



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y**  
**TECNOLOGÍAS**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO**

**Desarrollo de paletas cromáticas con base a fotografías de los paisajes  
de la provincia de Chimborazo**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Diseño Gráfico**

**AUTOR:**

Lozano Yumi Juan Sebastián

**DIRECTOR DE TESIS:**

MsC. Jorge Enrique Ibarra Loza

**RIOBAMBA, ECUADOR, 2022**

## DECLARATORIA DE LA AUTORÍA

Yo, Juan Sebastian Lozano Yumi, con el número de cedula 0604366781, egresado de la Universidad Nacional de Chimborazo de la facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, en la carrera de Licenciatura en Diseño Grafico, declaro libre y voluntariamente que la responsabilidad del contenido de la presente tesis titulada: **“DESARROLLO DE PALETAS CROMÁTICAS CON BASE A FOTOGRAFÍAS DE LOS PAISAJES DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, me corresponde exclusivamente.



---

Sebastian Lozano Yumi

0604366781

## **DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR**

Certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención de Licenciado en Diseño Gráfico con el tema: “**DESARROLLO DE PALETAS CROMÁTICAS CON BASE A FOTOGRAFÍAS DE LOS PAISAJES DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**”. El mismo que ha sido elaborado por **LOZANO YUMI JUAN SEBASTIAN**, con el asesoramiento permanente de mí persona en calidad de tutor.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad de autoría de ha sido dirigido y revisado durante el proceso de investigación, cumple con todos los requisitos metodológicos y los requerimientos esenciales exigidos por las normas generales, para la graduación; en virtud autorizo la presentación de este para su calificación correspondiente.



Firmado electrónicamente por:

**JORGE  
ENRIQUE**

---

**MG. JORGE ENRIQUE IBARRA LOZA**

Director del Proyecto

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación de título: **“DESARROLLO DE PALETAS CROMÁTICAS CON BASE A FOTOGRAFÍAS DE LOS PAISAJES DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”** presentado por: **LOZANO YUMI JUAN SEBASTIAN**, y dirigida por el: **MG. JORGE ENRIQUE IBARRA LOZA**, expresan que: una vez revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas y remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Educación Humanas y Tecnologías de la Universidad Nacional de Chimborazo. Para constancia de lo expuesto firman:

Arq. William Javier Quevedo Tumailli Mgs.

**Presidente del Tribunal**



Firmado electrónicamente por:  
**WILLIAM JAVIER  
QUEVEDO  
TUMAILLI**

---

Firma

Mgs. Patricia Alejandra Avalos Espinoza

**Director del Tribunal**



Firmado electrónicamente por:  
**PATRICIA  
ALEJANDRA AVALOS  
ESPINOZA**

---

Firma

Mgs. Pablo Xavier Rosas Chávez

**Miembro del Tribunal**



Firmado electrónicamente por:  
**PABLO XAVIER  
ROSAS CHAVEZ**

---

Firma



## CERTIFICACIÓN

Qué, **LOZANO YUMI JUAN SEBASTIÁN** con C.C. 0604366781; estudiante de la Carrera de **DISEÑO GRÁFICO NO VIGENTE**, Facultad de **CIENCIAS DE LA EDUCACION HUMANAS Y TECNOLOGIAS**, ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado “**DESARROLLO DE PALETAS CROMÁTICAS CON BASE A FOTOGRAFÍAS DE LOS PAISAJES DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**” cumple con el 2%, de acuerdo al reporte del sistema Anti-plagio **OURIGINAL**, porcentaje aceptado de acuerdo con la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 27 de julio de 2022



Firmado electrónicamente por:

**JORGE  
ENRIQUE**

---

MsC. Jorge Enrique Ibarra Loza  
**TUTOR(A) TRABAJO DE INVESTIGACION**

## **DEDICATORIA**

Principalmente a Dios que nos dio la oportunidad de vivir y de regalarnos una familia maravillosa.

La presente investigación va dedicada a mi familia, pues el incondicional apoyo de mis padres: Juan Lozano y Marcia Yumi me ha permitido alcanzar un peldaño más de mi vida profesional; gracias por educarme y convertirme en la persona que soy.

A mis hermanos: Michael Lozano y Adriana Lozano que me brindan su respeto y su cariño, gracias por estar siempre a mi lado apoyándome incondicionalmente.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, a Dios quién ha permitido hacer realidad el sueño de todo estudiante;  
terminar su carrera Universitaria y ser un profesional.

Agradezco a mi tutor de tesis Máster Jorge Enrique Ibarra Loza, quien, gracias a su conocimiento, experiencia, y motivación ha servido de guía en la culminación de mi trabajo de investigación. También a los profesores que me formaron durante toda mi vida estudiantil.

## INDICE DE CONTENIDOS

**DECLARATORIA DE LA AUTORÍA**

**DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR**

**CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

**CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO**

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTO**

**RESUMEN**

**ABSTRACT**

|  |    |
|--|----|
| <b>CAPÍTULO I</b> .....  | 19 |
| 1. Introducción .....  | 19 |
| 1.1. Planteamiento problémico.....                               | 20 |
| 1.2. Objeto de estudio .....                                     | 21 |
| 1.3. Delimitación del objeto de estudio.....                     | 22 |
| 1.3.1. Temporal .....  | 22 |
| 1.3.2. Geográfico .....  | 22 |
| 1.4. Preguntas científicas .....                                 | 22 |
| 1.5. Objetivos .....   | 23 |
| 1.5.1. Objetivos Generales .....                                 | 23 |
| <b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....                          | 24 |
| 2. Antecedentes .....  | 24 |
| 2.1. Estado del arte .....                                       | 26 |
| 2.1.1. Paletas cromáticas el diseñador.....                      | 27 |
| 2.2. Fundamentación Teórica.....                                 | 32 |
| 2.2.1. Teoría del color .....                                    | 32 |
| 2.2.3. Propiedades del color .....                               | 33 |
| 2.2.4. Armonía del color .....                                   | 33 |
| 2.2.5. Tipos de armonía.....                                     | 34 |
| 2.2.6. Psicología del color .....                                | 34 |
| 2.2.7. Significados, códigos y uso cultural de los colores ..... | 35 |
| 2.2.8. Paletas Cromáticas .....                                  | 37 |

|                                 |   |    |
|---------------------------------|---|----|
| 2.2.9.                          | Triada de colores .....   | 37 |
| 2.3.                            | Creando una paleta de color .....                                       | 38 |
| 2.3.1.                          | Generadores de paletas de color.....                                    | 38 |
| 2.3.1.1.                        | <i>Color Hexa</i> .....   | 39 |
| 2.3.1.2.                        | <i>Adobe Color CC</i> .....   | 39 |
| 2.3.1.3.                        | <i>Color Hunt</i> .....   | 40 |
| 2.3.1.4.                        | <i>Color Lovers</i> .....   | 41 |
| 2.4.                            | Retícula y composición .....  | 41 |
| 2.5.                            | Uso de las paletas cromáticas.....                                      | 42 |
| 2.6.                            | Paisajismo .....  | 43 |
| 2.7.                            | Fotografía .....  | 43 |
| 2.7.1.                          | Tipos de retículas aplicadas en la fotografía .....                     | 44 |
| 2.7.1.2.                        | Ley de los tercios .....  | 45 |
| 2.7.1.3.                        | Regla del horizonte .....   | 46 |
| 2.7.2.                          | Tipos de fotografía .....   | 47 |
| 2.7.2.2.                        | Fotografía de Arquitectura .....  | 48 |
| 2.7.2.3.                        | Fotografía Publicitaria .....   | 49 |
| 2.7.2.4.                        | Fotografía Artística.....   | 50 |
| 2.7.2.5.                        | Fotografía Naturaleza Muerta (Bodegones) .....                          | 51 |
| 2.7.2.6.                        | Fotografía reportaje .....  | 52 |
| CAPITULO III: METODOLOGÍA ..... |   | 56 |
| 3.                              | Enfoque, métodos, tipos y diseño de investigación .....                 | 56 |
| 3.1.                            | Tipo de investigación .....   | 56 |
| 3.2.                            | Enfoque Metodológico.....   | 56 |
| 3.3.                            | Métodos.....  | 57 |
| 3.3.1.                          | Método Analítico - Sintético.....                                       | 57 |
| 3.3.2.                          | Método Descriptivo.....   | 57 |
| 3.3.3.                          | Método Proyectual: .....  | 57 |
| 3.3.4.                          | Tipo de Investigación.....  | 58 |
| 3.4.                            | Población y Muestra: .....  | 58 |
| 3.4.1.                          | Universo de estudio.....  | 59 |
| 3.4.2.                          | Muestra.....  | 59 |
| 3.5.                            | Técnicas de Investigación utilizadas para la recolección de datos ..... | 60 |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.5.1. Técnicas .....  | 60        |
| 3.5.2. Instrumentos.....   | 60        |
| 3.6. Diseño General de la investigación.....   | 61        |
| <b>CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSION DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>   | <b>63</b> |
| 4. Diagnostico situacional y fundamentación de la creación del catálogo fotográfico .....                          | 63        |
| 4.1. Interpretación de la encuesta.....  | 63        |
| 4.2. Interpretación de la entrevista .....   | 84        |
| <b>CAPÍTULO V: PROPUESTA.....</b>  | <b>89</b> |
| 5. Ejecución del proyecto.....   | 89        |
| 5.1. Causa primera (necesidad), cliente y entorno .....  | 89        |
| 5.2. Causa formal (Fundamentación teórica).....  | 90        |
| 5.2.1. Tendencia .....   | 90        |
| 5.3. Métodos de creación de paletas cromáticas .....   | 92        |
| 5.3.1. Generación de fotografías basadas en los paisajes de la provincia de Chimborazo .....                       | 92        |
| 5.4. Métodos de obtención del color .....  | 105       |
| 5.4.1. Método 1: Colores dominantes .....  | 105       |
| 5.4.2. Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color</i> .....  | 107       |
| 5.5. Análisis de obtención de paletas cromáticas de acuerdo con el análisis cuantitativo de píxeles de color ..... | 108       |
| 5.6. Comparación de procesos de creación de paletas de color de acuerdo con los métodos propuestos.....            | 116       |
| 5.7. Justificación los principios del buen diseño.....   | 128       |
| 5.8. Generación de las paletas cromáticas.....   | 128       |
| 5.9. Estructura compositiva.....   | 133       |
| 5.10. Causa técnica.....   | 135       |
| 5.11. Dimensión del producto editorial.....  | 135       |
| 5.12. Concepción de posición del texto .....   | 136       |
| 5.13. Cromática .....  | 137       |
| 5.14. Uso de tipografía.....   | 140       |
| 5.15. Generación del producto final.....   | 140       |
| 5.16. Pieza final.....   | 141       |

|  |     |
|--|-----|
| CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....    | 143 |
| 6. Conclusiones .....                                | 143 |
| 7. Recomendaciones.....                              | 145 |
| 8. Anexos .....                                      | 146 |
| Fotografías del proceso .....                        | 156 |
| Realización de la entrevista .....                   | 156 |
| Realización del catálogo de paletas cromáticas ..... | 156 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....                     | 158 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 2-1: Pantone verde.....  | 29 |
| Figura 2-2: Pantone azul.....   | 29 |
| Figura 2-3: Pantone amarillo.....   | 30 |
| Figura 2-4: Pantone Naranja.....  | 30 |
| Figura 2-5: Pantone rojo.....   | 31 |
| Figura 2-6: Pantone violeta.....  | 31 |
| Figura 2-7: Triada de color.....  | 38 |
| Figura 2-8: Software <i>Color Hexa</i> .....  | 39 |
| Figura 2-9: <i>Adobe Color CC 2020</i> .....  | 39 |
| Figura 2-10: <i>Color Hunt</i> .....  | 40 |
| Figura 2-11: <i>Color Lovers</i> .....  | 41 |
| Figura 2-12: Ley del centro del interés.....  | 45 |
| Figura 2-13: Ley de los tercios.....  | 46 |
| Figura 2-14: Regla del horizonte.....   | 47 |
| Figura 2-15: Retrato.....   | 48 |
| Figura 2-16: Fotografía de Arquitectura.....  | 49 |
| Figura 2-17: Fotografía Publicitaria.....   | 50 |
| Figura 2-18: Fotografía Artística.....  | 51 |
| Figura 2-19: Naturaleza Muerta (Bodegones).....   | 52 |
| Figura 2-20: Foto reportaje.....  | 53 |
| Figura 2-21: Foto paisaje.....  | 54 |
| Figura 4-1: Pregunta N° 1: Ruta de las Iglesias - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.....          | 64 |
| Figura 4-2: Pregunta N° 2: Rutas histórico-patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación..... | 66 |
| Figura 4-3: Pregunta N°3: Ruta de los museos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.....             | 68 |
| Fuente: Figura 4-4.....   | 69 |
| Figura 4-5: Pregunta N°4: Ruta de recreación nocturna - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.....    | 70 |
| Figura 4-6: Pregunta N°5: Ruta de turismo rural - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.....          | 72 |

|  |     |
|--|-----|
| Figura 4-7: Pregunta N°6: Ruta del turismo Comunitario - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.....      | 74  |
| Figura 4-8: Pregunta N°7: Ruta de las huecas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación. ....               | 76  |
| Figura 4-9: Pregunta N°8: Parques y plazas patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.....    | 78  |
| Fuente: Figura 4-10:.....  | 78  |
| Figura 4-11: Pregunta N°9: Parques recreativos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación. ....             | 79  |
| Fuente: Figura 4-12.....   | 79  |
| Figura 4-13: Pregunta N°10: Ruta de los Volcanes y montañas- Seleccione cuál considera relevante para la investigación. .... | 81  |
| Fuente: Figura 4-14.....   | 81  |
| Figura 4-15: Pregunta N°11: Ruta de las lagunas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación. ....            | 83  |
| Fuente: Figura 4-16.....   | 83  |
| Figura 5-1: Método 1: Colores dominantes .....   | 106 |
| Figura 5-2: Obtención de imagen original para el método 1: Colores dominantes .....  | 107 |
| Figura 5-3: Método 2: Colores por zonas con <i>Adobe Color</i> .....   | 108 |
| Figura 5-4: Obtención de paleta cromática 1 .....  | 109 |
| Figura 5-5: Obtención de paleta cromática 2.....   | 109 |
| Figura 5-6: Obtención de paleta cromática 3.....   | 110 |
| Figura 5-7: Obtención de paleta cromática 4.....   | 111 |
| Figura 5-8: Obtención de paleta cromática 5.....   | 111 |
| Figura 5-9: Obtención de paleta cromática 6.....   | 112 |
| Figura 5-10: Obtención de paleta cromática 1 .....   | 113 |
| Figura 5-11: Obtención de paleta cromática 8.....  | 113 |
| Figura 5-12: Obtención de paleta cromática 9.....  | 114 |
| Figura 5-13: Obtención de paleta cromática 10.....   | 115 |
| Figura 5-14: Obtención de paleta cromática 11.....   | 115 |
| Figura 5-15: Obtención de paleta cromática 12.....   | 116 |
| Figura 5-16: Método 1: Colores dominantes 1 .....  | 116 |
| Figura 5-17: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color</i> 1 .....  | 117 |

|  |     |
|--|-----|
| Figura 5-18: Método 1: Colores dominantes 2 .....                                    | 118 |
| Figura 5-19: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color 2</i> .....                | 118 |
| Figura 5-20: Método 1: Colores dominantes 3 .....                                    | 119 |
| Figura 5-21: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color 3</i> .....                | 119 |
| Figura 5-22: Método 1: Colores dominantes 4 .....                                    | 120 |
| Figura 5-23: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color 4</i> .....                | 120 |
| Figura 5-24: Método 1: Colores dominantes 5 .....                                    | 121 |
| Figura 5-25: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color 5</i> .....                | 121 |
| Figura 5-26: Método 1: Colores dominantes 6 .....                                    | 122 |
| Figura 5-27: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color 6</i> .....                | 122 |
| Figura 5-28: Método 1: Colores dominantes 7 .....                                    | 123 |
| Figura 5-29: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color 7</i> .....                | 123 |
| Figura 5-30: Método 1: Colores dominantes 8 .....                                    | 124 |
| Figura 5-31: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color 8</i> .....                | 124 |
| Figura 5-32: Método 1: Colores dominantes 9 .....                                    | 125 |
| Figura 5-33: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color 9</i> .....                | 125 |
| Figura 5-34: Método 1: Colores dominantes 10 .....                                   | 126 |
| Figura 5-35: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color 10</i> .....               | 126 |
| Figura 5-36: Método 1: Colores dominantes 11 .....                                   | 127 |
| Figura 5-37: Método 2: Color por zonas con <i>Adobe Color 11</i> .....               | 127 |
| Figura 5-38: Generación de bodegones fotográficos .....                              | 129 |
| Figura 5-39: <i>software</i> de tratamiento fotográfico <i>Adobe Photoshop</i> ..... | 129 |
| Figura 5-40: Edición de la fotografía en <i>software Photoshop</i> .....             | 130 |
| Figura 5-41: Fotografía editada en el software .....                                 | 130 |
| Figura 5-42: Ingreso al <i>software Adobe Color</i> .....                            | 131 |
| Figura 5-43: Pantalla principal de <i>Adobe Color</i> .....                          | 132 |
| Figura 5-44: Generación de paleta cromática en <i>Adobe Color</i> .....              | 132 |
| Figura 5-45: Estructura compositiva de contenido .....                               | 133 |
| Figura 5-46: Estructura compositiva de paletas cromáticas .....                      | 134 |
| Figura 5-47: Dimensión del producto editorial .....                                  | 135 |
| Figura 5-48: Concepción de posición del texto .....                                  | 136 |
| Figura 5-49: Uso cromático en propuesta final .....                                  | 137 |
| Figura 5-50: Uso cromático interno .....   | 138 |

|  |     |
|--|-----|
| Figura 5-51: Uso cromático de acuerdo con el estilo de diseño .....                    | 139 |
| Figura 5-52: Familia tipográfica Raleway .....   | 140 |
| Figura 5-53: <i>Software</i> para la creación del catálogo de paletas cromáticas ..... | 141 |
| Figura 5-54: Catálogo de paletas cromáticas portada y contenido interno .....          | 142 |
| Figura 5-55: Catálogo de paletas cromáticas contra portada y contenido interno .....   | 142 |
| Figura 8-1: Guía de encuesta .....   | 146 |
| Figura 8-2: Guía de entrevista .....   | 155 |
| Figura 8-3: Realización de la entrevista .....   | 156 |
| Figura 8-4: Realización del catálogo de paletas cromáticas .....                       | 156 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 4-1: Pregunta N° 1: Ruta de las Iglesias - Seleccione cuál considera relevante para la investigación. ....            | 64 |
| Tabla 4-3: Pregunta N° 2: Rutas histórico-patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.....    | 66 |
| Tabla 4-5: Pregunta N°3: Ruta de los museos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación. ....               | 68 |
| Tabla 4-6: Pregunta N°4: Ruta de recreación nocturna - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.....       | 70 |
| Tabla 4-8: Pregunta N°5: Ruta de turismo rural - Seleccione cuál considera relevante para la investigación. ....            | 72 |
| Tabla 4-10: Pregunta N°6: Ruta del turismo Comunitario - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.....     | 73 |
| Tabla 4-12: Pregunta N°7: Ruta de las huecas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación. ....              | 75 |
| Tabla 4-14: Pregunta N°8: Parques y plazas patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.....   | 77 |
| Tabla 4-15: Pregunta N°9: Parques recreativos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación. ....             | 79 |
| Tabla 4-16: Pregunta N°10: Ruta de los Volcanes y montañas- Seleccione cuál considera relevante para la investigación. .... | 80 |
| Tabla 4-17: Pregunta N°11: Ruta de las lagunas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación. ....            | 83 |
| Tabla 5-1: Matrices combinatorias para creación del catálogo .....  | 91 |
| Tabla 5-2: Obtención de fotografías .....   | 93 |

## RESUMEN

Actualmente la mayoría de los artistas visuales tienen problemas de concepción sobre la significación del color, por lo que, en la investigación se muestra el proceso de creación de paletas cromáticas con base a fotografías de los paisajes, para desarrollar la identidad visual de la provincia de Chimborazo. Abordando el problema principal, se aplican instrumentos de investigación, además se extrae información de fuentes primarias y secundarias que sirven para obtener datos específicos para el desarrollo de la propuesta gráfica final basada en paletas cromáticas. Se define un tipo de investigación descriptiva/explicativa con un enfoque mixto de acuerdo con los requerimientos investigativos. Por ello se ha recopilado información sobre las paletas cromáticas las cuales se apoyan de las fotografías específicas y de esta forma describir todos sus componentes principales de la realidad e intentar encontrar la relación y funcionamiento específico dentro del mundo visual.

Por lo tanto, partiendo de los antecedentes teóricos y prácticos se puede deducir que los procesos de obtención de paletas cromáticas son muy limitados ya que no se obtiene de forma específica paletas propias de la provincia de Chimborazo para aplicar dentro de medios digitales o impresos con un código de color específico. Para ello se propone un catálogo de paletas cromáticas con base a fotografías de los paisajes de la provincia de Chimborazo en la que se pueda evidenciar una variedad de colores propios del lugar, por lo que es conveniente destacar la importancia de este proyecto para generar identidad a través de la innovación cromática propuesta permitiendo una tipología de diseño personalizada.

**Palabras claves:** paletas, cromática, paisajes, fotografía, diseño.

## ABSTRACT

Currently, most visual artists have conception problems about the meaning of color, so the research shows the process of creating color palettes based on photographs of landscapes to develop the visual identity of the province of Chimborazo. , Some research instruments are applied to address the main problem. In addition, information is extracted from primary and secondary sources to obtain specific data for the final graphic proposal development based on color palettes. A type of descriptive/explanatory research with a mixed approach is defined according to the research requirements. For this reason, information has been compiled on the color palettes, which are supported by specific photographs and describe all its main components of reality and try to find the relationship and specific functioning within the visual world.

Therefore, based on the theoretical and practical background, it can be deduced that the processes for obtaining color palettes are minimal since palettes from the province of Chimborazo are not specifically obtained to apply within digital or printed media with a specific color code. For this, a catalog of color palettes is proposed based on photographs of the landscapes of the province of Chimborazo in which a variety of colors typical of the place can be evidenced, so it is convenient to highlight the importance of this project to generate identity to through the proposed chromatic innovation allowing a personalized design typology.

**Keywords:** Palettes, color, landscapes, photography, design.



Firmado electrónicamente por:  
**MARCELA  
PATRICIA  
GONZALEZ  
ROBALINO**

Reviewed by:

Mgs. Marcela González Robalino

**English Professor**

c.c. 0603017708

# CAPÍTULO I

## 1. Introducción

En la presente investigación se describe el proceso de obtención de paletas cromáticas a partir de fotografías de paisajes de la provincia de Chimborazo, por lo que se establece un proceso de obtención de paletas para así determinar los atributos de cada paisaje y de esta forma crear una paleta cromática funcional para diferentes soportes digitales y físicos y de esta forma generar identidad específica de acuerdo con cada paisaje expuesto en cada paleta.

En la naturaleza tenemos presente una gran gama de colores con los cuales se pueden generar una infinidad de paletas cromáticas que pueden ser aplicadas en distintos tipos de piezas gráficas. Con un adecuado análisis, se podrán crear paletas cromáticas orientadas a distintos tipos de *target*, agrupaciones con distintos tipos de intereses, por ejemplo: orientadas a jóvenes, niños, adultos, así como distintos objetivos: piezas publicitarias o gubernamentales.

La selección de una adecuada paleta cromática mejora la calidad en el diseño, y apoya la trasmisión de un mensaje. El color juega un papel importante para disuadir al usuario, generar emociones e influir en su psicología, para alcanzar el fin deseado. Muchas campañas publicitarias pueden ser fácilmente reconocidas únicamente por los colores empleados; esto juntamente con otros elementos conforman la base de partida para el reconocimiento o diferenciación de una tendencia, estilo, o marca.

El significado de los colores es trascendental, por lo tanto, el uso de generalizaciones no apoya al objetivo del diseñador respecto a su *target*. Entender el uso del color, la diferencia entre conceptos como: matiz, saturación y brillo, deben considerarse como un punto de partida fundamental. De esta manera, en el desarrollo del presente proyecto se aplicarán conocimientos de psicología del color, fotografía y composición.

La globalización de las tendencias de diseño debe ser revertido desde sus bases, considerando que la identidad y la autenticidad son características básicas de un

diseñador, y deben verse reflejadas como un sello inconfundible en cada uno de sus trabajos. Considerando que la fuente primaria del color es la naturaleza, la selección de atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo y la aplicación de un proceso técnico para la adecuada elección de colores, derivará a un proceso metodológico válido para la creación de paletas de color, que pueda ser replicado en otras investigaciones.

### **1.1. Planteamiento del problema**

¿Cómo desarrollar paletas cromáticas en base a fotografías de paisajes Andinos de la provincia de Chimborazo?

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la ley de turismo. Por tal razón los gobiernos seccionales dependientes y seccionales autónomos; ejercidos por la gobernación, los consejos provinciales, los concejos municipales, las juntas parroquiales y los organismos que determine la ley para la administración de las circunscripciones territoriales indígenas y afroecuatorianas; tienen entre sus principales responsabilidades y atribuciones el planificar actividades turísticas, así como también promocionar los principales atractivos turísticos del Ecuador. Contribuyendo al desarrollo económico de la zona a través del alojamiento local, consumo de productos autóctonos y visitando los proyectos solidarios que se llevan a cabo.

Luego de revisar los antecedentes, se pone en evidencia que existen varias estrategias de marketing aplicadas en la promoción de actividades turísticas en el Ecuador y específicamente en la ciudad de Riobamba. Sin embargo, no se realiza una correcta ejecución de las estrategias de diseño publicitario. Sumado a esto no existe un catálogo específico que muestre la diversidad cromática de los principales lugares turísticos de la provincia de Chimborazo. Por esta razón se ha propuesto desarrollar un catálogo (Ministerio de Turismo, 2015).

¿Qué es lo que queremos comunicar? Esa es la pregunta que esencial antes de comenzar a pensar en los detalles visuales que conforman una marca.

El significado de los colores el branding se puede expresar a través de la energía, diversión, juventud, confianza, seguridad, entre otras. A través de líneas, figuras,

texturas y tipografía podemos expresar y transmitir de que va nuestra marca, tal vez es moderna y divertida, ya que nos dirigimos a un público juvenil, lo que nos lleva a preguntarnos ¿cómo los colores representan estas características?, por lo que se propone la siguiente propuesta cromática que se utiliza como referencia para la realización de diferentes piezas gráficas, que contendrán alto grado de identidad propia del lugar seleccionado.

Además, con este proyecto se crea un catálogo cromático basado en fotografías de los paisajes de la Provincia de Chimborazo, de esta manera se genera una identidad propia del lugar o elemento que se quiere mostrar, estableciendo elementos cromáticos que se relacionen directamente con el lugar. Las paletas cromáticas obtenidas de esta investigación pueden ser aplicadas de forma directa en elementos virtuales y físicos dependiendo del contexto en el que se desarrollan.

La funcionalidad y aplicabilidad de las paletas cromáticas son validadas por expertos y estas deben ser: funcionales, armónicos y representativos de acuerdo con el objetivo seleccionado (Pérez, 2021).

## **1.2. Objeto de estudio**

La presente investigación plantea como objeto de estudio las paletas cromáticas como esfera de la realidad donde está inmerso el problema y donde es necesario profundizar para resolver el mismo, por lo que se propone un catálogo cromático con base a fotografías de los paisajes de la provincia de Chimborazo, el mismo que consiste en expresar de manera específica muestras de color basada en paisajes andinos, los mismos que permiten identificar un lugar, sentimiento e inclusive estado anímico a través de un elemento gráfico.

El catálogo describe una variedad cromática a partir de paisajes específicos de la provincia de Chimborazo, en el que se muestra de forma específica las muestras de color de cada lugar, se ha seleccionado de forma específica cada fotografía para realizar un procesamiento digital de imagen a través de un software para delimitar parámetros específicos de una paleta y de esta forma analizar específicamente cada imagen a través de muestras de color determinadas.

### **1.3. Delimitación del objeto de estudio**

Para desarrollar el objeto de estudio del presente proyecto es necesaria una delimitación clara y precisa, por ello se han definido 2 aspectos que se detallan a continuación:

#### **1.3.1. Temporal**

El catálogo de paletas cromáticas basado en fotografías de paisajes de la provincia de Chimborazo debe ser funcional y debe adaptarse a diferentes medios ya sean digitales o impresos.

Las paletas cromáticas se obtienen a partir de fotografías seleccionadas en donde se permitirá establecer características y atributos específicos de cada lugar.

#### **1.3.2. Geográfico**

El catálogo se realizará en la provincia de Chimborazo, en la que se selecciona paisajes específicos de acuerdo con lo obtenido en los instrumentos aplicados en la investigación.

### **1.4. Preguntas científicas**

¿Cuáles son los referentes teóricos y metodológicos que justifican la pertinencia de creación de un catálogo de paletas cromáticas basadas en fotografías de la provincia de Chimborazo, tomando en cuenta las exigencias actuales de creación de paletas cromáticas?

¿Cuál es el estado actual que caracteriza a la creación de un catálogo de paletas cromáticas basadas en fotografías de la provincia de Chimborazo, tomando en cuenta las exigencias actuales de creación de paletas cromáticas?

¿Cuáles son los parámetros específicos de la creación de un catálogo de paletas cromáticas basadas en fotografías de la provincia de Chimborazo, tomando en cuenta las exigencias actuales de creación de paletas cromáticas?

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Crear paletas cromáticas con base a fotografías de los paisajes, para desarrollar la identidad visual de la provincia de Chimborazo.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Teorizar la construcción del catálogo de paletas cromáticas, mediante la obtención de fotografías basadas en los paisajes de la provincia de Chimborazo.
- Identificar los paisajes naturales representativos de la provincia de Chimborazo a través de la captura y procesamiento de fotografías en formato RAW, con el fin de determinar las paletas específicas de cada lugar.
- Definir las paletas cromáticas en base a fotografías de paisajes de la provincia de Chimborazo, aplicando las propiedades cromáticas en base a la psicología del color para su uso digital o impreso.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2. Antecedentes

En la naturaleza está presente toda la gama cromática, los paisajes Andinos son abundantes en colores y en combinaciones; sin embargo, aquellos que predominan en ciertos territorios dependen de la flora y fauna existente, el clima, su posición geográfica e incluso de la existencia de elementos culturales y/o constructivos existentes (iglesias, edificios). Si se analiza la composición cromática de la vestimenta de los grupos étnicos del Ecuador, por ejemplo, pueden encontrarse que se basan en su cultura y cosmovisión. De esta manera el color y la identidad se encuentran íntimamente enlazados dentro de los rasgos culturales propios de cada región (Limonchi, 2016).

Según Levrero y Veirano en su tesis color, diseño y cultura El rol del color en identidades visuales de la órbita cultural y estatal del Uruguay, habla sobre el estudio del color desde diferentes disciplinas, abordando las ciencias biológicas, la neurología o la fisiología y estudios sobre percepción, teoría del arte o la comunicación. Trabajo que surge del interés por estudiar el uso del color en el diseño de comunicación visual; siendo una herramienta importante que utiliza el diseñador para dar forma y sentido a los mensajes que construye el diseñador en sus productos gráficos (Levrero & Veirano, 2015).

En la Tesis Análisis de procesos para la creación de imágenes anaglíficas, aplicado en un catálogo digital e impreso de los lugares más representativos de la ciudad de Riobamba; para ello se usa el método analítico, el cual se basa en recolectar información, resultados y conclusiones del proceso de creación de imágenes anaglíficas, las cuales son en dos dimensiones que permiten visualizar un efecto tridimensional.

El catálogo será digital e impreso; el programa de Adobe Photoshop cs5 y Flash serán los utilizados para elaborar el soporte digital, el medio que será impreso está diagramado y a la vez editado en el programa Adobe Ilustrador cs5, Photoshop e InDesign. El uso de diferentes herramientas de diseño como: cámaras profesionales, ordenadores e implementos fotográficos (Bautista & Morales, 2013).

Se tomarán 3 parámetros en la creación de la tesis, los cuales son: el análisis del diseño, el contenido y el nivel de aceptación de las imágenes anaglíficas. Dentro de la evaluación se representarán los porcentajes de aceptación que le da comunidad Riobambeña y los turistas. Como conclusión con el uso de las imágenes anaglíficas dentro de un catálogo sea digital o impreso se pueden mostrar los lugares más representativos e importantes de la ciudad de Riobamba, logrando así crear un impacto e interés en el público, hasta el punto de llegar a las Instituciones vinculadas con la conservación de las reminiscencias y el Turismo de Riobamba, para que esta información y material sean difundidos de forma gratis.

En la ciudad de Puyo se utilizó el Catálogo virtual para la web, en donde se presentaron 360 fotografías de los lugares turísticos de esta misma ciudad. Fue una investigación objetiva al diseño, para el desarrollo temático se consideró la opinión de los propietarios y usuarios de los atractivos turísticos y profesionales en el área, basándose en la metodología descriptiva, el análisis y síntesis de cada componente y variable involucradas se determinará la validez de la investigación; además del apoyo con encuestas y entrevistas.

Por medio de la página web se recrea un catálogo el cual es virtual de los lugares atractivos visitados con mayor frecuencia, las personas comunes, organismos estatales y hasta empresas virtuales pueden enriquecerse y motivarse a visitar la ciudad del Puyo, como por ejemplo: Centro de Rescate los Monos, Jardín Botánico Las Orquídeas, Parque Real de Aves Exóticas, Zoo Bioparque Yanacocha, Cotococha, Cascadas el Triunfo, Cascada Hola Vida, Cascada Encañado del Arco Iris, Mirador Indichuris, Nuevo Mundo (Ayala, 2019).

También dentro del proyecto del Catálogo virtual de los bienes patrimoniales del Museo Arqueológico “Paquita de Jaramillo” de la C.C.E.CH, se creó con el fin de dar a conocer, conservar y proteger los bienes patrimoniales para preservar su vida útil. La problemática principal es que el museo presenta una carencia de información digital histórica.

