

Universidad de Pinar del Río
“Hermanos Saíz Montes de Oca”
Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas



TRABAJO DE DIPLOMA

Tesis en opción al título de Ingeniero en Diseño Gráfico Computarizado

Título: Concepción gráfica de un catálogo virtual con carácter iconográfico y semiótico sobre instituciones religiosas con atractivos turísticos en la ciudad de Latacunga-Ecuador

Autor: Diego Fernando Viracocha Toaquiza

Pinar del Río, Cuba.

2011

Universidad de Pinar del Río
“Hermanos Saíz Montes de Oca”
Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas



TRABAJO DE DIPLOMA

Tesis en opción al título de Ingeniero en Diseño Gráfico Computarizado

Título: Concepción gráfica de un catálogo virtual con carácter iconográfico y semiótico sobre instituciones religiosas con atractivos turísticos en la ciudad de Latacunga-Ecuador

Autor: Diego Fernando Viracocha Toaquiza

Tutor: Dr. C. Jorge Luís Lufriú Beade

Tutor: Lic. Enrique Rosell Morales.

Pinar del Río, Cuba.

2011

Pensamiento

“Diseñar es una actividad abstracta que implica programar, proyectar, traducir lo invisible en visible, comunicar”

Jorge Frascara

Nota de Aceptación

Nota de Aceptación

Presidente del Tribunal

Secretario

Vocal

Ciudad y fecha:

Declaración de Autoridad

Declaro que soy el único autor de este Trabajo de Diploma el cual contiene una concepción de un catálogo virtual e impreso con carácter iconográfico y semiótico para áreas turísticas, que incida en las instituciones religiosas y autorizamos a la Universidad de Pinar del Río, Cuba y a la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, a hacer uso del mismo, con finalidad docente o investigativa.

Firma: _____
Diego Fernando Viracocha Toaquiza
dieguir22@hotmail.com

Dedicatoria

Esta es la meta para el comienzo de una vida profesional que lleva mucho sacrificio, dedicación y esfuerzo. Se logra, entre otras cosas, por el apoyo recibido de la familia y de las amistades sinceras.

Por tal razón quiero dedicar este trabajo a mis padres, que han sido vitales en mi formación académica, al resto de la familia y a mis amigos por creer en mí e inculcarme siempre la fe en la necesidad de tomar el camino más correcto.

Agradecimientos

Nunca dejaré de agradecer a DIOS por haberme permitido asomarme a este mundo maravilloso.

A mis padres por permitirme ver la luz y estar conmigo aun en la distancia.

A todas las personas que quiero y me quieren por haberme compulsado a seguir siempre adelante.

A mi tutor que fue guía, amigo y quien me ayudó incondicionalmente.

Por ello les estoy infinitamente agradecido de todos.

Resumen

Se da a conocer la importancia de nuestro trabajo mediante la Fundamentación y la concepción de una representación grafica con carácter iconográfico y semiótico para áreas turísticas, que incida en las instituciones religiosas con tales atractivos y garantice su estudio detallado así como la estimulación e incremento de esta rama económica en la ciudad de Latacunga-Ecuador considerado un país rico en biodiversidad caracterizándose por sus múltiples sitios turísticos pensando en un gran interés por parte de la ciudadanía o pueblo en general que se dedica a conservar la tradición que le identifica o en si manteniendo la cultura oriunda de una ciudad con gran espíritu católico que es de mucha trascendencia y una majestuosa infraestructura que posee cada una de las iglesias con sin números de leyendas que son campos que descubrir.

A todo esto se empezó realizando una interpretación que llame la atención a propios y extraños y cause impacto visual de estos atractivos turísticos que posee cada iglesia y que las fotografías hablen por su propia cuenta y ala vez la información este presto a ser entendida con total rapidez, se obtuvo un diseño novedoso como es un catálogo virtual que llame la atención y se pueda desplazar sin dificultades y la ciudadanía, estudiante o el interesado pueda acceder o disponer de este producto para un fin específico.

Summary

This work gives to know about the importance of our investigation through the design of a graphical representation with iconographic and semiotic basis for tourist areas, that influence on religious institutions and ensure their attractions and so the stimulation and increase of this economic branch in the city of Latacunga-Ecuador considered a country rich in biodiversity characterized by its many tourist places, thinking in a great interest by the general public or people dedicated to preserving the tradition that identifies them or maintaining the native culture of a city with a Catholic spirit which is of great importance and a magnificent infrastructure that has each of the churches with some legends that are places to discover.

To all this was started by an interpretation that attract the attention to owns and foreings and cause visual impact of these tourists attractives in every church and the photographs can speak for them and the information will be understand speedly we a new design as a virtual catalog to call the attention and can move without difficulties and the public, student or somebody can access or have this product for a particular purpose.



Índice

Páginas

Resumen.....

Summary.....

Introducción.....

CAPÍTULO I: ESTUDIO HISTÓRICO Y TENDENCIAL DE ÁREAS TURÍSTICAS CON INSTITUCIONES RELIGIOSAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA-ECUADOR. BASES TEÓRICAS Y FUNDAMENTOS PARA LA CONCEPCIÓN DE UN CATÁLOGO VIRTUAL A FIN DE ESTIMULAR EL INTERÉS POR DICHAS ÁREAS.

1.1 Apuntes históricos sobre el desarrollo turístico en la Ciudad de Latacunga - Ecuador. Aproximación histórica al origen y evolución de las instituciones religiosas de la Ciudad de Latacunga en el Ecuador. Principales valores y atractivos que poseen.8

1.2 Bases teóricas y fundamentos para la concepción de un catálogo virtual que estimule el interés por las áreas turísticas con instituciones religiosas en la Ciudad de Latacunga - Ecuador.....9

1.2.1 Diseño Gráfico. Algunas concepciones y principales características. 10
Aquí se parte de los criterios de varios autores sobre el diseño 10
Entre ellos se encuentra 10

1.2.2 Relación y diferencia entre diseño gráfico y publicidad..... 11

1.2.3 El diseño editorial. Su influencia..... 11

1.2.4 Partes de un Editorial. 12

2.3 ¿Qué es Catálogo? 12

1.2 Catálogo impreso. 13

2.2 Catálogo virtual. 13

3.2 Especificidades técnicas e importancia de los catálogos virtuales..... 13

4.2 Partes de un catálogo 14

5.2 Formato del catálogo..... 16





6.2	Tipografía y color en un catálogo	16
7.2	Semiótica e Iconografía en el catálogo.	17

CAPÍTULO II: CONCEPCIÓN GRÁFICA DEL CATÁLOGO VIRTUAL PARA ESTIMULAR EL INTERÉS POR LAS ÁREAS TURÍSTICAS CON INSTITUCIONES RELIGIOSAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA-ECUADOR.

2.1	Caracterización del Ministerio de Turismo en el Ecuador	22
2.2	Verificación del problema de investigación. Diagnostico de la organización para la obtención de catálogo	24
2.3	Análisis de los resultados obtenidos de la encuesta realizada a una parte de la población (sacerdotes, feligreses, turistas nacionales y extranjeros).....	25
2.4	Propuesta grafica de un catálogo virtual	29
2.5	Características o complemento para el diseño de un catálogo virtual.....	35
2.6	Manejo de programas para la concepción gráfica del catálogo virtual	36
2.7	Técnicas de proceso y desarrollo de explotación a programas adobe flash (virtual) adobe Reader 9 (pdf)	39
2.8	Instrucciones de uso del catálogo virtual.....	40
	CONCLUSIONES FINALES.....	43
	RECOMENDACIONES	44
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	45
	BIBLIOGRAFÍA	46
	BIBLIOGRAFÍA DIGITAL	47

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador se ha venido trabajando en lo referido a la difusión de la cultura y el turismo para concienciar al pueblo ecuatoriano con la importancia de sus riquezas económicas y sociales, lo cual pone al país en el centro de atención y exige cambios profundos en la concepción y formas de promover el enriquecimiento y defensa del patrimonio cultural, religioso y turístico del país, de la provincia de Cotopaxi y de nuestra ciudad.

Al apreciar la situación contextual, se descubrió la carencia de información y la falta de presentaciones directas que habiliten la información correspondiente para el turista, el área religiosa o estudiante interesado.

Se pudo constatar así que el problema de investigación está en marcado en la siguiente **situación problémica.**

Las áreas turísticas en la ciudad de Latacunga evidencian debilidades como la falta de catálogos virtuales con carácter iconográfico y semiótico sobre la historia de las iglesias, lo cual entorpece el estudio integral de las instituciones religiosas con atractivos turísticos e impide incrementar esta importante rama económica en el Ecuador.

Al valorar minuciosamente esta situación surge como **problema científico** el siguiente:

¿Cómo concebir un catálogo virtual con carácter iconográfico y semiótico para áreas turísticas, que incida en las instituciones religiosas con tales atractivos, para garantizar su estudio detallado y estimular el incremento de esa rama económica en la ciudad de Latacunga-Ecuador?

Si se tiene en cuenta que el **objeto** de investigación es la parte de la realidad que se pretende transformar, entonces el de esta específicamente es:

El proceso de elaboración de un catálogo virtual para áreas turísticas con instituciones religiosas en la ciudad de Latacunga -Ecuador

Objetivo general Fundamentar la concepción de un catálogo virtual con carácter iconográfico y semiótico para áreas turísticas, que incida en las instituciones religiosas con tales atractivos y garantice su estudio detallado así como la estimulación e incremento de esta rama económica en la ciudad de Latacunga-Ecuador?

A partir del análisis y de la relación triádica **problema – objeto – objetivo** se derivan las **preguntas científicas** que son:

1-¿Cuáles son las tendencias históricas y empíricas acerca del estudio iconográfico y semiótico de las instituciones religiosas con atractivos turísticos en la ciudad de Latacunga-Ecuador?

2-¿Cómo fundamentar la concepción de un catálogo virtual carácter iconográfico y semiótico para áreas turísticas, que incida en las instituciones religiosas con tales atractivos?

3-¿Cómo concebir e implementar una estrategia desde la concepción del catálogo propuesto, que se dirija hacia las áreas turísticas con instituciones religiosas atractivas en ese sentido?

Para desarrollar la investigación se ejecutaron varias **tareas** que pueden resumirse en lo siguiente:

1-Estudio del marco teórico-conceptual e histórico-tendencial para conocer el origen y evolución de las instituciones religiosas con atractivos turísticos en la ciudad de Latacunga-Ecuador.

2-Diagnóstico empírico de la situación actual del turismo en la ciudad de Latacunga-Ecuador, específicamente para áreas con instituciones religiosas que poseen tales atractivos.

3-Diseño de una estrategia para implementar el catálogo que se propone, en áreas turísticas con instituciones religiosas atractivas.

Para la obtención de los resultados se emplearon diversos **métodos** partiendo del **dialéctico-materialista** que fue **rector** por: Reconocer la dialéctica como la doctrina del cambio y la transformación y evaluar la dinámica general del proceso de investigación con sus contradicciones internas.

Utilizando como base este método universal se aplicaron otros tales como el **método histórico-lógico** el cual permitió analizar el material bibliográfico que reveló las características de las instituciones religiosas de la ciudad de Latacunga-Ecuador, así como elaborar el marco conceptual de la presente investigación, descubriendo la manera de manifestarse el proceso de atracción turística hacia esas instituciones religiosas, en las condiciones específicas del entorno investigado.

Método sistémico-estructural: Posibilitó determinar los componentes de la concepción de elaboración de un catálogo virtual para áreas turísticas con instituciones religiosas en la ciudad de Latacunga –Ecuador atendiendo con prioridad al componente humano, que ha de disfrutar los cambios positivos que se operen una vez validada y aplicada la propuesta. Permitió además diseñar la estrategia que tiene como fin su implementación práctica mediante acciones coherentes.

Los **métodos empíricos** de observar y experimentar son trascendentes en una investigación, independientemente del área del conocimiento donde se desarrolle. Clasificados como fundamentales en su género, tuvieron especial significación en este proceso, lo cual se explica como sigue:

La **observación**, percepción directa del objeto con un fin consciente, que implica objetividad, validez y seguridad, estuvo presente a lo largo de todo el proceso investigativo. Se aplicó una **encuesta** a sacerdotes, feligreses y turistas nacionales y extranjeros, para conocer la situación actual del proceso, en lo relativo al grado de movilización de personas que visitan las instituciones religiosas, estimuladas por sus atractivos turísticos. Se aplicó además un **cuestionario escrito** a niveles de confirmación integrados por personas encargadas de recibir sacramentos religiosos y a padres de familias, para valorar el estado actual de la cultura y el conocimiento de la terminología iconográfica y semiótica, a fin poder diseñar una propuesta efectiva y coherente a tales efectos. También se aplicó la **revisión documental** que permitió diagnosticar el objeto, estudiar las tendencias, demostrar el problema y proponerle soluciones objetivas y el **método estadístico**, que se aplicó específicamente en las primeras etapas de la investigación y sirvió para determinar la dimensión de las muestras y para la tabulación matemática de los datos del diagnóstico.

