



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA

INGENIERÍA Y APLICADAS

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“El tren fantasma y otras leyendas de la laguna de Yambo” Libro pop-up

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Ingeniería
en Diseño Gráfico Computarizado

Autores:

Ortega Chávez Stefanía Monserrath

Sánchez Rojas Gustavo Samuel

Director:

MSc. Jeanette Realpe

Latacunga – Ecuador

Mayo 2016



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas Carrera de Diseño Gráfico No. Computarizado; por cuanto, los postulantes: Ortega Chávez Stefanía Monserrath, Sánchez Rojas Gustavo Samuel, con el título de Proyecto de Investigación: “El tren fantasma y otras leyendas de la laguna de Yambo” Libro pop-up, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

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

Latacunga, 06 de Mayo del 2016

Para constancia firman:

.....

Arq. Enrique Lanas

LECTOR 1 (Presidente)

.....

Dis. Hipatia Galarza

LECTOR 2

.....

Ing. Alexander Lascano

LECTOR 3



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Trabajo de
Grado
CIYA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Ortega Chávez Stefanía Monserrath, Sánchez Rojas Gustavo Samuel, declaramos ser autores del presente proyecto de investigación: “El tren fantasma y otras leyendas de la laguna de Yambo” Libro pop-up, siendo MSc. Jeanette Realpe Directora del presente trabajo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

.....

Ortega Chávez Stefanía Monserrath

C.I. 050291201-7

.....

Sánchez Rojas Gustavo Samuel

C.I. 050345265-8



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Trabajo de
Grado
CIYA

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“El tren fantasma y otras leyendas de la laguna de Yambo” Libro pop-up, de Ortega Chávez Stefania Monserrath, Sánchez Rojas Gustavo Samuel, de la carrera de Diseño Gráfico No. Computarizado, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 06 mayo de 2016

El Director,

.....

MSc. Jeannette Rossanna Realpe Castillo



AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento especial a Dios por darme la salud y sabiduría durante todo mi período de estudio y poder así haber culminado mi gran meta.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi y a mi querida Facultad, por darme la oportunidad para formarme como profesional y desarrollar así mi aprendizaje en el entorno laboral.

A mis Padres, por su apoyo incondicional y velar siempre por mi bienestar, que con su esfuerzo y dedicación, supieron compartir sus conocimientos, experiencias, paciencia y motivación.

A todo quienes jamás dudaron que lograría este triunfo.

Stefanía Ortega



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Trabajo de
Grado
CIYA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres quienes con su esfuerzo permiten que hoy este culminando una etapa más en mi vida. Ellos, quienes han estado siempre junto a mí brindándome todo su apoyo a lo largo de mi vida estudiantil.

A todos mis profesores que han compartido sus conocimientos para formarme académicamente y profesionalmente.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por abrirme sus puertas para poder estudiar y culminar con mis metas trazadas de ser un profesional.

¡Gracias a todos!

Gustavo Sánchez



DEDICATORIA

A Dios, por guiarme en este arduo camino que hoy culmino, porque gracias a su bendición, amor y bondad he sabido superar los momentos difíciles así como mis triunfos.

A mis Padres, Milton Ortega y Taciana Chávez por ser un ejemplo a seguir y estar en cada paso de mi vida con sus consejos y valores, por creer y hacer de mí una gran mujer, por jamás abandonarme y disfrutar de cada alegría y sobrellevar cada pena. Mi triunfo es el de Ustedes, les Amo con todo mi ser.

A mis hermanos, Andrés y Fernanda Ortega Chávez por su voz de aliento y apoyo, por ser la fuente de lucha para continuar ante las adversidades.

Stefanía Ortega



DEDICATORIA

A Dios, por brindarme la salud para llegar hasta este punto y poder lograr mis objetivos en mi vida profesional.

A mis padres, quienes has sido un pilar fundamental en mi formación académica, por sus consejos, amor y motivación. Inculcándome valores que me han permitido ser una persona de bien y me inspiran a cada día seguir adelante sin importar las circunstancias que se presenten.

A mis hermanos(as), que con sus palabras de aliento y consejos siempre están presentes y pendientes de mi bienestar.

A mis amigos, que siempre han estado en los peores y mejores momentos de mi vida.

A mis profesores, que con sus conocimientos me han ayudado a enriquecerme como profesional.

Gustavo Sánchez



ÍNDICE

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS	iv
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
2. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
1.1. Título del Proyecto:.....	1
1.2. Tipo de Proyecto:.....	1
1.3. Propósito	1
1.4. Línea de investigación:	4
1.5. Línea de investigación de la UTC.....	4
1.5.1. Sublínea de investigación de la carrera de Diseño Gráfico No. Computarizado	5
3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	5
4. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	6
5. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	7
6. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	8
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	9
6.1. Categorización de Análisis del Diseño	10
6.2. Categorización de Análisis Histórico Cultural	22
8. OBJETIVOS:	37
7.1. General.....	37
7.2. Objetivos Específicos.....	38
9. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA.....	38
10. PRESUPUESTO DEL PROYECTO.....	39
11. DISEÑO EXPERIMENTAL Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	42
10.1. Metodología del trabajo de campo.....	43



10.1.1. Investigación Descriptiva	43
10.2. Técnicas de Investigación Utilizadas	43
10.2.1. Entrevista a Profundidad.	44
10.3. Población y Muestra.....	44
10.4. Análisis e interpretación de resultados.....	46
10.4.1. Resultado de la encuesta.....	46
10.4.2. Resultado de la entrevista a profundidad.....	46
10.5. Desarrollo de la propuesta.....	47
10.5.1. Título el libro	47
10.5.2. Presentación de la Propuesta	47
10.5.3. Problema.....	48
10.6. Requerimientos de la propuesta	48
10.6.1. Análisis de Creatividad.....	48
10.7. Materiales y técnicas	49
10.7.1. Recopilación bibliográfica.....	49
10.7.2. Dibujos constructivos.	49
10.7.2.1. Bocetaje.....	49
10.7.3. Ilustración digital.....	58
10.7.4. Elección del papel.....	66
10.7.5. Selección de la retícula y márgenes.....	66
10.7.5.1. Retícula de manuscrito.....	66
10.7.6. Diagramación.....	67
10.7.7. Cromática.....	69
10.7.7.1. Gama y combinación	70
10.7.8. Selección de la Tipografía	71
10.7.8.1. Adaptación y redacción de la información de la laguna de Yambo y sus leyendas. 71	
10.7.8.2. Tipografía para el titular y el texto	74
10.7.8.3. Diseños de los mecanismos	74
10.7.8.4. Pop – up 90°	75
10.7.8.5. Plegado.....	75



10.7.8.6.	Línea de corte.....	75
10.7.8.7.	Líneas de dobles.....	75
10.7.8.8.	Área de engomado	75
10.7.8.9.	Prototipo.....	76
10.7.11.	Sistema de impresión, troquelado y encuadernación	76
10.7.11.1.	Impresión.....	76
10.7.11.2.	Troquelado	76
10.7.11.3.	Encuadernación	77
10.7.11.4.	Portada.....	77
10.7.11.5.	Título del libro.....	78
10.7.11.6.	Contraportada.....	78
10.8.	Validación de la propuesta	79
12.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
11.1.	Conclusiones	86
11.2.	Recomendaciones.....	87
13.	BIBLIOGRAFÍA	88
14.	LINKOGRAFÍA	90
	ANEXO NO.S	91
	Anexo No. 1 Modelo de la encuesta dirigida a beneficiarios del proyecto Yambo.....	92
	Anexo No. 2 Análisis de tabulación de la encuesta a Turistas.	93
	Anexo No. 3 Análisis de tabulación de la encuesta a Habitantes.	102
	Anexo No. 4 Modelo de entrevistas Proyecto Yambo.....	112
	Anexo No. 5 Transcripción de las entrevistas	113



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Turistas que visitan la zona	7
Tabla No. 2 Habitantes de la zona.....	7
Tabla No. 3 Leyendas y tradiciones de Yambo.....	35
Tabla No. 4 Desarrollo de objetivos.....	38
Tabla No. 5 Costos Directos.....	39
Tabla No. 6 Activos a largo plazo	40
Tabla No. 7 Costos Indirectos	40
Tabla No. 8 Presupuesto General	40
Tabla No. 9 Cotización tentativa del trabajo	40
Tabla No. 10 Depreciación Método línea recta Equipo de Oficina.....	41
Tabla No. 11 Depreciación Método línea recta Equipo FotoGráfico No.....	42
Tabla No. 12 Depreciación Método línea recta Computadora	42
Tabla No. 13 Población	44
Tabla No. 14 Tipografía Century Gothic.....	74
Tabla No. 15 Edad.....	93
Tabla No. 16 Género	94
Tabla No. 17 Laguna de Yambo.....	95
Tabla No. 18 Visita a la laguna de Yambo.....	96
Tabla No. 19 Tiempo de visita la laguna de Yambo	97
Tabla No. 20 Información sobre la laguna de Yambo.....	98
Tabla No. 21 Leyendas de la laguna de Yambo	99
Tabla No. 22 Qué leyendas conoce de la laguna de Yambo	100
Tabla No. 24 Libro pop-up como medio de información.....	101
Tabla No. 25 Edad.....	102
Tabla No. 26 Género	103
Tabla No. 27 laguna de Yambo	104
Tabla No. 28 Visita a la Laguna de Yambo	105
Tabla No. 29 Tiempo de visita laguna de Yambo	106
Tabla No. 30 Información sobre la laguna de Yambo.....	107
Tabla No. 31 Leyendas de la laguna de Yambo	108
Tabla No. 32 Qué leyendas conoce de la laguna de Yambo	109
Tabla No. 33 Libro pop-up.....	110
Tabla No. 34 Libro pop-up como medio de información.....	111



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Origen de la laguna de Yambo	50
Gráfico No. 2 El tren fantasma.....	51
Gráfico No. 3 La gallina y los 12 pollitos de oro	52
Gráfico No. 4 Tamborloma	53
Gráfico No. 5 Yambo y SalaYambo.....	54
Gráfico No. 6 Los fantasmas que vuelan en la Laguna	55
Gráfico No. 7 La cueva de Yambo	56
Gráfico No. 8 Taita Yambo	57
Gráfico No. 9 Portada y Contraportada.....	58
Gráfico No. 11 Origen de la laguna de Yambo	59
Gráfico No. 12 Yambo y SalaYambo.....	59
Gráfico No. 13 El tren fantasma.....	60
Gráfico No. 14 La gallina y los 12 pollitos de oro	61
Gráfico No. 15 Tamborloma	62
Gráfico No. 16 Los fantasmas que vuelan en la Laguna	63
Gráfico No. 17 Taita Yambo	64
Gráfico No. 18 Cueva de Yambo	65
Gráfico No. 19 Retículas y Márgenes	67
Gráfico No. 20 Diagramación de las ilustraciones.....	68
Gráfico No. 21 Boceto - Diagramación de créditos del libro.....	68
Gráfico No. 22 Diagramación de la Portada y Contraportada.....	69
Gráfico No. 23 Colores Complementarios	70
Gráfico No. 24 Colores Análogos	71
Gráfico No. 25 Esquema del prototipo del Libro pop-up.....	76
Gráfico No. 26 Portada.....	77
Gráfico No. 27 Contraportada	78
Gráfico No. 37 Libro pop-up como medio de información.....	101
Gráfico No. 38 Edad.....	102
Gráfico No. 39 Género	103
Gráfico No. 40 laguna de Yambo.....	104
Gráfico No. 41 Visita a la Laguna de Yambo	105
Gráfico No. 42 Tiempo de visita laguna de Yambo.....	106
Gráfico No. 43 Información sobre la laguna de Yambo.....	107
Gráfico No. 44 Leyendas de la laguna de Yambo.....	108
Gráfico No. 45 Qué leyendas conoce de la laguna de Yambo	109
Gráfico No. 46 Libro pop-up.....	110
Gráfico No. 47 Libro pop-up como medio de información.....	111



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

TÍTULO: “El tren fantasma y otras leyendas de la laguna de Yambo” Libro pop-up

**Autores: Ortega Chávez Stefanía Monserrath
Sánchez Rojas Gustavo Samuel**

RESUMEN

La laguna de Yambo ubicada en la cabecera cantonal, de la parroquia Panzaleo, de la provincia de Cotopaxi es uno de los diversos atractivos turísticos conocidos como la “Laguna Humeante” llamada así por los Panzaleos, encierra un encanto natural, tradiciones y leyendas que son desconocidas por sus visitantes.

Mediante el diseño de un Libro pop-up (construcción gráfica con pliegues de papel) se pretende recrear las leyendas de la laguna de Yambo, con el fin de revalorizar las tradiciones culturales.

El proyecto recurre a las diferentes herramientas del diseño Gráfico No. que proporciona la industria editorial para reflejar la creatividad e interactividad de todos los encantos que embargan a la Laguna, siendo este material didáctico un producto promocional y guía turística de este lugar.

Se requiere el uso de encuestas y entrevistas, los resultados nos encaminan para conocer la carencia de conocimiento de las leyendas de la Laguna; estos lineamientos fueron la base para establecer los parámetros de ilustración de un Libro pop-up con el que se diseñó a uno de los lugares más visitados.

Los beneficiarios de este estudio fueron los turistas nacionales e internacionales, habitantes del sector, cliente potencial Complejo Laguna de Yambo.

Palabra Claves: laguna de Yambo, turismo, diseño, ilustración, Libro pop-up, leyendas.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Trabajo de
Grado
CIYA

COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

ACADEMIC UNIT OF SCIENCES OF THE ENGINEERING AND APPLIED

**TOPIC: "THE GHOST TRAIN AND OTHER LEGENDS OF YAMBO LAGOON" POP-UP
BOOK**

**Authors: Ortega Chávez Stefanía Monserrath
Sánchez Rojas Gustavo Samuel**

ABSTRACT

The Lagoon of Yambo located in the cantonal head, of the Panzaleo parish, in the Cotopaxi Province is one of the different tourist attractions known as “Lagoon Humeante” call so by the Panzaleos, as contains a natural charm, traditions and legends that are unknown by visitors. Through by designing a pop-up Book (graphic design with paper) is to recreate the legends of the Yambo Lagoon in order to revalue the cultural traditions. The project uses different tools of graphic design it provides the publishing industry to reflect the creativity and interactivity all the charms in Yambo Lagoon, being this teaching material a promotional product and tour guide this place. The use of surveys and interviews is required, the results lead to know the lack of knowledge of the legends of the lagoon of Yambo; these guidelines were the basis for establishing the parameters of illustration of a pop-up Book that was designed by one of the most visited places. The beneficiaries of this study were national and international tourists, inhabitants of the area, potential client lagoon of Yambo Resort.

Key words: Yambo Lagoon, Tourism, Design, Illustration, Pop-up Book, Legends.



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente de Idioma de Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por los señores egresados de la carrera de Diseño Gráfico No. Computarizado de la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas: **ORTEGA CHÁVEZ STEFANÍA MONSERRATH, SÁNCHEZ ROJAS GUSTAVO SAMUEL**, cuyo título versa “**El tren fantasma y otras leyendas de la laguna de Yambo**” **Libro pop-up**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple como una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, Mayo del 2016

Atentamente,

.....
Lic. Msc.. Alison Mena Barthelotty
C.C.0501801252
DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Título del Proyecto:

“El tren fantasma y otras leyendas de la laguna de Yambo” Libro pop-up

1.2. Tipo de Proyecto:

Investigación Aplicada

La investigación que se realizará es aplicada porque se utiliza el conocimiento adquirido en el aula para ser implementados en el conocimiento útil, es decir, se busca a través del saber establecer un servicio de atención a los problemas que viven los beneficiarios del área de estudio.

1.3. Propósito

Dar atención a problemas o necesidades locales.

Es parte de un proyecto de mayor trascendencia.

El presente proyecto hace parte del macroproyecto de la carrera de Diseño Gráfico No., tiene como propósito la construcción de un material editorial Gráfico No. con el que se pueda reproducir las leyendas que se tejen entorno de la laguna de Yambo, lo anterior con el fin de promocionar las tradiciones culturales de la zona e incentivar a que un número mayor de visitantes se acerquen al lugar.

Así mismo, el producto final del proyecto busca ser parte de la guía turística del país, para lograr el crecimiento de este eslabón de la producción, con el que se beneficie la comunidad circundante en términos económicos y el Ecuador sea un referente en el diseño de libros pop-up de las temáticas culturales e históricas con las que cuenta la nación.

Fecha de inicio: 16 de enero del 2016

Fecha de finalización: 18 de abril del 2016

Lugar de ejecución: Provincia Cotopaxi – Cantón Salcedo

Unidad Académica que auspicia: CIYA Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas

Carrera que auspicia: Diseño Gráfico No. Computarizado

Equipo de Trabajo:

Tutor General

Msc.. Jeanette Realpe

Investigadores

Ortega Chávez Stefanía Monserrath

Sánchez Rojas Gustavo Samuel

HOJA DE VIDA

DATOS GENERALES

Nombres y apellidos: Jeannette Rossanna Realpe Castillo

Ciudad y Provincia: Quito, Pichincha

Teléfono: 0987089437/ 2567054

Lugar y fecha de nacimiento: Quito, 20 de febrero de 1980

Edad: 26 años

Estado civil: Soltera

C.I: 171656933-8

E-mail: jeannette.realpe@utc.edu.ec

HOJA DE VIDA

DATOS GENERALES

Nombres y apellidos: Stefanía Monserrath Ortega Chávez

Ciudad y Provincia: Latacunga, Cotopaxi

Teléfono: 2804-195

Lugar y fecha de nacimiento: Latacunga, La Matriz junio 21 de 1989

Edad: 26 años

Estado civil: Soltero

C.I: 0984404760

E-mail: stefy_in89@outlook.es

HOJA DE VIDA

DATOS GENERALES

Nombres y apellidos: Gustavo Samuel Sánchez Rojas

Ciudad y Provincia: Salcedo, Cotopaxi

Teléfono: 0987950130

Lugar y fecha de nacimiento: San Miguel de Salcedo, 17 de febrero de 1989

Edad: 27 años

Estado civil: Soltero

C.I: 050345265-8

E-mail: imguss_666@hotmail.com

1.4. Línea de investigación:

Tecnologías de la información y comunicación TIC's y diseño Gráfico No.

Los proyectos de investigación que se enmarquen en esta línea tendrán como objetivos desarrollar tecnologías y herramientas informáticas de apoyo a la incorporación de planes y programas de desarrollo, utilizar las TIC's para la optimización y sistematización de procesos y diseñar tanto software como sistemas informáticos y métodos de inteligencia artificial. En el campo del diseño Gráfico No. se buscará optimizar los procesos de elaboración, presentación y propuestas gráficas y desarrollar proyectos innovadores de diseño Gráfico No. aplicados a distintas áreas de conocimiento.

Cultura patrimonio y saberes ancestrales

Esta línea pretende fomentar investigaciones interdisciplinarias y transdisciplinarias que reconozcan los saberes y conocimientos ancestrales como parte del acervo cultural y del patrimonio histórico de las comunidades originarias, revalorizando el importante recurso que estos saberes constituyen para la sociedad y permitan proteger y conservar la diversidad cultural que caracteriza nuestro entorno.

1.5. Línea de investigación de la UTC

Cultura patrimonio y saberes ancestrales

Esta línea pretende fomentar investigaciones interdisciplinarias y transdisciplinarias que reconozcan los saberes y conocimientos ancestrales como parte del acervo cultural y del patrimonio histórico de las comunidades originarias, revalorizando el importante recurso que estos saberes constituyen para la sociedad y permitan proteger y conservar la diversidad cultural que caracteriza nuestro entorno.

1.5.1. Sublínea de investigación de la carrera de Diseño Gráfico No. Computarizado

Diseño aplicado a la investigación y gestión histórica cultural

Investigación, difusión y apropiación del patrimonio cultural tangible e intangible: pueblos y nacionalidades indígenas.

Registros iconoGráfico No.s de la identidad histórica cultural y para la concienciación, y/o denuncia social de los pueblos.

Productos audiovisuales aplicados a proyectos culturales.

Muralismo e intervención de los espacios públicos para la difusión de expresiones culturales y artísticas, a través de estrategias de comunicación visual/audiovisual.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La provincia de Cotopaxi cuenta con diversos atractivos turísticos, entre ellos uno en el cantón Salcedo y ubicado a 7 kilómetros de la Cabecera Cantonal de la parroquia Panzaleo, la laguna de Yambo o “Laguna Humeante” llamada así por los Panzaleos, éste encierra en su gran atractivo natural, tradiciones y leyendas que son desconocidas por sus visitantes así como: “El origen de la laguna de Yambo”, “El tren fantasma”, “Yambo y Salayambo” (Dos lagunas separadas en su exterior y se presume que tienen conexión interior), “El taita Yambo”, “La cueva de Yambo”, “Tamborloma”, “La gallina y los 12 pollitos de oro” y “Los fantasmas que vuelan en la Laguna”, las mismas que se quieren plasmar a través del diseño de un libro pop-up (construcción gráfica con pliegues de papel) la recreación y promoción de tradiciones culturales que algunos grupos sociales han construido en torno a este maravilloso sitio turístico.

El presente proyecto recurre a las diferentes herramientas que el diseño Gráfico No. le proporciona a la industria editorial para reflejar de una forma creativa e interactiva todos los encantos escondidos de la Laguna, el objetivo es que este material didáctico sirva como producto promocional y guía turística de este lugar.

Para poder realizar correctamente el desarrollo del proyecto se recurre al uso de encuestas y entrevistas que aportarán con la identificación clave de los atractivos que se conozcan de la laguna de Yambo con todo ello; para luego poder establecer los parámetros de ilustración y diseño de un Libro pop-up.

Los principales beneficiarios de la realización de este estudio serán los turistas nacionales e internacionales, además se favorecen instituciones como el Ministerio de Turismo del Ecuador, la Oficina Provincial de Turismo de Cotopaxi, GAD parroquial Antonio José Holguín del Cantón Salcedo, los moradores del sector y empresas de servicios turísticos de la provincia de Cotopaxi y del país en general.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El diseño editorial cuenta con varias técnicas de producción entre ellas el estilo pop-up, en el que las imágenes a través de pliegues de papel toman formas tridimensionales. El uso de esta técnica en la producción editorial en el Ecuador es poco usada, por lo anterior, los diseñadores no han ejercitado sus conocimientos en la realización de estos productos que son llamativos para el desarrollo del aprendizaje de la sociedad en general, es por ello, necesario el planteamiento de la producción y ejecución de un libro pop-up en él se recrea las leyendas que rodean un patrimonio natural como lo es la laguna de Yambo.

La necesidad de implementar el libro pop-up como medio de difusión de la laguna de Yambo se enfoca en mejorar la imagen de este lugar turístico, la competitividad y los servicios que ésta brinda, además que sirva como valor agregado necesario en la gestión turística, esto con el fin de que el lugar incremente el número de visitantes y se convierta en uno de los iconos más recordados de la provincia de Cotopaxi.

A través del presente proyecto se busca crear un impacto social para que Yambo sea recordada entre los turistas nacionales e internacionales y los moradores de la zona, por la magia que esconden sus leyendas reflejadas en el libro pop-up, así se logrará atraer la atención de los visitantes y pobladores de Yambo.

Un libro diseñado bajo el estilo pop-up mejorará el proceso de difusión y publicidad de la laguna de Yambo, este texto resultará atractivo para los visitantes y moradores del sector; al ser un elemento que fortalece las riquezas que tiene el lugar, por medio de elementos pictóricos e interactivos que se desarrollan a partir de las herramientas del diseño Gráfico No..

Esta investigación permitirá reflexionar sobre los nuevos caminos a ser implementados en la promoción de otros lugares turísticos a nivel nacional, este proyecto es factible de realizarlo, se cuenta con todas las condiciones para hacer un producto de calidad en cuanto a diseño e historia, de igual forma, existe el interés de la comunidad en generar espacios para que se promueva y publicite la laguna de Yambo como lugar turístico.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Directos: Turistas nacionales y extranjeros.

Indirectos: GAD parroquial Antonio José Holguín del cantón Salcedo, moradores del sector, cantón Salcedo.

Cliente potencial: Complejo Laguna de Yambo.

Público Objetivo: Turistas nacionales y extranjeros que visitan la laguna de Yambo.

Los turistas que visitan la zona son aproximadamente 1790 distribuidos de la siguiente forma:

Tabla No. 1 Turistas que visitan la zona

Lunes – Jueves	Viernes – Domingo	Ferados
90	200	1500

Fuente: Aguilar, 2015: pág., 35.

Tabla No. 2 Habitantes de la zona

PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	URBANA	RURAL	TOTAL
Cotopaxi	Salcedo	Panzaleo	-	3.455	3.455

Fuente: http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Información sobre la manifestación cultural estudiada.

El problema puntual de la comunicación visual planteada.

La laguna de Yambo se encuentra en una profunda encañonada, rodeada de paredes casi verticales. Es de color verde y desde el carretero hay un mirador construido para el efecto, de donde se puede apreciar el espejo de agua en su totalidad, las paredes y tierra circundante erosionadas y las rieles del tren que rodean la pared occidental de la laguna. Es zona de antigua ocupación del pueblo Panzaleo, del que se dice pertenecía el General Rumiñahui, defensor del imperio inca a la llegada de los españoles.

Tradicionalmente la gente indígena del lugar ha utilizado la totora para hacer canastos y esteras y aprovecha los huevos de patos y otras aves acuáticas, para consumo doméstico. Hasta la actualidad, algunos curanderos siguen considerándola sagrada, llegando hasta ella con sus pacientes para realizar ofrendas y baños de sanación y suerte. **Ministerio de Ambiente.**

Siendo la comunicación visual parte fundamental de la publicidad, se puede determinar que el principal problema es complementar la misma en la laguna de Yambo mediante un trabajo que enriquezca la memoria cultural de las personas, y se convierta en una estrategia para el desarrollo turístico, tomando el ejemplo de Ecuador que se basa principalmente en la implementación y mejora de infraestructuras audiovisuales de los destinos con atractivos naturales y patrimoniales, además de las campañas promocionales del país “Ama la vida” y “All you need is Ecuador”, que tienen como principal estrategia impulsar el patrimonio cultural, natural e individual y brinda la expectativa de explorar nuevas rutas donde el hombre puede interactuar con la naturaleza, por lo anterior, se ha logrado aumento significativo en el número de viajeros que visitan la Nación. **Ministerio de Turismo del Ecuador.**

La laguna de Yambo o “Laguna Humeante” llamada así por los Panzaleos, encierra en su atractivo natural, tradiciones y leyendas que se deben dar a conocer a los visitantes nacionales e internacionales de una forma atractiva e interactiva historias como “El origen de la laguna de Yambo”, “El tren fantasma”, “Yambo y Salayambo” (Dos lagunas separadas en su exterior y se

presume que tienen conexión interior), “El taita Yambo”, “La cueva de Yambo”, “Tamborloma”, “La gallina y los 12 pollitos de oro” y “Los fantasmas que vuelan en la Laguna”, y es que los turistas y moradores las desconocen. (Zambonino, pág. 371– 374)

El presente estudio se enfoca en la provincia de Cotopaxi, localidad que cuenta con majestuosos paisajes, entre sus cantones, Salcedo conocido por ser un lugar de paso, no tiene una gran oferta turística y cultural, sin embargo, muy cerca de esta ciudad se puede encontrar la laguna de Yambo conocida como “Laguna Encantada o Humeante”, destacada por las leyendas que se tejen alrededor de ella y son parte del diario vivir de los pobladores pero desconocidas por los turistas y se teme que se vayan perdiendo con el tiempo.

El motivo por el que se propone el diseño de un Libro pop-up, es porque será un instrumento de apoyo para guiar a los visitantes de Yambo, será una expresión artística de la información de las leyendas que permita encaminar la gestión turística del lugar.

Tomando en cuenta características socio – económicas y socio – culturales del entorno, se pretende recrear las leyendas de la laguna de Yambo desde la producción editorial y del diseño, implantando un material didáctico de creatividad, más aun como producto promocional y guía de este importante lugar turístico de la región y del país, rompiendo así; paradigmas en el desarrollo de información, constituyendo a este proyecto un aporte muy importante al proceso turístico que busca un cambio elemental al crecimiento de la laguna de Yambo.

6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

Este trabajo busca elaborar un Libro pop-up que recree las leyendas de la laguna de Yambo (Salcedo–Cotopaxi) con el fin de promocionar las tradiciones culturales que los habitantes del sector han construido entorno a este atractivo natural, en esta sección se realizará un breve comentario y se resaltarán los aportes más relevantes que varios autores hacen acerca del estudio del diseño Gráfico No. y editorial, los procesos de ilustración y la construcción gráfica con pliegues de papel, como también de la cultura, las leyendas y tradiciones orales que se crean entorno Yambo.