Se realizó un registro fotográfico y de observación, en donde se documentó 230 piezas en exhibición, en donde se presenta su estilo, rasgos y colores, los cuales fueron utilizados en la creación de identificadores y en la maquetación del catálogo. Cada cultura que en total fueron 14 fueron separadas por colores e identificadores seleccionados, por medio del método: modelos de procesos de software al desarrollo de aplicaciones hipermedia. Se utilizó un test de navegabilidad para validar las propuestas al 100%, con el fin de que se convierta en una ayuda a la colectividad en su desarrollo sociocultural y al conocimiento integral (Balla & López, 2020).

## **2.1. Estado del arte**

En la actualidad la globalización ha tenido un efecto preponderante en todas las áreas de la industria, de lo cual no ha sido una excepción el área gráfica. En la búsqueda por normar o establecer parámetros ajustables al “usuario tipo”, se han ido estableciendo ciertas generalizaciones entorno a la tipografía, composición, e incluso a la cromática. Aunque éstas tienen fundamentos científicos o de ensayo, han alejado al diseñador de ciertos enfoques culturales que jugarían un papel preponderante para establecer la unicidad de su diseño.

En el área del diseño se ha venido observando una tendencia por emplear paletas de color recomendados en internet, por su uso habitual en distintos tipos de proyectos. Esto ha afectado a la transmisión adecuada del mensaje que se desea comunicar a través de una pieza gráfica. La creación de una paleta de colores es una tarea fundamental en el proceso de diseño, ya que por medio de él se provee un sentido a la idea a transmitir. La existencia de plataformas con diseños vectorizados que incluyen componentes tipográficos, cromáticos y compositivos en serie, ha afectado la creación de piezas gráficas originales que transmitan identidad.

En la provincia de Chimborazo, como en otras del país, no existe un empoderamiento de identidad en ningún componente visual. Dentro del área gubernamental, los diseños de *flyers*, volantes o revistas responden en gran medida al uso de los colores de la bandera de la provincia (rojo y azul). Estas piezas gráficas, en su mayoría, no demuestran la identidad propia de la región, ya que se ajustan a escasos elementos representativos de la provincia.

La comercialización y uso a gran escala de diseños preestablecidos en internet, ocasionada por la necesidad de obtener artes publicitarios en el menor tiempo posible, ha provocado que los diseñadores no apliquen el proceso lógico para generar insumos aplicables en distintas piezas gráficas, con un sentido de identidad. Por tal razón, la presente investigación busca aplicar un proceso técnico para desarrollar paletas cromáticas en base a fotografías de paisaje andino de la provincia de Chimborazo, para su aplicación en piezas gráficas.

### **2.1.1. Paletas cromáticas el diseñador**

Se trata de la herramienta por la cual se eligen los distintos tonos y colores a utilizarse en proyectos de diversa índole. Se puede tener distintas paletas de colores en base a los colores que se incluyan en ella, por ejemplo, la paleta puede integrar a todos los colores que se conocen, pero también es posible hacerla en base a una tonalidad o a un color concretos. Sea como sea, es fundamental, insistimos, que el profesional en diseño conozca a la perfección todos los entresijos de la paleta cromática, puesto que parte de su trabajo es aplicar correctamente los colores que va a emplear en su proyecto. Es muy importante que no bases ninguna decisión en tus gustos, sino en el conocimiento objetivo de la combinación óptima de los distintos colores.

### **2.1.2. Uso del color en la fotografía**

En la fotografía, el color es uno de los principales elementos de composición, tanto así que el uso apropiado del mismo puede transformar el aspecto de una imagen, capturar la atención del observador, guiando su mirada hacia un punto específico de la foto y ayuda a crear una conexión entre las personas y tus fotos.

Con esto en mente se exploran dos de los principales usos del color en la composición, dando importancia al impacto que algunos colores pueden tener en la fotografía.

### **2.1.3. La importancia del color**

El color es muy relevante en el diseño, y por ello el equilibrio y la combinación armónica es clave para que la pieza sea lo que necesitamos que sea.

A partir de la paleta cromática podremos crear las combinaciones de esa forma armónica que comentamos, aunque es importante considerar el uso de colores que pertenezcan a la misma gama cromática. De la misma manera, el uso de colores complementarios, opuestos, también es interesante, así como hacer triadas de colores, aunque de esto último no es conveniente hacer un uso excesivo.

En cualquier caso, siempre debe haber un color que predomine por encima de las demás en esta clase de combinaciones. El color, para finalizar, es un elemento que nos permite diferenciar no solo proyectos de diseño, sino también marcas. Está presente en las identidades corporativas para hacer que la marca tenga personalidad propia.

#### **2.1.4. El color**

El color es un fenómeno relativa a la capacidad del ojo humano de percibir las distintas longitudes de ondas. Por cada longitud de onda nuestro cerebro asocia diferentes colores. Lógicamente no todas las longitudes de ondas son percibidas por nuestro ojo, somos capaces de ver solo las longitudes de ondas que están entre 380nm y 780nm.

En este rango nuestro cerebro asocia los colores que varían desde el violeta hasta el rojo. Por debajo o por arriba existen lógicamente otras longitudes de onda que nuestro ojo no es capaz de ver.

#### **2.1.5. La psicología del color**

Los colores representan a las emociones, ya que, cada estímulo de color produce un efecto en el sistema nervioso, aunque la psique de una persona está construida por una serie de energías sean conscientes o no, porque esta no depende de factores neurológicos.

Cuando se habla de la personalidad, esta representa diferentes emociones e interpreta así mismo a los colores, sea en el plano emocional, afectivo, expresivo e interpretativo, hay impresiones arquetípicamente como son los colores en la tierra y en el cielo.

**Verde:** Este es un color intermedio que nace del espectro entre los colores amarillo y azul. Es el color representativo del dinero.

**Figura 2-1:** Pantone verde



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Este color está relacionado con la naturaleza, la primavera y es el primer color que resalta en las fotografías, ya que es vitalidad, da esa sensación de renacimiento, un nuevo inicio y crecimiento.

Como se mencionó este color se lo obtiene de la mezcla entre el color azul y amarillo, siendo estos dos colores positivos, ya que el color azul representa a la relajación y el amarillo a la energía, entonces el verde es la representación de la armonía, es un equilibrio que se da entre la excitación y la serenidad.

**Azul:** Se lo observa en el cielo, es un color relajante, que produce calma y motiva a las personas a aumentar su energía.

**Figura 2-2:** Pantone azul



**Fuente:** (Lozano, 2021)

El color azul está en un sin fin de lugares como son: el cielo, los lagos, el mar, son lugares que provocan paz, calma, positivismo y serenidad. Aunque hay que tener en

consideración que el color azul se lo asocia al frío, que igual provocan un efecto de calma.

**Amarillo:** Es el color del sol, es característico de una persona idealista y también se lo asocia con la presencia de iluminación, concentración, libertad, movimientos, es decir la velocidad del metabolismo puede aumentar y del desarrollo. Dentro de su simbología está el sol, el oro y de la sabiduría. Además, se encuentra en la esfera de la expansión y como se lo menciono antes del idealismo/acción.

**Figura 2-3:** Pantone amarillo



**Fuente:** (Lozano, 2021)

El amarillo representara la alegría en un ambiente, a la vez que, a la esperanza, porque es un color intenso y que da iluminación.

**Naranja:** Es un color enérgico y de vivez, va a reflejar alegría. Es un color que llama la atención de los espectadores, pero sin agobiar su vista. La primera imagen a la que se lo asocia a este color es a las hojas en otoño, es decir es un color diferencial de las estaciones del año. Este color naranja deja un impacto sutil en las personas.

**Figura 2-4:** Pantone Naranja



**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Rojo:** Es un color intenso, que tiene una infinidad de significados, cambia todas las perspectivas de las imágenes. Es el primero color del arcoíris, es un color asociado al movimiento y actividad, esto se debe a que los intervalos de longitud de onda son amplios, entonces la luz roja produce vibraciones estimulantes.

Dentro de la representación del romance es el primer color tomado en cuenta para este sentimiento, aunque, no solo puede representar amor, sino que también es la representación de peligro; sea cualquier significado que tome siempre va a llamar la atención de la persona.

Cuando se toman fotografías con este color deben ser con cautela porque puede intuir elegancia y fineza, ya que este color es muy luminoso, pero también puede crear una sobrecarga en la imagen y distraer al observador del verdadero objetivo.

**Figura 2-5:** Pantone rojo



**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Violeta:** Es un color que representa a los sentimientos es el color de los sentimientos ambivalentes, se lo asocia con la fantasía, riqueza, satisfacción, inspiración e inteligencia.

**Figura 2-6:** Pantone violeta



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Respecto al problema de estudio el cual se basa en la creación de paletas cromáticas a partir de fotografías de paisajes, resulta ser el primer caso de investigación de este tipo, no existe referencia relacionado con el ámbito de estudio. Si bien existen temas relacionados al color en el área textil, son publicaciones orientadas a procesos de teñido y coloración de telas de distintos tipos.

## **2.2. Fundamentación Teórica**

En el desarrollo de este proyecto de investigación se definirán postulados como color, teoría del color, retículas, sistemas de compositivos y de repetición, así como conceptos básicos de fotografía, con los cuales fundamentaremos el propósito de este proyecto.

### **2.2.1. Teoría del color**

En el fondo del ojo (retina) existen millones de células (papilitas) especializadas en detectar distintas longitudes de onda procedentes de nuestro entorno. Estas maravillosas células, principalmente los conos y los bastoncillos (llamados así por su forma), recogen las diferentes partes del espectro de luz solar y las transforman en impulsos eléctricos, que son enviados al cerebro a través de los nervios ópticos (José María, 2012).

El cerebro es el encargado de crear la sensación del color realizando una asignación de un color a cada longitud de onda visible (coloración).

### **2.2.2. Definición de color**

La teoría de Young señala que en el ojo humano hay tres tipos de receptores sensibles al color. los conos. Que responden al rojo, al verde y al azul. y Que los demás colores se perciben gracias a la mezcla de las señales enviadas por los tres sistemas, complementadas con los estímulos recibidos por los bastones, que producen las reacciones relativas a los valores de claridad y oscuridad (Poo Rubio, 1992)

Fue Isaac Newton (1641-1727) quien tuvo las primeras evidencias (1666) de que el color no existe. Encerrado en una pieza oscura, Newton dejó pasar un pequeño haz de luz blanca a través de un orificio. Interceptó esa luz con un pequeño cristal, un prisma

de base triangular, y vio (percibió) que al pasar por el cristal el rayo de luz se descomponía y aparecían los seis colores del espectro reflejados en la pared donde incidía el rayo de luz original: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul, añil y violeta (José María, 2012).

El color es pues un hecho de la visión que resulta de las diferencias de percepciones del ojo a distintas longitudes de onda que componen lo que se denomina el "espectro" de luz blanca reflejada en una hoja de papel. Estas ondas visibles son aquellas cuya longitud de onda está comprendida entre los 400 y los 700 nanómetros; más allá de estos límites siguen existiendo radiaciones, pero ya no son percibidos por nuestra vista (De los Santos, 2002).

### **2.2.3. Propiedades del color**

Se ha ordenado convencional y sistemáticamente el color en base a los tres primarios o fundamentales y los colores resultantes de las mezclas entre ellos con diferentes proporciones. Aunque hay teorías como la de Ostwald que menciona cuatro colores fundamentales, incluyendo el verde entre ellos, este estudio empleará el principio de los tres colores fundamentales. Existen tres propiedades diferentes del color: el tinte o color, el valor y la saturación o profundidad, por lo que el esquema de los colores no puede ser bidimensional sino tridimensional (Poo Rubio, 1992, pág. 21).

Las propiedades del color son básicamente, elementos diferentes que hacen único un determinado color, le hacen variar su aspecto y definen su apariencia final. Ellas están basadas en uno de los modelos de color más aceptados actualmente, realizado por Albert Münsell en 1905.

### **2.2.4. Armonía del color**

Una rueda de color básicamente ordena de forma secuencial la progresión de los colores que forman el espectro visible, desde el rojo hasta el violeta. En color, armonizar significa coordinar los diferentes valores que el color adquiere en una composición, es decir, cuando en una composición todos los colores poseen una parte común al resto de los colores componentes. La armonía son las combinaciones en las que se utilizan

modulaciones de un mismo matiz, o también de diferentes matices, pero que mantienen una cierta relación con los colores elegidos (Hili, 2018, p. 43).

### **2.2.5. Tipos de armonía**

#### **2.2.5.1. Armonía en complementarios**

Se encuentran simétricos respecto del centro de la rueda. El matiz varía en  $180^\circ$  entre uno y otro. Estos colores se refuerzan mutuamente, de manera que un mismo color parece más vibrante e intenso cuando se halla asociado a su complementario. Estos contrastes son, pues, idóneos para llamar la atención y para proyectos donde se quiere un fuerte impacto a través del color (Hili, 2018, p. 44).

#### **2.2.5.2. Armonía de adyacentes**

Tomando como base un color en la rueda y después otros dos que equidisten del complementario del primero. El contraste en este caso no es tan marcado. Puede utilizarse el trío de colores complementarios, o sólo dos de ellos.

#### **2.2.5.3. Armonía en analogía**

Es la escala de colores entre dos siguiendo una gradación uniforme. Cuando los colores extremos están muy próximos en el círculo cromático, la gama originada es conocida también con el nombre de colores análogos. Debido a su parecido, armonizan bien entre sí. Este tipo de combinaciones es frecuente en la naturaleza.

#### **2.2.5.4. Armonía en triadas**

Tres colores equidistantes tanto del centro de la rueda como entre sí, es decir formando  $120^\circ$  uno del otro. Versiones más complejas incluyen grupos de cuatro o de cinco colores, igualmente equidistantes entre sí, situados en los vértices de un cuadrado o de un pentágono inscrito en el círculo.

### **2.2.6. Psicología del color**

Si bien la psicología del color tuvo además incidencia en la psicología humana desde tiempos remotos, circunstancia que se expresaba y sintetizaba simbólicamente. Entre muchos ejemplos, en la antigua China los puntos cardinales eran representados por los colores azul, rojo, blanco y negro, reservando el amarillo para el centro, por tanto, el amarillo fue tradicionalmente el color del imperio chino (Cuervo, 2012, pág. 59).

El color es sensorial e individual, subjetivo, por tanto, la psicología clasifica sus percepciones adjudicándole significados, y atendiendo a las funciones que en él se aprecian, que, como dice J.C. Sanz, serían de adaptación y de oposición (Heller, 2010).

Se han realizado estudios sobre el simbolismo cromático en diferentes culturas, sociedades y civilizaciones, y así mismo sobre su lectura e influencia en campos como la religión, la ciencia, la ética, el trabajo, etc.

El color influye sobre el ser humano, y también la humanidad le ha conferido significados que trascienden de su propia apariencia. Sus efectos son de carácter fisiológico y psicológico, pudiendo producir impresiones y sensaciones de gran importancia, pues cada uno tiene una vibración determinada en nuestra visión y por tanto en nuestra percepción (Heller, 2010, p. 12).

### **2.2.7. Significados, códigos y uso cultural de los colores**

El lenguaje del color es conocido por artistas y profesionales de campos donde su utilización es fundamental en la elaboración de sus productos, como el diseño, la decoración, la publicidad, etc. Es un medio atractivo que, consciente o subconscientemente actúa sobre el observador, por lo cual sus características son explotadas por los mismos en sus trabajos.

Diferentes códigos visuales se basan precisamente en la adjudicación de un determinado significado de cada color; así, en el tráfico el rojo simboliza peligro o prohibición; el amarillo, precaución, y el verde es el utilizado para permitir la circulación, lo vemos en los semáforos y también en las señales (Heller, 2010, p. 21).

En la industria, los distintos colores simbolizan bien aparatos, conducciones o piezas de maquinarias según a lo que corresponda cada cual. En topografía, los distintos signos que se utilizan en planos y mapas han de estar coloreados también según un código establecido que impida la confusión. Los arquitectos e ingenieros igualmente identifican los trazados de esquemas eléctricos, de fontanería o gas, según determinados colores cuya lectura ha de ser conocida por quienes han de realizarlos.

El color, como se puede ver, tiene muchas lecturas dependiendo del contexto del que se trate. No obstante, y para terminar este apartado, identificaremos al menos los más importantes con significados más o menos aceptados con carácter general, así como con tributos dados según diferentes campos sociales, culturales, religiosos o de otro tipo (Heller, 2010, p. 43).

- El amarillo es el color de la luz y del oro. Se relaciona con la riqueza y la abundancia, con la acción y el poder. También con la fuerza, y sus propiedades son estimulantes. El “amarillo oro” ha venido a simbolizar la divinidad en la religión. Por otra parte, tiene lecturas negativas como la envidia, la ira y la traición, y puede dar lugar a irritabilidad una presencia excesiva del mismo.
- El naranja simboliza entusiasmo y acción. Por otra parte, se relaciona con ciertas religiones orientales, y algunos de sus significados tienen que ver tanto con lo terrenal (entre otras cosas la lujuria y la sensualidad), como con lo divino, pues representa también la exaltación.
- El azul es el color del espacio, de la lejanía y del infinito. En publicidad se le relaciona con la limpieza y la frescura. Es un color, como todos los fríos, que parece alejarse, y simboliza ideas de tranquilidad, afecto, frío e inteligencia.
- El verde es el color de la naturaleza y de la humanidad. Representa esperanza y el equilibrio emocional, pero por otra parte tiene significados negativos, como el veneno, lo demoníaco y su relación con los reptiles. También es el color de los celos.
- El violeta se identifica con la pasión, y tiene que ver con ideas acerca del sufrimiento y la muerte. También con la tristeza y la penitencia. En su variante púrpura se le relaciona con la realeza y la dignidad, así como la melancolía y la delicadeza.

- El marrón es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista, tal vez porque es el color de la tierra que pisamos.

#### **2.2.8. Paletas Cromáticas**

Es una guía de color armónicamente dispuesta que pueda ser aplicada a un determinado proyecto para subrayar su calidad visual y destacar valores simbólicos y emocionales (Barbe, 2017).

Una paleta es una herramienta para crear combinaciones de colores que funcionan correctamente según los intereses de un artista o diseñador. Para crear una paleta de colores nos podemos ayudar del círculo cromático con el fin de visualizar la teoría del color e identificar qué relaciones se dan entre los colores que queremos enlazar.

Una paleta de colores contiene un conjunto de tonalidades que se hablan entre sí. Cada una de estas tiene uno o varios significados y tienen la capacidad de evocar emociones en las personas.

Un paso previo a crear una paleta de colores es saber cuáles son los significados que “esconden” y transmitirán a un público objetivo. Esto es de suma relevancia, ya que los colores contienen una carga emocional acorde a la cultura y experiencias de la persona. La paleta de colores le da la actitud y la personalidad a un diseño junto con el estilo que se quiere transmitir (Carranza, 2021).

Uno de los lineamientos generales al aprender cómo hacer una paleta de colores es que los colores fríos están asociados con la serenidad, pasividad, sentimentalismo, amplitud y lejanía. Por el contrario, los colores cálidos se relacionan con la fuerza, la alegría y el movimiento, es decir manejar de manera perfecta los conocimientos de psicología del color.

#### **2.2.9. Triada de colores**

Esta paleta de colores está basada en tonalidades que están dispersas de manera simétrica alrededor de la rueda cromática, la combinación de colores en base a la tríada logra transmitir una sensación vibrante. Recuerda que debes balancear de manera adecuada para que esta combinación funcione bien (Carranza, 2021).

**Figura 2-7:** Triada de color



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Para dominar la paleta de colores, conviene entender bien la teoría detrás de la mezcla de colores. Una vez se obtiene experiencia, se puede ser libre de probar distintas combinaciones para obtener la paleta perfecta para un proyecto. No se debe olvidar que siempre se puede recurrir a portafolios de artistas para usar como fuente de inspiración.

### **2.3. Creando una paleta de color**

La creación de una paleta de colores para cualquier tipo un proyecto nuevo puede ser algo compleja. Antes de descubrir los recursos que pueden hacer esta tarea algo más sencilla, primero se debe conocer los tres grandes arquetipos de paletas de colores:

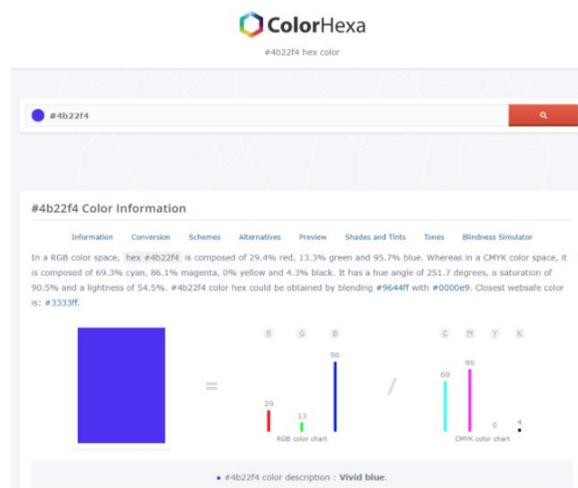
#### **2.3.1. Generadores de paletas de color**

Los generadores de paletas de color son motores que generan varias combinaciones posibles de acuerdo con los colores base que aplique el artista, de esta manera le brinda las posibles combinaciones a ser aplicadas, existen varias aplicaciones en línea muy utilizadas en la industria gráfica así podemos nombrar a *Colour Lover*, *Adobe Color*, *Colour Code*, *Color Exa* (Carranza, 2021).

### 2.3.1.1. *Color Hexa*

*Color Hexa* es una herramienta de color en línea que se describe a sí misma como una enciclopedia de colores. Esta plataforma gratuita permite generar de manera automática paletas de colores en diversos de los esquemas que ya hemos explicado anteriormente, como los complementarios, los análogos, la tríada, los monocromáticos y otros.

**Figura 2.3.1.1-1:** Software *Color Hexa*



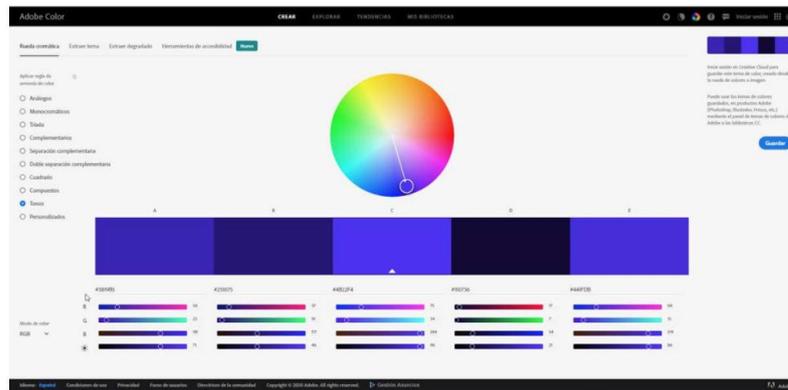
**Fuente:** (*Color Exa*, 2022)

### 2.3.1.2. *Adobe Color CC*

El fabricante más grande de los programas de edición de audio, fotos y videos tiene su propia herramienta para la creación de paletas de colores. *Adobe Color CC 2020* se puede acceder a través de un ordenador sin necesidad de tener una cuenta en *Creative Cloud* o, incluso, sin tener algún programa instalado.

A partir de un color puedes ir creando diversas paletas de colores y lo mejor es que tienes opciones de personalización que te ayudarán a encontrar combinaciones únicas y que se ajusten a tus necesidades.

**Figura 2.3.1.2-1:** *Adobe Color CC 2020*



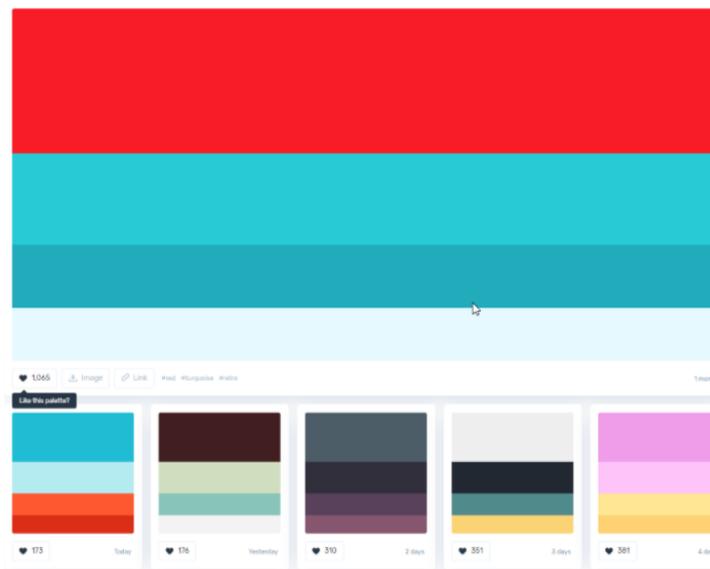
**Fuente:** (Adobe Color CC, 2020)

### 2.3.1.3. Color Hunt

*Color Hunt* es una colección de paletas de colores con acceso libre, creada por una pequeña comunidad de diseñadores. La plataforma siempre se actualiza con cientos de paletas de colores en tendencia que son escogidos manualmente.

En un inicio se creó como una colección en conjunto de un grupo de amigos diseñadores, pero fue escalando poco a poco un espacio para miles de personas alrededor del mundo que buscan nuevas combinaciones de colores.

**Figura 2.3.1.3-1:** *Color Hunt*



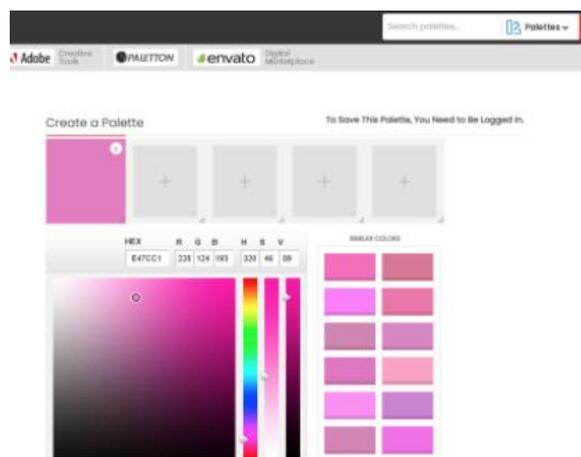
**Fuente:** (*Color Hunt*, 2021)

### 2.3.1.4. *Color Lovers*

*Color Lovers* te permite crear paletas de colores desde cero en la misma página web, puedes elegir cinco colores e ir jugando con las variaciones que te va ofreciendo el sistema. Solo debes darle clic en el botón verde en la parte superior y darle a crear nueva paleta de colores.

Puede que no ofrezca tantas opciones de personalización como *Adobe Color CC*, pero sí cumpliendo las funciones necesarias para que dejes tu imaginación volar. Además de paletas de colores, *Color Lovers* te permite crear patrones de imágenes y otras formas. Así *Color Lovers* te brinda opciones por si estás buscando los colores para tu próximo proyecto o si quieres una figura en vectores para armar alguna pieza de publicidad.

**Figura 2.3.1.4-1:** *Color Lovers*



**Fuente:** (*Color Lovers*, 2021)

## 2.4. Retícula y composición

La retícula, como principio de organización tal como lo conocemos hoy, no había sido descubierta aún. Pero ya existía un embrión: la tendencia a la máxima ordenación posible y a la economía en la aplicación de los medios tipográficos.

El sistema reticular que se presenta se desarrolló y se aplicó en un principio en la Suiza tras la segunda guerra mundial. En la segunda mitad de los años cuarenta aparecieron los primeros materiales impresos configurados con la retícula.

Una rigurosa concepción del texto y de las imágenes, una pauta unitaria para todas las páginas y una orientación objetiva en la presentación del tema constituían lo característico de la nueva tendencia. En 1961, por vez primera apareció una breve exposición literaria y gráfica de la retícula en el libro Problemas de configuración del diseñador gráfico y luego otros más (Samara, 2002).

El empleo de la retícula como sistema de ordenación, constituye la expresión de cierta actitud mental en que el diseñador concibe su trabajo de forma constructiva (Samara, 2002, p. 34).

Y pretende:

- Orden, claridad
- Llegar a lo esencial, la concreción
- Objetividad y no subjetividad
- Racionalización de los procesos creativos y técnico-productivos
- Rentabilidad
- Integración de los elementos formales, cromáticos y materiales
- Dominio de la superficie y el espacio
- Disciplina en los procesos mentales

## **2.5. Uso de las paletas cromáticas**

Se la puede definir como una herramienta la que permite elegir distintos tonos y colores que se puede usar para un proyecto de muy diversa índole, a partir de esto se puede tener diferentes paletas de colores en base a los matices principales en los que se puede incluir diferentes variantes.

Por ejemplo, una paleta puede integrar todos los colores que se conoce, pero también puede anexar una tonalidad de colores concretos, además es fundamental que el manejo de estas sea un profesional de diseño y conozca las propiedades visuales de los colores y de esta forma aplicar correctamente los colores en su proyecto.

Es importante que no se aplique la combinación cromática de acuerdo con una decisión de gustos, sino bajo el conocimiento objetivo, funcional y profesional de la combinación óptima de los distintos colores (Pérez, 2021).

## **2.6. Paisajismo**

Esta actividad abarca el diseño y modificación de los espacios abiertos, aportando funcionalidad, estilos y formas que cumplan las necesidades, preferencias y gustos del cliente

Con la finalidad de obtener armonía, se realizan diversas modificaciones en el entorno paisajístico, incluyendo tareas de nivelación de tierras, creación de cascadas de agua y demás tipo de actuaciones: esculturas a partir de plantas, dibujos con flores y plantas o desarrollar espacios de encuentro en los que la finalidad es relajarse y disfrutar del paisaje.

El paisajismo es la mezcla de arte y ciencia, requiere dotes de observación, habilidades de diseño creado con técnicas funcionales y debe estar en armonía con su ecosistema. Además, guardará equilibrio entre las zonas que tengan vegetación y las diseñadas para el paso de viandantes, así como también para el descanso. El equilibrio es un elemento clave para el diseño de parques y jardines.

Al transformar este tipo de espacios se logra armonía y equilibrio en el trabajo del profesional en paisajismo (González, 2021).

## **2.7. Fotografía**

Según P. Dubois, la fotografía “se ve así cómo este medio mecánico, óptico-químico, pretendidamente objetivo, del que con frecuencia se ha dicho, en el plano filosófico, que se realizaba ‘en ausencia del hombre’, implica de hecho ontológicamente la cuestión del sujeto, y más especialmente del sujeto en marcha” (Dubois, 1994: 12)

Denis Roche lo explica con menos palabras: “lo que se fotografía es la acción misma de fotografiar”. Antes de ser una reproducción de la realidad, la fotografía es un acto a

través del cual se produce la grabación de una situación luminosa, en un lugar y momento determinado: es la huella de la acción de la luz (Roche, 2016).

### **2.7.1. Tipos de retículas aplicadas en la fotografía**

Hablar de retícula aplicada a la fotografía es hablar de composición fotográfica y dentro de estos parámetros podemos considerar varios tipos de leyes que rigen la composición de una fotografía para que esta sea considerada como una buena toma, dentro de estas tenemos la ley del centro de interés, ley de los tercios, regla del horizonte son las más utilizadas para que la imagen tenga la proporción y composición adecuadas (Alexandre, 2012).

#### **2.7.1.1. Ley del centro del interés**

Cada fotografía debe tener un centro de interés. El centro de interés debe responder a la pregunta: ¿De qué se trata la fotografía? A pesar de que se denomine centro, no quiere decir que el objeto deba estar en el centro, o que deba ocupar la mayor parte de la fotografía.

En este sentido, toda fotografía que se pretenda utilizar con fines comerciales y/o publicitarios, debe tener un centro de interés; entendido este como el foco de atención.

Esta ley de composición me parece más bien una norma, y es una norma lógica al menos para el 80% de nuestras fotos. Con ella deberíamos poder mostrar sin dudas cual era el centro de interés de nuestra foto. Dicho de otra manera, con esta regla de composición deberemos hacer notar cual es el protagonista de nuestra fotografía, o cuales, en el caso de que fuese más de uno.

No hay nada más frustrante que una foto que no tiene interés visual, no utilizar una composición acertada, rellenar con elementos que no aportan y otros vicios poco acertados harán que nuestra foto no sea capaz de retener miradas y por tanto dejará de interesarnos de forma inmediata. Esto es lógico también, nada de lo que veamos en ese tipo de fotos tendrá fuerza suficiente para generar interés.

El centro de interés y su teoría son bastante sencillos, básicamente deberíamos aprender a hacer notar el protagonista en nuestra foto. Saber componer de manera que no haya lugar a dudas respecto a cuál es el motivo principal de nuestra foto. Recuerda añadir el plural si son varios los protagonistas de tu foto (Cueva, 2012).

**Figura 2.3.1.4-2:** Ley del centro del interés



**Fuente:** (Lozano, 2021)

### **2.7.1.2.Ley de los tercios**

Consiste en dividir la imagen de forma imaginaria, en 9 partes iguales, mediante dos líneas paralelas horizontales y dos verticales. Así se forman 4 puntos de interés fuerte, donde se cruzan las líneas. Según la regla de los tercios el centro de interés debe estar ubicado en las intersecciones de las líneas, construyendo así una fotografía armónica (Pariente, 2002, pág. 91).

Entonces esta ley es una de las más populares dentro del mundo de la fotografía, nos indica que en una imagen podemos distinguir cuatro puntos fuertes dentro del cuadro que son más atractivos visualmente que el resto y, por lo tanto, para conseguir una composición atractiva, deberíamos situar los elementos de nuestras composiciones en dichos puntos.

