17
1.8.4.	Separación entre columnas .....	17

1.9.2.1. Ilustraciones Infantiles.....	18
1.9.2.2. Ilustraciones Juveniles.....	18
1.9.2.3. Ilustraciones Adultos.....	19
1.9.3. Técnicas de Ilustración.....	19
1.9.3.1. Lápiz de color.....	19
1.9.3.2. Carboncillo.....	20
1.9.3.3. Acuarela.....	20
1.9.3.4. Témpera.....	21
1.9.3.5. Digital.....	21
1.9.3.6. Mixta.....	22
1.9.4. Creatividad.....	22
1.9.4.1. Definiciones.....	22
1.9.4.2. Técnicas.....	23
1.9.5. Tendencias de la Creatividad.....	23
1.9.5.1. La Primera Generación.....	23
1.9.5.2. La Segunda Generación.....	23
1.9.5.3. La Tercera Generación.....	24
1.9.6. Creatividad Aplicada al Diseño Gráfico.....	24
1.9.6.1. Campo de Acción.....	25
1.9.6.2. Biología de la Creatividad.....	26
1.9.6.3. Medio Social y Creatividad.....	26
CAPÍTULO II.....	28
METODOLOGÍA.....	28

2.1.3. Investigación Descriptiva.....	29
2.2. Nivel de la Investigación.....	29
2.3. Población y Muestra.....	30
2.4. Operacionalización de Variables.....	31
2.5. Plan de Recolección de la Información.....	31
2.6. Plan de Procesamiento de la Información.....	33
2.7. Análisis e Interpretación de Resultados.....	34
2.8. Análisis de la Encuesta a estudiantes.....	35
Pregunta 1 ¿Usted había escuchado sobre la creatividad?.....	35
Pregunta 2 ¿Ha recibido clases de creatividad?.....	36
Pregunta 3 ¿Considera que el uso de un manual de creatividad le ayudará en su formación y desempeño profesional?.....	37
Pregunta 4 ¿Ha escuchado la palabra briefing?.....	38
Pregunta 5 ¿Ha formulado estrategias publicitarias?.....	39
Pregunta 6 ¿Conoce instrucciones creativas?.....	40
Pregunta 7 ¿Conoce definiciones creativas?.....	41
Pregunta 8 ¿Conoce técnicas creativas?.....	42
Pregunta 9 ¿Ha contratado un diseñador gráfico?.....	43
Pregunta 10 ¿Conoce un especialista creativo?.....	44
Pregunta 11 ¿Es necesario una herramienta guía de creatividad?.....	45
2.9. Comprobación de Hipótesis.....	46
2.9.1. Análisis.....	46

**“ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CREATIVIDAD COMO ELEMENTO FÍSICO, PARA QUE APLIQUEN COMO GUÍA EN ESTA DISCIPLINA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**

3.1.	Presentación.....	47
3.2.	Justificación.....	48
3.3.	Objetivos .....	49
	3.3.1. Objetivo General .....	49
	3.3.2. Objetivos Específicos .....	49
3.4.	Ubicación sectorial y física para la propuesta.....	49
3.5.	Características del manual de Creatividad .....	50
	3.5.1. Tamaño y Formato .....	50
	3.5.2. Elección del Papel .....	50
	3.5.2.1 Público Objetivo.....	51
	3.5.2.2 Materiales de Impresión .....	51
3.6.	Desarrollo de la Propuesta de Diseño.....	51
	3.6.1. Diseño de las Ilustraciones.....	51
3.7.	Bocetaje .....	53
	3.7.1 Bocetos a limpio.....	55
	3.7.2. Pintura Digital .....	57
	3.7.3. Bocetaje de la retícula para el diseño del manual .....	59
	3.7.4. Justificación de la Reticula.....	60
	3.7.5. Justificación de la diagramación del manual.....	62
3.8.	Elección de la Familia Tipográfica .....	64
3.9.	Elección de la Cromática para el diseño del Manual .....	67
3.10.	Bocetaje del diseño de portada del manual de Creatividad.....	68
3.11	Bocetaje final de la portada del manual .....	70

3.12.1	Características del manual .....	75
3.13	Conclusiones .....	76
	Recomendaciones .....	77
	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>78</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>81</b>

---

**CAPITULO II**

TABLA N° 2.1. ¿Usted había escuchado sobre la creatividad? .....35

TABLA N° 2.2. ¿Ha recibido clases de creatividad? .....36

TABLA N° 2.3. ¿Considera que el uso de un manual de creatividad le ayudará en su formación y desempeño profesional? .....37

TABLA N° 2.4. ¿Ha escuchado la palabra briefing? .....38

TABLA N° 2.5. ¿Ha formulado estrategias publicitarias? .....39

TABLA N° 2.6. ¿Conoce instrucciones creativas? .....40

TABLA N° 2.7. ¿Conoce definiciones creativas? .....41

TABLA N° 2.8. ¿Conoce técnicas creativas? .....42

TABLA N° 2.9. ¿Ha contratado un diseñador gráfico? .....43

TABLA N° 2.10. ¿Conoce un especialista creativo? .....44

TABLA N° 2.11. ¿Es necesario una herramienta guía de creatividad? .....45

**CAPITULO III**

TABLA N° 3.1. Características del manual .....75

**CAPITULO I**

GRÁFICO N° 1.1. Círculo Cromático .....3

GRÁFICO N° 1.2. Colores Primarios .....4

GRÁFICO N° 1.3. Colores Secundarios .....5

GRÁFICO N° 1.4. Colores Terciarios .....5

GRÁFICO N° 1.5. Luminosidad .....6

GRÁFICO N° 1.6. Partes de un Tipo .....8

**CAPITULO II**

GRÁFICO N° 2.1. ¿Usted había escuchado sobre la creatividad? .....35

GRÁFICO N° 2.2. ¿Ha recibido clases de creatividad? .....36

GRÁFICO N° 2.3. ¿Considera que el uso de un manual de creatividad le ayudará en su formación y desempeño profesional? .....37

GRÁFICO N° 2.4. ¿Ha escuchado la palabra briefing? .....38

GRÁFICO N° 2.5. ¿Ha formulado estrategias publicitarias? .....39

GRÁFICO N° 2.6. ¿Conoce instrucciones creativas? .....40

GRÁFICO N° 2.7. ¿Conoce definiciones creativas? .....41

GRÁFICO N° 2.8. ¿Conoce técnicas creativas? .....42

GRÁFICO N° 2.9. ¿Ha contratado un diseñador gráfico? .....43

GRÁFICO N° 2.10. ¿Conoce un especialista creativo? .....44

GRÁFICO N° 2.11. ¿Es necesario una herramienta guía de creatividad? .....45

CAPÍTULO III

FIGURA Nº 3.1. Pelicano(boceto).....53

FIGURA Nº 3.2. Avión Concorde(boceto).....53

FIGURA Nº 3.3. Lluvia de ideas(boceto).....54

FIGURA GRÁFICO Nº 3.4. Empatía(boceto) .....54

FIGURA GRÁFICO Nº 3.5. Pelicano(limpio) .....55

FIGURA Nº 3.6. Avión Concorde(limpio).....55

FIGURA Nº 3.7. Lluvia de ideas(limpio).....56

FIGURA Nº 3.8. Empatía(limpio) .....56

FIGURA Nº 3.9. Pelicano(digital) .....57

FIGURA Nº 3.10. Avión Concorde(digital) .....57

FIGURA Nº 3.11. Lluvia de ideas(digital) .....58

FIGURA Nº 3.12. Empatía(digital) .....58

FIGURA Nº 3.13. Boceto burdo .....59

FIGURA Nº 3.14. Boceto semiterminado.....59

FIGURA Nº 3.15. Boceto terminado .....60

FIGURA Nº 3.16. Márgenes.....61

FIGURA Nº 3.17. Biónica .....63

FIGURA Nº 3.18. Arte de preguntar .....63

FIGURA Nº 3.19. Analogía de formas .....64

FIGURA Nº 3.20. Tipografía primaria .....65

FIGURA Nº 3.21. Tipografía secundaria.....66

FIGURA Nº 3.22. Color amarillo .....67

FIGURA Nº 3.23. Color magenta(rojo).....68

FIGURA Nº 3.24. Boceto portada .....69

FIGURA Nº 3.25. Boceto final portada .....70

El presente proyecto de tesis con el tema: **“Elaboración de un manual de Creatividad como elemento físico, para que apliquen como guía en esta disciplina los estudiantes de la carrera de diseño gráfico computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi”**, tiene como objetivo facilitar a los estudiantes la difícil búsqueda del concepto creatividad en cualquiera de las áreas de trabajo donde estos han sido instruidos durante el paso por la carrera de diseño, ya que no existe un herramienta especializada y exclusiva para la comprensión de esta rama en el área del diseño gráfico.

Los alumnos egresados de la carrera de diseño gráfico en Latacunga, en gran parte no cuentan con los medios ni las herramientas eficientes y organizadas necesarias para incursionar en el mercado del diseño a nivel local o nacional. Tomando en cuenta los aspectos antes mencionados, se consideró pertinente la creación de un manual de creatividad donde se resumirá y se ilustrará varios conceptos de la rama antes mencionada, lo cual facilitará el contacto entre los alumnos y los conceptos de creatividad enfocada al diseño gráfico.

La presente investigación es un proyecto factible. Para la recolección de los datos, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento una lista de cotejo, utilizada para establecer las necesidades de los alumnos en cuanto al conocimiento del término creatividad.

En el desarrollo de este proyecto, se utilizo información sobre los conceptos de creatividad con técnicas tales como: la técnica del lápiz, la ilustración digital y el diseño editorial entre otras, así como breves reseñas de cada ilustración y obtener una mejor comprensión.

En este proyecto también se utilizó diferentes software como: Corel Draw, y el paquete de diseño Adobe para realizar la ilustración de las imágenes y el diseño del manual, y de esta manera facilitar la elaboración de este trabajo de

This thesis project with the theme: "development of a manual of creativity as a physical element, to implement as guide in the discipline of students career in computer graphics of the technical university of Cotopaxi", aims to provide students the difficult search for the concept of creativity in any work areas where they have been taught during passage through the design career, because there is no exclusive specialized tool for the understanding of this branch in the area of graphic design.

Students graduated from the graphic design career in Latacunga, largely lack the means or the tools necessary for efficient and organized venture into the business of designing local or national. Taking into account the above aspects, it was considered appropriate to create a handbook of creativity which will be summarized and illustrated several concepts of the branch above, which will facilitate contact between students and the concepts of creativity focused on graphic design.

This research is a feasible project. To collect data, we used the survey technique as a checklist tool, used to establish the needs of students in the knowledge of the term creativity.

In the developing of this project, we use information on the concepts of creativity with techniques such as pencil technique, digital illustration and editorial design among others, as well as brief descriptions of each picture and get a better understanding.

This project will also use different software such as Corel Draw and Adobe design package for the illustration of the images and design of the manual, and thus facilitate the development of this research.

Revisado por:

En términos generales, en el ámbito de la Bibliotecología tradicional, se habla de documento para referirse a cualquier unidad significativa de información que haya sido registrada en un soporte que permita su almacenamiento y su posterior recuperación.

Cualquier soporte que permita, simultáneamente, multiplicar ilimitadamente la consulta de la información en él registrada y postergarla indefinidamente en el tiempo.

Los medios de promoción han evolucionado vertiginosamente, por tanto se hace imprescindible la promoción de los productos o servicios a través de un medio impreso que muestre el rango de productos o servicios de forma dinámica e interactiva. Encontrando detalles, historia, filosofía, productos, y precios.

El diseño de un medio impreso como el libro enfatiza al grupo objetivo al cual va dirigido. Cada diseño requiere de un campo de expansión, y se debe tomar en cuenta la textura, el color del papel, etc.

Este trabajo pretende presentar todos los posibles conceptos del término creatividad, enfocado al diseño gráfico, dotando un aporte bibliográfico e informativo para las generaciones futuras.

## CAPITULO I

### 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 1.1. El Diseño

Es difícil identificar los orígenes mismos del diseño como tal, pues este se remontaría a los inicios de la comunicación y el entendimiento de la evolución de los seres humanos. La historia demuestra que culturas humanas, desarrollaron instrumentos, figuras, herramientas y demás utensilios que utilizaron para su sobrevivencia, para más tarde convertirse en verdaderos arquitectos, diseñadores de infraestructura principalmente, hasta los tiempos actuales en donde la tecnología ha contribuido a que la creatividad de los diseñadores se plasme en una realidad.

El diseño, o su manifestación de significado, ha sido utilizado en el contenido de las artes, ingeniería, arquitectura y otras disciplinas creativas, diseño se define como el proceso previo de configuración mental, en la búsqueda de una solución en cualquier campo.

Etimológicamente derivado del término italiano disegno: dibujo, designio, signare, signado "lo por venir", el porvenir visión representada gráficamente del futuro, lo hecho es la obra, lo por hacer es el proyecto, el acto de diseñar como

esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación.

El acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe, o es una modificación de lo existente inspiración abstracción, síntesis, ordenación y transformación.

## **1.2. Diseño Gráfico**

El diseño gráfico es una forma de vida, un compromiso con uno mismo y con la sociedad. Los diseñadores son quienes tienen la responsabilidad y al mismo tiempo la oportunidad de decidir que es lo que va a ver la gente y como se va a comunicar visualmente en el futuro próximo, ya que el diseño gráfico cada día tiene más penetración en la vida diaria de la gente, entonces hay que hacer llegar mensajes cada vez más claros y directos de una manera novedosa y estética, en un mundo saturado de imágenes.

El diseño gráfico no es una ciencia exacta, no hay recetas mágicas que digan como se debe de hacer las cosas, no hay fórmulas como en las matemáticas, si bien existen normas y teorías que se pueden seguir y que ayudan, estas no son infalibles, la experimentación es la vía que nos va a ayudar a tener mejores resultados. Lo que nunca hay que olvidar es que el ejercicio del diseño debe seguir una metodología la cual ayudará a tener resultados óptimos.

El presente trabajo no es un libro de creatividad, más bien una síntesis de aquello que es necesario aprender para quien, por primera vez, se enfrenta a esta disciplina

### 1.3.1. Color

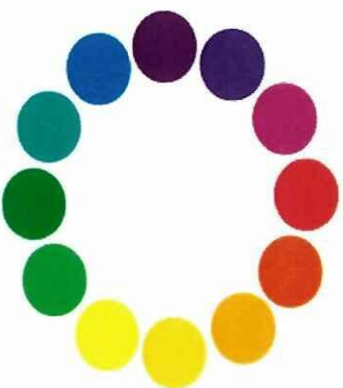
El ojo humano puede distinguir entre 10.000 colores. Se pueden además emplear tres dimensiones físicas del color para relacionar experiencias de percepción con propiedades materiales: saturación, brillantez y tono.

Así mismo si hablamos de color podemos diferenciar entre colores luz, derivados como su palabra lo indica y los colores derivados de pigmentos.

