

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.01 Contextos

La parroquia de Calacalí está a 17 km al norte de Quito, cerca de la Ciudad Mitad del Mundo, es la puerta de ingreso al Noroccidente de la provincia de Pichincha.

Tomando en cuenta el tema del proyecto hemos realizado las investigaciones necesarias para poder llegar a la conclusión de que no existen restricciones.

Así que lo podremos realizar sin ningún problema bioético ni social, por lo que no requiere permisos. Al investigar sobre dicho tema en lugares como bibliotecas o páginas en internet, por lo cual tenemos libertad para desarrollar nuestro tema.

El nombre de la parroquia proviene de las minas de cal existentes al norte de la población, cuya producción sirvió como materia prima para las edificaciones que se realizaron en la ciudad de Quito en la época hispánica. Otra explicación del nombre de Calacalí se deriva de las tribus calas-calas.

La parroquia de Calacalí fue una zona prehispánica de gran importancia para la región, especialmente por la presencia del pueblo yumbo (entre 800 D.C. y 1600 D.C.), el cual dominó una amplia extensión de territorio al noroccidente de lo que actualmente constituye el Distrito Metropolitano de Quito.

Durante la época de la Colonia, en esta zona funcionó un ingenio azucarero y todavía se encuentran trapiches abandonados en algunos de los sectores que conforman esta parroquia.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Calacalí es un territorio muy diverso, el cual reúne dentro de su geografía áreas distintas y muy singulares tales como la Reserva Geobotánica Pululahua o el bosque nublado que rodea a Yunguilla. Según versiones de los moradores, calacalí diamante incrustado en el centro del mundo

es la parroquia más antigua del cantón Quito con 439 años de parroquialización, esta hermosa tierra productora del mejor maíz del Ecuador por donde pasa la verdadera línea equinoccial.

Esta fiesta se traduce en una procesión por toda la comunidad, con la participación de danzantes vestidos de aruchicos, payasos, diablos con máscaras y otros personajes.

1.02 Justificación

En los últimos tiempos hemos visto que en el pueblo de Calacalí el turismo es demasiado bajo, sin embargo en este lugar podemos encontrar varios atractivos turísticos, lo que nos lleva a la conclusión de que hay mal manejo de publicidad o es nula.

Tomando en cuenta el tema del proyecto hemos realizado las investigaciones necesarias para poder llegar a la conclusión de que no existen proyectos similares.

Al investigar sobre dicho tema en lugares como bibliotecas o páginas en internet, por lo cual tenemos libertad para desarrollar nuestro tema.

Esto puede dar a comprender que no hay información que aporte con nuestra investigación.

En Calacalí hay varios lugares atractivos lo cual puede mejorar el turismo en la parroquia.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

La presente investigación se realizara ya que la necesidad de adquirir nuevas fuentes en una organización hoy en día esa importante, actualmente aproximadamente un 25 % de las empresas nacionales actualmente cuentan con un Cd interactivo, pero para esto hay que inculcar el uso de la computadora por el hecho de que no todos la sabemos usar.

Por los motivos anteriores el realizar un CD interactivo para una organización de gobierno es muy útil ya que nos ayudaría a hacer tramites muchos más ágiles, dar a conocer las actividades que en esta se desempeña y mantener una comunicación con el usuario.

Hoy en día los CD interactivo nos ayudan a mantener y manejar mejor la imagen y resultados acumulando una información que posterior mente puede ser consultada y esta servirá de ayuda para el usuario.

Debemos de ser conscientes de que no es un beneficio de uno solo si no de la comunidad en general , porque esto hace que estemos enterados de las necesidades que a diario se generan ya que esto es un enlace entre ciudadano y gobierno. Y así poder resolver algunas de sus necesidades.

Por lo anterior comentado, si se desarrolla este proyecto se está generando un CD interactivo que puede ser tomada posteriormente por otras dependencias de gobierno, que traería consigo un sinfín de beneficios comunitarios.

Se pretende dar a conocer la parroquia de Calacalí por medio del CD interactivo para lograr un mejor acogimiento turístico y una nueva vista hacia todos los atractivos conocidos y desconocidos por los turistas, para de esta manera mejorar el comercio, las artesanías y la economía de la parroquia.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

En la actual administración de la Junta Parroquial se ha transformado los siguientes lugares: Parque, Mercado, Adoquinamiento de calles, Regeneración de la calle Bolívar, son parte del cambio positivo que experimenta nuestra parroquia.

En Calacalí hay varios lugares atractivos lo cual puede mejorar el turismo en la parroquia.

1.03 Definición del problema

Creación de un Cd interactivo para promover el turismo en la parroquia de Calacalí ubicada en el sector norte de Quito.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Tabla N° 1

ANÁLISIS DE FUERZAS T

Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
El turismo en la parroquia de Calacalí se reduzca a cero	Poco conocimiento de los turistas sobre la Parroquia de Calacalí				Incremento de turismo en la parroquia de Calacalí
	I	BC	BC	I	Fuerzas bloqueadoras
Informar mediante presentaciones en flash sobre los lugares turísticos de la Parroquia	5	2	5	4	Desinterés por parte de las autoridades de la parroquia
Crear estrategias publicitarias para informar acerca de los lugares turísticos de Calacalí	3	4	3	3	Poca publicidad sobre la Parroquia de Calacalí
Realizar piezas publicitarias para mostrarlas en el CD interactivo	4	3	4	4	Poco interés en promocionar los lugares turísticos
Planificar soluciones para el desinterés de los turistas	4	4	4	3	No hay campañas publicitarias para la Parroquia

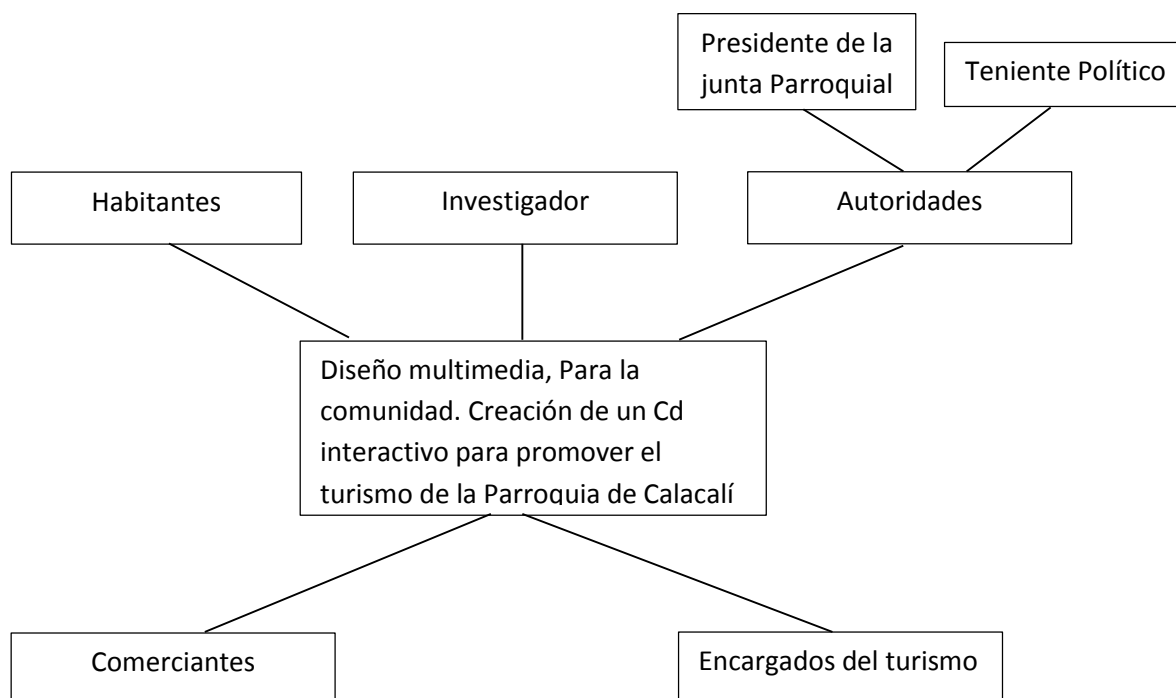
“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Figura N° 1