**Figura 2.7.1.2-1:** Ley de los tercios



**Fuente:** (Lozano, 2021)

### 2.7.1.3.Regla del horizonte

La ley de horizonte significa que en el recuadro fotográfico “deben trazarse imaginariamente tres líneas horizontales de igual proporción (tanto en fotografías horizontales como verticales), en las cuales el objeto de interés o zona de mayor relevancia en la fotografía debe ocupar por lo menos dos de las tres bandas” (Pariente, 2002, pág. 93). La correcta implementación de esta ley permitirá apreciar con mayor nitidez los detalles de los rostros de las personas, expresiones faciales, planos detalle u objetos en general.

Para poder aplicar la regla del horizonte solo deberemos fijarnos en las dos líneas horizontales que dibujamos en la regla de los tercios. Es decir, dividiremos la imagen en tres franjas horizontales completamente iguales entre ellas. Una vez hecho esto, sólo deberemos utilizarla para distribuir los elementos de nuestra imagen. Como su propio nombre indica, esta regla consiste en colocar la línea del horizonte en una de las líneas que acabamos de dibujar.

Antes de profundizar en qué línea deberíamos colocar nuestro horizonte, es importante puntualizar que esta división del encuadre se puede realizar tanto para las tomas en

horizontal como para aquellas que disparemos en vertical. Sólo tendremos que dividir la imagen en tres zonas iguales (Illescas, 2018).

**Figura 2.7.1.3-1:** Regla del horizonte



**Fuente:** (Lozano, 2021)

## **2.7.2. Tipos de fotografía**

Existe una variedad, los géneros fotográficos abarcan todos los temas sobre los cuales se puede tratar una fotografía. En los inicios de la fotografía se anclaron 4 grandes géneros los cuales rigen hasta la actualidad:

### **2.7.2.1. Fotografía Retrato**

La fotografía de retrato tiene como objetivo captar la cara de una persona, en gestos y expresiones ya sean posadas o naturales de forma individual o en grupo. Teniendo en cuenta la personalidad o el sentir de la persona que retrata. Aunque siempre con el fin de que la imagen sea como una representación fiel al original, como si se tratara de un espejo.

Uno de los que se considera importantes en las fotografías de retrato es el pintor Rembrandt van Rijn. Según algunos autores “hay cuatro factores importantes que Rembrandt van Rijn da como legado a la fotografía de retrato: la luz, conocida como luz de Rembrandt, Luego, la iluminación amplia, que propone que la posición del cuerpo se separa de la luz. El tercero, es el uso del fondo para crear profundidad. Y el cuarto, es

que Rembrandt envolvía con una tela blanca el techo y además dejaba entrar luz por los costados” (Rand, 2010, p.10)

**Figura 2.7.1.3-2: Retrato**



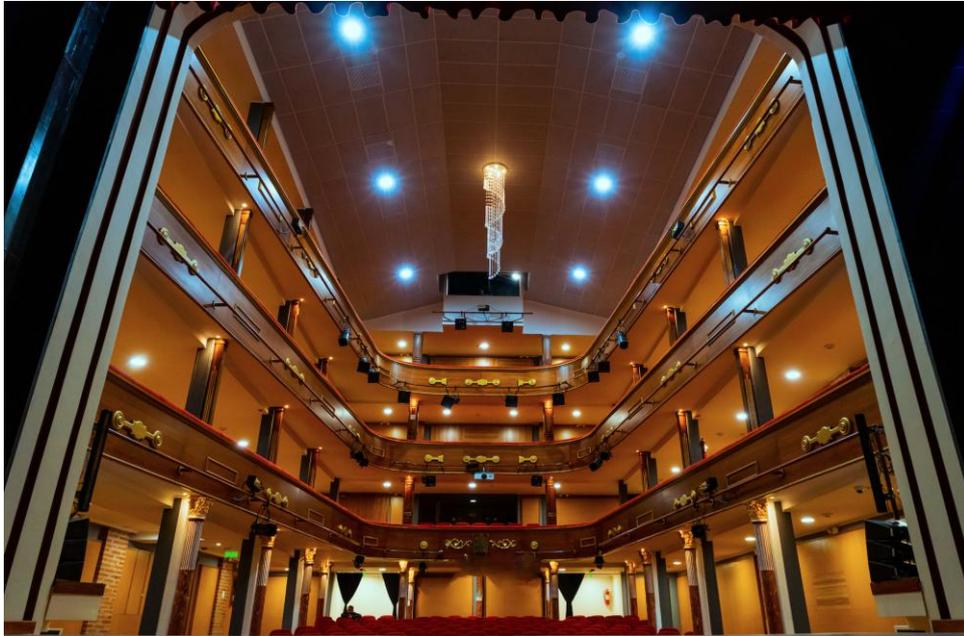
**Fuente:** (Lozano, 2021)

### **2.7.2.2.Fotografía de Arquitectura**

La fotografía de arquitectura captura los espacios creados por el hombre. Este es un ámbito fotográfico con mucho potencial, pero poco considerado. Respecto a las fotografías de producto o paisajista, esta es menos popular, pero se puede conseguir capturas igual de magníficas. Ciertamente, hay fotógrafos especializados en el área arquitectónica, pero todo profesional de la fotografía con ciertos conocimientos del sector puede incursionar en ella sin problemas. Esta rama de la fotografía siempre ha sido necesaria para documentar los proyectos realizados por el hombre. Desde las

primeras cámaras de campo hasta la fotografía actual, mucho más rápida y ventajosa en ese aspecto.

**Figura 2.7.2.2-1: Fotografía de Arquitectura**



**Fuente:** (Lozano, 2021)

### **2.7.2.3. Fotografía Publicitaria**

En la fotografía publicitaria el sentido preexiste a la fotografía, es decir, responde a una estrategia. Y ello las separa de los otros tipos de fotografía. El fotógrafo publicitario realiza varias tomas para ver cuál se ajusta mejor a la idea original. Incluso podemos repetirlas ad nauseam hasta conseguir el «efecto deseado». La fotografía publicitaria necesita su propia conexión con otra realidad, la del mercado, para alcanzar su significación.

Pero la diferencia reside también en que, en publicidad, debe alcanzarse un sentido pleno, debe haber una culminación del sentido que, sin embargo, en una fotografía artística, puede quedar en ocasiones suspendido. «La imagen detenida permanece suspensa e irresuelta –cuenta Gombrich hablando de Cartier Bresson–, y su aislamiento del flujo de acontecimientos subraya su carácter impresionante al tiempo que vela su significado» (Gombrich, 1997, pág. 206).

**Figura 2.7.2.3-1:** Fotografía Publicitaria



**Fuente:** (Lozano, 2021)

#### **2.7.2.4. Fotografía Artística**

La fotografía artística es una combinación de estilos, embarcada en la búsqueda de la autenticidad del momento por medio de la imagen. Las fotografías artísticas llevan plasmada la intención, los pensamientos y la voluntad del autor. Es una fotografía con la que se puede describir algo más allá de lo que realmente se ve en la imagen. Como menciona Emmet Gowin: «la fotografía es una herramienta para tratar con cosas que todos conocen pero que nadie presta atención. Mis fotografías se proponen representar algo que ustedes no ven» (Gowin, 2020).

Cuando un proceso es sometido al análisis de técnica, temporalidad y criterio, la fotografía obtiene un matiz artístico intencional por parte del autor, buscando más allá de una belleza estética, un equilibrio que pueda ser sometido a juicio ganando valor ante

el ojo crítico. Detrás de la fotografía artística hay una historia, un poder del *storytelling* que se engrana con base en el fotógrafo de turno. Una crónica hecha de fotogramas y píxeles, si cabe la comparación (Mendoza, 2020).

**Figura 2.7.2.4-1:** Fotografía Artística



**Fuente:** (Lozano, 2021)

#### **2.7.2.5. Fotografía Naturaleza Muerta (Bodegones)**

La naturaleza muerta es la representación visual de un elemento inanimado, consiste en hacer resaltar un sujeto gracias a la decoración, la iluminación escogida y la puesta en escena en general. Se refiere a cualquier imagen que muestra un objeto inanimado. Esto incluye alimentos, plantas, bebidas, productos para el hogar y entre otros. Se utilizan técnicas de composición, iluminación, decoración y ajustes (López, 2020).

**Figura 2.7.2.5-1: Naturaleza Muerta (Bodegones)**



**Fuente:** (Lozano, 2021)

#### **2.7.2.6. Fotografía reportaje**

La fotografía de reportaje ha sido una disciplina practicada por los fotógrafos desde que existe la fotografía. Es mediante este tipo de imágenes que se han dado a conocer noticias de gran envergadura para el mundo, detrás de todas esas grandes fotografías se encuentran años de trabajo; planificación, estudios y dedicación.

Mediante la fotografía de reportaje se trata de contar historias a través de imágenes, que generen emociones y sentimientos. Creando conciencia sobre temas específicos o noticias del momento. Esto con la finalidad de transmitir una opinión objetiva e imparcial, siguiendo las reglas claras del periodismo.

Lograr hacer una buena fotografía de reportaje no requiere solo tener una cámara fotográfica. Estos profesionales se hacen partes de la comunidad, conocen el problema, lo estudian y se comprometen con lo que se encuentran observando (Pacheco, 2021).

**Figura 2.7.2.6-1:Foto reportaje**



**Fuente:** (Lozano, 2021)

### **2.7.2.7. Fotografía paisaje**

La fotografía de paisajes es la representación fotográfica de un espacio geográfico lugar, ya sea natural (bosque, paraje, etc.) o artificial (urbano: edificios etc.), tomada con un aparato fotográfico como una cámara de fotos, un teléfono móvil, o incluso un dron, Siempre con la intervención activa de una persona. Los paisajes urbanos o rurales son fotografiados cuando no hay nada en movimiento a fin de evitar que salieran borrosos. A esto se debe esa impresión de espacios muertos que podemos observar en las primeras fotografías de paisaje (Pérez, 2022).

Dentro de la fotografía de paisajes puede haber muchos subgéneros. Aquí tienes algunos de los tipos de fotografía de paisajes más conocidos:

- Paisaje natural
- Paisaje urbano

- Paisaje nocturno
- Paisaje invernal
- Paisaje rural
- Paisaje en blanco y negro
- Paisaje turístico
- Paisaje nebuloso
- Paisaje aéreo
- Paisaje panorámico
- Paisaje minimalista
- Paisaje en Larga Exposición

**Figura 2.7.2.6-2:** Foto paisaje



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Este ha sido uno de los motores de la evolución de la Historia de la fotografía. La mirada fotográfica más antigua de la que tenemos conocimiento resulta ser un paisaje rural que Nicéphore Niepce nos legó en su Vista desde la ventana en Gras, 1826. Vista urbana o vista natural los pioneros documentaron el desarrollo social de nuestras comunidades partiendo de aquellos paisajes muertos, donde nadie parecía habitar, dando cuenta de las limitaciones técnicas de la época.

En el caso de este tema de estudio nos centraremos en las características de una fotografía de paisaje. La fotografía de paisaje es una de las disciplinas más profusamente practicadas por todos los fotógrafos. No importa si son profesionales o novatos. Prácticamente el cien por ciento de las personas que alguna vez han empuñado una cámara, se han parado delante de un idílico paraje campestre para hacer un par de fotografías. No todas salen bien. La fotografía de paisajes es una disciplina que engaña, y no es tan fácil como parece. La primera lección: para ver, primero hay que saber mirar por lo que se aplica los siguientes puntos.

- Entrevista más que encuesta
- Atractivos turísticos más relevantes de la provincia de Chimborazo
- Se declara el marco metodológico
- Se selecciona el atractivo
- Se genera las fotografías
- Se crea la paleta cromática
- Se genera el elemento editorial

Después de la recolección de los elementos fotográficos se procede a realizar un análisis de cromática entre cada una de las imágenes seleccionadas, por lo tanto, se debe tomar en cuenta cada uno de los elementos que van a componer la propuesta gráfica de la investigación.

## **CAPITULO III: METODOLOGÍA**

### **3. Enfoque, métodos, tipos y diseño de investigación**

#### **3.1. Tipo de investigación**

La presente investigación es descriptiva/explicativa con un enfoque mixto de acuerdo con los requerimientos investigativos, pues observa y describe como se usan, aplican y obtienen las paletas cromáticas. Basado en la recopilación de datos tales como: entrevistas, encuestas y demás instrumentos que permiten conocer las fuentes primarias en torno a la obtención de paletas cromáticas a partir de fotografías de la provincia de Chimborazo.

Se realiza como primer paso un diagnóstico (identificar los paisajes más representativos de la provincia de Chimborazo) para luego crear un proceso de extracción de muestras de color para las paletas cromáticas, que sea funcional y pueda mejorarse continuamente.

La presente investigación hace uso del método analítico sintético pues se analiza el proceso de creación de paletas cromáticas dentro del contexto de estudio, permitiéndonos identificar los paisajes y elementos gráficos puedan servir para la creación de paletas cromáticas y así sustentar de manera correcta la propuesta. Se descompone un todo en partes más pequeñas para observar sus causas, naturaleza y efectos.

#### **3.2. Enfoque Metodológico**

Los autores Blasco y Pérez, señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. (Sandoval, 2002)

El presente estudio se basará en un enfoque cualitativo ya que el uso de los datos se utilizará para describir un aspecto, en lugar de medirlo, se busca profundizar en el tema

para obtener información descriptiva de la naturaleza a ser observada y analizada en su aspecto cromático.

### **3.3. Métodos**

#### **3.3.1. Método Analítico - Sintético**

La presente investigación se realizará mediante el método analítico - sintético puesto que se crearán varias paletas de color para su aplicación en piezas gráficas publicitarias, con base en el análisis de la información fotográfica recolectada y su estudio en conjunto (síntesis).

#### **3.3.2. Método Descriptivo**

El método descriptivo es uno de los métodos cualitativos que se utilizan en investigaciones que tienen el objetivo de evaluar algunas características de una población o situación particular. (Jiménez Peneque, 1998)

El presente estudio se basa en un análisis descriptivo puesto que se recogerá, organizará, analizará los resultados de las observaciones en base a las tomas fotográficas que se generen de los distintos atractivos naturales tanto de los cantones de la provincia como de sus atractivos turísticos.

#### **3.3.3. Método Proyectual:**

En el presente estudio se aplicará la metodología proyectual que de acuerdo con lo mencionado por Robert Scott la cual se basa en cuatro principios básicos los cuales son la causa primera, la causa formal, la causa material y causa técnica, metodología que se aplicará en este proyecto de investigación para la creación de una paleta cromática.

La metodología consta de varias causas las que se dividen en:

**Causa Primera:** permite identificar la necesidad del problema a resolver mediante la propuesta gráfica.

**Causa Formal:** es la que permite fundamentar teóricamente cada etapa de la creación de la propuesta gráfica.

**Causa Material:** Permite realizar un análisis de los materiales a utilizar para la propuesta final y de esta forma obtener un producto de calidad.

**Causa Técnica:** En este punto se describen las tecnologías a usar para la creación de la propuesta, además se involucran los recursos necesarios para la creación de la pieza final como los softwares y elementos tecnológicos.

Con la aplicación de esta metodología de diseño como lo es la de Robert Scott se estableció los siguientes parámetros de creación de propuesta de diseño:

- Obtención de fotografías.
- Aplicación de edición.
- Corrección de color.
- Generación de paletas cromáticas.
- Funcionabilidad.
- Estética.
- Creación de propuesta gráfica.
- Reproducción de elemento gráfico.

### **3.3.4. Tipo de Investigación**

#### **3.3.4.1. Investigación Exploratoria**

Aplicando este tipo de investigación se recolectará la información in-situ requerida para el desarrollo del proyecto, y así contar con los insumos fotográficos e informativos necesarios para la creación de las paletas cromáticas y que esta refleje la identidad turística y cultural de la provincia de Chimborazo.

### **3.4. Población y Muestra:**

Diseñadores gráficos, artistas, fotógrafos y turistas dentro de la ciudad de Riobamba los cuales permitirán establecer los lugares específicos e identificatorios de cada lugar de la provincia de Chimborazo.

### 3.4.1. Universo de estudio

Diseñadores gráficos, artistas, fotógrafos y turistas en los que estableciendo la fórmula muestral sería un total de 123 encuestados para determinar la factibilidad y resultados positivos del instrumento.

### 3.4.2. Muestra

Para la determinación de la muestra, se propone la aplicación de la siguiente fórmula (muestreo aleatorio simple):

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

- Desviación estándar: 0,5
- Nivel de confianza: 95% correspondiente a 1,96
- Error muestral: 5% equivalente a 0,05

$$n = \frac{181 * (0,5)^2 * (1,96)^2}{(180) * (0,05)^2 + (0,5)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{173,76}{1,41}$$

$$n = 123,23 = 123$$

La muestra de investigación para la población es de 123 personas.

### 3.4.3. Variables de estudio

#### Variable dependiente

Desarrollo de paletas cromáticas con base a fotografías

## **Variable independiente**

Fotografías de los paisajes de la provincia de Chimborazo

### **3.5. Técnicas de Investigación utilizadas para la recolección de datos**

#### **3.5.1. Técnicas**

**Fichas de observación:** Matriz guía para el proceso de toma de datos (fotografías).

**Encuesta:** es un instrumento conformado por preguntas preestablecidas dirigidas a personas específicas dentro de nuestro público objetivo y para de esta forma obtener información cuantificable y también descriptiva.

**Focus grup:** También llamado grupo objetivo el cual es conformado por un número reducido de integrantes a los cuales se les aplica un instrumento de investigación sea este encuesta o entrevista.

**Entrevista:** es un instrumento conformado por una guía estructurada de entrevista dirigida al encargado del ministerio de turismo de la provincia de Chimborazo para de esta forma obtener información descriptiva para la investigación.

#### **3.5.2. Instrumentos**

##### **Cuestionario**

Mediante la aplicación de este instrumento de preguntas cerradas o bien conocido de corte cuantitativo se lo realizó de manera digital, nos permitió determinar específicamente los lugares a los cuales nos dirigiríamos a tomar las fotografías para la obtención de las paletas cromáticas y de esta forma alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

##### **Recursos Materiales**

- Guía de cuestionario

## **Recursos Tecnológicos**

- Laptop
- Internet

## **Talento Humano**

- Investigador
- Encuestado
- Entrevistado

## **Guía de entrevista**

Este elemento de corte cualitativo nos permite identificar puntos clave para la creación de la propuesta de paletas cromáticas ya que es una pieza clave para determinar el uso que se le pueda dar a largo plazo a nuestra propuesta y de esta forma solucionar el problema dentro de la investigación.

## **Ficha de observación**

Este elemento de corte cualitativo nos permitió determinar de forma directa los elementos a usar durante la investigación ya que al realizar cada una de las fotografías se pudo evidenciar la posibilidad de creación de propuestas ya que al tener un amplio especto de posibilidades cromáticas, se debía cumplir con aspectos funcionales y estéticos para la creación de la propuesta final.

### **3.6. Diseño General de la investigación**

Se lo define como una investigación descriptiva con un tipo de estudio ecológico, pues se considera a la Provincia de Chimborazo como una comunidad en la que se va a obtener la información válida para la investigación.

Basándonos en el criterio de expertos se establece el siguiente procedimiento para el desarrollo de la investigación:

1. Identificar el problema a solucionar: Se debe tener planteado un tema de investigación, el cual debe solucionar un problema.
2. Conocer el universo y el tamaño de muestra: Se debe identificar el público objetivo al que va dirigido y encontrar el tamaño de muestra.
3. Recolectar datos iniciales de información: Esto mediante investigaciones, referencias bibliográficas, entrevistas y encuestas
4. Tabular los datos: Procesar los datos obtenidos.
5. Realizar un análisis comparativo de resultados: Comparamos las paletas existentes bajo la misma temática y proponemos una nueva propuesta de paletas cromáticas basadas en los paisajes de la provincia de Chimborazo.
6. Verificar el funcionamiento a través de criterio de expertos: Ponemos en marcha el proyecto, basándonos en lo investigado y con el criterio de algunos expertos se realiza la propuesta.
7. Creación del catálogo de paletas cromáticas: Se desarrolla el modelo y se realiza el control de calidad; para poner énfasis y mejorar los procedimientos que tengan falencias. Una vez corregidos los problemas se realiza la propuesta final.
8. Fin del proceso: El proceso finaliza, pero siempre debe existir la mejora continua para que los procesos se desarrollen un alto grado de eficacia y eficiencia.

## **CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSION DE LA INVESTIGACIÓN**

### **4. Diagnostico situacional y fundamentación de la creación del catálogo fotográfico**

La recolección de datos a partir de la aplicación de los instrumentos nos permite obtener información verídica para la justificación de la propuesta, además el desarrollo de cada uno de los instrumentos aplicados permite un acceso a fuentes primarias las que nos permiten obtener puntos clave para la creación de la propuesta final.

Además nos permite tener un acercamiento a la realidad en cuanto a la generación del catálogo se las paletas cromáticas el que podrá ser fundamentado y socializados para así cumplir con los objetivos planteados.

#### **4.1. Interpretación de la encuesta**

##### **Ruta de las Iglesias**

En Riobamba se respira fe. La belleza interior y exterior de sus iglesias y museos es incomparable. La arquitectura del siglo XIX y XX se conjuga con la devoción riobambeña y el encanto de un centro histórico de diseño italiano.

**Pregunta N° 1:** Ruta de las Iglesias - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

Iglesia San Antonio de Padua

Iglesia de Balbanera

Iglesia La Concepción

Iglesia San Alfonso

Iglesia La Catedral

Iglesia La Basílica

Iglesia de San Francisco

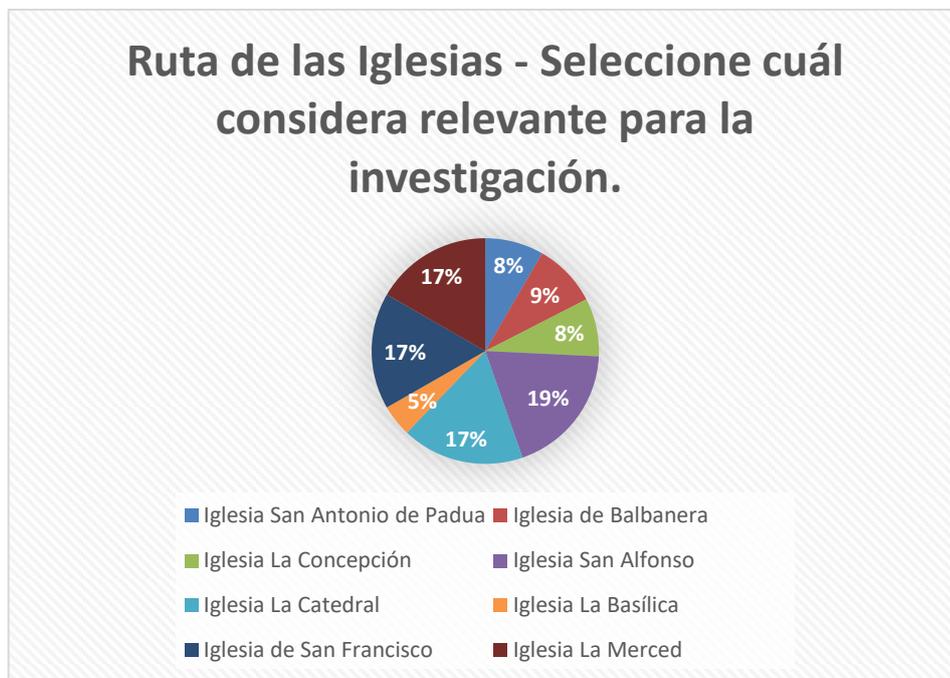
Iglesia La Merced

**Tabla 4-1:** Pregunta N° 1: Ruta de las Iglesias - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

| Ruta de las Iglesias         | Total | Porcentaje |
|------------------------------|-------|------------|
| Iglesia San Antonio de Padua | 11    | 8%         |
| Iglesia de Balbanera         | 12    | 9%         |
| Iglesia La Concepción        | 11    | 8%         |
| Iglesia San Alfonso          | 25    | 19%        |
| Iglesia La Catedral          | 23    | 17%        |
| Iglesia La Basílica          | 6     | 5%         |
| Iglesia de San Francisco     | 22    | 17%        |
| Iglesia La Merced            | 22    | 17%        |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-1:** Pregunta N° 1: Ruta de las Iglesias - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Tabla 4-2

Es evidente la elección de los encuestados por estas 4 iglesias debido; debido a la influencia de su estilo arquitectónico, los materiales utilizados para su construcción, las imágenes religiosas talladas en sus torres, así como también las pinturas que reposan en su interior.

### **Rutas histórico-patrimoniales**

Deja que la ciudad de Riobamba te envuelva en su cultura, su historia y sus tradiciones; conoce sus rutas histórico-patrimoniales y disfruta de la calidez de su gente.

**Pregunta N° 2:** Rutas histórico-patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

Sector Maldonado

Sector La Concepción

Sector Santa Rosa

Sector La Merced

Sector San Francisco

Sector San Alfonso

Sector Loma de Quito

Sector La Estación

Sector Parque Guayaquil

Sector Bellavista

Sector La Dolorosa

Sector Cementerio

Sector Yaruquíes

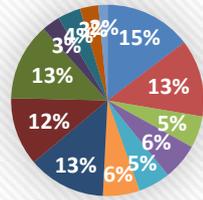
**Tabla 4-3:** Pregunta N° 2: Rutas histórico-patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación

| <b>Rutas histórico-patrimoniales</b> | <b>Total</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------------------------|--------------|-------------------|
| Sector Maldonado                     | 19           | 15%               |
| Sector La Concepción                 | 17           | 13%               |
| Sector Santa Rosa                    | 7            | 5%                |
| Sector La Merced                     | 8            | 6%                |
| Sector San Francisco                 | 7            | 5%                |
| Sector San Alfonso                   | 8            | 6%                |
| Sector Loma a Quito                  | 17           | 13%               |
| Sector La Estación                   | 15           | 12%               |
| Sector Parque Guayaquil              | 17           | 13%               |
| Sector Bellavista                    | 4            | 3%                |
| Sector La Dolorosa                   | 5            | 4%                |
| Sector Cementerio                    | 4            | 3%                |
| Sector Yaruquíes                     | 2            | 2%                |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-2:** Pregunta N° 2: Rutas histórico-patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación

## Rutas histórico patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Tabla 4-4

De estas cuatro rutas histórico-patrimoniales de destaca: el parque sucre, la pileta con el monumento al dios Neptuno y el Colegio Maldonado donde se firmó la primera constituyente. La iglesia de la concepción y junto a ella la plaza roja. El Sector de la loma a Quito, conocido por la iglesia de San Antonio y el parque 21 de abril donde se libró la batalla de Tapi. El parque Guayaquil con sus amplios espacios verdes, lagunas artificiales con piletas, una concha acústica y junto a ellos el primer estadio olímpico del Ecuador.

### **Ruta de los museos**

Si eres amante de los museos, Riobamba te va a encantar con sus pequeños, pero altamente especializados museos. Recorre esta ruta caminando por las calles del Centro Histórico de Riobamba.

**Pregunta N°3: Ruta de los museos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.**

Museo y Centro Cultural de Riobamba

Museo del Tren

Museo Antropológico y Etnográfico Paquita de Jaramillo

Museo Religioso de las Madres Conceptas

Museo del Colegio Nacional Maldonado

Casa Museo de la Ciudad

Museo de Piedra

Museo Militar de la Caballería Blindada N° 11 Galápagos

Museo Panteológico de Punín

Museo Municipal de Guano

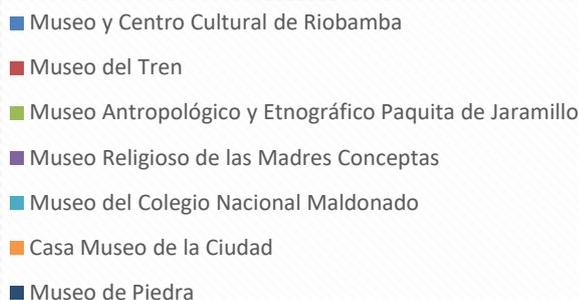
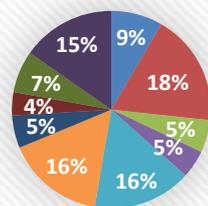
**Tabla 4-5:** Pregunta N°3: Ruta de los museos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

| Ruta de los museos                                      | Total | Porcentaje |
|---|-------|------------|
| Museo y Centro Cultural de Riobamba                     | 11    | 9%         |
| Museo del Tren  | 24    | 18%        |
| Museo Antropológico y Etnográfico Paquita de Jaramillo  | 7     | 5%         |
| Museo Religioso de las Madres Conceptas                 | 6     | 5%         |
| Museo del Colegio Nacional Maldonado                    | 21    | 16%        |
| Casa Museo de la Ciudad                                 | 21    | 16%        |
| Museo de Piedra   | 7     | 5%         |
| Museo Militar de la Caballería Blindada N° 11 Galápagos | 5     | 4%         |
| Museo Panteológico de Punín                             | 9     | 7%         |
| Museo Municipal de Guano                                | 20    | 15%        |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-3:** Pregunta N°3: Ruta de los museos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

## Ruta de los museos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Figura 4-4

Con el fin de “Recuperar, representar, difundir, educar y debatir las diversas manifestaciones que configuran la identidad riobambeña”. El museo Pedro Vicente Maldonado muestra evidencias de la visita de la tercera misión geodésica francesa y la firma de la primera constituyente. En el museo de la ciudad se presentan muestras artísticas de pintura y muestras permanentes para que el público puedan admirarlas. El museo del tren muestra la importancia de la movilidad plasmada en la obra del tren de Eloy Alfaro un antes y después en la Sultana de los Andes, su llegada marcó una época de prosperidad que dejó huellas en su gente. El museo de Guano con atractivos como la famosa Momia y el último hielero del Chimborazo.

### **Ruta de recreación nocturna**

Las noches riobambeñas están llenas de diversión, hermosos paisajes urbanos y mucha gastronomía. Si estás con ganas de farrear, la Sultana de los Andes es tu destino.

**Pregunta N°4: Ruta de recreación nocturna - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.**

Centro Histórico de Riobamba

Estación del Tren

**Tabla 4-6:** Pregunta N°4: Ruta de recreación nocturna - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

| Ruta de recreación nocturna  | Total | Porcentaje |
|------------------------------|-------|------------|
| Centro Histórico de Riobamba | 91    | 69%        |
| Estación del Tren            | 41    | 31%        |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-5:** Pregunta N°4: Ruta de recreación nocturna - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Tabla 4-7

Es importante recalcar la arquitectura única en el centro histórico de Riobamba; estilos neogóticos, neoclásicos y eclécticos decoran las fachadas de edificios patrimoniales,

iglesias y se hacen presentes en hermosos parques coloniales. Sumados a un paisaje espectacular, que permite divisar a su alrededor a 6 volcanes, 2 considerados entre los más hermosos del continente: el Chimborazo y El Altar.

### **Ruta de turismo rural**

Riobamba posee 11 parroquias rurales, cada una con diferentes atractivos turísticos, naturales y culturales; anímate a recorrer esta ruta.

**Pregunta N°5: Ruta de turismo rural - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.**

Parroquia San Juan

Parroquia Calpi

Parroquia Cubijés

Parroquia Licto

Parroquia San Luis

Parroquia Flores

Parroquia Punín

Parroquia Cacha

Parroquia Quimiag

Parroquia Licán

Parroquia

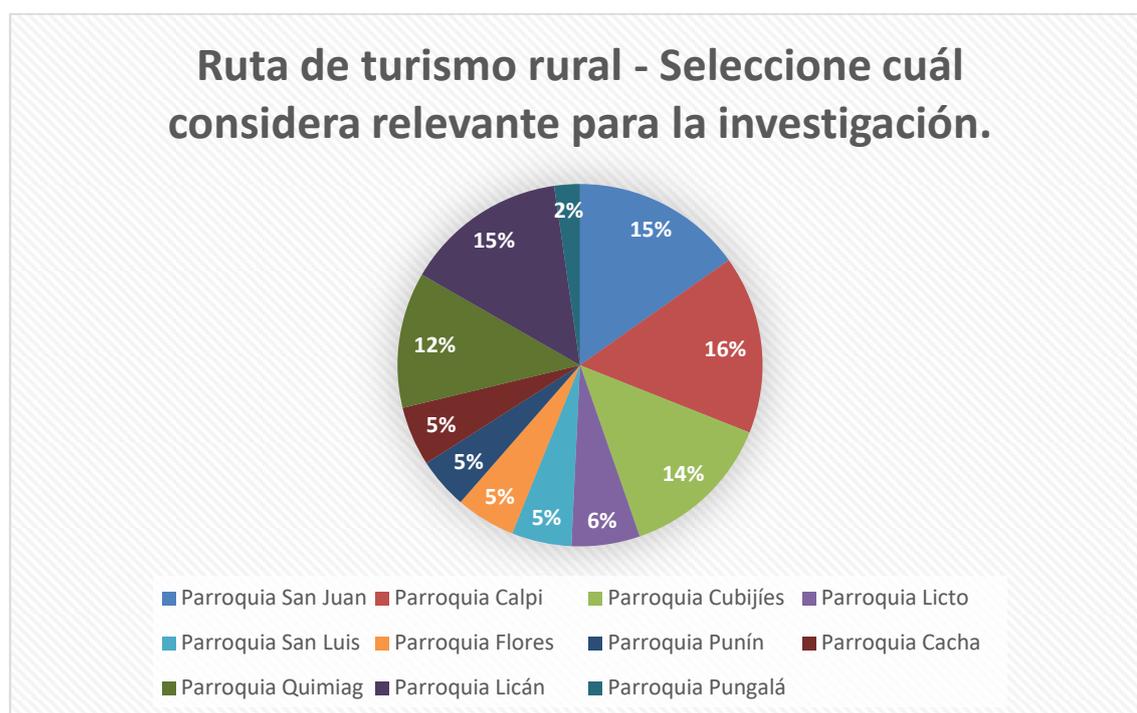
Pungalá

**Tabla 4-8:** Pregunta N°5: Ruta de turismo rural - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

| Ruta de turismo rural | Total | Porcentaje |
|-----------------------|-------|------------|
| Parroquia San Juan    | 20    | 15%        |
| Parroquia Calpi       | 21    | 16%        |
| Parroquia Cubijíes    | 18    | 14%        |
| Parroquia Licto       | 8     | 6%         |
| Parroquia San Luis    | 7     | 5%         |
| Parroquia Flores      | 7     | 5%         |
| Parroquia Punín       | 6     | 5%         |
| Parroquia Cacha       | 7     | 5%         |
| Parroquia Quimiag     | 16    | 12%        |
| Parroquia Licán       | 19    | 15%        |
| Parroquia Pungalá     | 3     | 2%         |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-6:** Pregunta N°5: Ruta de turismo rural - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Tabla 4-9

Cubijies es uno de los pueblos más antiguos de la provincia de Chimborazo. En Lican se encuentra la Iglesia considerada la segunda más antigua del país. San Juan posee importantes atractivos turísticos naturales como el Bosque Polylepis, volcán

Chimborazo, Cañón la Chorrera. En Calpi están el Museo Cultura de la Llama, Mirador de Telempala, Museo de la Montaña.