Contribución a la teoría: La aplicación consecuente de los métodos antes expuestos permitió construir y mostrar la **concepción** de un catálogo virtual con carácter iconográfico y semiótico para áreas turísticas de la ciudad de Latacunga-Ecuador, sustentado en las iglesias con atractivos en tal sentido, para solucionar problemas de terminología en contextos tanto religiosos como turísticos y culturales.

Contribución a la práctica A partir de la concepción construida, se diseña una

estrategia general de donde brota una producción investigativa sustentada en el catálogo virtual con carácter iconográfico y semiótico para áreas turísticas de la ciudad de Latacunga-Ecuador, a fin de ser implementado en el contexto investigado de manera consecuente y en función de necesidades prácticas.

Como todo aporte práctico, tiene un carácter instrumental y su finalidad es la transformación revolucionaria de la realidad objetiva.

La **novedad científica** está en fundamentar por primera vez la concepción de un catálogo virtual e impreso con carácter iconográfico y semiótico para áreas turísticas, que potencia la gestión de esa rama económica a partir de instituciones religiosas atractivas en tal sentido y permite una información eficiente, así como un accionar en consonancia con lo que exige el modelo de desempeño turístico establecido en el Ecuador..

La propuesta, tal como está concebida y se presenta, no tiene antecedentes en el ámbito religioso-cultural específico del sistema institucional religioso de la ciudad Latacunga-Ecuador.

El presente trabajo está **estructurado** en una **introducción** y **dos capítulos** que abordan el análisis histórico del desarrollo turístico y del acontecer religioso como parte de la fundamentación teórico-metodológica así como la estrategia que se propone para implementar en la práctica, la concepción del catálogo propuesto. Cuenta además con las **conclusiones**, las **recomendaciones**, las **referencias bibliográficas**, la **bibliografía** consultada, que funcionó como referente teórico y soporte para construir el marco conceptual de la investigación y finalmente aparecen los **anexos**.

El **capítulo I** se titula: *Estudio histórico y tendencial de áreas turísticas con instituciones religiosas en la ciudad de Latacunga-Ecuador. Bases teóricas y fundamentos para la concepción de un catálogo virtual a fin de estimular el interés por dichas áreas.*

Aquí se hace un balance histórico del proceso de desarrollo turístico y religioso del Ecuador en general y específicamente de la ciudad de Latacunga desde una lógica que transita de lo universal a lo singular. Escrutando en el pasado se llega a la actualidad en materia de concepción de un producto comunicativo coherente con las necesidades de reconocimiento del atractivo de las instituciones religiosas, así como de la potenciación del desarrollo turístico en Latacunga-



Ecuador.

Explica las bases teóricas que permitieron elaborar los fundamentos de la concepción del catálogo y muestra la incidencia concreta que en ellos tuvieron, a partir de un análisis selectivo donde se adoptaron las que más fielmente se correspondieron con la finalidad investigativa.

El **capítulo II** se titula: *Concepción gráfica del catálogo virtual para estimular el interés por las áreas turísticas con instituciones religiosas en la ciudad de Latacunga-Ecuador.*

Este presenta la estrategia general para elaborar el catálogo virtual; así como la importancia de su aplicación en las áreas turísticas con instituciones religiosas atractivas de la ciudad de Latacunga –Ecuador.

La **socialización de los resultados** de esta investigación, se vienen mostrando desde hace algún tiempo en eventos y sesiones científicas diversas lo cual ha posibilitado ir validándolos en la práctica.



CAPÍTULO I: ESTUDIO HISTÓRICO Y TENDENCIAL DE LAS ÁREAS TURÍSTICAS CON INSTITUCIONES RELIGIOSAS - BASES TEÓRICAS Y FUNDAMENTOS DE LA CONCEPCIÓN DE UN CATÁLOGO VIRTUAL PARA ESTIMULAR EL DESARROLLO TURISTICO ASOCIADO A DICHAS ÁREAS

El presente capítulo tiene como finalidad básica hacer un balance histórico del proceso de desarrollo turístico vinculado al tema de la religión y sus instituciones en la Ciudad de Latacunga-Ecuador, para fundamentar la concepción gráfica de un catálogo virtual que incentive y direcciona la atención de nacionales y extranjeros hacia este particular.

Para esto se abordarán una serie de apuntes históricos sobre el desarrollo turístico asociado al tema religioso del Ecuador en general y de la Ciudad de Latacunga en particular.

1.1 Apuntes históricos sobre el desarrollo turístico en la Ciudad de Latacunga - Ecuador. Aproximación histórica al origen y evolución de las instituciones religiosas de la Ciudad de Latacunga en el Ecuador. Principales valores y atractivos que poseen.

En el Ecuador se ha venido desarrollando el turismo debido a que es un país con diversos atractivos, ubicado en el noreste de América del Sur y atravesado por la línea ecuatorial que le otorga una posición única y privilegiada en el mundo.

Cuenta con cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular, que sin dudas hacen que en el país exista una mega-diversidad y que posiblemente sea uno de los más ricos del planeta desde ese punto de vista.

Desde hace años, se viene trabajando para llegar a varios sitios del mundo con una promoción internacional del turismo ecuatoriano en general y de la ciudad de Latacunga en especial, en la que han intervenido desde los ministros de Turismo con sus equipos de trabajo hasta los Presidentes de la República. Esto confirma el interés global por el asunto.

Hasta ahora, la mayor promoción es la que se le ha hecho históricamente a las Islas Galápagos, pero allí el fomento está restringido y regulado por necesarias y

obvias razones de conservación. Por esto se ha tenido que recurrir a otros mecanismos promocionales tales como el hecho de que el país haya sido sede del concurso Miss Universo en alguna ocasión, por sólo citar un ejemplo.

Por supuesto que acontecimientos como el antes mencionado, son resortes importantes para la promoción, pero en ningún caso sustituyen a la que es fruto del esfuerzo constante.

El rico patrimonio histórico de las ciudades ecuatorianas y dentro de ellas el que contienen las instituciones religiosas, constituyen un importante rubro para estimular el turismo foráneo hacia el país y en el propio interior de este.

A lo largo del tiempo se han levantado iglesias realmente suntuosas y representativas de distintas épocas y estilos arquitectónicos, que sin lugar a dudas son exponentes genuinos de gran atracción turística. La ciudad de Latacunga es prolifera en este tipo de construcciones.

Además, como es significativa la adoración que por estos monumentos religiosos siente la mayoría católica existente en el país y a nivel internacional, se hace más efectivo el flujo turístico hacia ellos.

Actualmente el turismo representa para el Ecuador un 4,2% del PIB aproximadamente, pero bien podría multiplicar por dos o tres veces su aporte, porque las condiciones del país son excepcionales como destino turístico, lo cual incide notablemente en el desarrollo económico y cultural. En este ámbito las instituciones religiosas ocupan un lugar importante por la diversidad de valores que atesoran.

Lo antes expuesto, impone la necesidad de buscar alternativas para estimular el interés nacional y extranjero por nuestras áreas turísticas con instituciones religiosas en aras del desarrollo integral de la ciudad latacungueña y por ello este autor ha decidido concebir gráficamente un medio impreso y virtual que responda a tales fines.

1.2 Bases teóricas y fundamentos para la concepción de un catálogo virtual que estimule el interés por las áreas turísticas con instituciones religiosas en la Ciudad de Latacunga - Ecuador.

A continuación se abordará el conjunto de elementos que desde el punto de vista teórico sustentan la concepción gráfica del catálogo propuesto. Entre estos elementos se encuentran las concepciones acerca del diseño gráfico, de los catálogos, del diseño editorial, y otros que en sentido general conforman la plataforma teórica antes mencionada.

El autor considera comenzar entonces por la valoración del diseño gráfico.

1.2.1 Diseño Gráfico. Algunas concepciones y principales características.

Aquí se parte de los criterios de varios autores sobre el diseño gráfico con sus conceptos y temáticas.

Entre ellos se encuentra **Timothy Samara** (2002) *“El diseño gráfico y la publicidad comparten un objetivo común una profesión cuya actividad es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados” ...*

De aquí se infiere que esta acción posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, así como factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos. Se puede deducir que la esencia del diseño gráfico estriba en comunicar grupos interesados en ser descubiertos y establecerse como tales.

Por otra parte, **Wong, Wucius** (1995) reconoce que el diseño gráfico *“es un acto creativo, ... es el núcleo gestor del proceso de diseño, ... con habilidad cultivable, para encontrar soluciones insospechadas para problemas aparentemente insolubles”*.

El trabajo del diseño gráfico, tiene que ver con la planificación y estructuración de las formas de comunicación, con su producción y evaluación.

Parte siempre de una demanda del cliente establecida de manera oral o escrita y transforma el mensaje lingüístico en una manifestación gráfica.

El atributo que tiene es la creatividad donde se agrupan varios elementos como la planificación y estructuración para poder comunicar al mercado que se encuentra en constante competencia influenciada por mensajes claros e impactantes.

1.2.2 Relación y diferencia entre diseño gráfico y publicidad.

La publicidad es la rama de las ciencias de la comunicación social cuyo objetivo fundamental es persuadir o convencer al público a adquirir determinados productos, sean estos bienes o servicios. Para dicha persuasión, la publicidad utiliza recursos estilísticos y estrategias a fin de presentar lo que se anuncia como algo necesario para el consumidor.

La publicidad es además una producción humana y por lo tanto, sujeta a sus mismas virtudes y a sus mismos defectos pero también es una herramienta de comunicación poderosa.

Según **Timothy Samara** (2002) *“El diseño gráfico y la publicidad comparten un objetivo común: informar al público de los bienes, servicios, acontecimientos e ideas que alguien cree que le puede interesar, pero el diseño gráfico se distingue de la publicidad en que ésta una vez que ha informado al público de su producto o espectáculo, intenta engatusarlo para que gaste dinero, sin embargo, el diseño gráfico busca únicamente aclarar el mensaje y transformarlo en una experiencia emocional”*.

No obstante, el diseño gráfico es utilizado a menudo por la publicidad como un instrumento para vender, pero el mensaje es en sí mismo un logro desde el punto de vista de la forma en que opera.

Este propósito es lo que diferencia al diseño gráfico de las demás artes visuales. Se trata en definitiva de un propósito definido por el cliente y manifestado por el diseñador, más que de un propósito generado por este.”

1.2.3 El diseño editorial. Su influencia.

El diseño gráfico editorial es la manera en que contactamos con el público potencial para dar a conocer los productos o servicios que la empresa, organización o institución realice de la forma más adecuada, dinámica, moderna y eficaz posible.

El diseño editorial es el que se ocupa de la maquetación y confección de publicaciones tales como revistas, libros y periódicos y se aplica a ciertos

catálogos, folletos, publicidades o cualquier diseño principalmente textual. Este tipo de diseño se ocupa de la organización de la información a partir del texto que la contiene. El tratamiento que se le hace al texto y al soporte que lo contiene, presenta el objetivo de lograr cierto efecto comunicativo, una determinada manera de transmitir y jerarquizar la información.

Por ejemplo, no será la misma forma de jerarquizar la información en un texto académico, que en un libro infantil.

En el primero, el texto se presenta de corrido y el diseñador sólo se ocupa de que éste sea lo más legible posible. En el segundo el efecto visual es mucho más significativo.

1.2.4 Partes de un Editorial.

- **Texto:** Se pueden encontrar titulares, subtítulos, bloques de texto, pie de fotos y slogans.
- **Titulares:** Nombran cada artículo o tema a tratar, son los más importantes dentro de cada composición.
- **Pie de foto:** Es un texto que aparece en el borde inferior de una imagen y con frecuencia sobre impuesto a ella, aportando información adicional sobre la misma.
- **Cuerpos de texto:** Son los considerados el alma de toda publicación porque en ellos radica toda la información de cada artículo. Estos bloques de texto deberán hacerse.

2.3 ¿Qué es Catálogo?

Existen varias acepciones acerca del concepto de catálogo, pero a los efectos de la presente investigación el autor decidió afiliarse a aquellas que de forma general lo definen como *una publicación que se utiliza básicamente para la promoción visual de productos o servicios*.

Un buen diseño de catálogo es primordial para que el objetivo del mismo se cumpla, ya que su finalidad consiste en que los clientes o posibles clientes encuentren la adecuada información, promoción y presentación del producto o servicio deseado.

En otras palabras, un catálogo es una publicación donde se dan a conocer de

forma ordenada, clara y atractiva, los productos o servicios con los que cuenta una entidad, organización o empresa para garantizar su expansión, posicionamiento y desarrollo.

Este precepto fue muy tenido en cuenta, a la hora de concebir gráficamente la propuesta que aparece en el siguiente capítulo.

1.2 Catálogo impreso.

El catálogo impreso es la forma más antigua conocida de catálogos. En este se reproducen procesos fotográficos y ofrece facilidad de consulta simultánea por numerosos usuarios en varios lugares geográficos dispersos.

No obstante presenta el inconveniente de la dificultad de actualización, ya que no permite la intercalación regular de obras en la medida en que van aconteciendo o ingresando en el espacio de que trate dicho catálogo.

De esta manera, la actualización sólo puede ser llevada a cabo con suplementos, en series diferentes.

2.2 Catálogo virtual.

La concepción más expandida sobre catálogo virtual es la que lo define como el modo de ver un documento electrónico simulando la transición de páginas como si la realizáramos con la mano.