CAPÍTULO II

Análisis de involucrados

2.01. Mapeo de involucrados



“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

2.02 Matriz análisis selección involucrados

Tabla N° 2

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Habitantes	Desarrollo de actividades productivas y turísticas	Resultados no cumplen expectativas	Implementación de un modelo turístico responsable	Mayor ingreso mejor economía familiar	Desmotivación de la población
Autoridades	Incrementar el interés por el turismo	Disminución de ingresos en sector turístico.	Apoyo Económico. Capacitación	Mayor ingreso, mayor tributo al turismo	Problemas entre los pobladores
Investigador	Promover el potencial turístico	Situación económica desfavorable	Desarrollar estrategias publicitarias	Mayor visitas turísticas en Calacalí	Problemas de información acerca de Calacalí
Comerciantes	Aumentar sus capacidades de negocio	Ventas bajas por falta de turistas	Aumentar sus estancias de venta	Mejorar sus ventas para un mayor ingreso	Desacuerdo entre vendedores locales y ambulantes
Encargados de turismo	Fortalecer el desarrollo integral del turismo	Bajos ingresos recibidos de turismo de Calacalí	Distribuir publicidad del mercadeo turístico	Mayor ingreso mejor representación Turística	Conflicto y declive en el mercadeo turístico
Presidente de la junta Parroquial	Crecimiento de número de visitantes a Calacalí	Poco interés por parte de los turistas	Apoyo de la junta Parroquial Para el turismo	Aumento de visitas en la Parroquia	Desintegración de participantes de la junta Parroquial

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Teniente Político	Más ingresos para obtener una mayor seguridad	Nivel de equipo de seguridad bajo	Crecimiento económico para obtener más personal	Incremento de personal para la seguridad de la Parroquia de Calacalí	Desinterés por mejorar la seguridad en la Parroquia de Calacalí
-------------------	---	-----------------------------------	---	--	---

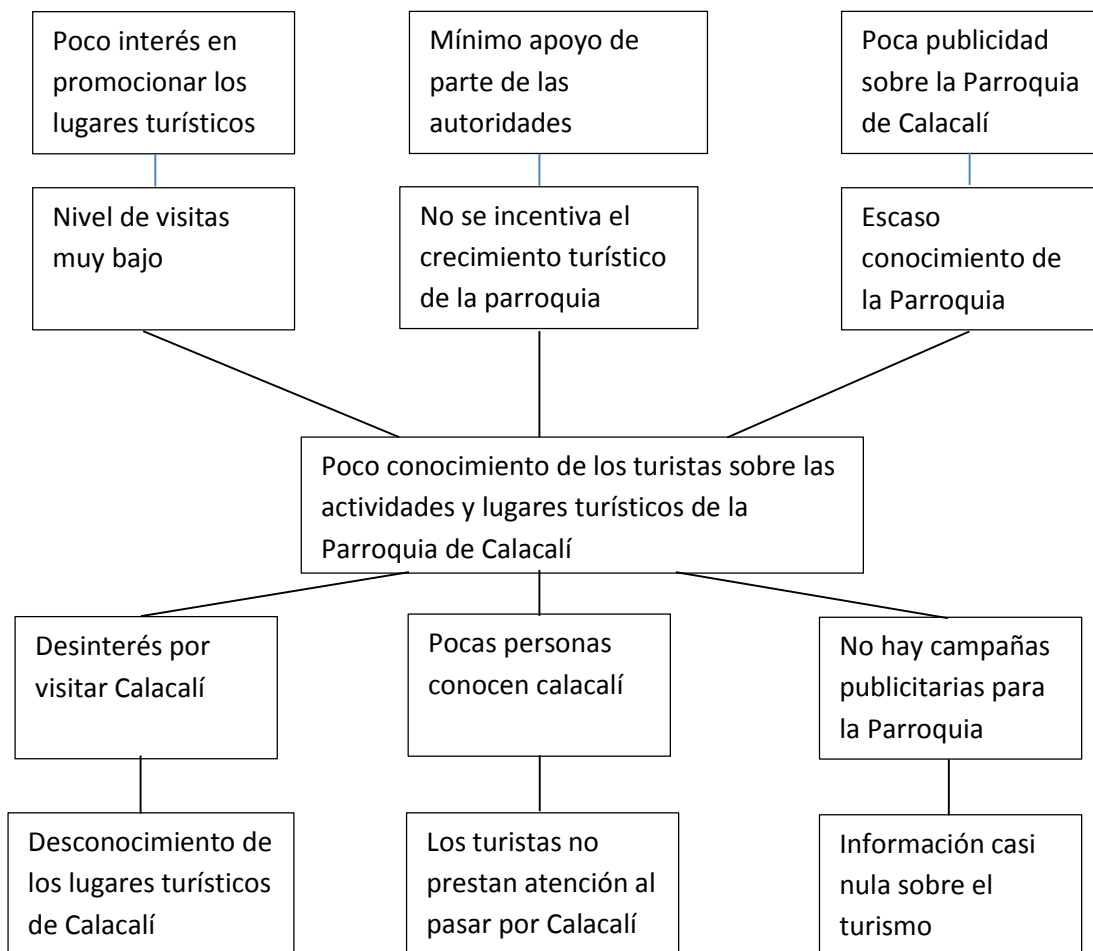
“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Figura N° 2