### **Ruta del turismo Comunitario**

En 3 parroquias rurales de Riobamba, comunidades indígenas brindan a turistas nacionales y extranjeros la oportunidad de convivir y compartir su cultura, tradiciones y formas de vida.

### **Pregunta N°6: Ruta del turismo Comunitario - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.**

Palacio Real, centro de turismo comunitario

Quilla Pacari, centro de turismo comunitario

Pucará Tambo, centro turístico comunitario

Tambohuasha, centro turístico comunitario

La Moya, centro de servicios turísticos comunitario

Casa Cóndor, centro de servicios turísticos comunitario

Chakana, centro de servicios turísticos comunitarios

Jatari campesino, centro de servicios turísticos comunitarios

**Tabla 4-10:** Pregunta N°6: Ruta del turismo Comunitario - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

| <b>Ruta del turismo Comunitario</b>          | <b>Total</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--|--------------|-------------------|
| Palacio Real, centro de turismo comunitario  | 28           | 21%               |
| Quilla Pacari, centro de turismo comunitario | 10           | 8%                |
| Pucará Tambo, centro turístico comunitario   | 10           | 8%                |
| Tambohuasha, centro turístico comunitario    | 7            | 5%                |
| La Moya, centro de servicios turísticos      | 24           | 18%               |

|   |    |     |
|---|----|-----|
| comunitario   |    |     |
| Casa Cóndor, centro de servicios turísticos comunitario       | 24 | 18% |
| Chakana, centro de servicios turísticos comunitarios          | 24 | 18% |
| Jatari campesino, centro de servicios turísticos comunitarios | 6  | 4%  |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-7:** Pregunta N°6: Ruta del turismo Comunitario - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Tabla 4-11

Los centros de turismo comunitario en Riobamba tienen una gran acogida entre turistas nacionales e internacionales. Los visitantes buscan conocer de cerca la cultura y tradiciones de los pueblos indígenas, observar los paisajes que brinda el majestuoso Chimborazo y recorrer por senderos utilizados por los comuneros para llegar a las minas de hielo en la parte alta del coloso.

## Ruta de las huecas

Riobamba es un destino gastronómico impresionante, sazonado por siglos de sincretismo entre la cultura española e indígena y servido por huecas tradicionales que mantienen vivos los sabores del centro del Ecuador.

**Pregunta N°7: Ruta de las huecas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.**

El hornado riobambeño

El ceviche de chochos riobambeño

Los Rompenucas de Riobamba

Jugos de sal, pickles, quesos de chancho y pernils de la Sultana

Las Guaguamamas con fritada de Riobamba

Llapingachos con chorizo y huevo

Helados del Mercado de San Francisco

Helados de paila

Empanadas de morocho

Morochos de leche

**Tabla 4-12:** Pregunta N°7: Ruta de las huecas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

| Ruta de las huecas   | Total | Porcentaje |
|--|-------|------------|
| El hornado riobambeño  | 23    | 18%        |
| El ceviche de chochos riobambeño                                 | 21    | 16%        |
| Los Rompenucas de Riobamba                                       | 21    | 16%        |
| Jugos de sal, pickles, quesos de chancho y pernils de la Sultana | 7     | 5%         |

|   |    |     |
|---|----|-----|
| Las Guaguamamas con fritada de Riobamba | 6  | 5%  |
| Llapingachos con chorizo y huevo        | 19 | 14% |
| Helados del Mercado de San Francisco    | 17 | 13% |
| Helados de paila                        | 6  | 5%  |
| Empanadas de morocho                    | 7  | 5%  |
| Morochos de leche                       | 4  | 3%  |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-8:** Pregunta N°7: Ruta de las huecas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Tabla 4-13

Riobamba, la Ciudad de las Primicias, cuenta con su propia historia gastronómica, que parte con los conocimientos ancestrales de su pueblo indígena Puruhá,

El hornado de la merced, para citar un ejemplo, se prepara en todas las provincias de la Sierra ecuatoriana, sin embargo, cada pueblo perfeccionó su propia receta. La lista sería extensa y peligrosa, pues omitir uno de los platos, podría enfurecer a más de uno.

### **Parques y plazas patrimoniales**

El Centro Histórico de Riobamba cuenta con una hermosa serie de plazas y parques patrimoniales. Con jardines y monumentos, estos lugares guardan importantes hitos que marcaron la historia del Ecuador.

### **Pregunta N°8: Parques y plazas patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.**

Plaza de la Concepción

Parque Maldonado

Parque Sucre

Parque La Libertad

Parque 21 de Abril

Plaza Artesanal Alfaro

**Tabla 4-14:** Pregunta N°8: Parques y plazas patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

| <b>Parques y plazas patrimoniales</b> | <b>Total</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------------------------------|--------------|-------------------|
| Plaza de la Concepción                | 15           | 11%               |
| Parque Maldonado                      | 30           | 23%               |
| Parque Sucre                          | 27           | 21%               |
| Parque La Libertad                    | 8            | 6%                |
| Parque 21 de Abril                    | 27           | 20%               |
| Plaza Artesanal Alfaro                | 25           | 19%               |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-9:** Pregunta N°8: Parques y plazas patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Figura 4-10:

Los encuestados eligieron parques que se encuentran relativamente en el centro histórico, el Parque Maldonado que tiene el monumento a Pedro Vicente Maldonado, el parque Sucre con su pileta, en el Sector de la Loma A quito encontramos el parque 212 de abril y finalmente la plaza Alfaro.

### **Parques recreativos**

Hermosos parques recreativos juegan un papel importante en la vida de los riobambeños y sus visitantes: deporte, distracción, contacto con la naturaleza son algunas de las actividades que se pueden desarrollar en ellos.

**Pregunta N°9:** Parques recreativos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

Parque de la ciudadela Politécnica

Parque Sesquicentenario

Parque Ricpamba

Parque Guayaquil

**Tabla 4-15:** Pregunta N°9: Parques recreativos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

| Parques recreativos                | Total | Porcentaje |
|------------------------------------|-------|------------|
| Parque de la ciudadela Politécnica | 28    | 21%        |
| Parque Sesquicentenario            | 16    | 12%        |
| Parque Ricpamba                    | 41    | 31%        |
| Parque Guayaquil                   | 47    | 36%        |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-11:** Pregunta N°9: Parques recreativos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Figura 4-12

Dentro de la ciudad, los parques recreativos traen sustentabilidad a las ciudades integrando la naturaleza con la urbe. Forman cortinas de rompimiento de polvo y amortiguan el ruido, elevando la calidad del aire y cuidando la estética. El parque

Guayaquil conocido como parque infantil y Ricpamba son los más conocidos de Riobamba.

### **Ruta de los Volcanes y montañas**

Hermosos volcanes existentes en la provincia de Chimborazo

**Pregunta N°10:** Ruta de los Volcanes y montañas- Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

Volcán Chimborazo

El Altar

Carihuairazo

Volcán Tulabug

Cerro Puñay

Colina de Lluishi

Desierto de Palmira

**Tabla 4-16:** Pregunta N°10: Ruta de los Volcanes y montañas- Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

| <b>Ruta de los Volcanes y montañas</b> | <b>Total</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--|--------------|-------------------|
| Volcán Chimborazo                      | 29           | 22%               |
| El Altar                               | 27           | 21%               |
| Carihuairazo                           | 12           | 9%                |
| Volcán Tulabug                         | 7            | 5%                |
| Cerro Puñay                            | 23           | 17%               |
| Colina de Lluishi                      | 10           | 8%                |
| Desierto de Palmira                    | 24           | 18%               |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-13:** Pregunta N°10: Ruta de los Volcanes y montañas- Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Figura 4-14

El Tayta Chimborazo es el icono de la ciudad, por tal razón obtuvo el mayor puntaje. El Altar es otro volcán representativo y finalmente el desierto de Palmira se puso de moda en los últimos años. A partir del inicio de la pandemia se viralizaron imágenes y videos de este desierto, resulta fantástico para tomar fotos, que hacen pensar que en realidad se ha visitado el Medio Oriente y se ha convertido en el único lugar en el país.

### **Ruta de los Lagunas**

Hermosas lagunas existentes en la provincia de Chimborazo

**Pregunta N°11:** Ruta de las lagunas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

Laguna de Colta

Lagunas de Ozogche

Laguna Amarilla

Laguna Valle Hermoso

Laguna Pintada

Laguna Azul

Lagunas de El Altar

Laguna de Tazaron

Laguna Mandur

Laguna Estrellada

Laguna del Hotel

Laguna de Naranjal

Laguna de Cundur

Complejo Lacustre Ozogoche

Laguna De Mapagüiña

**Tabla 4-17:** Pregunta N°11: Ruta de las lagunas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

| Ruta de las lagunas        | Total | Porcentaje |
|----------------------------|-------|------------|
| Laguna de Colta            | 20    | 15%        |
| Lagunas de Ozogoche        | 20    | 15%        |
| Laguna Amarilla            | 18    | 14%        |
| Laguna Valle Hermoso       | 5     | 4%         |
| Laguna Pintada             | 4     | 3%         |
| Laguna Azul                | 6     | 4%         |
| Lagunas de El Altar        | 19    | 14%        |
| Laguna de Tazaron          | 5     | 4%         |
| Laguna Mandur              | 4     | 3%         |
| Laguna Estrellada          | 4     | 3%         |
| Laguna del Hotel           | 6     | 4%         |
| Laguna de Naranjal         | 4     | 3%         |
| Laguna de Cundur           | 6     | 5%         |
| Complejo Lacustre Ozogoche | 6     | 5%         |
| Laguna De Mapagüiña        | 5     | 4%         |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 4-15:** Pregunta N°11: Ruta de las lagunas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.



**Fuente:** Figura 4-16

Los encuestados eligieron la laguna de Colta (*Kulta Kucha* o Laguna del Pato), lagunas de ozogoche (45 lagunas o lagos dentro del parque Sangay), laguna amarilla (dentro del cráter del nevado Altar), laguna del altar (Amarilla, Tazaron, Cocha negra, El hotel y Releche.)

#### **4.2. Interpretación de la entrevista**

**Entrevistado:** Renato Dilon

**Cargo:** Director de Gestión de Turismo del Municipio de Riobamba

**Empresa:** Gestión de Turismo

**Entrevista**

**Tema:** Desarrollo de paletas cromáticas en base a paisajes de la provincia de Chimborazo

**Entrevistador:** Buenos días, puede presentarse por favor

**Entrevistado:** Buenos días, mi nombre es Renato Dillón, director de Gestión de Turismo del Municipio de Riobamba.

**Entrevistador:** Pregunta 1. ¿Como podría definir los lugares turísticos de la provincia de Chimborazo?

**Entrevistado:** Nosotros aquí en Chimborazo, y dentro de la ciudad de Riobamba que es nuestra competencia para definir nuestros sitios turísticos nos hemos basado en el INVENTARIO de atractivos turísticos que se creó junto con la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en este año (2022) y el inventario contempla tres elementos; recursos, facilidades y servicios. Estos tres elementos configuran lo que es un atractivo turístico, entonces; con esto nosotros primero levantamos en donde tenemos los recursos identificados se hace un levantamiento de la ficha para ver cuáles eran las facilidades y servicios. En función de esto asignamos un puntaje que lo ubica en una categoría determinada, entonces, así es como hemos definido en territorio cuales son estos atractivos.

**Interpretación:** Esta pregunta nos permite reconocer los lugares en donde vamos a crear las fotografías, además nos permite conocer cuales son los lugares más representativos de acuerdo con sus características específicas propias de cada lugar.

**Entrevistador:** Pregunta 2. ¿Cuál es el principal tipo de turismo de mayor incursión dentro de la provincia de Chimborazo?

**Entrevistado:** De acuerdo con los indicadores que manejamos, estos varían dependiendo a la época. Primero vienen Chimborazo motivados por la naturaleza y la aventura. Es por eso por lo que nosotros como municipio hemos desarrollado ahora una estrategia bastante fuerte de actividades de deporte y de aventuras para el desarrollo del destino. Segundo vienen por visitar a familiares y amigos que también es una actividad fuerte y otros sugieren que es por temas laborales para realizar visitas en territorio.

**Interpretación:** Esto nos permite guiar la investigación de acuerdo con los lugares más visitados por los turistas y de esta forma verificar la importancia de cada lugar ya sea este por sus atributos visuales, geográficos o simplemente por reconocimiento.

**Entrevistador:** Pregunta 3. ¿En qué temporada o fecha son más concurridas las visitas de los lugares turísticos dentro de la provincia de Chimborazo?

**Entrevistado:** En el mes de abril que coincide con las fiestas de Riobamba, noviembre, carnaval, semana santa, agosto, navidad y fin de año en ese orden en el que te estoy mencionando

**Interpretación:** Esto nos permite identificar cual es la temporada más visitada para de esta forma poder acceder a la toma fotográfica y de esta forma identificar la temporada más visitada y así obtener la paleta cromática.

**Entrevistador:** Pregunta 4. ¿Existe alguna oferta de turismo para los lugares turísticos dentro de la provincia de Chimborazo?

**Entrevistado:** ¿A qué te refieres con oferta?

**Entrevistador:** Ejemplos: campañas, promociones.

**Entrevistado:** Sacamos permanentemente promociones, tanto ofertas de actividades como de servicios que son los dos ejes fundamentales que te damos. En la oferta de servicios, nosotros tenemos un plan para ir promocionando a cada uno de los establecimientos que cuentan con el registro turístico. En cambio, en las actividades

varía de acuerdo a la época, por ejemplo; semana santa tenemos los productos de sincretismo religioso, carnaval tenemos Riobamba tiempo de verano, abril y noviembre obviamente la agenda de actividades y de eventos, diciembre tenemos los pases del niño. Entonces dependiendo de la época del año vamos variando, pero mantenemos campañas y ofertas permanentes y temporales

**Interpretación:** Esta pregunta nos permite identificar y guiar la investigación para ver si podemos nosotros crear las paletas cromáticas para promocionar el lugar o simplemente hacer una paleta estética y funcional, además nos permite conocer que nuestra propuesta puede enfocarse y ser utilizada para fines promocionales dentro de cualquier institución de turismo.

**Entrevistador:** Pregunta 5. ¿Existen repositorios o catálogos fotográficos de los lugares turísticos más relevantes dentro de la provincia de Chimborazo?

**Entrevistado:** Si, nosotros tenemos tres elementos:

Un repositorio de todos los documentos desde la normativa que lo puedes encontrar

Por tema de pandemia, tenemos uno con todos los protocolos y medidas de bio seguridad que también puedes encontrarlo

Tenemos uno de fotografías al público mediante solicitud de acceso previa la gente, especialmente los establecimientos pueden acceder a las imágenes que requieren para hacer su promoción.

**Interpretación:** Esta pregunta nos permite reforzar la creación de nuestro proyecto ya que no existe en sí un elemento editorial físico o digital que cumpla con las características necesarias para satisfacer esta necesidad.

**Entrevistador:** Pregunta 6. ¿Considera Usted que los lugares turísticos dentro de la provincia de Chimborazo deberían ser difundidos a mayor escala?

**Entrevistado:** Obviamente siempre hace falta la promoción, ósea la promoción es un tema que debe ser transversal y que debe ir incrementando en función de los segmentos de mercado al que quieres llegar. Incluso ahora que estamos trabajando en un tema de especialización de actividades tienes que seguir fortaleciendo la promoción a esos segmentos específicos. Entonces la promoción es un tema sine qua non a la actividad turística y que tiene que ir en constante crecimiento. Incluso yo te diría como a criterio personal; el estado actual del turismo en el Ecuador de debe a la falta de promoción

turística que hemos tenido en los últimos años. La promoción es un factor fundamental generalmente para el desarrollo del turismo

**Interpretación:** Esta pregunta nos permite identificar que nuestros lugares turísticos necesitan una mayor difusión en cuanto a nivel global o interno, ya que los lugares son muy hermosos pero su falta de promoción hace que se queden sin visitas o simplemente no destaquen sus atributos.

**Entrevistador:** Pregunta 7. ¿Cuáles son los lugares turísticos más concurridos dentro de la provincia de Chimborazo?

**Entrevistado:** Bueno te hablo como Riobamba, nosotros tenemos el Chimborazo, que es el principal atractivo turístico que es el que motiva a la mayoría de gente que nos visita, tenemos el altar con la laguna amarilla por la zona de Quimiag y tenemos los centros de turismo comunitario y todo lo relacionado a la actividad cultural. Esos son los principales destinos turísticos de nuestra ciudad

**Interpretación:** esta pregunta nos permite crear una lista de los lugares que podemos visitar y fotografiar para la creación de nuestro catálogo cromático.

**Entrevistador:** Pregunta 8. ¿Considera usted que los paisajes de cada lugar turístico dentro de la provincia de Chimborazo tienen un alto potencial cromático?

**Entrevistado:** Por supuesto, realmente Riobamba es un cantón bendecido en ese sentido y tenemos una diversidad de escenarios geográficos para el desarrollo de actividades y deporte, entonces, contamos con el recurso natural suficiente. Nos falta desarrollar todavía facilidades y servicios, pero como recursos lo contamos.

**Interpretación:** Esta pregunta nos permite reforzar la creación de nuestro proyecto ya que no existe en sí un elemento editorial físico o digital que cumpla con las características necesarias para satisfacer esta necesidad.

**Entrevistador:** Pregunta 9. ¿Puede considerarse las Iglesias como potencial paisaje turístico?

**Entrevistado:** No es tanto, puede ser un paisaje urbano, puede considerarse como un recurso, dentro de ese recurso sí, pero ahí hay un problema. las Iglesias de por sí son museos vivos, museos de arte religioso tienen piezas incluso de valor, pero para poder estar abiertas permanente mente al público para una actividad turística se requiere

fortalecer sus sistemas de seguridad, pues son unos elementos los cuales ahora estamos trabajando. Las iglesias siempre serán un factor fundamental sobre todo para ciudades como las nuestras donde tienen también un enfoque histórico colonial importante.

**Interpretación:** Esta pregunta nos permite identificar y categorizar los lugares que pueden constar dentro de nuestro catálogo cromático y una vez más validar la creación de la propuesta, por lo que debemos enfocarla a destacar cada elemento y característica específica dentro del catálogo cromático.

**Entrevistador:** Gracias Ingeniero por el tiempo y su colaboración

**Entrevistado:** A ti, de igual manera muchas gracias.

## **CAPÍTULO V: PROPUESTA**

### **5. Ejecución del proyecto.**

El presente proyecto se realiza mediante el uso de la metodología proyectual de Robert Scott, por lo tanto, se enfoca en sus 4 causas, que permiten determinar los procesos específicos para un correcto desarrollo de la propuesta gráfica finalizada.

Cabe mencionar que para obtener un producto de calidad es necesario una correcta fundamentación de cada etapa, esto permite continuar con la aplicación de la causa primera, la causa formal, causa material y la causa técnica.

#### **5.1. Causa primera (necesidad), cliente y entorno**

La causa primera permite identificar el origen del problema que es la necesidad por lo tanto se debe limitar el segmento meta y el contexto en el que se va a desarrollar la investigación, dentro de este punto se obtiene la información a partir de la aplicación de las encuestas, entrevistas y fichas de observación que permitirá identificar el proceso de realización del catálogo de paletas cromáticas partiendo de las fotografías obtenidas de los paisajes de la provincia de Chimborazo y de esta forma se analiza e identifica los procesos involucrados para la creación de la propuesta final.

##### **5.1.2. Entorno**

La presente investigación se desarrolla en la provincia de Chimborazo como punto central el cual será distribuido en diferentes lugares de acuerdo con el instrumento aplicado ya que de esta forma se obtiene fotografías de lugares específicos los que servirán para la creación de las paletas cromáticas y posteriormente la creación del catálogo final.

El catálogo realizado en base a paletas cromáticas podrá ser usado para representar e identificar cromáticamente un lugar en específico y de esta forma brindar productos estéticos y funcionales de acuerdo con la necesidad y a su vez satisfacer las necesidades de los clientes.

### **5.1.2.1.Segmento meta**

Nuestro segmento meta está dirigido a Diseñadores Gráficos, Artistas, Fotógrafos y Turistas dentro de la ciudad de Riobamba los cuales permitirán establecer los lugares específicos e identificatorios de cada lugar de la provincia de Chimborazo, tomando como referencia las variables de tipo geográfico, psicográfico, demográfico, estilo de vida, etc.

**Clientes actuales:** Los principales clientes son los Diseñadores Gráficos, Artistas, Fotógrafos o personas que necesiten hacer uso de diferentes paletas cromáticas representativas de la provincia de Chimborazo.

**Clientes Potenciales:** El presente proyecto puede ser utilizado por diferentes profesiones que hagan uso de este elemento por lo que se podría dirigir a decoradores de interiores, diseñadores industriales, artistas, pintores, etc y de esta forma tendrían un elemento cromático establecido y fundamentado para poder hacerlo uso de acuerdo con sus necesidades gráficas y visuales.

## **5.2. Causa formal (Fundamentación teórica)**

Dentro de esta etapa se fundamenta teóricamente cada uno de los procesos a través de fuentes bibliográficas principales y secundarias para validar científicamente la propuesta gráfica. Los conceptos y elementos de diseño propuestos deben cumplir una función y de esta forma permitir que el producto final sea estético, funcional y satisfaga la necesidad del público objetivo.

### **5.2.1. Tendencia**

La tendencia utilizada dentro de la propuesta gráfica es la minimalista ya que se expresa de esta forma características específicas de diseño que involucran la elegancia, limpieza y estilo de diseño. Por lo tanto, mediante esta tendencia podemos enfocarnos de manera específica lo que se desea mostrar como en este caso las fotografías y las paletas cromáticas obtenidas a partir de estas.

### 5.2.2. Proceso creativo

El proceso se realizó mediante la aplicación de la ficha de observación la cual nos permitió obtener las fotografías de los lugares seleccionados mediante la aplicación del instrumento, por lo que una vez obtenidos los productos gráficos se genera la aplicación de diferentes métodos de obtención de paletas cromáticas y de esta forma analizar y seleccionar el mejor para la creación de la pieza final tomando en cuenta elementos gráficos, de composición, tipográficos y de forma para obtener una pieza funcional y estética como producto gráfico.

### 5.2.3. Técnica creativa

Para la creación de la propuesta se seleccionó la técnica de matrices combinatorias porque nos brinda una mayor facilidad para seleccionar y combinar elementos para la creación del catálogo y a su vez obtener un producto de calidad, por lo tanto, se tomaron diferentes variables y criterios para la aplicación de la técnica.

#### 5.2.3.1. Matrices combinatorias

Se seleccionan diferentes variables relacionadas a la elaboración de la marca partiendo de criterios principales como: el color, la forma, la tipografía y así identificar una posible línea gráfica para la empresa.

**Tabla 5-1: Matrices combinatorias para creación del catálogo**

|                   | <b>Diseño</b> | <b>Cromática</b> | <b>Elementos de forma</b> | <b>Contenido</b> | <b>Tipografía</b> |
|-------------------|---------------|------------------|---------------------------|------------------|-------------------|
| <b>Geométrico</b> | x             |                  | x                         | x                |                   |
| <b>Estético</b>   | x             |                  | x                         | x                | x                 |
| <b>Ergonómico</b> | x             |                  | x                         | x                | x                 |
| <b>Pertinente</b> | x             | x                |                           | x                |                   |
| <b>Elegante</b>   | x             | x                | x                         | x                | x                 |
| <b>Llamativo</b>  | x             | x                |                           | x                |                   |
| <b>Funcional</b>  | x             | x                | x                         | x                | x                 |

**Fuente:** (Lozano, 2021)

A partir de la aplicación de la técnica creativa de matrices combinatorias para la creación del catálogo de paletas cromáticas, se puede identificar que la pieza gráfica final debe obtener un diseño geométrico, estético, ergonómico, pertinente, elegante y funcional tomando en cuenta que esto debe ir acompañado de una cromática pertinente ya que al ser un catálogo de paletas cromáticas se debe realzar esta característica por lo que debe ir acompañada por elementos de forma de acuerdo al contenido y la tipografía para crear un elemento funcional.

### **5.3. Métodos de creación de paletas cromáticas**

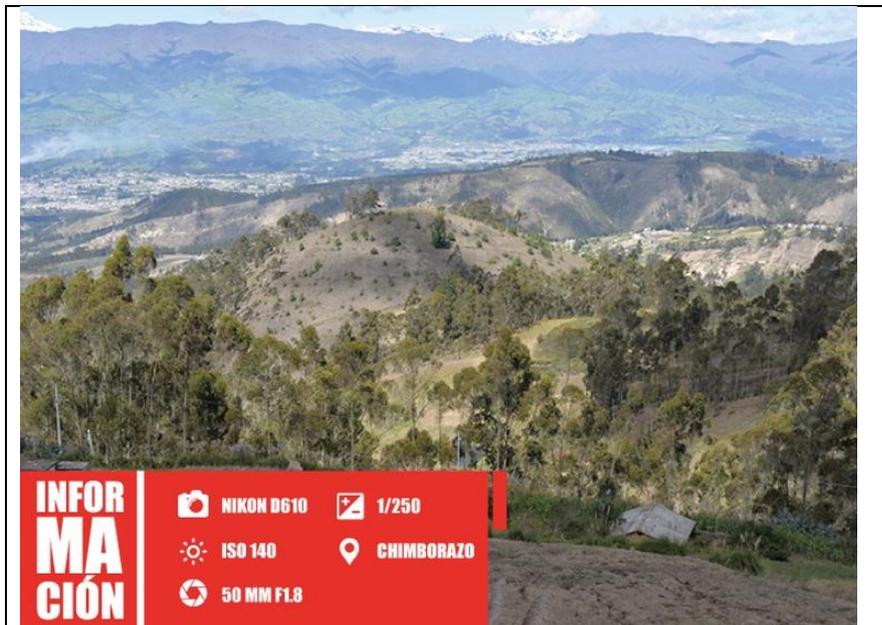
#### **5.3.1. Generación de fotografías basadas en los paisajes de la provincia de Chimborazo**

Se ha realizado la selección de las distintas fotografías tomadas de varios paisajes naturales, urbanos y culturales de la provincia para la creación de las paletas de color, hemos seleccionados varios de ellos en distintos horarios para poder contar con la mayor cantidad de colores para crear las paletas a ser aplicadas en la creación de una marca.

Para la captura de las imágenes trabajamos con una cámara Nikon d610 los ajustes de ISO, APERTURA Y VELOCIDAD DE CAPTURA para cada una de las imágenes se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 5-2: Obtención de fotografías

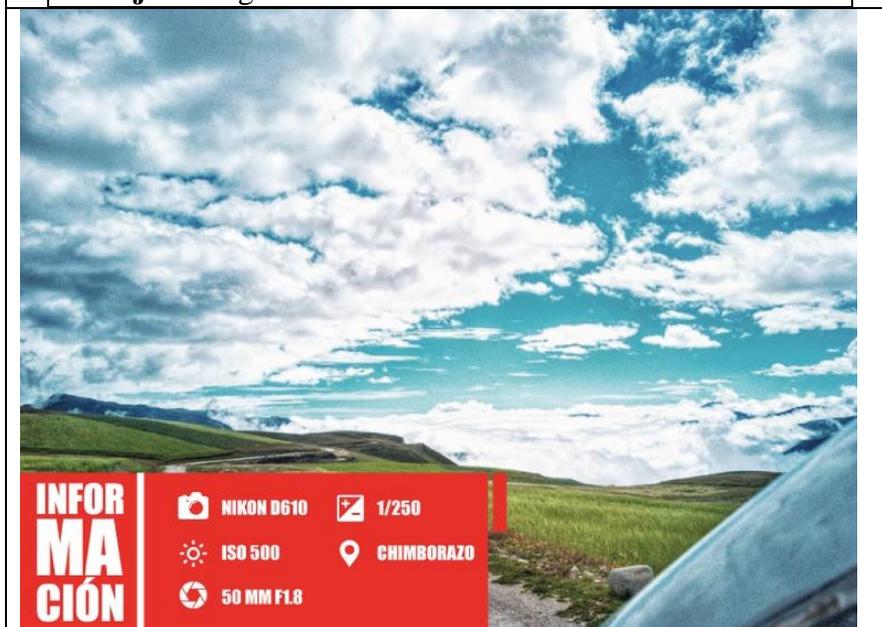
| Paisajes de la provincia de Chimborazo   |  |
|--|--|
|    | <p><b>INFORMACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>NIKON D610</li> <li>1/250</li> <li>ISO 100</li> <li>CHIMBORAZO</li> <li>50 MM F/8</li> </ul> <p><b>Descripción:</b> Llanuras de la provincia de Chimborazo visto desde la vía a San Juan</p> <p><b>Fotografía:</b> Sebastian Lozano</p> <p><b>Paisaje:</b> Categoría Natural</p>  |
|  | <p><b>INFORMACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>NIKON D610</li> <li>1/200</li> <li>ISO 100</li> <li>CHIMBORAZO</li> <li>50 MM F1.8</li> </ul> <p><b>Descripción:</b> Llanuras de la provincia de Chimborazo visto desde la vía a San Juan</p> <p><b>Fotografía:</b> Sebastian Lozano</p> <p><b>Paisaje:</b> Categoría Natural</p> |



**INFORMACIÓN**

NIKON D610    1/250  
 ISO 140    CHIMBORAZO  
 50 MM F1.8

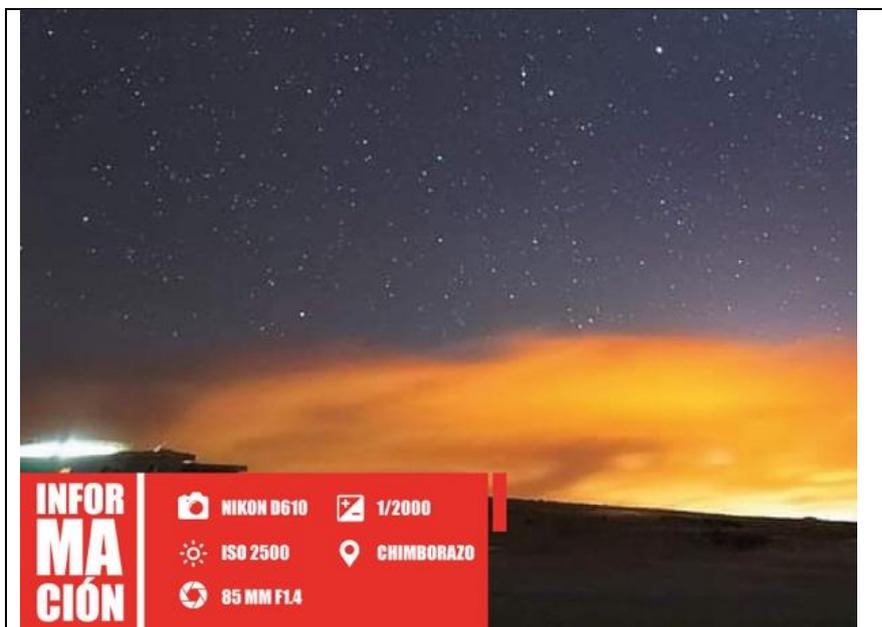
|  |
|--|
| <b>Descripción:</b> Llanuras parroquia Yaruquies |
| <b>Fotografía:</b> Sebastian Lozano              |
| <b>Paisaje:</b> Categoría Natural                |



**INFORMACIÓN**

NIKON D610    1/250  
 ISO 500    CHIMBORAZO  
 50 MM F1.8

|                                     |
|-------------------------------------|
| <b>Descripción:</b> Parroquia Cacha |
| <b>Fotografía:</b> Sebastian Lozano |
| <b>Paisaje:</b> Categoría Natural   |