El documento puede ser un conjunto de imágenes, un PDF, u otro y no hace falta que esté colgado en internet, también podemos acceder a él en modo offline grabándolo en un CD, o en un dispositivo USB.

3.2 Especificidades técnicas e importancia de los catálogos virtuales.

- **Generación a partir de pdf:** Normalmente, antes del proceso de elaboración de sus documentos en papel, ya se ha generado el mismo en pdf.
- **Formato final en swf:** Frente a los sistemas que generan las páginas en formato jpg, ofrece la ventaja de que gran parte del contenido (textos, colores sólidos, etc.) se mantienen en formato vectorial. Esto se traduce en

un tamaño menor del conjunto (velocidad de carga y ejecución) y en alta calidad de estos elementos.

- **Incorporación de los enlaces del pdf original:** Esto permite que desde el catálogo virtual se pueda acceder a cualquier contenido o proceso relacionado, fuera de él.
- **Incorporación de contenidos swf adicionales:** El sistema permite la incorporación y visualización directa en las páginas de animaciones, vídeos, etc.
- **Navegación con acceso directo a página:** Posibilidad de consultar el contenido pasando páginas una a una o de acceder directamente a una página concreta (por número de página).
- **Ampliación de página.**
Para su cómoda lectura.
- **Descarga en formato pdf.**
Para su impresión o consulta posterior.

La importancia del catálogo radica en que es el punto de encuentro entre la empresa y los clientes, por ello la creación del diseño de catálogo debe ser ordenada y con una imagen que proyecte lo que la empresa está buscando lanzar a su mercado.

El diseño gráfico para la presentación de cada producto o servicio, es la clave para que la compañía sea la más ideal y adecuada ante el público.

Por así decirlo, un catálogo también es un elemento de publicidad con el que una compañía se presenta, se da a conocer y con el que genera cierto tipo de expectación y percepción.

4.2 Partes de un catálogo

Según **Samara** (2002) *“los catálogos constan de tres partes: la portada, el contenido y la contraportada. Cada una de ellas cumple una función levemente diferente y requieren de un trabajo para cada parte. De cualquier manera, no es que las diferencias sean tan marcadas para que se trabaje específicamente con cada una de una manera muy distinta de la otra, pero lo cierto es que, bien*

diseñado, un catálogo ofrece tres partes diferentes en la manera en que presentan lo que se desea presentar.”

Esta aportación sirvió para fundamentar y comprender la esencia de un buen diseño.

Portada: “Se llama portada a la primera página del catálogo, a la tapa, si se quiere. La portada es su carta de presentación. Debe ser llamativa, atractiva pero no sobrecargada. Ésta debe dejar en claro que es un catálogo de su compañía, respetando la coherencia visual y presentando de forma visible su logo corporativo. No es conveniente que se sobrecargue la portada con muchos productos sino que haga una clara presentación de la compañía.

La imagen en el catálogo sirve para impactar en el público y mantener una comunicación directa con este, lo cual depende en gran medida de la calidad del diseño que se pretende publicar o dar a conocer. Es en si el rostro del catálogo.

Contenido: Se llama contenido a las páginas internas del catálogo, las que se encuentran entre la portada y la contraportada. El contenido se puede dividir por secciones, por ofertas o por lo que se desee, teniendo en cuenta un criterio de orden. El orden caracteriza al catálogo, sin embargo, como hemos dicho que la portada no se debe sobrecargar, la exposición de productos en el contenido se debe explotar al máximo.

En el contenido no se debe incluir, o se debe incluir la menor cantidad posible de información. Sólo debe ponerse el texto que presente características básicas.

El contenido es la esencia de todo lo que promociona el catálogo y se divide por secciones. Para una mayor comprensión, se redacta o detalla con claridad y se deberá tener en cuenta que no contenga demasiado texto para que no se vea saturado

En esto ayudan las fotografías e imágenes bien equilibradas en las páginas.

Contraportada: Se llama contraportada a la última página del catálogo. La contraportada puede ser una continuación del contenido, ser su última página o puede presentar características propias. En cambio, si se le quiere dar a la contraportada un carácter particular, se puede colocar en ella toda la información referente a las formas de pago o a la manera de contactarse con la compañía, entidad u organización que represente (dirección, teléfono, correo electrónico, sitio Web, etc.)”.

Esta parte del catálogo se considera como un soporte de la portada ya que en ella se colocara una parte importante de información del libro o una publicación que llame la atención o lo relacionado con el trabajo de diseño que se está realizando.

5.2 Formato del catálogo.

Hochuli y Kinross (2003) expresan que el formato se define como el tamaño del área que se tiene para realizar una composición, es decir para diseñar.

En el aspecto editorial hay ocasiones en las que el formato puede ser elegido por el diseñador, lo que le da muchas posibilidades a la hora de componer.

El impacto que representa para el público el diseño final, depende en gran medida del tipo de formato que se va a utilizar, pero esto no quiere decir que tenga que ver con la calidad del diseño o la importancia que representa dicho trabajo.

6.2 Tipografía y color en un catálogo

Según **Timothy (2002)** la tipografía es el vehículo del contenido. Además, es parte de la información visual del diseño general y debe estar acorde con el tema y con el tipo de publicación. No es recomendable elegir muchas tipografías, ya que esto suele producir desorden y dificultar la lectura. Hay que seleccionar una o dos teniendo en cuenta el mayor grado de legibilidad tipográfica y trabajar con sus variantes (cuerpo, color, inclinación, etc.).

La elección también variará según la extensión del texto. Si se trata de un texto largo, los caracteres deberán ser abiertos, proporcionados y regulares. En caso de querer emplear una tipografía decorativa, ésta debe usarse en poca cantidad

de texto como títulos por ejemplo, ya que posee menos legibilidad; también habrá que considerar que sea coherente con el estilo de la publicación.

Este campo es quizá uno de los más importantes que hay que tener en cuenta para la diagramación editorial, ya que de ella dependerá que el lector pueda entender con facilidad y que pueda tener interés en lo que se pretende realizar.

Por su parte **Swan, Alan. (2000)**, el color básicamente se usa para una función determinada, como por ejemplo destacar selectivamente las partes esenciales del mensaje o evocar una sensación determinada (alegría, frescor, seriedad, calidad) De aquí se infiere que el color no es simple decoración, sino un ente que incide incluso en las sensaciones y sentimientos humanos.

7.2 Semiótica e Iconografía en el catálogo.

Según **Quintana, (2007)** el objetivo de la semiótica es el estudio de todos los sistemas de signos que en forma espontánea o intencional nos envían mensajes visuales.

Dentro del extenso campo de la semiótica, lo que interesa al diseñador gráfico es el estudio de la comunicación por medio de imágenes, con una finalidad preestablecida.

- Elementos del proceso semiótico.

- a) El signo o significante gráfico.
- b) El significado
- c) El intérprete.
- d) La interpretación.

- Componentes de la Semiótica

Según **Charles Morris**, en el libro de Comunicación Publicitaria de Jesús Castells se definen los siguientes:

Sintaxis: Estudio de la estructura de los sistemas sígnicos y de las reglas combinatorias de sus unidades componentes sin tener en cuenta el significado.

Semántica: Estudio de los sistemas de signos como medios de expresión de significados.

Pragmática: Estudio de relación entre el sistema de signos y su receptor

- Partes componentes de la semiótica

Según **Charles Sanders** y **Charles Morris** en el libro de Comunicación Publicitaria de **Jesús Castells** se expresa que:

- El signo relacionado consigo mismo; color, textura, dimensión, etc.
- El signo vinculado al objeto que designa, es decir a su referente.
- El signo estudiado en su relación con su receptor, que Pierce llama interpretante.

- Iconografía

La palabra iconografía proviene del griego eikón gráphein, que significa descripción de las imágenes. Este término designa el método, la evolución de los temas y el significado de las imágenes.

La iconografía es el término que define el estudio del significado de la Historia del Arte.

- El nacimiento de la iconografía.

El nacimiento y la aproximación de la iconografía a la Historia del Arte se produce en un momento de corte formalista. Su nacimiento se le atribuye a **Warburg**, que crea una biblioteca especializada en el estudio interdisciplinar de la Historia del Arte.

Giovani Morelli a finales del siglo XIX revoluciona los museos, al implantar un método que identifica los elementos no característicos de los autores. En esta época la aproximación formalista comienza a adoptarse por algunos autores que quieren introducir la obra de arte en su contexto sociocultural. La iconografía trata de reconstruir la historia de las imágenes en el tiempo. No solo las artes figurativas son objeto de estudio de la iconografía, sino también la arquitectura.

Richard **Krautheimer**, en los años cuarenta del siglo XX, publicó un artículo en una revista que hablaba de la imagen en la iglesia del Sto. Sepulcro de Jerusalén:

“El estudio de una tipología arquitectónica se transmite a lo largo de la historia y también su significado simbólico puede ser objeto de la iconografía”.

Panofsky distingue entre monumento (obra de arte) y documento (material que se utiliza para contextualizar el análisis del monumento).

Quatrèmere de Quincy, autor del siglo XIX, dice: “El museo aleja a la obra de su función original, la desplaza de su lugar de nacimiento y la sitúa lejos de su entorno”. Los títulos nos dicen poco de su concepto sociocultural, actúan casi siempre como guías de la interpretación, donde el espectador supone que el título dará pistas sobre el contenido del cuadro. El título se utiliza con un sentido lúdico y pragmático.

Al estudiar la obra de arte en su contexto sociocultural se debe tener en cuenta una salvedad: no se trata de analizar cómo la sociedad lo refleja en la obra de arte.

Temas artísticos y clasificación iconográfica

1. Temas Cristianos

Ya en 1570, **Molanus** edita “Sobre las Pinturas y las Imágenes Santas”. En 1632, con el descubrimiento de las catacumbas se despertó un interés por la interpretación de carácter simbólico sobre los temas cristianos.

Hubo colecciones de vidas de santos (hagiografía), como “**Actas Santorum**”, de finales del .XVII, que son repertorios de temas cristianos utilizados por los artistas.

2. Personificaciones

Junto a este interés por el estudio de los temas cristianos, también apareció la “iconología de Ripa”, que convirtió a la iconología en una obra de representaciones de conceptos abstractos que se refieren a las imágenes con un texto explicativo; como por ejemplo la representación de la Severidad. El arte de la iconología de Ripa es una ciencia de la representación de un concepto abstracto, que se convertirá en un manual para cualquier artista de la época.

3. Emblemas

Paralelamente a este lenguaje de Ripa, ente los siglos XVI-XVIII, se desarrolló otro tipo de imágenes simbólicas: los emblemas. En estos se usa un lenguaje figurativo. No son personificaciones rodeadas de atributos, como recreaba Ripa,

sino que son lemas o versos que derivan de la ciencia de los jeroglíficos. A partir de un lema (texto, refrán o frase) se hace una imagen que alude al texto, y que por último aparece un epigrama (versículo) en el que se explica el significado de la imagen.

Este interés por los emblemas deriva de la ciencia jeroglífica que se puso de actualidad, ya que en el siglo .XV se descubrió “Hieroglyphica”, obra de Horápolo. Cuando se descubrieron estos textos en 1519 pensaron que habían encontrado el significado de los antiguos jeroglíficos, aunque más tarde se supo que pertenecían a la época helenística griega.. Los emblemas, asociación de texto e imagen, tienen sus comienzos en el “Emblematum Liber”, de Andrea Alciato, (1531) que ofrecía una colección de versos unidos a una imagen. Este autor, que era jurista, realizó su obra y la envió a un editor, el cual consideró que debía ir ilustrada con grabados. Así surgió uno de los libros más vendidos en el barroco, naciendo la emblemática, género que destacó porque estaba en el aire el lenguaje ideográfico.

Las partes del emblema son: una pintura, un lema y el epigrama. Todo alude a una moralidad o lección aplicada a la vida del hombre para que le haga reflexionar. Son sermones morales que amonestan a los hombres que tienen un alto grado de persuasión.

Los emblemas serán de gran interés en el Siglo de Oro. Los artistas se nutrirán de estas fuentes emblemáticas.

Niveles iconográficos:

Panofsky distingue tres niveles que son los siguientes:

- Preiconográfico: descripción
- Iconográfico: clasificación
- Iconológico: interpretación

La iconografía inserta la obra de arte en un contexto histórico y socio-cultural y se estudia en dos vertientes:

- Diacrónica: antecedentes y desarrollo,
- Sincrónica: factores culturales y sociales que influyen en la obra.

La iconografía reconstruye la historia de las imágenes y el formalismo estudia la historia de los estilos.

Así pues, se estudian las imágenes en su entorno socio-cultural teniendo en cuenta el factor formal y el contenido.

CONCLUSIONES PARCIALES CAPÍTULO I

El recorrido histórico que se hace en este capítulo para lograr una aproximación al proceso de evolución y desarrollo de las áreas turísticas con instituciones religiosas en el Ecuador y de manera particular en la ciudad de Latacunga de la provincia de Cotopaxi, da la medida de la importancia, vigencia y pertinencia de este trabajo, por las implicaciones que puede tener su aplicación en áreas del desarrollo integral del contexto investigado.