CAPÍTULO III

Problemas y objetivos

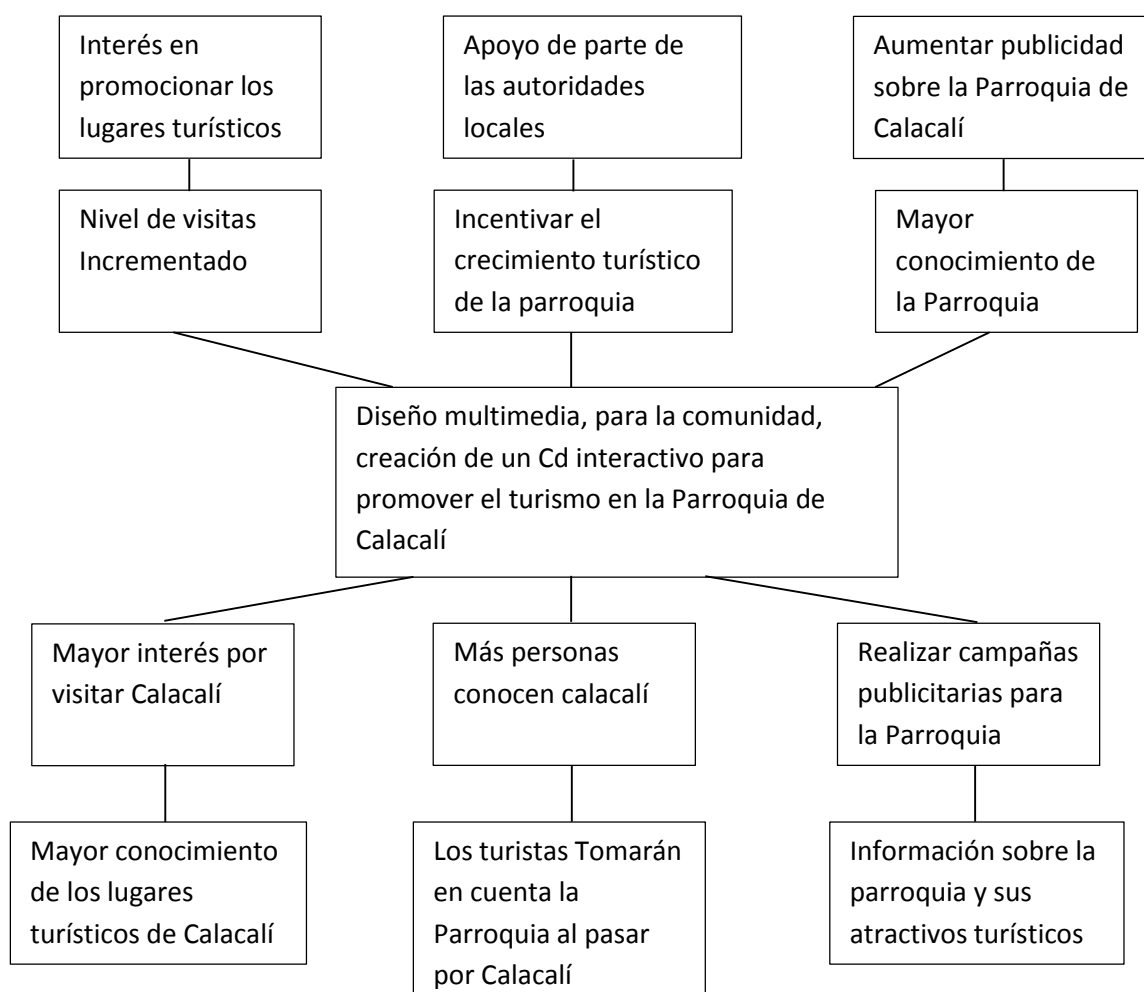
3.01 Árbol de problemas



“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Figura N° 3

3.02 Árbol de objetivos



“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Figura N° 4

CAPÍTULO IV : Análisis de alternativas

4.01. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones



“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

4.01.01 Tamaño del Proyecto

El proyecto se lo realizará en toda la Parroquia

4.01.02 Localización del proyecto

El proyecto actual se lo va a desarrollar para la parroquia de Calacalí que se encuentra ubicada en el norte de Quito vía mitad del mundo.

4.01.03 Análisis Ambiental

Tomando en cuenta el tema del proyecto hemos realizado las investigaciones necesarias para poder llegar a la conclusión de que el impacto ambiental.

Así que lo podremos realizar sin ningún problema que pueda afectar al medio ambiente sin embargo siempre debemos tener en cuenta que el aumento de turistas incrementa los desperdicios y la basura por lo cual es necesario tomar las medidas necesarias para no provocar daños ambientales.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Tabla N° 3

4.02.- Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Objetivos	Impacto	Factibilidad Técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad Social	Factibilidad política	Total	Categoría
	Sobre el Propósito						
Creación de un Cd interactivo Para promover el turismo en la parroquia de Calacalí	5	5	5	4	5	24	Alta
Interés en promocionar los lugares turísticos	4	5	4	5	4	22	Alta
Nivel de visitas incrementado	5	4	3	5	5	22	Alta
Apoyo por parte de las autoridades	5	5	5	4	5	24	Alta
Aumentar la publicidad para la parroquia	3	5	4	5	4	21	Alta
Mayor conocimiento por los turistas	4	4	4	5	5	22	Alta

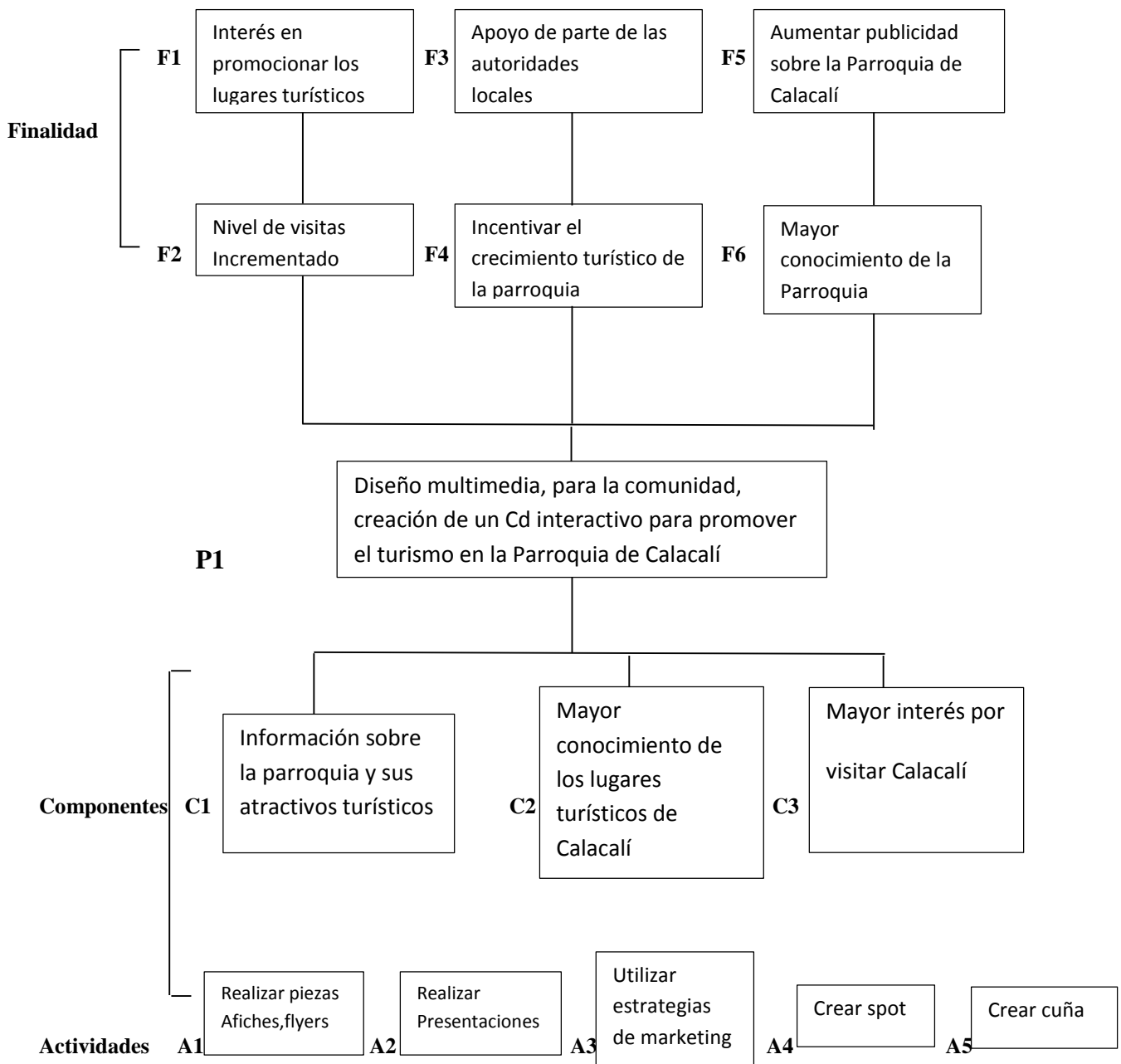
“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Aumento de personas conocen Calacalí	5	4	4	5	4	23	Alta
Realizar campañas publicitarias para la parroquia	5	5	5	4	4	23	Alta
Conocimiento de los lugares turísticos	4	4	5	4	4	21	Alta
Información sobre la parroquia y sus atractivos	4	5	5	4	4	22	Alta
Mayor interés por visitar Calacalí	5	4	3	5	4	21	Alta

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Figura N° 5

4.03.- Diagrama de estrategias



“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Tabla N° 4

4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores

Fines

NIVE L	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTI -DAD	CALIDAD	TIEM- PO	LUGA R	GRUPO SOCIAL
F1	Interés en promocionar los lugares turísticos	60% de afluencia de personas encargadas del turismo de la Parroquia	60%	Informativo interactivo	5 meses	Calacalí	Población de Calacalí
F2	Nivel de visitas Incrementado	100 Encuestas a los comerciantes	100	Crecimiento del comercio interactivo	5 meses	Calacalí	Población de Calacalí
F3	Apoyo de parte de las autoridades locales	30% de turismo incrementado	30%	Informativo atractivo	5 meses	Calacalí	Población de Calacalí
F4	Incentivar el crecimiento	Nuevas atracciones		Atractivo	5	Calacalí	Población de

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

	turístico de la parroquia	turísticas y remodelaciones en un 10%	10%	interactivo	meses		Calacalí
F5	Aumentar publicidad sobre la Parroquia de Calacalí	Incremento de personas informadas en un 50%	50%	Informativo	5 meses	Calacalí	Población de Calacalí
F6	Mayor conocimiento de la Parroquia	turistas reconozcan la Parroquia en un 70%	70%	Informativo	5 meses	Calacalí	Población de Calacalí