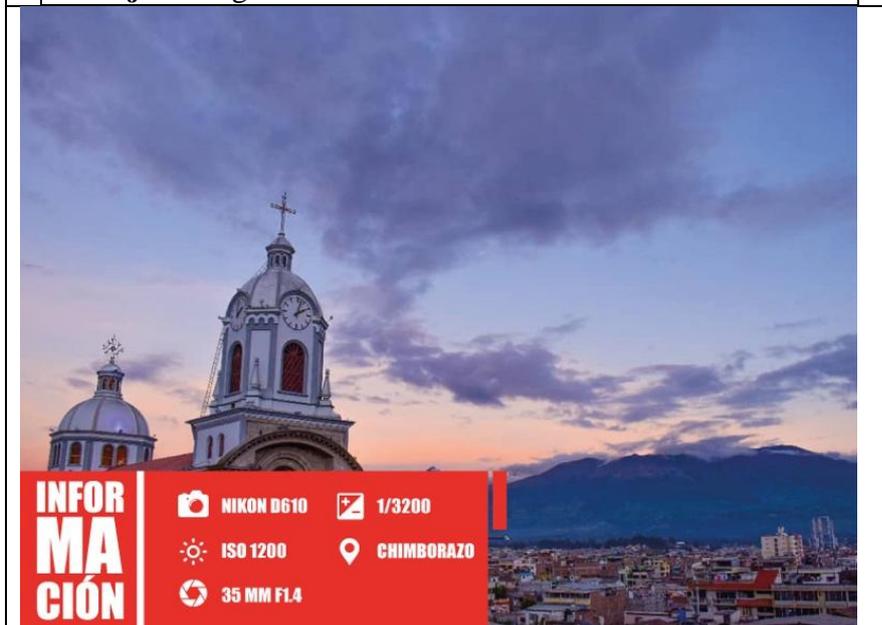


**INFORMACIÓN**  
NIKON D610 1/2000  
ISO 2500 CHIMBORAZO  
85 MM F1.4

**Descripción:** Parroquia cacha

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Natural

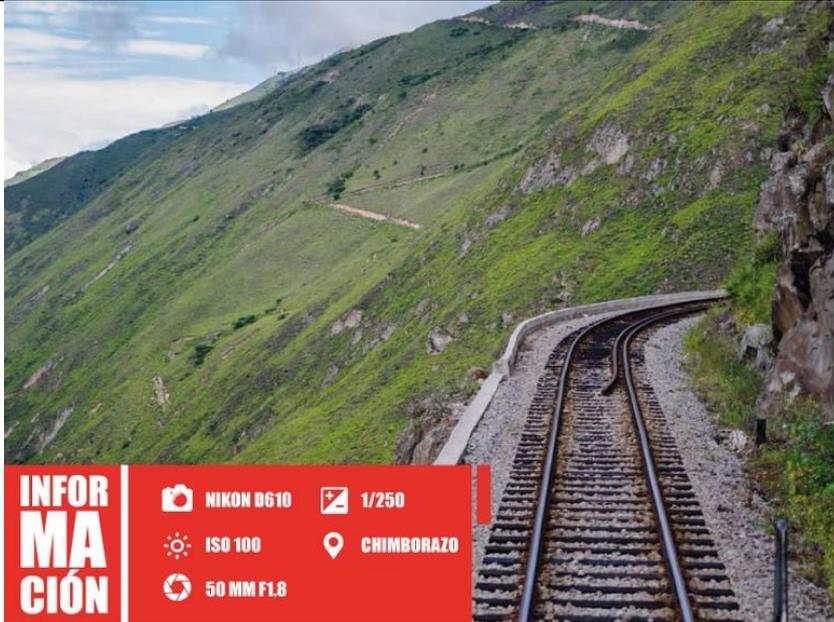


**INFORMACIÓN**  
NIKON D610 1/3200  
ISO 1200 CHIMBORAZO  
35 MM F1.4

**Descripción:** Iglesia San Antonio de Padua “Loma de Quito” Cantón Riobamba

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Arquitectónico



**INFORMACIÓN**

NIKON D610 1/250  
ISO 100 CHIMBORAZO  
50 MM F1.8

**Descripción:** Rieles del ferrocarril y llanuras del Cantón Alausí

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Natural



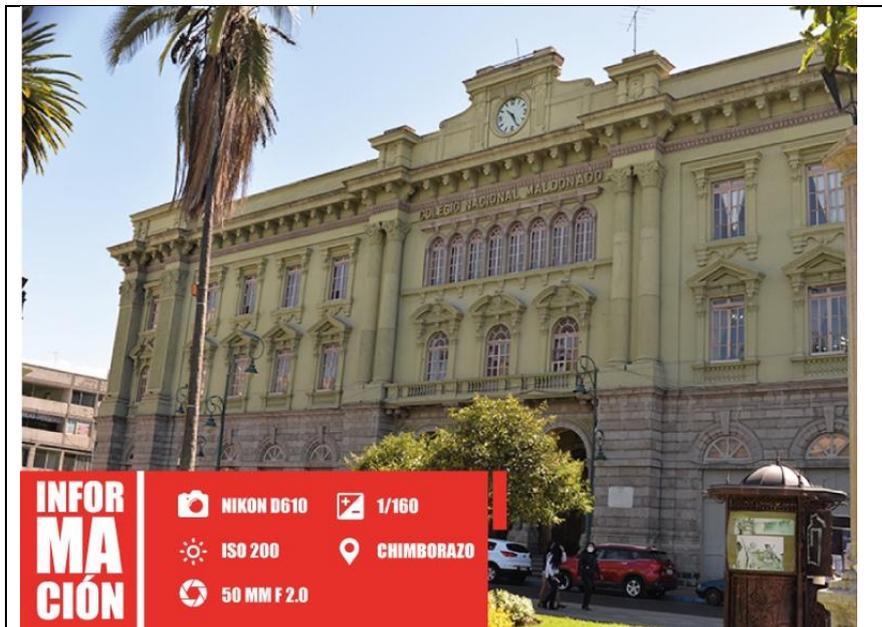
**INFORMACIÓN**

NIKON D610 1/250  
ISO 100 CHIMBORAZO  
50 MM F1.8

**Descripción:** Iglesia San Antonio de Padua “Loma de Quito” Cantón Riobamba

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Arquitectónico



**INFORMACIÓN**

NIKON DG10 1/160

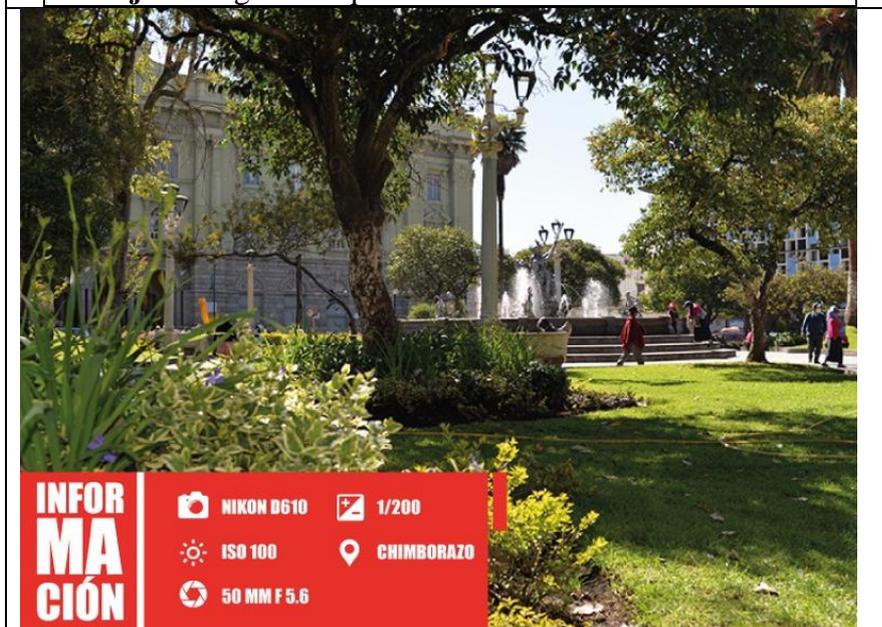
ISO 200 CHIMBORAZO

50 MM F 2.0

**Descripción:** Colegio Pedro Vicente Maldonado

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Arquitectónico



**INFORMACIÓN**

NIKON DG10 1/200

ISO 100 CHIMBORAZO

50 MM F 5.6

**Descripción:** Parque Sucre Cantón Riobamba

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Natural



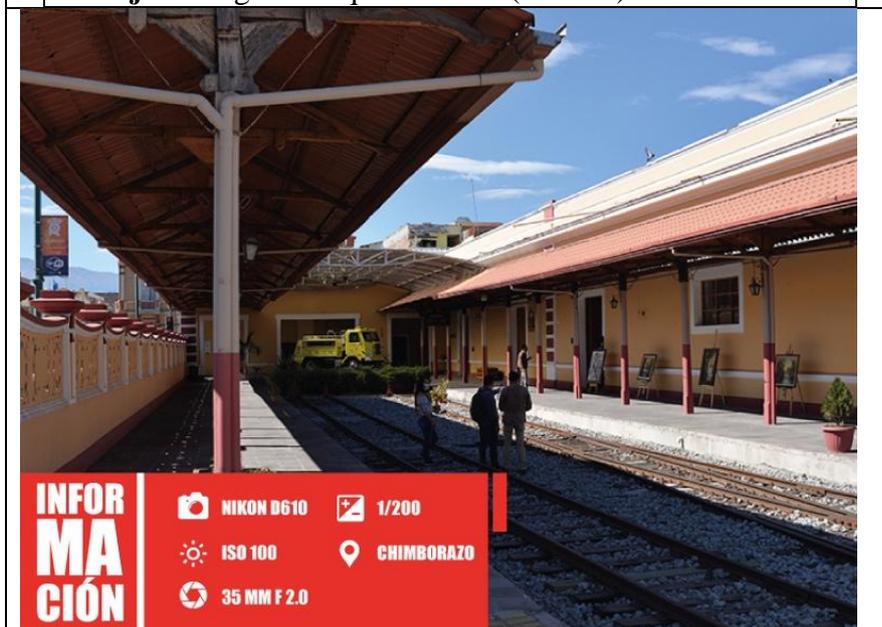
**INFORMACIÓN**

NIKON DG10    1/200  
 ISO 100    CHIMBORAZO  
 35 MM F 2.0

**Descripción:** Estación del ferrocarril Cantón Riobamba

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Arquitectónico (Urbano)



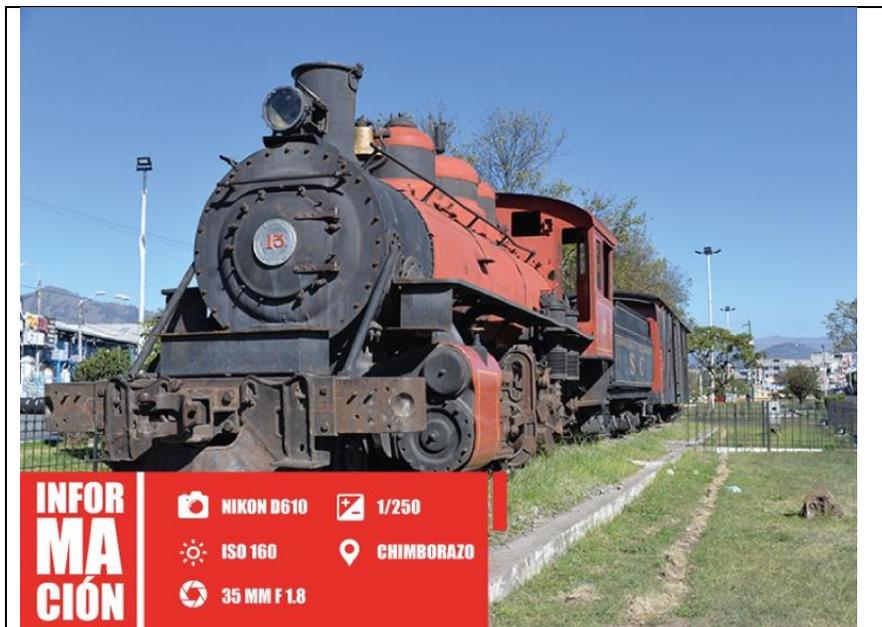
**INFORMACIÓN**

NIKON DG10    1/200  
 ISO 100    CHIMBORAZO  
 35 MM F 2.0

**Descripción:** Estación del ferrocarril Cantón Riobamba

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría arquitectónico (Urbano)

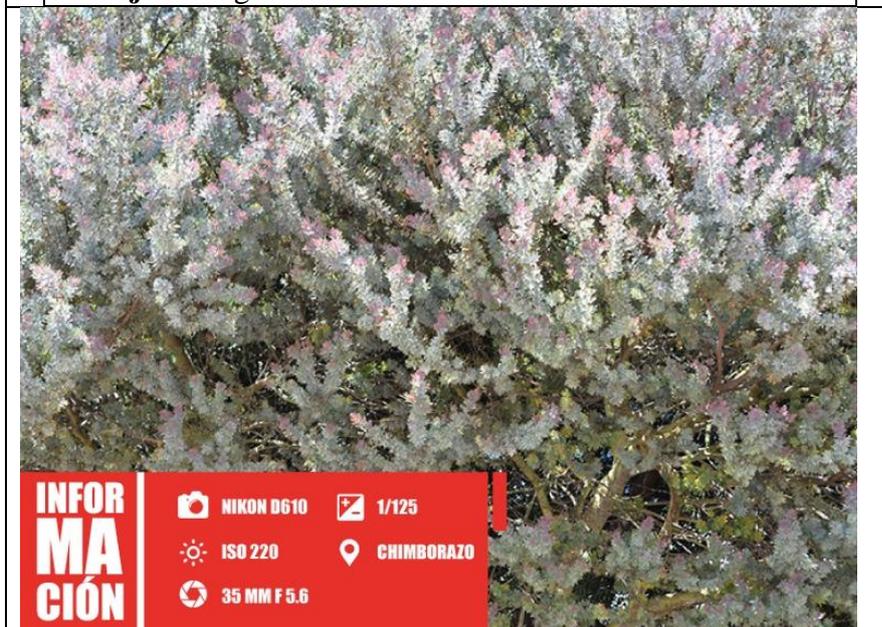


**INFORMACIÓN**  
NIKON D610 1/250  
ISO 160 CHIMBORAZO  
35 MM F 1.8

**Descripción:** Monumento tren del Cantón Riobamba

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Urbano

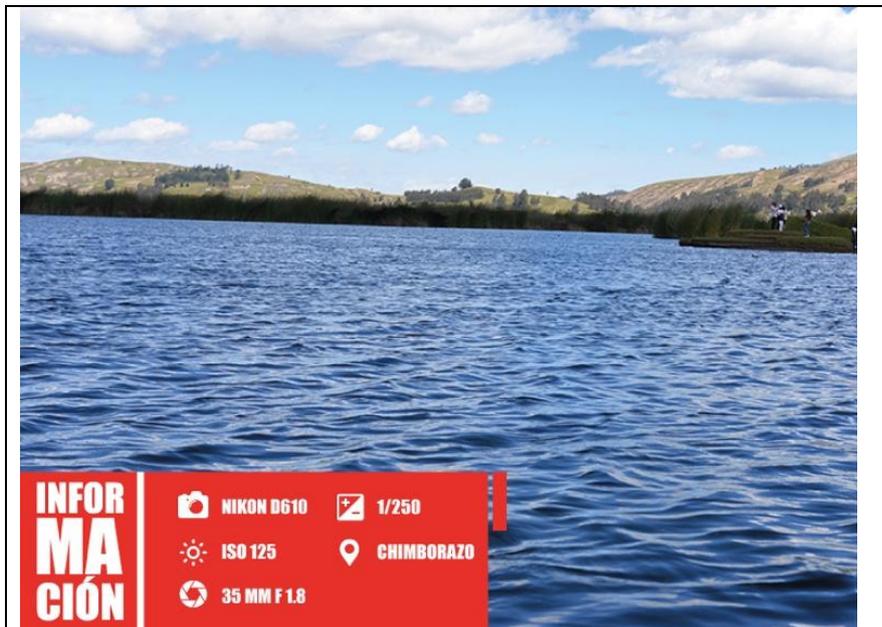


**INFORMACIÓN**  
NIKON D610 1/125  
ISO 220 CHIMBORAZO  
35 MM F 5.6

**Descripción:** Árbol de cedro laguna de Colta

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Natural

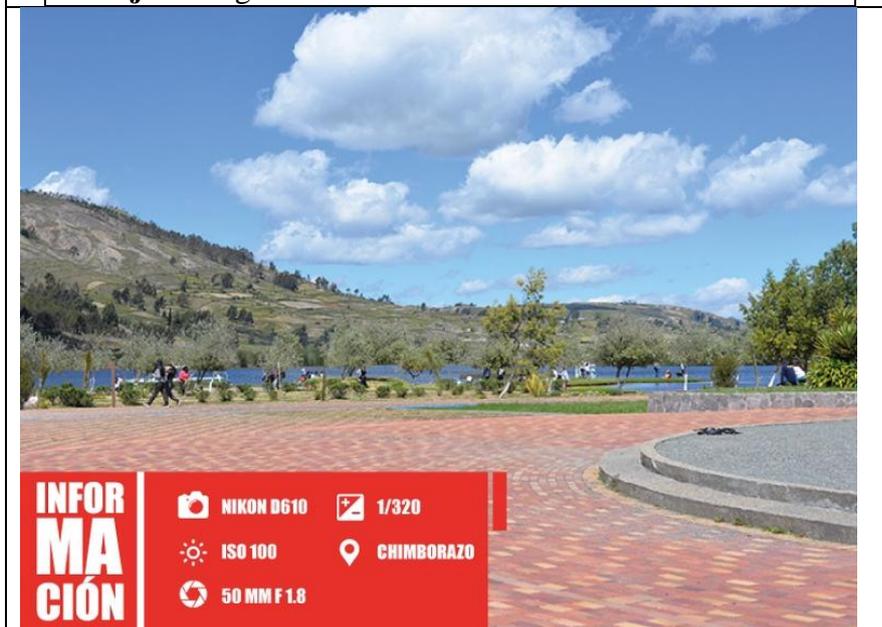


**INFORMACIÓN**  
NIKON DG10 1/250  
ISO 125 CHIMBORAZO  
35 MM F 1.8

**Descripción:** Laguna de Colta

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Natural

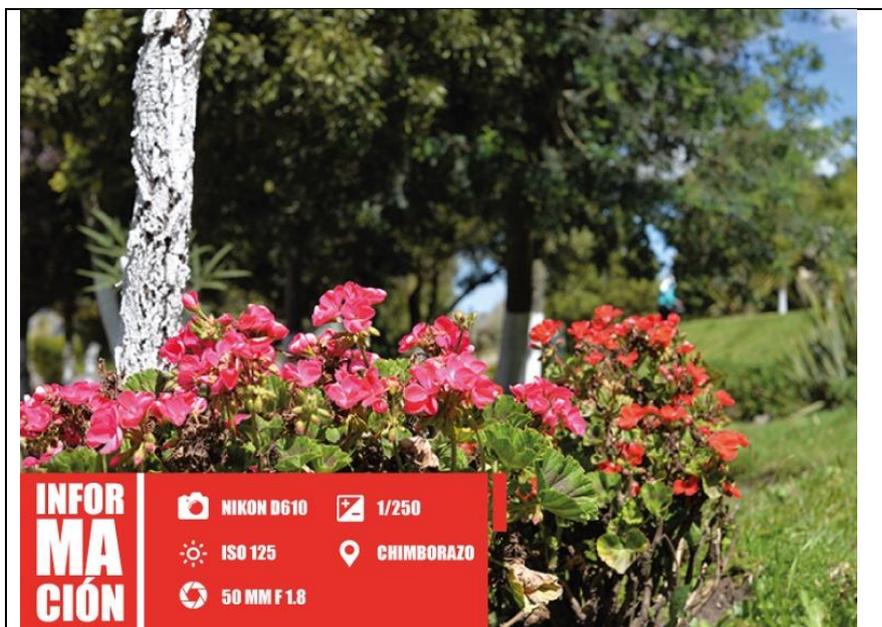


**INFORMACIÓN**  
NIKON DG10 1/320  
ISO 100 CHIMBORAZO  
50 MM F 1.8

**Descripción:** Paisaje Natural y llanuras de la laguna de Colta

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Natural



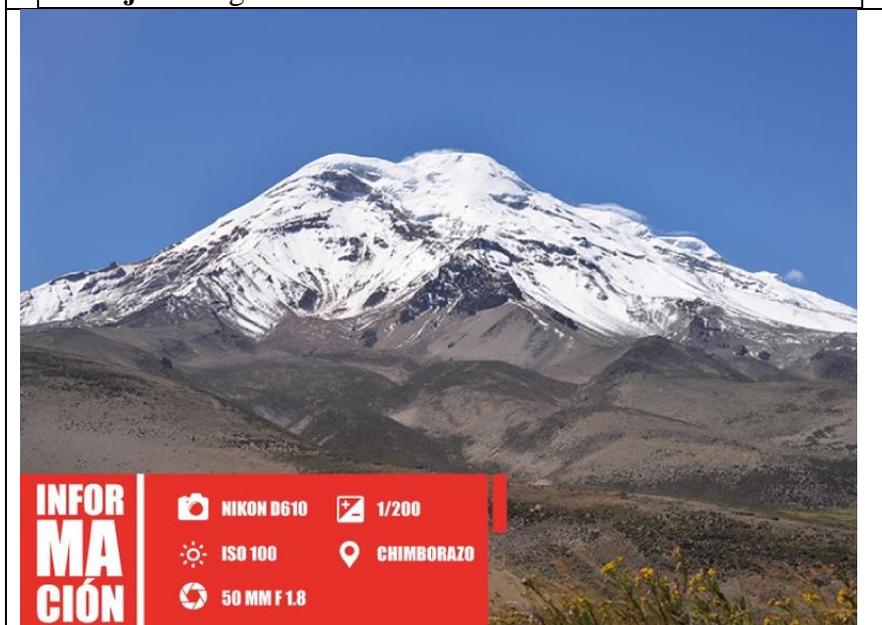
**INFORMACIÓN**

NIKON D610 1/250  
ISO 125 CHIMBORAZO  
50 MM F 1.8

**Descripción:** Orquidiario del paseo turístico de la laguna de Colta

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Natural



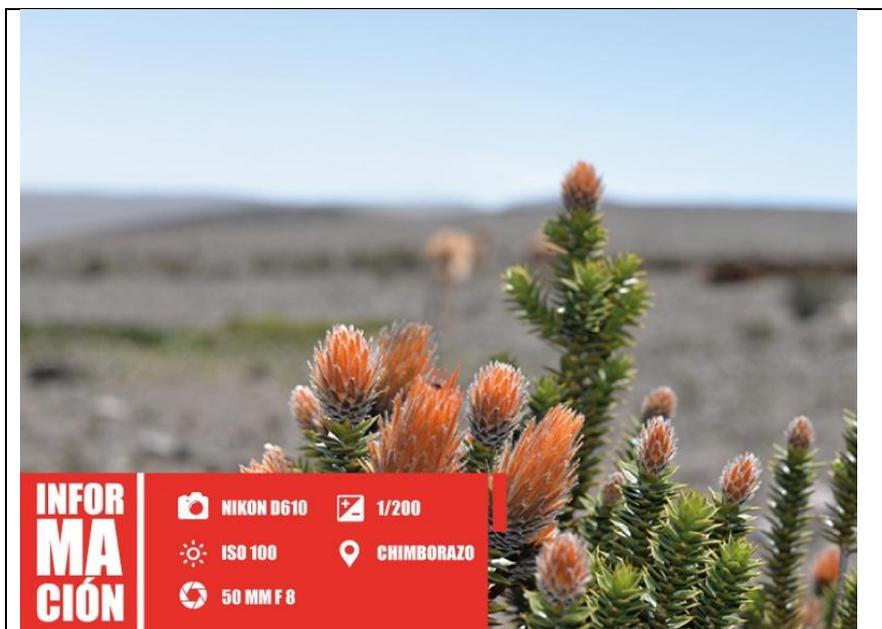
**INFORMACIÓN**

NIKON D610 1/200  
ISO 100 CHIMBORAZO  
50 MM F 1.8

**Descripción:** Nevado Chimborazo visto desde el arenal

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Natural



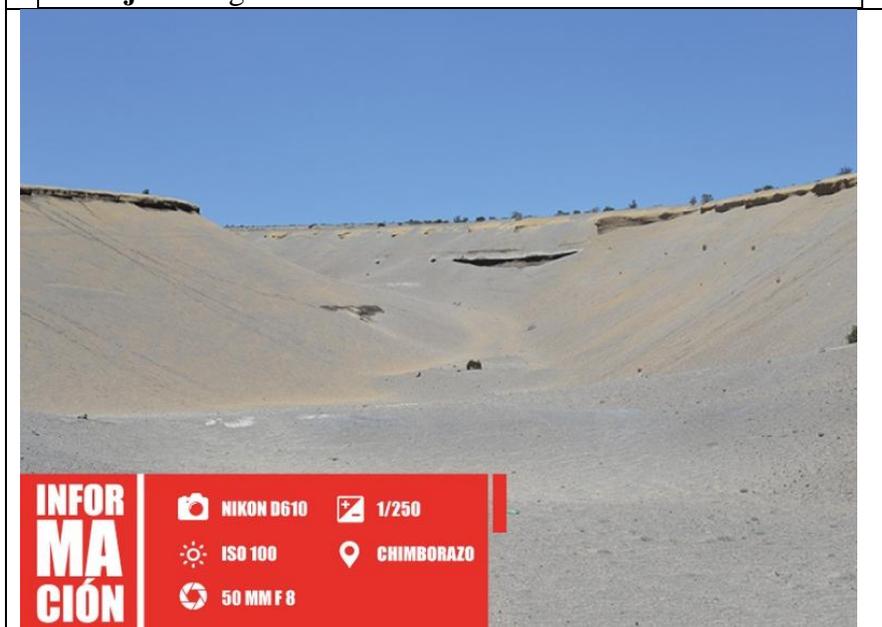
**INFORMACIÓN**

NIKON D610 1/200  
 ISO 100 CHIMBORAZO  
 50 MM F 8

**Descripción:** Chuquiragua planta que se da únicamente en las cercanías al nevado Chimborazo

**Fotografía:** Sebastian Lozano

**Paisaje:** Categoría Natural



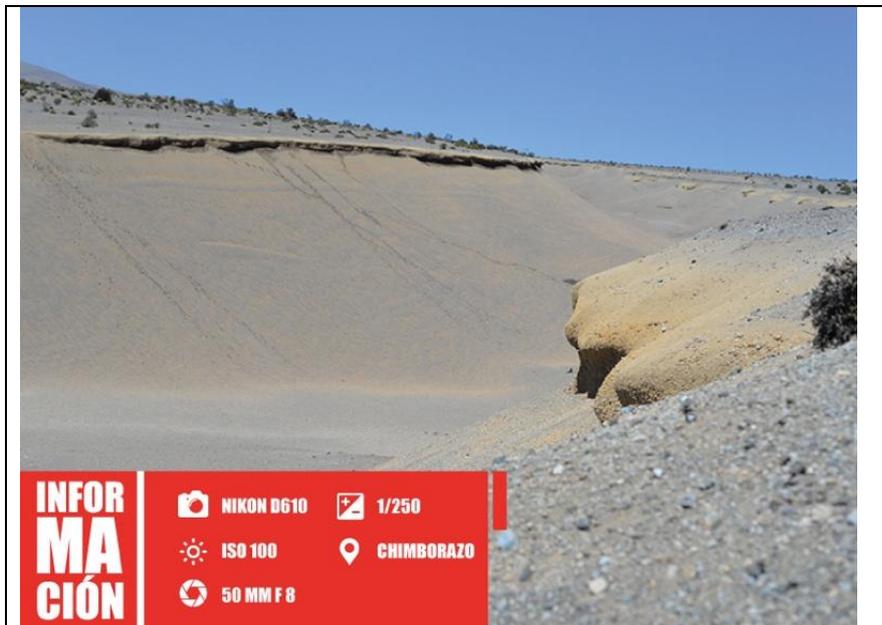
**INFORMACIÓN**

NIKON D610 1/250  
 ISO 100 CHIMBORAZO  
 50 MM F 8

**Descripción:** El arenal provincia de Chimborazo

**Fotografía:** Sebastian Lozano

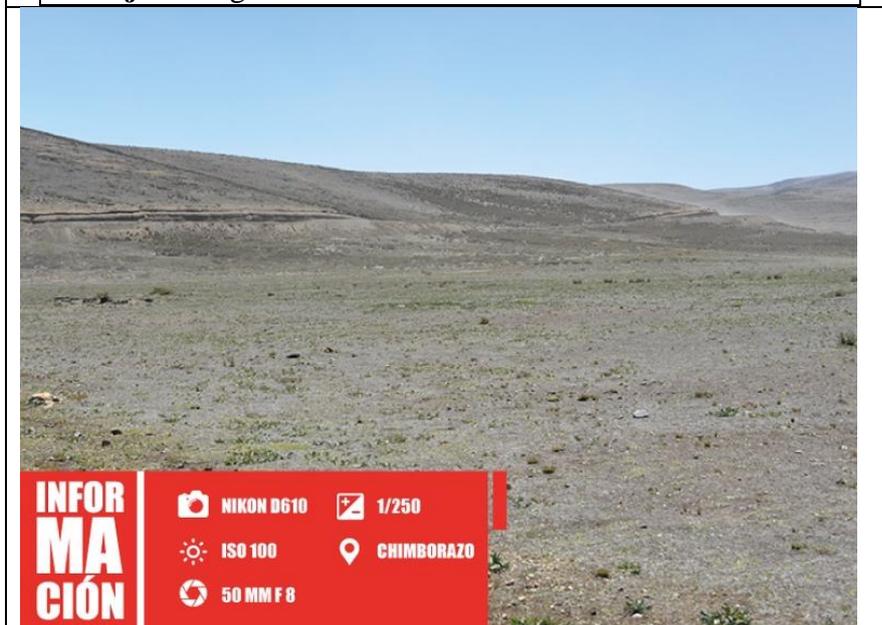
**Paisaje:** Categoría Natural



**INFORMACIÓN**

NIKON D610 1/250  
ISO 100 CHIMBORAZO  
50 MM F 8

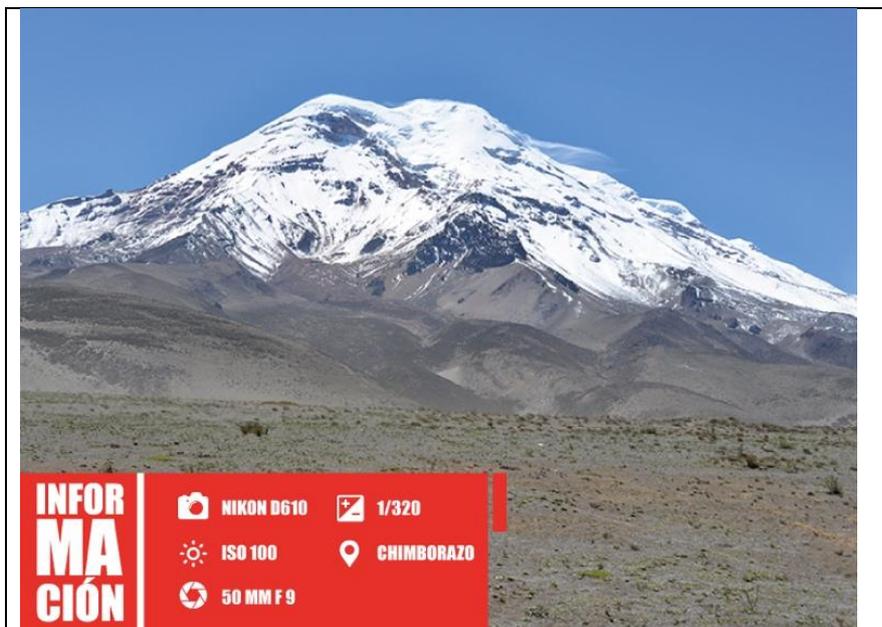
**Descripción:** El arenal provincia de Chimborazo  
**Fotografía:** Sebastian Lozano  
**Paisaje:** Categoría Natural



**INFORMACIÓN**

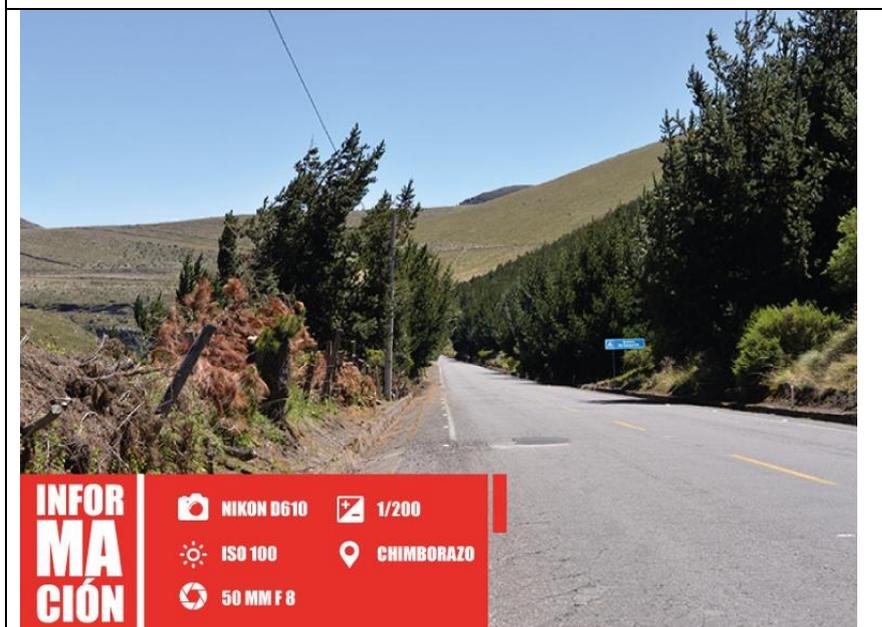
NIKON D610 1/250  
ISO 100 CHIMBORAZO  
50 MM F 8

**Descripción:** El arenal provincia de Chimborazo  
**Fotografía:** Sebastian Lozano  
**Paisaje:** Categoría Natural



**INFORMACIÓN**  
NIKON D610 1/320  
ISO 100 CHIMBORAZO  
50 MM F 9

**Descripción:** Nevado Chimborazo (El arenal)  
**Fotografía:** Sebastian Lozano  
**Paisaje:** Categoría Natural



**INFORMACIÓN**  
NIKON D610 1/200  
ISO 100 CHIMBORAZO  
50 MM F 8

**Descripción:** Vía San Juan  
**Fotografía:** Sebastián Lozano  
**Paisaje:** Categoría Natural



**Fuente:** (Lozano, 2021)

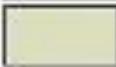
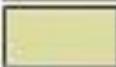
#### 5.4. Métodos de obtención del color

De acuerdo con la investigación planteada por Fernández, en esta fase del proyecto se investigan diferentes métodos y procesos de trabajo que permitan obtener 7 datos cromáticos procedentes de cada una de las imágenes registradas. A continuación, se detalla la evolución del proceso de trabajo y método escogido (Fernandez, 2017).

##### 5.4.1. Método 1: Colores dominantes

Se lleva a cabo una solución cuantitativa mediante el cálculo matemático de los píxeles de toda la imagen. Se crea un algoritmo que calcula el valor cromático de cada píxel de la imagen muestreada, los resultados se clasifican por código de color RGB y número de píxeles de cada color ordenador de mayor a menor.