Los elementos conceptuales analizados a continuación, son vitales para sustentar desde el punto de vista teórico la propuesta práctica del catálogo virtual con carácter iconográfico y semiótico que se abordará y presentará en el próximo capítulo.

CAPÍTULO II: CONCEPCIÓN GRÁFICA DEL CATÁLOGO VIRTUAL PARA ESTIMULAR EL INTERÉS POR LAS ÁREAS TURÍSTICAS CON INSTITUCIONES RELIGIOSAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA-ECUADOR.

En este capítulo el autor tiene como finalidad fundamental la concepción gráfica del catálogo virtual para estimular el interés por las áreas turísticas con instituciones religiosas en la ciudad de Latacunga-Ecuador.

Con una caracterización del sitio o entidad, fuente del desarrollo del presente trabajo, se pasa inmediatamente al análisis de los instrumentos utilizados, cuya finalidad es que aporten los datos necesarios para fundamentar la necesidad de concebir gráficamente el catálogo que se propone.

2.1 Caracterización del Ministerio de Turismo en el Ecuador

Visión

Ser reconocido como líder en el desarrollo turístico sostenible en la región andina y consolidar el éxito de la actividad turística en Ecuador mediante un modelo de gestión pública descentralizado, efectivo y eficiente.

Misión

Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.

Objetivos

-Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental de Ecuador.

-Dinamizar la actividad turística local a través de la generación de empleos y el incremento de ingresos en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población.

-Fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para alcanzar la eficiencia y eficacia óptimas de la actividad.

Aspectos positivos y negativos actuales del turismo ecuatoriano.

El turismo es una de las actividades económicas, sociales, y culturales que en el último siglo, gracias a la globalización, ha tenido un enorme crecimiento en la economía mundial a tal punto que en muchas regiones se ha convertido en una de las más importantes fuentes de ingreso, estimulando la inversión estatal para la construcción y mejoramiento de una infraestructura que incluye vías, puentes, comunicaciones, etc. y ayudando así al desarrollo social, económico y ambiental de las naciones.

De esta manera, siendo el turismo una de las ramas más importantes de la economía, involucra otro tipo de aspectos que influyen de forma positiva o

negativa, según el caso, en el entorno y por tanto es notable su influencia en todos los ámbitos.

El incremento en la oferta laboral debido a la gran demanda de turistas es tarea de primer orden. Es necesario abrir nuevos establecimientos que cubran las necesidades del turista y generar nuevos empleos, directos e indirectos que produzcan ingresos en la economía, a pesar de que en nuestro país existan empresas internacionales que explotan los recursos dejando sólo una parte de las utilidades para beneficio propio.

Así mismo, otro de los aspectos positivos del turismo, es incentivar la preservación del medio a través de la inversión estatal, la prevención, cuidado y restauración no solo de los recursos naturales sino también arquitectónicos, históricos, culturales y artísticos entre otros y la creación de una conciencia tanto en turistas como en locales sobre lo importante que es para un país conservar sus recursos y darlos a conocer.

Por lo planteado anteriormente, el mejoramiento continuo de estos recursos puede dar una mejor impresión a los turistas que en muchas ocasiones no prefieren a nuestro país como destino turístico o vacacional por temor a conflictos que se ha presentado en los últimos años a nivel nacional. Por otro lado, es importante recalcar que mediante el turismo, se tiene la oportunidad de conocer otras culturas que suelen ser diferentes a la nuestra y nos pueden enseñar a valorar cosas que a nuestro modo de ver y nuestra forma de vida, no son de gran relevancia. Además, nace el interés por aprender diferentes idiomas que permitan una mayor y mejor comunicación con extranjeros en cuanto a negocios y competencia en la oferta laboral.

Entre otras cosas, el turismo a lo largo de los años también se ha visto afectado en gran parte por una serie de aspectos negativos que han provocado que éste no sea una fortaleza en nuestro país, a pesar de que cuenta con gran variedad de recursos naturales, hídricos, belleza arquitectónica y una riqueza cultural inmensamente grande.

Un aspecto importante ha sido externo, pero no por ello ha dejado de afectarnos. En este caso se trata de la guerra que se desarrollado en Colombia, con efectos que perjudican el turismo receptivo, pero no solo a turistas sino también a los mismos colombianos que los ha obligado muchas veces a abandonar el país por largos periodos de tiempo. Esta guerra ha tenido lugar tanto en la parte rural

como en la parte urbana y junto a ella se presentan delitos graves como violación de los derechos humanos, crímenes, secuestros, actos terroristas, narcotráfico, lavado de dinero, trata de blancas; delincuencia común, hurtos, prostitución, indigencia, pandillas, entre otros.

Otro de los aspectos negativos del turismo en general, es que muchas veces no es totalmente asequible para todas las personas debido a sus altos costos, de modo que solo una pequeña parte de la población puede hacer uso de los servicios que presta y esto genera una desigualdad social que afecta principalmente a la población de bajos recursos. Estos luchan a diario por subsistir y es injusto que solo algunos puedan disfrutar de lujos y comodidades.

2.2 Verificación del problema de investigación. Diagnostico de la organización para la obtención de catálogo

En esta investigación se consideró necesario aplicar instrumentos que indican cuán necesaria es la propuesta de diseño de un catálogo de iglesias y a continuación se explicarán brevemente los resultados de la encuesta, la entrevista, y el cuestionario.

Partiendo de la definición de Stanton, Etzel y Walker, la **encuesta** consiste en reunir datos entrevistando a las personas. Desde otra perspectiva **Richard L. Sandhusen**, manifiesta que las **encuestas** obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea de modo personal, telefónicamente o por correo. Según **Naresh Malhotra, (1997)** las encuestas son entrevistas a numerosas personas utilizando un cuestionario diseñado en forma previa.

En la **encuesta (Anexo No.1)** aplicada a sacerdotes, feligreses turistas nacionales y extranjeros. Para conocer la situación actual del proceso, en lo relativo al grado de movilización de personas que visitan las instituciones religiosas, estimuladas por sus atractivos turísticos.

La información fue codificada, para su procesamiento estadístico se utilizó el programa Untitled (SPSS) Data Editor.

Se empezara analizando la encuesta aplicada a los sacerdotes, feligreses, turistas nacionales y extranjeros. Para obtener las siguientes necesidades de información.

2.3 Análisis de los resultados obtenidos de la encuesta realizada a una parte de la población (sacerdotes, feligreses, turistas nacionales y extranjeros).

Fue importante la realización de esta encuesta para tener datos más exactos quien con la colaboración de las personas se realizó sin ninguna dificultad y sus datos se reflejan en las siguientes tablas.

Tabla No. 1- (Encuesta aplicada a sacerdotes, feligreses, turistas nacionales e internacionales)

Estadísticas

		¿Conoce Ud. sobre la existencia de un catálogo virtual con atractivos sobre los valores religiosos de las principales iglesias de la ciudad de Latacunga?	¿Cree Ud. que con un catálogo que tenga estas características, la ciudadanía se interesaría por conocer más sobre la cultura religiosa?	¿Cree Ud. que las agencias de turismo serían lugares apropiados para dar a conocer el catálogo virtual con carácter semiótico e iconográfico?	¿Cree Ud. que este catálogo estimulará a la ciudadanía a conocer e indagar acerca de las iglesias y sus atractivos turísticos?	¿Considera Ud. que a través de la creación de este catálogo con carácter religioso se puede fomentar el turismo en la ciudad.
		Si ---- No ----	Si ---- No ----	Si ---- No ----	Si ---- No ----	Si ---- No ----
N	Válidos	100	100	100	100	100
	Perdidos	0	0	0	0	0

¿Conoce Ud. sobre la existencia de un catálogo virtual con atractivos sobre los valores religiosos de las principales iglesias de la ciudad de Latacunga?

		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valido	si	5	5	5	5
	no	95	95	95	95
	total	100	100	100	100

Del 100% de la población entrevistada, un 95% desconoce qué es un catálogo virtual con atractivos religiosos de las principales iglesias de la ciudad el 5% afirma lo contrario.

¿Cree Ud. que con un catálogo que tenga estas características, la ciudadanía se interesaría por conocer más sobre la cultura religiosa?

Si -----

No -----

		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valido	si	75	75	75	75
	no	25	25	25	25
	total	100	100	100	100

Un 95% Cree que si se creara un catálogo con estas características la ciudadanía se interesará por conocer más sobre la cultura religiosa. 25% no cree que se interesen.

¿Cree Ud. que las agencias de turismo serían lugares apropiados para dar a conocer el catálogo virtual con carácter semiótico e iconográfico?

Si -----

No -----

		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valido	si	90	90	90	90
	no	10	10	10	10
	total	100	100	100	100

Contesta un 90% las agencias de turismo serian lugares apropiados para dar a conocer el catálogo virtual con carácter semiótico e iconográfico y el 10% afirma lo contrario.

¿Cree Ud. que este catálogo estimulará a la ciudadanía a conocer be indagar acerca de las iglesias y sus atractivos turísticos?

Si -----

No -----

		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valido	si	82	82	82	82
	no	18	18	18	18
	total	100	100	100	100

Del 100% de la población entrevistada, un 82% responde que el catálogo permitirá informar y estimular a la ciudadanía acerca de las iglesias turísticas de la ciudad y el 18% responde que no será así.

¿Considera Ud. que a través de la creación de este catálogo con carácter religioso se puede fomentar el turismo en la ciudad.

Si -----

No -----

		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulativo
Valido	si	100	100	100	100
	no	0	0	0	0
	total	100	100	100	100

El 100% considera que a través de la creación de este catálogo con carácter religioso. se puede fomentar el turismo en la ciudad.

Este método se ejecutó con total normalidad y la opinión de la población fue un factor importante que permitió esclarecer ciertas cuestiones que se pueden ver a continuación.

-La mayoría de la población no conoce lo que es un catálogo virtual con atractivos de los valores religiosos en las principales iglesias de la ciudad de Latacunga.

-Creen que con un catálogo que tenga estas características se interesen más por la cultura religiosa.

-Creen que las agencias de turismo se interesen por este tipo de catálogo.

-Según el criterio de población el catálogo será un informante para la ciudadanía con respecto a las iglesias.

-Consideran que el catálogo servirá para fomentar el turismo.

2.4 Propuesta grafica de un catálogo virtual

Formato del catálogo

Para diseñar el catálogo, se tuvieron en cuenta los parámetros y lineamientos adecuados y de esta forma se estableció el formato siguiente: (Figura 1.)

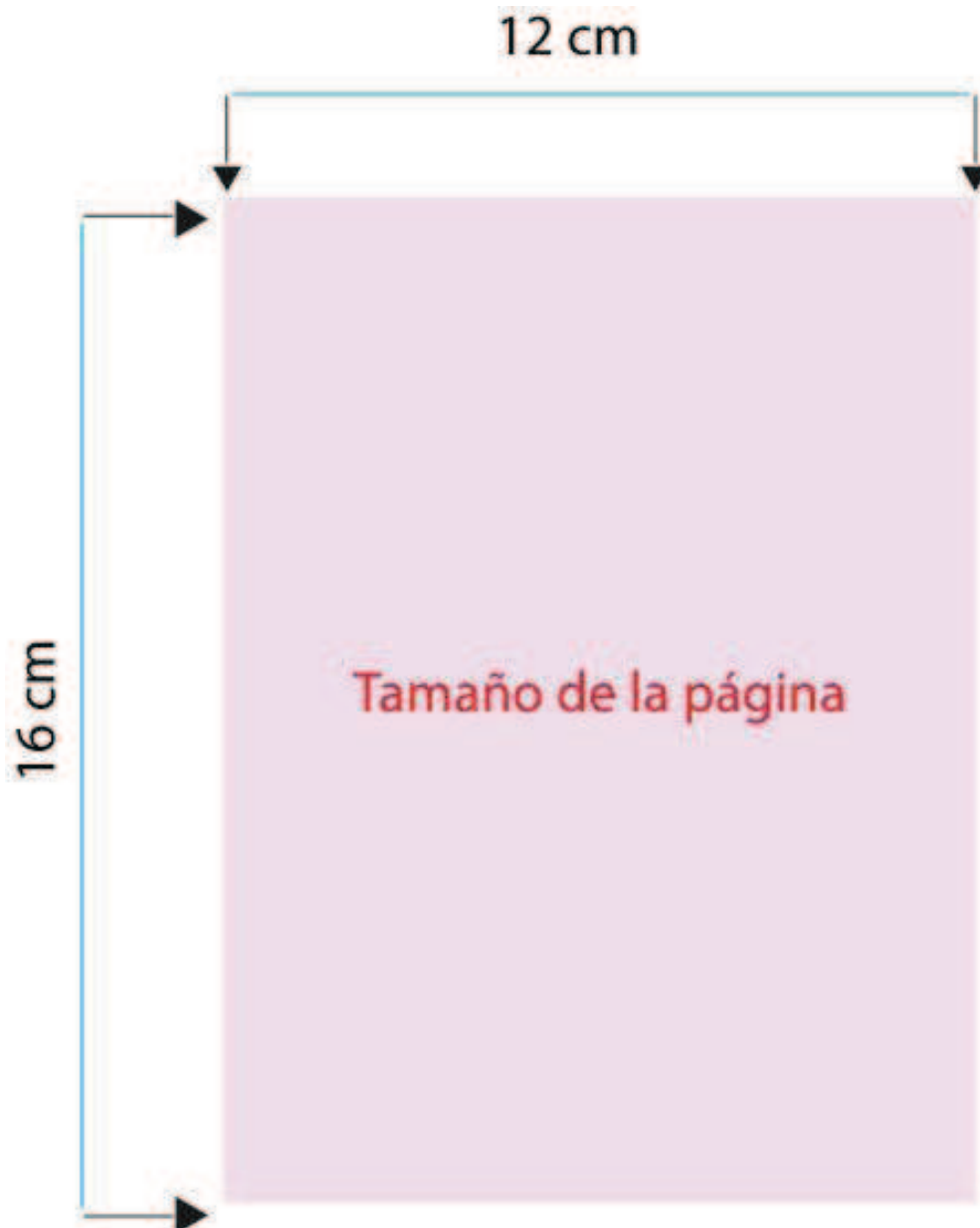


Figura 1

Este catálogo constará de 1/16(16 páginas) que es lo más propicio, permitiendo al interesado en este servicio, facilidades al momento de su búsqueda y que pueda desarrollar un total desplazamiento. El tamaño que contiene cada página es 12x16cm (formato D) considerado como el formato estándar y aplicado en diferentes diseños por permitir una mejor visualización sin introspección visual. A este formato no se le diagrama la medida de corte (0.5cm) ya que su representación será digital y se podrá ver a través de la pantalla del monitor.