6.1. Categorización de Análisis del Diseño

Diseño Gráfico No.

El diseño Gráfico No. es un proceso que transmite información visual y textual, se encarga de ordenar, dar forma y estructurar un mensaje determinado de una manera agradable, son técnicas creativas que buscan integrar elementos atractivos, estéticos y funcionales para cubrir las necesidades de un determinado grupo.

En la actualidad el diseño Gráfico No. facilita al trabajo de las personas, desde el diseño de una revista o diario, una página web, una aplicación multimedia, un logotipo, un anuncio en la calle, y en diversas situaciones, encontramos al diseño Gráfico No. como elemento principal para dar a conocer contenidos de distinta y variada temática. (Austin, 2008, pág. 9)

La idea del diseño Gráfico No. se ha formado desde tiempos muy remotos, el hombre con sus primeras manifestaciones a través de petroglifos y pictogramas, el proceso de transmitir ideas ha ido progresando conjuntamente a la evolución y desarrollo humano hasta la actualidad.

El concepto es concebido también como “el diseño es un servicio a las personas, que se especializa en determinar las características antes de su elaboración, los elementos de un artefacto y su medio de producción para que cumplan los distintos requisitos como: ergonómicos, funcionales, estéticos, formales, simbólicos, informativos, materiales, persuasivos, económicos, etc.” (Bellucia, 200, pág. 26)

El diseño es una técnica o herramienta que busca impactar al receptor a través de esquemas que presentan temáticas de interés con el objetivo de informar. Una de las principales funciones que tiene el diseño Gráfico No. es dar forma a los mensajes ya que estos deben causar impacto a la gente, se debe tomar una serie de responsabilidades:

Jorge Frascara (2004) distingue al menos 4 importantes responsabilidades.

Responsabilidad personal.- Crear un mensaje atractivo, de interés y convincente para el público.

Responsabilidad Ética.- La creación de mensajes que apoyen valores humanos.

Responsabilidad social.- Implementación de un mensaje que haga una contribución positiva en la sociedad.

Responsabilidad cultural.- La creación de elementos visuales que contribuyan al desarrollo de la cultura de un país.

Elementos del diseño Gráfico No.:

Los elementos del diseño Gráfico No. son el vocabulario que emplea el diseñador Gráfico No. para dar significado a toda comunicación visual.

Según Richard (2012) los elementos se clasifican en:

Elementos conceptuales

Los elementos conceptuales se encuentran presentes en el diseño aunque no se hallen visibles a la vista. Estos elementos son:

- Punto
- Línea
- Plano
- Volumen

Elementos Visuales

Son la aplicación de los elementos conceptuales. Se convierten en propiedades intrínsecas de las formas y les dan una razón de ser:

- Color
- Forma
- Medida
- Textura

Elementos de relación

Definen la ubicación y la interrelación entre formas en un diseño. Están relacionados con lo que se puede percibir o lo que se puede sentir, algunos de forma psicológica.

- Dirección
- Posición
- Espacio
- Gravedad

El diseñador Gráfico No. se encarga de cada uno de anteriores pasos mencionados, pues si hay algún error los elementos diseñados no funcionarían a la perfección, aun así es necesario trabajar la ilustración para que luego se toma en cuenta el diseño, por esta razón en el siguiente apartado se mencionará acerca de la temática y se entenderá mejor la importancia que tienen en la elaboración de Libros pop-up.

Ilustración

Las ilustraciones son imágenes, fotografías y dibujos que se colocan en un texto para representar gráficamente las ideas o mensajes que están asociadas con palabras, esto significa que se puede producir dibujos que emiten un mensaje, como las pinturas rupestres y los mosaicos religiosos. La ilustración desde sus inicios se utilizó con fines publicitarios desde carteles, anuncios de productos, decoración de portadas y para describir en imágenes las acciones de cuentos principalmente infantiles.

Así mismo, “el libro ilustrado tradicional, leído en voz alta, hace énfasis en las palabras, aunque su diseño sea concebido en términos visuales. Las ilustraciones son casi siempre congruentes con el texto, iluminándolo, ejemplificándolo y extendiéndolo”. (Bosch, 2010, pág. 29), el objetivo de las ilustraciones es ayudar a que el mensaje del libro se entienda fácilmente deben concordar la óptica y la estética con la tipografías del texto.

La ilustración aporta un valor agregado y complementa la narración. Cuando un comunicador visual logra el cometido de traducir las palabras e ideas a imágenes y transmitir un mensaje claro a través de ellas se cumple el principal propósito.

En una definición profesional, la ilustración es una forma artística que incorpora elementos, técnicas y valores del dibujo y la pintura para ilustrar temas, conceptos o situaciones específicas, además de su naturaleza y valores expresivos y/o abstractos, que se le confieren como profesión y disciplina del arte.

Se puede recalcar que la ilustración cuenta con tres aspectos fundamentales estos pueden describirse muy superficialmente como adornar, informar y comentar, de esta manera el cuento será llamativo e interesante para los lectores (Arroba & Hinojosa, 2013, pág. 120)

Las ilustraciones pueden ser:

Ilustración gráfica. La ilustración gráfica se refiere al dibujo que se realiza a mano con la utilización de varios materiales como por ejemplo el lápiz, la pluma, óleo, y acuarela, por lo general ocupa todo el espacio de una página incluye dibujos, Gráfico No.s y no es necesario que exista un texto explicativo.

Ilustración de libros. Es la unión de dibujos y un texto escrito, ofrece a los lectores entretenimiento, interés y sobre todo crear una experiencia creativa y estética.

Ilustración Infantil. “Estos libros suelen considerarse aptos para un público entre tres y siete años de edad, y sus contenidos y significados se comunican ante todo mediante los dibujos, apoyados por unas cuantas palabras”. (Salisbury, 2007, pág. 8)

La ilustración infantil contiene dibujos y textos escritos presentan un papel importante en el desarrollo de los niños provocando en ellos interés en la lectura, desarrollando su imaginación y creatividad desde muy pequeños.

Ilustración digital. La pintura digital difiere de otras formas de arte digital, arte generado por ordenador en particular, no implica la prestación de un modelado 3D ni aplicar ningún tipo de renderizado.

El artista utiliza técnicas de pintura para crear arte digital directamente en el ordenador.

Todos los programas de pintura digitales tratan de imitar el uso de medios físicos a través de pinceles y efectos de pintura.

Son muchos los pinceles que se trabajan digitalmente para representar el estilo tradicional, como los aceites, acrílico, pastel, carboncillo, lápiz e incluso la aerografía. También hay algunos efectos únicos para cada tipo de pintura digital para imitar los efectos realistas. En la mayoría de los programas de pintura digital, el usuario puede crear su propio estilo de pincel utilizando una combinación de la textura y la forma.

La pintura digital se desarrolla sobre todo en el arte de la producción. Es el medio más utilizado en el diseño conceptual para los videojuegos, cine, televisión y cómic.

(Diez, C. 2016, Ilustración digital, pintura digital)

Estilos de ilustración

La palabra ilustrar nombra al dibujo, estampa o grabado que adorna, documenta o decora un libro

Según (Washington Bravo, 2012) Los estilos de ilustración son:

Abstracto. Expresión artística que no intenta representar el mundo. Aplicable al arte del dibujo que no represente objetos reconocibles abandonando cualquier referencia artística a la naturaleza que se conoce.

Artístico. Representación más esencial y primigenia de cualquier forma de arte en su concepción más clásica. Tiene entidad propia como obra en sí o como concepto primero de obra mayor (boceto) en todas las demás artes: pintura, escultura, arquitectura.

Humorístico. Ilustraciones que representan de forma crítica, irreverente y/o burlesca a la realidad.

Monumental. Representan construcciones históricas o tradicionales.

Fantástico y ciencia ficción. Forma de narrativa y de ilustración fantástica que explota las perspectivas imaginativas de la ciencia moderna.

Manga.- Estilo de cómic de origen japonés, basado en las expresiones y las emociones de los personajes. Se compone de viñetas grandes y suelen resaltar sobre todo la personalidad y el estado de ánimo de los personajes.

Técnicas de Ilustración

Las técnicas más comunes para ilustrar son:

Aguada.- Es una técnica donde se diluye la pintura con agua y pintas capa por capa de color hasta lograr el tono que deseas, se usa sobre cartulinas resistentes al agua como lo es el guarro con pinturas de acuarela, tinta china o gouache.

Crayón.- Los crayones se usan capa por capa muy opaca empezando por las tonalidades más suaves y cambiando de tonos cuando lo amerite.

Acrílico.- Es pintura plástica el resultado es más brillante y de secado rápido, y puedes llegar a un resultado más realista. Se diluye con un poco de agua, y las superficies generalmente son cartulina y tela.

Oleo.- Es una pintura de aceite conocida ya en la edad media. Debido a su secado lento es más flexible de manejar y de hacer modificaciones antes del secado.

Carboncillo.- El lápiz de carbón produce trazos delicados o intensos y a la vez, líneas suaves y sueltas; con este instrumento de dibujo, se puede transmitir al papel mucha fuerza expresiva y belleza en el terminado.

Lápices de colores.- A diferencia de las acuarelas la mezcla de los colores de los lápices se lo debe realizar directamente sobre la hoja de trabajo.

Ilustración digital La ilustración digital usa herramientas digitales, comúnmente una computadora y diversos software o programas que ayudan a generar, retocar o complementar

imágenes y archivos digitales bajo sus propias formas de trabajo o que imitan a la ilustración tradicional y sus técnicas como son:

Photoshop. Esta herramienta de trabajo se emplea para la creación, edición y retoque de las imágenes, la utilización de este programa permite la creación de excelentes trabajos publicitarios y arreglo de fotografías.

Corel draw. Esta herramienta se encarga de editar Gráfico No.s vectoriales el cual facilita la creación de ilustraciones, permite crear variedad de efectos y un gran número de objetos.

Adobe Illustrator. Esta herramienta permite la creación de pinturas y dibujos, posee una gran versatilidad en la producción de Gráfico No.s flexibles cuyo uso se dan en la maquetación.

Corel Painter. Este programa permite simular digitalmente una pintura real y posee una gran cantidad de herramientas para realizar un trabajo perfecto como el de un pintor profesional.

Dibujo digital. Permite introducir al usuario Gráfico No.s o dibujos a mano utilizando el lapicero que se encuentra en la misma tableta.

Diseño Editorial

El diseño editorial es una parte complementaria del Diseño Gráfico No. que hace posible la composición de una página en la que se distribuyen los distintos elementos que van a formar parte de ella y que sirve de modelo antes de imprimir (revistas, libros, periódicos, catálogos y folletos), buscando siempre que exista un equilibrio estético y funcional entre la parte visual, escrita y los espacios (Zanón, 2007, pág. 9).

Es importante tener presente que dentro del diseño editorial, el diseñador es fundamental ya que a partir de su trabajo le da expresión y personalidad a los contenidos graficados de un determinado texto de forma que estos sean llamativos, agradable, útiles, estéticos e informativos (Zappaterra, 2008, pág. 6).

Por consiguiente en el diseño editorial es importante “la forma, el formato, efectividad y funcionalidad del medio para transmitir un mensaje. No solo es importante el contenido de un

artículo u historia, todos los elementos de diseño y producción determinan que tan bien recibido es nuestro mensaje” (Manjarrez, 2004, pág. 4).

La Maquetación

La maquetación es una de las herramientas de las que se vale el diseñador Gráfico No. para direccionar al lector en el contenido de un determinado producto, su labor en este aspecto se direcciona en la forma de estructurar la información para transmitir un mensaje.

Según (Ghunaglia, 2009, pág. 3), la maquetación busca que dentro de una página existan proporciones, es decir que exista una relación visual, un orden o coherencia a partir de la ubicación de los elementos que puede ser primero, o después, arriba, abajo, adelante, atrás, en blanco y negro o al full color, entre otros, para que guarden armonía y la lectura sea agradable.

Siguiendo la misma línea, existen diversos factores que complementan el diseño editorial y posibilitan la distribución de imágenes y letras de forma divertida, esto es viable gracias a las nuevas tecnologías digitales, pero aun así el diseñador debe responder a los objetivos editoriales y al público a quien está destinado.

Jerarquía

Es indispensable que los elementos Gráfico No.s dentro de una publicación tengan determinada jerarquía, de tal forma, que al ser visualizada sea coherente, mantenga un orden lógico y desde luego sea agradable, así mismo, en lo que se refiere a jerarquización estamos haciendo referencia a diversas tipografías usadas por el “diseñador para guiar al lector por la maquetación. En general, cuanto mayor y más dominante sea el elemento, más dominante será la posición en la jerarquía (Lakshmi, 2006, pág. 60 citado en Chasiluisa y Maigua, 2012, pág. 20).

El diseñador deber buscar el equilibrio entre la maquetación y la jerarquización, para ello se realiza para el primer aspecto un excelente diseño y para el segundo una buena estructura, de forma tal, que la publicación para el lector sea de fácil lectura y él se ubique en y oriente en la misma.

Retícula

La retícula dentro de la graficación de páginas sirve para juntar imágenes, titulares y textos en un mismo contexto, para que estos se puedan ver de forma ordenada, agradable y estética, es en sí “la forma de representar juntos todos esos elementos y aporta a la maquetación orden, diferenciación, precisión y facilidad en la compresión de las páginas” (Zanón, 2007, pág. 24)

Para realizar las retículas es necesario conocer todos los elementos que se diagramaran con el fin de conocer el espacio a usar y poder organizar de forma legible la publicación (Zanón, 2007, pág. 25)

La diagramación de un texto, pueden tener varias estructuras, por ejemplo,

- Las columnas que son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes. Puede haber un número cualquiera de columnas; a veces, tienen anchuras diferentes en función de su información específica, estos formatos permiten la combinación de imágenes y textos, algunos de mayor extensión, diferentes tamaños y una menor o mayor cantidad de imágenes (Spina, 2006, pág. 37)

- Los márgenes que:

Son los aspectos negativos entre el borde del formato y el contenido que rodea y define la zona activa en la que puede disponerse la tipografía y las imágenes requieren una consideración profunda ya que contribuyen a establecer la tensión general dentro de la composición. Los márgenes se utilizan para dirigir la atención, pueden servir como espacio de descanso para los ojos, o bien puede contener a adecuada información secundaria (Timothy, 2002, pág. 25)

- Las líneas de flujo: es la colocación o disposición en línea recta de una serie de elementos, permite dividir el espacio en bandas horizontales, “estas líneas guían al ojo a través del formato y pueden utilizarse para importar palabras adicionales y crear puntos de inicio o las imágenes” (Timothy, 2002, pág. 25)

- Las zonas espaciales: son unidades que agrupadas forman campos que pueden ser claramente identificados y cada uno de estos cumplir una función específica para mostrar información; por ejemplo, “un campo alargado horizontal puede reservarse para imágenes y el campo situado debajo de este puede reservarse para una serie de columnas de texto” (Timothy, 2002, pág. 25)
- Los marcadores: indican la posición de tendrá un texto dependiente o reiterado en un documento, “como los folios explicativos, los títulos de sección, los números de página o cualquier otro elemento que ocupe una única posición en una maqueta” (Timothy, 2002, pág. 25)
- Los módulos: Son unidades individuales de espacios que están separados por intervalos regulares que, cuando se repiten en el formato de la página, crean columnas y filas.

El libro

El libro es un documento en el que se plasma conocimientos, las ideas y las creencias de la humanidad, en estos se trasmite un sin número de sentimientos estéticos para que los lectores se interesen por sus contenidos y puedan obtener el mensaje, para la composición de in libro se utilizan diversas tipografías, diseños e imágenes, elaborar un libro es como crear una obra de arte.

Según la UNESCO, un libro es un impreso mayor de 49 páginas: “encuadernado que desarrolla extensamente un tema acorde con su título, un ensayo grande, una novela u obra literaria larga o una compilación de cuentos, ensayos u obras más pequeñas”. (Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura, pág. 73)

Los libros captaran más lectores si tienen un buen diseño y si su contenido está bien diagramado, claro está, que también es importante que el contenido sea atractivo y permita el desarrollo intelectual y cultural del lector.

Libro pop-up

La definición de Libros pop-up varía según el origen del país en la que se trabaje, así los anglosajones los llaman pop-up books, es decir que son libros que brotan, otros los han llamado libros desplegables, libros móviles, libros animados, libros tridimensionales, libros vivos, entre otros.

Desde el punto de vista de (Ron Van der Meer ,2008), de uno de los principales exponentes de este estilo de libro, manifiesta que es un:

Libro Pop-up es el término que generalmente se reconoce para describir cualquier libro que contiene figuras tridimensionales en papel o cualquier elemento interactivo como solapas (flaps) o pestañas (tiras pull-tabs que se jalan) hechas de papel. Pop-up fue, de hecho, registrado como marca en los Estados Unidos por la empresa Blue Ribbon Books Inc., de Nueva York en la época entre las dos guerras mundiales (Van der Meer, 2008).

También estos libros son llamados mágicos porque en su interior o dentro de la cubierta bidimensional esconden estructuras y mecanismos maravillosos que día se convierten más populares entre los niños por contar historias de forma interactiva, llamando la atención del lector “estas arquitecturas de papel retornan a su forma bidimensional cuando se cierra; y eso es precisamente lo que les diferencia de una maqueta o un teatrillo y les mantiene en su condición de libros” (Chasiluisa y Maigua, 2012, pág. 29)

Existen varias clasificaciones de los libros pop-up según las características formales de los mecanismos que tienen para efectuar los movimientos, de profundidad o de transformación de imágenes, libros móviles y desplegables conozcamos algunos de estos: Solapas, imágenes combinadas, imágenes transformables, libro ruleta, libros carrusel, libros teatrillos, libros peep-show, libros lengüetas, libros pop-up, libros sobres y cartas, libros panoramas, en los últimos años las técnicas de los libros desplegables se han ido complicando con la incorporación de nuevos elementos como cuerdas, gomas, objetos e incluso luz y sonido generado por un microchip. La sofisticación ha llegado hasta la inclusión de texturas y olores en algunos libros (Chasiluisa y Maigua, 2012, pág. 30)

Publicidad

Definición de Publicidad

Ana Kot, presenta a la publicidad como una disciplina científica cuyo objetivo es persuadir al público meta con un mensaje comercial para que tome la decisión de compra de un producto o servicio que una organización ofrece.

Diferencia entre Propaganda y Publicidad:

La Publicidad tiende a la obtención de beneficios comerciales, en tanto que la Propaganda tiende a la propagación de ideas políticas, filosóficas, morales, sociales o religiosas, es decir, comunicación ideológica.

Público

Es un término colectivo utilizado para designar a un conjunto de personas estrechamente relacionadas entre sí, por intereses y afinidades que le son comunes, y que comparten un sentimiento de solidaridad. **Impresión y publicidad.** (Kot N., 2009)

El público puede ser real o potencial

Asimismo, Kot refiere su exposición que hay dos tipos de públicos el real y el potencial. El Público Real: Este público es el que consume un determinado producto. Se debe lograr que sea fiel al producto, dándole lo que desea obtener, y mejorando características del mismo. El Público Potencial: Es el posible comprador.

Finalidad de la Publicidad

Mostrar que se puede satisfacer una necesidad con el producto o servicio que se está vendiendo. La posibilidad de armar una publicidad se gesta en el departamento de Marketing de una empresa, que es el encargado de estudiar al consumidor, el nicho de mercado, etc. **Impresión y publicidad.** (Kot N., 2009).

6.2. Categorización de Análisis Histórico Cultural

Cultura

Existen diferentes significados del término “cultura”, cabe recalcar que en el presente proyecto se tomaran las concepciones de algunos autores sobre este tema para poder comprender mejor las dimensiones de la presente categoría.

Un sin número de personas afirman que la cultura está relacionada a mejorar el nivel de educación, que es proporcional a las enseñanzas adquiridas, es decir, que un individuo "culto" es aquel que ha alcanzado el conocimiento de una materia especializada, regularmente en arte, música, literatura, y que tiene un buen comportamiento. (Acevedo, 2010, pág. 1)

Desde la antropología, esta significación no representa importancia, la cultura es concebida a partir de los modos de comportamiento del individuo en su totalidad, como también se incluye las técnicas y métodos del arte, la música y la literatura, las actividades para hacer alfarería, coser vestidos o edificar casas. “Entre los productos de la cultura encontramos libros cómicos y canciones callejeras populares al lado del arte de un Leonardo da Vinci y la música de un Johann Bach”. (Acevedo, 2010, pág. 2)

Entonces, la cultura ha sido comprendida como el conjunto de características necesarias e imprescindibles para que el ser humano sea lo que es, no solo en el modo particular de entender una cosa o juicio, o en el hecho del desarrollo de sus inteligencias y aptitudes, viéndolo desde el sentido antropológico se puede decir que juega un papel fundamental dentro de la cultura las creencias, actitudes, valores jerarquizados, tecnologías y reglas de pensamiento y comunicación, a partir de los cuales se organiza la vida dentro de un grupo. (Malo, 2000, pág. 2)

Ahora bien, según el autor se puede decir que los seres humanos son el resultado de las características peculiares y complejos de la cultura a la que se integran luego del proceso psicológico por el que tomamos como rasgos, conductas u otros fragmentos del mundo que nos rodea, de igual forma, (Malo, 2000) hace referencia que “cultura” es el estilo de vida de una comunidad, en la que se incluyen las expresiones artísticas, fiestas, folklore, costumbres entre otras.

Siguiendo la misma línea, se puede manifestar que la cultura es considerada como el grupo de elementos homogéneos adquiridos por el individuo bajo algunas representaciones, las cuales persisten y provienen del entorno y no de su naturaleza, de modo tal que se inducen actitudes, representaciones y comportamientos comunes valorizados. En esta formulación selectiva y descriptiva de la conducta moral o normal característica de los miembros de una sociedad, los modelos culturales son “los que contribuyen a estructurar cualquier grupo de la manera relativamente más amplia, más profunda, más durable, y por este hecho estos modelos se revelan los más capaces de mantener su unidad más allá de los factores de división”. (Camilleri, 1985, pág. 13).

Por lo anterior, se entiende que la cultura está relacionada con el proceso de “la acumulación y la organización de las experiencias humanas; es debido a esto, potencialmente transmisible, y por mecanismos de transmisión no genéticos. Es también modificable, esas modificaciones pueden a su vez transmitirse de la misma manera”. (Camilleri, 1985, pág. 09)

Por otra parte, (Bonfil, 1989) amplía la acepción de cultura añadiendo que es un conjunto referentemente reducido de conocimientos, habilidades y formas de sensibilidad entorno a las Bellas Artes y otras actividades intelectuales, conviene subrayar que lo anteriormente expuesto está limitado por el acceso que se tenga a la educación, las condiciones individuales, familiares y sociales que se conciben dentro de una elite, lo que hace que sea un patrimonio de pocos.

La anterior perspectiva antropológica citada por (Bonfil, 1989) en el libro “México profundo”, es contradictoria el autor afirma que todos los grupos humanos tienen cultura porque la interacción en sociedad se las transfiere, además es necesario el conocimiento de otros elementos culturales que son imprescindibles para participar en la vida social.

No obstante, (Michael M. Coltman, 1989) afirma que la cultura es un término que puede distinguirse desde distintos enfoques o ángulos, detallando, por ejemplo, artes (gráficas, pintura, escultura, arquitectura), artesanías, ciencia, historia, educación, gastronomía, música, gobierno y religión. Además, danza propia de un lugar, costumbres musicales y movimientos, literatura como libros, revistas y periódicos e industria, negocios y agricultura.

A partir de las definiciones y descripciones esbozadas por diferentes autores, se puede entender la cultura como un concepto integrado de diversos elementos relativos al ser humano, se observa entonces a la cultura como el conjunto de elementos y características que integran al sujeto dentro de un espacio particular, adquiriendo valores específicos, temática que hace referencia a la cultura popular que se desarrollará a continuación.

Cultura Popular

Como punto de partida se puede decir que la cultura popular ante todo implica una “toma de posición”, así lo afirma (Néstor García Canclini, 1997) quien describe que las culturas populares se establecen mediante un proceso de apropiación heterogéneo de los recursos económicos y culturales de una estado o de un conglomerado social por parte de los grupos subalternos y por la asimilación, multiplicación y evolución de las circunstancias generales y conformes del trabajo y vida. Así pues, se observa como el autor define desde dos perspectivas el tema de la cultura popular, la primera como el consecuencia de una apropiación desigual, por parte de quienes ejercen el predominio sobre otros, y la segunda por los sectores populares al estar supeditados a los bienes económicos y culturales de un grupo social, determinado por una nación, etnia, un conglomerado social.

Se observa entonces, como la cultura popular sobreviene de una división económica y cultural marcada en diferentes periodos, según Peter Burke, se remonta a fines del siglo XVII en que habían historiadores que escribían acerca de las costumbres populares. Ya en el siglo XVIII, el escritor alemán Johann Gottfried Herder describe “la idea de que las canciones y los cuentos, las obras de teatro y los proverbios, las costumbres y ceremonias, formaban parte de un conjunto que expresaba el ‘espíritu’ de un pueblo determinado” (Samuel, 1984, pág. 78)

De acuerdo con este autor, las clases altas de entonces, se interesaron en la cultura popular por motivos estéticos, se construyó una imagen romántica de los campesinos, pues, los consideraban parte pintoresca del paisaje, y a sus cantos, obras de la naturaleza. Los motivos políticos se deben a que, a comienzos del siglo XIX, emergieron movimientos de liberación nacional en varios países de Europa, los mismos que entraron en acción; y encajaron en sus actos (Samuel, 1984, pág. 79)

Stuart Hall, entre tanto, asume que existe una confrontación continua alrededor a la cultura del pueblo trabajador, las clases obreras y los pobres. Añade que el nuevo orden social que gira en torno al capital, requería de un proceso de reeducación que encontró en la tradición, su principal resistencia. Desde entonces se vinculó la tradición a la cultura popular, y sus tradiciones fueron vistas como incoherencias (Samuel, 1984, pág. 93)

El autor asume que la cultura popular comprende a la clase obrera y a los pobres. Para nuestra realidad ecuatoriana, se añade que, existen otros actores que no son nuevos, que estuvieron invisibilidades pero siempre con base en la cultura popular: los indígenas, los afros, los campesinos, las mujeres, los vendedores de la calle, artistas callejeros, niños trabajadores de la calle, mendigos. Una vez determinados los sujetos inmersos en la cultura popular.

En término llano, se asume lo popular como aquello que el pueblo crea, preserva y usa para sí mismo. Sin embargo para Stuart Hall, definir la cultura popular como todo aquello que hace el pueblo, significa una lista infinita de cosas que imposibilita determinar qué es y qué no es popular. Lo importante, agrega, es poder realizar la distinción analítica: ‘el pueblo/ no del pueblo’, ya que el pueblo es la esencia, ‘el principio estructurador de lo popular’; por consiguiente las tensiones- relaciones que se dan entre lo que pertenece a la cultura de élite y lo que pertenece a la cultura de la ‘periferia’, es lo que define la cultura popular (Samuel, 1984, pág.102, 103)

Asimismo, Hall asegura que el proceso cultural obedece en primer lugar en trazar una línea divisoria, siempre, en cada período, en un lugar distinto, entre lo que se debe y no se debe incorporar a ‘la gran tradición’ (Samuel, 1984, pág. 105)

Stuart Hall, expone muy claramente el juego lógico en el que se desenvuelve la lucha cultural: resistencia pero también apropiaciones y expropiaciones; pues, no existe cultura popular alguna que se encuentre fuera del campo de las relaciones de fuerza y de dominación; pero no siempre la culturas populares ejercen resistencia, sino también, aceptaciones y claudicaciones. La cultura está por tanto, en un permanente campo de batalla “donde no se obtienen victorias definitivas, pero donde siempre hay posiciones estratégicas que se conquistan y se pierden” (Samuel, 1984, pág. 101). De aquí surge la característica contradictoria de las formas culturales

que nunca pueden ser totalmente auténticas o totalmente corrompidas, siempre habrá elementos populares que permean la cultura hegemónica.