**Figura 5-1:** Método 1: Colores dominantes

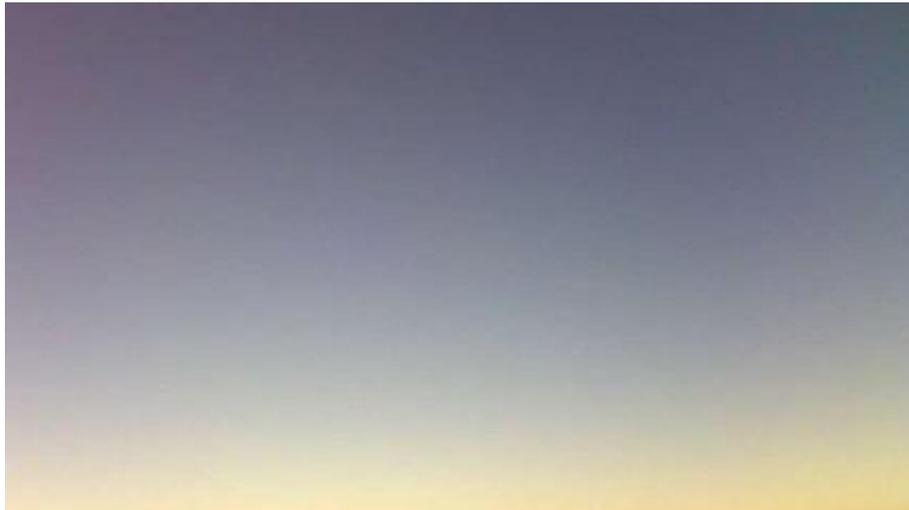
| test.jpg  |             |       |
|---|-------------|-------|
| Color   | RGB Color   | Count |
|    | 96,96,128   | 2463  |
|    | 160,160,160 | 1877  |
|    | 128,128,128 | 1429  |
|    | 128,128,160 | 1371  |
|    | 192,192,192 | 1116  |
|    | 96,96,96    | 909   |
|    | 224,224,192 | 791   |
|    | 192,192,160 | 457   |
|   | 224,224,160 | 372   |
|  | 96,128,128  | 326   |

**Fuente:** (Fernandez, 2017)

En un principio parecía un buen método ya que se apoya en resultados estadísticos, pero en contrapartida tiene el inconveniente que no cuantifica algunos colores esenciales, esto ocurre por ejemplo en áreas pequeñas de la imagen, pero de gran interés cromático como por ejemplo una línea del horizonte, una pequeña nube en el cielo, etc., a nivel cuantitativo no los detecta o los valora por debajo de otros colores menos descriptivos.

Por ejemplo, en la siguiente imagen procedente del registro fotográfico, las tonalidades cálidas de la zona del horizonte que aportan mucha información (amanecer), se sitúan en la posición 7, 8 y 9 de los resultados test. Si seleccionamos los 6 colores más puntuados las tonalidades cálidas del horizonte no aparecerán en los resultados.

**Figura 5-2:** Obtención de imagen original para el método 1: Colores dominantes



**Fuente:** (Fernandez, 2017)

Como este método excluye los colores de las áreas pequeñas de las fotografías, pero de gran contraste tonal e información meteorológica se siguen buscando otras soluciones.

#### **5.4.2. Método 2: Color por zonas con *Adobe Color***

A partir de los resultados obtenidos en el Método 1 se decide buscar otros procesos que permitan obtener un color determinado seleccionando aquellas zonas que podrían tener un interés cromático mediante el *software Adobe Color*.

De esta manera se investiga como obtener muestras cromáticas segmentando la imagen a través de distintos puntos: tonos más claros en el horizonte, más oscuros y azulados en el cénit, etc. A través de este método se indaga trabajar con soluciones cualitativas priorizando la diferencia cromática al número de píxeles obtenidos en la imagen.

En la siguiente captura de *Adobe Color* se puede observar este proceso de trabajo personalizado a modo “cuenta gotas” de *Photoshop*.

Este proceso parece muy útil para conseguir resultados cromáticos muy descriptivos y de gran contraste, pero no ofrece resultados matemáticos de zonas de mayor a menor incidencia. Por tanto, se sigue investigando como crear paletas de colores a partir de una imagen.

**Figura 5-3:** Método 2: Colores por zonas con *Adobe Color*



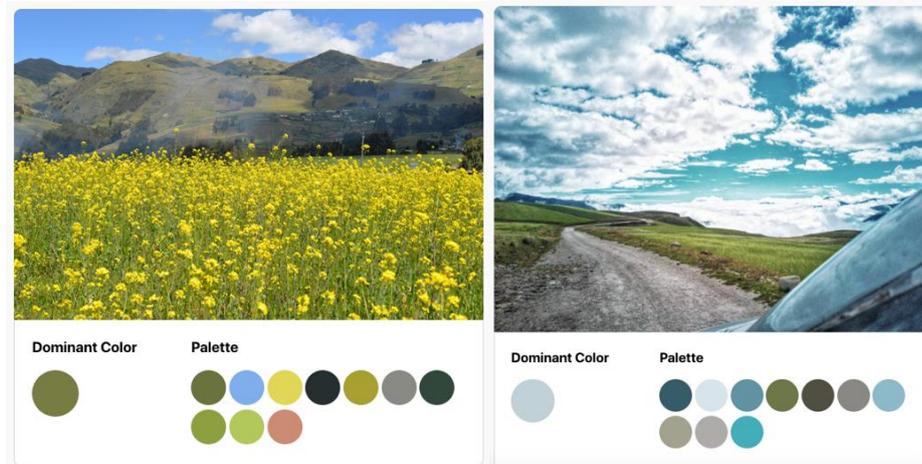
**Fuente:** (Fernandez, 2017)

### **5.5. Análisis de obtención de paletas cromáticas de acuerdo con el análisis cuantitativo de pixeles de color**

Con aplicación del método cuantitativo de pixeles se van a generar paletas de colores de acuerdo con base en los colores que presenten mayor número de pixeles dentro de la imagen a partir de este se ordenaran de mayor a menor de acuerdo con el número de estos, se tomó en cuenta las 25 imágenes para tener una base con la cual sustentar este método.

Se procedió a analizar las paletas de color generadas por la herramienta *Color Tiff*, misma que es basada en un algoritmo matemático para determinar la prevalencia de un color en una imagen.

**Figura 5-4:** Obtención de paleta cromática 1

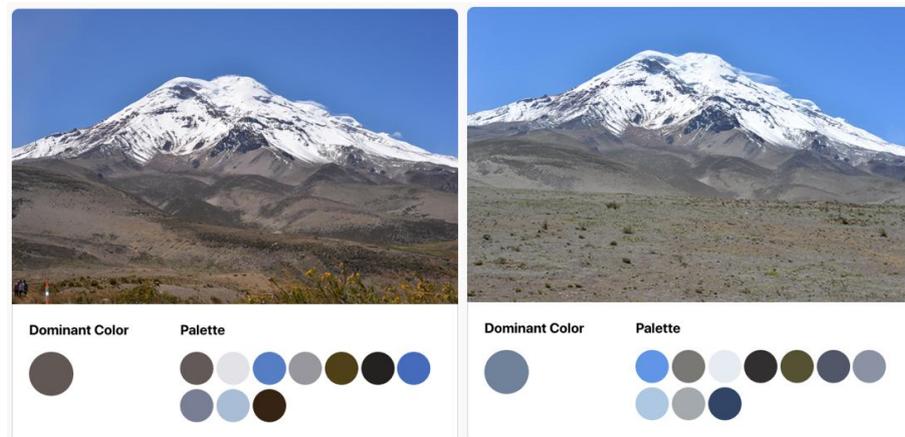


**Fuente:** (Lozano, 2021)

En el caso de la figura 5-4 podemos observar que no todos los colores forman parte de una identidad cromática, en concreto el color  no corresponde a una combinación estética de color, es decir el modelo matemático en esta imagen no es correcto.

En el caso de la imagen el modelo nos muestra una combinación de color atractiva tomando en cuenta todos los colores presentes en la imagen, esta es una combinación que es posible utilizarle en el desarrollo de un diseño.

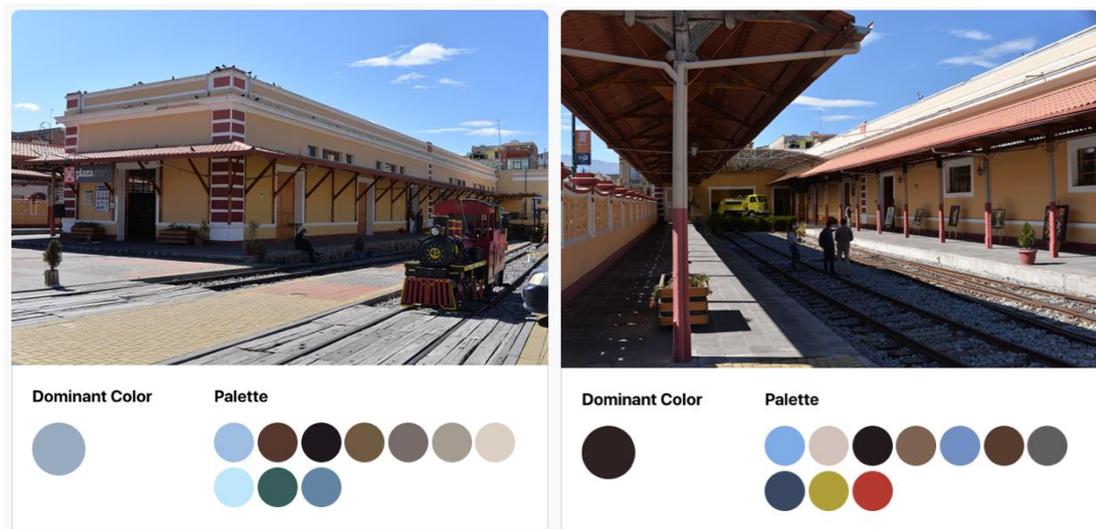
**Figura 5-5:** Obtención de paleta cromática 2



**Fuente:** (Lozano, 2021)

En el caso de las dos imágenes se puede determinar que las paletas de colores están estructuradas acorde a los colores que presenta en cada una de ellas, a pesar de que la primera imagen fue tomada en una hora distinta y con distintos ajustes de cámara en las paletas se puede observar colores similares, en este caso el modelo matemático detecto los colores de cada una de las imágenes.

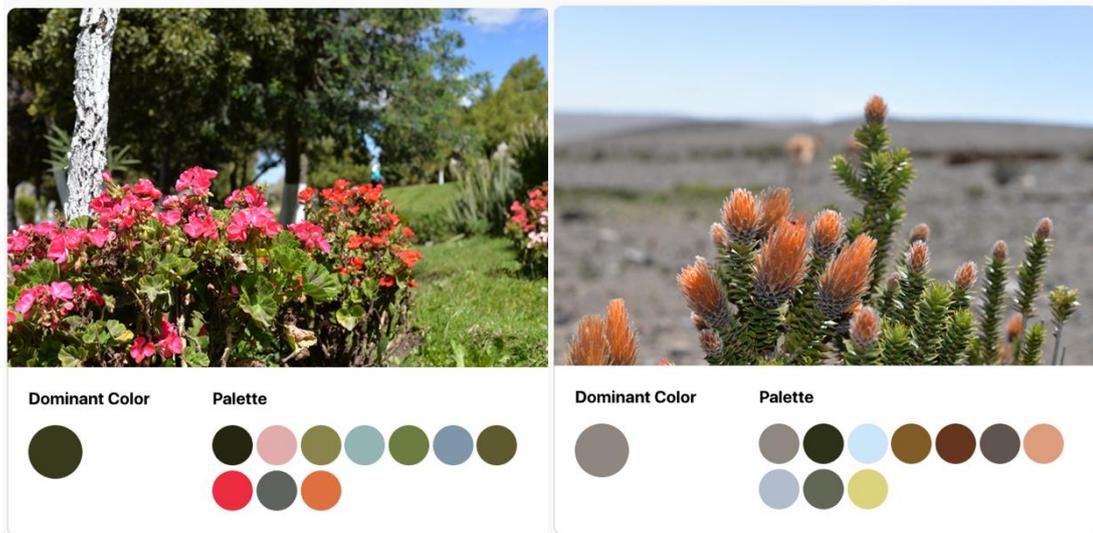
**Figura 5-6:** Obtención de paleta cromática 3



**Fuente:** (Lozano, 2021)

En las siguientes imágenes se hace evidente que sistema matemático a pesar de que en las dos imágenes se presenta el color ● en la imagen 5-6 no lo determina como un color existente en la imagen y en la imagen dos el modelo si lo determina y este forma parte de la paleta.

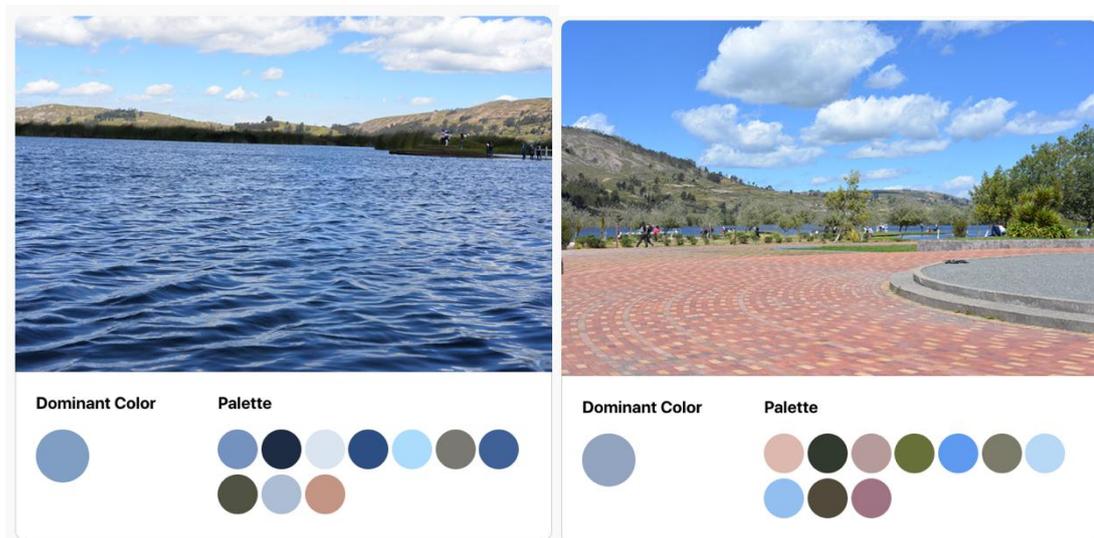
**Figura 5-7:** Obtención de paleta cromática 4



**Fuente:** (Lozano, 2021)

En las imágenes que se presentan vemos que el modelo en el caso de la imagen 5-7 no detecta todos los colores que tienen prevalencia en ella, por ejemplo  y en ninguno de los casos presenta una combinación lógica de los mismos.

**Figura 5-8:** Obtención de paleta cromática 5

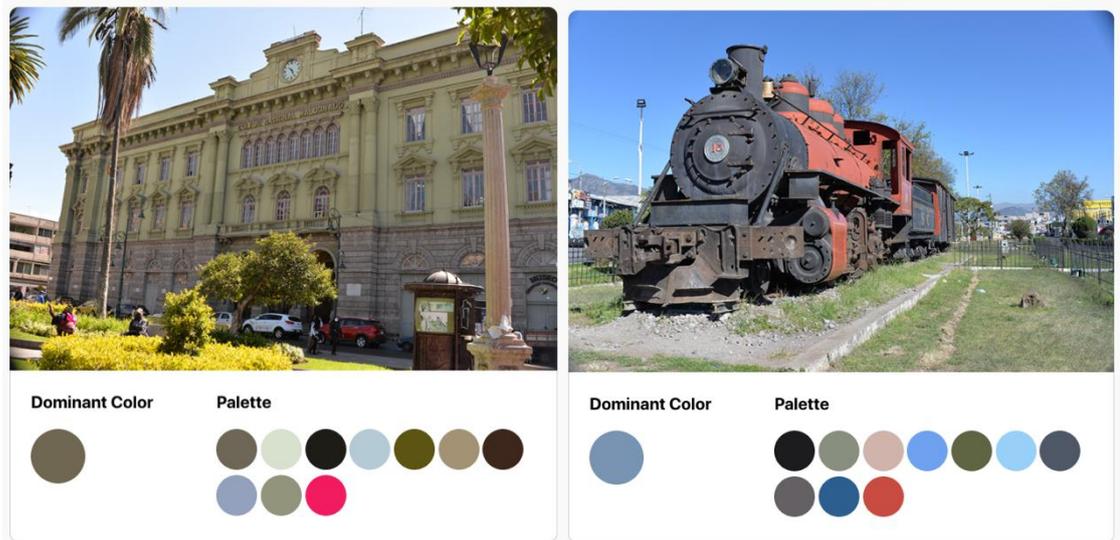


**Fuente:** (Lozano, 2021)

En el análisis de estas dos imágenes podemos ver que el modelo falla nuevamente ya que determina colores que a la vista no están presentes en las capturas, por ejemplo, en

la aleta generada de la imagen 5 - 8 se determina el siguiente color ● mismo que no se puede visualizar en la imagen, de igual manera en la imagen dos el modelo detecta el siguiente color en la imagen ● , color que no se encuentra presente en la captura.

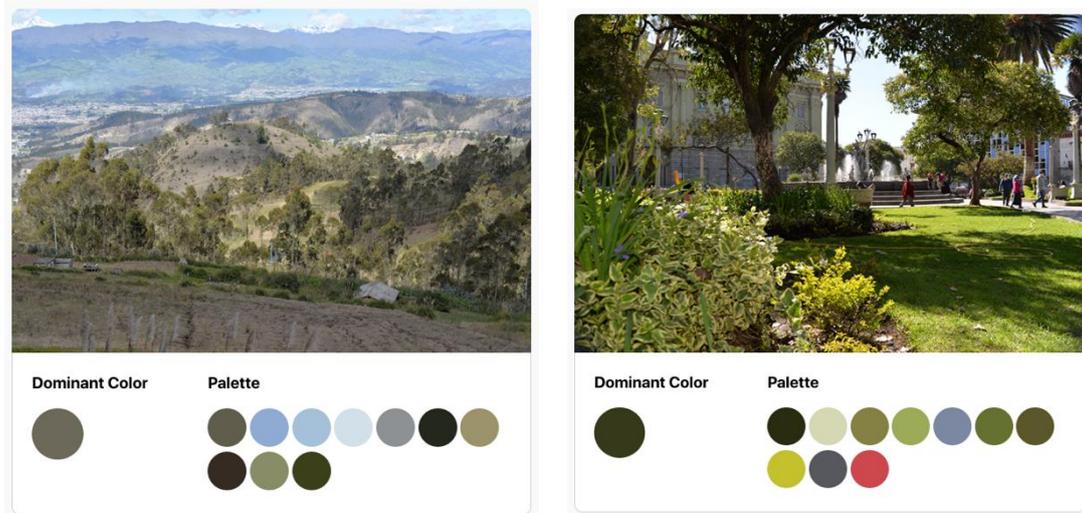
**Figura 5-9:** Obtención de paleta cromática 6



**Fuente:** (Lozano, 2021)

En la imagen 5 - 9 el modelo detecta un color que a criterio del concepto de mencionado modelo detecta los colores predominantes o de mayor presencia, en la captura detecta el color ● que se puede observar no tiene mayor peso en la imagen, sin embargo la determina como parte de la paleta de color.

**Figura 5-10:** Obtención de paleta cromática 1



**Fuente:** (Lozano, 2021)

En el caso de la imagen 1 la detección de los colores es la correcta de acuerdo con el funcionamiento del método, no así en el caso de la imagen 5 -10 que detecta el color ● que no es un color que tenga relevancia o se repita varias veces en la imagen, se hace evidente la deficiencia de este método en la detección de los colores y la generación de una posible paleta.

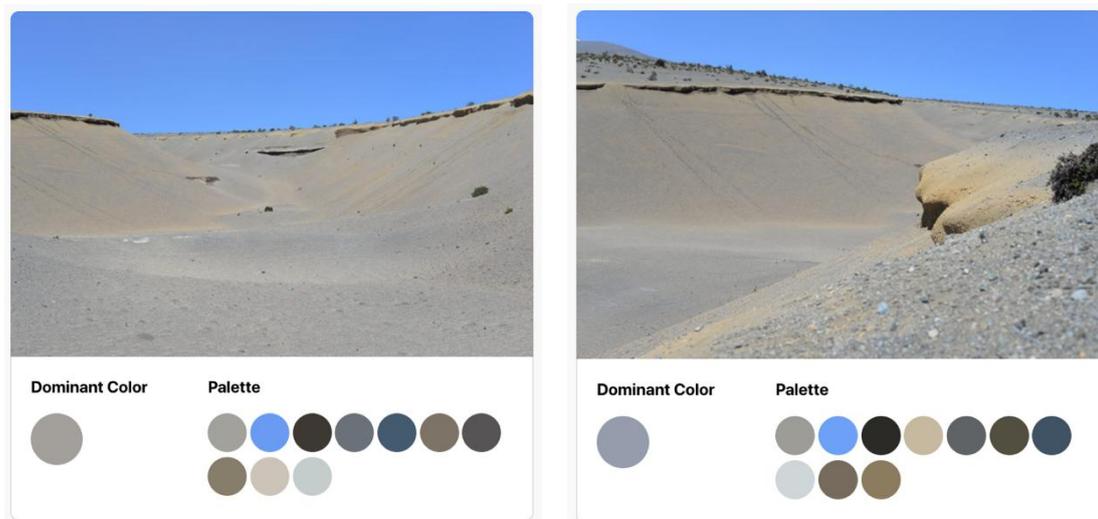
**Figura 5-11:** Obtención de paleta cromática 8



**Fuente:** (Lozano, 2021)

En el caso de estas dos imágenes se realizó un tipo experimento para validar la funcionalidad del método, se realizó una toma de fotografía similar a distintas horas del día, es obvio suponer que los colores en cada uno de los casos sería diferentes, pero en el caso de la imagen dos el método es mucho más efectivo ya que genera una paleta de color basada en colores azules que son de predominancia en la. Imagen, no así en el caso de la imagen 1 que debería ser aún más evidente el predominio de estos colores.

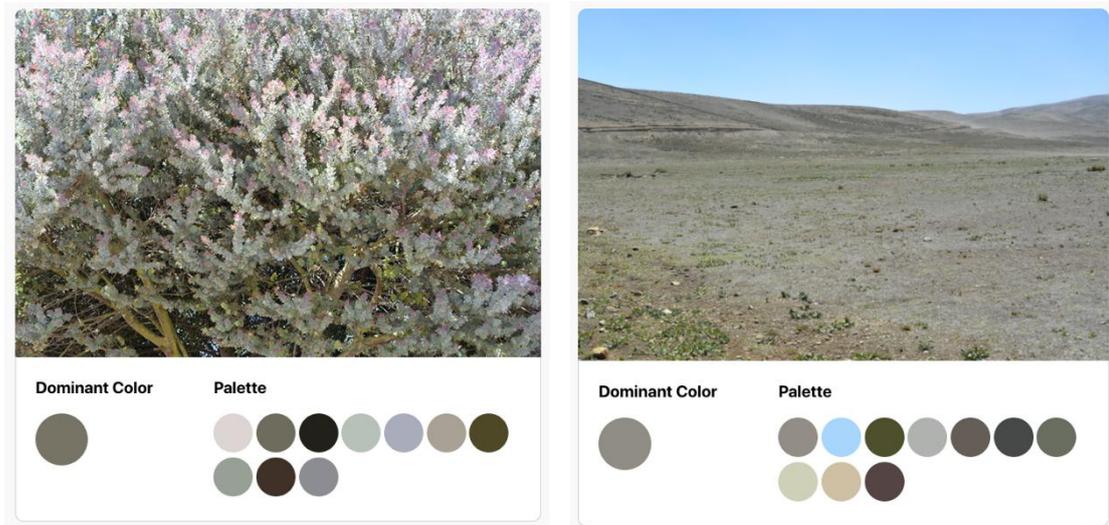
**Figura 5-12:** Obtención de paleta cromática 9



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Realizando el análisis a las siguientes imágenes se puede evidenciar que el modelo en los dos casos es inexacto ya que determina color que no corresponden a los que están presentes en cada una de ellas.  si se observan las dos capturas a la vista se puede detectar que el color que determina el método no existe.

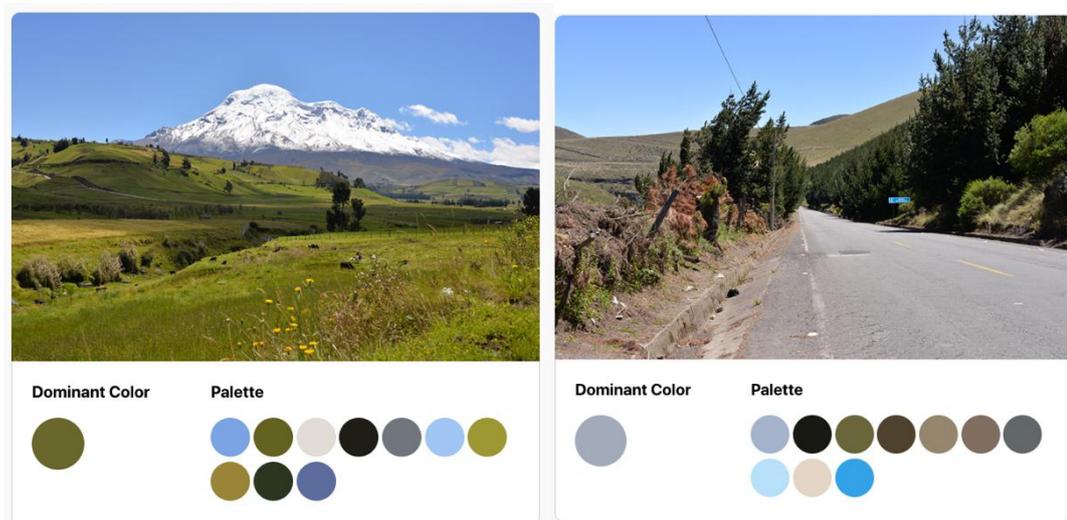
**Figura 5-13:** Obtención de paleta cromática 10



**Fuente:** (Lozano, 2021)

En las dos capturas de la misma manera se evidencia la presencia de colores que no se identifican en las respectivas imágenes, en los dos casos el modelo no genera una paleta de colores que pueda representar una posible combinación a usarla en un diseño.

**Figura 5-14:** Obtención de paleta cromática 11

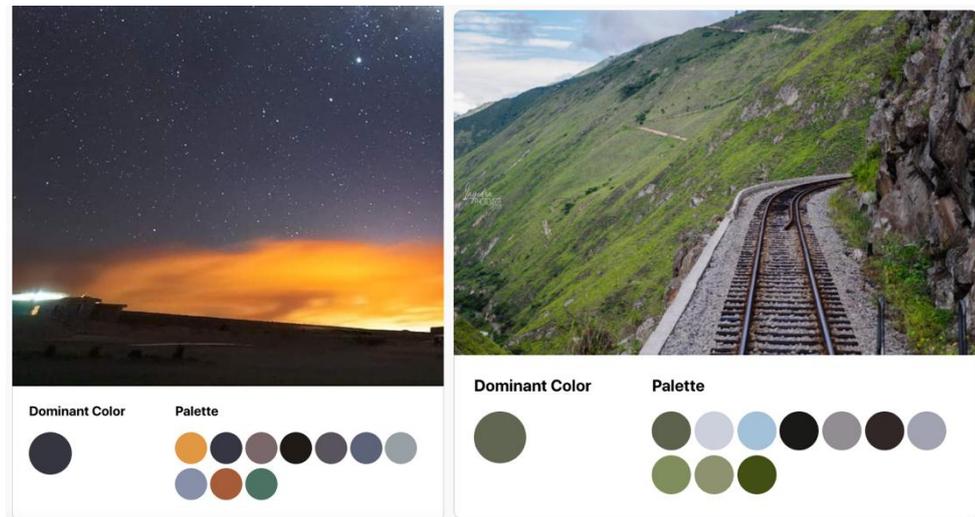


**Fuente:** (Lozano, 2021)

Analizando las capturas vemos que en la imagen 5-14 el método genera una paleta basada en los colores presentes en la imagen, en esta ocasión los colores tienen cierta

combinación que se puede aplicar en un diseño, en el caso de la segunda imagen la paleta no es una combinación atractiva que se pueda aplicar.

**Figura 5-15:** Obtención de paleta cromática 12



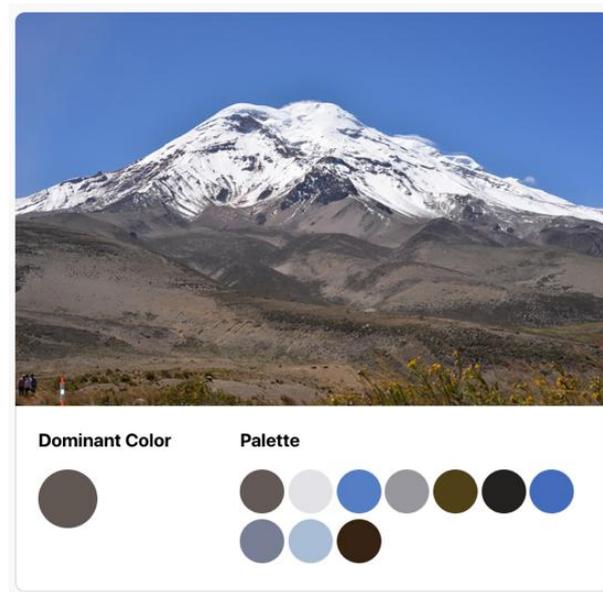
**Fuente:** (Lozano, 2021)

En la imagen 5 -15 el método determina como color predominante ● en este caso la paleta puede ser utilizada ya que existe un contraste de colores que se puede aplicar de manera efectiva en un diseño, en la imagen dos el método no genera una paleta atractiva solo determina los colores de acuerdo con su relevancia.

### **5.6. Comparación de procesos de creación de paletas de color de acuerdo con los métodos propuestos.**

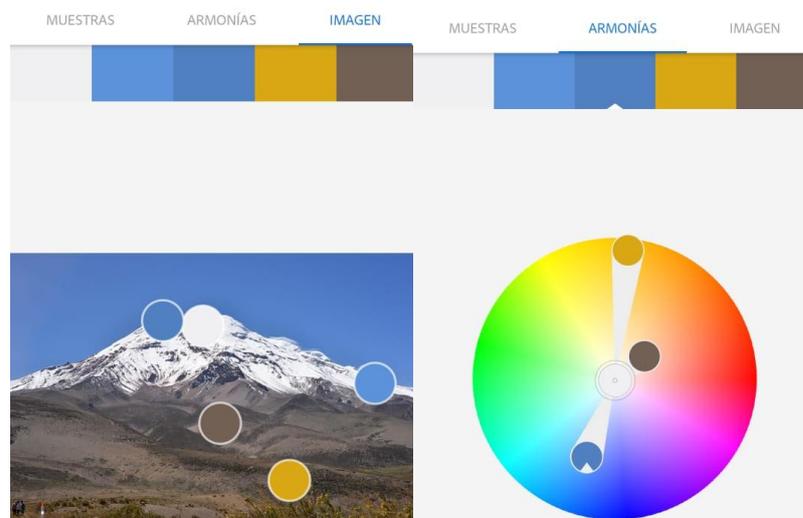
Para evidenciar la validez del segundo método en la creación de paletas de colores se realizó un estudio comparativo con varias imágenes utilizado el método 1 y método 2 respectivamente.

**Figura 5-16:** Método 1: Colores dominantes 1



**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 5-17:** Método 2: Color por zonas con *Adobe Color 1*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

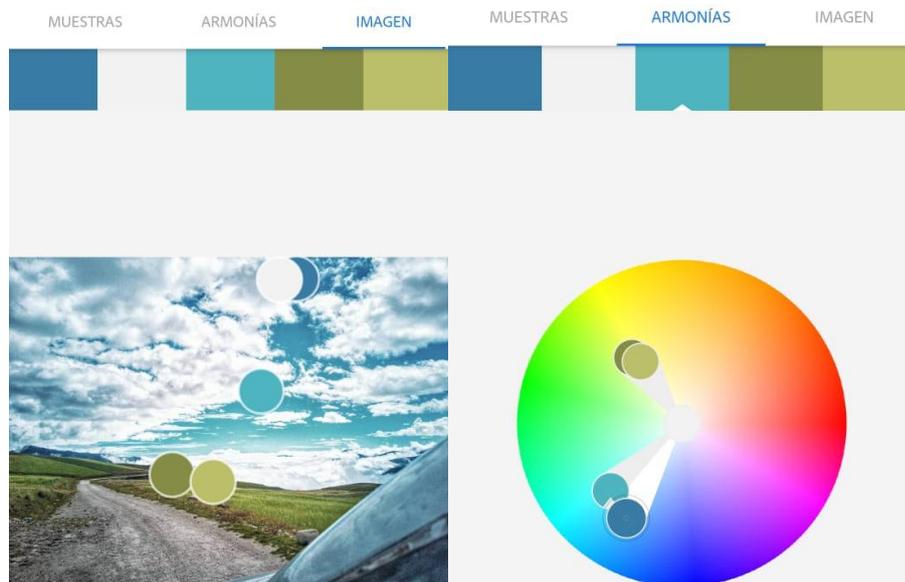
Como se puede observar en el método 1 se toman en cuenta 10 muestras de color que corresponden a los más relevantes de la imagen mientras que el método 2 la aplicación realiza un análisis de armonía de color para crear una paleta con combinaciones de los colores presentes en la imagen, al hablar de armonía estamos haciendo referencia a una de las características principales de una paleta de color.