Conservará una posición vertical manteniendo un espacio fácil de visualizar y desplazar sin ninguna dificultad, a la vez que se puedan distribuir los elementos de diseño en el lugar correcto.

Considerando estas medidas estándares definidas por el autor, se comenzará la diagramación y diseño de las páginas de catálogo, tanto de la (portada y contraportada, como de las páginas internas y externas.

Retícula

Se considera ala retícula como el punto clave para la estructuración y distribución de los elementos a utilizarse en el diseño con un solo fin que el diseño se pueda visualizar con claridad y mantenga una unidad solvente que todo diseño por más mínimo que sea tiene que tener, se lo realizo de la portada, contraportada, una página doble página (interna). **(Anexo No.2-3)**

Plantilla y Estilo

Mediante esta página maestra se basara todas las páginas con una tipología similar en su diseño tendrá estilizaciones de diferentes iglesias formando así parte del cuerpo del catálogo que se pretende diseñar, su estilo llevara a identificar el diseño de la página maestra se lo realizara de una página y doble página según el diseño (la cantidad de contenido que tenga la iglesia) las abstracciones serán quienes identifique la página, los rasgos utilizados son de las propias imágenes que conforman el catálogo y dentro de las estilizaciones de cada iglesia se escribió el nombre al cual representa para así poder apreciar mejor sin ninguna duda.

Portada

La portada está diseñada con una estructuración básica que no debe estar sobrecargada de elementos gráficos que ayudara al interesado a visualizar y conocer con claridad los atractivos que este catálogo ofrece de esta forma causara que sea llamativa, atractiva pero directa.

Dando origen a una composición que el diseño exige y la relación que debe tener con todos los elementos de diseño se empezó ubicando el fondo negro conocido en la psicología del color como (ausencia de luz) que es un color elegante y sobrio y colores secundarios para su diseño y ala ves colores que representan a la provincia, el turismo. Para partir a la distribución del espacio de la página. El manejo de la imagen se ubicó en la parte superior que será como una breve concepción de lo que se va contendrá dentro del cuerpo del catálogo, con breves rasgos lineales por debajo de la imagen mas representativa.

Para complementar el diseño de la portada Se utilizo una estilización o abstracción de una de las iglesias con un breve resplandor que de una forma interactiva permita que exista un interés del público, se diseño también un logo para representar a todas las iglesias, de un conjunto tipográfico de la misma familia tipográfica Adjuntando unos breves degradados y líneas que forman parte de la composición de diseño y en su parte inferior se coloco las identidades, logos del cual existe una relación con propuesta, para dar culminado la elaboración de la portada se elaboro un eslogan que es la parte importante para los interesados.

(Anexo No.4)

Contraportada

Es la página final que cubre el catálogo manteniendo una tipología con la portada produciendo así que la contraportada tenga una percepción clara y pueda comunicar al público su diseño se empezó realizando con el mismo fondo que la portada de color (negro) y una variedad de degradados en diferentes tonalidades de la escala de grises a esto se adjunto formas geométricas , lineales que interactúan en relación con el diseño sin perder la unidad que se está manejando tratando de dar un sentido de superación y progreso al diseño de la contraportada, se dio vida al utilizando colores cálidos para formar una representación religiosa produciendo así que la contraportada obtenga un

volumen y que sea llamativa conservando la gama cromática de la ciudad y el turismo.

Para dar soporte al diseño de la contraportada se utilizó tipografía para el texto secundario y texto complementario con relación al tema que se está.

(Anexo No.5)

Páginas Internas (Anexos No.6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,18)

Tenemos la representación básica que sustenta a realización de la portada y contraportada su estructuración está encaminado al lector para que pueda conocer acerca de la información que este catálogo ofrece con cualidades atractivas.

Y su complementación será las fotografías que darán realce al catálogo y serán la parte más atractivas que cautivara su exuberantes atractivos su colocación será según el diseño que se esté realizado para no manejar una misma monotonía y la ilustración realizada a escala de grises tendrá similitud con las fotografías originales, los títulos y subtítulos tendrán una tipografía similar para no causar desorden con una ligera variación de color según lo requiera en cuanto a la ubicación del texto se realizó en dos columnas para una distribución clásica que se utiliza en la religión como es el libro de la biblia dando así a una relación histórica.

Mantiene espacios en blanco lo cual causara un descanso visual y tenga una legibilidad clara para poder apreciar el contenido de cada una de las páginas.

A todo esto dará una composición que es el diseño de las páginas de cada iglesia que en si lo que contiene el catálogo propuesto.

Cajas de texto

EL Tracking (en milésimas de eme) dentro del contenido del texto dentro de una columna la separación que existe varía dependiendo de la cantidad de texto que tenga la columna se estipuló entre (-10 a 10) el tamaño de la texto es de 11,5 puntos y el interlineado se dio un valor de 14 puntos proporcionando así que el lector mantenga un clara legibilidad en cuanto al título (texto primario) cedió una medida de 15 puntos y para los subtítulos de 12 puntos (texto secundario) sobresaliendo del texto ordinario.

El espacio de columna a columna tiene una medianil de 0,5 cm que es considerado normal en diseño editorial. **(Anexo No.17)**

Mapa

Se da entender como el guía de ubicación de un determinado lugar de fácil manejo para las personas permitiendo el ahorro de tiempo para encontrar dicha zona como por ejemplo: la ciudad de Latacunga – Ecuador. **(Anexo No.19)**

Tipografía

En relación al trabajo a realizarse se utilizo la tipografía “Times New Roman” y la familia tipográfica (Italic, regular, bold) para los títulos (textos primarios) subtítulos (texto secundario) y el contexto (texto complementario) permitiendo que la unidad se conserve en cada página diseñada y el catálogo sea esencia clave para la concepción, la tipografia contiene serif que indica o se relaciona con las escrituras antiguas de los libros.se puede ver los ejemplares. **(Figura 2.)**

Monotype Corsiva

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Times New Roman

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Figura 2

Gama cromática o Color

La visualización del diseño tiene que ver en el impacto que cause al público, para ello el color o la gama cromática son relevantes para la aplicación dará vida al diseño se utilizo los colores corporativos de la provincia, turismo y colores establecidos en el ámbito religioso que podemos detallar:

Rojo (color cálido, sacrificio) azul (color frio, frescura) amarillo (riqueza) verde (tranquilidad) violeta (misterio).y breves degradados siendo parte del diseño final, Blanco (paz) Negro (elegancia seriedad).los colores aplicados fueron de una magnitud sorprendente para el diseño de cada página produciendo elegancia e impacto para el diseño por otra parte los colores conocidos como neutros como el (blanco y el negro) que servirán para realizar degradados para su respectivo diseño que se esté realizando y de sentido al diseño final. Podemos apreciar en la **Figura 3.**



Figura 3

Fotografías e Ilustraciones

Es el factor esencia del catálogo en el cual se puede visualizar de lo que se pretende dar a conocer identificando cada iglesia y produciendo una concepción clara de este tipo de atractivos que ofrece su tamaño fue alrededor de 72ppi (píxeles por pulgadas) posee una resolución considerablemente buena en dependencia con el tipo de formato que se utilizó en el cual no dificulta su visualización varias fotografías que formaron parte del diseño fueron tratadas y mejoradas en la mayoría dando un realce a la imagen contemplando el contenido del catálogo.

2.5 Características o complemento para el diseño de un catálogo virtual

Elaboración del logo

Estableciendo la propuesta del catálogo se creó necesario realizar un tercer logo que identifique las siete iglesias de la ciudad de Latacunga.

Su elaboración se reflejó en base a la religión y en si las siete iglesias dando un realce al número siete en relación con el contexto que se pretende representar, una ligera simbolización contiene el número siete que se podría decir que es una cruz que es el símbolo más cercano a la religión con un ligero rasgo lineal como parte complementaria del logo se utilizó el texto para dar mejor realce al logo y colores en la tipografía que ayudan a visualizar mejor también al símbolo que más realza en el logo. de tal composición se logró el diseño requerido.

(Figura 4.)



Figura 4

Encabezado

Para poder representar a las iglesias fue necesario diseñar una forma que identifique al conjunto de iglesias del cual se está realizando la propuesta.

Se utilizó formas lineales colocadas en forma horizontal de extremo a extremo con la diferencia de que al extremo final se puede visualizar la representación (logo) de las siete iglesias turísticas. **(Figura 5.)**



Figura 5

2.6 Manejo de programas para la concepción gráfica del catálogo virtual

- **Generación a partir (indd) Indesign**

Este es un programa que nos permitió ejecutar el desarrollo del diseño del catálogo (páginas internas) facilitando la diagramación más rápida y un orden estructural permitiendo que el texto que se coloca en las columnas se pueden ajustar de acuerdo al espacio del formato establecido, considerando otra característica es las fotografías que se pueden manipular de acuerdo al tamaño que se desea sin necesidad de cortar tiene la ventaja de enlazarse al programa adobe Photoshop para mejorar las fotografías.

Este programa del paquete de adobe es muy útil para desarrollo de todo tipo de editoriales y es programa que más se asemeja para diagramar el catálogo.

(Figura 6.)



Figura 6

- **El programa (eps) Adobe ilustrador**

Normalmente, antes del proceso de elaboración del catálogo se vio factible la utilización del programa adobe illustrator que permitió la realización de la portada y contraportada que será quienes den el inicio de la presentación del diseño de catálogo y el cierre del mismo este programa es considerado el ideal para el diseñador grafico. **(Figura 7.)**



Figura 7

- **El programa (psd) Adobe Photoshop**

Se caracteriza por ser un programa fuerte en las imágenes, fotografías que se pueden realizar un sin número de funciones y efectos para mejorar la calidad de las imágenes o dar una realidad imaginaria.

Se aplico todas las herramientas necesarias para poder mejorar las fotografías una por una su resolución de 72 ppi (píxeles por pulgadas) el más bajo por que se considero necesario para dicho formato del catálogo.

Se guardo como formato jpg. que es el que se utiliza para las imágenes o fotografías, para luego ser exportadas al programa adobe Indesign que serán diagramados según el diseño establecido. **(Figura 8.)**



Figura 8

- **El programa (FI) Adobe flash**

Su función posee una cualidad única es un programa en el cual se puede realizar todo tipo de animaciones y programación de acuerdo al trabajo a realizar el mismo que será el principal precursor para la concepción de nuestro catálogo virtual.

Una vez diseñado todas las páginas del catálogo se fueron importando a este programa adobe flash. **(Figura 9.)**



Figura 9

2.7 Técnicas de proceso y desarrollo de explotación a programas adobe flash (virtual) adobe Reader 9 (pdf)

Para Adobe flash

Del programa adobe Indesign que se diagramo las páginas internas se exporto como “eps” al programa adobe Illustrator para completar con las páginas del catálogo como es la portada y la contraportada para proceder a transformarlas como RGB que son los colores que se apreciaron al momento de diseñar las páginas del catálogo. para en otra instancia exportar al programa adobe flash página por página creando un nuevo símbolo “clip de película”. Se utilizo unas líneas grias para poder cuadrar las páginas dentro de cada “clip de película” Seguidamente se regreso a la ensena para poder colocar las páginas todo esto se lo realizo en una sola capa (un solo frame) se dio “Control Enter” .para poder visualizar el catálogo final.

Para adobe Reader (pdf)

Consecuentemente con el diseño realizado en adobe illustrator y Adobe Indesign se empezó realizando en unificar las páginas del catálogo en un solo programa

para poder exportar todo el documento se inclino por el programa Indesign que tiene la ventaja realizar más rápido y ordenado sin complicaciones.