Las leyendas se ubican, históricas, políticas, sociales y culturalmente, dentro del ámbito de lo popular, nacieron y permanece en el pueblo. Es tradicional porque han sido preservadas en el tiempo, transmitidas de generación en generación, por supuesto con muchos cambios, porque las culturas y las tradiciones no son estáticas. Cumple funciones sociales no predeterminadas sino también cambiantes, acorde a nuevas significaciones y sentidos dados por los grupos culturales que las usan. Las leyendas caminan con la historia de sus pueblos, y por ser populares, están vinculadas al tema de clase; por tanto, subsiste en un campo de lucha simbólica de dominación y subordinación.

Leyendas y tradiciones

El Ecuador es un país rico en cuanto a tradiciones y leyendas transmitidas oralmente, en el extenso territorio de la nación existen variedades de leyendas caracterizadas por la ficción y la realidad, en años anteriores estas eran enseñadas de generación en generación mediante el relato oral. Generalmente estas tradiciones y leyendas eran parte de la identidad cultural propia de un conglomerado social que las recreaban como parte esencial de su existencia, así estas historias fantásticas llevaban implícitas valores y conductas de los seres humanos, rescatando diversos mensajes sobre lo que es correcto e incorrecto (Espinosa, 2014, pág. 8)

Según (Ricardo Soca, 2008), crítico argentino, el término leyenda “La palabra leyenda proviene del verbo latino legere que significaba “recoger, cosechar, robar”; con el pasar del tiempo se le ha tomado como “cosechar con los ojos”, especialmente “leer”. “En el latín medieval mientras tanto, se usaba el gerundio de este verbo, legenda, con el significado de “algo para ser leído” y en esa época se aplicaba, sobre todo en todos los libros sobre vidas de santos” (Pazmiño, 2015, pág. 32)

Actualmente, la leyenda es conocida por ser una narración de hechos que pueden ser a su vez reales y fantasiosos, esta tradición es transmitida de generación en generación, generalmente hacen parte de la cultura y creencias de un grupo social, al ser contadas pueden sufrir modificaciones según la percepción de quien la escuche y la retransmita, pero se debe tener

presente que la esencia y el objetivo de la leyenda no cambia, ni se modifica (Raymond, 1994 citado en Erazo, 2013 pág. 37).

La temporalidad de los hechos históricos dentro de la leyenda no es primordial, esta pasa a un segundo plano según el narrador oral y su intención con el público. De igual forma, (López, 2003) hace énfasis que durante la época conocida como el Romanticismo, la leyenda era semejante a lo que se llamó en el siglo XIX como "tradición popular".

Para este mismo autor:

Una leyenda, a diferencia de un cuento, está ligada siempre a un elemento preciso integra el mundo cotidiano o la historia de la comunidad a la cual pertenece, es un relato de hechos humanos que se transmite de generación en generación posee cualidades que le dan cierta credibilidad, con la intención de hacer creer que es un acontecimiento verdadero, pero, en realidad, una leyenda se compone de hechos tradicionales más no de hechos históricos (López, 2003)

No obstante, en la actualidad se ha perdido la tradición de transmitir las leyendas, desapareciendo un poco la identidad cultural de quienes mantenían estas tradiciones, así mismo, se ha perdido el sentido de apropiación de las nuevas generaciones y no se ha explotado el tema de la tradición oral del país para atraer turistas, por esta razón, es necesario que en el presente proyecto se discuta acerca de las clases de leyendas.

Clases de leyendas

La clasificación de las leyendas según cita (Pazmiño, 2015) son las siguientes:

- Leyendas etiológicas, en las que aclaran el origen de los elementos de la naturaleza, fauna y flora;
- Leyendas escatológicas, narran las creencias y doctrinas referentes acerca de la vida de ultratumba;
- Leyendas religiosas, narran historias de justos pecadores, pactos con el demonio, episodios de la vida de santos;
- Leyendas urbanas. pertenecen al folclore contemporáneo, circulan de boca a boca;

- Leyendas locales. Son las narraciones populares de un municipio, condado o provincia.

Algunas leyendas pueden ser clasificadas en más de un grupo, ya que la temática aborda más de un tema.

Hermanos Restrepo

¿Dónde están?: Caso Restrepo - desaparición forzada

En la mañana del 8 de enero de 1988, Carlos Santiago y Pedro Andrés Restrepo Arismendi, hermanos de 17 y 14 años respectivamente, fueron detenidos, torturados, asesinados y desaparecidos por miembros del Servicio de Investigación Criminal de Pichincha (SIC-P).

Los hermanos salieron de su casa ubicada en Miravalle, barrio nororiental de Quito, en un Jeep Tropper, color almedra, de placas PHD-355 hacia las calles Río Coca y Av. De los Shyris, para recoger a un amigo suyo para llevarlo al Aeropuerto, pero nunca llegaron a su destino.

Familiares y amigos iniciaron inmediatamente la búsqueda, en principio informaron que los jóvenes se encontraban en el Centro de Detención Provisional, pero al visitar el lugar tal información fue negada. La subteniente de Policía Doris Morán fue la encargada de hacer las investigaciones, solicitó recursos a la familia, junto con ellos realizó viajes hacia Santo Domingo y al norte del país en Ipiales, de acuerdo a las pistas que le daba un supuesto informante. Entabló lazos afectivos con los padres de los menores desaparecidos, a quienes les garantizaba hallarlos con vida. Al mismo tiempo, elevó informes difamando a los jóvenes

El 13 de febrero de 1988 se encontraron los restos del vehículo en el que viajaban Carlos y Andrés al fondo de la quebrada Pacha, la Policía armó un operativo de rescate, se hallaron partes retorcidas del automotor, pero ningún rastro de sus ocupantes. En agosto de ese año la familia decidió romper el silencio e hizo una denuncia pública, desde marzo de 1989 semanalmente realizaron una protesta pacífica al pie del Palacio de Carondelet reclamando verdad y justicia. Entonces se unieron a la lucha otras personas, víctimas y familiares de víctimas de violaciones de derechos humanos, otras desapariciones como las de Jaime Otavalo, Consuelo Benavides y Gustavo Garzón salieron a la luz pública, las organizaciones sociales también se unieron al reclamo.

En el año 1990 el gobierno de Rodrigo Borja creó en una comisión nacional para que investigue el caso y permitió que el Departamento Administrativo de Seguridad (DAS) de Colombia, dada la nacionalidad de los padres de los jóvenes desaparecidos, también indague al respecto. Mientras tanto la Policía Nacional concluía en junio de 1990, que los jóvenes murieron en un accidente de tránsito. Finalmente el informe del DAS inculpó a la Policía Nacional.

El gobierno tomó la decisión de establecer una comisión internacional conformada por Toine van Dongen, experto designado por el Secretario General de las Naciones Unidas; Gustavo Medina López, Procurador General del Estado; Apolinar Díaz Callejas, ex Gobernador del Departamento de Sucre, ex Viceministro de Agricultura, Senador de la República de Colombia, y fundador del Comité Permanente por la Defensa de los Derechos Humanos; Juan de Dios Parra, Secretario General de la Asociación Latinoamericana para los Derechos Humanos (ALDHU); Isabel Robalino, en representación de la Conferencia Episcopal Ecuatoriana; y Guillermo Arismendy Díaz, tío de los menores desaparecidos, en representación de la familia. Con el encargo de "realizar toda clase de indagaciones y análisis en torno a la desaparición de los hermanos Restrepo Arismendy"

La Comisión realizó una investigación exhaustiva en la que cotejó informes elaborados por la policía, análisis técnicos y recibió testimonios, entre ellos el de Hugo España. La investigación concluyó que el día 8 de enero en el sector conocido como el Partidero a Tumbaco, se desarrollaba un operativo de control vehicular por miembros de la Policía Nacional. Al no poseer licencia de conducir, el mayor de los hermanos, Carlos Santiago, habría intentado huir, después de la persecución, se presume que fueron detenidos y llevados al Centro de Detención Provisional.

La misma noche del 8 de enero, habrían sido trasladados al SIC-P, donde el Sargento Guillermo Llerena encargó los detenidos a las clases de llaves Hugo España. En ese lugar los jóvenes fueron torturados y asesinados, en los días siguientes el teniente coronel Trajano Barrionuevo habría convocado a una reunión a varios miembros de la Policía Nacional y solicitado que se mantenga reserva en el caso. El cabo segundo Camilo Badillo, el policía apodado "El Chocolate", el sargento Guillermo Llerena y Hugo España se encargarían durante la

noche del 11 de enero de llevar los cuerpos de los jóvenes hacia la laguna de Yambo para desaparecerlos definitivamente.

Este crimen fue perpetrado durante el gobierno de León Febres Cordero (1984 - 1988) en un contexto de represión generalizada y sistemática cometiendo delitos contra la vida y le integridad personal que lesionan la humanidad en su conjunto. El SIC era considerado un centro de tortura por lo que en 1991 fue desmantelado y se creó la Oficina de Investigación del Delito (OID) que posteriormente fue sustituida por la Policía Judicial. (PJ)

Juan de Dios Parra y Guillermo Arismendy Díaz, como miembros de la Comisión Especial Internacional, presentaron la denuncia por los hechos concluyentes de la investigación, se instauró causa penal para el establecimiento de los hechos y determinación de responsabilidades en la desaparición de los hermanos Restrepo. El 17 de agosto de 1991, buzos de la Marina Nacional, iniciaron la búsqueda de los cadáveres en la laguna de Yambo. Sólo encontraron armas de fuego y abandonaron la exploración luego de pocos días. El 2 de septiembre, la Comisión Especial Internacional Investigadora del caso Restrepo entregó su informe titulado: "Arrancados del Hogar".

De los documentos reservados que examinó la Comisión de la Verdad se conoce que el 12 de octubre de 1992 miembros de la Policía Nacional decidieron conformar una Comisión de Defensa Institucional ante el caso Restrepo. Édgar Vaca Vinuesa, teniente coronel de Estado Mayor y Jefe de la Unidad de Investigaciones Especiales (UIES) de la Policía Nacional, solicitó mediante oficio al Comandante General de la Policía Nacional que:

"Se adopten las medidas más adecuadas para evitar un problema de carácter institucional, que resquebraje la unidad de nuestra policía". "Que se tomen las medidas correspondientes a fin de evitar las injurias, calumnias y agresiones verbales vertidas por parte del ingeniero Pedro Restrepo y Luz Helena Arismendy, en contra de la Institución y de sus miembros; injurias que atropellan los Derechos Humanos de los miembros de la Policía Nacional y de sus familiares. Se debe además solicitar el enjuiciamiento de los Restrepo por las injurias e infamias que en forma constante están profiriendo en contra de los policías enjuiciados, y más aún, en contra de personas inocentes completamente ajenas a este conflicto como son sus familiares. Solicitar se alcance del gobierno la prohibición de este tipo de manifestaciones que violan todo precepto

legal, como es la toma de la Plaza de la Independencia para agredir verbalmente a la Policía Nacional".

En enero de 1993, el entonces Presidente de la República, Sixto Durán Ballén, negó el permiso para que se continúe con la protesta pacífica de los días miércoles. Cercos policiales con tanques antimotines impidieron el paso a la Plaza. Durante esta temporada, se apresó a activistas de derechos humanos y al cantautor Jaime Guevara. En el año 1994, Luz Helena Arismendy, madre de los menores desaparecidos, murió en un accidente de tránsito.

El 15 de noviembre de 1994, el presidente de la Corte Suprema de Justicia, Francisco Acosta, dictó sentencia condenatoria contra: Guillermo Llerena y Camilo Badillo a los cuales se les impuso la pena de dieciséis años de reclusión mayor extraordinaria como autores de detención arbitraria e ilegal, torturas y asesinato de los menores Carlos Santiago y Pedro Andrés Restrepo y de destrucción de jeep Trooper; a Trajano Barrionuevo, Juan Sosa y Doris Morán, a ocho años de reclusión mayor ordinaria como cómplices; y a Gilberto Molina y Hugo España a dos años como encubridores" Cumplieron la mitad de las condenas beneficiados con el sistema de reducción de penas.

La familia Restrepo, el 6 de agosto de 1997 presentó una demanda ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), en contra del Estado por violación de derechos protegidos por la Convención Americana. El gobierno de Fabián Alarcón, por medio de la Procuraduría General del Estado, el 24 de febrero de 1998, reconoció que en este caso, se cometió un crimen de Estado y manifestó que aceptaba su culpabilidad y responsabilidad internacional sobre los hechos ejecutados por sus agentes de policía en la detención, tortura, muerte y desaparición de los jóvenes Restrepo.

Los peticionarios y el Estado ecuatoriano arribaron a un acuerdo amistoso en el que el Estado ecuatoriano se comprometió a indemnizarlos, con cargo al Presupuesto General del Estado, de acuerdo al daño emergente, el lucro cesante y el daño moral irrogado a la familia Restrepo Arismendy. Además, se comprometió a ejecutar una completa, total y definitiva búsqueda en la laguna de Yambo y a recuperar los cuerpos de los menores

Durante todo este tiempo, la familia Restrepo y miembros de organizaciones de defensa de los derechos humanos mantuvieron su protesta en la Plaza de la Independencia, pese a las intimidaciones, los maltratos, bombas lacrimógenas y los cercos policiales. El lugar -poco a poco- se fue convirtiendo en el sitio de concentración, denuncia y reclamo de familiares de otras personas desaparecidas, asesinadas o torturadas, lo cual dio lugar a la conformación del Comité de Familiares de Víctimas de la Represión. El caso Restrepo se convirtió en un símbolo de la defensa de los derechos humanos en el país.

El Estado ecuatoriano cumplió con la indemnización pactada en el acuerdo amistoso firmado en 1998, sin embargo no se continuó con la búsqueda ofrecida. En diciembre de 2008, diez años después del acuerdo y 20 años de la desaparición la Procuraduría General del Estado, contrató a la empresa Darwinvest para que haga una nueva búsqueda en la laguna.

Las labores en Yambo se iniciaron entre el 25 y 30 de enero de 2009. Los buzos buscaron y sacaron cada resto u objeto encontrado en la laguna. El 26 de agosto, la Procuraduría entregó el informe de la búsqueda realizada en la laguna de Yambo por la mencionada empresa, en el que se concluye, de forma clara y contundente, que en Yambo no se encuentran los cuerpos de los hermanos Restrepo.

María Fernanda Restrepo Arismendy, hermana menor de Carlos Santiago y Pedro Andrés, estrenó a finales del año 2011 el documental "Con mi corazón en Yambo" donde realiza un viaje personal por la tragedia que marcó la vida de su familia y permite a los espectadores recorrer una tragedia histórica que se pretende olvidar.

En la investigación llevada a cabo por la Comisión de la Verdad se receiptó una nueva versión del caso que está siendo investigado por el Fiscal Jorge Cano, de la Unidad de la Fiscalía para los casos de la Comisión de la Verdad. El funcionario ha ordenado la exhumación de la fosa común del cementerio del Batán, donde se han encontrado restos humanos que están sometidos a análisis que confirmen o descarten que pertenezcan a los hermanos Restrepo. **Comisión Ecuménica de Derechos Humanos.**

Salcedo y la Laguna de Yambo

En el presente estudio nos vamos a enfocar principalmente en la provincia de Cotopaxi, como localidad que cuenta con majestuosos paisajes, entre ellos su volcán, formado por un cono de nieve a 5.897 metros sobre el nivel del mar ubicado en el área protegida del Parque Nacional Cotopaxi, la laguna Limpiopungo, ubicada al nor-occidente del volcán Cotopaxi, la laguna de Yambo llamada “Laguna Encantada”, la laguna de Quilotoa, formada en el cráter de un volcán.

De igual forma, en Cotopaxi se encuentra el Área Nacional de recreación y educación ambiental El Boliche, la cara de piedra de Angamarca, Hacienda la Ciénega y los tradicionales helados de Salcedo reconocidos por su exquisito sabor a nivel nacional e internacional (Gobernación de Cotopaxi).

Así mismo, la provincia también cuenta con:

Ríos, pueblos antiguos y modernos, monumentos, iglesias, las calles angostas de su ciudad capital, sitios de pesca, restaurantes, montículos incásicos, santuarios, sus lagunas, las ferias y sitios históricos invitan a conversar y extasiarse frente a sus maravillas, no solo como fuente inagotable de inspiración artística, sino como una zona de curiosidad científica (Quispe, 2014, pág. 4)

Siguiendo la misma línea, podemos resaltar que existen diversos estudios que exaltan la naturaleza de la región, la pujanza de los pobladores e ideales de los habitantes. “Sus casas señoriales, haciendas, páramos, chozas indígenas y más recónditos lugares, han sido escenarios gloriosos de jornadas épicas. Su ciudad y pueblos más apartados” (Quispe, 2014, pág. 4, 5).

Es de recordar que la provincia de Cotopaxi cuenta con 7 cantones entre ellos destacaremos a Salcedo por ser donde se encuentra ubicado el atractivo turístico objeto del presente proyecto, el cantón esta al suroriente de la provincia de Cotopaxi, su producción se basa principalmente en la agricultura y la ganadería y es popular por la preparación de los helados de fruta y pinol.

Según (Quispe, 2014), Salcedo ha sido solo conocido por ser un lugar de paso, que no tiene una gran oferta turística y cultural, a través de la promoción de sus atractivos naturales se

puede lograr el desarrollo efectivo y bien dirigido de las capacidades turísticas, lo que promoverá la integración, coordinación y avance de los territorios y poblaciones locales, como también el comercio y la economía del sector.

Es de destacar que en el cantón Salcedo se puede aprovechar un paraje natural como lo es la Laguna de Yambo para que sea un gran potencial turístico, ya que este lugar cuenta con leyendas sobre sus:

Vertientes subterráneas en la parte central de donde nacen sus aguas; se puede observar que la laguna ha crecido en forma espectacular por los nuevos regadíos que se ha implementado en las zonas aledañas.

La Laguna de Yambo está situada a 7 kilómetros de la Cabecera Cantonal, en la parroquia Panzaleo; ubicada en la región sur del cantón (**Gobernación de Cotopaxi**).

La extensión de la Laguna de Yambo es de 1256 m de largo y un ancho de 300m con una profundidad máxima de 25m. Está rodeada por montañas y peñas. Ya que se ubicada en un valle interandino de la Sierra Ecuatoriana, a una altitud de 2600 m., cuenta con clima árido seco, la temperatura oscila entre los 8° a 23° grados centígrados, sus aguas tiene una temperatura promedios de 10 grados centígrados (Quispe, 2014, pág. 110).

Entre la fauna y la flora de la zona de Yambo se destacan 17 especies de aves que hacen parte de 7 familias. Así mismo, existen peces policromáticos, palos andinos, blancas garzas y patillos. En la flora, se destaca la presencia de una exuberante vegetación, cactus en el entorno y totorales (Quispe, 2014, pág. 110-113)

La Laguna de Yambo tiene una ubicación geográfica estratégica, por ello cuenta con vías de acceso y transporte por el norte y por el sur, ya que está atravesada por la panamericana, carretera de primer orden que facilita el ingreso este atractivo turístico (Quispe, 2014, pág. 109)

Yambo se constituye como la principal fuente de desarrollo turístico de la Parroquia Antonio José Holguín del cantón Salcedo; por eso creemos necesario hacerla conocer a través de un proyecto de diseño editorial en un formato tridimensionalidad o Libro Pop – Up desde el cual se fortalezca e incremente el potencial que posee el Mirador de la laguna de Yambo, y así mismo,

se conozcan las leyendas que se tejen en su entorno resaltando la identidad natural y cultural del sector y que se conocerán a partir del siguiente apartado.

Leyendas y tradiciones de Yambo

Algunas leyendas existen en torno a la laguna, para el presente estudio es necesario darlas a conocer ya que estas serán ilustrados en el Libro pop-up que busca promocionar las tradiciones culturales que los habitantes del sector han construido en torno a este atractivo natural, las siguientes leyendas han sido tomadas del libro “Yambo: Tradiciones y Leyendas” de Augusto Zambonino Jácome.

Tabla No. 3 Leyendas y tradiciones de Yambo

<p>ORIGEN DE LA LAGUNA DE YAMBO</p> <p>Se cuenta que hace mucho tiempo, varias decenas de indios traían una enorme y pesada campana de bronce desde el Cuzco con dirección al norte con el fin de instalar en uno de los mejores templos del Reino de Quito. Largo y penoso resultó el viaje. Cada día no avanzaban sino unas pocas leguas. Cuando se encontraron en el territorio de los famosos Panzaleos, en la llanura que hoy es la laguna, hicieron un descanso obligado.</p> <p>Al día siguiente, cuando se disponían a continuar el viaje quedaron abismados y atónitos al contemplar que su preciosa carga, se había enterrado hasta la mitad. Trataron de sacarla, pero en cada movimiento que realizaban, se hundía cada vez más; tierra se humedeció y empezó a brotar agua en abundancia.</p> <p>Cavaron los lados tratando de rescatarla, pero el hoyo se iba agrandando. Pidieron auxilio a las tribus de Panzaleos, todos en forma mancomunada trabajaron tenazmente, utilizaron todos los medios y recursos para ver si era posible detener el hundimiento de la preciada reliquia, pero todo resultó inútil, más bien la “cocha” ya tomó grandes proporciones y comenzó a emanar denso y abundante humo de sus entrañas. Los indios, ante tan inesperado y dantesco espectáculo, en una entremezcla de terror, miedo y respeto recorrían los campos</p>	<p>LOS FANTASMAS VUELAN SOBRE LA LAGUNA DE YAMBO</p> <p>Una de las leyendas conocidas que se tejen en torno a la misteriosa y enigmática laguna de Yambo: la de los fantasmas que recorren el lugar, unos a pie sollozando y otros hasta volando en las noches de luna.</p> <p>La laguna de Yambo es una verdadera cajita de sorpresas que está ubicada a media hora de Salcedo, en la provincia de Cotopaxi.</p> <p>Llegar hasta ella no es tan fácil, ya que desde Quito se pasa Salcedo y luego se llega hasta el sector de Yambo. Ahí todos conocen el desvío viejo y destruido que conduce hasta el borde de la hermosa laguna.</p> <p>En el trayecto se pasa por antiguos rieles del tren que antes había circulado por el lugar llenando de vida ese sitio ahora tan desolado.</p> <p>En esas épocas ferrocarrileras es donde nace la historia de que la locomotora aparece a la medianoche pitando con insistencia, al igual que los fantasmas que, según dice la gente, no solo caminan penando por la estrecha callejuela que conduce hasta Yambo, sino también vuelan sobre las aguas buscando el descanso eterno.</p> <p>Los ancianos habitantes cuentan que cierto día los vagones se salieron de los rieles y el tren se volcó aparatosamente.</p> <p>Dos de los vagones que iban repletos de pasajeros dieron varias vueltas de campana y al final fueron</p>
--	---

<p>regando la noticia y gritando: ¡Yambo! Yambo!... que quiere decir “Laguna Humeante”</p> <p>Con el pasar del tiempo se inundó toda la llanura y los Panzaleos le elevaron a la categoría de “Dios” de su tribu.</p>	<p>a parar al fondo de la laguna.</p> <p>Los cuerpos de las víctimas nunca fueron encontrados, al igual que los restos de los vagones. Desde ese día hasta la actualidad, muchos dicen escuchar el pito del tren y los gritos de las personas que desesperadas piden auxilio para no morir.</p> <p>Enrique Malliquinga y su padre Jacinto, vecinos del sector de Jacho, cercano a la laguna, aseguran haber escuchado alguna vez esos terroríficos gritos.</p>
<p>YAMBO Y SALAYAMBO</p> <p>(Dos lagunas separadas en su exterior y se presume que tienen conexión interior). Se dice que botando alguna prenda de vestir (sombrero) o algún objeto que flote (piedra pómez, un pedazo de madera, señalados) en la laguna de SalaYambo, a las cuarenta y ocho horas más o menos, esas mismas prendas o esos mismos objetos se encuentran en la laguna de Yambo, lo que prueba que estas dos lagunas se encuentran en su interior.</p>	<p>TAMBORLOMA</p> <p>Es una loma que está situada al lado oriente de la laguna, ésta se asemeja a la torre de una iglesia. Los vecinos del lugar afirman que en las noches de luna tierna o de luna llena, de aquel lugar emana un sonido muy parecido al de un tambor o una caja ronca, cuyos ritmos son muy sonoros y acompañados como que incitara o invitara a un combate; por esta razón, la tienen como una loma encantada, que es símbolo de los bravos Panzaleos, que al son del tambor peleaban en contra de los invasores. Fusionadas las palabras, tambor y loma, se origina el término “Tamborloma”.</p>
<p>TAITA YAMBO</p> <p>Cuentan que el primer tren que venía de Guayaquil a Quito, caminaba paso a paso, se demoró un gran tiempo, especialmente en la NARIZ DEL DIABLO, ya que todavía no se asentaba o afirmaba el terreno, dando lugar a continuos descarrilamientos.</p> <p>Cuando esta gigante mole de hierro pasaba por la orilla izquierda de la laguna. Taita Yambo que era un hombre descomunal no permitió que hollaran las tierras de sus dominios, salió al paso y con tremenda e incontenible furia, lo desvió empujándolo hacia el abismo. Dicen que fue una horripilante escena cuando el tren se desplomó y la laguna poco a poco lo devoró; y luego..., todo quedó en silencio, en completa calma. Ahora se sabe que como testimonio de este hecho, el tren lanza un largo, profundo y lastimero gemido a las doce de la noche.</p>	<p>LA CUEVA DE YAMBO</p> <p>Se cuenta que esta caverna era renombrada porque en la época de la Revolución Liberal, fue el lugar ideal y seguro refugio para aquellos jóvenes que no querían engrosar las filas del Viejo Luchador. Se asegura que en este lugar se escondían evitando ser llevados a los cuarteles; más, un cierto día, un familiar de un joven que fue cogido a la soga, amargado y sufrido y con el fin de que no sea el único que sufra en las guerras, dio aviso a uno de los sargentos de las milicias que en dicha cueva se encontraban algunos jóvenes escondidos. El sargento y algunos soldados bien mandados, ni cortos ni perezosos se dirigieron a este lugar y efectivamente encontraron a un buen número de nerviosos muchachos que no tuvieron cómo evadir, y, en masa fueron acuartelados. Se conoce que todos los días eran sometidos a fuertes servicios especiales y los instructores les dedicaban unos tremendos toletazos aconsejándoles para que no se escondan.</p>

LA GALLINA Y LOS 12 POLLITOS DE ORO

Entrando en confianza y movidos por la curiosidad empezamos a preguntar un poco más a don Enrique sobre los enigmas de Yambo. Fue entonces que nos narró otra magnífica historia: la de la gallina que anda con sus doce pollitos de oro caminando por el borde de la laguna.

Dice que esto es porque el lugar está encantando y en realidad, en el fondo, a ese al que nadie ha podido llegar en realidad, existe un millonario tesoro.

La codiciada gallina con sus 12 pollitos tan brillantes como el sol aparece siempre a las 00:00 en punto.

EL TREN FANTASMA

Un Viernes Santo mientras hacía el recorrido de la tarde desde Quito hasta Riobamba, la locomotora tuvo que detenerse a la mitad del trayecto. Había llovido en la provincia de Cotopaxi y un gran derrumbe tapaba la vía. Los ferroviarios trabajaron el día entero para despejarle y solo cuando oscureció, los pasajeros se pudieron acomodar en los vagones y reiniciar la marcha. El tren negro pasó pitando por Salcedo antes de las once de la noche; pero al llegar al sector de Yambo, donde los aguaceros habían arrastrado gran cantidad de lodo hacia los rieles, ocurrió el descarrilamiento con un rugido estruendoso. Los pasajeros, que dormían fatigados, despertaron al sentir que la máquina se precipitaba al vacío. Algunos alcanzaron a implorar a Dios por la salvación de sus almas. Otros pidieron perdón por ofender a Cristo al viajar en día santo.

El tren dejó escuchar su estrepitoso silbato en medio de la noche; como un monstruo agonizante cayó y se hundió en las aguas de la laguna sin fondo.

Debido a que nunca se encontró rastro alguno se cree que todos los ocupantes perecieron. Ellos se volvieron parte de la leyenda: cada Viernes Santo, a las doce de la noche, si uno pasa por la carretera hacia Ambato escuchará el espantoso silbato del tren negro, acompañado por los gritos de las almas condenadas que penan en el fondo de las aguas.

Fuente: Zambonino, A. (2011). Yambo: Tradiciones y Leyendas. Quito: UTE.

Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

7. OBJETIVOS:

7.1. General

Diseñar un libro pop-up con ilustración digital basados en la investigación bibliográfica y de campo, con el fin de promocionar el tren fantasma y otras leyendas de la laguna de Yambo.