Propósito

NIVE L	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTI -DAD	CALIDAD	TIEM- PO	LUGA R	GRUPO SOCIAL
P1	Promover el turismo en la Parroquia de Calacalí	Un 35% más visitas de los turistas e ingresos de Calacalí	35%	Informativo Interactivo Atractivo	6 meses	Calacalí	Población de Calacalí

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Componentes

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
C1	Información sobre la parroquia y sus atractivos turísticos	Publicidad en el CD que aumente un 95% que demuestre lo mejor de Calacalí	95%	Informativo atractivo	6 meses	Calacalí	Población de Calacalí
C2	Mayor conocimiento de los lugares turísticos de Calacalí	400 encuestas para medir cuanto gente conoce dichos lugares	400	Atractivo informativo	6 meses	Calacalí	Población de Calacalí
C3	Mayor interés por visitar Calacalí	30% Más publicidad en la Parroquia y un mayor empeño por los encargados de hacer publicidad	30%	Interactivo informativo	6 meses	Calacalí	Población de Calacalí

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Actividades

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
A1	Realizar 2 piezas Afiche y flyer	Mostrar las 4 piezas en el Cd interactivo	4	Informativo atractivo	6 meses	Calacalí	Población de Calacalí
A2	Realizar Presentacion En el CD interactivo	2 productos (presentaciones) De buena calidad multimedia	2	Atractivo informativo	6 meses	Calacalí	Población de Calacalí
A3	Utilizar estrategias de marketing	Promocionar los lugares turísticos mediante tarjetas de presentación	90%	Interactivo informativo	6 meses	Calacalí	Población de Calacalí
A4	Mostrar mapa de la Parroquia en el CD	Consulta estadística de aceptación en un 65%	65%	Atractivo informativo	6 meses	Calacalí	Población de Calacalí

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

	interactivo						
A5	Crear cuña radial	75% más de Interés en la información para el grupo objetivo	75%	Interactivo informativo	6 meses	Calacalí	Población de Calacalí

Tabla N° 5

4.04.03 Selección de los indicadores

Fines

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
F1	Interés en promocionar los lugares turísticos	60% de afluencia de personas encargadas del turismo de la Parroquia	x	x	x	x	x	5	Alto
F2	Nivel de visitas Incrementado	100 Encuestas a los comerciantes	x	x	x	x		4	Medio
F3	Apoyo de parte de las	30% de turismo	x	x	x	x	x		

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

	autoridades locales	incrementado							5	Alto
F4	Incentivar el crecimiento turístico de la parroquia	Nuevas atracciones turísticas y remodelaciones en un 10%	x	x	x	x	x		5	Alto
F5	Aumentar publicidad sobre la Parroquia de Calacalí	Incremento de personas informadas en un 50%	x	x	x	x	x		5	Alto
F6	Mayor conocimiento de la Parroquia	turistas reconozcan la Parroquia en un 70%	x	x	x				3	Medio

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Propósito

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
P1	Promover el turismo en la Parroquia de Calacalí	Un 35% más visitas de los turistas e ingresos de Calacalí	x	x	x	x	x	5	Alto

Componentes

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
C1	Información sobre la parroquia y sus atractivos turísticos	Publicidad en el CD que aumente un 95% que demuestre lo mejor de Calacalí	x	x	x	x	x	5	Alto

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

C2	Mayor conocimiento de los lugares turísticos de Calacalí	400 encuestas para medir cuanta gente conoce dichos lugares	x	x	x	x	x	5	Alto
C3	Mayor interés por visitar Calacalí	30% Más publicidad en la Parroquia y un mayor empeño por los encargados de hacer publicidad	x	x	x	x	x	4	Medio

Actividades

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
A1	Realizar 2 piezas Afiche y flyer	Mostrar las 4piezas en el Cd interactivo	x	x	x	x	x	5	Alto

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

A2	Realizar Presentacion En el CD interactivo	2 productos (presentaciones) De buena calidad multimedia	x	x	x	x		4	Medio
A3	Utilizar estrategias de marketing	Promocionar los lugares turísticos mediante tarjetas de presentación	x	x	x	x	x	5	Alto
A4	Mostrar mapa de la Parroquia en el CD interactivo	Consulta estadística de aceptación en un 65%	x	x	x			3	Medio
A5	Crear cuña radial	75% más de Interés en la información para el grupo objetivo	x	x	x	x	x	5	Alto

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

4.04.03 Medios de verificación

Tabla N° 6

Fines

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
F1	Interés en promocionar los lugares turísticos	60% de afluencia de personas encargadas del turismo de la Parroquia	Autoridades de la Parroquia	Encuestas	Simple verificación	trimestral	Investigador
F2	Nivel de visitas Incrementado	100 Encuestas a los comerciantes	Junta Parroquial	Encuestas	Simple verificación	semestral	Investigador
F3	Apoyo de parte de las autoridades locales	30% deturismo incrementado	Junta Parroquial	Entrevistas	Simple verificación	trimestral	Investigador
F4	Incentivar el crecimiento	Nuevas atracciones	Comerciant	Investigaci	Simple	bimestral	Investiga-

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

	turístico de la parroquia	turísticas y remodelaciones en un 10%	es	-ón	verificación		dor
F5	Aumentar publicidad sobre la Parroquia de Calacalí	Incremento de personas informadas en un 50%	Parroquia	Investigación	Simple verificación	bimestral	Investigador
F6	Mayor conocimiento de la Parroquia	turistas reconozcan la Parroquia en un 70%	Parroquia	Investigación	Simple verificación	semestral	Investigador

Propósito

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
P1	Promover el turismo en la Parroquia de Calacalí	Un 35% más visitas de los turistas e ingresos de Calacalí	Autoridades de la Parroquia	Entrevistas	Simple verificación	Semestral	Investigador

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Componentes

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO O	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
C1	Información sobre la parroquia y sus atractivos turísticos	Publicidad en el CD que aumente un 95% que demuestre lo mejor de Calacalí	Junta Parroquial	Entrevistas	Simple verificación	mensual	Investigador
C2	Mayor conocimiento de los lugares turísticos de Calacalí	400 encuestas para medir cuanta gente conoce dichos lugares	Parroquia	Investigación	Simple verificación	mensual	Investigador
C3	Mayor interés por visitar Calacalí	30% Más publicidad en la Parroquia y un mayor empeño por los	Junta Parroquial	Entrevistas	Simple verificación	bimestral	Investigador

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

		encargados de hacer publicidad					
--	--	--------------------------------	--	--	--	--	--

Actividades

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
A1	Realizar 2 piezas Afiche y flyer	Mostrar 4 piezas en el Cd interactivo	Junta Parroquial	Investigación	Simple verificación	trimestral	Investigador
A2	Realizar Presentación En el CD interactivo	2 productos (presentaciones) De buena calidad multimedia	Parroquia	Entrevistas	Simple verificación	semestral	Investigador
A3	Utilizar estrategias de marketing	Promocionar los lugares turísticos	Junta Parroquial	Entrevistas	Simple verificación	trimestral	Investigador

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

		mediante tarjetas de presentación			ción		
A4	Mostrar mapa de la Parroquia en el CD interactivo	Consulta estadística de aceptación en un 65%	Parroquia	Investigación	Simple verificación	Semestral	Investigador
A5	Crear cuña radial	75% más de Interés en la información para el grupo objetivo	Parroquia	Entrevistas	Simple verificación	semestral	Investigador

Tabla N° 7

4.04.04 Supuestos

Fines

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO O	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F1	Interés en promocionar	Despreocupación de los	X		X	X	

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

	los lugares turísticos	pobladores de la Parroquia					
F2	Nivel de visitas Incrementado	Pobladores opositores al turismo			X		X
F3	Apoyo de parte de las autoridades locales	Negligencia e irresponsabilidad de las autoridades	X		X	X	
F4	Incentivar el crecimiento turístico de la parroquia	Poco interés de los comerciantes	X			X	
F5	Aumentar publicidad sobre la Parroquia de Calacalí	Fondos insuficientes	X	X			
F6	Mayor conocimiento de la Parroquia	Provocar una confusión al momento de informar			X	X	X

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Propósito

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO O	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
P1	Promover el turismo en la Parroquia de Calacalí	Total abandono de los habitantes para incentivar el turismo de la Parroquia	X		X	X	