Se procedió a exportar todo el catálogo se creó una carpeta con un nombre catálogo (pdf) después se fue al menú archivo exportar y automáticamente se exporto dentro de la carpeta creada todo las páginas del catálogo.

2.8 Instrucciones de uso del catálogo virtual

1. Click en MI PC
- 2.-Abrir el documento
- 3.-click en la animación flash
- 4.-Abrir la animación
- 5.-Con el puntero del mouse de coloca en la página
- 6.-A una altura de 2,5 cm al cuadrado del extremo de la página
- 7.-Click o se mantiene presionado y se desplaza como una hoja normal
- 8.- Cerrar. (x)
- 9.-Se cerrara el programa automáticamente.

Se observar la siguiente representación en la **(Figura 10-11.)**

Página para abrir o cerrar al lado Izquierdo

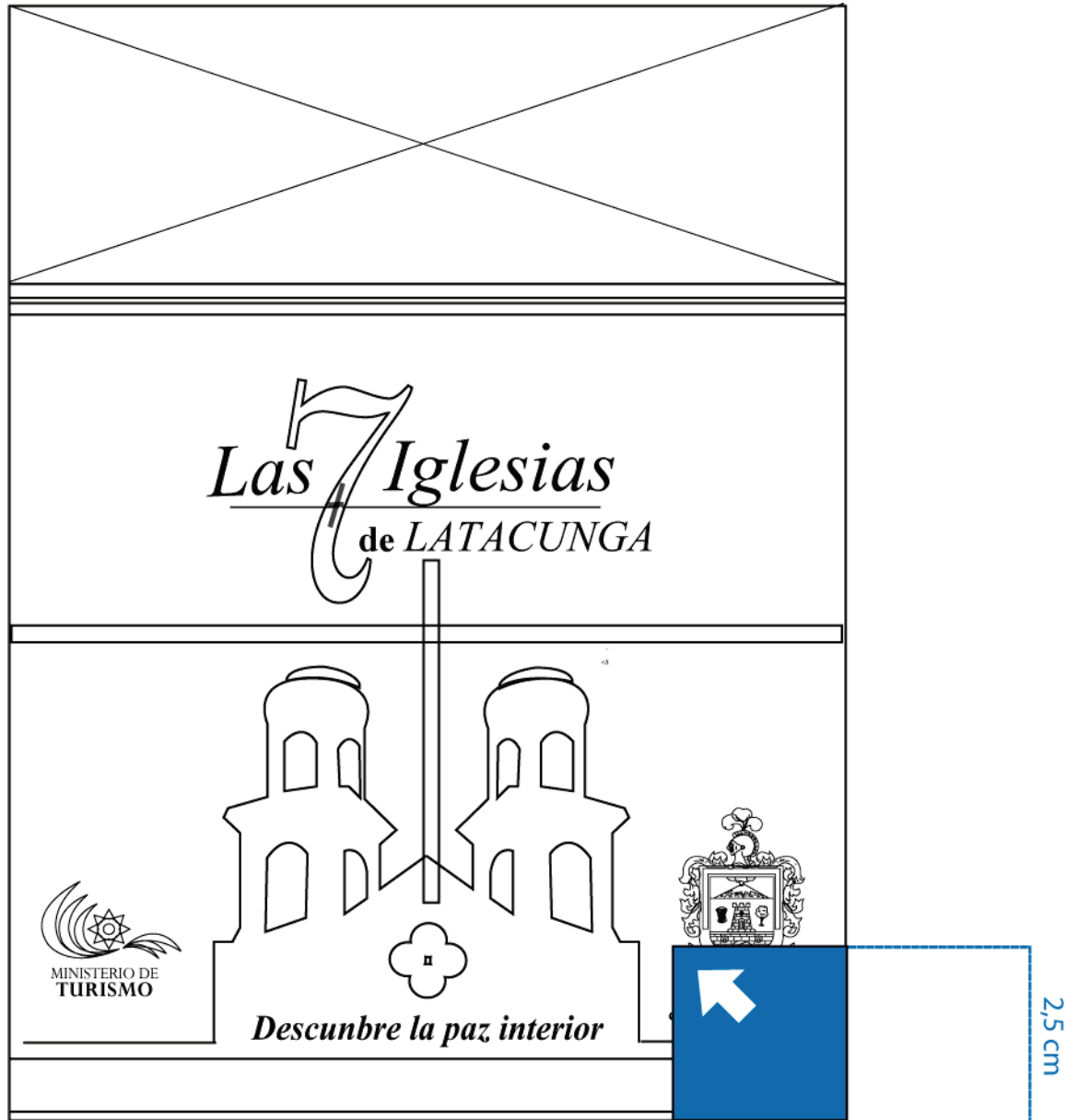


Figura 10

Página para abrir o cerrar al lado Derecho

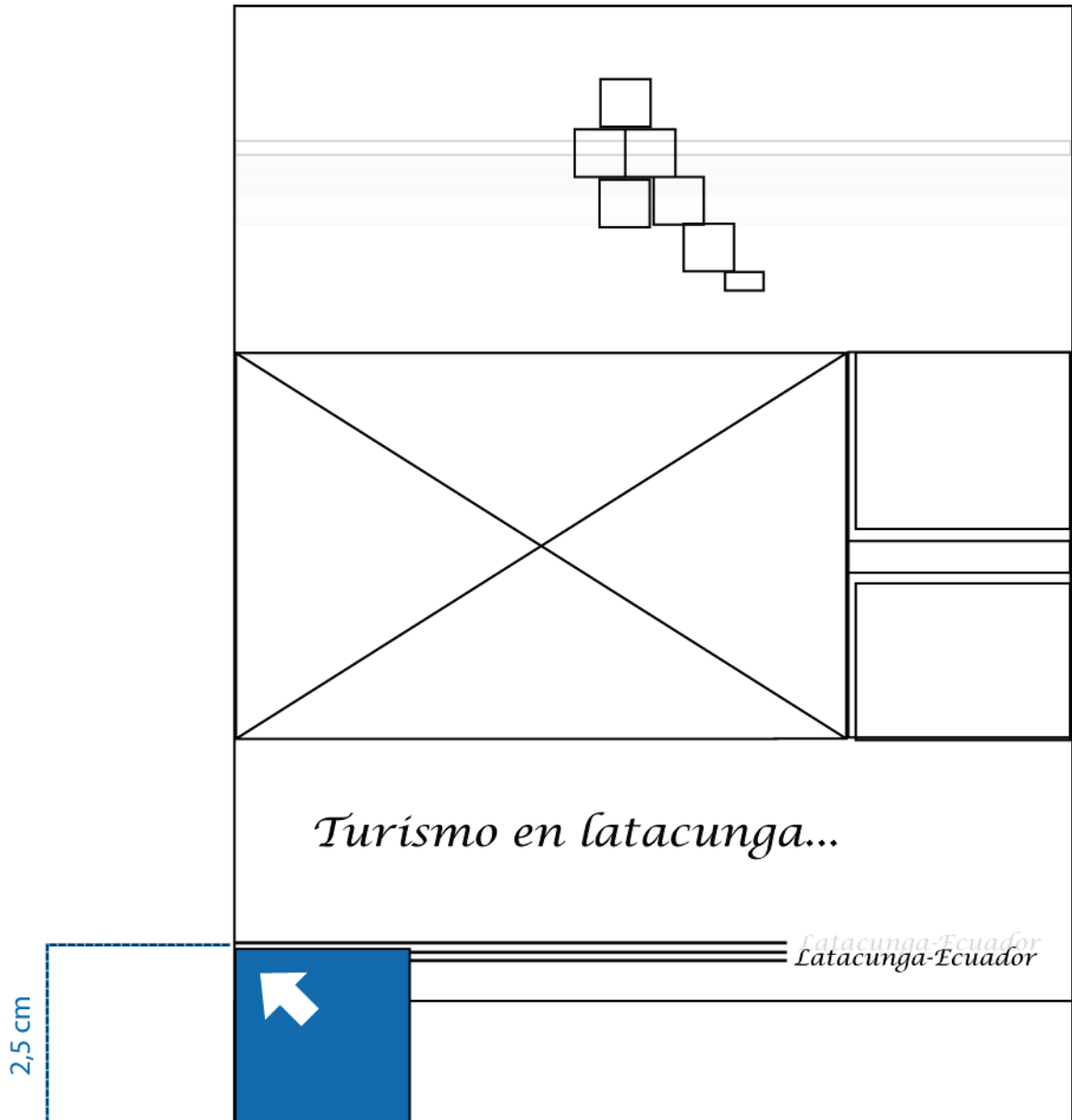


Figura 11

CONCLUSIONES FINALES

- 1.-El diseño de catálogos está relacionado con el diseño gráfico y se manifiesta como herramienta muy útil y necesaria para llegar al público en general con claridad e inmediatez.**

- 2.-El proceso de elaboración de este catálogo, tiene como finalidad básica la comunicación atractiva para ver y analizar el área de que se trate y fortalecer su desarrollo.**

- 3.-Fundamentar la concepción del catálogo virtual, fue factor clave para estimular a la ciudadanía con el entorno religioso y turístico de la ciudad.**

- 4.-El estudio realizado en el área turística de la ciudad de Latacunga, permitió dar sentido de pertenencia e importancia a la misma.**



RECOMENDACIONES

- 1.-Seguir implementando esta forma interactiva de catálogo, para el desarrollo del turismo con respecto al ámbito religioso.**
- 2.-Encargar a las autoridades, tomar en cuenta la importancia de este tipo de catálogos para seguir renovándolo y para mantener una clara visualización de nuestras potencialidades turísticas en el contexto de las instituciones religiosas.**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Bereswill, J. 1987. Corporate Design. Graphic Identity Systems. Editorial PBC Internacional. (Págs. 60 – 63)
2. Costa, J. 2001. Imagen Corporativa en el siglo XXI. Editorial La Crujía. Buenos Aires. p. (Págs. 226 - 229)
3. Castells, J. (1889) Semiótica “Comunicación Publicitaria” Abana, Pablo de la Torriente Págs.3, 4.
4. Hochuli José, Kinross Robin. (2003) Designing books, Londres, Inglaterra, Ed. Hyphen Press. (Pág. 99)
5. Naresh M. Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico, Segunda Edición, Prentice Hall, 1997, (Págs. 130 - 196)
6. Otl Aicher. (2001) Analógico y digital. Prologo de Wilhem Vossenkuhl. Pág. 23.
7. Richard L. Mercadotecnia, Primera Edición, Compañía Editorial Continental, 2002, (Pág. 229)
8. Samara, (2006) *pág.11*. Expresa su ideología: El diseñador gráfico. “Toma una idea y le da forma visual para que otros la entiendan”.
9. Stanton, Etzel y Walker, Pag.40. La encuesta “*consiste en reunir datos entrevistando a las personas.*” (Págs. 161 - 186)
10. Timothy, S. (2002) Diseño como parte reflexiva, China, Gustavo Gili, S.A. (Págs. 161 - 186)
11. Wong, W. 1995. Fundamentos del diseño. Homero Alsina Thevenet, G. Gili. ISBN 9688872881 (Pág. 42)



BIBLIOGRAFÍA

1. ANDER, EGG (1982). *Técnicas de investigación social*. España. Humanista Alicante. 500 p.
2. Bierut, M (2001). "Fundamentos del diseño gráfico" Compilado por Michael Bierut, Steven Heller, Rick Poynor. Ediciones Infinito. ISBN 9879393066.
3. Castells, J.(1889) Semiótica "Comunicación Publicitaria" Abana, Pablo de la Torriente Págs.79
4. José Hochuli y Robin Kinross, 2003: *Designing books*, Londr es, Inglaterra, Ed. Hyphen Press.
5. Molanus (1570) edita "Sobre las Pinturas y las Imágenes Santas". En 1632.
6. Quintana, R (2007). "Señaletica Corporativa / Universidad de Londres/ Diseño de Sistemas de Señalización y Señaletica/ Introducción a la señalización", Disponible en: www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/senaletica.pdf
7. Richard Sandhusen L. 2002. *Mercadotecnia*, Primera Edición, Compañía Editorial Continental.
8. Swan, Alan. (2000). *El color en el diseño gráfico*. Edición G.G.
9. Timothy Samara. (2002) *Diseñar con y sin retícula*, China, Gustavo Gili, S.A.
10. Pizarro R. 2009 (Profesor PRENSA 3)"La entrevista periodística" universidad Andrés bello escuela de comunicación carrera de periodismo.

BIBLIOGRAFÍA DIGITAL

1. Conceptos Editorial - Presentation Transcript

<http://www.slideshare.net/ArturoJmz/conceptos-editorial>

2. Definición personal de diseño gráfico, Por Alias: MrC. (Marco Mojica) (12; 52 pm), disponible:

http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico
Wikipedia, Jimmy wales.