7.2. Objetivos Específicos.

- Levantar información sistematizada sobre las leyendas de la laguna del Yambo.
- Analizar las nociones y principales características sobre el diseño editorial pop-up las herramientas y parámetros utilizados para el desarrollo del producto final.
- Diseñar las ilustraciones del libro con herramientas digitales y manuales.
- Determinar el medio de socialización del proyecto.

8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA

Tabla No. 4 Desarrollo de objetivos

Objetivo	Actividad	Resultado de la actividad	Descripción de la metodología por actividad
Levantar información sistematizada sobre las leyendas de la laguna del Yambo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar investigación bibliográfica y de campo. 	<p>Obtener información de primera mano sobre las leyendas de la laguna de Yambo.</p> <p>Establecer el grado de información del público acerca de estas leyendas.</p>	<p>Investigación bibliográfica: revisión de libros, revistas, artículos, páginas web que recaben información sobre las leyendas</p> <p>Investigación de campo: Encuesta Entrevista a profundidad Observación participante.</p>
Analizar las nociones y principales características sobre el diseño editorial pop-up las herramientas y parámetros utilizados para el desarrollo del producto final.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar investigación bibliográfica. ▪ Levantar información de fuentes primarias y secundarias. 	<p>Obtener un conjunto de categorías inductivas y vínculos entre las mismas que den cuenta del proceso de diseño y permitan llegar a una teorización que responda.</p>	<p>Análisis documental. Revisión de libros, revistas, artículos, páginas web que recaben información sobre el diseño editorial pop-up.</p>

<p>Diseñar las ilustraciones del libro con herramientas digitales y manuales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar bocetos. ▪ Digitalizar bocetos. ▪ Seleccionar retículas y márgenes del libro. ▪ Diseñar mecanismos del libro. ▪ Elegir la tipografía. ▪ Elegir sistema de impresión, troquelado y encuadernación. 	<p>Desarrollar un libro pop-up con ilustraciones llamativas que revelan la interacción de cada una de las leyendas de la Laguna de Yambo.</p> <p>Diseñar nuevos mecanismos pop-up que se ajusten a las necesidades y que brinden una interactividad con la ilustración gráfica, se pueda crear interesantes obras de arte que estén al alcance de los visitantes nacionales e internacionales de la laguna de Yambo.</p>	<p>Método proyectual (Bruno Munari).</p>
<p>Determinar el medio de socialización del proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar el cumplimiento de los resultados con el lanzamiento del producto final. ▪ Redactar el informe final del presente proyecto. 	<p>Consecución del cumplimiento del objetivo general del presente proyecto, reconocimiento del lugar por turistas nacionales e internacionales, junto con los moradores.</p>	<p>Focus Group. Evaluación de impacto del Proyecto. Verificación de cumplimiento. Encuestas.</p>

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

9. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Tabla No. 5 Costos Directos

DETALLES O DESCRIPCIÓN	VALOR
Copias de los archivos	\$ 10,00
Copias de información bibliográfica	\$ 10,00
Material de impresión (encuestas, entrevistas)	\$ 80,00
Impresión de libros pop-up 16,80 x 100 unidades	\$ 1680,00
Anillados proyecto	\$ 20,00
Total	\$1800,00

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Tabla No. 6 Activos a largo plazo

DETALLE	VALOR
Equipo de oficina – Pen tablet Wacom	\$ 300,00
Equipo fotoGráfico No. – Sony	\$ 180,00
Computadora – Hp	\$ 750,00
TOTAL	\$ 1230,00

Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Tabla No. 7 Costos Indirectos

DETALLES O DESCRIPCIÓN	VALOR
Transporte	\$ 50,00
Alimentación	\$ 30,00
Total	\$ 80,00

Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Tabla No. 8 Presupuesto General

DETALLES O DESCRIPCIÓN	VALOR
Costos directos	\$ 3030,00
Costos indirectos	\$ 80,00
Imprevistos (10%)	\$ 45,00
Total	\$ 3155,00

Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Tabla No. 9 Cotización tentativa del trabajo

DETALLE	VALOR
Trabajo intelectual	\$ 2000,00
Costo de producción del trabajo Valor unitario libro pop-up 16,80 x 100	\$ 1680,00
TOTAL	\$ 3680,00

Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Depreciación.- De los equipos utilizados en el desarrollo de este proyecto, se presenta la depreciación de los mismos bajo el esquema de la depreciación por el método de línea recta.

Fórmula depreciación

$$\frac{\text{costo} - \text{valor de salvamento}}{\text{vida útil del bien}}$$

Equipo de oficina – Pen tablet Wacom

$$\text{Depreciación}_{eo} = \frac{300 - 50}{5}$$

$$\text{Depreciación}_{eo} = \frac{250}{5}$$

$$\text{Depreciación}_{eo} = 250$$

Tabla No. 10 Depreciación Método línea recta Equipo de Oficina

AÑO	CUOTA DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR NETO EN LIBROS
1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 200,00
2	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 150,00
3	\$ 50,00	\$ 150,00	\$ 100,00
4	\$ 50,00	\$ 200,00	\$ 50,00
5	\$ 50,00	\$ 250,00	-

Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Equipo fotográfico – Sony

$$\text{Depreciación}_{ef} = \frac{180 - 90}{5}$$

$$\text{Depreciación}_{ef} = \frac{90}{5}$$

$$\text{Depreciación}_{ef} = 18$$

Tabla No. 11 Depreciación Método línea recta Equipo Fotográfico

AÑO	CUOTA DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR NETO EN LIBROS
1	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 72,00
2	\$ 18,00	\$ 36,00	\$ 54,00
3	\$ 18,00	\$ 54,00	\$ 36,00
4	\$ 18,00	\$ 72,00	\$ 18,00
5	\$ 18,00	\$ 90,00	-

Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Computadora – Hp

$$Depreciación_c = \frac{750 - 130}{5}$$

$$Depreciación_c = \frac{620}{5}$$

$$Depreciación_c = 124$$

Tabla No. 12 Depreciación Método línea recta Computadora

AÑO	CUOTA DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR NETO EN LIBROS
1	\$ 124,00	\$ 124,00	\$ 496,00
2	\$ 124,00	\$ 248,00	\$ 372,00
3	\$ 124,00	\$ 372,00	\$ 248,00
4	\$ 124,00	\$ 496,00	\$ 124,00
5	\$ 124,00	\$ 620,00	-

Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

10. DISEÑO EXPERIMENTAL Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El presente proyecto de investigación tiene como fin la elaboración un Libro pop-up “El tren fantasma y otras leyendas de la laguna de Yambo”, el contenido de este estudio está basado en la recopilación bibliográfica que dan respuesta a dos variables planteadas, una de ellas el análisis histórico-cultural y la otra el análisis del Diseño, por lo anterior se categorizaron varios aspectos

importantes para la comprensión del tema de investigación y que son la base fundamental para el desarrollo del mismo.

Asa mismo, se implementó una serie de técnicas e instrumentos de investigación que ayudarían a despejar las dudas sobre la problemática planteada, por eso se hizo una encuesta a los beneficiarios directos que son los turistas, quienes visitan a diario la laguna de Yambo, atractivo natural de la región de Cotopaxi y a los pobladores de sector quienes indirectamente se beneficiaran del desarrollo del presente proyecto, ya que al incrementar el conocimiento del lugar a los visitantes nacionales e internacionales mediante el Libro pop-up podrán mejorar sus ingresos e implementar un sin número de actividades relacionadas con la venta de bienes y servicios con base en el turismo.

10.1. Metodología del trabajo de campo

Tipo de Investigación

10.1.1. Investigación Descriptiva

Mediante esta investigación se recopilara datos, se analizan minuciosamente los resultados de los datos de las encuestas, para generar conclusiones e interpretaciones sobre las leyendas de Yambo.

10.2. Técnicas de Investigación Utilizadas.

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. La encuesta en la investigación se tuvo como objetivo principal la verificación de la pertinencia del producto propuesto en este proyecto para solucionar la problemática determinada por eso se aplicó a 327 turistas que visitaron la laguna de Yambo y a 358 pobladores de la zona (Anexo No. 1.- Modelo de la encuesta - Anexo No. 2.- Análisis tabulado de la encuesta a Turistas – Anexo No. 3.- Análisis tabulado de la encuesta a habitantes).

10.2.1. Entrevista a Profundidad.

La entrevista es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realizará con el fin de obtener información. Esta técnica se utilizó para recaudar información referente a las problemáticas específicas de las leyendas de la laguna de Yambo. (Ver Anexo No. 4.- Modelos de la Entrevista - Anexo No. 5.- Transcripción de entrevista).

10.3. Población y Muestra

La muestra se determinó aplicando la siguiente formula:

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

En donde:

n = Tamaño de la muestra

PQ = Constante de la varianza de la población (0,25)

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible (0,05)

K = Coeficiente de corrección de error (2)

La información de la población se obtuvo de los beneficiarios directos e indirectos del presente proyecto, datos obtenidos del censo 2010.

Tabla No. 13 Población

DETALLE	CANTIDAD
TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS	1790
MORADORES DE PANZALEO	3455

Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

$$\begin{aligned}
n &= \frac{(0,25) \times (1790)}{(1790 - 1) \left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + 0,25} \\
&= \frac{447,5}{(1789) \frac{0,0025}{4} + 0,25} \\
&= \frac{447,5}{1,118125 + 0,25} \\
&= \frac{447,5}{1,368125} \\
&= 327,08 \sim 327
\end{aligned}$$

Muestra: **327 turistas**

$$\begin{aligned}
n &= \frac{(0,25) \times (3455)}{(3455 - 1) \left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + 0,25} \\
&= \frac{863,5}{(3454) \frac{0,0025}{4} + 0,25} \\
&= \frac{863,75}{2,15875 + 0,25} \\
&= \frac{863,75}{2,40875} \\
&= 358,58 \sim 358
\end{aligned}$$

Muestra: **358 habitantes**

10.4. Análisis e interpretación de resultados

10.4.1. Resultado de la encuesta

Con la aplicación de las encuestas tanto a los turistas como a los habitantes de la laguna de Yambo, se verificó que las encuestas estén debidamente resueltas, se tabularon las mismas para poder conocer y presentar los resultados que dará la pauta al proyecto formulado.

Se realizó el análisis de los datos obtenidos, utilizando Gráfico No.s de barras que permitieron observar e interpretar claramente los resultados obtenidos.

Con lo expuesto, se definió los aportes de las personas a las que se les encuestó, estos datos nos permitieron conocer que la aplicación de un Libro pop – up será de gran utilidad para difundir las leyendas que encantan y atraen de la laguna de Yambo.

El contenido del libro permitirá no solo conocer las leyendas que se revelan sino además será un medio de comunicación escrita que permitirá el contacto del turista y habitante con el interior de la laguna de Yambo para generarse como punto de referencia turística.

Pese a que no todos los encuestados conocen tanto de las leyendas, como la utilización del libro pop-up, los datos nos permiten reflejar que el diseño, presentación y uso del libro generará en los beneficiarios directos de la laguna de Yambo, un despertar a un lugar turístico nuevo que embruja con sus leyendas y apasiona con sus parajes.

Yambo definido como un sitio turístico, visitado en tiempos distantes o cercanos en el que los turistas no tengan información de la laguna de Yambo, es un dato preocupante ya que quien visite la Laguna no puede conocer su historia, perdiendo así la magia que atrapa este lugar turístico, con lo expuesto se hace más fuerte la necesidad de la implementación del Libro pop-up por lo novedoso de su aplicación, será así de mayor utilidad para conocer y obtener información sobre las leyendas de la laguna de Yambo a través del libro

10.4.2. Resultado de la entrevista a profundidad

El presente proyecto, recoge los aportes de los sujetos entrevistados, ya que su contribución sobre los conocimientos de la laguna de Yambo y con la aplicación del Libro pop-up, los habitantes y

guías podrán mejorar sus ingresos, así como implementar más actividades relacionadas con la venta de bienes y servicios en base al turismo.

El escaso desarrollo de promoción e información turístico de la laguna de Yambo, ha generado en los habitantes y turistas un desconocimiento parcial de las leyendas y los encantos naturales, su diversidad de flora y fauna.

Se ha establecido a la laguna de Yambo como lugar estratégico para hacer turismo, por el alto afluente en riquezas históricas como las leyendas que posee y la demografía que atrapa a este lugar turístico.

El planteamiento del diseño editorial como material didáctico para promocionar al lugar turístico, dará a conocer las leyendas de la laguna de Yambo, mejorando así el servicio al turista que visita este atractivo, además servirá de material informativo como ayuda para conocer las leyendas de la laguna de Yambo, por sus diseños tridimensionales o pop-up, para aumentar el turismo nacional.

Lo que pretende alcanzar la implementación del Libro pop-up es incrementar el turismo y socializar las leyendas de una manera más efectiva, un medio que llamaría mucho la atención de quien lo utilice como medio de comunicación y promoción de la historia de la laguna de Yambo.

10.5. Desarrollo de la propuesta.

10.5.1. Título el libro

La laguna de Yambo. Leyendas

10.5.2. Presentación de la Propuesta

Para el desarrollo de la presente propuesta se hizo uso de la metodología proyectual argumentada por Bruno Munari como el conjunto de una serie de operaciones que están categorizadas en orden lógico con base en la experiencia, su principal fin es conseguir un alto resultado pero con un mínimo esfuerzo.

Es por ello que el grupo investigador ha considerado tomar como referencia lo que Munari establece, siguiendo una secuencia de pasos para poder plasmar las ideas realizadas y llevarlas a

la práctica, en la que se pretende mediante la combinación de técnicas artísticas como es el pop-up, valiéndose de una temática histórica y de identidad ha llevado a ir experimentando y creando cosas inimaginables en el proyecto del libro, por su complejidad en el diseño que genera entornos tridimensionales, sus estructuras y mecanismos que tienen efectos de movimiento y profundidad en las imágenes que pueden desplegarse.

En el mundo del diseño la ilustración de libros aporta un valor agregado en la actualidad, y en el caso del 3D la idea viene evolucionando desde 1306, con la ingeniería en papel.

Por esta razón la importancia de la realización del Libro pop-up como medio de difusión de las leyendas que encierra la misteriosa laguna de Yambo que serán una conexión para turistas y moradores.

10.5.3. Problema

Escaso desarrollo turístico de la laguna de Yambo genera un desconocimiento de las leyendas que se entretienen a sus alrededores a moradores y turistas nacionales y extranjeros.

10.6. Requerimientos de la propuesta

10.6.1. Análisis de Creatividad

Parte del cumplimiento de este proyecto es necesario el uso de la creatividad, en busca de recursos disponibles para llegar a la solución como lo planteó Munari.

Este proyecto recoge parte de la línea gráfica, trazos, descripción de colores, contraste, tipografía bocetos, estilo pop-up tratando de formar un conjunto vistoso y dinámico, mediante el manejo de herramientas digitales como pinceles, brochas, podemos mezclar gamas de color y lograr tonalidades que den el realce que necesita la composición. Utilizamos técnicas de ilustración digitales para retoques y un software de diseño que hace el trabajo más sencillo.

10.7. Materiales y técnicas

10.7.1. Recopilación bibliográfica

La recolección de datos obtenidos se ha basado en un trabajo sistematizado, permitiéndonos seleccionar textos, referencias de diferentes autores, libros con gran aporte de investigación, la indagación de internet, ha tenido un grado de interés y pertinencia, ya que encontramos información que empleamos directa e indirectamente, resaltando los aportes más relevantes que varios autores hacen acerca del estudio del diseño Gráfico No. y editorial, los procesos de ilustración y la construcción gráfica con pliegues de papel, como también de la cultura, las leyendas y tradiciones orales que se crean entorno al Yambo.

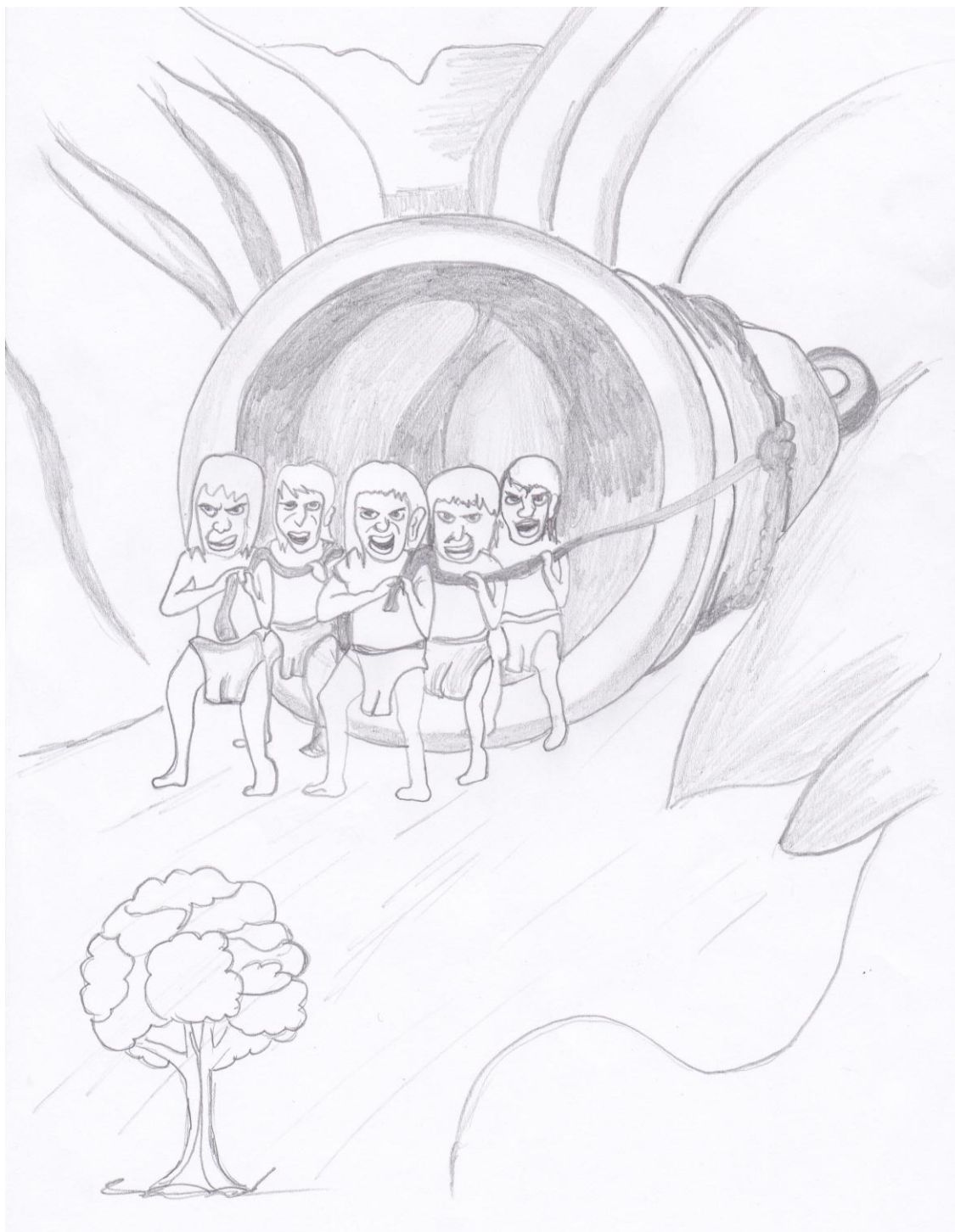
La ejecución de las encuestas y entrevistas han sido un aporte favorable para conocer la carencia de información sobre las leyendas de la Laguna de Yambo, las mismas que son objeto de estudio, con el fin de dar solución a esta problemática.

10.7.2. Dibujos constructivos.

10.7.2.1. Bocetaje

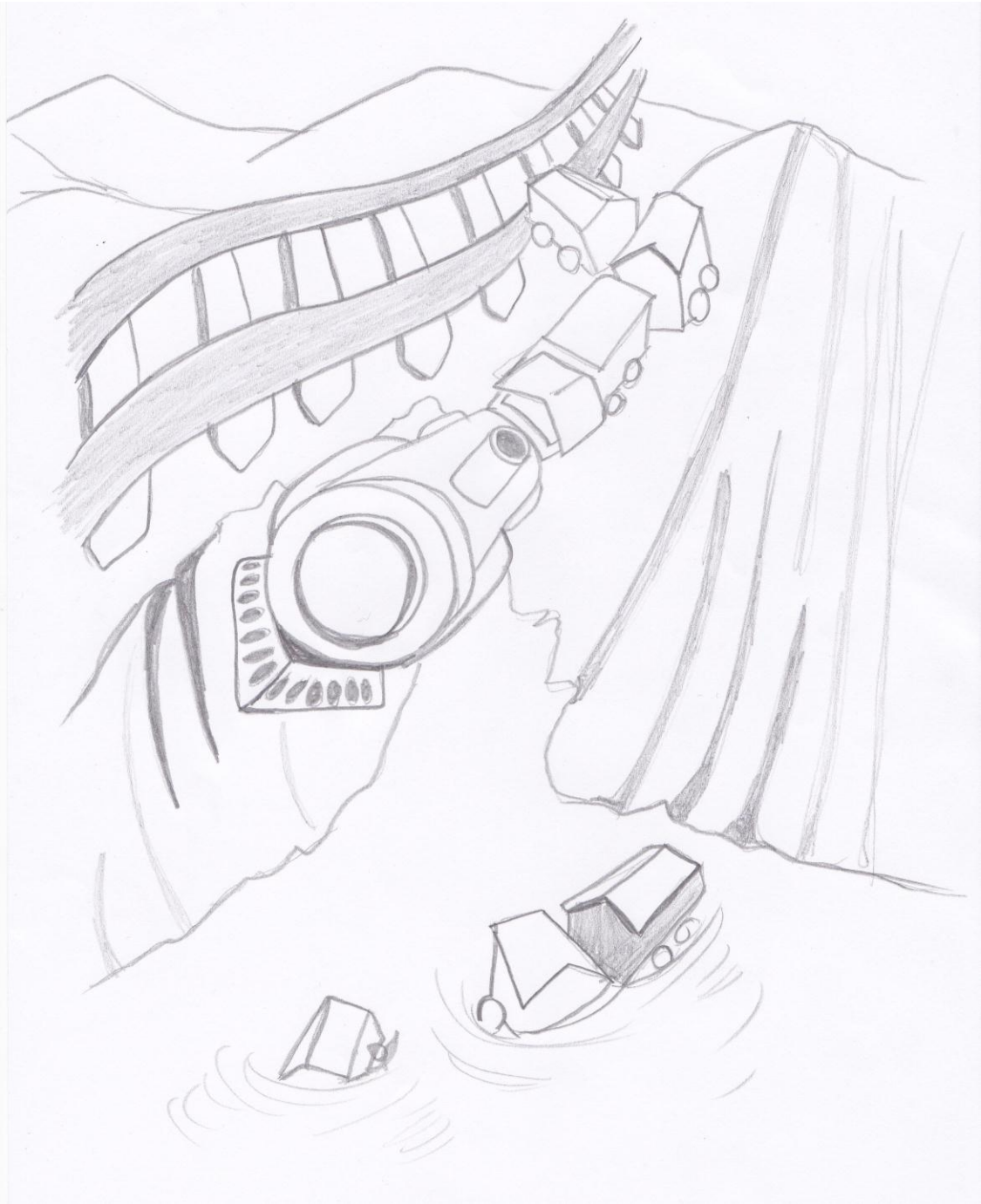
El proceso del bocetaje es el punto de partida para la realización previa al objeto que vamos a ilustrar. Es una de las técnicas más básicas, el dibujo es rápido con pocos detalles pero con la idea que refleje acerca de las leyendas de la laguna de Yambo, recogiendo toda la información visual que constituye la composición gráfica, plasmado en los personajes y los escenarios más relevantes.

Gráfico No. 1 Origen de la laguna de Yambo



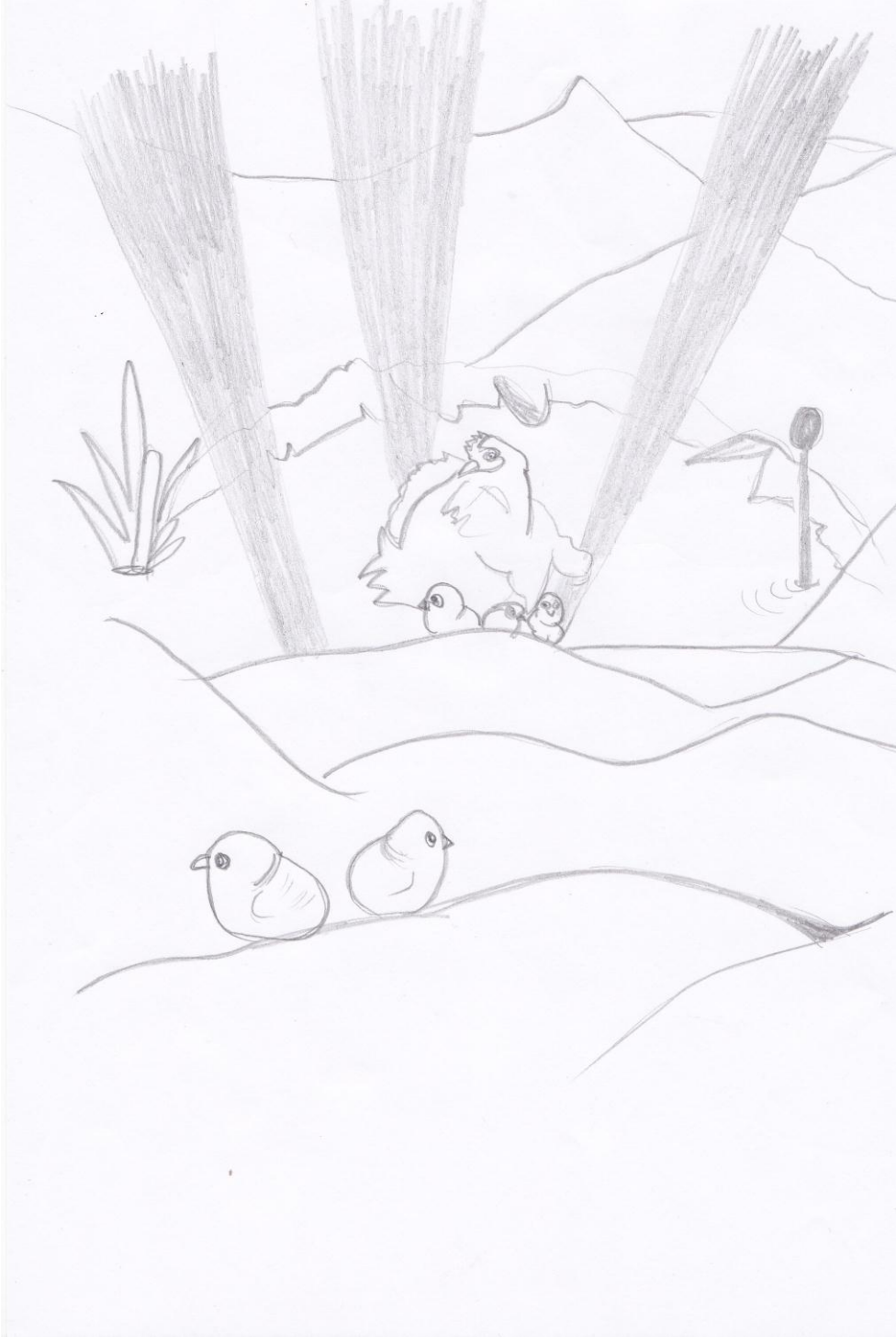
Elaborado por: Ortega, Stefanía y Sánchez, Gustavo (2016).