Componentes

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO O	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
C1	Información sobre la parroquia y sus atractivos turísticos	Campañas mal elaboradas que no ayuden a promover el turismo	X	X			X

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

C2	Mayor conocimiento de los lugares turísticos de Calacalí	Cierre de atractivos turísticos o en mal estado	X	X	X	X	
C3	Mayor interés por visitar Calacalí	Ubicación errada de la publicidad	X		X		

Actividades

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
A1	Realizar 2 piezas	Impresiones con fallas o	X				

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

	Afiche, flyer	poco entendibles					
A2	Realizar Presentacion En el CD interactivo	Negación de información para la presentación		X	X		X
A3	Utilizar estrategias de marketing	Autorización negada por las autoridades			X	X	
A4	Mostrar mapa de la Parroquia en el CD interactivo	Nivel económico demasiado bajo	X		X		
A5	Crear cuña radial	Material poco profesional	X	X			X

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

4.04.05 Matriz Marco Lógico

Tabla N° 8

Fines

RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN					Supuestos
		Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	
F1	60% de afluencia de personas encargadas del turismo de la Parroquia	Autoridades de la Parroquia	Encuestas	Simple verificación	trimestral	Investigador	Despreocupación de los pobladores de la Parroquia
F2	100 Encuestas a los comerciantes	Junta Parroquial	Encuestas	Simple verificación	semestral	Investigador	Pobladores opositores al turismo
F3	30% de turismo incrementado	Junta Parroquial	Entrevistas	Simple verificación	trimestral	Investigador	Negligencia e irresponsabilidad de las autoridades
F4	Nuevas atracciones turísticas y remodelaciones en un 10%	Comerciantes	Investigación	Simple verificación	bimestral	Investigador	Poco interés de los comerciantes

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

F5	Incremento de personas informadas en un 50%	Parroquia	Investigación	Simple verificación	bimestral	Investigador	Fondos insuficientes
F6	turistas reconozcan la Parroquia en un 70%	Parroquia	Investigación	Simple verificación	semestral	Investigador	Provocar una confusión al momento de informar

Propósito

RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN					Supuestos
		Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Respuesta	
F1	Un 35% más visitas de los turistas e ingresos de Calacalí	Autoridades de la Parroquia	Encuestas	Simple verificación	Semestral	Investigador	Total abandono de los habitantes para incentivar el turismo de la Parroquia

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Componentes

RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN					Supuestos
		Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	
C1	Publicidad en el CD que aumente un 95% que demuestre lo mejor de Calacalí	Autoridades de la Parroquia	Encuestas	Simple verificación	trimestral	Investigador	Campañas mal elaboradas que no ayuden a promover el turismo
C2	400 encuestas para medir cuanta gente conoce dichos lugares	Junta Parroquial	Encuestas	Simple verificación	semestral	Investigador	Cierre de atractivos turísticos o en mal estado
C3	30% Más publicidad en la Parroquia y un mayor empeño por los encargados de hacer publicidad	Junta Parroquial	Entrevistas	Simple verificación	trimestral	Investigador	Ubicación errada de la publicidad

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Actividades

RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN					Supuestos
		Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	
A1	Mostrar 2 piezas en el Cd interactivo	Autoridades de la Parroquia	Encuestas	Simple verificación	trimestral	Investigador	Impresiones con fallas o poco entendibles
A2	2 productos (presentaciones) De buena calidad multimedia	Junta Parroquial	Encuestas	Simple verificación	semestral	Investigador	Negación de información para la presentación
A3	Mostrar mapa de la Parroquia en el CD interactivo	Junta Parroquial	Entrevistas	Simple verificación	trimestral	Investigador	Autorización negada por las autoridades
A4	Consulta estadística de aceptación en un 65%	Comerciantes	Investigación	Simple verificación	bimestral	Investigador	Nivel económico demasiado

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

							bajo
A5	75% más de Interés en la información para el grupo objetivo	Parroquia	Investigación	Simple verificación	bimestral	Investigador	Material poco profesional

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.01 Antecedente de la herramienta de perfil

Multimedia

Historia del Diseño

La definición de la profesión del diseñador gráfico es más bien reciente, en lo que se refiere a su preparación, su actividad y sus objetivos. Aunque no existe consenso acerca de la fecha exacta en la que nació el diseño gráfico, algunos lo datan durante el período de entre guerras. Otros entienden que comienza a identificarse como tal para finales del siglo XIX.

Puede argumentarse que comunicaciones gráficas con propósitos específicos tienen su origen en las pinturas rupestres del Paleolítico y en el nacimiento del lenguaje escrito en el tercer milenio a. de C. Pero las diferencias de métodos de trabajo, ciencias auxiliares y formación requerida son tales que no es posible identificar con claridad al diseñador gráfico actual con el hombre de la prehistoria, con el xilógrafo del siglo XV o con el litógrafo de 1890.

La diversidad de opiniones responde a que algunos consideran como producto del diseño gráfico a toda manifestación gráfica y otros solamente a aquellas que surgen como resultado de la aplicación de un modelo de producción industrial; es decir, aquellas manifestaciones visuales que han sido "proyectadas" contemplando necesidades de diversos tipos: productivas, simbólicas, ergonómicas, contextuales, etc.

Antecedentes

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

El libro de Kells — Una Biblia manuscrita profusamente ilustrada, realizada por monjes irlandeses del siglo IX E.C.— es para algunos un muy hermoso y temprano ejemplo del concepto de diseño gráfico. Se trata de una manifestación gráfica, de gran valor artístico, de altísima calidad, y que incluso sirve de modelo para aprender a diseñar —pues incluso supera en calidad a muchas de las producciones editoriales actuales—, y además desde un punto de vista funcional contemporáneo esta pieza gráfica responde al conjunto de necesidades planteadas al equipo de personas que lo realizó, no obstante otros opinan que no sería producto del diseño gráfico, pues entienden que su concepción no se ajusta a la idea del proyecto de diseño gráfico actual.

La historia de la tipografía —y por carácter transitivo, también la historia del libro— está estrechamente vinculada a la del diseño gráfico; esto puede ser así porque prácticamente no existen diseños gráficos en los que no se incluyan elementos gráficos de este tipo. De ahí que cuando se habla de la historia del diseño gráfico, también se cita la tipografía de la columna trajana, las miniaturas medievales, la imprenta de Johannes Gutenberg, la evolución de la industria del libro, los afiches parisinos, el Movimiento de Artes y Oficios (Arts and Crafts), William Morris, la Bauhaus, etc."

La introducción de los tipos móviles por Johannes Gutenberg hizo a los libros más baratos de producir, además de facilitar su difusión. Los primeros libros impresos (incunables) marcaron el modelo a seguir hasta el siglo XX. El diseño gráfico de esta época se ha llegado a conocer como Estilo Antiguo (especialmente la tipografía que estos primeros tipógrafos usaron) o Humanista, debido a la escuela filosófica predominante de la época.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Tras Gutenberg, no se vieron cambios significativos hasta que a finales del siglo XIX, específicamente en Gran Bretaña, se hizo un esfuerzo por crear una clara división entre las Bellas Artes y las Artes Aplicadas.

Figura N° 6



Siglo XIX

Primera página del libro *The Nature of Gothic* de John Ruskin, editado por la imprenta Kelmscott. El Arts and Crafts proponía revivir el arte medieval, la inspiración en la naturaleza y el trabajo manual.

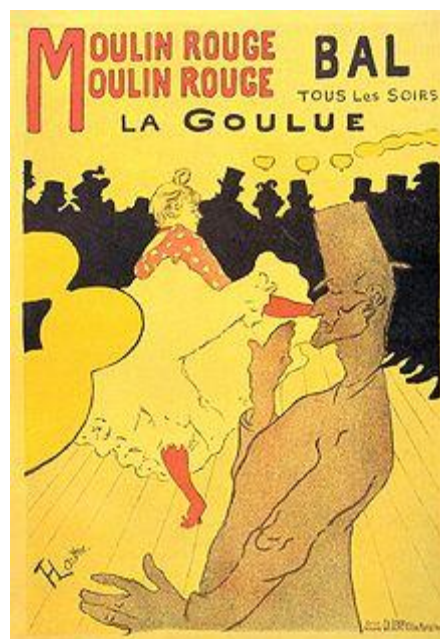
Durante el siglo XIX el diseño de mensajes visuales fue confiado alternativamente a dos profesionales: el dibujante o el impresor. El primero estaba formado como artista y el segundo como artesano, ambos frecuentemente en las mismas escuelas de artes y oficios.