### 1.3.2. El círculo cromático

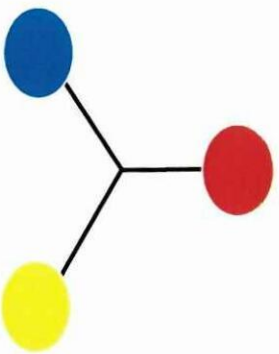
Nos sirve para observar la organización básica y la interrelación de los colores. También lo podemos emplear como forma para hacer la selección de color que nos parezca adecuada a nuestro diseño. Podemos encontrar diversos círculos de color, pero el que aquí vemos está compuesto de 12 colores básicos.

**GRÁFICO Nº 1 CÍRCULO CROMÁTICO**



Los colores primarios son aquellos que no se derivan de ninguna composición, por tanto son prácticamente únicos estos colores son: Amarillo, Cian(Azul) y Magenta (Rojo), al hablar de cian y magenta nos referimos exclusivamente a terminología utilizada en artes gráficas y fotografía, sin embargo a estos colores, se les conoce como primarios porque son puros, esto quiere decir que no se pueden obtener mezclando otros colores. Con los colores primarios se pueden obtener muchas combinaciones.

#### GRÁFICO N° 2 COLORES PRIMARIOS



*Elaborado por: El autor*

#### ***1.3.4. Colores Secundarios***

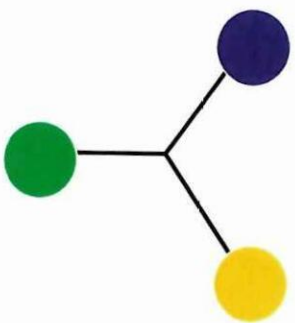
Los colores Secundarios se obtienen de la mezcla de los primarios, y son: Verde, Violeta y Naranja.

Al combinar:

Amarillo + Azul = Verde

Azul + Rojo = Violeta

Rojo + Amarillo = Naranja.

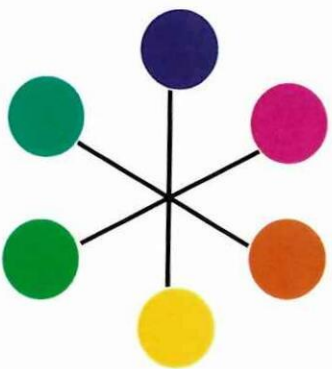


*Elaborado por: El autor*

### **1.3.5. Colores Terciarios**

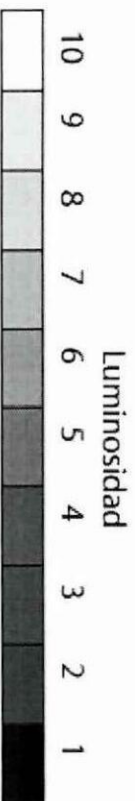
Los Colores Terciarios se obtienen de la mezcla de un color primario con un secundario, se pueden obtener diferentes tonos, esto depende de la cantidad con la que se mezcla.

**GRÁFICO N° 4 COLORES TERCARIOS**



El valor de luminosidad que se percibe en un objeto, es el grado de claridad o de oscuridad. Es la cantidad que se refleja. La escala de Grises es lo que nos muestra el valor de luminosidad o si se carece de ella. Se divide en la siguiente escala:

**GRÁFICO N° 5 LUMINOSIDAD**



*Fuente: Internet*

#### **1.4. Tipografía**

##### **1.4.1. Concepto**

**Tipografía** es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras. Según DABNER, David, en su libro "Diseño Gráfico, Fundamentos y Prácticas" (2008), afirma que la Tipografía es:

**Desde la introducción de las formas digitales de tipos, los diseñadores tienen acceso a una gran cantidad de tipos de letras, lo que hace prácticamente imposible conocerlas a**

## **Letra con el contenido del texto...**(p. 80)

**Tipo** es igual al modelo o diseño de una letra determinada.

Según definición abc en su línea: <http://www.definicionabc.com/general/tipos.php>

Afirma que tipo es:

**En el ámbito de la impresión un tipo de letra es el conjunto de letras diseñadas con una misma unidad de estilo.**

### **1.4.2. Partes de un tipo**

**Altura de las mayúsculas:** Es la altura de las letras de caja alta.

**Altura X:** Altura de las letras de caja baja, las letras minúsculas, excluyendo los ascendentes y los descendentes.

**Anillo:** Es el asta curva cerrada que forman las letras "b, p y o".

**Ascendente:** Asta que contiene la letra de caja baja y que sobresale por encima de la altura x, tales como las letras "b, d y k".

**Asta:** Rasgo principal de la letra que la define como su forma o parte más esencial.

**Astas montantes:** Son las astas principales u oblicuas de una letra, tales como la "L, B, V o A".

**Asta ondulada o espina:** Es el rasgo principal de la letra "S" en mayúscula o "s" en minúscula.

**Cola:** Asta odicua corigane que torndan algunas letras...

**Descendente:** Asta de la letra de caja baja que se encuentra por debajo de la línea de base, como ocurre con la letra "p y g".

**Inclinación:** Ángulo de inclinación de un tipo.

**Línea base:** La línea sobre la que se apoya la altura.

**Oreja:** Es la terminación o terminal que se le añade a algunas letras tales como "g, o y r".

**Rebaba:** Es el espacio que existe entre el carácter y el borde del mismo.

**Serif, remate o gracia:** Es el trazo o termina de un asta, brazo o cola.

### GRÁFICO N°6 PARTES DE UN TIPO



### **1.5.1. Concepto**

La composición se define como una distribución o disposición de todos los elementos que incluiremos en un diseño o composición, de una forma perfecta y equilibrada.

En un diseño lo primero que se debe elegir son todos los elementos que aparecerán en el, luego debemos distribuirlos, para colocarlos con el espacio disponible. Los elementos pueden ser tanto imágenes, como espacios en blanco, etc. Es muy importante, tener en cuenta de qué forma situaremos estos elementos, en nuestra composición, para que tengan un equilibrio formal y un peso igualado.

El peso de un elemento, se determina no sólo por su tamaño, que es bastante importante, si no por la posición en que este ocupe respecto del resto de elementos.

En toda composición, los elementos que se sitúan en la parte derecha, poseen mayor peso visual, y nos transmiten una sensación de avance. En cambio los que se encuentran en la parte izquierda, nos proporcionan una sensación de ligereza.

Esto también se observa, si lo aplicamos en la parte superior de un documento, posee mayor ligereza visual, mientras que los elementos que coloquemos en la parte inferior, nos transmitirán mayor peso visual.

Actualmente no existe una composición perfecta. Cada composición dependerá de su resultado final, para todo ello, es necesario conocer todos los aspectos y formas para obtener un resultado con un cierto equilibrio.

### **1.5.2. Elementos**

y delicadeza.

### **1.5.2.1. La escala**

Existe una **escala** cuando se da una relación matemática (proporción) entre las dimensiones de distintos elementos. Una escala, por tanto, se puede representar mediante un número o también a través de una fórmula.

La escala normalmente se usa en cartografía, planos, mapas, etc. para poder representar una medida proporcional al tamaño real. Es cuando citamos, por ejemplo, este plano está en escala 1:10. Este concepto hace referencia a que, para realizar el plano, se ha aplicado un factor de reducción determinado (en este caso, dividir por diez), para poderlo dibujar en un lugar más pequeño, sin que pierda sus proporciones.

## **1.6. Diseño editorial**

### **1.6.1. Concepto**

Se denomina «Diseño Editorial» a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. El diseño de alguna revista o cualquier otro medio tiene ciertas características en cuanto a formato, composición, contenido de las páginas, etc. e incluso jerarquía de los elementos para tener una noción de cómo irán estructurados y distribuidos.

palabras, según el espacio disponible que ofrece la maquetización de la página, deben despertar el interés del lector e incitar a la lectura de la noticia, de ahí deriva la importación en la elaboración del titular, puesto que debe cumplir la función de captar la atención del lector. Además, debe resumir y anunciar la información propia de la noticia, así como poseer sentido propio, es decir, que al ser leídos de forma independiente recoja los aspectos principales de la noticia cada artículo o tema a tratar, son los más importantes dentro de cada composición.

c. **Pie de foto:** según Definicionabc, en la línea:

<http://www.definicionabc.com/comunicacion/pie-de-foto.php//>, define a la diagramación como:

**Un texto que aparece dispuesto siempre en el borde inferior de una imagen, recurrentemente, sobre impuesto a la misma, cuya misión fundamental es la de aportar al lector**

d. **Cuerpos de texto:** aquí se concentra el contenido mismo de la publicación, es considerada el alma de toda publicación porque en ellos radica toda la información de cada artículo, esta parte del texto debe ser lo mas claro, legible y conciso.

#### ***1.6.4. Manual***

##### ***1.6.4.1. Concepto***

Un manual se considera una guía de uso, que proporciona instrucciones, procedimientos, criterios de aplicación, glosarios y ejemplos. Los manuales siguen la ordenación de criterios, y proporcionan instrucciones específicos para

considerarlo como concluido y completo, ya que debe evolucionar con la organización.

En nuestros días, es un requisito de suma importancia que las empresas de gran tamaño posean varios manuales de procesos. La verdadera orientación consiste en establecer una guía de trabajo, oficial y racional, formalizando la aprobación del conjunto de instrumentos administrativos y estableciendo la obligatoriedad del uso a través de un manual, para evitar que el largo y arduo trabajo de la organización sea diluido, distorsionado, negado y hasta ridiculizado por algunas personas que generalmente, lo combaten de todas las formas posibles porque lo consideran innecesario.

En diseño gráfico existen variedad de conceptos lo que hace necesario una recopilación de información, que oriente y facilite las herramientas necesarias para lograr un determinado trabajo con éxito.

El manual requiere de ciertas características que son:

- Satisfacer las necesidades reales del usuario, empresa, etc
- Contar con instrucciones apropiadas de uso, manejo y conservación
- Facilitarla localización de las orientaciones y disposiciones específicas
- Diagramación que corresponda a su verdadera necesidad
- Redacción simple corta y comprensible
- Hacer uso racional y adecuado, por parte de los destinatarios
- Gozar de adecuada flexibilidad para cubrir diversas situaciones

- Manual de bienvenida
- Manual de políticas
- Manual de descripción de puestos
- Manual de normas y procedimientos
- Manual de Calidad

### **1.6.4.3. Elementos gráficos del manual**

#### **1.6.4.3.1. Portada**

Portada es la primera página de un manual, por lo tanto, debe ser llamativa pero no sobrecargada de información, y debe dejar en claro de que se trata, en este caso es de *Creatividad*, la portada es la primera plana o la cubierta delantera, donde aparecen el título de la obra, el nombre del autor y el lugar y año de la impresión.

Los colores a manejarse en una portada de un manual deben llamar la atención y dependiendo al tipo de público va enfocado, como puede ser adulto, juvenil o infantil.

#### **1.6.4.3.2. Contenido**

El contenido es la **información** interna que presenta el manual. En este caso, los contenidos están compuestos por distintos datos y temas, que son de interés para estudiantes o lectores interesados, pues se trata de un manual de creatividad en donde irá incluida toda la información referente a esta asignatura.

Se llama contraportada a la última página del manual, en donde lo más común consiste en presentar en pocas líneas el resumen del argumento del libro.

Dos son los objetivos fundamentales que pretenden cumplir los breves textos de la contraportada del libro:

- Dar noticia breve del contenido del libro ( y en bastantes ocasiones de su autor)
- Invitar al lector potencial a su adquisición y lectura.

## **1.7. Diagramación**

### **1.7.1. Concepto**

Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje sean estos (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje o sea (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores).

### **1.7.2. Elementos de diagramación para manuales**

#### **1.7.2.1. Reticula**

Todo trabajo de diseño se debe regir por una estructura previamente estudiada. Esto permite obtener claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo creativo.

Existe un método para resolver los problemas planteados a la hora de diseñar un catálogo, una revista, o cualquier otra publicación. Estamos hablando de la retícula, que consiste en dividir el espacio en pequeños módulos (o rectángulos),

estructurada.

## ***1.7.2.2. Clases de Reticula***

### ***1.7.2.2.1. Reticula modular***

Cada módulo define una pequeña porción de espacio informativo. Agrupados estos módulos definen áreas llamadas zonas espaciales, a las que puede asignárseles funciones específicas. El grado de control dentro de la retícula depende del tamaño que se los de a los módulos. Los módulos pequeños proporcionan mayor flexibilidad y precisión, pero el exceso de subdivisiones puede resultar confuso o redundante.

Las proporciones de los módulos pueden determinarse de muchas formas. A veces, por ejemplo, el módulo puede tener anchura y la longitud de un párrafo medio de texto principal, en un cuerpo de letra determinado. Los módulos pueden ser de proporción vertical u horizontal, y esta decisión puede estar vinculada al tipo de imágenes que se vayan a organizar, o bien al tono general que el diseñador considere adecuado. Las proporciones de los márgenes deben considerarse de manera simultánea a la de los módulos y los medianiles que les separan. Las retículas modulares se utilizan sobre todo para coordinar los sistemas extensivos de publicación.

### ***1.7.2.2.2. Reticula de columnas***

La información discontinua, presenta desventajas que se puede disponerse en

información. La anchura depende del cuerpo de letra del texto corrido. Debe encontrarse una anchura en la que quepan tanto los caracteres como resulte cómodo leer en única línea de tipografía de un cuerpo determinado.

### ***1.7.2.2.3. Retícula Jerárquica***

El desarrollo de una retícula jerárquica empieza por analizar la interacción óptica que provocan los diversos elementos si se sitúan de manera espontánea en diferentes posiciones. En ocasiones unifica elementos dispares, o crea una superestructura que opone a los elementos orgánicos situados en un formato sencillo. Una retícula jerárquica también puede utilizarse para unificar los lados de determinados envoltorios, o bien para crear nuevas disposiciones visuales si estos se muestran en grupos.

## **1.8. La Página**

Determinar las proporciones de la página es el punto de partida para desarrollar una retícula compuesta. Es así tanto para las páginas individuales como para las dobles páginas, indistintamente de si las últimas serán simétricas o asimétricas. En una composición simétrica, las páginas verso y recto son un reflejo la una de la otra, mientras que en una composición asimétrica no son iguales.

### ***1.8.1. Interlineado***

Se refiere a la cantidad de espacio entre líneas, el diseñador debe ajustar el espacio de las líneas de manera independiente para que no se cree un choque visual en el diseño, aplicando la técnica más adecuada que permita crear un

Son las dos páginas que forman una doble página. La página verso (par) es la que se sitúa en el lado izquierdo, mientras que el recto (impar) corresponde al lado derecho de la página impar.

### **1.8.3. Margen**

Son los espacios negativos entre el borde del formato y el contenido, que rodean y definen la zona viva en la que pueden disponerse la tipografía y las imágenes.

Las proporciones de los márgenes requieren de una consideración profunda, ya que contribuyen a establecer la tensión general dentro de la composición. Los márgenes pueden utilizarse para dirigir la atención, pueden servir como espacio de descanso para el ojo, o bien puede contener a determinada información secundaria para el lector.

### **1.8.4. Separación entre columnas**

Son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes. Puede haber un número cualquiera de columnas, a veces todas tienen la misma anchura, en función de su información específica.