**Figura 5-18:** Método 1: Colores dominantes 2



**Fuente:** (Lozano, 2021)

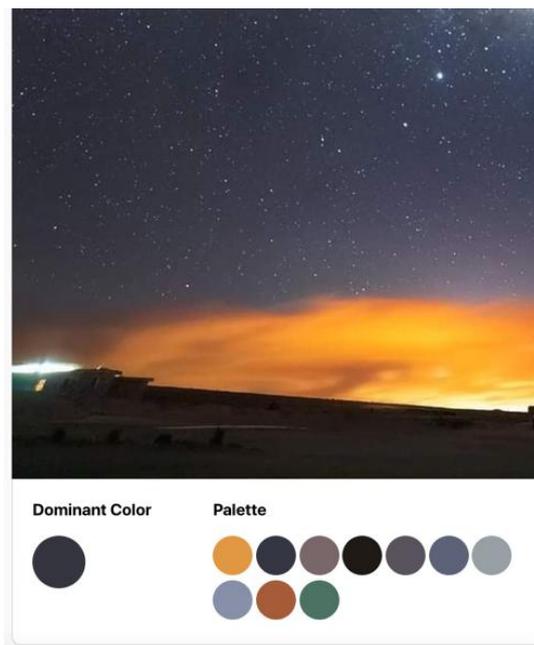
**Figura 5-19:** Método 2: Color por zonas con *Adobe Color 2*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

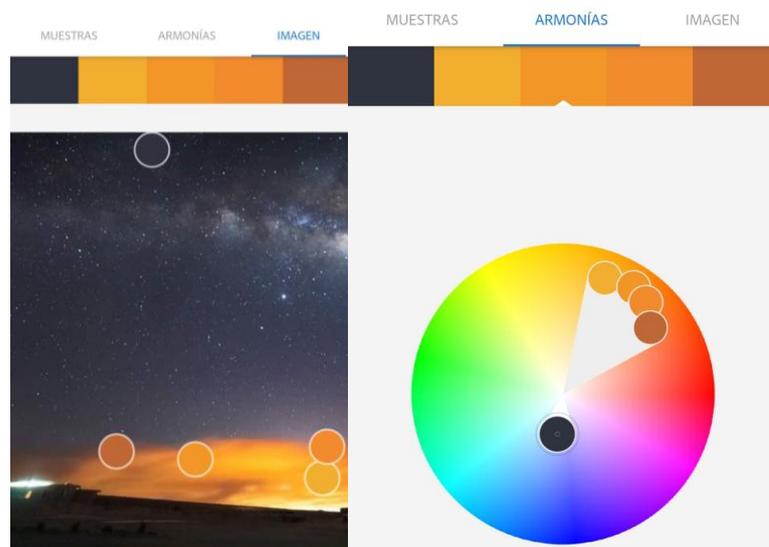
De la misma manera se pudo verificar que con el método 1 únicamente se toman muestras de los principales colores presentes en la imagen, en tanto que el método 2 realiza un análisis de armonía para generar una paleta de color atractiva.

**Figura 5-20:** Método 1: Colores dominantes 3



**Fuente:** (Lozano, 2021)

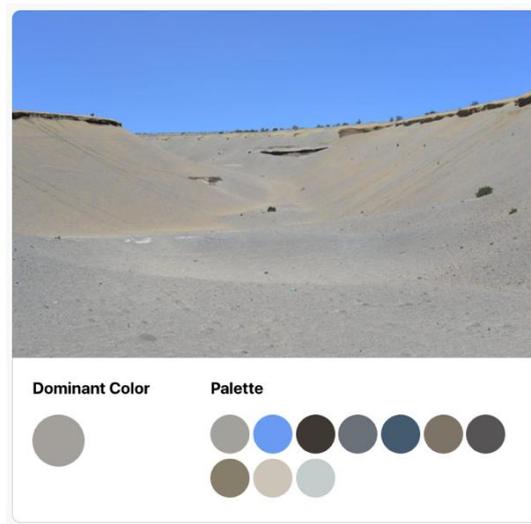
**Figura 5-21:** Método 2: Color por zonas con *Adobe Color* 3



**Fuente:** (Lozano, 2021)

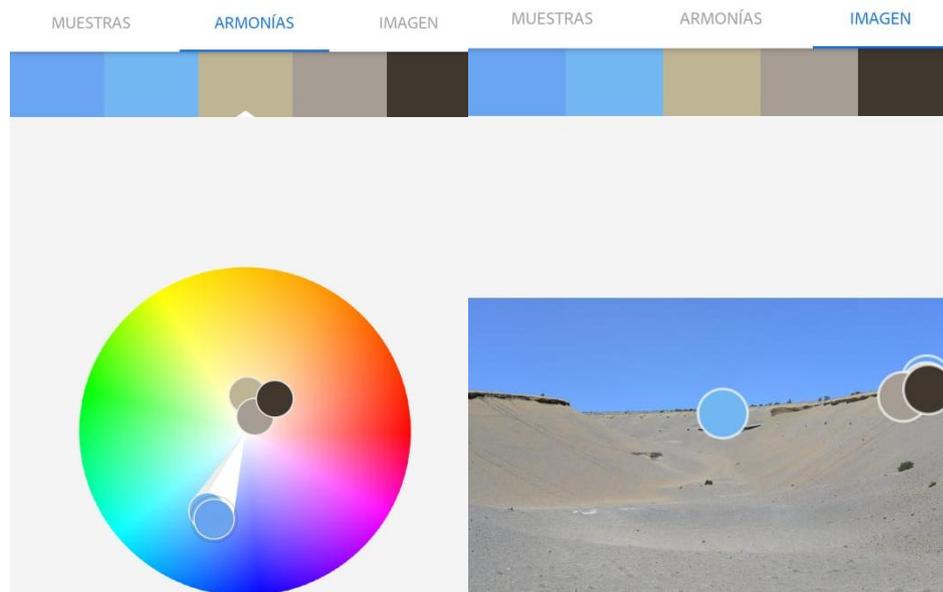
En esta imagen se hace más evidente la eficacia del método 2 para la creación de una paleta de color ya que para crear la armonía en la cual se basa la paleta se toma en cuenta distintos matices de un mismo color, complementando con el color que se encuentra con mayor presencia en la imagen.

**Figura 5-22:** Método 1: Colores dominantes 4



**Fuente:** (Lozano, 2021)

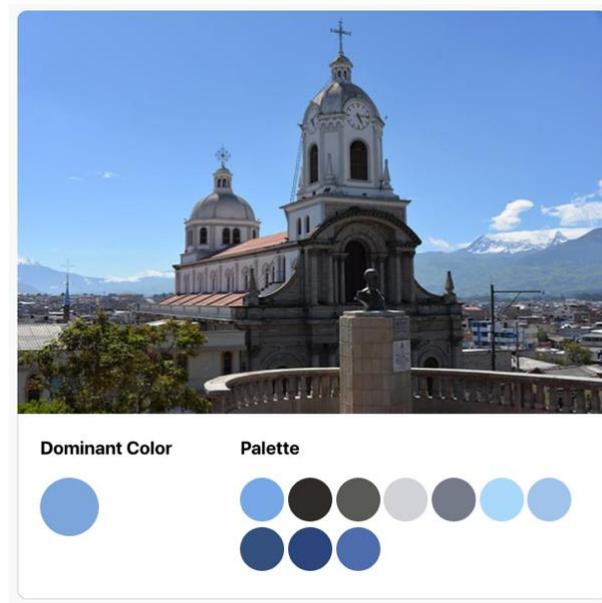
**Figura 5-23:** Método 2: Color por zonas con *Adobe Color* 4



**Fuente:** (Lozano, 2021)

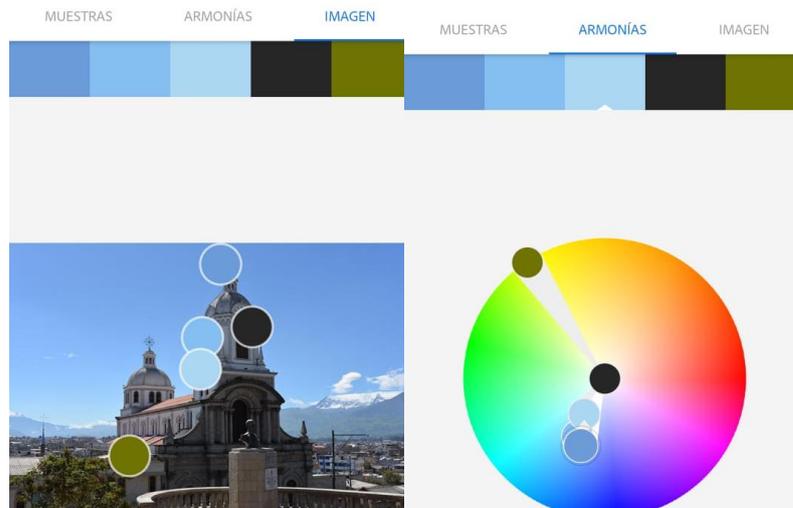
En estas capturas se puede notar que con el segundo método la aplicación toma en cuenta colores relacionados en el caso de los azules para crear la armonía de color, mientras que el método 1 basa su funcionamiento en detectar el color de mayor presencia en la imagen.

**Figura 5-24:** Método 1: Colores dominantes 5



**Fuente:** (Lozano, 2021)

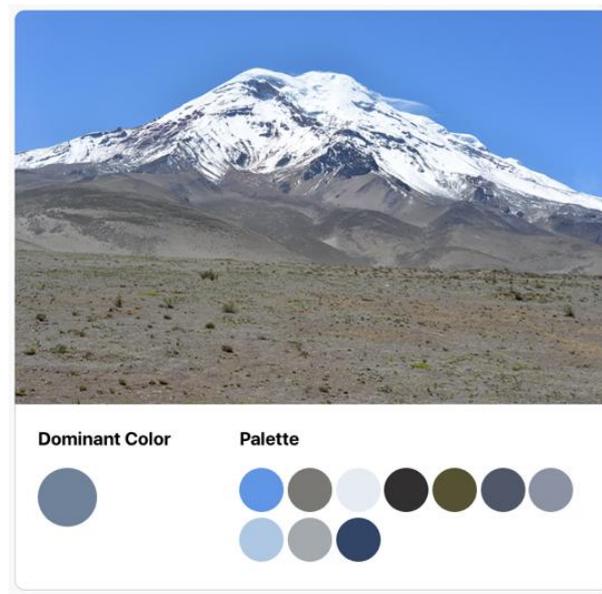
**Figura 5-25:** Método 2: Color por zonas con *Adobe Color 5*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

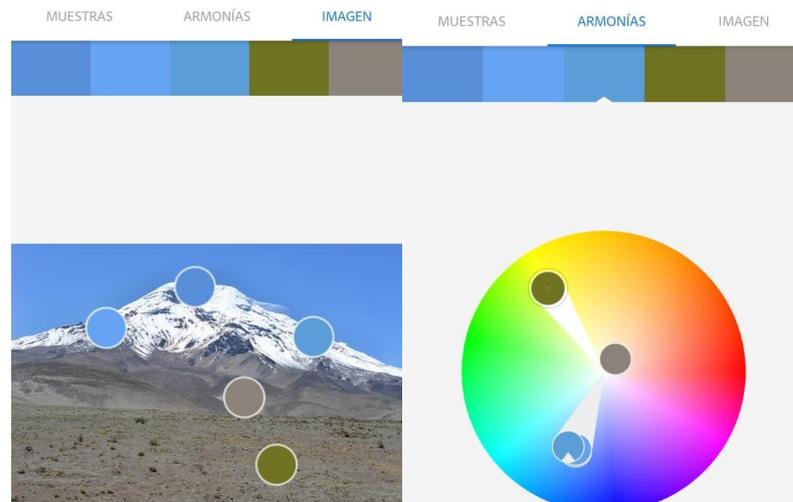
Como se puede observar en el método 1 el sistema toma en cuenta los colores azules para la generación de las 10 muestras de color que presenta a manera de una paleta de color, pero no detecta la presencia del color verde, color que en el método 2 permite generar una combinación de distintos colores que generan una pelta de color atractiva.

**Figura 5-26:** Método 1: Colores dominantes 6



**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 5-27:** Método 2: Color por zonas con *Adobe Color 6*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

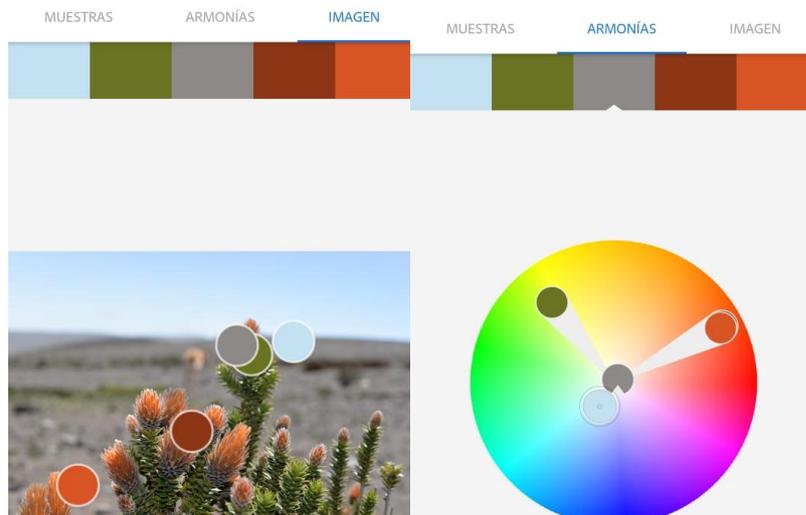
En el caso del método 1 en esta imagen solo detecta un tipo de color azul, lo cual no le permite generar una paleta de color bien estructurada, en el método 2 se realiza la armonía de color basado en los azules y complementado con el color verde y plomo, con lo cual se genera una paleta aplicable a un diseño.

**Figura 5-28:** Método 1: Colores dominantes 7



**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 5-29:** Método 2: Color por zonas con *Adobe Color 7*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

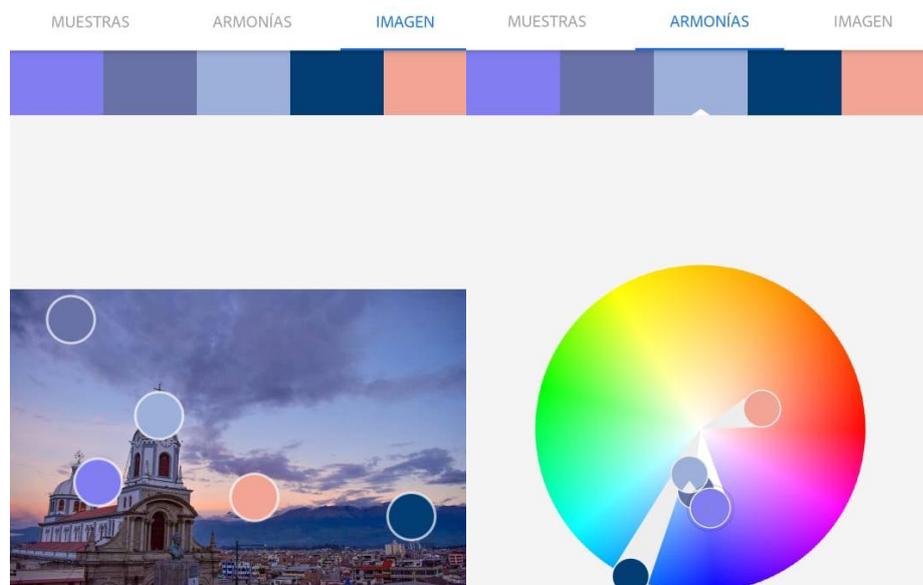
En esta imagen con el método 1 no se detecta los colores más vivos de la imagen sino se toma en cuenta los colores con más presencia en la imagen, en el método 2 se detecta los colores necesarios para crear una armonía que nos permite tener una paleta de colores viene estructurada.

**Figura 5-30:** Método 1: Colores dominantes 8



**Fuente:** (Lozano, 2021)

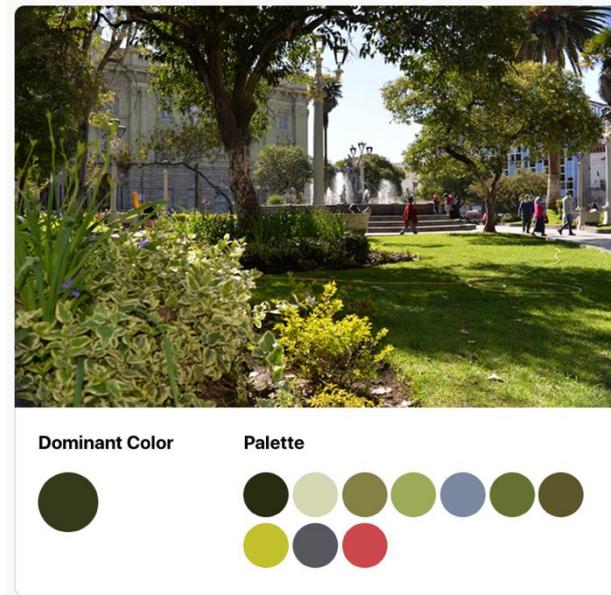
**Figura 5-31:** Método 2: Color por zonas con *Adobe Color 8*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

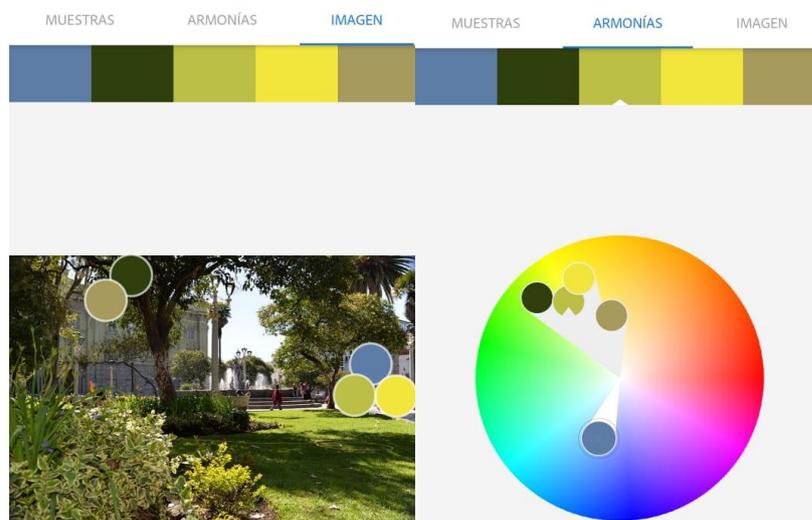
En este conjunto de imágenes se puede apreciar que en el método 1 no detecta los colores necesarios para conformar una paleta de colores estructurada, a diferencia del método dos que nos genera una paleta de color con dinámica y aplicable a un proyecto.

**Figura 5-32: Método 1: Colores dominantes 9**



**Fuente:** (Lozano, 2021)

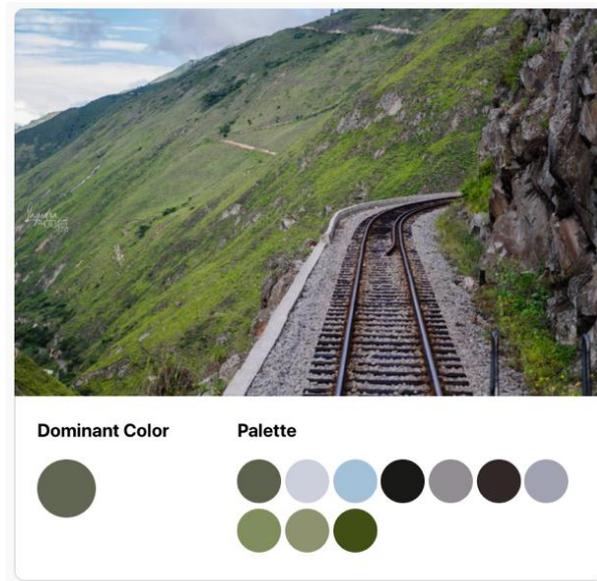
**Figura 5-33: Método 2: Color por zonas con Adobe Color 9**



**Fuente:** (Lozano, 2021)

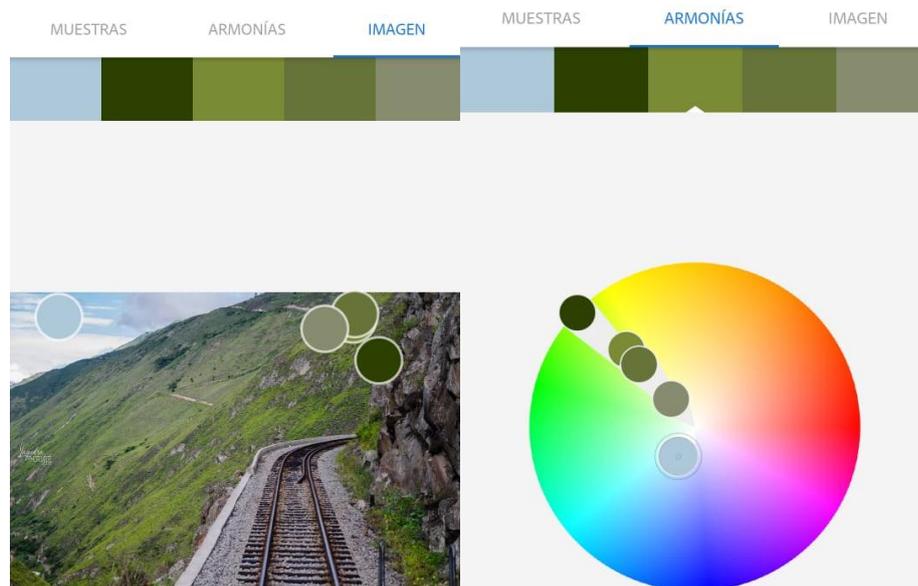
Podemos ver en este conjunto de imágenes que el método 1 detecta colores que no son un complemento para conformar una paleta de colores mientras que en el caso del método 2 se toma en cuenta los colores exactos para crear la armonía de color.

**Figura 5-34:** Método 1: Colores dominantes 10



**Fuente:** (Lozano, 2021)

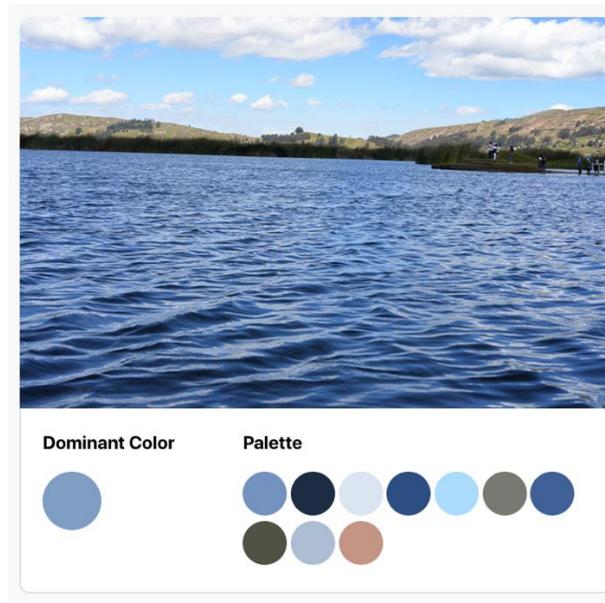
**Figura 5-35:** Método 2: Color por zonas con *Adobe Color 10*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

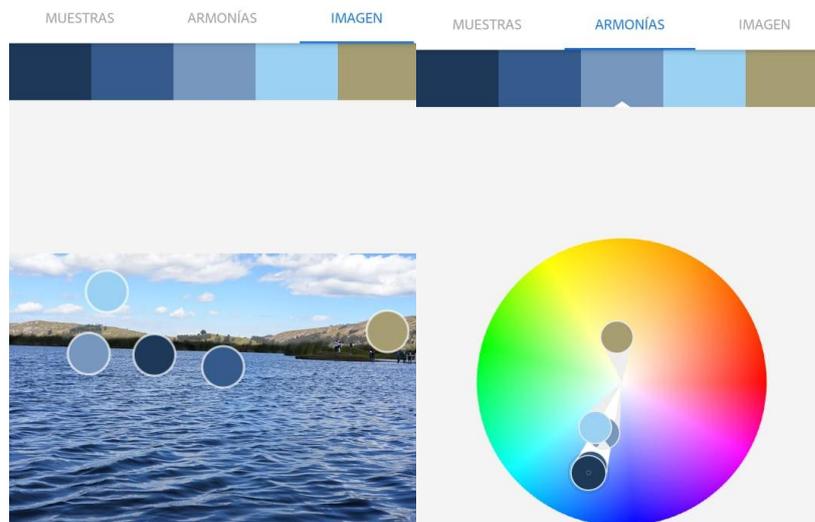
De la misma manera que en las capturas anteriores el método 1 toma colores incensarios y que no son útiles para generar una paleta cromática, el método dos demuestra ser el más eficiente toma los colores que permiten generar posibles combinaciones al miento de realizar un proyecto de diseño.

**Figura 5-36:** Método 1: Colores dominantes 11



**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 5-37:** Método 2: Color por zonas con *Adobe Color* 11



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Al realizar el análisis comparativo de las capturas vemos que el método 1 no es el apropiado para generar paletas de color que tengan un contexto visual y de composición, el método es nos genera una paleta de color visualmente atractiva y aplicable en el desarrollo de un trabajo toma en cuenta colores que permiten realizar distintos tipos de combinaciones.

Después de la realización de la comparación de los dos métodos se puede mencionar que el método 1: Colores dominantes únicamente toma colores al azar de aquellos que tienen mayor relevancia en una fotografía, este método no toma en cuenta estructuras de armonías, monocromías o triadas, es más un método que funciona a manera de cuentagotas de Photoshop que toma una muestra y las organiza por orden de relevancia en una supuesta paleta de colores.

El método 2: Color por zonas con *Adobe Color* es muy efectivo, genera paletas de color atractivas combinaciones armónicas aplicables en cualquier tipo de proyecto gráfico que tenga como primicias los colores de la provincia como por ejemplo la creación de una marca turística, marca de algún tipo de producto o marca de vestimenta propia de la cultura, son innumerables la forma en la que se puede aplicar las paletas generadas con el método 2, por lo que se procede a realizar la selección de las fotografías finales para la obtención del producto gráfico.

### **5.7. Justificación los principios del buen diseño.**

La propuesta gráfica contempla los principios del buen diseño tomando en cuenta que la pieza final debe ser original y atractiva, además de resaltar los paisajes naturales y las paletas cromáticas obtenidas a través del proceso creativo realizado.

El catálogo se muestra de forma estética haciéndolo que sea útil y honesto ante el público, además se puede evidenciar una buena ejecución durante todo el proceso de creación.

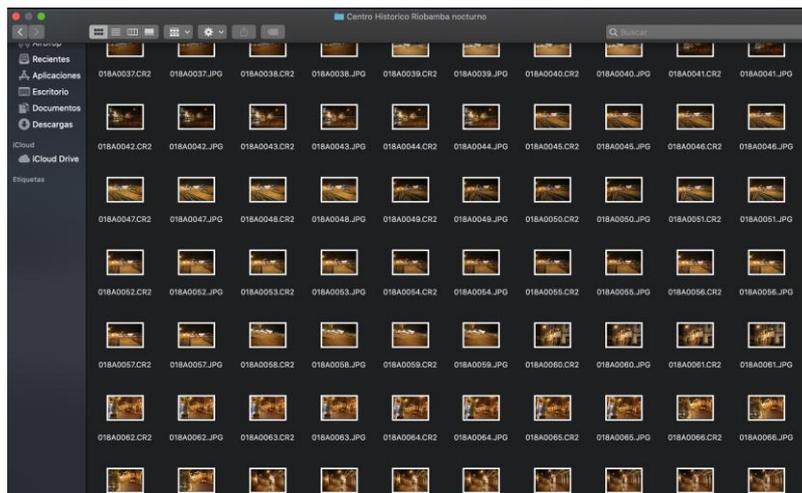
### **5.8. Generación de las paletas cromáticas**

Para la creación del catálogo de paletas cromáticas basadas en paisajes de la provincia de Chimborazo, una vez aplicado los instrumentos como lo son la encuesta y la entrevista, se procedió al análisis e interpretación de los datos y se obtuvo los resultados correspondientes a los lugares que se debía acudir y realizar las fotografías correspondientes, entonces se accedió a la cámara Nikon d610 el cual se le configuró

los ajustes de ISO, apertura y velocidad de captura para la obtención de los bodegones de las fotografías a usar para la creación de las paletas cromáticas.

Se realizó varios archivos los cuales contienen los diferentes bodegones fotográficos de los diferentes lugares de la provincia de Chimborazo.

**Figura 5-38:** Generación de bodegones fotográficos



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Una vez seleccionadas las fotografías finales y que cumplan con las mayores exigencias estéticas y funcionales para la creación de las paletas cromáticas, se procede a realizar el retoque fotográfico en el *software Adobe Photoshop* el que nos permitirá tratar la imagen y así de esta forma realizar la edición estética en cuanto a elementos que no pueden formar parte de la composición de la fotografía final.

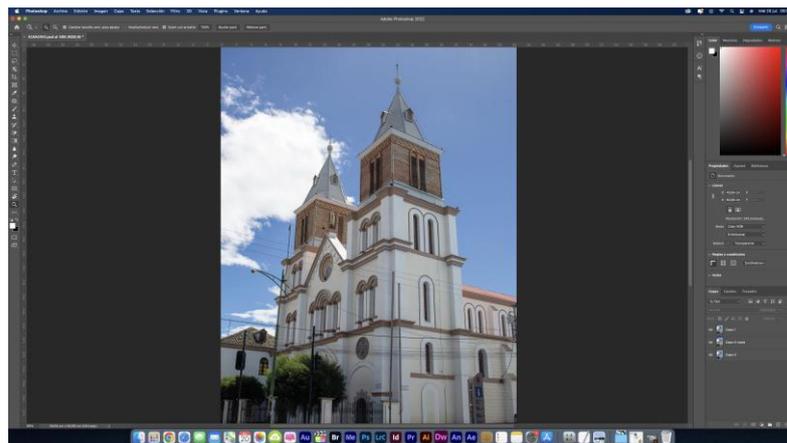
**Figura 5-39:** *software* de tratamiento fotográfico *Adobe Photoshop*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Cargamos la fotografía al editor gráfico y retocamos la fotografía, eliminamos los elementos que no son dentro de la composición, por ejemplo en esta fotografía realizamos la edición de los cables de tendido eléctrico que pasan por la estructura arquitectónica como lo es la iglesia de San Alfonso, entonces eliminamos todos los elementos que pueden dañar la estética de la fotografía para hacerla uso en la creación del catálogo de paletas cromáticas.

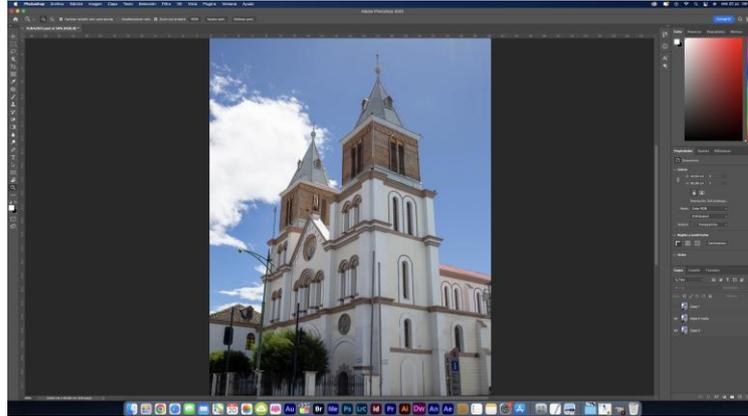
**Figura 5-40:** Edición de la fotografía en *software Photoshop*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Una vez finalizado el retoque fotográfico se exporta la imagen finalizada para hacer uso de esta dentro del método para la extracción de la paleta cromática, este paso es importante para poder obtener un producto gráfico de calidad.

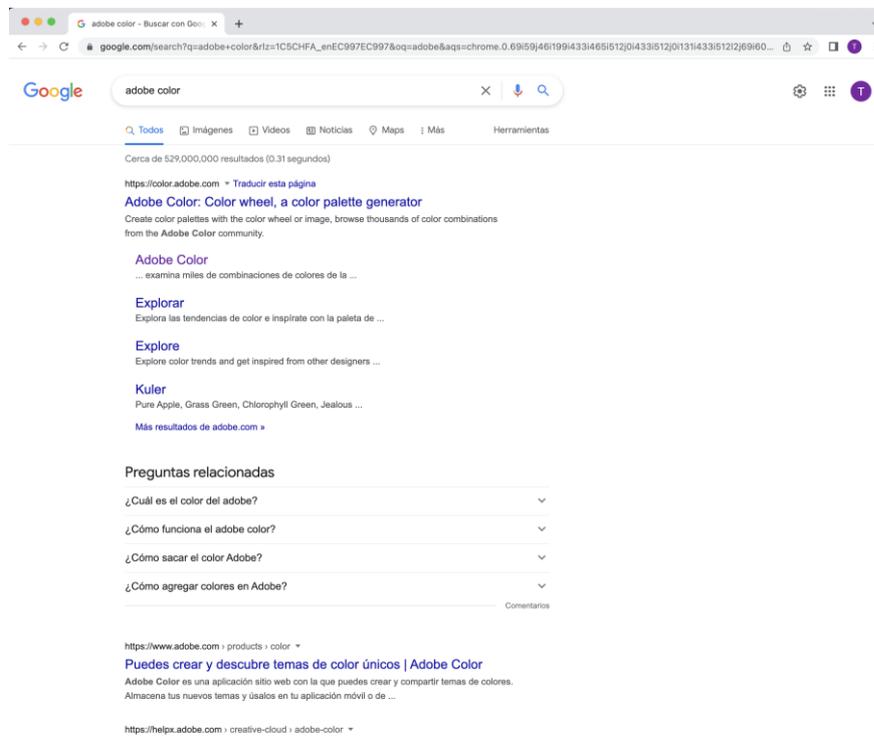
**Figura 5-41:** Fotografía editada en el software



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Una vez obtenidos los bodegones de fotografías editadas, ingresamos al software de generación de paletas cromáticas como lo es *Adobe Color* en el siguiente enlace <https://color.adobe.com/es/create/color-wheel>, este *software* permite la generación de paletas cromáticas de forma gratuita, es una herramienta que permite de forma automática a partir de la generación de una imagen y de esta forma brindar una combinación de colores confiables a través de esta herramienta.