Para el impresor tenía como arte el uso de ornamentos y la selección de fuentes tipográficas
“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

en sus composiciones impresas. El dibujante veía a la tipografía como un elemento secundario y prestaba más atención a elementos ornamentales e ilustrativos.

Entre 1891 y 1896, la imprenta Kelmscott de William Morris publicó algunos de los productos gráficos más significativos del Movimiento de Artes y Oficios (Arts and Crafts), y fundó un lucrativo negocio basado en el diseño de libros de gran refinamiento estilístico, vendiéndolos a las clases pudientes como objetos de lujo. Morris demostró que existía un mercado para los trabajos de diseño gráfico, estableciendo la separación del diseño con respecto a la producción y las bellas artes. El trabajo de la imprenta Kelmscott está caracterizado por su recreación de estilos históricos, especialmente medievales.

Figura N° 7



“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Primeras vanguardias

Cartel para el Moulin Rouge de París. Realizado por Henri de Toulouse-Lautrec con litografía en color en 1891. Gracias al Art Nouveau, el diseño gráfico cobró orden y claridad visual en la composición.

Isotipo de la Escuela de la Bauhaus. Fundada en 1919 por Walter Gropius, es considerada la cuna de la profesión del diseño.

Póster para el Dada Matinée. Realizado por Theo van Doesburg en enero de 1923. La organización tipográfica libre, expresa el espíritu del movimiento Dada, su irracionalidad, busca de la libertad y oposición al estado de las cosas y expresiones visuales de la época.

Diseño de la identidad corporativa para Lufthansa, por parte del Grupo de Desarrollo 5 de la HfG de Ulm. La escuela de Ulm fue un punto inflexión en la historia del diseño, ya que allí se perfiló la profesión del diseño mediante una metodología científica.

Diseño de pictogramas actuales, para el servicio de Parques Nacionales de los Estados Unidos. La idea de simplificar al máximo las formas en los símbolos se desarrolló durante la década de 1950.

El diseño de principios del siglo XX, al igual que las bellas artes del mismo periodo, fue una reacción contra la decadencia de la tipografía y el diseño de finales del siglo XIX.

El interés por la ornamentación y la proliferación de cambios de medida y estilo tipográfico en una misma pieza de diseño, como sinónimo de buen diseño, fue una idea que se mantuvo hasta fines del siglo XIX. El Art Nouveau, con su clara voluntad estilística fue un movimiento que aportó a un mayor orden visual en la composición. Si bien mantuvo un alto

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

nivel de complejidad formal, lo hizo dentro de una fuerte coherencia visual, descartando la variación de estilos tipográficos en una misma pieza gráfica.

Los movimientos artísticos de la segunda década del siglo XX y la agitación política que los acompañaba, generaron dramáticos cambios en el diseño gráfico. El Dada, De Stijl, Suprematismo, Cubismo, Constructivismo, Futurismo, y el Bauhaus crearon una nueva visión que influyó en todas las ramas de las artes visuales y el diseño. Todos estos movimientos se oponían a las artes decorativas y populares, así como también el Art Nouveau, que bajo la influencia del nuevo interés por la geometría evolucionó hacia el art déco. Todos estos movimientos aparecieron con un espíritu revisionista y transgresor en todas las actividades artísticas de la época. En este período también proliferaron las publicaciones y manifiestos, mediante los cuales los artistas y educadores mostraron sus opiniones.

Durante la década de 1930 se desarrollaron aspectos interesantes para la composición del diseño gráfico. El cambio de estilo gráfico fue trascendental porque muestra una reacción contra el organicismo y eclecticismo ornamentalista de la época y propone un estilo más despojado y geométrico. Este estilo, conectado con el constructivismo, el suprematismo, el neoplasticismo, el De Stijl y el Bauhaus, ejerció una influencia duradera e ineludible en el desarrollo del diseño gráfico del siglo XX. Otro elemento importante en relación a la práctica profesional, fue el creciente uso de la forma visual como elemento comunicacional. Este elemento apareció sobre todo en los diseños producidos por el Dada y el De Stijl.

El símbolo de la tipografía moderna es la tipografía sin serifa o de palo seco, inspirada por los tipos industriales de finales del siglo XIX. Destacan Edward Johnston, autor de la tipografía para el Metro de Londres, y Eric Gill.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Las escuelas de diseño

Jan Tschichold plasmó los principios de la tipografía moderna en su libro de 1928, *New Typography*. Más tarde repudió la filosofía que expone en esta obra, calificándola de fascista, pero continuó siendo muy influyente. Herbert Bayer, que dirigió desde 1925 hasta 1928 el taller de tipografía y publicidad en la Bauhaus, creó las condiciones de una nueva profesión: el diseñador gráfico. Él puso la asignatura de "Publicidad" en el programa de enseñanza incluyendo, entre otras cosas, el Análisis de los medios de publicidad y la Psicología de la publicidad. Cabe destacar que el primero en definir el término Diseño Gráfico fue el diseñador y tipógrafo William Addison Dwiggins en 1922.

Es así como Tschichold, Herbert Bayer, László Moholy-Nagy, y El Lisitski se convirtieron en los padres del diseño gráfico como lo conocemos hoy día. Fueron pioneros en las técnicas de producción y en los estilos que se han ido usando posteriormente. Hoy, los ordenadores han alterado drásticamente los sistemas de producción, pero el enfoque experimental que aportaron al diseño es más relevante que nunca el dinamismo, la experimentación e incluso cosas muy específicas como la elección de tipografías (la Helvética es un revival; originalmente era un diseño basado en la tipografía industrial del siglo XIX) y las composiciones ortogonales.

En los años siguientes el estilo moderno ganó aceptación, al tiempo que se estancaba.

Nombres notables en el diseño moderno de mediados de siglo son Adrián Frutiger, diseñador de las tipografías Univers y Frutiger; y Josef Müller-Brockmann, importante cartelista de los años cincuenta y sesenta.

"DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ"

Figura N° 8



La Hochschule für Gestaltung (HfG) de Ulm fue otra institución clave en el desarrollo de la profesión del diseñador gráfico. Desde su fundación, la HfG se distanció de una posible afiliación con la publicidad. Al comienzo, el departamento en cuestión se denominó Diseño Visual, pero rápidamente quedó claro que su objetivo actual era resolver problemas de diseño en el área de la comunicación de masas, en el año académico 1956/57 el nombre se cambió por el de Departamento de Comunicación Visual, según el modelo del Departamento de Comunicación Visual de la New Bauhaus en Chicago.^{2 3} En la HfG de Ulm, se decidió trabajar primordialmente en el área de la comunicación no persuasiva, en campos como el de los sistemas de signos de tráfico, planos para aparatos técnicos, o la traducción visual de un contenido científico. Hasta ese momento no se habían enseñado sistemáticamente esas áreas en ninguna otra escuela europea. A comienzos de los años 1970, miembros de la Bund Deutscher Grafik-Designer (Asociación de diseñadores gráficos alemanes), dieron a conocer varios rasgos de su identidad profesional, como en el caso de Anton Stankowski entre otros. Mientras que en 1962 la definición oficial de la profesión se orientaba casi exclusivamente a las actividades publicitarias, ahora se extendía hasta incluir áreas ubicadas bajo la rúbrica de la comunicación visual.⁴ Las imágenes corporativas elaboradas por el Grupo de Desarrollo ⁵ “DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

de la HfG de Ulm, como aquellas creadas para la firma Braun o para la compañía aérea Lufthansa fueron asimismo decisivas para esta nueva identidad profesional.