## **1.9. Ilustración**

### **1.9.1. Concepto**

podemos producir imágenes que lleven un mensaje, como las pinturas antiguas o también llamadas rupestres y los mosaicos religiosos. Un buen punto de partida son los manuscritos medievales. Un aspecto importante de la ilustración es el uso de diseños bidimensionales, a diferencia de las imágenes pintorescas y espaciales que tratan de captar la tercera dimensión que se usan en la actualidad.

### ***1.9.2. Tipos de Ilustración***

#### ***1.9.2.1. Ilustraciones Infantiles***

Para los editores de libros infantiles, la ilustración juega desde el inicio un papel fundamental en la producción de un proyecto editorial exitoso. Las imágenes en un libro, en especial para niños, complementan de manera inigualable el texto del impreso, en diseño de carátula, como en páginas interiores, donde llegan a tener la fuerza expresiva que el texto que las acompaña, para lograr este resultado el trabajo en equipo del editor es fundamental para lograr transmitir al ilustrador su proyecto, un claro ejemplo es la caricatura.

#### ***1.9.2.2. Ilustraciones Juveniles***

En los libros, revistas, manuales juveniles las ilustraciones no suelen ser absolutamente necesarias para la comprensión de la obra; no obstante, existen interesantes ejemplos de obras ilustradas para niños más mayores o adolescentes, que mejoran la experiencia del lector y ayudan a formar su criterio con respecto a los referentes visuales.

Que un adolescente no necesite ilustraciones para entender un texto no quiere decir que no pueda ofrecérselo enriquecer el mismo con imágenes de calidad, que

libros para regalo o treasures. Su uso se extendió durante una época que ha pasado a la historia, cuando se reproducían profusamente sus trabajos en ediciones coleccionables de cuentos clásicos.

### **1.9.2.3. Ilustraciones Adultos**

Desde el punto de vista del mensaje (el qué comunica), o la época en la que tiene cabida. El puro hecho de trasladar la investigación en uno de estos puntos abre docenas de caminos para la recopilar información.

Este tipo de ilustración dirigido a este grupo de lectores sintetiza el contenido de una forma más seria por así llamarlo y enfocarnos a parámetros como la forma, color, espacio, etc.

Pero hoy en día no podemos encerrarnos sólo en esa idea. Técnicas ilustrativas como cómic o manga, demuestran desde hace muchos años, que la técnica basada en esos principios no definen a un público infantil. Va mucho más allá de aspectos visuales. Una ilustración aparentemente infantil puede ser dirigida a un público adulto, sólo basta ver Los Simpsons, South Park, y cientos de ánimes japoneses.

## **1.9.3. Técnicas de Ilustración**

### **1.9.3.1. Lápiz de color**

Para emplear la técnica de la ilustración de lápices de color, primero debemos tener bien aprendidas las bases, aquellos pilares del dibujo que crearan la esencia de nuestra composición.

Para aplicar esta técnica debemos tener en claro varios factores como la luz y la

-Composición, este apartado resulta en la distribución estética y conveniente de los elementos plasmados en un formato.

Una vez revisados estos elementos procedemos con la técnica, que se reduce a los diferentes tipos de saturación, el degradado y el difuminado.

### ***1.9.3.2. Carboncillo***

La técnica del Carboncillo, es utilizada para esbozar un dibujo, razón por la cual es utilizada principalmente para hacer bocetos; se puede borrar con goma o con un trapo limpio según el caso y la intensidad con la que se pinto. Se utiliza con todo tipo de papeles texturados, de colores, pero este no se adapta a las superficies brillantes.

Los procedimientos para dibujar con carboncillo pueden combinarse con tizas y lápices de color pastel que desee añadir a la composición o trabajo, sin embargo esta técnica debe manejarse con cuidado y delicadeza, ya que al hacer contacto con los dedos u otro material puede dañarse provocando manchas y perder la nitidez.

En la actualidad esta técnica del carboncillo se sigue usando en las escuelas de bellas artes, que se usa en complemento con lápices de carbón, sanguinas, etc. que dan como resultado trabajos de excelente calidad.

### ***1.9.3.3. Acuarela***

Esta técnica que puede ser usada tanto en papel como en cartulina, es usada desde la era prehistórica muestra de ello son las pinturas encontradas en las cuevas de Lascaux-Francia, y los papiros del antiguo Egipto.

Una característica principal de los trabajos en acuarela es la transparencia que

La *témpera* es un tipo de pintura preparada con base de goma arábiga, esta al ser combinada con el agua ayuda a pintar con gran nitidez los contornos y los detalles. Además los colores resultan muy vivos y tienen un acabado diferente a otros pigmentos.

La *témpera* es adecuada para dibujos, efectos de trazo seco, empastes de colores, cabe mencionar que la *témpera* fue utilizada por artistas en el siglo XVII.

### 1.9.3.5. *Digital*

Una de las técnicas más usadas en la actualidad es la digital, en razón de existir en el mercado diferentes tipos de software. Los programas de gráficos complementan las técnicas clásicas: podemos empezar un trabajo en forma de boceto a lápiz o tinta, o cualquier técnica convencional, y acabarlo en el computador. También es posible proceder al revés: escanear una pintura o imagen y aplicar toda una serie de filtros en el computador.

El computador revoluciona la forma en que se llevan a cabo determinadas tareas; cosas laboriosas se convierten en tareas muy simples y rápidas.

- Copiar una imagen, entera o en parte, es muy sencillo. El original deja de tener sentido como tal una vez se ha digitalizado. Las copias son exactamente equivalentes al original.
- Es muy fácil aplicar variaciones de color y filtros que alteran significativamente la imagen, para hallar el efecto más adecuado sin destruir el "original" y en poco tiempo.
- Los trazados geométricos no resultan difíciles: son la simplicidad misma.
- Los efectos fotográficos o visuales se aplican instantáneamente y de forma

Cuando se emplean diversas técnicas en un mismo soporte. El collage, por ejemplo, es una técnica artística (no pictórica por no ser pintada), se convierte en una técnica mixta cuando tiene intervenciones con gouache, óleo o tinta, o a su vez podemos utilizar dos o más técnicas arriba mencionadas, dependiendo del resultado que deseemos obtener.

## **1.9.4. Creatividad**

### **1.9.4.1. Definiciones**

#### ***Análisis etimológico***

No se podría hablar de Creación divina sin un hombre que le da el nombre. El ser humano cuando crea, recrea, es decir, combina de manera nueva y original materiales, ideas, símbolos, colores, formas, sonidos, movimientos, conformando de este modo productos y significados que antes no existían.

La creatividad, denominada también inventiva, pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente, pensamiento creativo, es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

**1.** Es la actitud y la aptitud para generar por un proceso creador nuevas ideas, para descubrir nuevos significados para inventar nuevos productos, nuevos servicios, para encontrar nuevas conexiones ya sea en el nivel individual o en el social

**2.** Es percibir, idear y expresar lo nuevo y significativo

**3.** Es el proceso que otorga a la persona que genera un nuevo producto en un

4. Es decirte adios a lo seguro-conocido, iniciar un viaje-aventura a la región de lo aún no existente.

“La creatividad es una disposición hacia la originalidad” (FRANK BARRON)

#### **1.9.4.2. Técnicas**

*La lluvia de ideas o Brainstorming*

*Seis sombreros para pensar*

*Asociación Forzada*

*Creates*

*Perceptisght*

*Mindmapping*

*Sinectica*

#### **1.9.5. Tendencias de la Creatividad**

En el campo de estudio de la creatividad, G. Aldana 1991, plantea la síntesis de tres generaciones de la creatividad:

##### **1.9.5.1. La Primera Generación**

También denominada, La Generación del Pensamiento Creativo, la que se ocupa por explorar los caminos de la mente, del pensamiento, y los procesos de acercamiento a la acción de construir conocimiento y de crear.

Esta generación de la Creatividad, trasciende el hecho instrumental, y se inscribe en la dimensión de la significación, avizorando la creatividad como una forma de ser, como estilo de vida, como vivencia y búsqueda de sentido, es la generación del vivir creativo.

### **1.9.6. Creatividad Aplicada Al Diseño Gráfico**

El trabajo de un diseñador gráfico, muchas veces, es evaluado en función de lo que se denomina su propia creatividad. Sin embargo, aplicar dicha regla con rigor y al cien por ciento no sólo tiende a limitar el propio campo de acción del profesional sino a generar una serie de suposiciones sobre las cuales su trabajo, propiamente, es mal evaluado o no corresponde a estándares de aplicación general.

La propuesta de diseño entonces abarca otras dimensiones que no se circunscriben terminantemente a lo que una u otra persona pueda calificar como algo creativo. Ampliando así los alcances de la misma profesión.

La creatividad es algo sumamente complejo, subjetivo y puntual, si es que se concibe desde una óptica artística, inspiradora y pocas veces funcional. En cambio, desde un enfoque operativo, adquiere tintes que permiten involucrar tanto al diseñador gráfico como a su propuesta creativa a una dinámica generadora de conceptos, evolutiva y que resuena en los campos de la comunicación humana, la mercadotecnia y la publicidad.

De lo particular a lo general, la Creatividad busca enfrentar al diseñador gráfico a una serie de problemas que estimulen su creatividad, comprensión y practicidad al momento de generar su producto.

tal nuevo que reconozca la creatividad como una facultad propia de todos los seres humanos. La generación de nuevas ideas y su aplicación en el ámbito de nuestras actividades es lo que permite establecer un común denominador a nivel general, de tal modo que cualquier persona es capaz de incrementar su potencial creativo.

### ***1.9.6.1. Campo de acción***

La evolución del ser humano se refleja en lo poco que aún sabemos acerca de su mente. De los constructos, los procesos y las funciones que se llevan a cabo en ella, tales como la inteligencia, el pensamiento divergente y la originalidad, capacidades que común y erróneamente calificamos bajo el término de creatividad.

En efecto, la creatividad es algo tan complejo o aún más que la propia inteligencia del hombre. Los psicólogos han propuesto diversas teorías para poder comprenderla, sin embargo, no han logrado avanzar más allá de sus rasgos operativos, en tanto que la creatividad es una función inherente al ser humano, a su conducta y por ende a su propia individualidad. De esta manera, la creatividad no puede medirse estrictamente bajo los cánones de un sistema determinista ya que suele variar de persona a persona.

A lo largo del tiempo, ha habido quienes se han aventurado por el camino de equiparar el concepto de creatividad con algunos otros tales como genialidad, originalidad, productividad, inventiva, descubrimiento, fantasía e imaginación, los que difícilmente pueden llegar a totalizar esta capacidad del hombre y sin embargo, forman parte de ella.

Estudios recientes acotan que quizá aún no nos sea posible identificar la creatividad por sí misma, pero sí podemos identificarla a partir de sus productos, tal como reconoceríamos un árbol en función de sus frutos. En este sentido, el

Desde un punto de vista operativo, la creatividad es una capacidad sumamente compleja del ser humano, pero bien valdría la pena considerarla también como una cualidad, ya que todas las personas son capaces de expresar ideas nuevas, añadiendo así valor tanto a su vida como a la de los demás.

La función o expresión creativa de una persona muchas veces se encuentra acotada por la manera en que ésta aprende a socializar, así como por los sentimientos de angustia, confusión y frustración que suelen acompañar al proceso creativo, y que no siempre sabe cómo encauzar. Aunque no lo parezca, este tipo de sentimientos contribuye a estimular la creatividad de una persona de manera muy exitosa.

Hace tiempo, la gente solía afirmar que las ideas nuevas provienen de las combinaciones hechas con otras ya existentes, lo que operativamente no es erróneo.

### **1.9.6.3. Medio Social y Creatividad**

La creatividad es una capacidad característica de todas las personas, ordenada y previsible, que les permite poner en marcha una serie de experiencias previas y nuevas en la solución de conflictos. Aspecto que es cien por ciento aplicable al ámbito del diseño.

También es necesario distinguir cuál es la verdadera función del diseñador gráfico dentro de la sociedad de hoy, tras una larga evolución que esclarece que el diseño es una herramienta de comunicación más que una intención inspiradora, no siempre creativa, y que nos permite insertar la dimensión de la profesión en el ámbito de las necesidades actuales.

conocimiento, con el objeto de encontrar nuevas aplicaciones, siempre útiles en el campo del diseño.

De igual forma, el profesional que se considere a sí mismo creativo, debe ser capaz de gestionar los recursos, los entornos y los equipos de trabajo para estimular una mayor expresión creativa, en tanto que los procesos generadores son universales y en aras de una productividad cada vez más conveniente y rentable.

Finalmente, el creativo profesional debe ser un receptor abierto a la realimentación y al reconocimiento tanto de sí mismo como del resto de las personas, procurando así una mayor generación de ideas nuevas.

## **CAPITULO II**

### **METODOLOGÍA.**

#### **2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.**

##### **2.1. Tipo de Investigación**

Elegir el tipo de estudio que se va a realizar, contribuye a la formulación de las estrategias de la investigación. Según Dankhe (1986, pág. 58) adopta la clasificación del tipo de investigación de la manera siguiente: “Exploratorios, Descriptivos, Correlacionales y Explicativos”. El diseño, los datos que se recolectarán, la manera de obtenerlos, y otros componentes del proceso investigativo difieren de acuerdo a la clasificación expuesta anteriormente.

##### **2.1.2. Investigación Exploratoria**

Según Dankhe (1986, pág. 412) los estudios exploratorios “por lo general determinan tendencias, identifican relaciones potenciales entre variables y

Existiendo una multitud de temas que se relacionan con la investigación propuesta, al explorar las circunstancias o percepción de los estudiantes de la carrera de diseño gráfico, se encontrará realidades diferentes.

### **2.1.3. Investigación Descriptiva**

HERNÁNDEZ Roberto (1998, pág. 60) menciona: “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”.

Se describirá lo que se observa – investiga, midiendo variables que permitirán la formulación de herramientas como un manual.

### **2.2. Nivel de la Investigación**

Esta investigación se basará en la observación de hechos que se presentan de acuerdo al desempeño propio de las actividades académicas de los estudiantes de diseño gráfico, es por esto que el diseño de la investigación será no experimental.

Como señala Kerlinger (1979, pág. 116) “La investigación no experimental o ex post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos a las condiciones”.

Esta metodología se utilizará, puesto que, al tratarse de identificar aspectos relevantes a la actividad académica y el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes de la carrera de diseño gráfico que sirvan de soporte para formular un manual de aplicación para maximizar el rendimiento académico, no se construirá ninguna situación especial, más bien se observará situaciones ya existentes que no fueron provocadas intencionalmente para que sucedan. Es decir una investigación de campo.

La I congresión egreivo de la investigación planteada comprende los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica de Cotopaxi, tomado en cuenta a todos los niveles durante el semestre Octubre-2008 / Marzo-2009.