Gráfico No. 2 El tren fantasma



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 3 La gallina y los 12 pollitos de oro



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 4 Tamborloma



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 5 Yambo y SalaYambo



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 6 Los fantasmas que vuelan en la Laguna



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 7 La cueva de Yambo



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 8 Taita Yambo



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 9 Portada y Contraportada

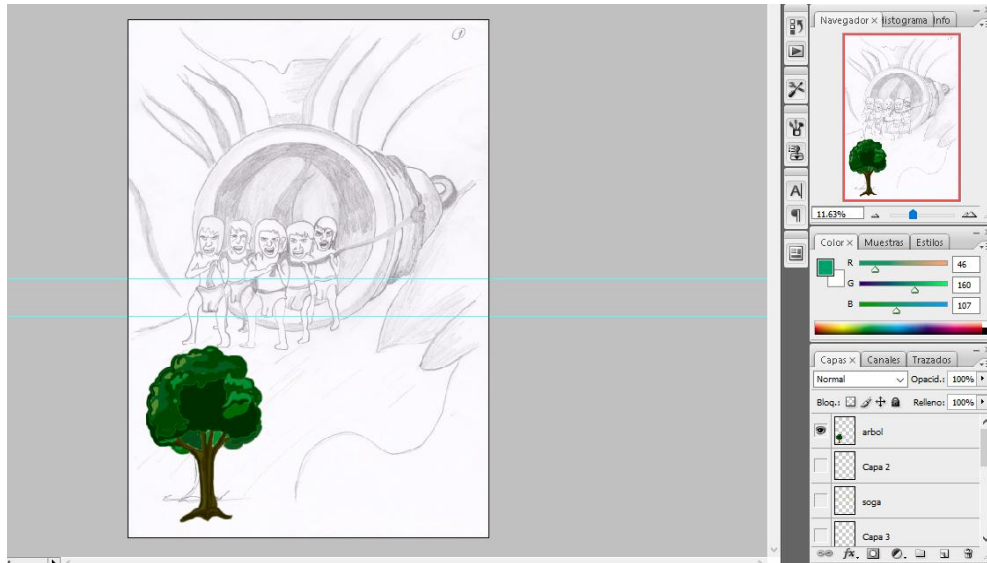


Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

10.7.3. Ilustración digital

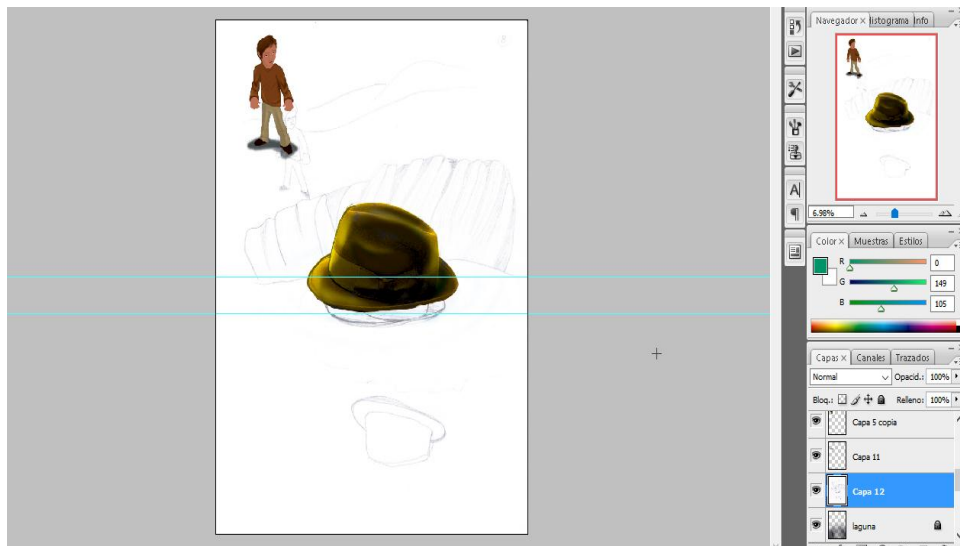
En base a los esbozos creamos la ilustración digital, en un software de diseño y con la ayuda de una Tablet Wacom creamos la particularidad gráfica que se quiere plasmar en cada escena destinadas a las leyendas de la laguna de Yambo. Detallamos sombras, combinamos una gama casi infinita de colores, efectos y texturas que nos permiten llevar a cabo el uso correcto de iluminación, definiendo así la imagen con la técnica que aplicamos.

Gráfico No. 10 Origen de la laguna de Yambo



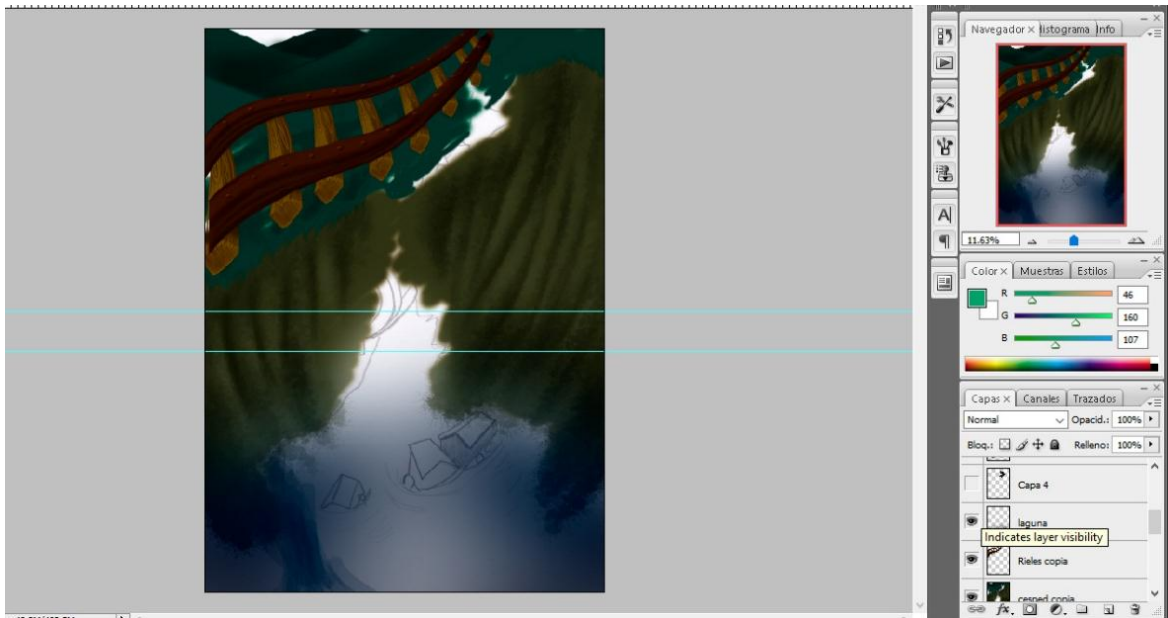
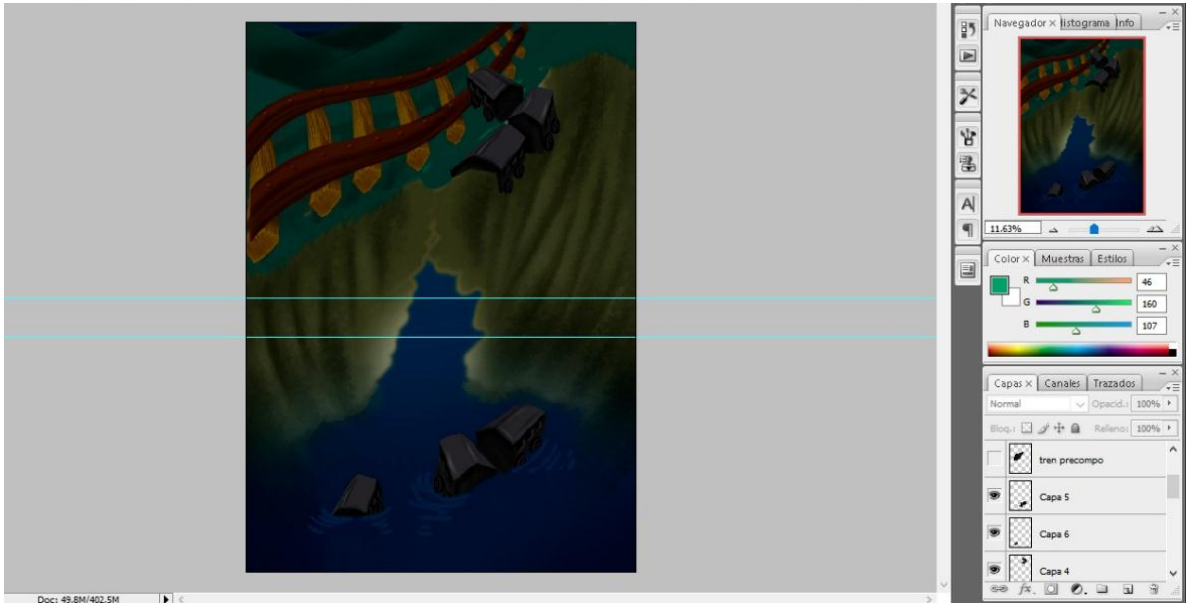
Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 11 Yambo y Sala Yambo



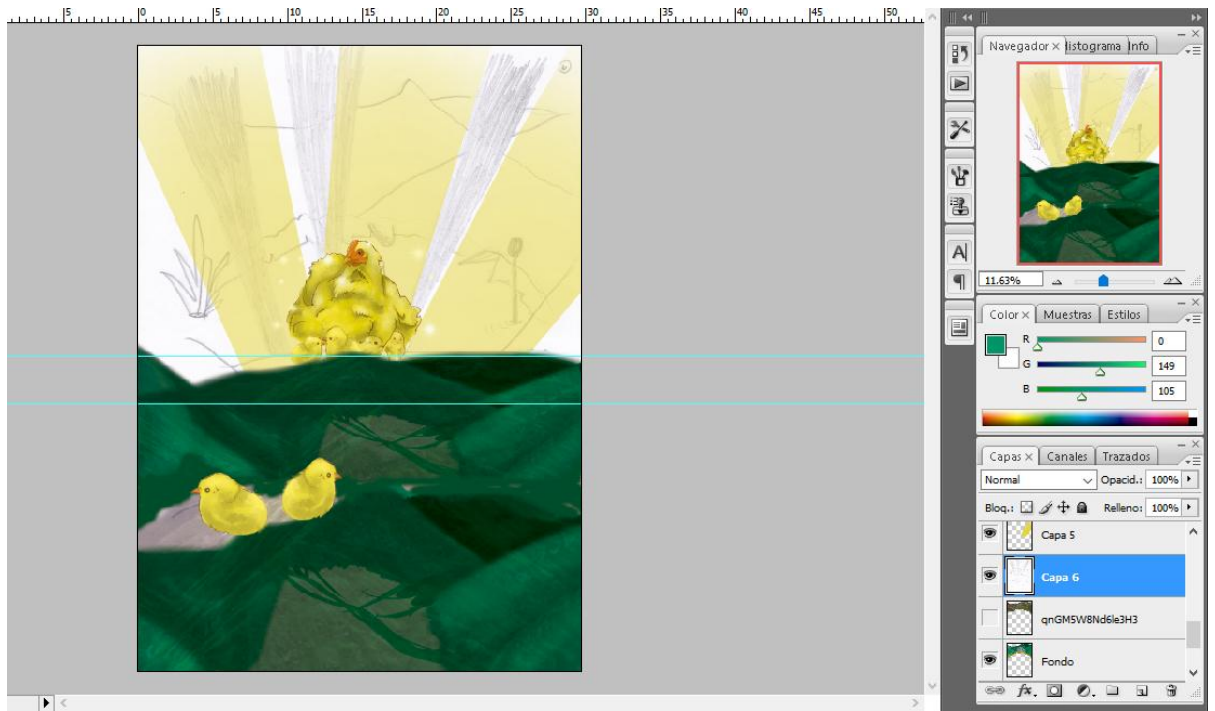
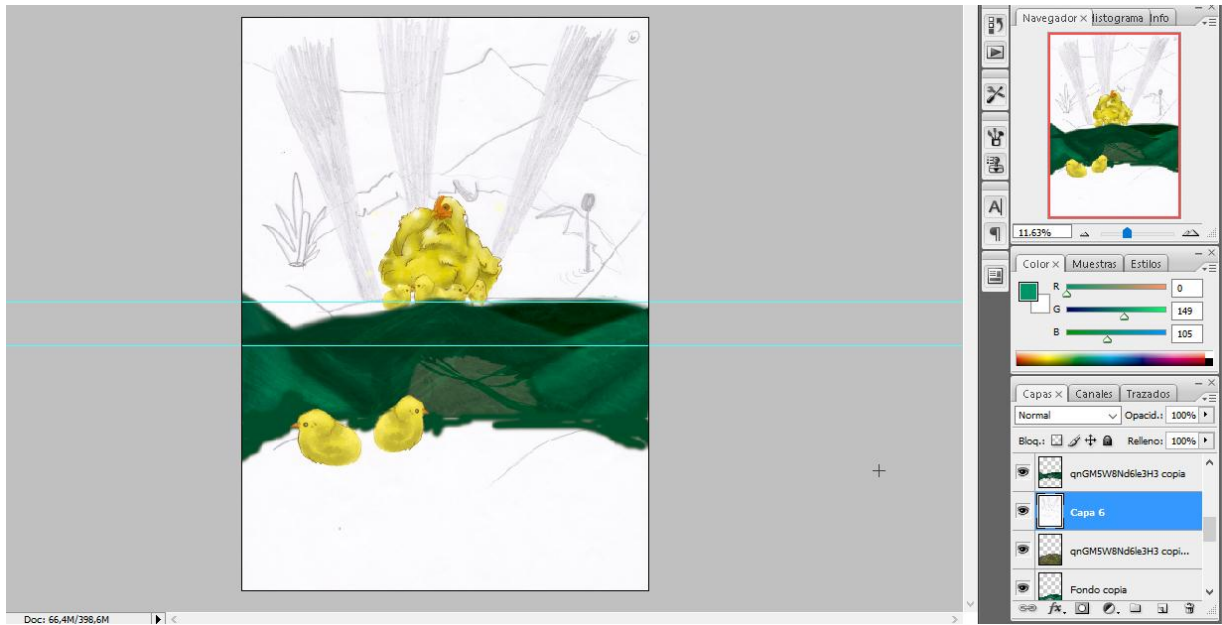
Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 12 El tren fantasma



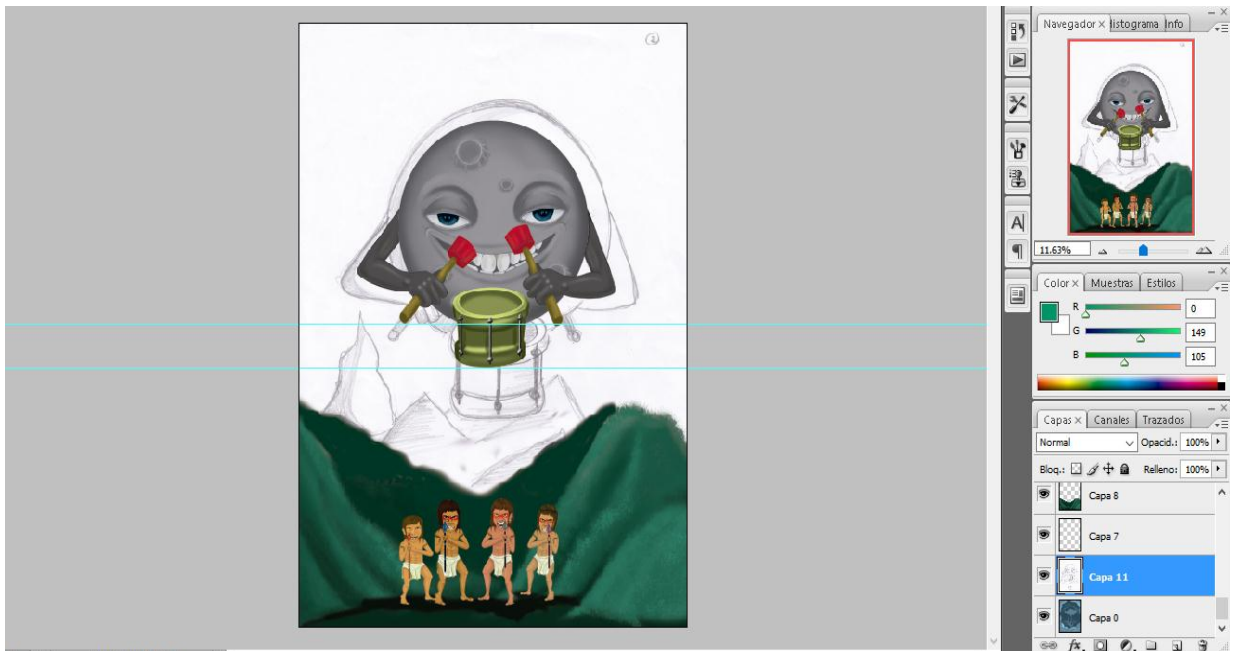
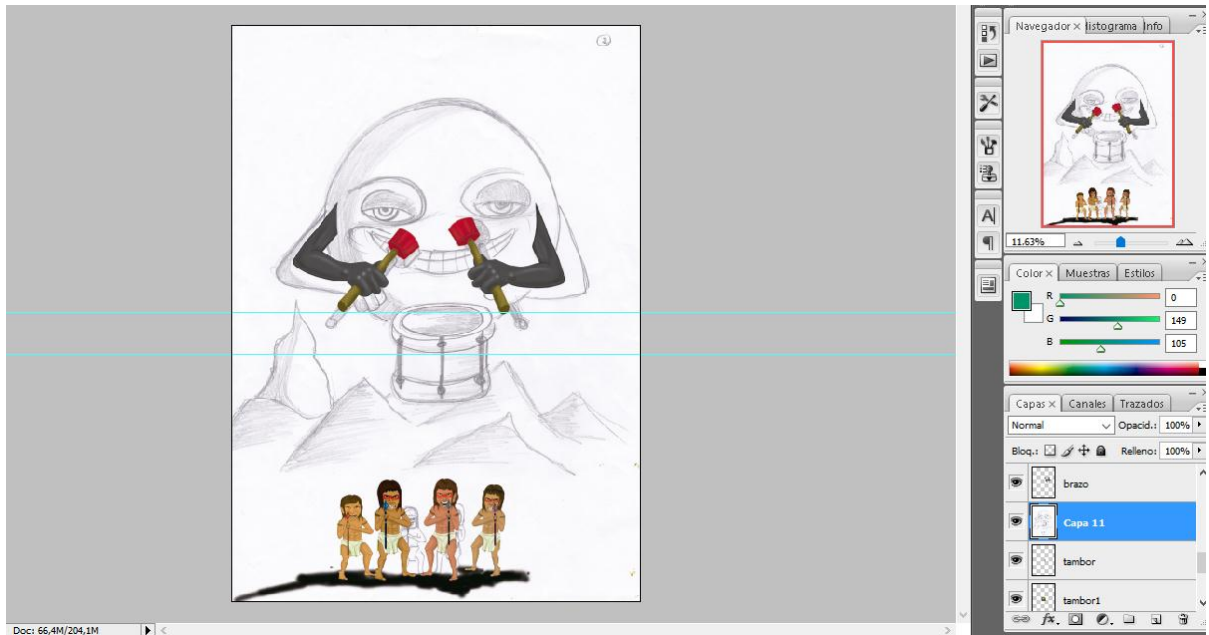
Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 13 La gallina y los 12 pollitos de oro



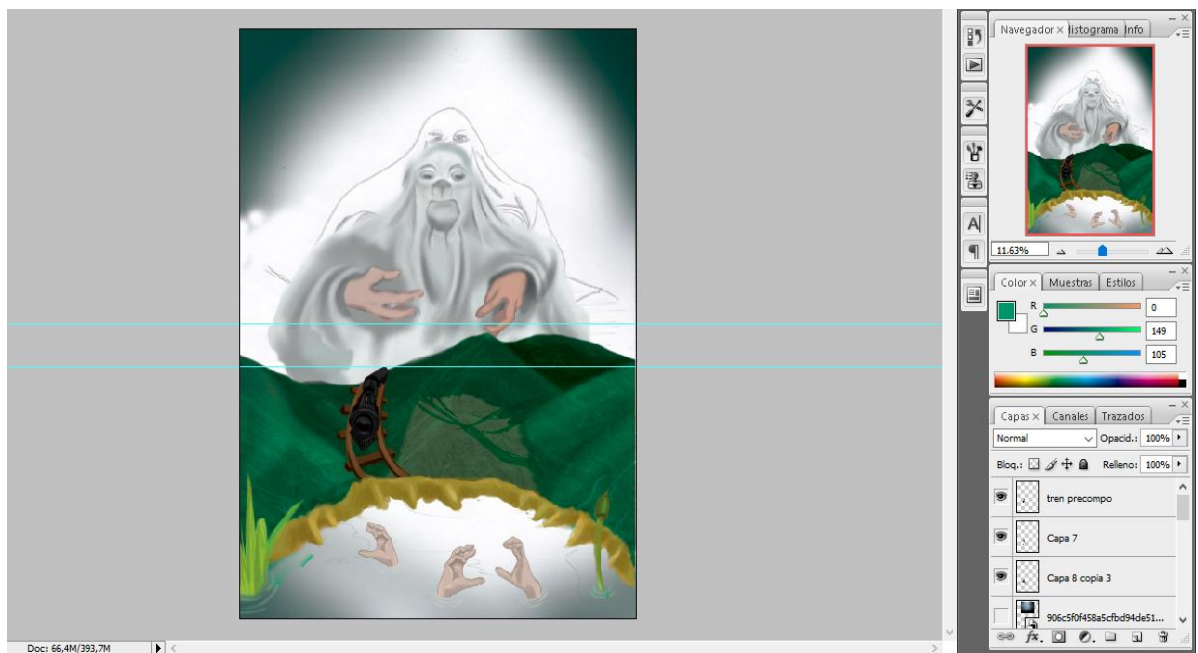
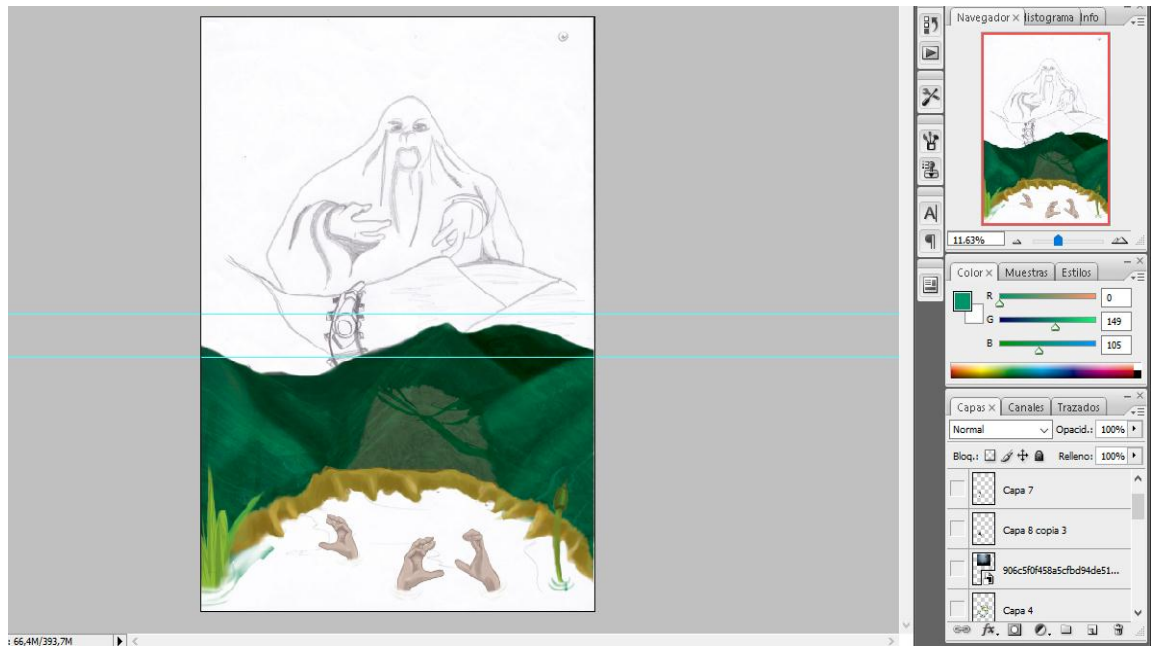
Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 14 Tamborloma



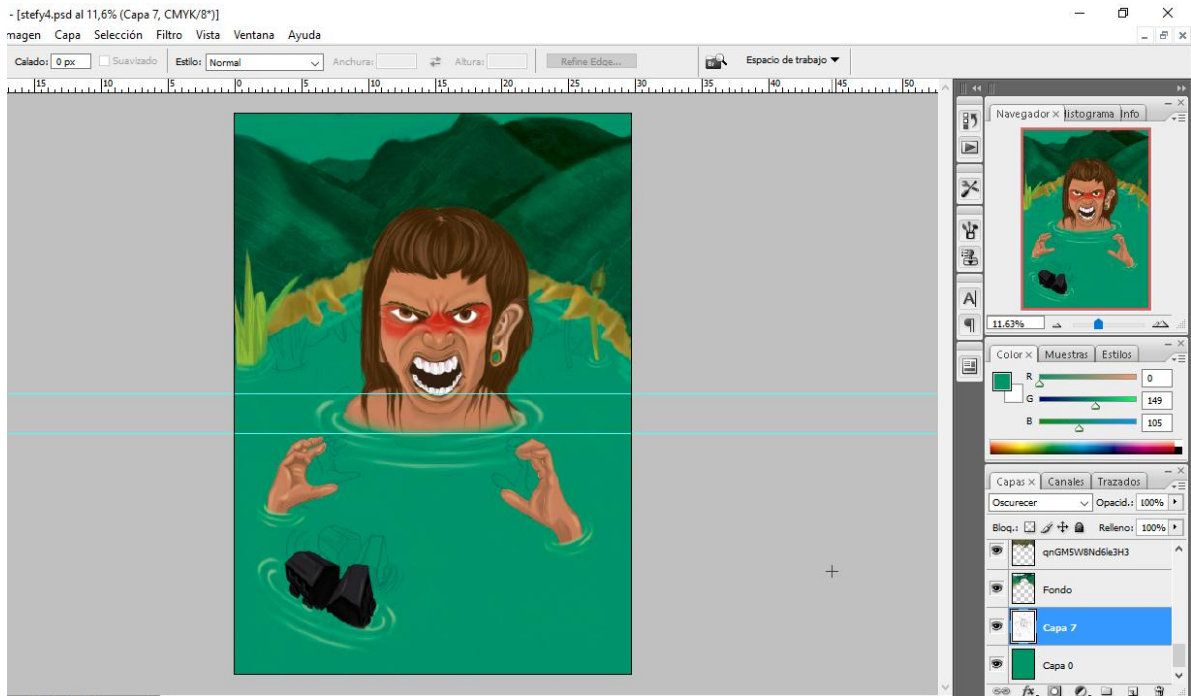
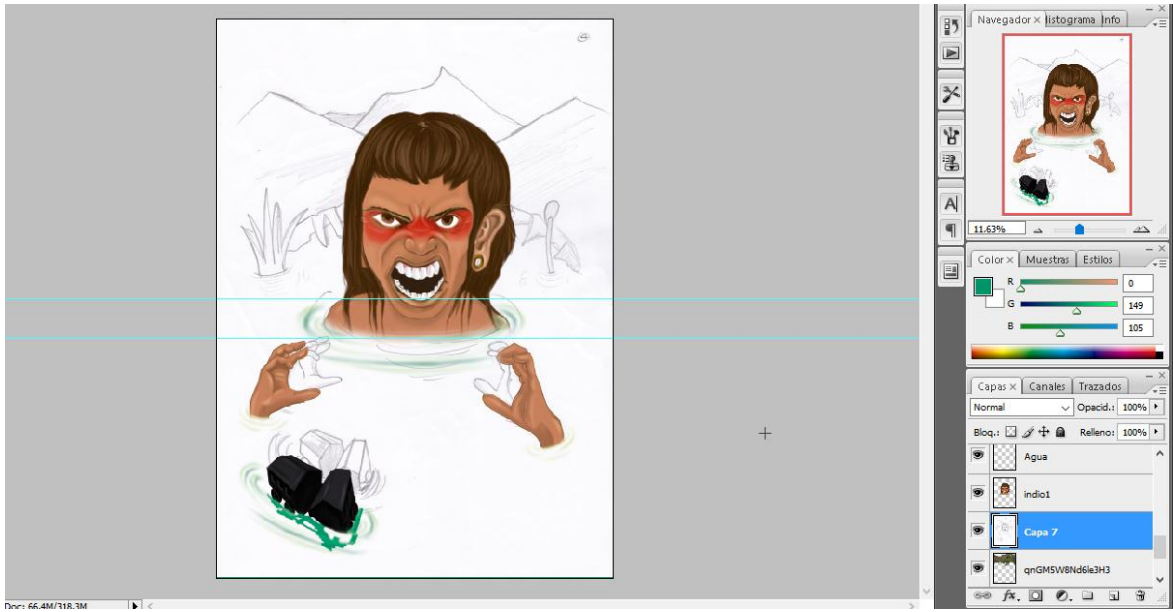
Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 15 Los fantasmas que vuelan en la Laguna



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 16 Taita Yambo



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

10.7.4. Elección del papel

La decisión de seleccionar el papel se debe considerar cuidadosamente, ya que serán el soporte de las páginas del libro.