Gui Bonsiepe y Tomás Maldonado fueron dos de las primeras personas que intentaron aplicar al diseño ideas extraídas de la semántica. En un seminario realizado en la HfG de Ulm en 1956, Maldonado propuso modernizar la retórica, el arte clásico de la persuasión. Bonsiepe y Maldonado escribieron luego diversos artículos sobre semiótica y retórica para publicación inglesa Uppercase y la revista Ulm que resultarían un importante recurso para los diseñadores a esa área. Bonsiepe sugirió que era necesario contar con un sistema moderno de retórica, actualizado por la semiótica, como herramienta para describir y analizar los fenómenos de la publicidad. Por medio de esta terminología, podía exponerse la llamada "estructura omnipresente" de un mensaje publicitario.⁵

La idea de simplicidad como característica de buen diseño continuó presente por muchos años, no sólo en el diseño de alfabetos sino también en otras áreas. La tendencia de simplificar influyó todos los medios en la vanguardia del diseño en la década de 1950. En ese momento, se desarrolló el consenso de que simple, no sólo era equivalente de bueno, sino que también era equivalente de más legible. Una de las áreas más afectadas fue el diseño de símbolos. Los diseñadores se plantearon el problema de hasta qué punto se los podía simplificar sin destruir su función informativa. Sin embargo, recientes investigaciones, han demostrado que sólo la simplificación de formas de un símbolo no incrementa necesariamente su legibilidad.

Segundas vanguardias

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

La reacción a la cada vez mayor sobriedad del diseño gráfico fue lenta pero inexorable. Los orígenes de las tipografías postmodernas se remontan al movimiento humanista de los años cincuenta. En este grupo destaca Hermann Zapf, que diseñó dos tipografías hoy omnipresentes Palatino (1948) y Óptima (1952). Difuminando la línea entre las tipografías con serifa y las de palo seco y reintroduciendo las líneas orgánicas en las letras, estos diseños sirvieron más para ratificar el movimiento moderno que para rebelarse contra él.

Un hito importante fue la publicación del Manifiesto lo primero es lo primero (1964), que era una llamada a una forma más radical de diseño gráfico, criticando la idea del diseño en serie, carente de valor. Tuvo una influencia masiva en toda una nueva generación de diseñadores gráficos, contribuyendo a la aparición de publicaciones como la revista Emigre.

Otro notable diseñador de finales del siglo XX es Milton Glaser, que diseñó la inconfundible campaña I Love NY (1973), y un famoso cartel de Bob Dylan (1968). Glaser tomó elementos de la cultura popular de los sesenta y setenta.

Los avances de principios del siglo veinte fueron fuertemente inspirados por avances tecnológicos en impresión y en fotografía. En la última década del mismo siglo, la tecnología tuvo un papel similar, aunque esta vez se trataba de ordenadores. Al principio fue un paso atrás. Zuzana Licko comenzó a usar ordenadores para composiciones muy pronto, cuando la memoria de los ordenadores se medía en kilobytes y las tipografías se creaban mediante puntos. Ella y su marido, Rudy VanderLans, fundaron la pionera revista Emigre y la fundición de tipos del mismo nombre. Jugaron con las extraordinarias limitaciones de los ordenadores, liberando un gran poder creativo. La revista Emigre se convirtió en la biblia del diseño digital.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

David Carson es la culminación del movimiento contra la sobriedad y la constrictión del diseño moderno. Algunos de sus diseños para la revista Raygun son intencionadamente ilegibles, diseñados para ser más experiencias visuales que literarias.

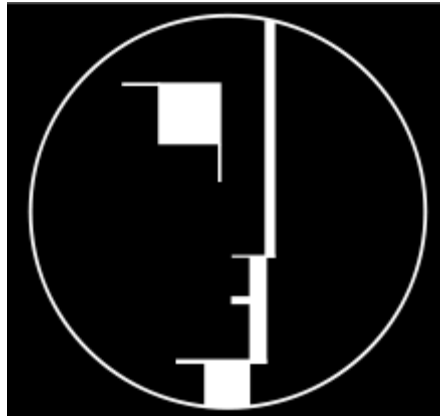
Actualidad

Hoy en día, gran parte del trabajo de los diseñadores gráficos es asistido por herramientas digitales. El diseño gráfico se ha transformado enormemente por causa de los ordenadores. A partir de 1984, con la aparición de los primeros sistemas de autoedición, los ordenadores personales sustituyeron de forma paulatina todos los procedimientos técnicos de naturaleza analógica por sistemas digitales. Por lo tanto los ordenadores se han transformado en herramientas imprescindibles y, con la aparición del hipertexto y la web, sus funciones se han extendido como medio de comunicación. Además, la tecnología también se ha hecho notar con el auge del teletrabajo y en especial del crowdsourcing o tercerización masiva, ha comenzado a intervenir en las modalidades de trabajo. Este cambio ha incrementado la necesidad de reflexionar sobre tiempo, movimiento e interactividad. Aun así, la práctica profesional de diseño no ha tenido cambios esenciales. Mientras que las formas de producción han cambiado y los canales de comunicación se han extendido, los conceptos fundamentales que nos permiten entender la comunicación humana continúan siendo los mismos.⁶

Herramientas digitales para el diseño gráfico

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Figura N° 9



Durante la última década ha cambiado por completo el proceso de producción editorial, y como se preparan los textos y gráficos que constituyen las publicaciones impresas o digitales. Los sistemas digitales se han impuesto por completo.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

5.2 DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA

Los programas que son la esencia de la auto edición —o composición digital de documentos— son:

1- Los programas de composición de página, como Indesign, QuarkXpress o Scribus. Pretenden hacer lo mismo algunas alternativas más domésticas como el Publisher de Microsoft o Serif PagePlus. 2- Aplicaciones de ilustración (o dibujo vectorial) como Illustrator, CorelDraw, Inkscape o Freehand. 3- Utilidades de tratamiento de imágenes y fotografías, como Photoshop o Gimp.

Adobe Photoshop

Adobe Photoshop es el programa de diseño gráfico más vendido de todo el mundo, en más de 100 idiomas. En su plataforma ofrece diversas herramientas muy específicas para poder editar cada elemento de una imagen digital. Este programa forma parte del paquete de Adobe denominado Adobe Creative Suite, que a su vez contiene también el Illustrator, InDesign, Flash, Acrobat Pro, Dreamweaver, entre otras herramientas útiles. Este software se utiliza principalmente para realizar retoques fotográficos, pero también es muy usado para la realización de diseños web, y para la creación de cualquier tipo de diseño gráfico que puede incluir una tarjeta de presentación o un panfleto.

Basecamp

Este es un proyecto muy interesante, en el que se puede participar en trabajos grupales, debido a que este es uno de los organizadores de tareas más eficaces que hay actualmente en Internet. Basecamp es muy utilizado por empresas que se dedican al diseño gráfico, ya que un

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

conjunto de personas puede descargar, editar y subir al mismo sitio archivos de un proyecto que se esté realizando.

URL2PNG

Esta herramienta es útil para ordenadores con pantallas muy pequeñas, y esto permite apreciar como se ve un sitio web al completo. Gracias a esta herramienta únicamente tendremos que brindar la dirección del sitio web que necesitemos hacer una captura de pantalla, y obtendremos una imagen total del sitio en formato .PNG. Es una aplicación web muy útil para los diseñadores gráficos que se dediquen a elaborar diseños de páginas web, ya que obtendrán una imagen preliminar sin importar el sistema operativo o el navegador que estén utilizando.

Pixie

Este es un programa que sirve como selector de color para todos los ordenadores que tengan instalado alguna versión del sistema operativo de Microsoft, Windows, entre otros.

De hecho, estos últimos años se ha dado una tendencia a engordar estos programas, añadiendo prestaciones, de modo que pueden llevar a cabo tareas de casi las tres bases de la auto edición comentadas. La consecuencia principal ha sido la aparición de programas, innecesariamente complicados, devoradores de recursos y lentos, que a veces hacen añorar las primeras versiones, más rápidas simples y fiables, y con un mejor enfoque en trabajos específicos.

Las reglas básicas del diseño son aplicables también al diseño digital. La simplicidad, consistencia, una buena composición, son una garantía de buenos resultados, como lo eran antes de la invención de los ordenadores. Dentro de la nueva era digital, tanto en el campo de "DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ"

la fotografía cómo en el diseño gráfico, cada vez se utilizan más las nuevas tecnologías, la informática, los ordenadores y los equipos digitales en general.