El cuadro que se presenta a continuación muestra el registro de la población de estudio durante el periodo mencionado, con los siguientes datos:

NÚMERO DE ALUMNOS DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO PERÍODO ACADÉMICO Octubre-2008 / Marzo-2009		
NIVEL	PARALELO	No ALUMNOS
BÁSICO COMÚN	A	50
	B	50
	C	51
PRIMERO	A	29
	B	29
SEGUNDO	A	28
	B	21
TERCERO	A	22
	B	16
CUARTO	A	15
	B	16
QUINTO	NO HAY	0
SEXTO	A	13
SÉPTIMO	NO HAY	0
OCTAVO	A	30
NOVENO	A	19
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>

*Fuente: UTC.edu.ec/nominas*

*Elaborado por: El autor*

Para objeto de esta investigación, se considera dividir al universo en estratos o grupos que a consideración del investigador representan homogeneidad.

El tamaño de la muestra se calculará en base a la siguiente fórmula:

Error  $\pm$  5%, Nivel de confianza 95%

$$n = \frac{N}{E^2 (N-1) + 1}$$

n = tamaño de la muestra  
N = población (389) estudiantes  
E = error de muestreo (5%) = 0.05

389

$$n = \frac{389}{0.0025 (388) + 1}$$

389

$$n = \frac{389}{1.97}$$

<b>n = 197</b>
----------------

#### 2.4. Operacionalización de variables.

- Variable independiente: ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CREATIVIDAD COMO ELEMENTO FÍSICO.
- Variable dependiente: APLIQUEN COMO GUÍA EN ESTA DISCIPLINA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.
- Término de concordancia: APLIQUEN

#### 2.5. Plan de Recolección de la Información

La propuesta técnica para el diagnóstico queda estructurada con los siguientes componentes:

Programa: Diagnóstico

Alcance: Se limita el diagnóstico a la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas específicamente a la Carrera de Diseño Gráfico.

identificar aspectos sobre la creatividad aplicada al diseño gráfico.

**Justificación:** Obtener datos que permitan dar cuenta de la situación actual del desarrollo creativo en las actividades académicas de los distintos cursos de la carrera de Diseño Gráfico.

**Acciones:**

- Formalizar la aplicación de una encuesta.
- Establecer los mecanismos de coordinación para su ejecución.
- Consolidar los avances en cada etapa de aplicación de la metodología.
- Derivar observaciones y recomendaciones específicas para cada función del proceso y elemento bajo revisión.
- Proponer estrategias que permitan a futuro su implementación y seguimiento.

**Recursos:** Integración de un equipo de trabajo y definición de los requerimientos materiales y tecnológicos necesarios.

**Costo:** No es considerado.

**Resultados esperados:**

- Identificar las necesidades de los estudiantes en cuanto a mejorar sus conocimientos en materia de creatividad.
- Dotar de la información idónea para proponer la mejora.
- Sentar las bases para su crecimiento sostenido a corto y mediano plazo.

**Información complementaria:** Recopilación de todo el material bibliográfico

## 2.6. Plan de Procesamiento de la Información

La propuesta se presentó al señor asesor de tesis, quien, a petición del investigador, acompañó para socializar, en cada curso de la carrera de Diseño Gráfico, la decisión de realizar la investigación así como en primera instancia un diagnóstico inicial y el requerimiento de la designación de un responsable de cada curso para coordinar las actividades a realizar.

Se emprendió una campaña a través de pláticas y reuniones en todos los niveles de la carrera de Diseño Gráfico. Esta técnica (entrevista grupal) seleccionó específicamente a todos los alumnos y profesores de esta carrera para ser entrevistados como grupo, centrándose en temas de aspectos críticos de la creatividad aplicada al diseño gráfico.

La información analizada durante la planeación, permitió la consecución de un diagnóstico preliminar, donde quedan confirmados los objetivos generales y particulares, el universo a examinar y las acciones a seguir.

De esta forma se continuaron los trabajos de la investigación, ampliando la investigación documental-bibliográfica y la observación directa, técnicas que permitieron precisar los requerimientos para el uso de los demás instrumentos de captación de la información como los formularios propuestos.

Se planteó un cuestionario que permite recoger mayor cantidad de información de mayor cantidad de gente y de una manera más confiable; y pudiendo realizar un análisis estadístico que permitirá conocer en magnitud los resultados.

Para la realización de investigación, la metodología que permitió la consecución

## 2.7. Análisis e Interpretación de los resultados

El procesamiento de la información se realizó con la tabulación de los resultados obtenidos de acuerdo a lo planificado, los mismos que fueron considerados en el periodo académico Octubre-2008 hasta Marzo-2009, con los datos del análisis de la información de acuerdo a los siguientes parámetros:

- Determinar si la información disponible es suficiente para la etapa de revisión general.
- Toma de datos a través de la encuesta
- Registro de la información obtenida
- Informe del diagnóstico

La encuesta fue realizada a 197 estudiantes, en el periodo académico arriba mencionado y una vez analizados los datos se obtuvo los siguientes resultados:

*I.- ¿Usted había escuchado sobre la creatividad?*

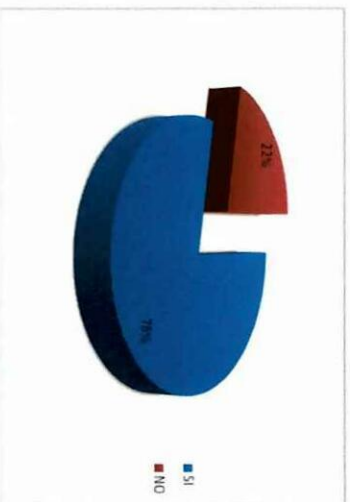
**TABLA No. 2.1 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VÁLIDO SI	154	78,2
NO	43	21,8
Total	197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor*

**GRÁFICO No. 2.1 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 154 estudiantes respondieron que sí, equivalente al 78.2% y 43 estudiantes respondieron que no el equivalente al

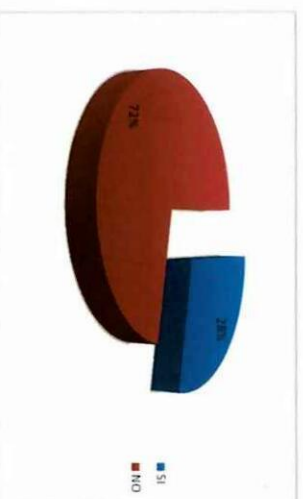
**TABLA No. 2.2 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VÁLIDO	SI	56	72
	NO	141	28
Total		197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño grafico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor*

**GRÁFICO No. 2.2 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 56 estudiantes respondieron que sí, equivalente al 28% y 141 estudiantes respondieron que no el equivalente al 72%. Estos datos determinan que la mayoría de estudiantes no han recibido clases de creatividad.

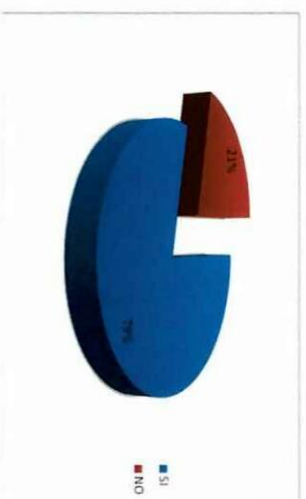
**TABLA No. 2.3 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VÁLIDO	SI	155	79
	NO	42	21
Total		197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor*

**GRÁFICO No. 2.3 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 155 estudiantes respondieron que si, equivalente al 79% y 42 estudiantes respondieron que no el equivalente al 21%. Estos datos determinan que la mayoría de estudiantes creen necesario un manual de creatividad, lo que es necesario incluir el manual como guía de ayuda.

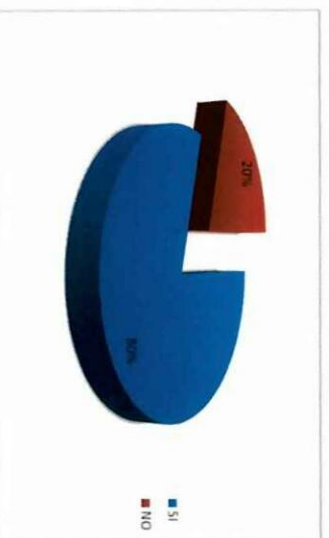
**TABLA No. 2.4 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VÁLIDO	SI	157	80
	NO	40	20
Total		197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor*

**GRÁFICO No. 2.4 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 157 estudiantes respondieron que si, equivalente al 80% y 40 estudiantes respondieron que no el equivalente al 20%. Estos datos determinan que la mayoría de estudiantes si han escuchado este término y deduce la factibilidad de elaborar este manual.

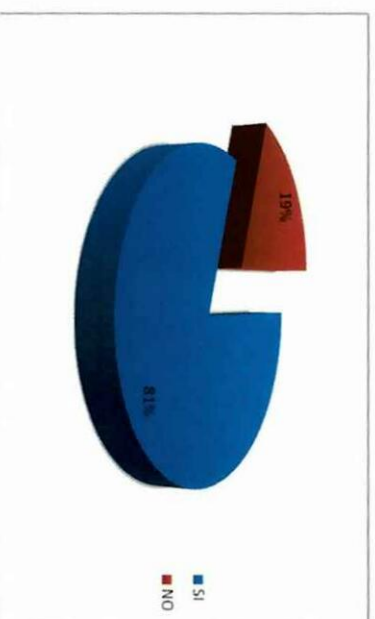
**TABLA No. 2.5 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VÁLIDO		
SI	159	81
NO	38	19
Total	197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor*

**GRÁFICO No. 2.5 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 159 estudiantes respondieron que si, equivalente al 81% y 38 estudiantes respondieron que no el equivalente al 19%. Estos datos determinan que la mayoría de estudiantes si han elaborado estrategias y tendrían el manual como apoyo para mejorar su aprendizaje.

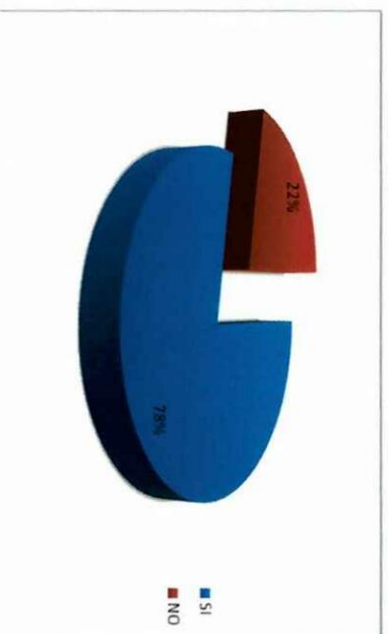
**TABLA No. 2.6 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VÁLIDO	SI	154	78
	NO	43	22
Total		197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor*

**GRÁFICO No. 2.6 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 154 estudiantes respondieron que si, equivalente al 78% y 43 estudiantes respondieron que no el equivalente al 22%. Estos datos determinan que la mayoría de estudiantes si tienen conocimiento de las instrucciones creativas.

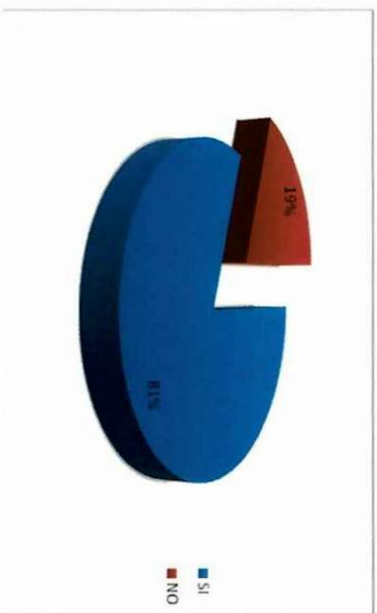
**TABLA No. 2.7 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VÁLIDO	SI	160	81
	NO	37	19
	Total	197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor*

**GRÁFICO No. 2.7 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 160 estudiantes respondieron que si, equivalente al 81% y 37 estudiantes respondieron que no el equivalente al 19%.

Estos datos determinan que la mayoría de estudiantes si tienen conocimiento de las definiciones creativas y se puede ofrecer el manual como guía.

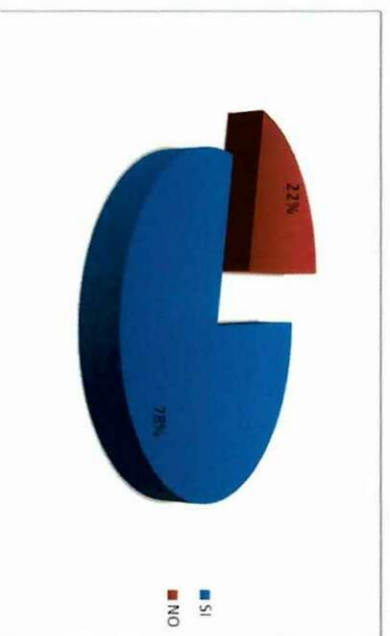
**TABLA No. 2.8 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

		FRECUENCIA	PORCENTAJE
VALIDO	SI	153	78
	NO	44	22
Total		197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor*

**GRÁFICO No. 2.8 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 153 estudiantes respondieron que si, equivalente al 78% y 44 estudiantes respondieron que no el equivalente al 22%.

Estos datos determinan que la mayoría de estudiantes si tienen conocimiento de las técnicas creativas y se puede ofrecer el manual como guía.

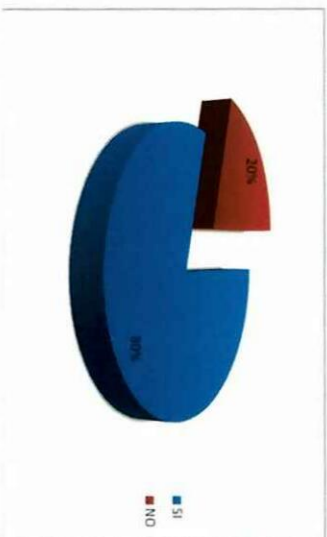
**TABLA No. 2.9 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VÁLIDO		
SI	157	80
NO	40	20
Total	197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor*

**GRÁFICO No. 2.9 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 157 estudiantes respondieron que sí, equivalente al 80% y 40 estudiantes respondieron que no el equivalente al 20%.

Estos datos determinan que la mayoría de estudiantes si conocen el trabajo de un diseñador, por lo tanto sería de gran utilidad el manual como guía.

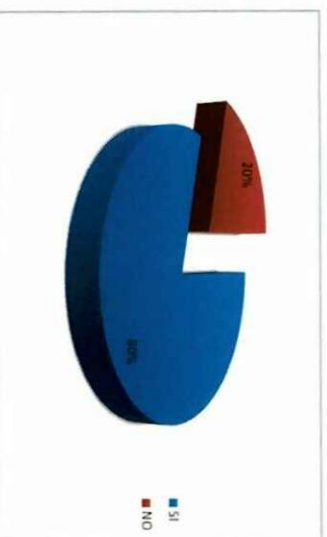
**TABLA No. 2.10 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VÁLIDO		
SI	157	80
NO	40	20
Total	197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor*

**GRÁFICO No. 2.10 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 157 estudiantes respondieron que si, equivalente al 80% y 40 estudiantes respondieron que no el equivalente al 20%. Estos datos determinan que la mayoría de estudiantes si conocen el trabajo de un diseñador, por lo tanto sería de gran utilidad el manual como guía.