3. Definiciones de diseño gráfico, disponible:

<http://www.ddd-foro.net/f492/dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-definici%C3%B3n-concepto-12747/>
<http://www.monografias.com/trabajos13/hisdisgr/hisdisgr.shtml>
<http://books.google.com.ar/books?id=1DeqYiJYpwwC>
<http://montesdesignpr.blogspot.com/2009/02/definicion-acertada-de-dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico.html> Definición de diseño gráfico por T. Samara

4. Definición o Significado de la Encuesta, disponible:

<http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>
<http://www.scribd.com/doc/256584/CUESTIONARIOS-Y-ENCUESTAS>
<http://www.mailxmail.com/curso-ciencias-sociales-investigacion-administrativas-academica/entrevista-opinion-entrevista-documental-cuestionario>

5. Definición de Iconografía, disponible:

<http://html.rincondelvago.com/iconografia.html>

6. Diseño Multimedia, disponible:

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/flash/>
<http://www.matpec.com.ar/multimedia/multimedia.htm>
http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_multimedia
<http://paboni.obolog.com/concepto-multimedia-211950>

7. Inicios de las Iglesias en Ecuador, Historia, disponible:

<http://www.monografias.com/trabajos36/principales-iglesias-ecuador/principales->



[iglesias-ecuador.shtml](#)

<http://luismuniz.ohlog.com/>

www.iglesiaecuador.org.ec

www.explores.com.ec/ecuador/htm

8. Partes de un catálogo y definiciones, disponible:

<http://www.fotonostra.com/grafico/clasespublicitario.htm>

<http://www.catálogo.us/cuentas/catálogos/partes-de-un-catálogo/>

http://tomcat.secyt.gov.ar:8080/catálogo/servlets/catálogo_quees.htm

9. República del Ecuador, disponible:

[http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador.](http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador)

10. Turismo en Ecuador, disponible:

http://www.visitaecuador.com/index.php?hasta=140&codi_seccion=0&cod_seccion=1&codigo=hwdXtQOv

<http://www.ecuador.us/turismo.htm>

http://www.ecuador.us/news/archives/ecuador_tourism/marca_turistica_del_ecuador/

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-desarrollo-turistico-174989-174989.html>

11. Turismo en Latacunga, disponible:

<http://www.sisepuedeecuador.com/turismo/viajando-por-el-ecuador/3816-latacunga--sus-atractivos-turísticos.html>

<http://ecuador.rotasturisticas.com/saberv.php?id=2035>

http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=28&Itemid=34

http://www.comunidadandina.org/turismo/expresiones/fiesta_mamanegra.htm

Anexo No. 1

Encuesta para sacerdotes, feligreses y turistas nacionales y extranjeros

Reciban mis saludos, Se está haciendo un estudio como parte de la tesis de grado en la especialidad de diseño grafico para la ciudad de **Latacunga-Ecuador**. Con el objetivo de conocer los resultados y la importancia de un catálogo para estimular el turismo, usted puede contribuir notablemente con el perfeccionamiento de la estrategia que se pretende fomentar respondiendo la presente encuesta.

Marque con una (x) la respuesta que usted considera Encuesta.

1-¿Conoce Ud. acerca de lo que es un catálogo virtual con atractivos religiosos de las principales iglesias de la ciudad de Latacunga.

Si ---- No ----

2-¿Cree Ud. que si se creara un catálogo con estas características la ciudadanía se interesará por conocer más sobre la cultura religiosa?

Si ---- No ----

3-¿Cree Ud. que las agencias de turismo serian lugares apropiados para dar a conocer el catálogo virtual con carácter semiótico e iconográfico?

Si ---- No ----

4-¿Según su criterio este catálogo permitirá inculcar información a la ciudadanía acerca de las iglesias turísticas de la ciudad?

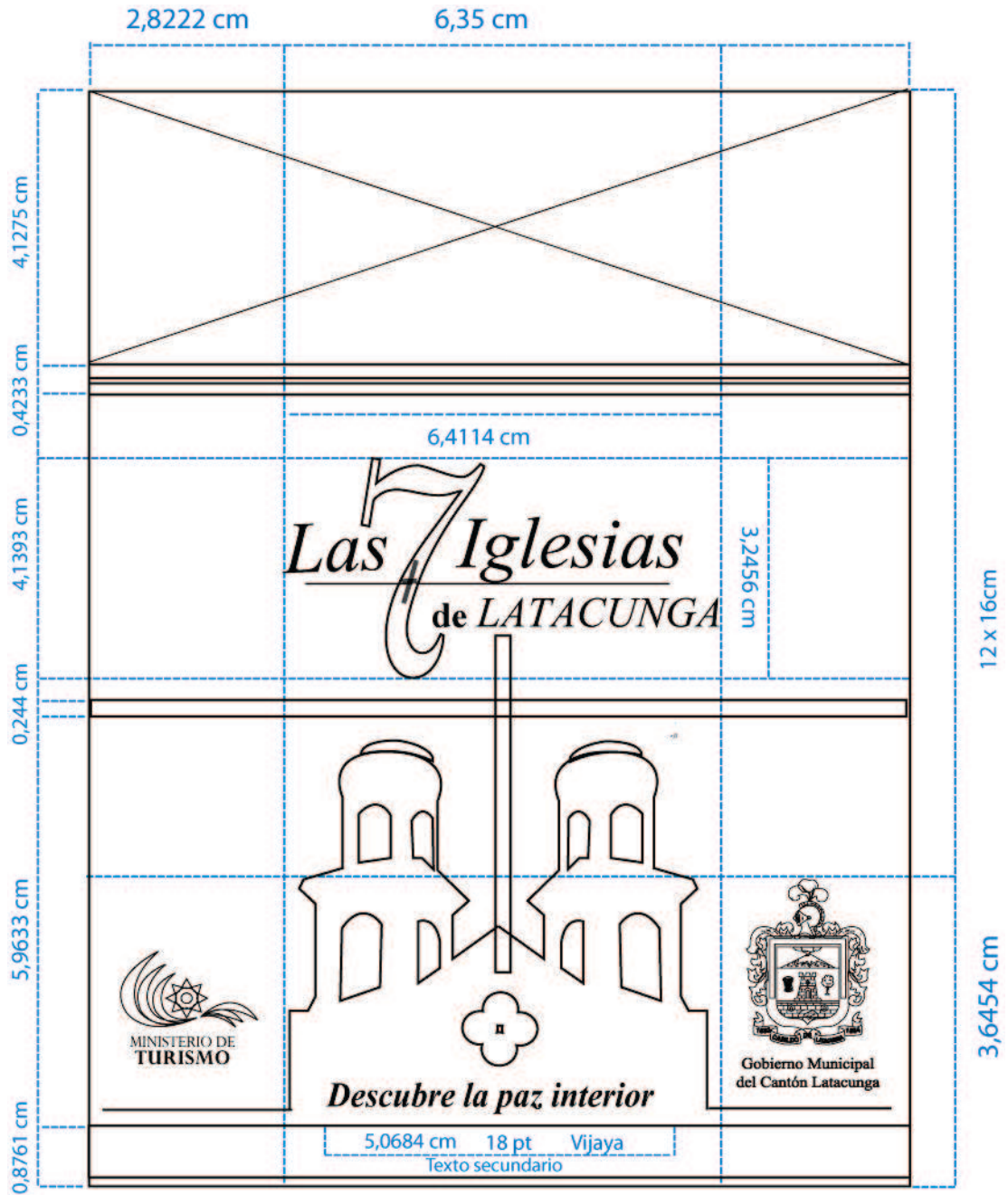
Si ---- No ----

5-¿Considera Ud. que a través de la creación de este catálogo con carácter religiosos se puede fomentar el turismo en la ciudad?

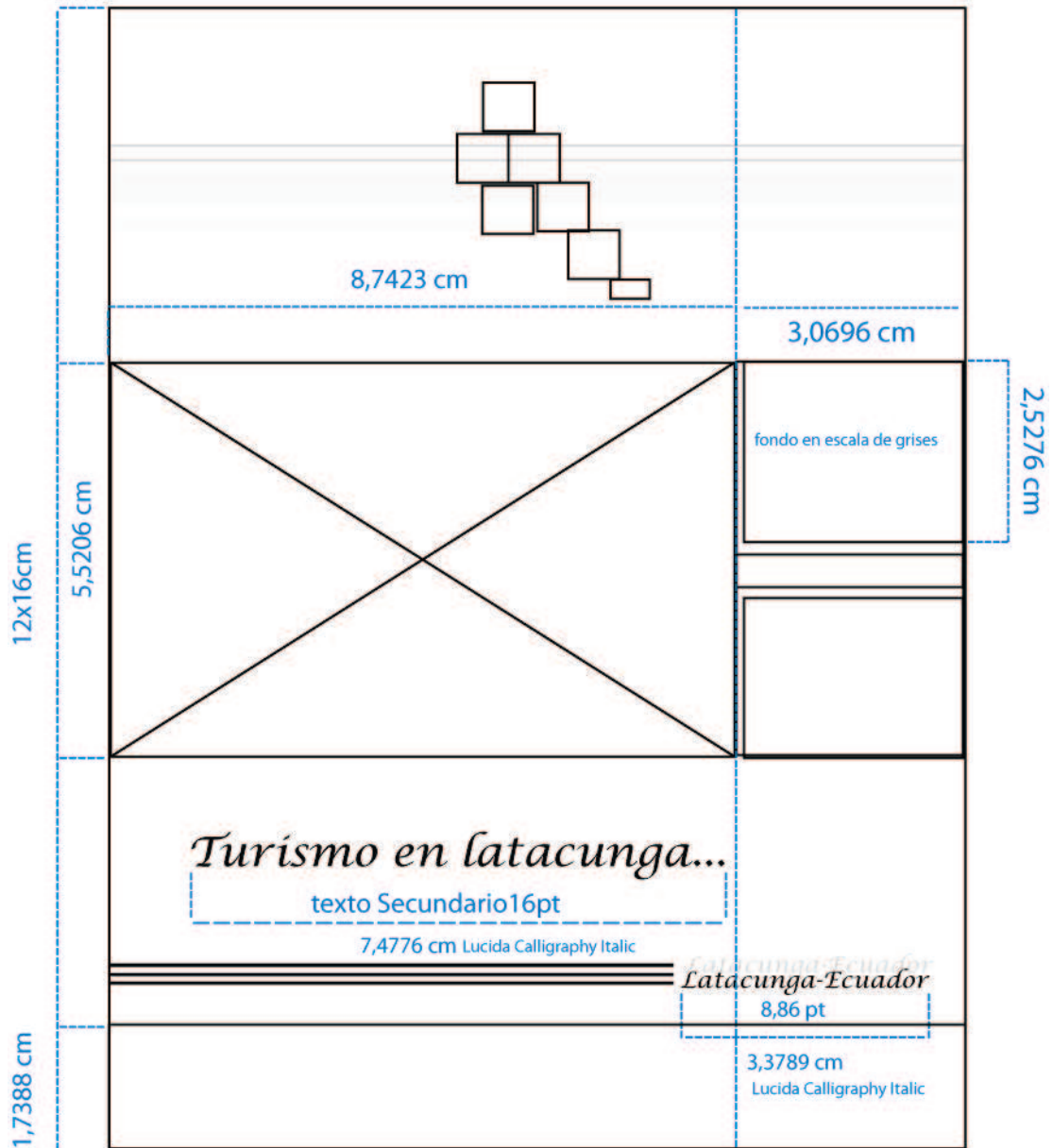
Si ---- No ----

Gracias por su colaboración

Anexo No. 2 Reticula de la Portada



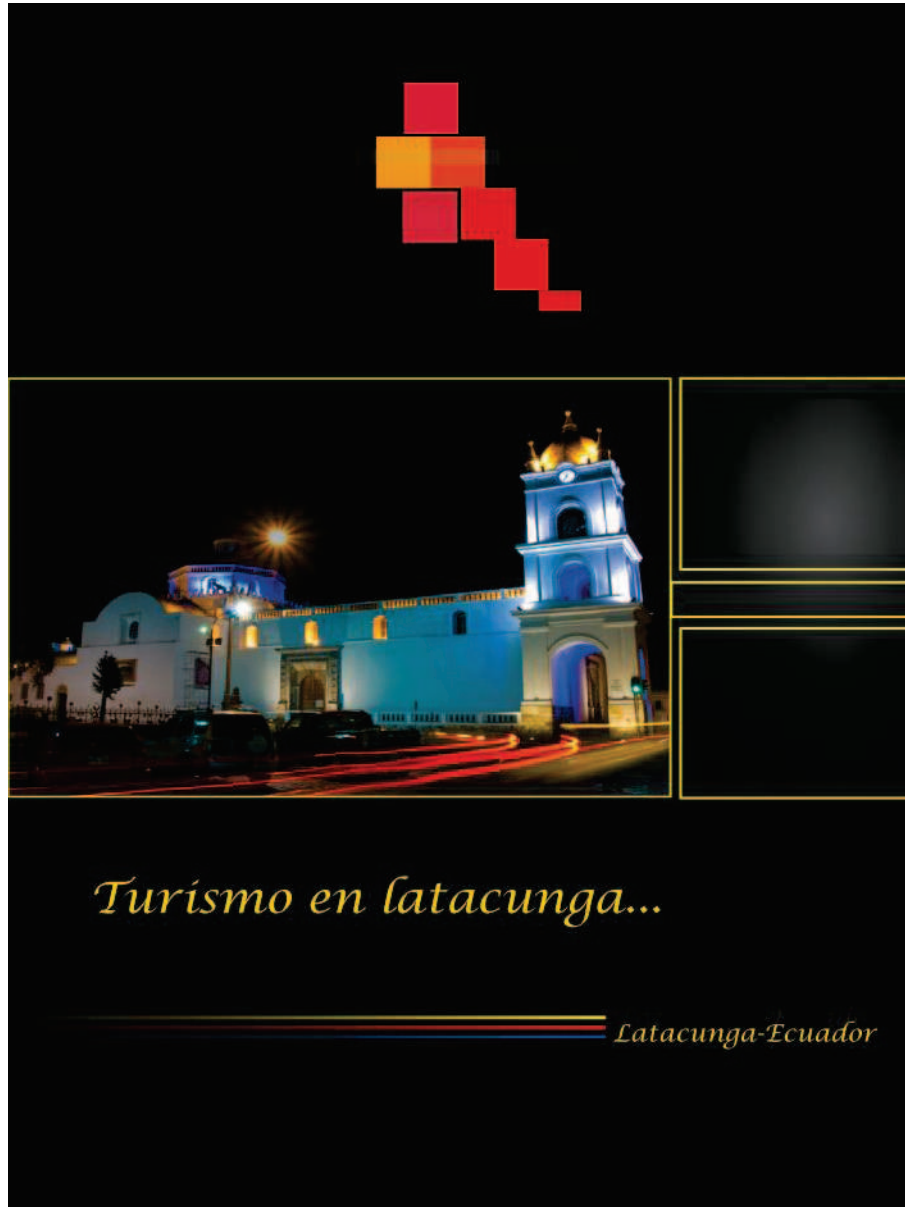
(Anexo No. 3) Retícula de la Contraportada