Otros programas de diseño gráfico

En los últimos años han surgido numerosos programas de diseño gráfico dada la popularización de la informática con la llegada de nuevos dispositivos como los teléfonos inteligentes y las tabletas digitales. Programas como Gimp o Pixlr se han convertido también en opciones interesantes. Se trata de programas de software libre cuyo uso se ha extendido debido a que son gratuitos

5.03 FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN

Multimedia

5.03.01 Planificación

5.03.01.01 Propósito

Creación de un Cd interactivo para promover el turismo en la Parroquia de Calacalí Ubicada en el Norte de Quito

5.03.01.02 Usuario

Los usuarios son todos los turistas ya sean nacionales o extranjeros, otros usuarios son los habitantes, es decir la Población de Calacalí

5.03.01.03 Herramientas

Las herramientas que vamos a utilizar son programas digitales como: Adobe Illustrator, Adobe flashplayer, Adobe Photoshop, Por otra parte las herramientas físicas que utilizaremos son :Cámara de fotos digital, grabadora, internet, libros, etc.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

5.03.02 Desarrollo

Tomando en cuenta el tema hemos realizado las investigaciones necesarias, para lograr un correcto desarrollo del proyecto, de esta manera obtendremos un Cd interactivo que nos ayude a manejar una mejor imagen y conseguir mejores resultados, acumulando información que posteriormente puede ser consultada y esta servirá de ayuda para el usuario, debemos tomar en cuenta que al desarrollar este proyecto no es el beneficio solo para uno, si no que es para toda una comunidad en general. El Cd interactivo se lo va a realizar acorde lo planificado con anterioridad.

5.03.02.01 Contenidos

El CD interactivo contendrá varias secciones y elementos en los cuales se podrá interactuar con varias opciones.

En las secciones tendremos galerías multimedia, videos, animaciones 3D, animaciones 2D.

En los elementos tendremos botones dinámicos, personajes para accionar y clips de audio.

5.03.02.02 Mapa de contenidos

Al acceder al CD interactivo un menú principal en el cual podremos elegir entre videos, galería de fotos multimedia, historia, atractivos turísticos, información, interactuar con las características del CD, etc...

5.03.02.03 Diseño de interfaz

La imagen corporativa tendrá un estilo formal para demostrar seriedad en las presentaciones del mismo CD ya que va dirigido a personas mayores que se interesan por el turismo y buscan un lugar para relajarse.

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

5.03.02.04 Colores

Los colores que se utilizaran en el CD interactivo son el verde y el blanco, ya que estos colores pertenecen y representan a la Parroquia de Calacalí

5.03.02.05 Tipografías

Las tipografías que se utilizarán deben ser rectas y claras para poder atraer a los turistas también deben mostrar formalidad y seriedad, para empezar en el menú principal utilizaremos una Calisto MT bold, luego iremos buscando tipografías que combinen para los sub menus.

5.03.02.06 Botones

Para los botones del CD interactivo utilizaremos animaciones llamativas que atraigan a los usuarios de tal manera que no se aburran al explorar el contenido del CD.

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 Recursos

6.01.01 Recursos Tecnológicos

Los recursos tecnológicos que se han utilizado para realizar este proyecto son:

Una computadora con procesador i7, memoria ram de 8GB, y placa de video integrada.

Una cámara de fotos CASIO EXILIM de 14,1 MP HD.

Un micrófono adaptable a la cámara

También se ha utilizado programas como:

Adobe flash player 6.0

Adobe Photoshop 5.5

Adobe Illustrator 6.0

Internet

6.01.02 Recursos Humanos

Equipo de dirección y coordinación

Encargado del proyecto

Presidente de la Junta Parroquial

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Teniente político de la Parroquia

Tutor

Pobladores de la Parroquia

6.01.03 Recursos Económicos

Tiempo del analista.

Costo de estudio.

Costo del tiempo del personal.

Costo del tiempo.

Costo del desarrollo / adquisición.

Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.

Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de ella se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.

Los recursos financieros que han sido necesarios para realizar el proyecto han sido varios como gastos de impresiones, publicidad, alquiler de implementos necesarios para la investigación, compra de CD, gasolina los cuales se han obtenido con el apoyo de la familia

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

6.02 Presupuesto

Tabla N° 9

6.02.01 Gastos Operativos

N°	Detalle	Valor unitario	Valor total	Financiamiento
1	Impresiones	0.05\$	6.50\$	Propio
2	Anillado	1,25\$	2,50\$	Propio
3	Empastado/encolado	40.00\$	40.00\$	Propio
4	CD	6.00\$	6.00\$	Propio
5	Pasajes	25.00\$	25.00\$	Propio
6	Imprevistos	18.00\$	18.00\$	Propio
7	Luz		35.00\$	Propio
8	Teléfono	10.00\$	10.00\$	Propio
Total			143.00\$	

6.02.02 Aplicación del Proyecto

Tabla N° 10

Cantidad	Detalle	V. Unitario	Subtotal	12% IVA	TOTAL
1	Afiches	30		7.20%	60%
1	CD interactivo	160		19,20\$	134.40\$
1	Flyer	60		7.20\$	67.20\$
1	Dominio	20		2.40\$	22.40\$
Total					284.00\$

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

Tabla N° 11

6.03 Cronograma

N.-	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			mes	semana				
				1	2	3		4
1	Aprobación del tema del proyecto	Dirección de escuela	Oct	x				Dar el visto bueno para iniciar la investigación.
2	Desarrollo de los antecedentes de la propuesta	Sebastián Cordero	Oct		x			Definir de una manera correcta el contexto del problema
3	Desarrollo de análisis de involucrados	Sebastián Cordero	Nov.	x				Identificar el número exacto de involucrados utilizando mapeo y análisis
4	Elaboración de problemas y objetivos de la propuesta	Sebastián Cordero	Nov		x	x		Identificar los problemas y proponer objetivos para solucionarlos

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

5	Realizar análisis de alternativas del proyecto	Sebastián Cordero	Nov			x	x	Idear nuevas estrategias funcionales verificación de involucrados y supuestos.
6	Elaborar la propuesta, con el tema escogido	Sebastián Cordero	Dic ene	x	x	X	x	Realizar una propuesta que cumpla con los objetivos planteados con anterioridad
7	Desarrollar los aspectos administrativos	Sebastián Cordero	Feb			x	x	Identificar los recursos: humanos tecnológicos y financieros para obtener un presupuesto que es necesario para desarrollar el proyecto

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

8	Ejecutar el capítulo 7	Sebastián Cordero	Mar				x	Se sacarán conclusiones ,recomendaciones y anexos que puedan ser usados como buenas referencias.
9	Primer borrador	Sebastián Cordero	Mar				x	Se presentará el primer borrador de la tesis realizada para su aprobación final

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

CAPÍTULO VII: Conclusiones y Recomendaciones.

7.01 Conclusiones

- Podemos apreciar que la creación del CD interactivo es una acción factible para conseguir interés sobre nuestro grupo objetivo.
- Mediante el desarrollo del proyecto tomamos en cuenta que es una forma nueva para promover el turismo en la Parroquia de Calacalí
- Al realizar el proyecto nos podemos dar cuenta cuales han sido las debilidades que afectan el turismo en la parroquia de Calacalí
- Se ha llegado a la conclusión que para un impacto realmente grande se necesita un gran apoyo económico.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda ir actualizando el CD interactivo conforme vaya creciendo la Parroquia de Calacalí
- Se debe realiza más publicidad en todo tipo de medios que llegue al grupo objetivo
- Realizar mantenimiento de los atractivos turisticos de la parroquia de Calacalí para un mejor estado y una mejor estética

“DISEÑO MULTIMEDIA, PARA LA COMUNIDAD. CREACIÓN DE UN CD INTERACTIVO PARA PROMOVER EL TURISMO DE LA PARROQUIA DE CALACALÍ”

- **7.03 Referencias Bibliográficas**

- <http://www.quito.com.ec/parroquias>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Calacalí>
- <https://sites.google.com/a/calacali.gob.ec/junta-parroquial-de-calacali>