A la hora de elegir el papel para la producción gráfica, se ha considerado utilizar un papel marfil lisa de 250 gr. Semisatinado de rápida absorción y secado rápido, por su funcionalidad en la técnica pop-up que permitirá tener la fuerza para desplegarse correctamente. Se ha tomado en cuenta también el precio y la resistencia del papel.

En cuanto a la resistencia del papel, hay dos cuestiones a tener en cuenta: la encuadernación y cómo el papel puede soportar la manipulación a la que se supone que será sometido. En el proceso de encuadernación, la resistencia del papel es fundamental, ya que en realidad es lo que mantiene todo junto.

10.7.5. Selección de la retícula y márgenes

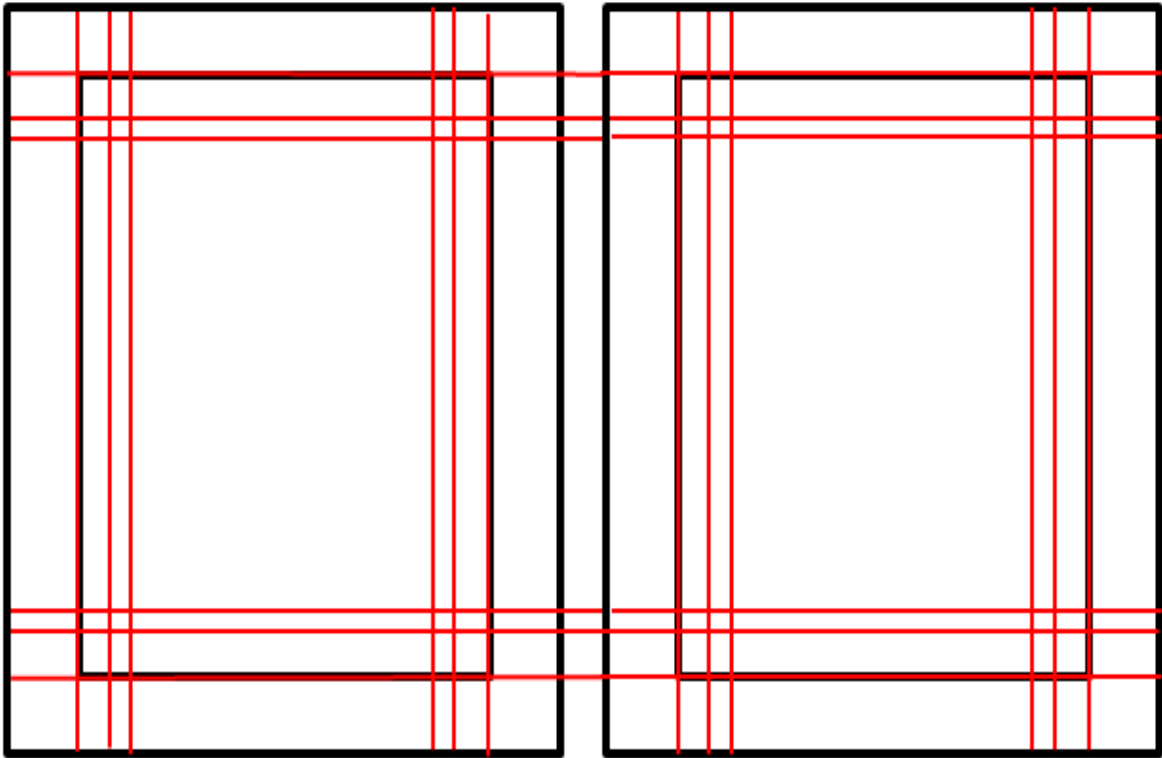
Para crear el producto editorial tiene su función dentro del diseño, por ello es importante que se diseñe una guía de retículas y márgenes para poder ubicar elementos (imágenes y texto).

Los módulos tienen separaciones entre ellos y generan ritmos verticales y horizontales.

10.7.5.1. Retícula de manuscrito.

Estructuralmente la retícula que aplicamos es la más sencilla, su estructura se basa en un área grande y rectangular que ocupa la mayor parte de la página. Los márgenes definen su posición en la página, y una secundaria que define donde son los pliegues.

Gráfico No. 18 Retículas y Márgenes

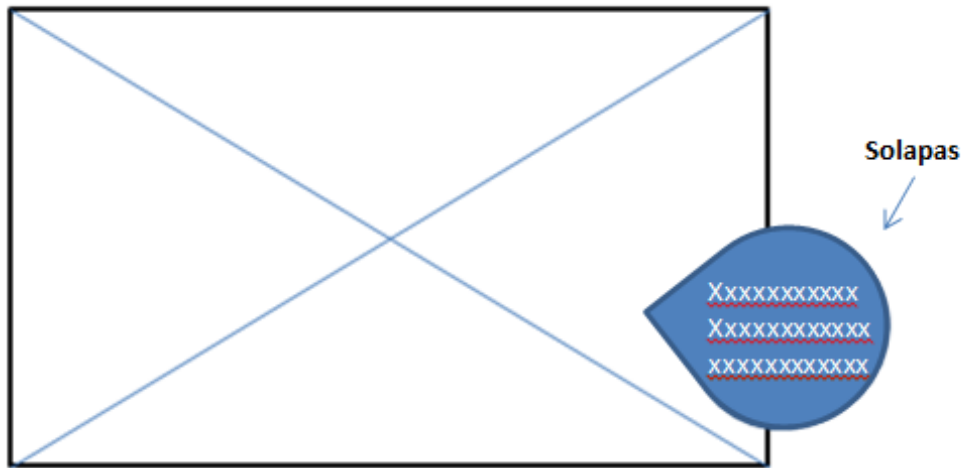


Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

10.7.6. Diagramación

En la diagramación de nuestra propuesta del libro hacemos referencia a la parte visual del impreso en su totalidad, es decir de una manera armónica hemos distribuido las imágenes con la técnica pop-up que tienen una cierta complejidad para que sean comprensibles y concuerden con el texto apoyado en un recorrido visual al momento de leer. La diagramación que se aplica al diseño del libro, se adapta fácilmente con la estructura de solapas que contienen cajas de texto donde se describe las leyendas que esconde la laguna del Yambo.

Gráfico No. 19 Diagramación de las ilustraciones



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 20 Boceto - Diagramación de créditos del libro



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 21 Diagramación de la Portada y Contraportada



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

10.7.7. Cromática

La cromática que hemos manejado establece un equilibrio y dominio en la tonal. Los colores utilizados en la aplicación del Libro pop-up de las leyendas de laguna de Yambo despertará mayor interés al lector puesto que se proporcionará mayores contrastes y matices, basados en la gama cromática de colores complementarios y análogos, que al combinarlos dan volumen y cierto realismo a la ilustración, llamando la atención a la vista.

10.7.7.1. Gama y combinación

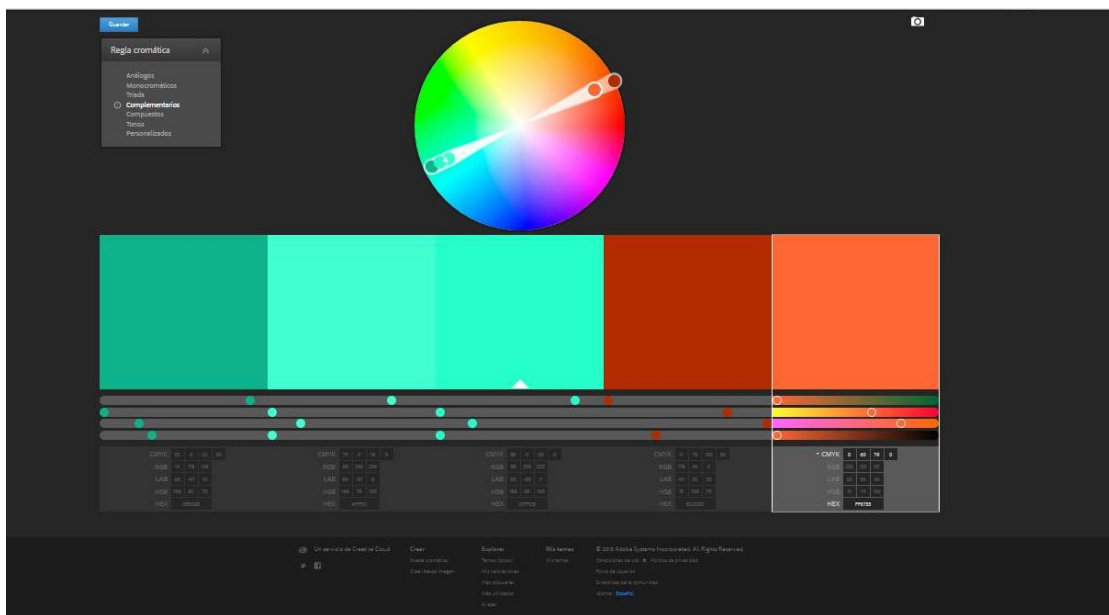
Los colores complementarios son los que proporcionan mayores contrastes en el Gráfico No. de colores.

Para obtener una gama de verdes: Los verdes se obtienen mediante la mezcla de azul y amarillo. Variando los porcentajes, se obtienen diferentes resultados.

Crear una gama de azules: Los colores más oscuros se logran mediante una combinación de púrpura y azul. El color púrpura tiñe con intensidad y su mezcla se debe dosificar bien.

Obtener una gama de rojos anaranjados: Mezclando rojo y amarillo obtendremos diferentes tonos anaranjados.

Gráfico No. 22 Colores Complementarios

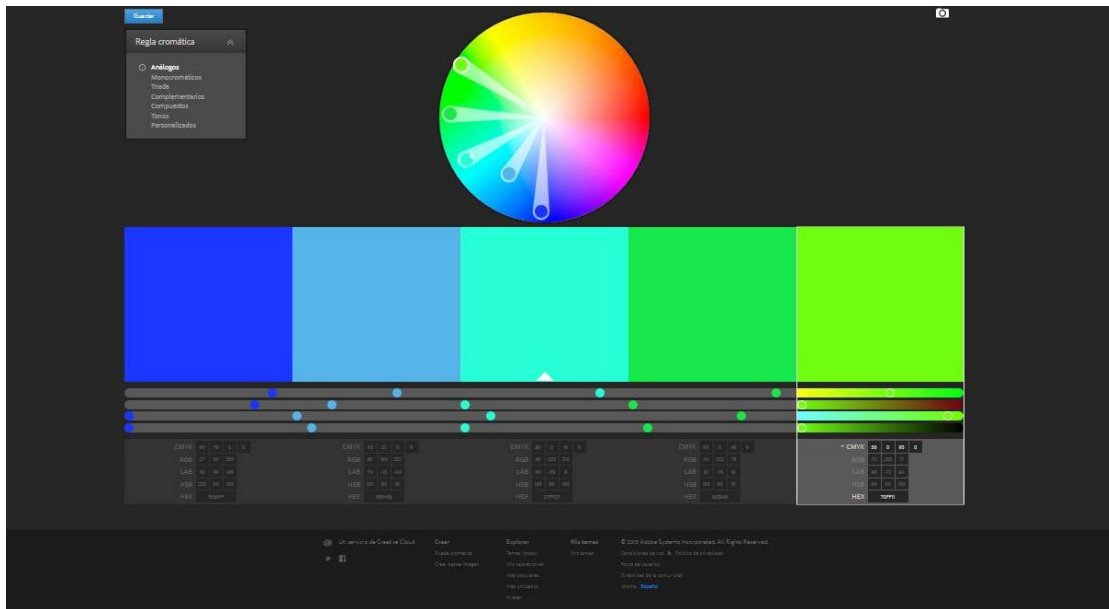


Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

La combinación de colores análogos nos permite crear paletas muy armoniosas, donde unos colores se funden en los otros y hacen que la ilustración tenga un efecto más suave, producen una sensación de armonía por ello es la base fundamental del esquema armónico en la elección de los

colores que utilizamos, Este tipo de combinaciones es frecuente en la naturaleza, para dar mayor suntuosidad en la recreación de las leyendas.

Gráfico No. 23 Colores Análogos



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

10.7.8. Selección de la Tipografía

La importancia de la elección de la tipografía en el diseño del libro es su legibilidad. Donde hemos considerado utilizar fuentes tipográficas que se adapten con las ilustraciones y que faciliten la lectura, creando en el ojo la ilusión de una línea horizontal, que es la línea por la que se desplaza la vista al leer.

10.7.8.1. Adaptación y redacción de la información de la laguna de Yambo y sus leyendas.

En esta secuencia didáctica tomamos como punto de partida la redacción sobre los aspectos más relevantes de las leyendas de la laguna de Yambo. Partiendo de la definición de un texto narrativo, aportamos a la comprensión del lector. Se exponen 8 leyendas de este lugar turístico:

Origen de la laguna de Yambo campana

Hace mucho tiempo, varios indios traían una enorme y pesada campana de bronce desde el cuzco hacia la ciudad de Quito. Descansaron cuando se encontraron en el territorio de los panzaleos, la llanura que hoy es la laguna. Al día siguiente al continuar atónitos al contemplar que la campana se había hundido hasta la mitad, desde el interior de la tierra brotaba abundante agua, la “cocha” empezó a formarse en grandes proporciones y empezó a emanar denso humo de sus entrañas. Con el pasar del tiempo se inundó toda la llanura y los panzaleos le elevaron a la categoría de “Dios” de su tribu.

El tren fantasma

Un viernes santo el tren en su recorrido desde Quito hacia la ciudad de Riobamba, paso pintando por la ciudad de Salcedo antes de las once de la noche, pero al llegar al sector de Yambo, donde los aguaceros habían arrastrado gran cantidad de lodo hacia las rieles, ocurrió el descarrilamiento con un rugido estruendoso. El tren dejó escuchar su estrepitoso silbato y en medio de la noche se hundió en las aguas de la laguna sin fondo.

Desde entonces cada viernes Santo, a las doce de la noche si pasa por la laguna de Yambo escuchara el espantoso silbato del tren negro.

Tamborloma

Es una loma que se encuentra al lado oriente de la laguna de Yambo, las noches de luna llena o luna tierna, de aquel lugar emana un sonido muy parecido al de un tambor o una caja ronca con un ritmo muy sonoro y acompasado como que incitara a un combate, se conoce como loma encantada, que es un símbolo de los bravos Panzaleos que al son del tambor peleaban en contra de los invasores.

Taita Yambo

El primer tren que venía desde Guayaquil a Quito marchaba paso a paso por esos senderos, ya que todavía no se asentaba el terreno, dando lugar a continuo descarrilamientos. Cuando este gigante de hierro pasaba por la orilla izquierda de la laguna, taita Yambo; que era un hombre

descomunal no permitió que arrollaran las tierras de sus dominios, salió al paso y con tremenda e incontenible furia, lo desvió hacia el abismo, el tren se desplomo y la laguna poco a poco lo devoro. Ahora el tren lanza un largo, profundo y lastimero gemido a las doce de la noche.

Gallinita y sus 12 pollitos de oro

La gallina que camina con sus doce pollitos de oro por el borde de la laguna es producto del lugar que está encantando, en el fondo al que nadie ha podido llegar en realidad, existe un millonario tesoro, la codiciada gallina parece siempre a las 00:00 en punto.

Los fantasmas vuelan sobre la laguna de Yambo

Cuentan que cierto día dos de los vagones se salieron de los rieles, éstos iban repletos de pasajeros; dieron varias vueltas de campana y al final fueron a parar al fondo de la laguna. Los cuerpos de las víctimas nunca fueron encontrados, al igual que los restos de los vagones. Muchos dicen escuchar los gritos de las personas que desesperadas piden auxilio para no morir. , al igual que los fantasmas no solo caminan penando por la estrecha callejuela que conduce hasta Yambo, sino también vuelan sobre las aguas buscando el descanso eterno.

Yambo y Salayambo

(Dos lagunas separadas en su exterior y se presume que tienen conexión interior).

Cuenta la leyenda que botando alguna prenda de vestir o algún objeto que flote en la laguna de Salayambo, a las cuarenta y ocho horas más o menos, esas mismas prendas se encuentran en la laguna de Yambo, lo que prueba que estas dos lagunas se encuentran en su interior conectadas.

La cueva de Yambo

En la época de la Revolución Liberal, fue el lugar ideal y seguro refugio para aquellos jóvenes que no querían engrosar las filas del Viejo Luchador. En este lugar se evitaba ser llevados a los cuarteles; un cierto día, un familiar de un joven que fue llevado a formar parte de las filas militares, para no ser el único que sufra en las guerras, dio aviso a uno de los sargentos de las milicias que había jóvenes escondidos. En masa fueron acuartelados; se conoce que todos los días

eran sometidos a fuertes servicios especiales y los instructores les dedicaban unos tremendos toletazos aconsejándoles que no se escondan.

10.7.8.2. Tipografía para el titular y el texto

Se ha utilizado la combinación de dos fuentes tipográficas para la adaptación del título y el texto. Para el título se ha aplicado la tipografía Krinkes Regular Personal y para el texto y la contraportada que relata acerca de las leyendas utilizamos Century Gothic con un tamaño de 12 pts. Ya que es muy útil para los bloques de texto y es ideal para emplear en libros.

Tabla No. 14 Tipografía Century Gothic

Familia Tipográfica:	San Serif
Año de creación:	1936 y 1947
Diseñador:	Sol Hess
Muestra:	<p> ABCDEFG HIJKLMNÑ OPQRSTUVWXYZ WXYZabcd efghijklmn </p>

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

10.7.8.3. Diseños de los mecanismos

El propósito del diseño del libro y el manejo en las ilustraciones con la técnica pop-up requiere de la interacción manual del lector estimulando la imaginación., con la posibilidad de profundizar hasta varios niveles o de crear sorpresas o intriga que encierran las leyendas. Se aplicado elementos como solapas, sus figuras tridimensionales en papel causan efectos de movimiento y profundidad en las imágenes, y pueden desplegarse y plegarse nuevamente.

10.7.8.4. Pop – up 90°

Las cubiertas se abren en ángulo recto para mostrar las ilustraciones que se van a desplegar, se juega con la a simetría y se mira desde el pliegue de las páginas.

Para la construcción del pop-up 90 ° partimos de la lámina cartulina marfil liza, la cortamos y doblamos con precisión, para disfrutar de los escenarios tridimensionales que se forman de las leyendas que rodean a la Laguna de Yambo aportando un gran valor estético.

10.7.8.5. Plegado

Es un proceso mecánico de doblado en el cual el pliegue se forma entre la otra pieza plegadora por medio de una presión que depende del grosor del papel, puede ser con una regla de metal.

10.7.8.6. Línea de corte

Se llama línea de corte a la línea imaginaria que indica el lugar por donde será cortado el papel después de impreso. Debe ser determinada desde el momento mismo de la planeación del diseño y se conserva estable a lo largo de todo el proceso de producción.

10.7.8.7. Líneas de dobles

Es la línea que indica por donde se debe doblar, permite el marcado del material para estructurar el libro.

10.7.8.8. Área de engomado

En esta franja reservada permite el ensamble con la utilización de pegamento para adaptar los otros pliegues de cartulina.

10.7.8.9. Prototipo

Gráfico No. 24 Esquema del prototipo del Libro pop-up



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

10.7.11. Sistema de impresión, troquelado y encuadernación

10.7.11.1. Impresión

Para la construcción final del libro se maneja una impresión láser marca kónica minolta, la misma que refleja su calidad en el proceso de impresión, transmite al papel el texto y las imágenes de manera muy precisa, brindando una calidad superior al que tienen otros tipos de impresora y evitando además que se derrame tinta sobre el papel.

10.7.11.2. Troquelado

El proceso de troquelado se realizará de forma manual, manejando cutters, con el fin de cortar y crear pliegues, ya que se requiere mayor precisión por los detalles bien definidos de las ilustraciones. Las secciones de los mecanismos pop-up nos facilitarán el trabajo al momento del ensamble, todo este proceso va encaminado según el diseño dándoles volumen a cada gráfica.

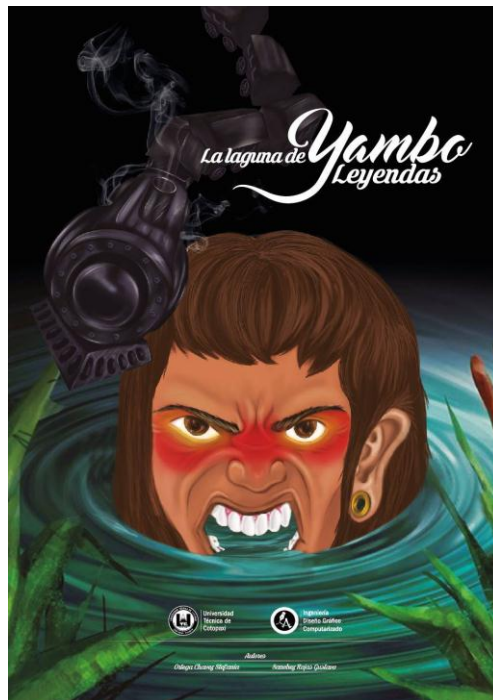
10.7.11.3. Encuadernación

La encuadernación del Libro pop-up se realizará en cartón gris por su consistencia, es muy adaptable, la misma que tendrá una capa cubierta de vinil adhesivo de 250 gr. que estará impresa la portada y contraportada del libro.

10.7.11.4. Portada

En el diseño de la portada tomamos en consideración como referencia enfatizar la recreación del tren fantasma y la furia del Taita Yambo, leyendas que reflejan la magia que encubre esta laguna encantada, tomada de forma creativa como primer plano la laguna de Yambo con un enfoque de fantasía y equilibrio visual, dándonos una percepción que va más allá de la realidad que no deja la curiosidad por saber que esconden las otras leyendas.

Gráfico No. 25 Portada



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

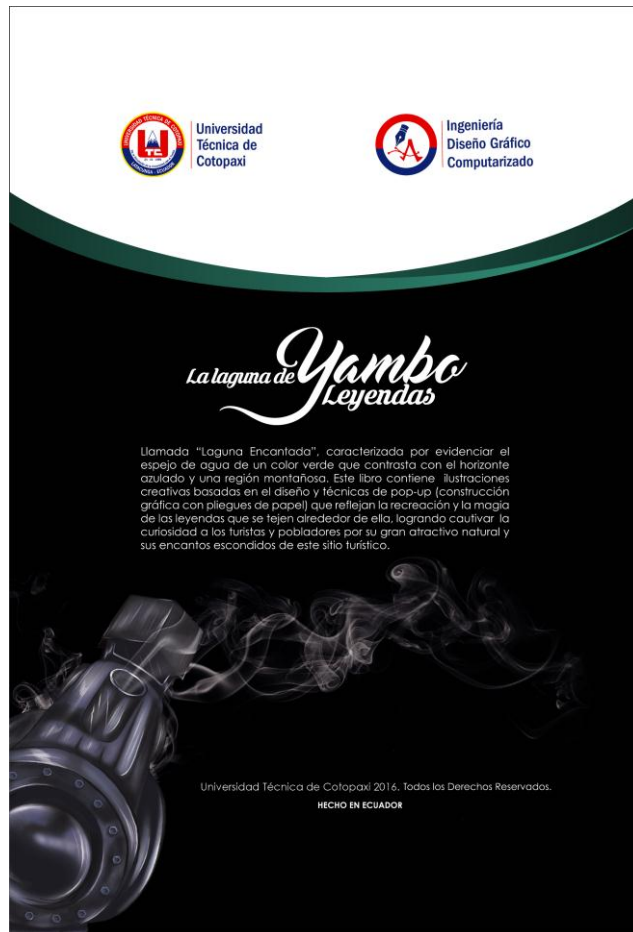
10.7.11.5. Título del libro

Una de las particularidades que se tomó en cuenta para el título del libro es que se debe reflejar la recopilación de todas las leyendas, sin quitarle importancia a ninguna, por ello lo denominamos la laguna de Yambo Leyendas, con una tipografía acorde al estilo de la ilustración.

10.7.11.6. Contraportada

La contraportada toma más fuerza el estilo tipoGráfico No., la composición integral del libro, el contraste de color, en cuanto al contexto narra acerca de las leyendas de Yambo, y como autores legítimos Ortega Stefania, Sánchez Gustavo y Universidad Técnica de Cotopaxi del libro “La laguna de Yambo leyendas” aplicada a la técnica pop-up.

Gráfico No. 26 Contraportada



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

10.8. Validación de la propuesta

Para la validación de la propuesta se recurrió al focus group, conversatorio en el que participaron 15 pobladores de la zona y 10 turistas, este encuentro se realizó para mostrar el producto final del presente proyecto “El tren fantasma y otras leyendas de la Laguna de Yambo” Libro pop-up, en el que se plasma de forma tridimensional las leyendas que se entretajan en este hermoso paisaje natural.

Se esquematiza la guía del moderador.

La guía del moderador contiene los siguientes puntos:

1. Presentación
2. Explicación Introdutoria
3. Rompimiento del Hielo
4. Preguntas Generales o de Apertura
5. Preguntas de Transición
6. Preguntas Específicas
7. Preguntas de Cierre

Desarrollo del Focus Group

Presentación

- Presentación de los moderadores Stefanía Ortega Chávez y Gustavo Sánchez Rojas.
- Motivo de la reunión. Presentación del libro pop-up La Laguna de Yambo Leyendas.
- Duración del grupo foco de 1 con 15 minutos.

Explicación Introdutoria para la Sesión de Grupo

- Se da una charla de cómo funcionan las sesiones de grupo.

- Se indica además que no hay respuestas correctas, sólo opiniones; mencionando que cada uno de los presentes representan a muchas personas que piensan igual.
- Se establecen los lineamientos para las intervenciones, señalando que solo hable una persona a la vez, y si desea dar una opinión puede levantar la mano.
- Se les indicó además que se tomaría fotos de la sesión.

Rompimiento del Hielo

- Para romper el hielo se realiza preguntas como: Que profesión poseen, como les gusta que los llamen, cuántos hijos tienen.

Preguntas Generales o de Apertura

Se aplicaron preguntas que permitieron establecer el problema a resolver.

Pregunta 1 ¿Qué es lo que conoce usted sobre la Laguna de Yambo?

Pregunta 2. ¿Considera usted que la Laguna de Yambo es un lugar estratégico para hacer turismo?

Preguntas de Transición

Estas preguntas permitirían pasar a conocer el enfoque del turista sobre la laguna de Yambo.

Pregunta 3 ¿Qué carencias considera usted que posee este atractivo turístico que podrían ser solventadas desde una estrategia de comunicación?

Pregunta 4 ¿Cuáles considera usted que son las características más importantes que posee la Laguna para ser visitada?

Pregunta 5 ¿Ha escuchado usted sobre alguna leyenda entorno a la Laguna de Yambo?

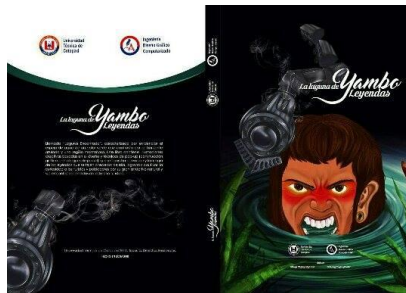
Preguntas Específicas

Para llevar a cabo estas preguntas, se realizara preguntas directas acerca:

Pregunta 6 ¿Considera usted que es importante dar a conocer las leyendas de la Laguna de Yambo para dar un mejor servicio al turista que visita este atractivo?

Pregunta 7 ¿Sabe usted qué es un libro tridimensional o Pop-Up?

En este momento se proyectará el diseño del libro *La Laguna de Yambo Leyendas*.



Preguntas de Cierre

Esta pregunta permitirá conocer las opiniones de los integrantes del focus group, su acogida y perspectiva del producto final presentado.

Pregunta 9 ¿Considera usted importante que el diseño del libro tridimensional con la técnica Pop-Up, permitirá dar a conocer las leyendas de la Laguna de Yambo a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el sector? ¿Por qué?

Agradecimiento por la Participación

Se agradeció a las personas por su participación y por la calidad de respuestas que se obtuvo en las preguntas.

Análisis y conclusiones

El focus group estuvo compuesto por 15 mujeres y 10 hombres, en edades entre los 25 y 35 años, al mostrar el libro los asistentes rescataron los siguientes aspectos de este producto.

- Es un libro que da conocer de forma animada la tradición oral específicamente las leyendas de la Laguna de Yambo.
- Es un material novedoso y no visto en la ciudad y menos en el sector.
- El diseño de las imágenes no solo llama la atención de los niños sino de todo el público en

general.