(Anexo No. 4) Portada



(Anexo No. 5) Contraportada



(Anexo No. 6) Rutas de las Iglesias



Las 7 Iglesias de LATACUNGA



IGLESIA DEL SALTO

IGLESIA DEL SALTO	DESCRIPCIÓN	HISTORIA
<p>La Iglesia del Salto tiene su origen en el cráter volcánico del Asiento de Latacunga, el cual transformando en violentas inundaciones de lodo y materiales del Cotopaxi, arrasaron sistemáticamente la ciudad entre los siglos XVII y XIX.</p>	<p><i>La Iglesia de El Salto comenzó a ser construida de una sola nave y torres gemelas, asentada de norte a sur, a finales del Siglo XIX y terminada a mediados del presente.</i></p>	<p>Entre san Blas y la Plaza del Barrio Caliente, las márgenes del río permitían cruzar de un salto sus aguas, donde cierto día un hombre encontró en el anverso de una piedra una imagen coloreada con artística sabiduría.</p>



Las 7 Iglesias de LATACUNGA

IGLESIA DE LA MERCED

LA IGLESIA DE LA MERCED DE LATACUNGA

Es el sitio en el cual se encuentra la imagen de la Virgen Protectora de Latacunga. Está construido sobre un plano de cruz latina de una sola nave con dos cruces, estructura que se destaca por la nave central, la cúpula en la parte central y el coro en la parte inferior

DESCRIPCIÓN

Para el control y el orden de la población nativa se pidió a Felipe IV en 1648, la autorización para establecer un convento formal de la Orden Religiosa de la Merced, para evangelizar a 15 pueblos indígenas y enseñar artes básicas.



ATRATIVIVOS



-En el altar encontramos la escultura de una virgen mestiza, con cabello humano largo y es conocida como “La Virgen del Volcán”, sostiene en su brazo izquierdo a Jesús y en su brazo derecho un cetro.

-Dentro del templo encontramos un altar construido en pan de oro, está armado de varios estilos en rojo con aplicaciones de blasones nobiliarios, la parte superior e inferior son de estilo barroco con un poco de estilo bizantino.

-En una de las paredes del templo (lado derecho) existe una imagen que representa la protección de la Virgen a la provincia durante las erupciones del volcán Cotopaxi.

FESTIVIDADES

Decidió el 21 de diciembre de 1742, señalando la necesidad de hacer fiestas bajo la adoración de “Nuestra Señora de La Merced del Volcán”.

Las 7 Iglesias de LATACUNGA

IGLESIA DE

IGLESIA DE SAN SEBASTIÁN

DESCRIPCIÓN

La iglesia de San Sebastián de Latacunga tiene dos características que la hacen en cierta manera singular con respecto a otras iglesias de la ciudad. En primer lugar, no se encuentra en el área central del casco urbano, y en segundo término, su amplia plaza le concede una magnitud distintiva.

El primer templo fue construido por la congregación de los Dominicos en el año de 1561. Incluso existía una pileta bautismal que data de 1570 y fue destruida en el terremoto de los siglos XVIII al XX. Se realizó un inventario en el año de 1886 en donde se señala el deterioro de la iglesia.



SAN SEBASTIÁN



ATRACTIVOS

- El templo posee una sola nave en sentido norte-sur paralela al largo muro que mira hacia la plaza y la fuente que se encuentra en su centro.
- Tiene a su vez un par de torres de tamaño mediano en la parte frontal del crucero sobre la puerta y balcón, el que está abierto en su sector izquierdo por una puerta de madera que muestra un dintel en su parte superior.
- Por causa de eventos naturales la sacristía muestra señas de anteriores fracturas pese a lo cual es utilizada y antiguamente en la torre se encontraba un conjunto de campanas de bronce de regular tamaño, y una pequeña, para el servicio del culto.

IGLESIA DE

IGLESIA DE SAN AGUSTÍN

DESCRIPCIÓN

La iglesia, centro de la campaña de evangelización y adoc-trinamiento católico para la ciudad, pero lo más importante para las “reduccio-nes” nativas, fue construida sobre un plano general de tres naves.



1850 hasta 1935 se efectuaron dos construcciones. El convento de los agustinos ha sido: noviciado, corista-do, centro vocacio-nal y centro de es-tudios superiores



SAN AGUSTÍN

ATRATIVIVOS

- Al interior del templo encontramos el altar mayor con la réplica de la Virgen del Quinche (en el lado izquierdo) y San Agustín, Patrono del Santuario, al lado derecho.
- El altar está construido en madera y pan de oro.
- El crucero oeste contiene la escultura del Señor de los Desamparados, en una estructura de 6 pilares, dórico, con un vitral superior abovedado.
- El crucero contiene la escultura de Jesús “El señor de la Buena esperanza”, con una estructura de 6 pilares de arte dórico con abovedado circunferencial y un vitral de diversos colores.
- La construcción está conformada por 24 arcos de medio punto principales, escalinata de piedra circular que da acceso al jardín.
- El púlpito se encuentra al lado derecho, el coro de la Iglesia está provisto de un órgano de tubos, al interior encontramos el monasterio construido en piedra y canchagua, con un jardín clásico de la época colonial, con una pileta en la mitad.






LA IGLESIA DE SANTO DOMINGO

La edificación data del siglo XVII modificada en su forma original a causa de diferentes sismos ocurridos en la ciudad

DESCRIPCIÓN

La arquitectura urbanística de la ciudad, con estilos diversos y falta de definición de algunos, provoca un gran contraste con la arquitectura colonial, además de pérdida física de los bienes inmuebles.



LA IGLESIA DE SANTO DOMINGO

ATRATIVOS

Actualmente forma un conjunto de estilo neoclásico, con un convento, corredores, columnas y arquerías románicas.

En su interior se aprecian pinturas, murales y frescos con arte mudéjar.

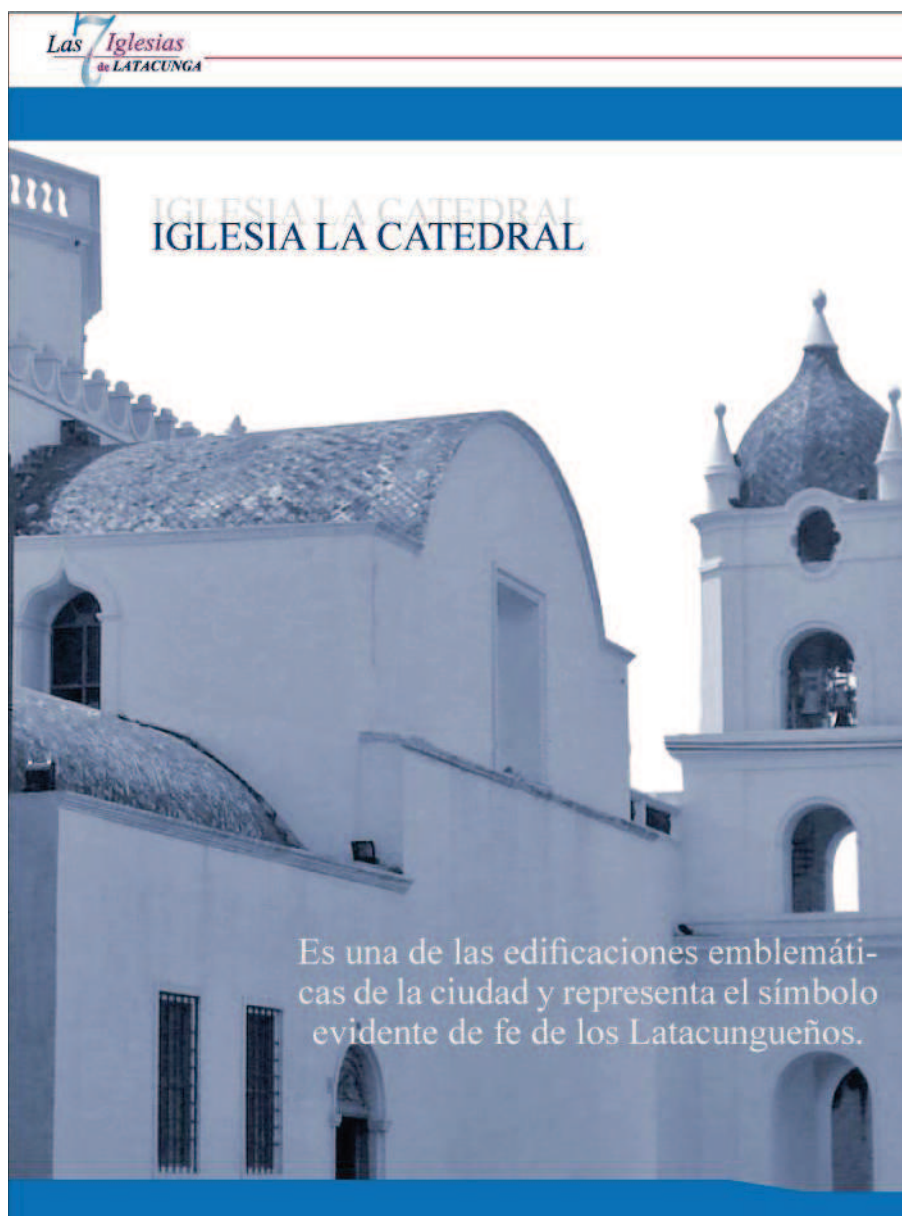
-Una capilla dedicada a Nuestra Señora del Rosario, patrona de los terremotos erigida en 1.690 por el general Luís Sotomayor y Pimentel perdura como iglesia principal.

Las pinturas murales del interior fueron trabajadas por el Hermano Enrique Mideros.

-Esta iglesia juega un papel importante en la historia de Latacunga, ya que fue dentro de ella que los patriotas Latacungueños se reunieron para declarar la independencia de su ciudad, del yugo español.

-Dicho declaración se realizó el 11 de Noviembre de 1820, esta fecha es la de mayor importancia para la ciudad de Latacunga.





DESCRIPCIÓN

La construcción de la Catedral descansa sobre un plano de tres naves en dirección norte – sur, sitio respetado hasta la actualidad, fue edificada hacia occidente a partir de 1950. En el terremoto de 1797 se destruyó por completo y una nueva construcción surge a partir de 1850

ATRATIVIVOS

En el costado sur occidental se encuentran las pilastras de sobria belleza.

En el coro encontramos una bóveda y se ha colocado un coronamiento en los muros laterales.

ELEMENTOS DECORATIVOS

La madera utilizada, los muebles, los sillones de cuero repujado, floreros, lámparas en hierro forjado, a más de exaltar los valores artesanales del pueblo cotopaxense.



IGLESIA DE SAN FRANCISCO

IGLESIA DE SAN FRANCISCO

Fue construido a partir del inicio del siglo XVII, dedicándole un sitio especial para culto de la Inmaculada Concepción.

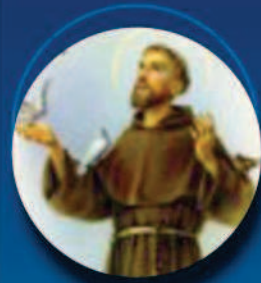


DESCRIPCIÓN

La fachada principal de la iglesia esta trabajada en piedra pómez tallada, material volcánico propio de la región.



Con un atractivo campanario con dinteles que descansan sobre pilares escalonados desde su base hasta la tercera parte de su estructura,



LEYENDA

Representa proceso de evangelización. Sobre las poblaciones nativas y además refleja la acción de su líder nativo frente a las transformaciones foráneas, como Don Sancho Jacho que fue determinante en el éxito de la conquista.

Mapa de la provincia de Cotopaxi