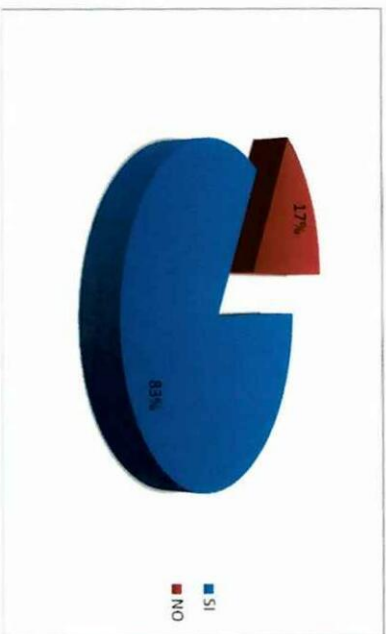
**TABLA No. 2.11 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VÁLIDO SI	164	83
NO	33	17
Total	197	100,0

*Fuente: Encuesta aplicada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la UTC.*

*Elaborado por: El autor.*

**GRÁFICO No. 2.11 PREGUNTA DE LA ENCUESTA**



*Elaborado por: El autor.*

## **INTERPRETACIÓN**

El gráfico contiene los datos de la encuesta realizada a 197 estudiantes de la carrera de diseño gráfico, de los cuales 164 estudiantes respondieron que si, equivalente al 83% y 33 estudiantes respondieron que no el equivalente al 17%. Estos datos determinan que la mayoría de estudiantes si conocen el trabajo de un

La hipótesis que se debe comprobar en la presente investigación es el siguiente:

*¿La elaboración de un manual de creatividad como elemento físico, servirá como guía a los estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Técnica de Cotopaxi?*

Para la debida verificación se considera las tablas citadas anteriormente con los resultados de los 197 estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica de Cotopaxi, las cuales permitieron comprobar la hipótesis formulada y la factibilidad de la realización del presente proyecto.

### **2.9.1. Análisis**

Con los resultados de los porcentajes obtenidos en cada pregunta formulada a los estudiantes, se puede deducir que la gran mayoría de estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico Computarizado desean tener una guía para la materia de creatividad.

Con la encuesta realizada, también se pudo comprobar que los estudiantes desconocen de la materia de creatividad, en vista de ser recientemente incorporada en el pensum de estudios en la Universidad Técnica de Cotopaxi, así mismo los estudiantes que tienen conocimiento de la asignatura tienen interés de profundizar sus conocimientos y esto solo es posible con la incorporación de la propuesta del manual de creatividad.

Del total de los encuestados 2 personas de edades comprendidas entre 18 a 25 años pertenecen al género femenino, cursan niveles entre el básico común y el 6to

## CAPITULO III

### 3. TEMA:

**“ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CREATIVIDAD COMO ELEMENTO FÍSICO, PARA QUE APLIQUEN COMO GUÍA EN ESTA DISCIPLINA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO COMPUTARIZADO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**

### 3.1. **Presentación.**

La Creatividad es un elemento muy importante en la vida de cada persona aquellos que cuentan con este recurso obtendrán soluciones rápidas en poco tiempo, tanto en su vida personal, como en sus labores diarias.

La creatividad es un proceso que ayuda a mejorar inteligencia, es una cualidad innata que todas las personas la poseen pero algunas la desarrollan más que otras, es la capacidad de inventar cosas, de resolver de manera original las mismas, buscar varias soluciones para un mismo problema.

Podemos afirmar, sin miedo a equivocarnos, que una educación creativa es una educación *desarrolladora y autorrealizadora*, en la cual no solamente resulta

sean.

El objetivo de este manual es proporcionar una herramienta a los alumnos de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi, para desarrollar y estimular la creatividad a través del uso de técnicas aumentar su capacidad creativa, en este manual se describe paso a paso como se debe llevar a cabo las diferentes técnicas y como aplicarlas, esto les servirá mucho en su vida diaria debido a que la misma es esencial y el pilar fundamental en dicha carrera.

La creatividad es una capacidad que se relaciona mucho con las carreras de Arquitectura, Arte y Diseño debido a que en ellas se crea, construye y se da soluciones nuevas a los problemas que surgen en el camino.

### **3.2. Justificación.**

La creatividad viene dada con el hombre, es el apasionamiento irresistible por llegar a realizar algo, y la recompensa es la satisfacción, una herramienta básica para incrementar esta capacidad es saciar la sed de la curiosidad.

En el sistema educativo de nuestro país la creatividad es algo que está relegado, algo a lo que no se da mayor importancia siendo que esto ayudaría a desarrollar la inteligencia de los niños, niñas, adolescentes y les ayudaría a ser unas personas más prácticas en todo sentido.

Por esto se propuso realizar un manual de creatividad para los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica de Cotopaxi debido a que es una carrera netamente enfocada en la creación de nuevas propuestas tanto en el

autenticidad, el principal enemigo es la imitación. El mayor exponente de la creatividad es la naturaleza en ella podemos encontrar cosas impensables, imaginable pero en ella existe y ella puede ser una de las principales fuentes de inspiración y sirve para el deleite de aquellos que aprecian la originalidad.

### **3.3. Objetivos.**

#### ***3.3.1. Objetivo general:***

- ❖ Elaborar un manual de creatividad como elemento físico, para que apliquen como guía en esta disciplina los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

#### ***3.3.2. Objetivos específicos:***

- ❖ Compilar información sobre las diferentes técnicas de creatividad, para realizar un manual práctico, para el uso de los estudiantes.
- ❖ Determinar las técnicas de creatividad más utilizadas para realizar el manual.
- ❖ Diseñar un manual de técnicas de creatividad, como medio de consulta y aplicación para los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado.

### **3.4. Ubicación sectorial y física para la propuesta.**

Para este sondeo se tomó en cuenta a los estudiantes de la Carrera de Diseño

Por el sondeo realizado la propuesta tiene las condiciones necesarias para crear un manual de técnicas de creatividad.

### **3.5. Características del manual de creatividad.**

El manual será una fuente de apoyo para los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado, los mismos que podrán basarse en este manual para aumentar su capacidad creadora y mejorar sus propuestas.

Las técnicas que se ha escogido para la elaboración de este manual son las más sencillas y de fácil aplicación para que los jóvenes puedan utilizar en el menor tiempo posible en el aula.

#### **3.5.1. Tamaño y formato.**

El primer punto a considerarse en todo diseño editorial es el tamaño y formato en el cual se va a realizar el periódico, revista, libro, o en este caso el manual.

El tamaño elegido para este diseño es el formato A5 de 21 \* 14,8 cm, el mismo ha sido elegido considerando que el manual será un elemento que los estudiantes lo utilizaran a diario y constantemente por lo tanto siempre lo tendrán en la mano como elemento de apoyo para sus clases. Es decir que tiene que ser un elemento de fácil manipulación.

#### **3.5.2. Elección del papel.**

Para elegir el tipo de papel en el cual va a ser impreso tomamos en cuenta la

200 gramos.

### ***3.5.2.1. Público objetivo.***

El grupo objetivo del Manual de creatividad son los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

### ***3.5.2.2. Materiales de Impresión.***

En la portada y contraportada se utilizará cartón gris forrado con la impresión en adhesivo para tener un material que sea apto para mucha manipulación por parte de los estudiantes debido a que siempre que lo necesiten va a estar a la mano y debe ser un material altamente resistente por este motivo se necesita que sea grueso y que tolere mucha manipulación a demás debe cumplir con proteger el contenido del manual.

Para las páginas internas del libro se utilizará couché de 200 gramos; este tipo de papel ayudará a que el libro tenga una superficie suave, brillante y lisa en las dos caras libre de pelusas con una superficie más compacta y con mejores propiedades de reflexión a la luz que ayudará a que las personas que lean el manual tengan una mejor visibilidad de todo su contenido.

## **3.6. Desarrollo de la propuesta de diseño.**

### ***3.6.1. Diseño de las ilustraciones.***

Lectura rápida de la información

Lectura minuciosa de la información para la interpretación de la misma.

Bocetaje a lápiz

Bocetaje a limpio

Digitalización de las ilustraciones

Pintura de las ilustraciones a través del software Photoshop

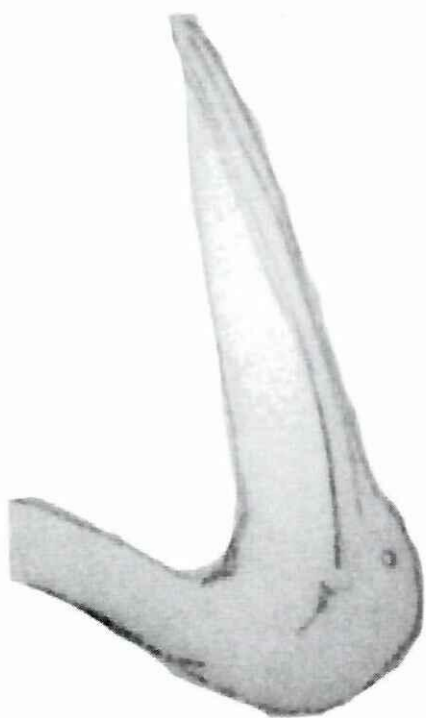
Este proceso se dio en todas las ilustraciones que conforman el manual debido a que las mismas deben cumplir todos estos pasos para que sea lograda de una manera adecuada.

El proceso de interpretación de la información es muy importante debido a que de el mismo dependerá el éxito o fracaso de la ilustración porque si no es bien interpretada no podrá transmitir de manera adecuada el mensaje.

El proceso de bocetaje es donde la interpretación se plasma en el papel a manera de un rayado rápido, son bosquejos que se vienen a la mente del autor. Después de esto la mejor idea se pasará a limpio con rapidógrafo negro a mano, de esta manera se dará la digitalización de las imágenes a través de fotografías en el caso del manual de creatividad, también se puede digitalizar a través del escáner.

Cuando la imagen ya ha sido pasada al computador a través de la digitalización se procederá con el programa Photoshop a la pintura digital, en la actualidad la pintura digital es el medio más utilizado para la ilustración debido a su versatilidad, su posibilidad de corrección tanto del dibujo como del color y la

**FIGURA No 3.1 PELICANO**



*Fuente: El autor*

*Elaborado por: El autor*

**FIGURA No 3.2 AVION CONCORDE**





*Fuente: El autor*  
*Elaborado por: El autor*

**FIGURA No. 3.4 EMPATÍA**



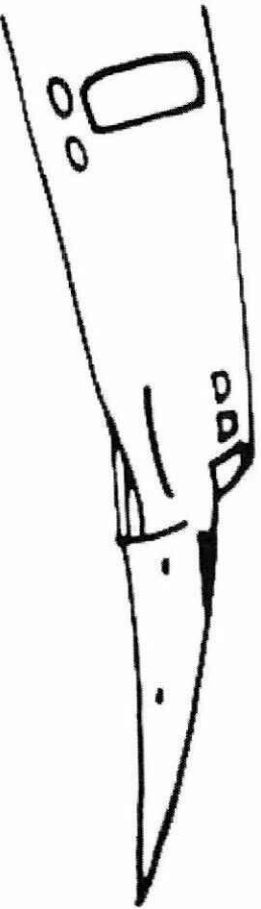
FIGURA No. 3.5 PELICANO



*Fuente: El autor*

*Elaborado por: El autor*

FIGURA No. 3.6 AVION CONCORDE

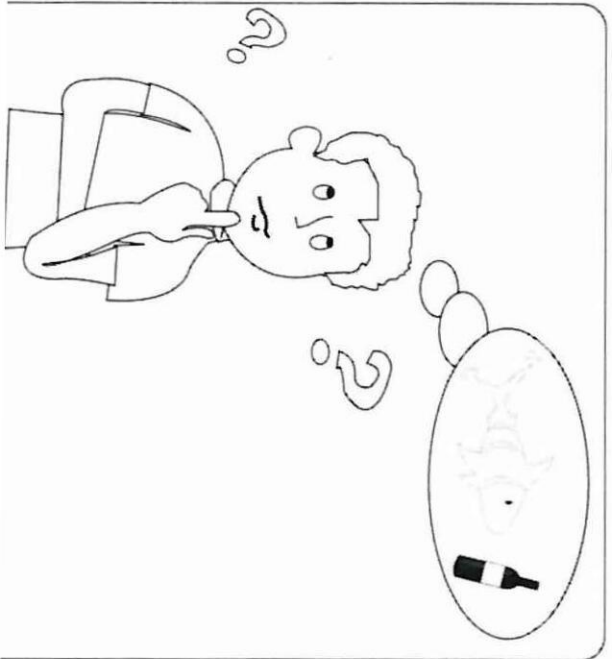




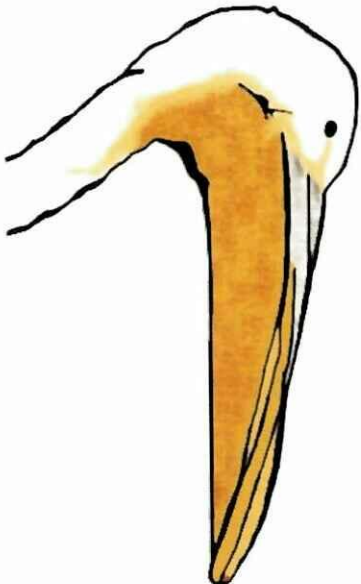
*Fuente: El autor*

*Elaborado por: El autor*

**FIGURA N° 3.8 EMPATÍA**



**FIGURA No. 3.9 PELICANO**



*Fuente: El autor*

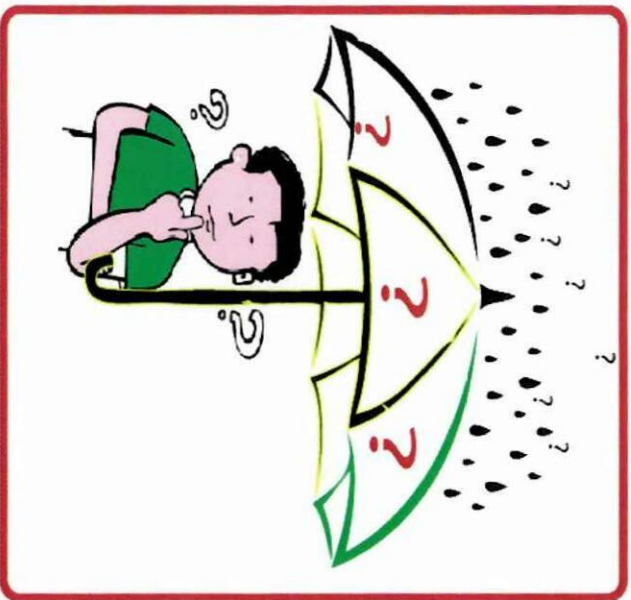
*Elaborado por: El autor*

**FIGURA No. 3.10 CONCORDE**



*Fuente: El autor*

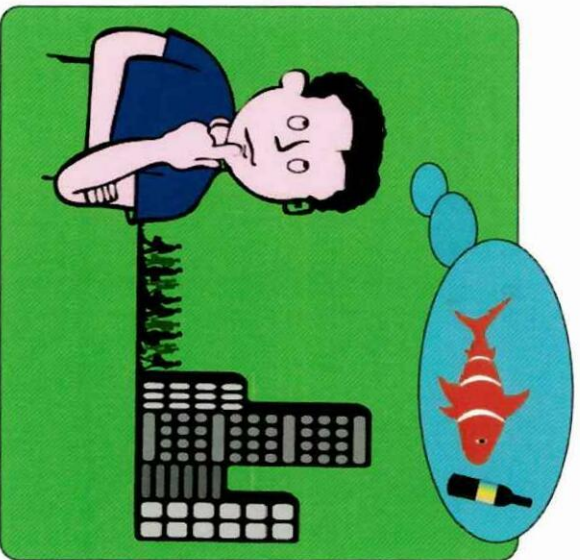
*Elaborado por: El autor*



Fuente: El autor

Elaborado por: El autor

FIGURA No. 3.12 EMPATÍA



Fuente: El autor

Elaborado por: El autor

- a. **Boceto burdo**: es un boceto rápido con casi nada de detalle pero con la idea.