- Permite involucrarse más con las leyendas al mirar las imágenes permitiéndonos imaginar cómo se suscitaron las leyendas.

Se evidenció el interés que tuvieron a primera vista del prototipo y la forma reiterativa de querer utilizarlo.

Los asistentes pudieron distinguir fácilmente cómo funcionaban los mecanismos pop-up, la ilustración de las imágenes, junto a los colores usados y la forma de paisaje, fue del agrado de todos los participantes, ellos demostraron su interés en usar el libro y reconocer las historias de Yambo.

Se evidenció el gusto de los participantes por las tradiciones orales y el diseño del libro pop-up como producto promocional de lugares turísticos y paisajes naturales, el mismo fue del total agrado y ellos manifestaron que el libro es un excelente elemento para dar a conocer a otras personas la riqueza cultural y paisajística de la Laguna de Yambo.

Fotografías del Focus Group



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo



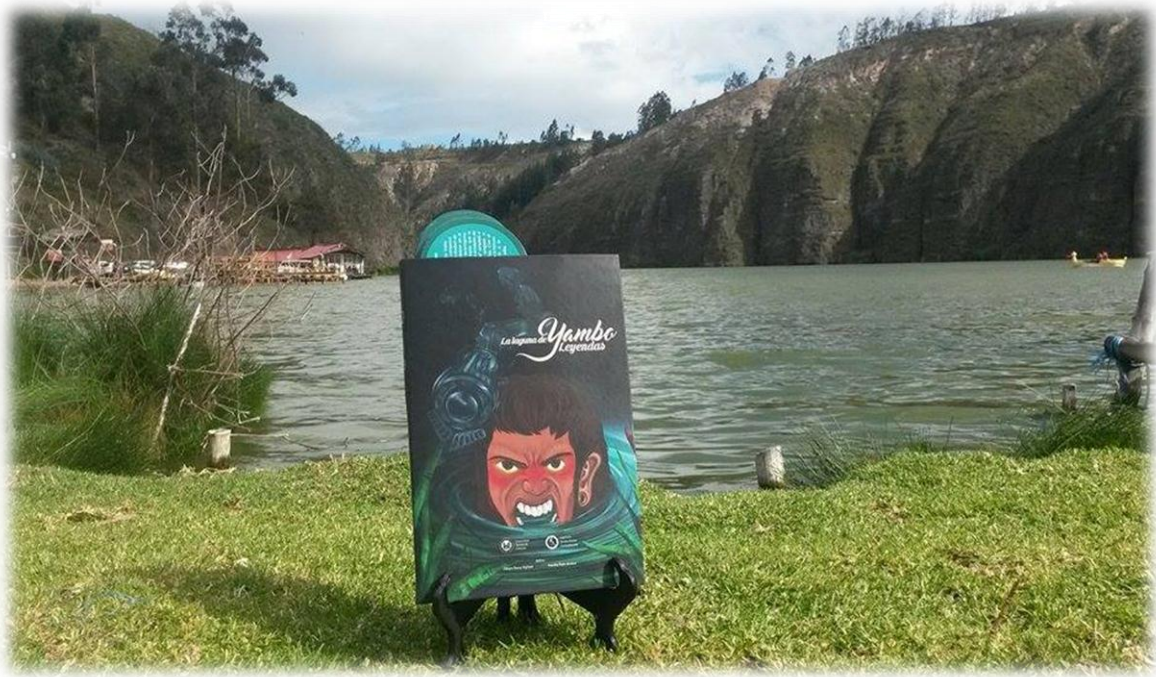
Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo



Elaborado por: Ortega Stefania y Sánchez Gustavo

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1. Conclusiones

- La información que se recolectará durante el desarrollo de la presente investigación será un aporte para poder comprender de manera específica la problemática que se ha planteado, de tal forma, que se tenga lineamientos en el área del diseño como en el contexto histórico cultural para que el producto final de este estudio cumpla las expectativas de la población beneficiaria.
- El libro pop-up “El tren fantasma y otras leyendas de la Laguna de Yambo” es un producto que puede ser utilizado para la enseñanza de turistas y pobladores sobre las tradiciones orales de la región y del país, convirtiéndolo en un material didáctico, atractivo y lleno de cultura que igualmente servirá de material publicitario de la laguna y los encantos que la rodea.
- El libro pop-up “El tren fantasma y otras leyendas de la Laguna de Yambo” será elaborado bajo parámetros estrictos de diseño y calidad, para ello se elegirán los mejores mecanismo pop-up, con el fin de brindarle a la población beneficiaria un producto final visualmente interesante y funcional.
- La elaboración del libro pop-up se realizará tomando en cuenta los criterios de los turistas y pobladores del sector en los aspectos psicológicos, funcionales y estéticos, dando un resultado positivo que se pudo confirmar en la validación de datos en la que se obtuvo una aceptación del 100% por parte de entrevistados.

11.2. Recomendaciones

- Incrementar las investigaciones sobre el uso de imágenes e ilustraciones aplicadas para la realización de productos promocionales de forma tridimensional, para que estos materiales didácticos por si solos cuenten las experiencias, tradiciones culturales y riquezas naturales de los lugares turísticos del país.
- Es necesario enfocarse en características de turistas y pobladores de la zona estudiada para determinar los lineamientos a seguir en la composición, cromática y estilos al momento de ilustrar el contenido del producto final.
- En necesarios que un número amplio de diseñadores Gráfico No.s se interesen en la ilustración de libros pop-up ya que es un mercado que solo ha sido abarcado por grandes editoriales y los productos que ellos sacan al mercado no tienen como fin promocionar sitios turísticos del Ecuador, ni en las manifestaciones culturales del país.
- Las instituciones gubernamentales deberían fomentar la elaboración y uso de los libros pop-up como material promocional de lugares turísticos y tradiciones orales del Ecuador, de forma tal, que se genere mayor reconocimiento e interés por parte de los visitantes y pobladores del país por explorar los encantos desconocidos de que existen a lo largo y ancho de la geografía nacional.

12. BIBLIOGRAFÍA

- Austin, T. y Doust, R. (2008). *Diseño de Nuevos Medios de Comunicación*. Barcelona, España: Ed. Blume
- Bazante, G. (2015). *Desarrollo de un libro ilustrado pop – up para la enseñanza de las leyendas de Conocoto a los niños de 7 a 11 años de las escuelas Abelardo Flores y Amable Arauz de la parroquia de Conocoto* (tesis de pregrado). Universidad Tecnológica Israel, Quito, Ecuador.
- Bonfil, G. (1989). *México profundo*. México: CNCA.
- Bravo, W. y Toapanta, F. (2012). *Diseño y diagramación de un manual multimedia sobre el VIH/sida, como herramienta didáctica para la unidad de bienestar estudiantil de la Universidad Técnica de Cotopaxi*” (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador.
- Coltman, M. (1989). *Introduction to Travel and Tourism and International approach*. New York, Estados Unidos: Van Nostrand Reinhold.
- Chasiluisa, C. y Maigua P. (2012). *El diseño del libro pop-up de la biografía gráfica ilustrada de Dolores Cacungo, que difunda la cultura y lucha de los pueblos indígenas del Ecuador para las estudiantes de quinto y sexto de educación básica y su aplicación en la escuela fiscal de niñas “República de Colombia” del cantón Saquisilí* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador.
- Espinosa, P. (2014). *Diseño de piezas gráficas que promuevan el aprendizaje experiencial de los visitantes del programa Rutas de Leyendas de la Fundación Quito Eterno* (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Malo, C. (2000, octubre). *Patrimonio Cultural Intangible y globalización*. Conferencia de Turismo, Colombia. Disponible en: <http://www.anonimoslatinos.org/No1/patrimoe.htm>

- Naula, D. (2015). *Diseño de un libro ilustrado sobre la leyenda quiteña Cantuña, usando la técnica del pop-up en papel reciclado dirigido a niños y niñas de cuatro a siete años de edad del Colegio USA Academia Militar* (tesis pregrado). Universidad Tecnológica Israel, Quito, Ecuador.
- Palacios, M. (2010). *Elaboración de libros, aplicando la técnica Pop-up y de ilustración dirigido a niños de 10-12 años sobre la fauna y leyenda de las islas Galápagos, con el fin de incentivar a los niños con la lectura y conocimiento de las Islas* (tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito, Ecuador.
- Pazmiño, C. (2015). *Los cómics como herramienta que fomenten la lectura y rescaten la tradición oral de las leyendas locales en jóvenes de los primeros años de secundaria en la provincia de Tungurahua* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
- Poulin, R. (2012). *El lenguaje del diseño Gráfico No.*. Barcelona, España: Promopress.
- Quispe, M. (2013). *La afluencia turística en el mirador de la Laguna de Yambo y su importancia actual para el desarrollo turístico en la parroquia Antonio José Holguín, cantón Salcedo* (tesis de grado). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
- Samuel, R. (Ed.). (1984). *Historia popular y teoría socialista*. Traducción castellana de Jordi Beltrán. Barcelona: España: Editorial Crítica.
- Zambonino, A. (2011). *Yambo: Tradiciones y Leyendas*. Quito, Ecuador: UTE.

13. LINKOGRAFÍA

- Habitantes de la zona Panzaleo; Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Información censal cantonal*.
http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es
- Problema de investigación; Ministerio de Turismo del Ecuador
<http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>)
- Fundamentación científica; Diez, C. (2016). *Ilustración digital, pintura digital*.
<http://www.academiac10.com/glosario/ilustracion-digital/>
- Problema de investigación; Ministerio del Ambiente. (2015). Laguna de Yambo.
<http://suia.ambiente.gob.ec/web/humedales/laguna-de-yambo>
- Descripción del proyecto; Dejando Huella. (2008). La Laguna de Yambo.
<https://genesys33.wordpress.com/2008/09/22/la-laguna-de-yambo/>

ANEXOS

Anexo No. 1 Modelo de la encuesta dirigida a beneficiarios del proyecto Yambo.

TEMA: *El tren fantasma y otras leyendas de la laguna de Yambo -Libro pop up*

DATOS GENERALES:

LUGAR: _____

FECHA: Marzo 2016

EDAD: 18 a 38 años ___ 39 a 59 años ___ 60 en adelante ___

GÉNERO: Masculino ___ Femenino ___

OBJETIVO:

Construcción de un material editorial Gráfico No. con el que se pueda reproducir las leyendas que se tejen entorno de la laguna de Yambo, a fin de promocionar las tradiciones culturales de la zona e incentivar a que un número mayor de visitante se acerquen al lugar.

1.- ¿Conoce usted la laguna de Yambo?

SI NO

2.- ¿Ha visitado la laguna de Yambo?

SI NO

3. ¿Hace cuánto tiempo visitó la laguna de Yambo?

- En el último mes
- En los últimos seis meses
- En el último año
- Hace más de dos años Especifique el año aproximado: _____
- Nunca

4.- Al visitar la laguna de Yambo, la información sobre este atractivo turístico por parte de los guías fue:

- Abundante, el guía nos brindó mucha información sobre la laguna de Yambo.
- Escasa, el guía brindó poca información sobre la laguna de Yambo.
- No recibimos información alguna sobre la laguna de Yambo durante la visita.

5.- ¿Conoce usted las leyendas en torno a la laguna de Yambo?

SI NO

6. ¿Qué leyendas conoce de la laguna del Yambo?

7.- ¿Sabe usted que es un libro pop-up?

SI NO

8.- ¿Cree usted que un libro pop-up sobre las leyendas de la laguna de Yambo ayudaría a dar información de una manera más entretenida al turista?

SI NO

Anexo No. 2 Análisis de tabulación de la encuesta a Turistas.

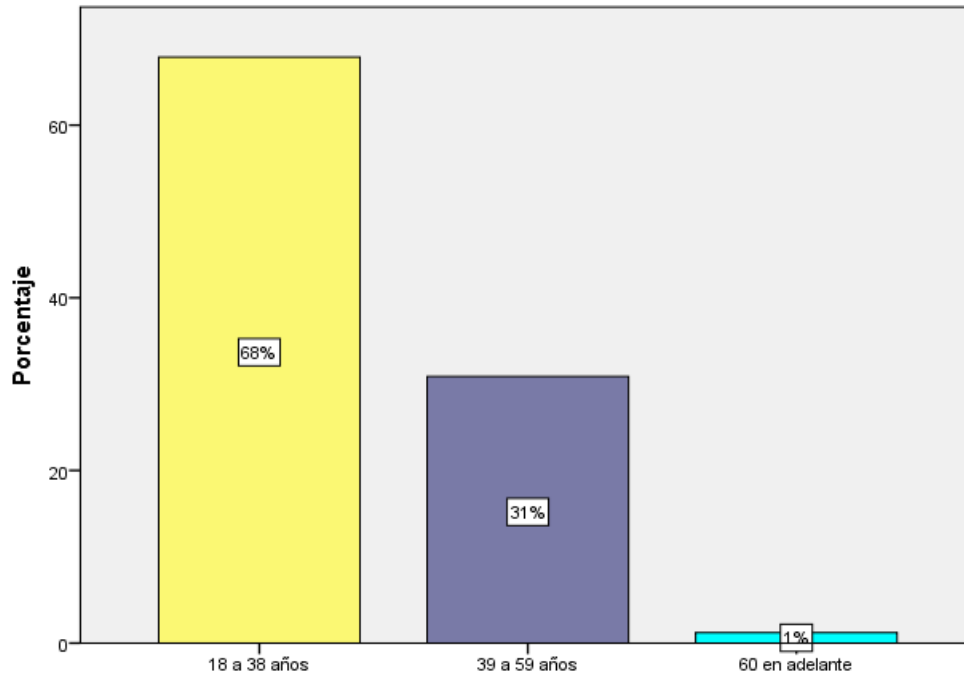
Tabla No. 15 Edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 18 a 38 años	222	67,9	67,9	67,9
39 a 59 años	101	30,9	30,9	98,8
60 en adelante	4	1,2	1,2	100,0
Total	327	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 27 Edad

Edad Tabla No. N° 11



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

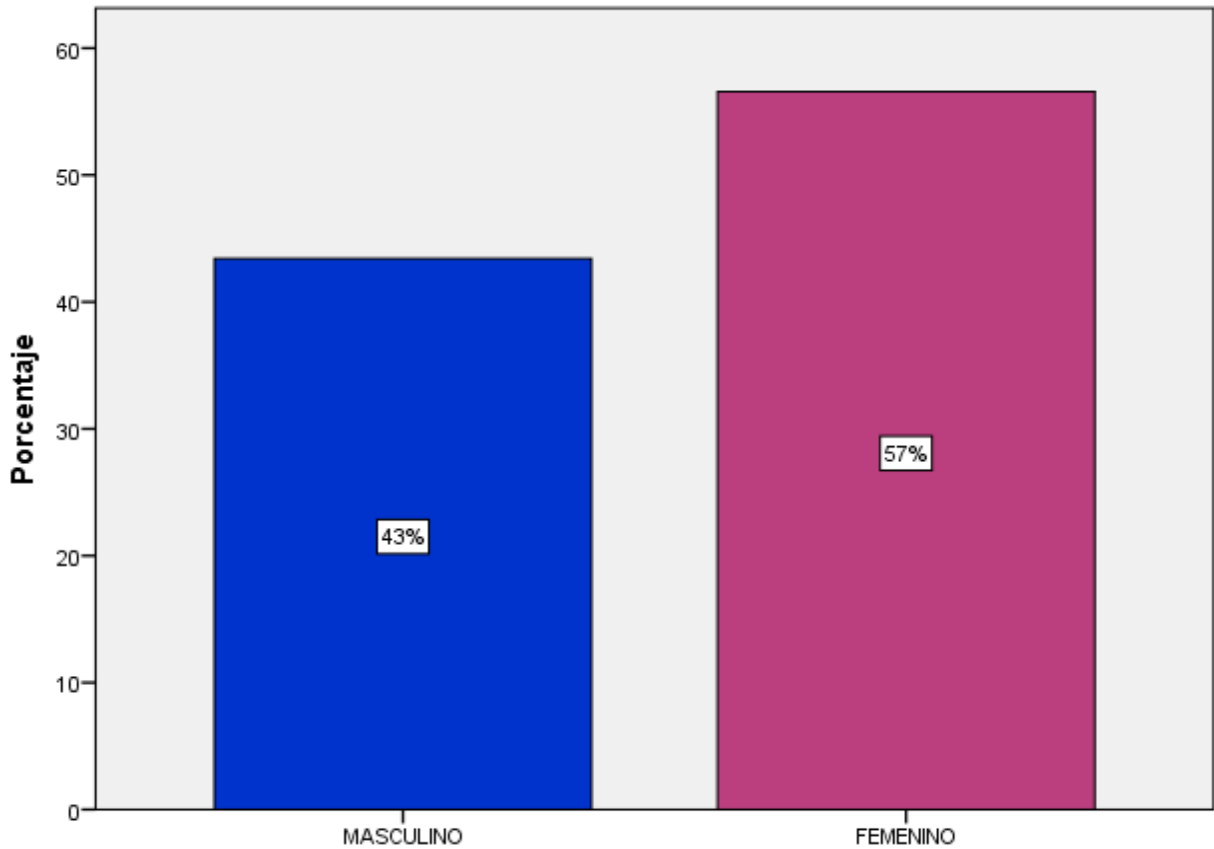
Tabla No. 16 Género

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MASCULINO	142	43,4	43,4	43,4
FEMENINO	185	56,6	56,6	100,0
Total	327	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 28 Género

Género Tabla No. N° 12



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Pregunta 1.- ¿Conoce usted la laguna de Yambo?

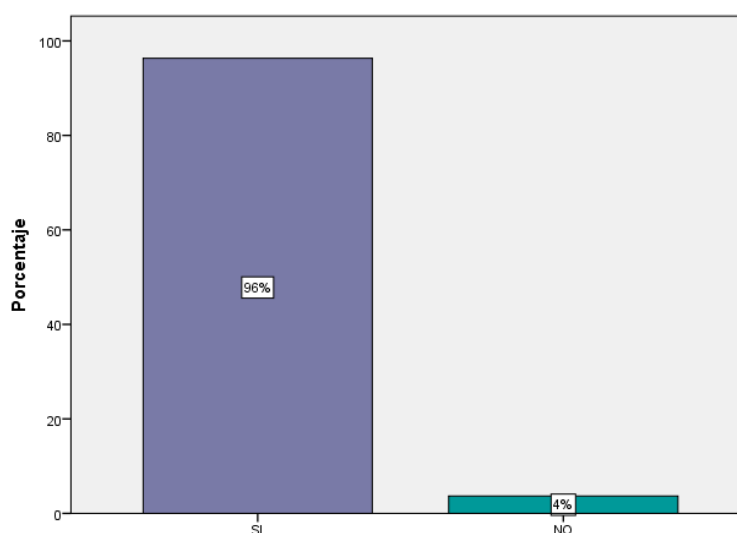
Tabla No. 17 Laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	315	96,3	96,3	96,3
Válidos NO	12	3,7	3,7	100,0
Total	327	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 29 laguna de Yambo

Laguna de Yambo Tabla No. N° 13



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 96% de los turistas conoce la laguna de Yambo, mientras que el 4% desconoce el lugar.

INTERPRETACIÓN

Es mayor el número de turistas encuestadas que conocen el lugar por lo que se deduce que la laguna de Yambo es un sitio que atrae como lugar turístico.

Pregunta 2.- ¿Ha visitado la laguna de Yambo?

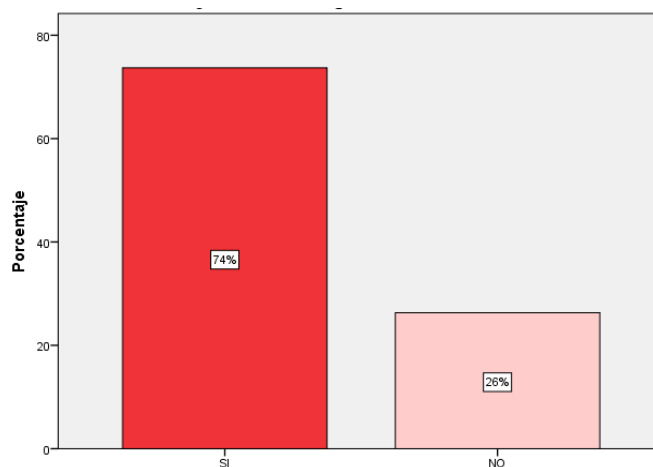
Tabla No. 18 Visita a la laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	241	73,7	73,7	73,7
Válidos NO	86	26,3	26,3	100,0
Total	327	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 30 Visita a la laguna de Yambo

Visita a la laguna de Yambo Tabla No. N° 14



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 74% si ha visitado la laguna de Yambo, el 26% no lo ha realizado.

INTERPRETACIÓN

Un gran número de turistas encuestados han visitado la laguna de Yambo, por lo que se refiere a que la laguna de Yambo es un lugar de los rincones del país, mientras que la minoría de encuestados no lo ha hecho.

Pregunta 3.- ¿Hace cuánto tiempo visitó la laguna de Yambo?

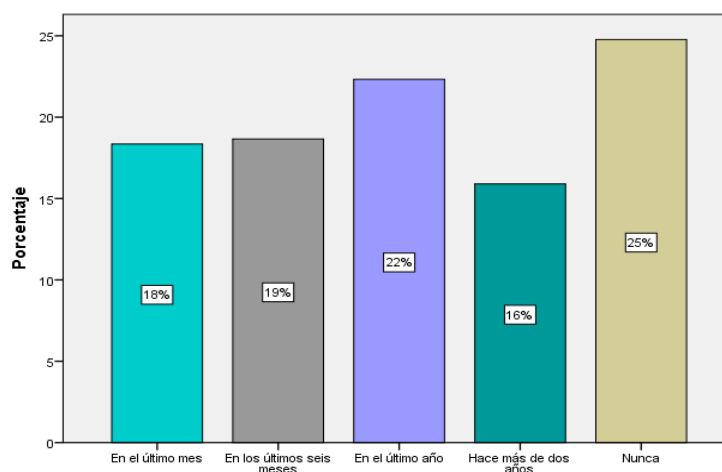
Tabla No. 19 Tiempo de visita la laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En el último mes	60	18,3	18,3	18,3
En los últimos seis meses	61	18,7	18,7	37,0
Válidos En el último año	73	22,3	22,3	59,3
Hace más de dos años	52	15,9	15,9	75,2
Nunca	81	24,8	24,8	100,0
Total	327	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 31 Tiempo de visita la laguna de Yambo

Tiempo de visita la laguna de Yambo Tabla No. N° 15



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de los turistas encuestados, el 25% nunca ha visitado la laguna de Yambo, mientras que el 18% lo realizó en el último mes y el 22% el último año.

INTERPRETACIÓN

Una mayoría relativa de encuestados no ha visitado la laguna de Yambo, mientras que una gran parte de los mismos, responde que lo realizó en el último año, siendo para algunos de los turistas una de las paradas en sus viajes.

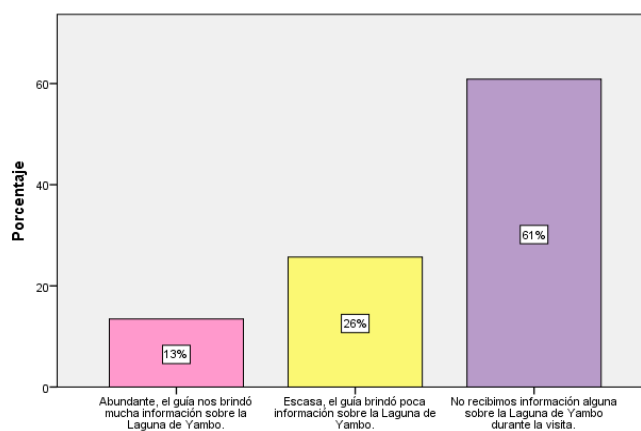
Pregunta 4.- Al visitar la laguna de Yambo, la información sobre este atractivo turístico por parte de los guías fue:

Tabla No. 20 Información sobre la laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Abundante, el guía nos brindó mucha información sobre la laguna de Yambo.	44	13,5	13,5	13,5
Escasa, el guía brindó poca información sobre la laguna de Yambo.	84	25,7	25,7	39,1
No recibimos información alguna sobre la laguna de Yambo durante la visita.	199	60,9	60,9	100,0
Total	327	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 32 Información sobre la laguna de Yambo
Información sobre la laguna de Yambo Tabla No. N° 16



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 61% de los encuestados no recibieron información sobre la laguna de Yambo, mientras que el 13% si recibió información.

INTERPRETACIÓN

Una gran mayoría de turistas encuestados señalan que no recibieron información de la laguna de Yambo, dato que es preocupante, ya que quien visite la Laguna no puede conocer su historia, mientras que una minoría de turistas comenta que existió falta de información de este lugar turístico.

Pregunta 5.- ¿Conoce usted las leyendas en torno a la laguna de Yambo?

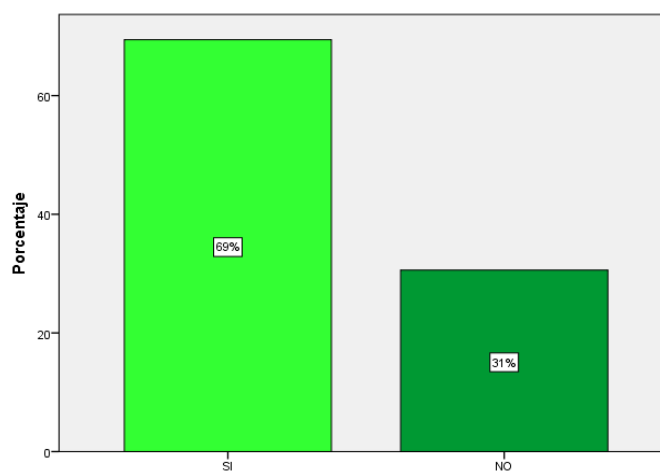
Tabla No. 21 Leyendas de la laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	227	69,4	69,4	69,4
Válidos NO	100	30,6	30,6	100,0
Total	327	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 33 Leyendas de la laguna de Yambo

Leyendas de la laguna de Yambo. Tabla No. N° 17



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 69% de los mismos si conoce las leyendas de la laguna de Yambo, mientras que el 31% no las conoce.

INTERPRETACIÓN

Es mayor el número de turistas que han escuchado y conocen sobre las leyendas que rodean a la laguna de Yambo, siendo este un lugar atractivo para los turistas, ya que apenas un número pequeño de turistas desconoce de las leyendas que habitan en la Laguna de Yambo.

Pregunta 6.- ¿Qué leyendas conoce de la laguna del Yambo?

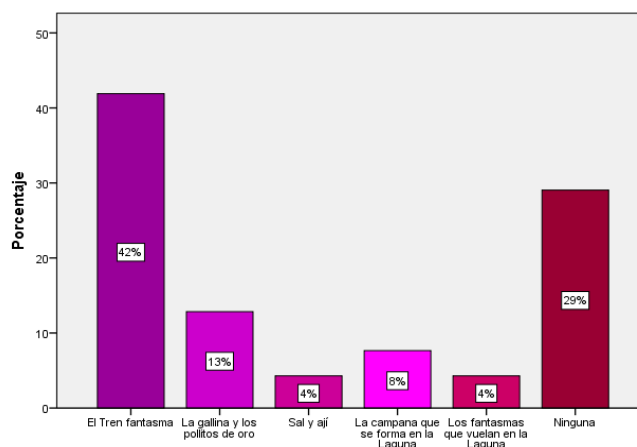
Tabla No. 22 Qué leyendas conoce de la laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
El Tren fantasma	137	41,9	41,9	41,9
La gallina y los pollitos de oro	42	12,8	12,8	54,7
Sal y ají	14	4,3	4,3	59,0
Válidos La campana que se forma en la Laguna	25	7,6	7,6	66,7
Los fantasmas que vuelan en la Laguna	14	4,3	4,3	70,9
Ninguna	95	29,1	29,1	100,0
Total	327	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 34 Qué leyendas conoce de la laguna de Yambo

Que leyendas conoce de la laguna de Yambo. Tabla No. N°18



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 86% de los mismos no conoce lo que es un libro pop-up, mientras que el 14% si está al tanto de lo que es un libro pop-up.

INTERPRETACIÓN

De los encuestados solo un número pequeño no conoce la aplicación de un libro pop-up, con lo que la mayoría de turistas encuestados afirman que si está al corriente del uso y diseño de un libro pop-up, siendo considerado con estos datos la aplicación del mismo.

Pregunta 8.- ¿Cree usted que un libro pop-up sobre las leyendas de la laguna de Yambo ayudaría a dar información de una manera más entretenida al turista?