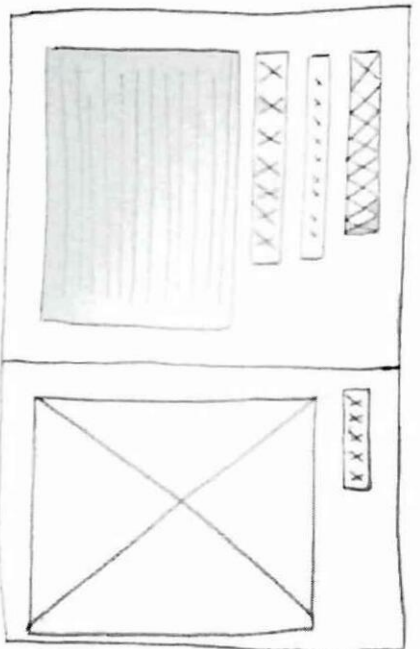


FIGURA No. 3.13

*Fuente: El autor*

*Elaborado por: El autor*

- b. **Boceto semiterminado**: Es un dibujo con poco más de detalle pero siempre manteniendo la idea principal.

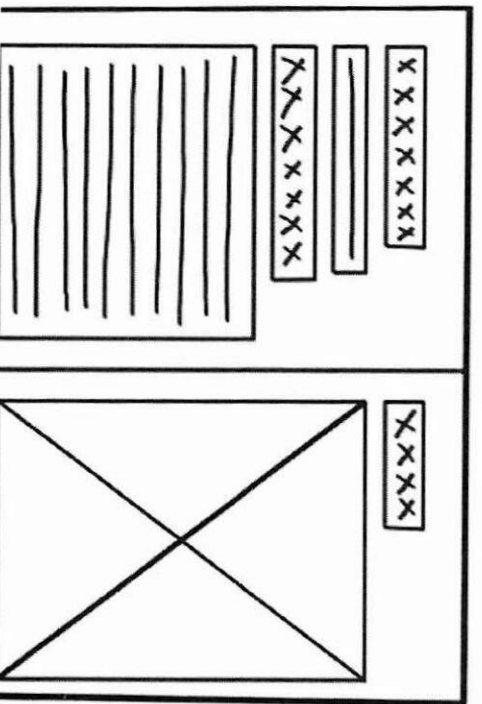
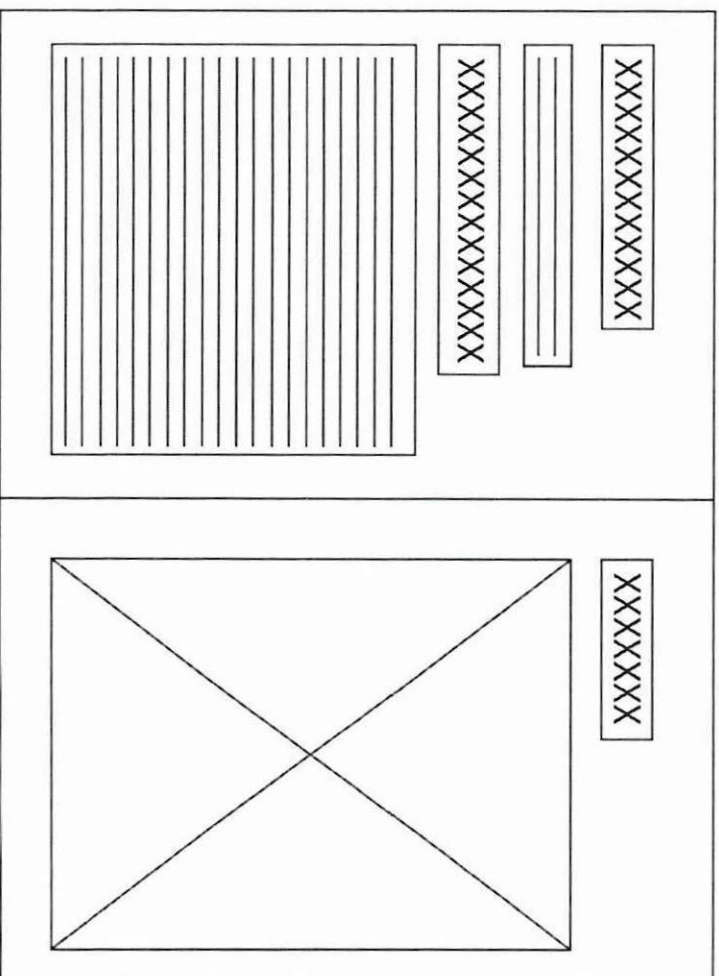


FIGURA No. 3.14

FIGURA N° 3.15

RETÍCULA SENCILLA



*Fuente: El autor*  
*Elaborado por: El autor*

**3.7.4. Justificación De La Retícula**

La retícula se diseño en base a la cantidad de información recolectada sobre las técnicas de creatividad, como los textos de las técnicas no eran muy extensos entonces se vio que la retícula más adecuada para el diseño editorial del manual

columna en la retícula de esa hoja, en caso que el texto sea extenso se utilizará el lado derecho para una corta columna que complete la información.

Margen superior: 1,5 cm.

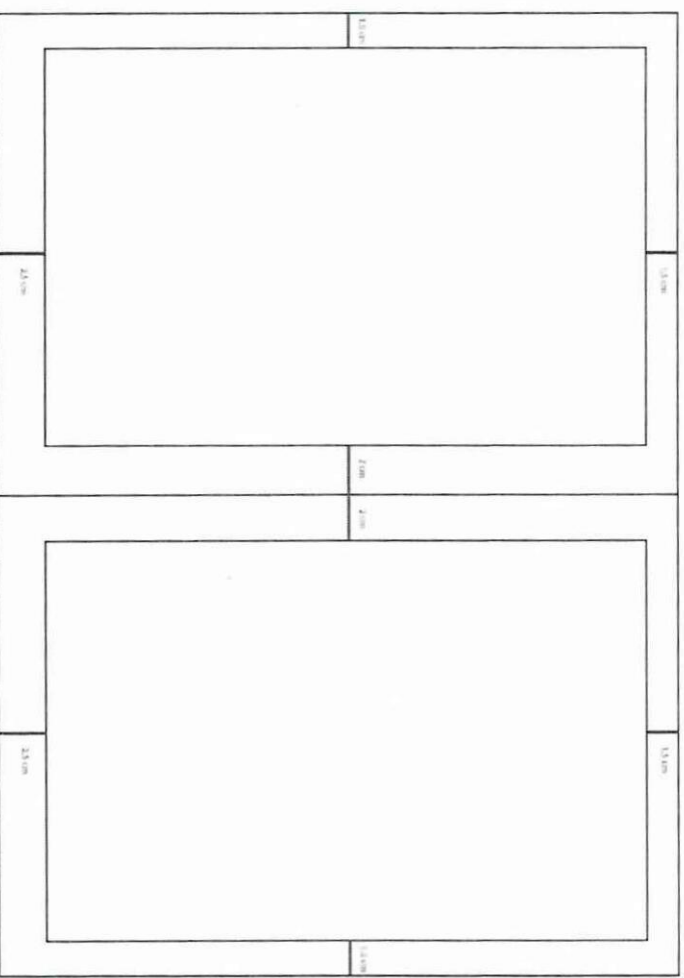
Margen interno o medianil: 2 cm.

Margen inferior: 2,5 cm

Margen exterior: 1,5 cm

**FIGURA No 3.16**

**MÁRGENES**



Diagramar, organizar, distribuir son sinónimos de la distribución adecuada de los espacios en el diseño editorial, estos espacios deberán estar distribuidos de acuerdo a los pesos visuales entre texto, imágenes, ilustraciones, títulos y subtítulos, como la imaginación del diseñador lo arme.

Existe software con el cual se trabajará para realizar la diagramación de manera adecuada y son exclusivos para la maquetación de manuales, libros, revista, periódicos, etc.

Para que la diagramación del libro sea visualmente agradable se ha incluido en el diseño elementos gráficos que ayudan a visualizar y a causar contrastes visuales, por ejemplo en el título se utilizó un rectángulo de color amarillo y en el sub título se utilizó un rectángulo de color rojo haciendo que esta parte del diseño sea más llamativo y se diferencie del resto del texto cumpliendo con este objetivo.

En el texto de las técnicas de creatividad se utilizo un corchete y una llave esto dependerá de la extensión del texto para causar diferenciación.

En la página derecha se utiliza el rectángulo de color rojo para poner la palabra ejemplo causando diferenciación y notoriedad frente a la ilustración ya que la misma causa impacto visual entonces para que el otro elemento de la página no se pierda se utilizó este recurso.

# Biónica

Inventor

Ricardo Vanni, Doctor en Educación

## Aplicación de la Técnica

- Estudio minucioso del comportamiento de los seres vivos que interesan, concentrando la atención en sus propiedades particulares.
- Traducción o modelos de las propiedades de los seres vivos a modelos de carácter matemático, lógico, físico o simbólico.
- Desarrollo de los modelos, ensayos e intentos reproducir al máximo las funciones de los seres vivos.
- ¿Qué puedes extraer de la naturaleza para generar ideas?
- ¿Qué puedes obtener por ejemplo en un diseño para crear un nuevo avión?

1

Ejemplo

■ Elemento de la naturaleza



■ Elemento creado a partir de las herramientas de



2

Fuente: El autor  
Elaborado por: El autor

FIGURA No 3.18

# El arte de preguntar

Inventor

Alex Osborn, [especialista en creatividad y publicidad]

## Aplicación de la Técnica

- "La pregunta es la más creativa de las conductas humanas". Osborn desarrolló una serie de preguntas para el Brainstorming que puede ser aplicada en la exploración del problema.
- Este es un conjunto fundamental de preguntas que se usan para formular en el problema todos los enfoques que sean posibles y, así, abrir la perspectiva que tenemos del problema. También son útiles para la percepción de nuevos usos, aplicaciones o posibilidades de un producto o un servicio.

9

Ejemplo

- **¿Cuándo?** ¿Qué clase de? ¿Con qué?
- **¿Cuáles?** ¿En qué?
- **¿Para cuál?** ¿Qué?
- **¿Acerca de qué?** ¿Por qué?
- **¿De qué?** ¿De dónde? ¿Para qué?
- **¿Por qué causa?** ¿Hacia dónde?
- **¿Más?** ¿Para quién? ¿De quién?
- **¿En qué medida?**
- **¿Menos?** ¿No todos?
- **¿Todos?** ¿A qué distancia?
- **¿Cuánto?** ¿Otra vez? ¿Más difícil?
- **¿Para qué?** ¿Quién?
- **¿De dónde?**

10

# Analogía de formas

■ Imagen 2: Arcoiris

## Aplicación de la Técnica:

- Buscamos 2 imágenes totalmente distintas
- Relacionamos sus formas y características
- Como resultado obtenemos una imagen nueva con la combinación de las características de las dos imágenes anteriores



■ Resultado: Pelota colorida  
(Imagen que combina las características de las dos anteriores)

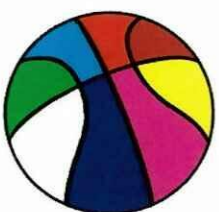
## Ejemplo:

■ Imagen 1: Pelota sencilla



3

4



*Fuente: El autor*  
*Elaborado por: El autor*

### 3.8. Elección de la Familia Tipográfica.

Podemos manifestar que una familia tipográfica es la reunión o agrupación completa de letras, números y signos, con características comunes entre todos sus componentes.

#### Tipografía principal

La tipografía que se utilizó para el diseño del manual de creatividad es la A Year Without Rain, como tipografía principal, se utilizó por sus características

estrictamente a nada es una tipografía espontánea llama la atención.

Por todas estas características la tipografía elegida se considera óptima para el grupo objetivo que se está manejando en este manual que son jóvenes comprendidos desde los 18 años hasta los 28 años en su mayoría.

FIGURA No. 3.20

**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**ABCDEFGHIJKLMN**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnpqrstu**  
**vwxyz**  
**abcdefghijklmnpqrstu**  
**vwxyz**  
**1234567890**

Como tipografía secundaria se utilizó la Century Gothic que es una tipografía de palo seco con bordes redondeados se utilizó para los textos del libro debido a que los mismos no son muy extensos en su contenido a demás causa un perfecto contraste con la tipografía principal, y genera un equilibrio visual entre estas dos tipografías.

FIGURA No 3.21

ABCDEFGHIJKLM  
MNOPQRSTUVWXYZ  
WXYZ  
abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz  
1234567890

Se puede decir que la gama cromática, es aquella escala conformada por gradaciones que realizan un paso regular de un color puro hacia el blanco o el negro, de una serie de colores fríos o cálidos y un ritmo de diversos colores.

Los colores utilizados en el diseño del libro, se eligieron en base al público objetivo que es los alumnos de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado y teniendo en cuenta la practicidad de los mismos.

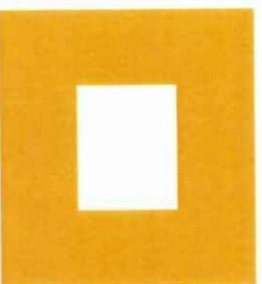
#### **Color amarillo:**

El color amarillo fue elegido para este diseño, desde el punto de vista psicológico debido a que estimula la inteligencia en las personas, denota realismo permitiendo que la identificación sea más rápida, se superpone a la forma de las cosas además; es un color que contrasta perfectamente con el color blanco hace que resalte el negro y causen diferenciación entre los colores utilizados en el fondo y el texto. Ejemplo: amarillo = color del sol.

El color amarillo connota alegría, no causa cansancio visual y es adecuado para el grupo objetivo que maneja el manual, en este caso los estudiantes.

Desde el punto de vista esquemático, este color transmite tranquilidad, atracción, suavidad y al ser combinado resalta y llama la atención.

**FIGURA No 3.22**



C: 4  
M: 41  
Y: 98  
K: 0

*Fuente: El autor*

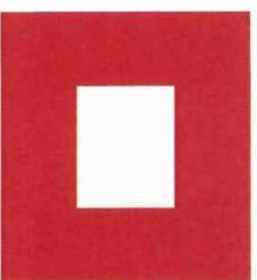
*Elaborado por: El autor*

Este color fue elegido para el presente proyecto debido a que a que es un color sumamente llamativo, **denota**, una influencia poderosa sobre el humor de los seres humanos. Ejemplo: rojo = emociones, socialle, etc.