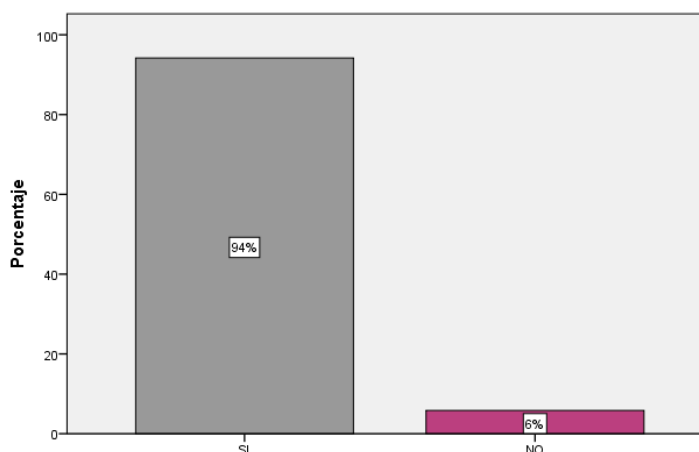
Tabla No. 23 Libro pop-up como medio de información

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	308	94,2	94,2	94,2
Válidos NO	19	5,8	5,8	100,0
Total	327	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 27 Libro pop-up como medio de información

Libro pop-up como medio de información. Tabla No. N° 20



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 94% de los mismos si considera que la aplicación de un libro pop-up proporcionará información, mientras que 4% no considera necesario.

INTERPRETACIÓN

Gracias al aporte de los turistas encuestados la implementación del libro pop-up será de utilidad para brinda la información necesaria sobre las leyendas de la laguna de Yambo, apenas una minoría no está de acuerdo por lo que se podría considerar que son los encuestados los que desconoce de su utilidad.

Anexo No. 3 Análisis de tabulación de la encuesta a Habitantes.

Edad

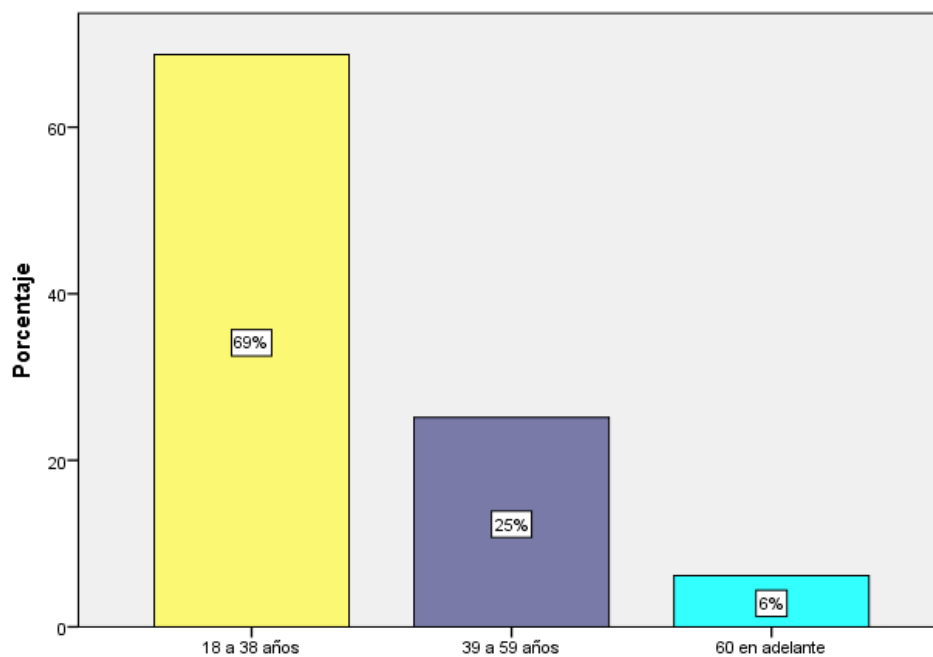
Tabla No. 24 Edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 18 a 38 años	246	68,7	68,7	68,7
39 a 59 años	90	25,1	25,1	93,9
60 en adelante	22	6,1	6,1	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 28 Edad

Edad Tabla No. N° 21



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

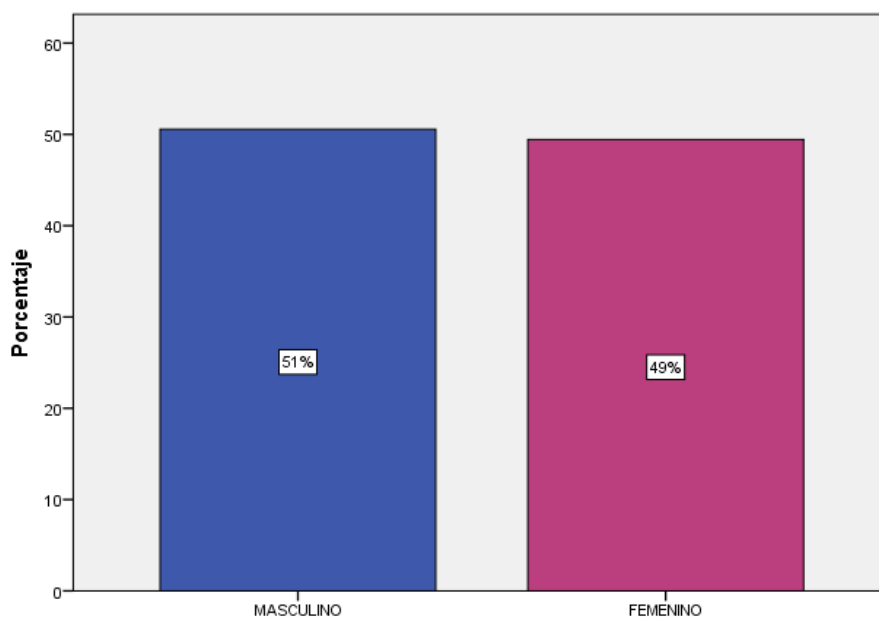
Tabla No. 25 Género

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MASCULINO	181	50,6	50,6	50,6
FEMENINO	177	49,4	49,4	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 29 Género

Género Tabla No. N° 22



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

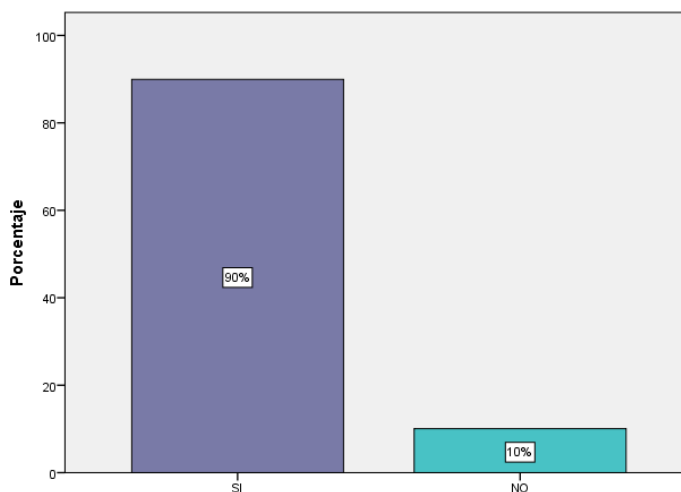
Pregunta 1.- ¿Conoce usted la laguna de Yambo?

Tabla No. 26 laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	322	89,9	89,9	89,9
Válidos NO	36	10,1	10,1	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 30 laguna de Yambo
Laguna de Yambo. Tabla No. N° 23



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 90% de los mismos conoce la laguna de Yambo, mientras que el 10% desconoce el lugar.

INTERPRETACIÓN

Es mayor el número de personas encuestadas que conocen el lugar por lo que se deduce que la laguna de Yambo es un buen sitio como lugar turístico.

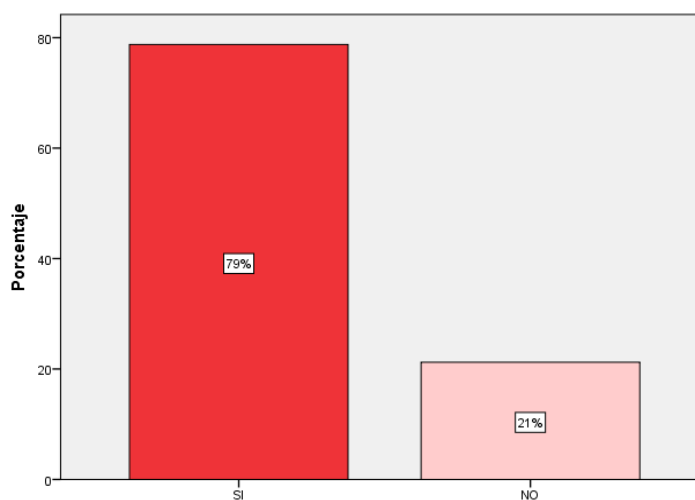
Pregunta 2.- ¿Ha visitado la Laguna de Yambo?

Tabla No. 27 Visita a la Laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	282	78,8	78,8	78,8
Válidos NO	76	21,2	21,2	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 31 Visita a la Laguna de Yambo
Visita a la Laguna de Yambo. Tabla No. N° 24



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 79% si ha visitado la laguna de Yambo, el 21% no lo ha realizado.

INTERPRETACIÓN

Un gran número de los encuestados ha visitado la laguna de Yambo, mientras que la minoría de encuestados no lo ha hecho, por lo que se deduce que la laguna de Yambo es un buen lugar para visitas de los rincones del país.

Pregunta 3.- ¿Hace cuánto tiempo visitó la laguna de Yambo?

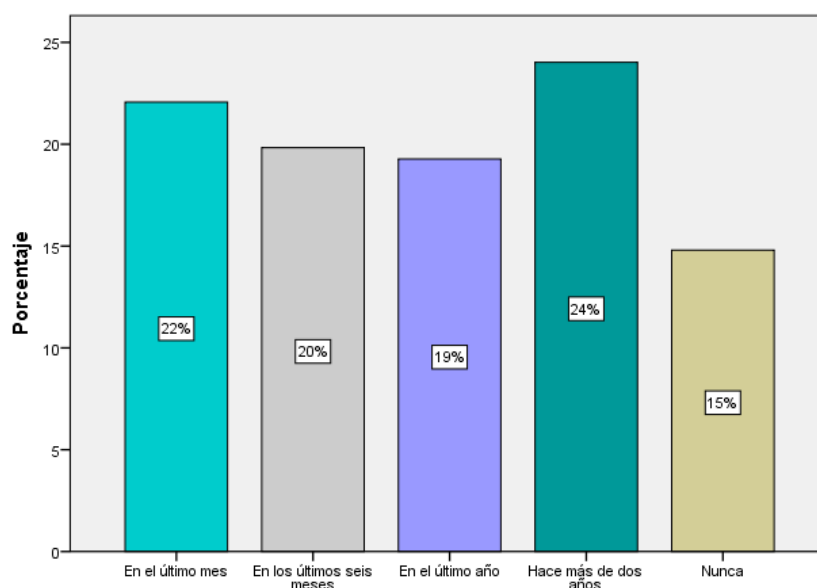
Tabla No. 28 Tiempo de visita laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En el último mes	79	22,1	22,1	22,1
En los últimos seis meses	71	19,8	19,8	41,9
En el último año	69	19,3	19,3	61,2
Hace más de dos años	86	24,0	24,0	85,2
Nunca	53	14,8	14,8	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 32 Tiempo de visita laguna de Yambo

Tiempo de visita Laguna de Yambo. Tabla No. N° 25



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de los encuestados, el 15% nunca ha visitado la laguna de Yambo, mientras que el 22% lo realizó en el último mes.

INTERPRETACIÓN

Solo una minoría de encuestados no ha visitado la laguna de Yambo, mientras que una gran parte de los encuestados opina que si ha visitado el lugar, en tiempos distantes o cercano pero ha realizado sus paradas en la laguna de Yambo a realizar turismo.

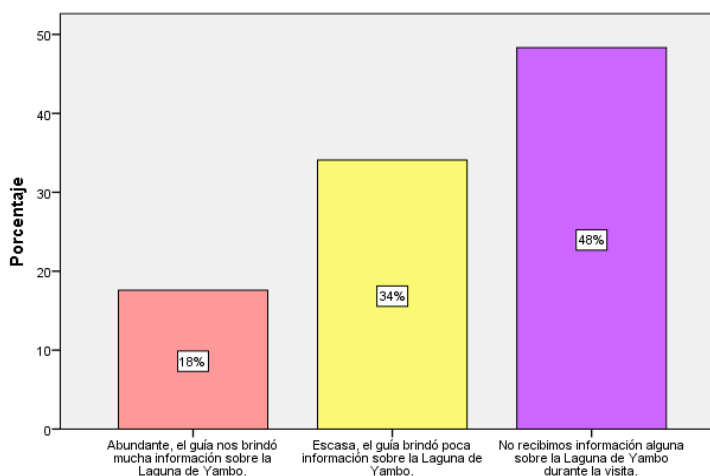
Pregunta 4.- Al visitar la laguna de Yambo, la información sobre este atractivo turístico por parte de los guías fue:

Tabla No. 29 Información sobre la laguna de Yambo

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Abundante, el guía nos brindó mucha información sobre la laguna de Yambo.	63	17,6	17,6	17,6
	Escasa, el guía brindó poca información sobre la laguna de Yambo.	122	34,1	34,1	51,7
	No recibimos información alguna sobre la laguna de Yambo durante la visita.	173	48,3	48,3	100,0
Total		358	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 33 Información sobre la laguna de Yambo
 Información sobre la laguna de Yambo. Tabla No. N° 26



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 48% de los encuestados no recibieron información sobre la laguna de Yambo, mientras que el 18% si recibió información.

INTERPRETACIÓN

Una gran minoría de las personas encuestadas indican que recibieron información de la laguna de Yambo, dato que es preocupante ya que quien visite la Laguna no puede conocer su historia, mientras que una gran parte de la muestra señala que existió falta de información de este lugar turístico.

Pregunta 5.- ¿Conoce usted las leyendas en torno a la laguna de Yambo?

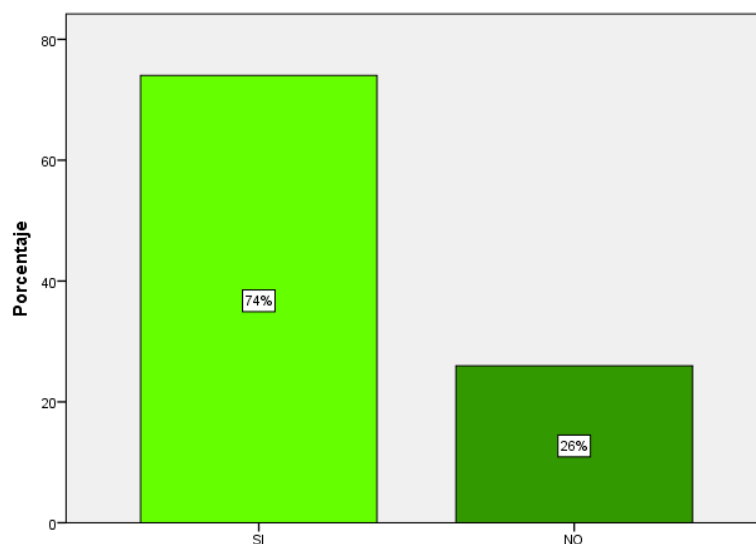
Tabla No. 30 Leyendas de la laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	265	74,0	74,0	74,0
Válidos NO	93	26,0	26,0	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 34 Leyendas de la laguna de Yambo

Leyendas de la laguna de Yambo. Tabla No. N° 27



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 74% de los mismos si conoce las leyendas de la laguna de Yambo, mientras que el 26% no las conoce.

INTERPRETACIÓN

Es mayor el número de personas encuestadas que conocen sobre las leyendas que se enmarcan en la laguna de Yambo, por lo que se deduce que la laguna de Yambo es un sitio encantado de leyendas.

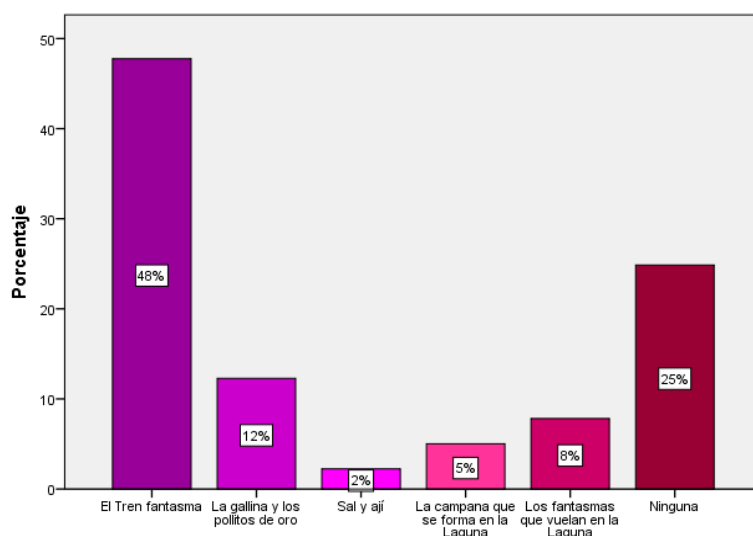
Pregunta 6.- ¿Qué leyendas conoce de la laguna de Yambo?

Tabla No. 31 Qué leyendas conoce de la laguna de Yambo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
El Tren fantasma	171	47,8	47,8	47,8
La gallina y los pollitos de oro	44	12,3	12,3	60,1
Sal y ají	8	2,2	2,2	62,3
Válidos La campana que se forma en la Laguna	18	5,0	5,0	67,3
Los fantasmas que vuelan en la Laguna	28	7,8	7,8	75,1
Ninguna	89	24,9	24,9	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 35 Qué leyendas conoce de la laguna de Yambo
 Qué leyendas conoce de la laguna de Yambo. Tabla No. N° 28



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 48% conoce sobre la leyenda del Tren Fantasma, el 12% sobre la leyenda de la Gallina y los pollitos de oro, el 8% sobre Los Fantasmas que vuelan en la Laguna, el 5% conoce la leyenda de la Campana que se forma en la Laguna, el 2% ubica la leyenda de sal y ají, mientras que el 25% de los encuestados no conoce ninguna leyenda sobre la laguna de Yambo.

INTERPRETACIÓN

Es mayor el número de personas encuestadas que conocen sobre las leyendas que se enmarcan en la laguna de Yambo, por lo que se deduce que la laguna de Yambo es un sitio encantado de leyendas.

Pregunta 7.- ¿Sabe usted que es un libro pop-up?

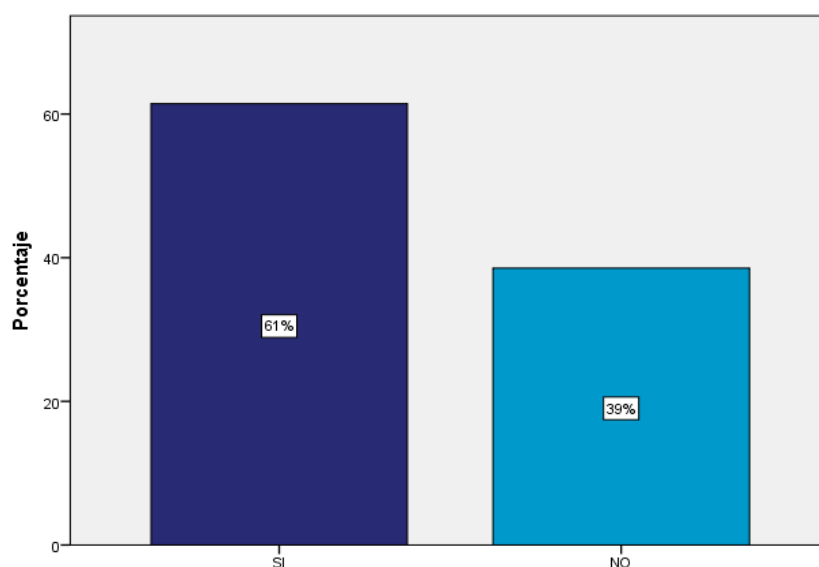
Tabla No. 32 Libro pop-up

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	220	61,5	61,5	61,5
Válidos NO	138	38,5	38,5	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 36 Libro pop-up

Libro pop-up. Tabla No. N° 29



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 61% de los mismos no conoce lo que es un libro pop-up, mientras que el 39% si sabe que es un libro pop-up.

INTERPRETACIÓN

Es mayor el número de personas encuestadas que desconocen el diseño y contenido de un libro pop-up, por lo que es hasta más fuerte la necesidad de su implementación por lo novedoso de su aplicación ya que la minoría sabe lo que es un libro pop-up.

Pregunta 8.- ¿cree usted que un libro pop-u sobre las leyendas dela laguna de Yambo ayudaría a dar información de una manera más entretenida al turista?

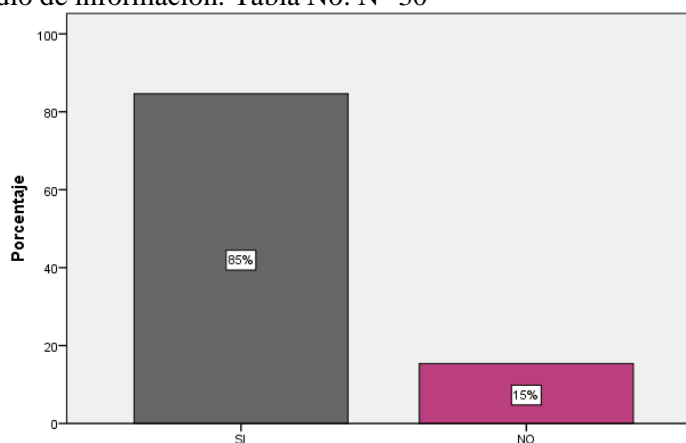
Tabla No. 33 Libro pop-up como medio de información

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	303	84,6	84,6	84,6
Válidos NO	55	15,4	15,4	100,0
Total	358	100,0	100,0	

Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

Gráfico No. 37 Libro pop-up como medio de información

Libro pop-up como medio de información. Tabla No. N° 30



Elaborado por: Ortega Stefanía y Sánchez Gustavo

ANÁLISIS

Del 100% de encuestados, el 85% de los mismos si considera que la aplicación de un libro pop-up, mientras que 15% no considera necesario su implementación, al ser una minoría se podría considerar que son los encuestados que desconoce de su utilidad, por lo que el aporte del mayor número de encuestados es muy importante para el proyecto.

INTERPRETACIÓN

Es mayor el número de personas encuestadas están de acuerdo con la aplicación del libro pop-up, por lo que será de mayor utilidad para conocer y obtener información sobre las leyendas de la laguna de Yambo a través del libro.

Anexo No. 4 Modelo de entrevistas Proyecto Yambo

DATOS GENERALES:

NOMBRES COMPLETOS:

EDAD:

TRABAJO Y CARGO:

Pregunta 1 ¿Qué conoce usted sobre la Laguna de Yambo?

Pregunta 2. ¿Considera usted que la Laguna de Yambo es un lugar estratégico para hacer turismo?

Pregunta 3 ¿Qué carencias considera usted que posee este atractivo turístico que podrían ser solventadas desde una estrategia de comunicación?

Pregunta 4 ¿Cuáles considera usted que son las características más importantes que posee la Laguna para ser visitada?

Pregunta 5 ¿Ha escuchado usted sobre alguna leyenda entorno a la Laguna de Yambo?

Pregunta 6 ¿Considera usted que es importante dar a conocer las leyendas de la Laguna de Yambo para dar un mejor servicio al turista que visita este atractivo?

Pregunta 7 ¿Qué material informativo consideraría usted que sería de gran ayuda para dar a conocer las leyendas de la Laguna de Yambo?

Pregunta 8 ¿Sabe usted qué es un libro tridimensional o Pop-Up?

Pregunta 9 ¿Considera usted importante que se diseñe un libro tridimensional con la técnica Pop-Up para dar a conocer las leyendas de la Laguna de Yambo de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el sector? ¿Por qué?

Anexo No. 5 Transcripción de las entrevistas

DATOS GENERALES:

NOMBRES COMPLETOS: Marco Antonio Mantilla Jijón

EDAD: 18 años

TRABAJO Y CARGO: Asistente de Servicios y Guía Turístico

Pregunta 1 ¿Qué conoce usted sobre la laguna de Yambo?

Es una laguna que posee muchas leyendas y un encanto natural, tiene una amplia diversidad de flora y fauna.

Pregunta 2. ¿Considera usted que la laguna de Yambo es un lugar estratégico para hacer turismo?

Sí, por el alto afluente en riquezas como las leyendas que tiene.

Pregunta 3 ¿Qué carencias considera usted que posee este atractivo turístico que podrían ser solventadas desde una estrategia de comunicación?

Económicas, más que todo de parte del gobierno.

Pregunta 4 ¿Cuáles considera usted que son las características más importantes que posee la Laguna para ser visitada?

Lo que son sus leyendas y su espacio.

Pregunta 5 ¿Ha escuchado usted sobre alguna leyenda entorno a la laguna de Yambo?

Sí, todas.

Pregunta 6 ¿Considera usted que es importante dar a conocer las leyendas de la laguna de Yambo para dar un mejor servicio al turista que visita este atractivo?

Yo creo que el mejor trato a los turistas de parte de los que funcionan en el lugar.

Pregunta 7 ¿Qué material informativo consideraría usted que sería de gran ayuda para dar a conocer las leyendas de la laguna de Yambo?

Audio guías, videos.

Pregunta 8 ¿Sabe usted qué es un libro tridimensional o Pop-Up?

No.

Pregunta 9 ¿Considera usted importante que se diseñe un libro tridimensional con la técnica Pop-Up para dar a conocer las leyendas de la laguna de Yambo de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el sector? ¿Por qué?

Claro, si es para aumentar el turismo nacional pues sí.

DATOS GENERALES:

NOMBRES COMPLETOS: Ximena Joselyn Tigse Gracia

EDAD: 22 años

TRABAJO Y CARGO: Estudiante – Turista Nacional

Pregunta 1 ¿Qué conoce usted sobre la laguna de Yambo?

Es un lugar

Pregunta 2. ¿Considera usted que la laguna de Yambo es un lugar estratégico para hacer turismo?

Claro, es un lugar muy hermoso llama mucho la atención.

Pregunta 3 ¿Qué carencias considera usted que posee este atractivo turístico que podrían ser solventadas desde una estrategia de comunicación?

Yo creo que podría este lugar más llamativo si hubiera más espacios verdes en los cuales haya juegos de diversión para niños, como bien sabemos las familias vienen acompañado de sus hijos, tal vez un bar donde se pueda comprar alguna alimentación, también sería la implementación de basureros que vendrían muy bien con la limpieza de algunas partes de la laguna.

Pregunta 4 ¿Cuáles considera usted que son las características más importantes que posee la Laguna para ser visitada?

Las leyendas que ha tenido, el lugar es muy llamativo llama mucho la atención el transporte para poder visitar más a fondo la laguna.

Pregunta 5 ¿Ha escuchado usted sobre alguna leyenda entorno a la laguna de Yambo?

Sí, la leyenda de que hubo hace mucho tiempo el tren, del tren que llevaba bastantes visitantes iban viajando para el sur y de repente algo paso en el tren y cayeron mucha gente a la laguna, dicen que en cada semana santa se escuchan los gritos de las personas aclamando por ayuda y el sonido el tren.

Pregunta 6 ¿Considera usted que es importante dar a conocer las leyendas de la laguna de Yambo para dar un mejor servicio al turista que visita este atractivo?

Yo creo que sí, sería de suma importancia para atraer más turistas acá este lugar.

Pregunta 7 ¿Qué material informativo consideraría usted que sería de gran ayuda para dar a conocer las leyendas de la laguna de Yambo?

Podrían ser revistas, diarios, libros donde instruyan las leyendas, si es posible aquí en este lugar libros que se puedan dar a las personas que vengán a visitar.

Pregunta 8 ¿Sabe usted qué es un libro tridimensional o Pop-Up?

Sí, es un libro el cual permite conocer más a fondo lo que se quiere decir, a través de imágenes interactivas y tridimensionales que le hacen más comprensible al lector.

Pregunta 9 ¿Considera usted importante que se diseñe un libro tridimensional con la técnica Pop-Up para dar a conocer las leyendas de la laguna de Yambo de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el sector? ¿Por qué?

Sí, esto ayudaría mucho a incrementar el turismo y a socializar sobre las leyendas de una manera más efectiva, ya que llamaría mucho la atención.