Además es comprobado que este color rojo **connota** dinamismo, ayuda a la estimulación del cerebro que es el objetivo de este manual ayudar a estimular la creatividad en los estudiantes.

**Esquemáticamente** es una buena contraposición a los colores neutros ya que el rojo les da vida, tiene versatilidad para fusionarse con cualquier color y es apreciable tanto para el género masculino y femenino.

**FIGURA No 3.23**



C: 0  
M: 97  
Y: 96  
K: 0

*Fuente: El autor*

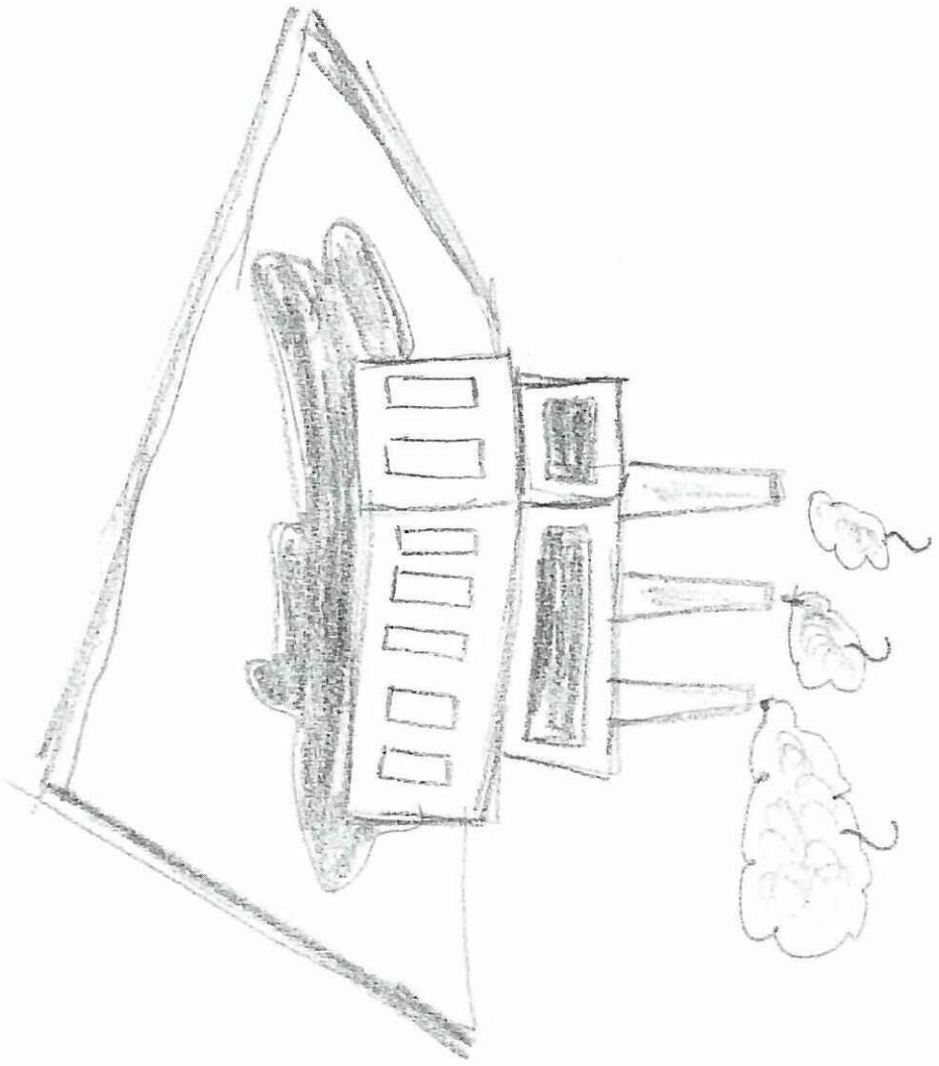
*Elaborado por: El autor*

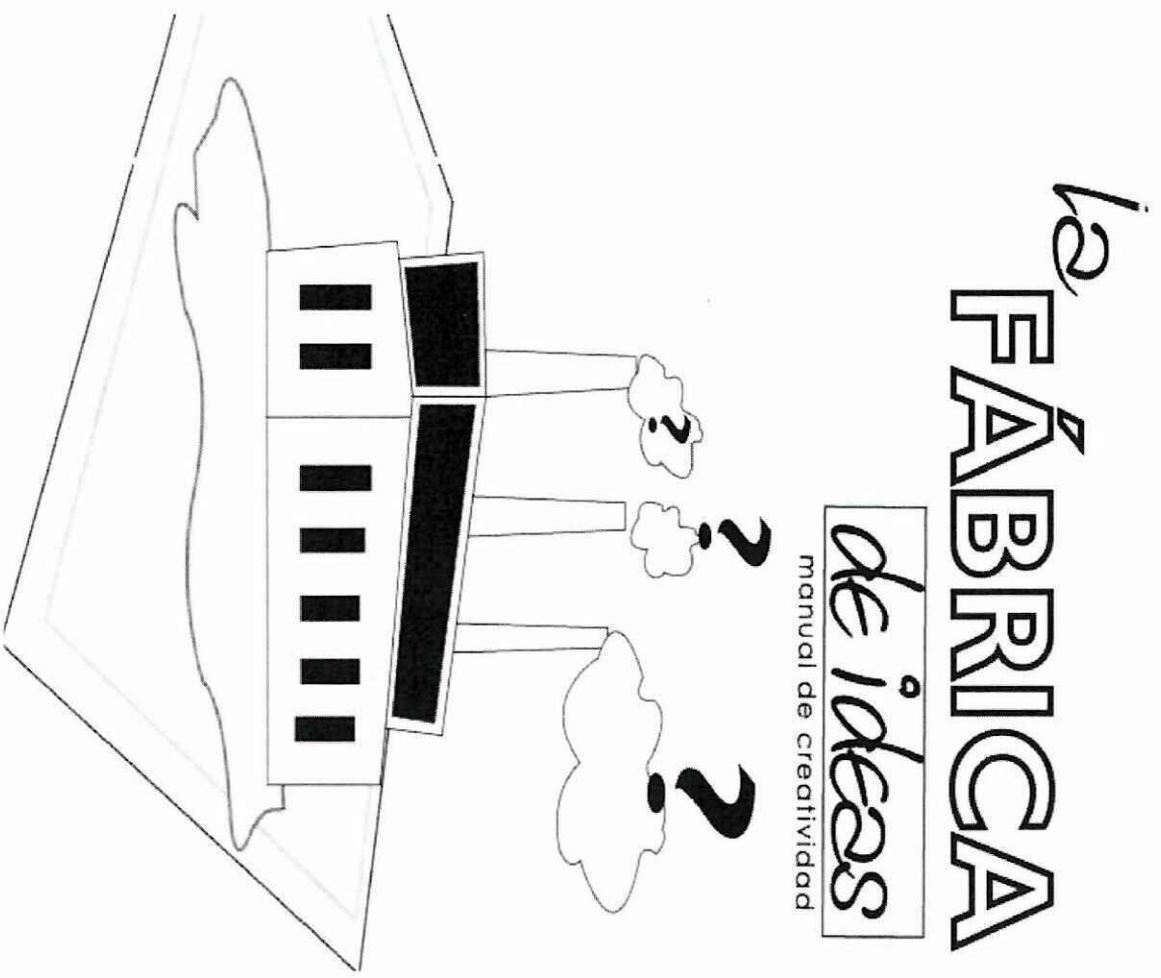
### **3.10. Bocetaje del diseño de la portada del Manual de Creatividad.**

Para el diseño de la portada del manual se utilizó un 65% de ilustración y un 35% de tipografía debido a que el diseño debe ser llamativo y reflejar el contenido del manual y como en su interior está diseñado.

FÁBRICA

de ideas









*Fuente: El autor*  
*Elaborado por: El autor*

El tamaño para el diseño de la portada y contra portada del manual es A5 es decir de 14,8 cm de ancho por 21 cm de alto, al igual que el tamaño de las páginas interiores del mismo.

En la portada podemos encontrar los mismos elementos que tenemos en el interior del manual, debido que la misma debe ser el reflejo de su interior por lo tanto en la parte de las técnicas de creatividad se utilizo ilustración en la portada va a tener el mismo estilo, a demás debemos tener en cuenta que siempre la ilustración llamará la atención de cualquier persona que la vea.

Para el diseño de la portada del manual se utilizó un 65% de ilustración y un 35% de tipografía debido a que el diseño debe ser llamativo, es decir que es una portada con predominio de la ilustración o imagen en este caso.

El nombre que se le dio al manual es "La Fábrica de ideas" debido a que con este manual se pretende incentivar la producción de ideas creativas para los estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi, y el mejor ejemplo de producción o mejor dicho donde existe producción es en las fábricas, se tomo esta relación como una analogía entre lo que se quiere lograr con este manual.

Por este motivo en la ilustración también se tomó en cuenta la representación de una fábrica que está en plena producción y además tiene tres símbolos de incógnita en el vapor que emanan las chimeneas, para que encuentren soluciones en esta producción de ideas, la ilustración en el diseño de la portada se vuela entre la portada y la contra portada para causar una sensación de continuidad entre estos dos elementos del manual.

Los colores del fondo son en la portada el color naranja y con degradado en negro y café, así como también un marco blanco que deja destacar la ilustración y el juego tipográfico que existe en la misma, y en la contraportada el color elegido

inteligencia y en el caso de la contra portada es el protagonista, ya que es un diseño muy sencillo pero elegante que contrasta perfectamente con la portada y solo contiene el sello de la Universidad como elemento gráfico y la parte de la ilustración que se vea a la contraportada, es decir no cuenta con muchos elementos en su composición para que la portada destaque pero la contraportada no sea un elemento sin la debida importancia.

La tipografía en la portada se manejó como en el interior del manual con los mismos elementos gráficos que ayuden a destacar y diferenciar del fondo.

No se utilizo las mismas tipografías que en el interior del manual para dar mayor realce y diferenciación a la portada.

La tipografía que se utilizó para la palabra fábrica es la Gill Sans MT, la misma que por su grosor ayuda a resaltar y que destaque el predominio de esta palabra en la composición de la portada.

En la palabra “**la**” y de “**ideas**” que conformarían el texto secundario de la portada se utilizó la tipografía Kinghigs Wrote debido a su informalidad y su grosor que contrasta y no compite con la tipografía principal de la portada.

El texto manual de creatividad que es el indicativo del contenido del interior del contenido del mismo utiliza la tipografía Century Gothig que es una tipografía sencilla pero muy legible que ayuda a complementar el diseño de la portada.

### ***3.11.2. Impresión y cierre***

Para la impresión del libro se decidió el sistema de impresión offset el cual que tiene costos bajos, rapidez y variedad en el tamaño a demás puede imprimir en cualquier material y su fidelidad a la imagen es total.

Lo más común que se utiliza en la actualidad es el papel Couché de 90 y 120 Grs. para interiores de revista, folletos, etc., de 180 a 200 grs. libros impresos a color, manuales, etc. Se decidió usar este tipo de papel por tener cualidades como: resistencia, blancura y buena apariencia.

Para el sistema de cierre de este manual se ha considerado el empastado, ya que es sistema de cierre móvil y muy duradero, es muy fácil al momento de abrir y cerrar las páginas del manual, lo que da un rango de apertura de 260°, y esto proporcionará al manual de creatividad una sensación de elegancia, complementará el buen diseño y dará un toque diferente al manual de creatividad.

### **3.12. “ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CREATIVIDAD COMO ELEMENTO FÍSICO, PARA QUE APLIQUEN COMO GUÍA EN ESTA DISCIPLINA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO COMPUTARIZADO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**

#### ***3.12.1. Características del manual***

**TABLA N° 3.1**

Tamaño del libro	14,8 x 21 cm
Papel interior del catálogo	Couche brillante 180 gr.
Papel portada y contraportada	Cartón gris forrado con adhesivo.
Proceso de impresión	Impresión offset full color
Proceso de cierre	Empastado

*Fuente: El autor*

*Elaborado por: El autor*

## **Conclusiones.**

Los objetivos de la investigación realizada está enfocada para educar en la creatividad donde se debe orientar al desarrollo personal y mejora profesional de la práctica educativa de todos los implicados en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de diseño gráfico computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en base a un instrumento de ayuda rápida como el manual de creatividad planteado en mi trabajo de investigación me permitió obtener resultados positivos, teniendo en cuenta que en el periodo académico Octubre, 2008-Marzo, 2009, se desconocía y más que nada existió falencias totalmente sobre el termino creatividad, en tal virtud, expongo las siguientes conclusiones:

La creatividad es una herramienta básica para la producción de ideas y es muy útil para las Carrera de Diseño Gráfico Computarizado.

Las técnicas de creatividad son una herramienta valedera para estimular la producción de las ideas creativas y originales de los estudiantes.

También se puede concluir que los estudiantes de la Carrera de diseño Gráfico computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi no cuentan con mucho material relacionado con la creatividad para su estimulación o producción creativa.

La aplicación de las técnicas de creatividad en los estudiantes ayudará a mejorar la calidad de sus trabajos en su vida estudiantil y en un futuro en su vida profesional como diseñadores gráficos.

es indiscutible que para diagnosticar la situación durante el periodo académico antes mencionado se determinó que:

El aporte de este manual como material creativo va a ser de mucha importancia para los alumnos de la Carrera de diseño Gráfico computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi ya que el mismo ayudará y aportará para su producción creativa y mejoramiento de ideas.

El nuevo material creativo diseñado por el postulante, es recomendable para la aplicación en cualquier ciclo de la carrera ya que es muy fácil de entender y aplicar.

Para el entendimiento del diseño editorial, se debe utilizar una excelente bibliografía, que permita adquirir conocimientos claros y definidos al diseñar y poner en práctica lo aprendido.

El presente material por estar sometido a manipulación constante será impreso en material resistente.

Este presente trabajo nos va a permitir reflexionar acerca de una educación creativa tomando como punto de partida la *Creatividad aplicada al diseño gráfico computarizado*.

Todo lo anteriormente expresado conlleva una educación en la creatividad que propicie un sistema de actividades y comunicación donde el pensamiento reflexivo y el creativo se desarrollen a la par de una actitud coherente. Cada alumno de la carrera de Diseño Gráfico Computarizado que egrese de la Universidad Técnica de Cotopaxi formado con esta visión deseará que en los lugares donde llegue se manifieste el pensar, crear, sentir, comunicar y compartir y más que nada ser un profesional creativo.

## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ANERELLA, Luciana. *Diseñar Editorial: El Libro*. Editorial UNNE, Cátedra Tipográfica.
- CONSTANTE, Susana. *Diseño gráfico 1*. Barcelona: Editorial BLUME, 1994. ISBN 84 – 8076 – 043 – 5.
- CHENG, Karen. *Diseñar tipografía*. Barcelona - España: Editorial GILLI, 2006. ISBN 978 – 84 – 252 – 2072 – 2.
- DEVOTO, Alejandra. *Ilustración 1*. Barcelona: Editorial BLUME, 1994. ISBN 84 – 8076 – 041 – 9.
- HARVEY, David. *Cerámica creativa*. Barcelona - España: Editorial CEAC, Quinta edición Mayo 1987. ISBN 027 – 00748 – 3.
- TIMOTHY, Samara. *Diseñar con o sin retícula*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2004. ISBN 9788425215667.
- ZAPATERRA, Y. *Diseño editorial, periódicos y revistas*. Barcelona – España: Editorial Gustavo Gili, 2006.

- ALVAREZ, Pedro. *Historia del Diseño Gráfico en Chile*. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile, 2004. ISBN 9562990818.
- AUSTIN, Wigan Mark. *Lenguaje, ideas y técnicas de ilustrador*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008. ISBN 9788425221965.
- WONG, Wucius; "Fundamentos del Diseño", primera edición, editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2007.
- LAKSHMI, Bhaskaran, "¿Qué es el Diseño Editorial?" (2006),
- CHENG, Karen. *Diseñar tipografía*. Barcelona - España: Editorial GILLI, 2006. ISBN 978 - 84 - 252 - 2072 - 2.
- DABNER, David. *Diseñar Gráfico, Fundamentos y prácticas*. Editorial BLUME, primera edición lengua española 2005. ISBN 978 84 - 8076 - 577 - 8.
- VELANDIA, Lluvia; "Historia del Diseño Gráfico", primera edición, editorial El Cid Editor, 2009.
- HELLER, Eva. *Psicología del color*. Barcelona - España: Editorial Gustavo Gili, 2011. ISBN 9788425219771.
- HLUNCH, Kevin. *The Art of Contemporary American Pottery*. USA: Editorial MONTUFAR, Manuel. *Revista Cotopaxi magazine*. Cotopaxi: Editorial Cotopaxi - magazine, Segunda edición Junio - Agosto 2011.
- TIMOTHY, Samara. *Diseñar con o sin retícula*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2004. ISBN 9788425215667.
- ZAPPATERRA, Yolanda, en su libro "Diseño Editorial, periódicos y revistas" Barcelona - España: Editorial Gustavo Gili, 2006.

WASLSH, Catherine. MA Y PHD, Universidad de Massachusetts, Amherst.

Docente del Área de Estudios Latinoamericanos de la UASB.

Fuente: <http://www.fotonostra.com>

Fuente: <http://www.definicionabc.com>

Fuente: <http://www.youtube.com>; tutoriales diseño gráfico.

---

# **ANEXOS**

# ANEXO I

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

### SECCIÓN I. CARACTERÍSTICAS DEL ENCUESTADO

<b>1. Sexo</b> 1. Masculino      2. Femenino	1. <input type="checkbox"/> 2. <input type="checkbox"/>
<b>2. Edad:</b>   <input type="checkbox"/>   <input type="checkbox"/>   años	2. <input type="checkbox"/>   <input type="checkbox"/>   <input type="checkbox"/>
<b>3. Nivel que cursa:</b> 1) Del 1 al 4      2) Del 5 al 7      3) Del 8 al 9	3. <input type="checkbox"/>

<b>4. Trabaja:</b>  1. Empleado público 2. Obrero 3. Quehaceres domésticos 4. Diseñador gráfico 5. No trabaja	4. <input type="checkbox"/>
---	-----------------------------

### SECCIÓN II. CONOCIMIENTO DE LA MATERIA: CREATIVIDAD

<b>1.- ¿Usted había escuchado sobre la creatividad?</b>  1. Sí                      2. No	1. <input type="checkbox"/> 2. <input type="checkbox"/>
<b>2.- ¿Ha recibido clases de creatividad?</b>  1. Sí                      2. No	2. <input type="checkbox"/>
<b>3.- ¿Considera que el uso de un manual de creatividad le ayudará en su formación y</b>	

1. Sí 2. No

Su significado en una palabra: \_\_\_\_\_

4. |\_\_|

Nota: Este término es utilizado frecuentemente en publicidad.

**5.- ¿Ha formulado una estrategia publicitaria ya sea como parte de las tareas o como parte de un equipo de publicidad?**

5. |\_\_|

1. Sí 2. No

**6.- ¿Conoce usted las diversas modalidades de instrucciones creativas (UPS, COPY STRATEGY, STAR STRATEGY)?**

6. |\_\_|

1. Sí 2. No

**7.- ¿Conoce usted las definiciones y características de los conceptos creativos?**

7. |\_\_|

1. Sí 2. No

**8.- ¿Conoce usted las técnicas de creatividad?**

8. |\_\_|

1. Sí 2. No

**9.- ¿Ha contratado los servicios de un profesional en publicidad?**

9. |\_\_|

1. Sí 2. No

**10.- ¿Conoce de un especialista en creatividad?**

10. |\_\_|

1. Sí. Nombre: \_\_\_\_\_

Pertenece a la UTC?: \_\_\_\_\_

2. No.

**11.- ¿Usted considera necesario tener una herramienta guía en creatividad?**

11. |\_\_|

1. Sí

2. No

**SECCIÓN III. NECESIDAD DE HORAS CLASE**

1. Ninguna
2. De 1 a 3 horas por semana
3. De 4 a 5 horas por semana
4. Otro.

¿Cuántas

horas?:

1. | \_ |

**2. ¿En qué niveles académicos ha recibido creatividad?**

1. De 1ro a 4to nivel
2. De 5to a 7mo nivel
3. De 8vo a 9no nivel.
4. Todos los niveles.

2. | \_ |

# Biónica

**Inventor**

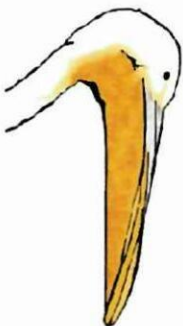
Ricardo Marín, Doctor en Educación

**Aplicación de la Técnica**

- Estudio minucioso del comportamiento de los seres vivos que interesen, concentrando la atención en sus propiedades particulares.
- Traducción, o modelos, de las propiedades de los seres vivos; modelos de carácter matemático, lógico, gráfico o simbólico.
- Desarrollo de los modelos, entorpecidos a intentar reproducir o imitar las funciones de los seres vivos.
- ¿Qué puedes extraer de la naturaleza para generar ideas?
- ¿Qué puedes observar por ejemplo en un gusano para crear un nuevo silbón?

**Ejemplo**

Elemento de la naturaleza



Elemento creado a partir de los elementos de



2

# Analogía de formas

**Aplicación de la Técnica:**

- Buscamos 2 imágenes totalmente distintas
- Relacionamos sus formas y características
- Como resultado obtenemos una imagen nueva con la combinación de las características de las dos imágenes anteriores

**Ejemplo:**

Imagen 1: Pelota sencilla



Imagen 2: Arcoiris



**Resultado: Pelota colorida**  
(Imagen que combina las características de las dos anteriores)



3 4

*Fuente: El autor*

*Elaborado por: El autor*

# Lluvia de ideas

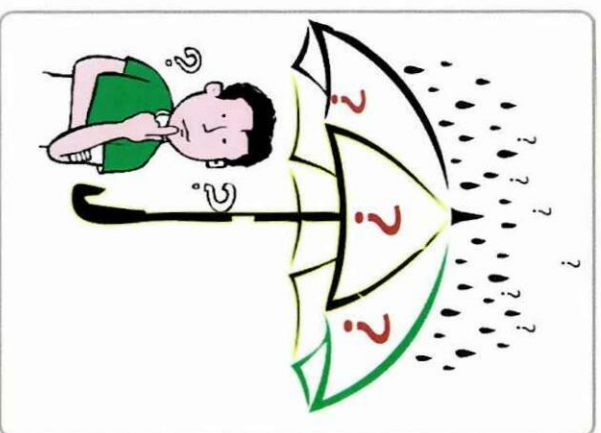
VENTOR

Aut: Osborn, (especialista en creatividad y publicidad)

## Aplicación de la Técnica:

- **Calentamiento:** Ejercitación del grupo para un mejor funcionamiento. Ejemplo: decir objetos que vayan menos de 1 dólar; hablar sobre cosas blancas que se nos ocurran al instante...
  - **Generación de ideas:** Se establece un número de ideas al que queremos llegar. Se fija el tiempo durante el que vamos a realizar el trabajo. Y los cuatro reglas fundamentales que se mencionan a continuación:
    - Toda crítica está prohibida
    - Todo idea es bienvenida
    - Todas ideas como sea posible
    - El desarrollo y asociación de las ideas es bueno
- Los participantes dicen todo aquello que se les ocurre de acuerdo al problema planteado y guardando las reglas anteriores:

5



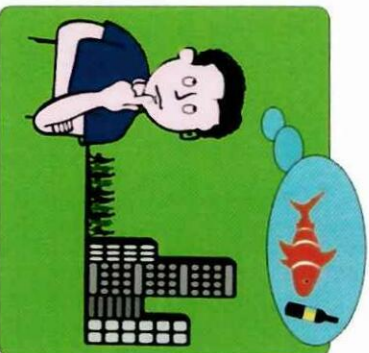
# Identificación o empatía

## Aplicación de la Técnica:

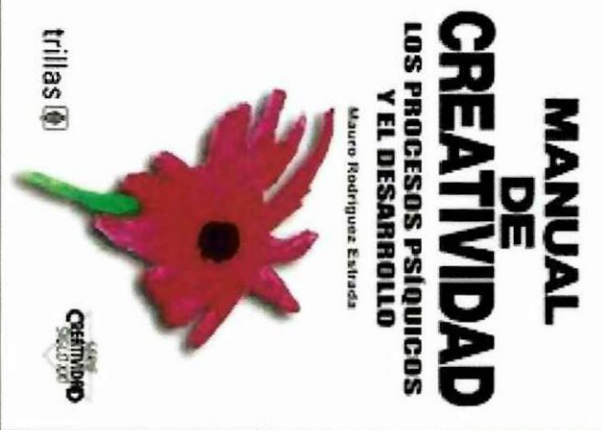
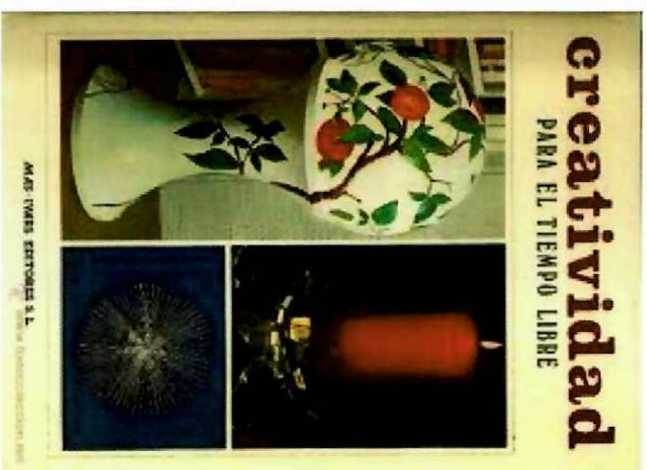
- Consiste en ponerse en el lugar de otro ser (persona, animal o cosa)
- Ayuda a obtener otro percepción, otro punto de vista sobre un asunto que estamos tratando.
- Nos la definición del objetivo creativo y de haber generado nuevas ideas buscamos una nueva percepción que otra caminos diferentes.
- Elige una persona, personaje, animal, vegetal, objeto, elemento... que esté o no relacionado con el objetivo creativo o campo sobre el que trabajamos que estemos desarrollando en ese momento
- En grupo se pueden repartir zapoelitas con distintos seres para que cada persona se identifique con uno (un niño de seis años, una anciana, una persona, extraterrestre, un profesional de la competencia un elefante...)
- Empatizo o me identifico con ese "ser", me pongo "en sus zapatos", percibo como piensa, siente o actúa.

## Ejemplo:

- Busco como reducir la contaminación en los rios, de los desperdicios vertidos por una empresa, entonces imagino que soy un pez nadando entre toda esa contaminación ¿Que haría yo como pez?



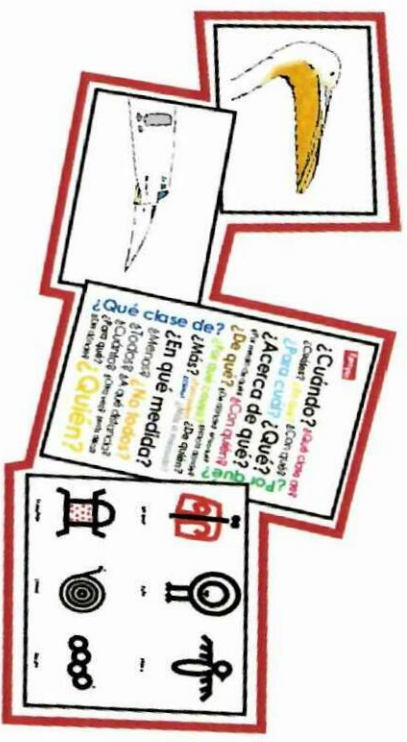
16



la

# FÁBRICA

de ideas  
manual de creatividad



**Manual con técnicas de creatividad**  
Material didáctico para la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado  
**Disponible en la Biblioteca Universitaria**

*Fuente: El autor*  
*Elaborado por: El autor*

## CRITERIOS TÉCNICOS DE PROFESIONALES DE DISEÑO GRÁFICO.

### AVAL

Yo Byron Andrés Andino Moscoso en calidad de Ing. en Diseño Gráfico Computarizado me dirijo ante ustedes con el objeto de emitir mi criterio profesional y avalar la tesis que tiene por tema **"ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CREATIVIDAD COMO ELEMENTO FÍSICO, PARA QUE APLIQUEN COMO GUÍA EN ESTA DISCIPLINA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI"**, que ha sido realizado por el estudiante Iván Wenceslao Jácome Segovia con número de cédula 0501949846, de la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado, considero que el presente manual cumple con los requerimientos metodológicos, aportes científicos y objetivos planteados.

En virtud de lo antes expuesto, establezco que el presente manual se encuentra habilitado como proyecto de tesis.

Latacunga, 18 de Julio de 2012

Atentamente,



Ing. Andrés Andino Moscoso

# Certificación.

Latacunga, 19 de Julio del 2012

Yo, Belén Freire Cáceres con cédula de identidad 0502656564, de profesión Diseñadora Gráfica, emito el siguiente documento con el fin de dar un criterio sobre el tema de tesis: **"ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CREATIVIDAD COMO ELEMENTO FÍSICO, PARA QUE APLIQUEN COMO GUÍA EN ESTA DISCIPLINA LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI"**. Elaborado por el Señor Iván Jácome Segovia, alumno de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

De lo cual puedo decir que el presente proyecto desde el punto de vista de Diseño cumple con un correcto uso del color, tipografía e ilustración, van de acuerdo al público objetivo que maneja el manual.

En la parte escrita del presente proyecto puedo decir que las justificaciones del capítulo III, van de acuerdo a lo utilizado en el Manual por lo tanto está realizado correctamente.

Es todo por cuanto puedo dar fe del presente proyecto.



Dg. Belén Freire Cáceres  
0502656564





*Fuente: El autor*

*Elaborado por: El autor*