**Figura 5-42:** Ingreso al *software Adobe Color*

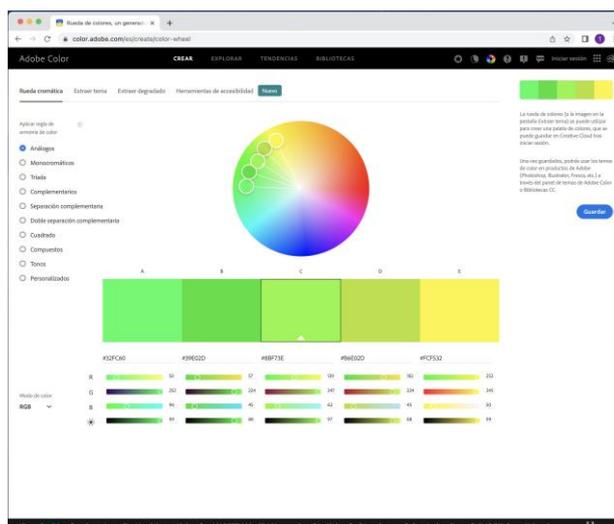


**Fuente:** (Lozano, 2021)

Una vez dentro del software nos aparece una pantalla principal que nos permite seleccionar la regla de armonía de color en la que podemos seleccionar que nuestra paleta sea análoga, monocromática, triada, complementarios, separación complementaria, doble separación complementaria. Cuadrado, compuesto, tonos o de forma personalizada.

Una vez seleccionado el estilo de nuestra paleta cromática abajo obtendremos las paletas cromáticas y el código de color para poderlo descargar u hacer uso dentro de otras plataformas.

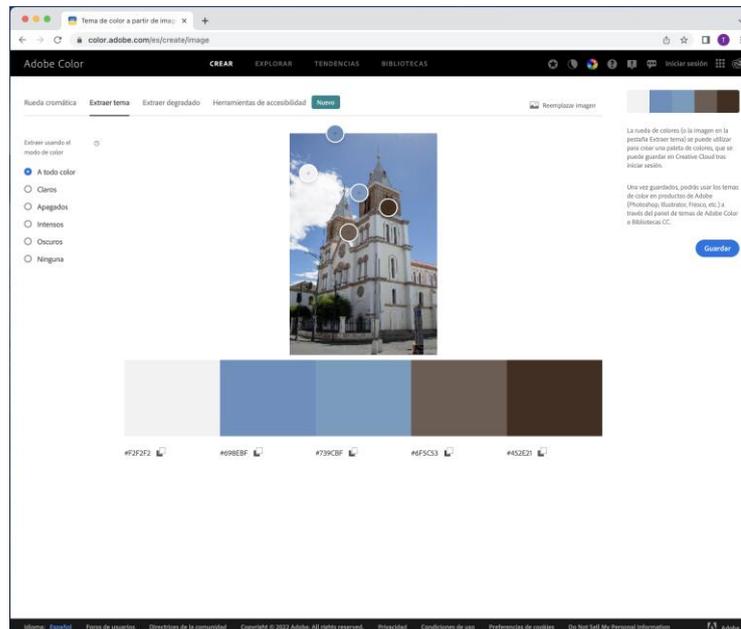
**Figura 5-43:** Pantalla principal de *Adobe Color*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Una vez abierto el software nos vamos a la pestaña imagen y se nos marca los colores principales de la fotografía y nos despliega la paleta cromática seleccionada de acuerdo con la fotografía, en la parte de abajo nos muestra el código hexadecimal y en la parte derecha podemos guardar la paleta seleccionada para hacer uso externo de la misma.

**Figura 5-44:** Generación de paleta cromática en *Adobe Color*



**Fuente:** (Lozano, 2021)

## 5.9. Estructura compositiva

Para la creación del catálogo de paletas cromáticas basado en fotografías de la provincia de Chimborazo se hace uso de la estructura compositiva medias y diagonales la que nos permite seccionar dentro de la malla espacios para colocar los elementos de acuerdo con nuestro estilo, por lo tanto hemos seleccionado los elementos y los hemos colocado de forma estética, funcional y armónica para que el producto final sea el producto deseado en este proyecto.

De esta forma se realizó en cada una de las páginas ya que comprende varias secciones por lo que se debe adaptar la estructura de acuerdo con nuestra necesidad y de esta forma tener la misma línea de diseño en todo el catálogo.

**Figura 5-45:** Estructura compositiva de contenido



**Fuente:** (Lozano, 2021)

Por ejemplo en el diseño de la muestra de las paletas cromáticas la malla de medias y diagonales nos sirvió para dividir secciones de acuerdo con la información extraída de cada paleta, dando así un producto armonioso visualmente y funcional para las personas que harán uso del producto gráfico.

**Figura 5-46:** Estructura compositiva de paletas cromáticas

| HEXADECIMAL | CMYK                | RGB               |
|-------------|---------------------|-------------------|
| #503528     | C:44 M:64 Y:69 K:65 | R:80 G:53 B:40    |
| #755D5A     | C:43 M:52 Y:47 K:39 | R:117 G:93 B:90   |
| #ABB7BE     | C:37 M:22 Y:21 K:2  | R:171 G:183 B:190 |
| #E4EAF3     | C:13 M:6 Y:3 K:0    | R:228 G:234 B:243 |
| #6B91BD     | C:64 M:37 Y:10 K:0  | R:107 G:145 B:189 |

Fuente: (Lozano, 2021)

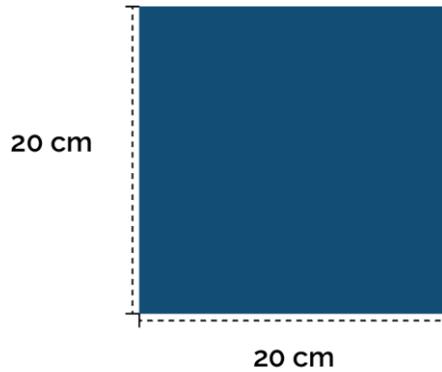
### 5.10. Causa técnica

En esta etapa se seleccionan los elementos de tecnología usados para crear la propuesta final, entonces dentro de este punto podemos encontrar la maquinaria de impresión, elementos útiles para elaborar el producto físico final, entonces hay que tomar en cuenta el archivo a entregar para impresión, el tiempo de fabricación de la pieza y el estilo de acabados que se le quiera dar.

### 5.11. Dimensión del producto editorial

La medida seleccionada para la creación del catálogo es de 20 x 20 cm, se ha seleccionado este formato porque nos brinda la posibilidad de adaptar los elementos de una forma más estética de acuerdo con la información contenida dentro del catálogo.

Figura 5-47: Dimensión del producto editorial



Fuente: (Lozano, 2021)

### 5.12. Concepción de posición del texto

La ubicación del texto dentro de un elemento editorial en este caso un catálogo de paletas cromáticas, necesita ser muy estético ya que lo que se quiere mostrar es la información generada durante todo el proceso de la investigación, por lo tanto se ha seleccionado la estructura de medias y diagonales la que permitió generar subdivisiones y de esta forma crear bloques de texto, específicos para la información a mostrar dentro de la pieza gráfica, como se puede observar esta estructura permite crear módulos y submódulos organizacionales tanto para elementos gráficos y textuales.

Figura 5-48: Concepción de posición del texto



Fuente: (Lozano, 2021)

### 5.13. Cromática

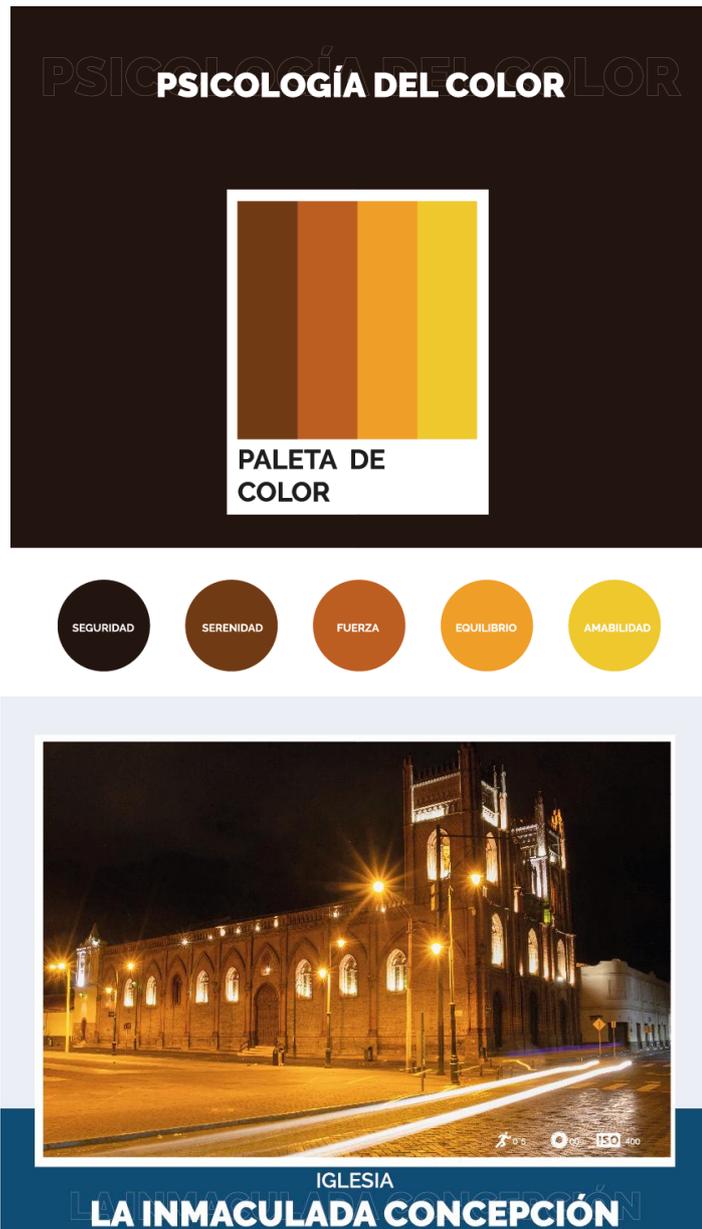
La cromática utilizada para la creación del catálogo fotográfico fue el azul ya que nos permite hacer uso de una manera estética y sutil toda la información contenida, entonces la aplicación del color armoniza con el color neutro blanco usado en el fondo y de esta forma crear una relación directa en fondo y figura, por lo tanto nos permite usarlo dentro de jerarquía de textos y ubicación de elementos principales como se muestra en las imágenes del catálogo finalizado.

**Figura 5-49:** Uso cromático en propuesta final



**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 5-50: Uso cromático interno**



- La historia del Monasterio e Iglesia de la Inmaculada Concepción se remonta al año 1605 en la Riobamba Colonial.

- Luego del terremoto del 4 de febrero de 1797, los riobambeños en el reasentamiento y traslado de la ciudad al sitio actual, escogieron un amplio espacio para el Convento.

- La pequeña iglesia que fue construida a inicios del Siglo XIX, se reemplazó por un nuevo proyecto que inició en 1889, con la Abadesa del Monasterio, Madre Jesús del Santísimo Sacramento Ormaza y el administrador de los bienes del convento don Rafael Cisneros.

**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 5-51:** Uso cromático de acuerdo con el estilo de diseño



**Fuente:** (Lozano, 2021)

## 5.14. Uso de tipografía

La tipografía seleccionada para esta propuesta de basa específicamente en la familia tipográfica sin serif denominada *Raleway* en diferentes variaciones, por ejemplo para marcar textos generales o principales se usó *Raleway* en su versión *Black* para dar una jerarquía de texto más estilizada, además subtítulos hacen uso de su versión *SemiBold* y el cuerpo del texto en general hace uso de su versión en regular y de esta forma tendremos armonía de diseño durante toda la composición.

**Figura 5-52:** Familia tipográfica Raleway

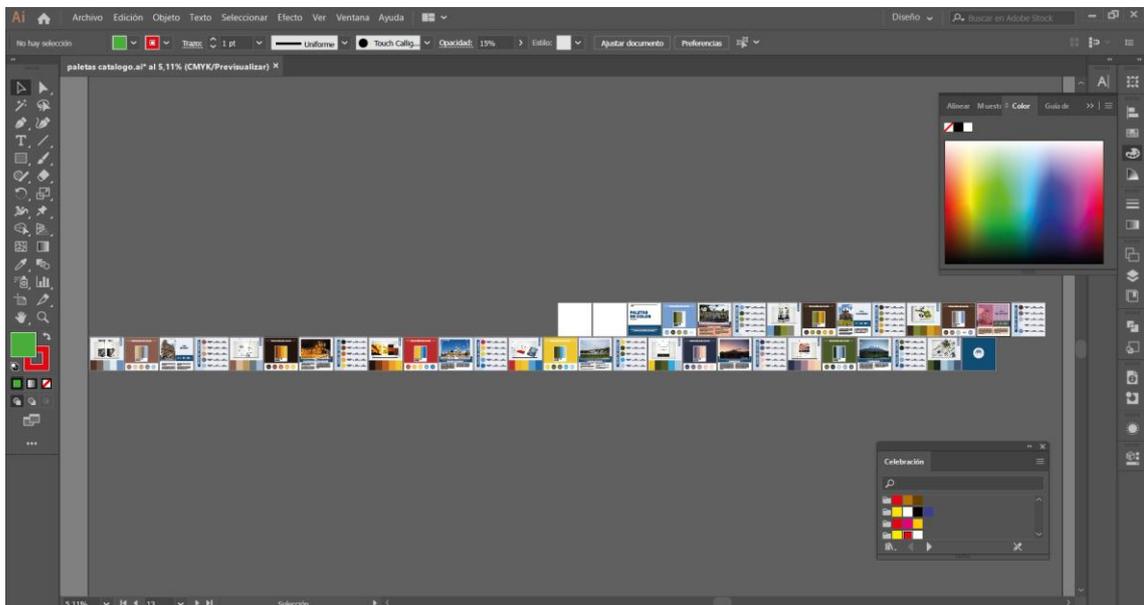


**Fuente:** (Lozano, 2021)

## 5.15. Generación del producto final

La creación del producto gráfico final se hizo uso del *software Adobe Illustrator* el cual nos permite crear de forma más factible y profesional la diagramación y diseño de este, además la maquetación del contenido es más esencial ya que la manipulación digital de texto e imágenes al ser un elemento no tan extenso en cuanto a características editoriales.

**Figura 5-53:** *Software* para la creación del catálogo de paletas cromáticas



**Fuente:** (Lozano, 2021)

### 5.16. Pieza final

El catálogo de paletas cromáticas basado en fotografías de paisajes de la provincia de Chimborazo reúne elementos y características específicas de un correcto uso y aplicación de elementos de diseño, además este creado específicamente para satisfacer necesidades de las personas que hacen uso de elementos cromáticos articulando y comunicando elementos de diseño a cada una de sus creaciones.

El creciente aumento de la competencia en cuanto a diseñadores o comunicadores visuales hacer que este elemento editorial sea de gran uso ya que se puede hacer uso de una paleta específica la cual representa a un lugar y se basará teóricamente el uso de la misma dentro de cualquier elemento gráfico.

Este catálogo pretende ayudar al público para facilitar el uso y aplicación de cromáticas específicas de los lugares de la provincia de Chimborazo, además en su contenido nos muestra etapas desde la obtención de la fotografía, la descripción del lugar, la

generación de la paleta cromática, la psicología del color y las aplicaciones que se puede dar dentro de cada aspecto.

**Figura 5-54:** Catálogo de paletas cromáticas portada y contenido interno



**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Figura 5-55:** Catálogo de paletas cromáticas contra portada y contenido interno



**Fuente:** (Lozano, 2021)

## **CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6. Conclusiones**

La creación de paletas cromáticas con base a fotografías de los paisajes, para desarrollar la identidad visual de la provincia de Chimborazo se realiza de forma específica analizando cada punto característico de cada lugar, además de enfocar la propuesta a realzar cada elemento cromático identificativo de cada lugar, entonces de esta forma se obtiene un elemento editorial funcional que aporta teoría y visualmente a la comunidad universitaria y el público en general para la creación de elementos visuales con características cromáticas específicas de un lugar o el contexto desarrollado.

La teorización de conocimientos para la construcción del catálogo de paletas cromáticas es fundamental ya que afirma que la investigación cumplió con un proceso científico y de esta forma se realizó la obtención de fotografías basadas en los paisajes de la provincia de Chimborazo que permitió crear el espectro cromático de cada uno de los lugares seleccionados mediante la aplicación del instrumento, por lo tanto se debe

analizar desde fuentes primarias y secundarias científicamente comprobadas para que el resultado final sea funcional para el público objetivo.

La identificación de los paisajes naturales representativos de la provincia de Chimborazo a través de la captura y procesamiento de fotografías en formato RAW permitieron determinar las paletas específicas de cada ya que fue un punto esencial dentro de la investigación por lo que permitió analizar y conocer más de cerca los elementos a usarse para la creación del catálogo de paletas cromáticas, y de esta forma el análisis y tratamiento fotográfico se pudo realizar de una manera más eficaz para posteriormente la obtención de las paletas específicas de cada lugar seleccionado.

La definición de las paletas cromáticas en base a fotografías de paisajes de la provincia de Chimborazo permitió aplicar propiedades cromáticas específicas en base a la psicología del color para su uso digital o impreso ya que la creación del catálogo se enfoca específicamente en mostrar de forma detallada cada elemento que puede ser usado, y de esta forma guiar a los lectores del elemento editorial de forma sencilla hacia lo que desean lograr con la aplicación de la paleta cromática dentro de su trabajo gráfico.

Hay que tomar en cuenta que la creación de un elemento editorial es un proceso arduo ya que es un elemento comunicacional hacia el público el cual va a ser usado, entonces por lo tanto se debe tomar en cuenta parámetros específicos de diseño, por lo que nosotros al hacer uso de la metodología de Robert Scott cumplimos cada fase de forma satisfactoria y de esta forma se obtuvo un elemento editorial de calidad.

Los aspectos morfológicos, cromáticos, estéticos, sociales y funcionales son parte del proceso investigativo en el que se analizó los elementos visuales, conceptuales y semióticos para de esta forma satisfacer positivamente con elementos estéticos y funcionales a partir de la creación del catálogo de paletas cromáticas de acuerdo con la necesidad solventada con la propuesta final.

Hay que tomar en cuenta que el uso y aplicación de un proceso metodológico debería ser obligatorio para la creación de cualquier propuesta, ya que, nos permite analizar

cada punto específico durante la investigación, por lo tanto nos permitirá obtener productos de calidad que cumplan con parámetros específicos y de esta forma no recurrir al fracaso durante la investigación.

## **7. Recomendaciones**

Se debe tomar en cuenta que una investigación debe estar fundamentada mediante autores para obtener de esta forma un escrito teórico bien realizado, y de esta forma obtendremos una propuesta gráfica funcional.

El registro y análisis de cada uno de los instrumentos aplicados en la investigación son un eje principal ya que son los que dirigen estratégicamente la investigación y nos dan pautas para solucionar el problema principal, entonces se debe realizar un correcto análisis y aplicación al público para que los resultados a obtener sean reales y satisfactorios.

Las paletas cromáticas deben ser específicamente analizadas y realizadas antes de su publicación ya que deben expresar e identificar las características propias de ese lugar, entonces durante la creación se debe cuestionar si es correcta la aplicación cromática y si identifica ese lugar de una manera correcta.

Se debe tomar en cuenta que todos los procesos e investigaciones sufren actualizaciones constantes por lo tanto se debe tomar en cuenta que la propuesta estará sujeta a cambios para así prevalecer en el tiempo y de esta forma brindar un servicio común a los diferentes profesionales y de esta forma solucionar problemas visuales mediante la creación de la propuesta.

## 8. Anexos

### Instrumentos

#### Guía de encuesta

**Figura 8-1:** Guía de encuesta

20/7/22, 22:12 DESARROLLO DE PALETAS CROMÁTICAS CON BASE A FOTOGRAFÍAS DE LOS PAISAJES DE LA PROVINCIA DE CHIM...

### DESARROLLO DE PALETAS CROMÁTICAS CON BASE A FOTOGRAFÍAS DE LOS PAISAJES DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Universidad Nacional de Chimborazo  
Carrera de Diseño Gráfico.  
La siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre lugares turísticos de la provincia de Chimborazo.

Para determinar la viabilidad del presente proyecto de investigación que permita la sustentación de la investigación denominada DESARROLLO DE PALETAS CROMÁTICAS CON BASE A FOTOGRAFÍAS DE LOS PAISAJES DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

Seleccione las rutas que usted considere importante para la realización de las paletas cromáticas basadas en el turismo dentro de la provincia de Chimborazo.

 chebiitaz@gmail.com (no se comparten) [Cambiar cuenta](#)



#### Ruta de las Iglesias

En Riobamba se respira fe. La belleza interior y exterior de sus iglesias y museos es incomparable. Su arquitectura del siglo XIX y XX se conjuga con la devoción riobambeña y el encanto de un centro histórico de diseño italiano.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScVHGyRMgay0p\\_bnsTZCKX30IBLQKGGABnQcZeLLjvEvo4ccQ/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScVHGyRMgay0p_bnsTZCKX30IBLQKGGABnQcZeLLjvEvo4ccQ/viewform) 1/9

Ruta de las Iglesias - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- Iglesia San Antonio de Padua
- Iglesia de Balbanera
- Iglesia La Concepción
- Iglesia San Alfonso
- Iglesia La Catedral
- Iglesia La Basílica
- Iglesia de San Francisco
- Iglesia La Merced

Rutas histórico patrimoniales

Deja que la ciudad de Riobamba te envuelva en su cultura, su historia y sus tradiciones; conoce sus rutas histórico patrimoniales y disfruta de la calidez de su gente.



Rutas histórico patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- Sector Maldonado
- Sector La Concepción
- Sector Santa Rosa
- Sector La Merced
- Sector San Francisco
- Sector San Alfonso
- Sector Loma de Quito
- Sector La Estación
- Sector Parque Guayaquil
- Sector Bellavista
- Sector La Dolorosa
- Sector Cementerio
- Sector Yaruquíes

#### Ruta de los museos

Si eres amante de los museos, Riobamba te va a encantar con sus pequeños pero altamente especializados museos. Recorre esta ruta caminando por las calles del Centro Histórico de Riobamba.



Ruta de los museos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- Museo y Centro Cultural de Riobamba
- Museo del Tren
- Museo Antropológico y Etnográfico Paquita de Jaramillo
- Museo Religioso de las Madres Conceptas
- Museo del Colegio Nacional Maldonado
- Casa Museo de la Ciudad
- Museo de Piedra
- Museo Militar de la Caballería Blindada N° 11 Galápagos
- Museo Panteológico de Punín
- Museo Municipal de Guano

Ruta de recreación nocturna

Las noches riobambeñas están llenas de diversión, hermosos paisajes urbanos y mucha gastronomía. Si estás con ganas de farrear, la Sultana de los Andes es tu destino.

Ruta de recreación nocturna - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- Centro Histórico de Riobamba
- Estación del Tren

Ruta de turismo rural

Riobamba posee 11 parroquias rurales, cada una con diferentes atractivos turísticos, naturales y culturales; animate a recorrer esta ruta.



Ruta de turismo rural - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- Parroquia San Juan
- Parroquia Calpi
- Parroquia Cubijíes
- Parroquia Licto
- Parroquia San Luis
- Parroquia Flores
- Parroquia Punín
- Parroquia Cacha
- Parroquia Quimiag
- Parroquia Licán
- Parroquia Pungalá

Ruta del turismo Comunitario

En 3 parroquias rurales de Riobamba, comunidades indígenas brindan a turistas nacionales y extranjeros la oportunidad de convivir y compartir su cultura, tradiciones y formas de vida.



Ruta del turismo Comunitario - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- Palacio Real, centro de turismo comunitario
- Quilla Pacari, centro de turismo comunitario
- Pucará Tambo, centro turístico comunitario
- Tambohuasha, centro turístico comunitario
- La Moya, centro de servicios turísticos comunitario
- Casa Cóndor, centro de servicios turísticos comunitario
- Chakana, centro de servicios turísticos comunitarios
- Jatari campesino, centro de servicios turísticos comunitarios

#### Ruta de las huecas

Riobamba es un destino gastronómico impresionante, sazonado por siglos de sincretismo entre la cultura española e indígena y servido por huecas tradicionales que mantienen vivos los sabores del centro del Ecuador.



Ruta de las huecas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- El hornado riobambeño
- El ceviche de chochos riobambeño
- Los Rompenucas de Riobamba
- Jugos de sal, pickles, quesos de chancho y pernils de la Sultana
- Las Guaguamamas con fritada de Riobamba
- Llapingachos con chorizo y huevo
- Helados del Mercado de San Francisco
- Helados de paila
- Empanadas de morocho
- Morochos de leche

Parques y plazas patrimoniales

El Centro Histórico de Riobamba cuenta con una hermosa serie de plazas y parques patrimoniales. Con jardines y monumentos, estos lugares guardan importantes hitos que marcaron la historia del Ecuador.

Parques y plazas patrimoniales - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- Plaza de la Concepción
- Parque Maldonado
- Parque Sucre
- Parque La Libertad
- Parque 21 de Abril
- Plaza Artesanal Alfaro



### Parques recreativos

Hermosos parques recreativos juegan un papel importante en la vida de los riobambeños y sus visitantes: deporte, distracción, contacto con la naturaleza son algunas de las actividades que se pueden desarrollar en ellos.

Parques recreativos - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- Parque de la ciudadela Politécnica
- Parque Sesquicentenario
- Parque Ricpamba
- Parque Guayaquil

### Ruta de los Volcanes y montañas

Hermosos volcanes existentes en la provincia de Chimborazo

Ruta de los Volcanes y montañas- Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- Volcán Chimborazo
- El Altar
- Carihuairazo
- Volcán Tulabug
- Cerro Puñay
- Colina de Lluishi
- Desierto de Palmira



### Ruta de los Lagunas

Hermosas lagunas existentes en la provincia de Chimborazo

Ruta de las lagunas - Seleccione cuál considera relevante para la investigación.

- Laguna de Colta
- Lagunas de Ozogoché
- Laguna Amarilla
- Laguna Valle Hermoso
- Laguna Pintada
- Laguna Azul
- Lagunas de El Altar
- Laguna de Tazaron
- Laguna Mandur
- Laguna Estrellada
- Laguna del Hotel
- Laguna de Naranjal
- Laguna de Cundur
- Complejo Lacustre Ozogoché
- Laguna De Mapagüña

Enviar

Borrar formulario

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



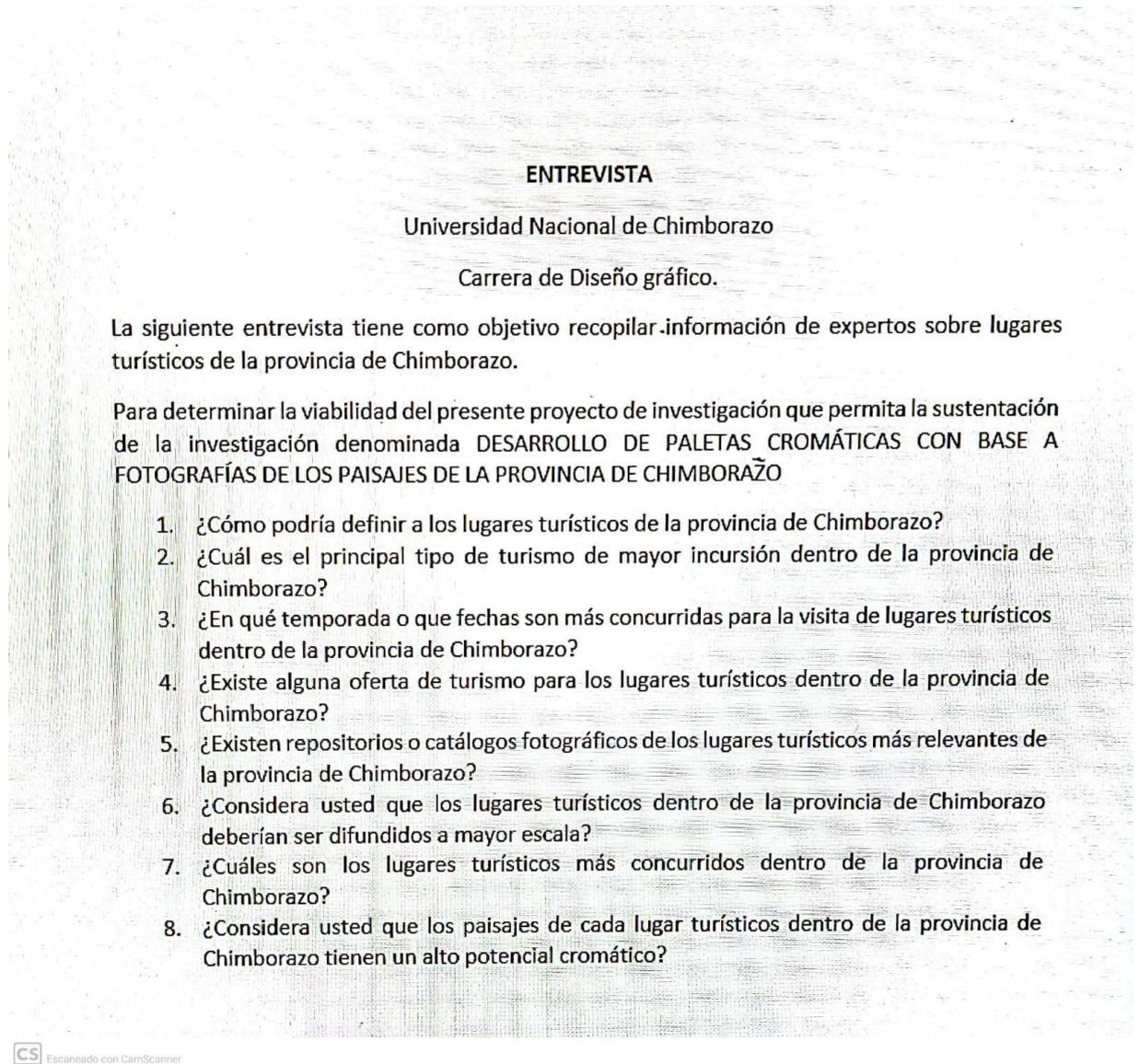
[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScVHGyRMgay0p\\_bnsTZCkX3OIBLQKGGABnQcZeLLjvEvo4ccQ/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScVHGyRMgay0p_bnsTZCkX3OIBLQKGGABnQcZeLLjvEvo4ccQ/viewform)

9/9

**Fuente:** (Lozano, 2021)

## Guía de entrevista

**Figura 8-2:** Guía de entrevista



**Fuente:** (Lozano, 2021)

## Fotografías del proceso

Realización de la entrevista

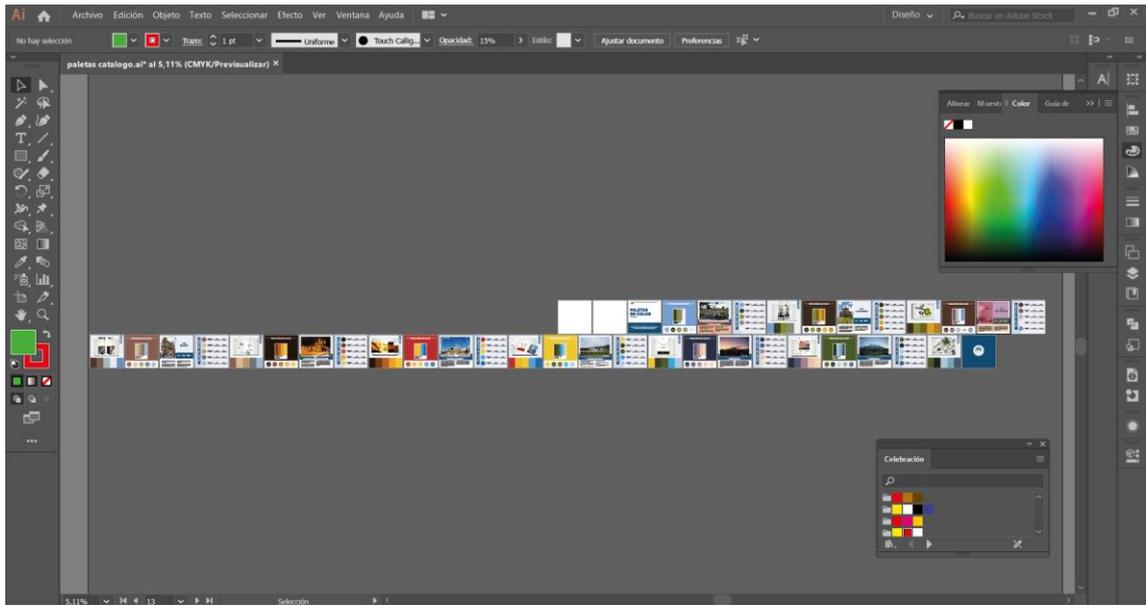
**Figura 8-3:** Realización de la entrevista



**Fuente:** (Lozano, 2021)

**Realización del catálogo de paletas cromáticas**

**Figura 8-4:** Realización del catálogo de paletas cromáticas



**Fuente:** (Lozano, 2021)

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alexandre, P. (2012). *Composición fotográfica*. (s/f). Scribd. Recuperado el 24 de julio de 2022, de <https://es.scribd.com/document/243884942/COMPOSICION-FOTOGRAFICA-doc>.
- Almaraz, N. (2011). *Combinando Colores con el círculo cromático*. México.
- Balla, M & López, J. (2020). *Catálogo virtual de los bienes patrimoniales del Museo Arqueológico “Paquita de Jaramillo” de la C.C.E.CH*. [Tesis de Grado Ingeniero en Diseño Gráfico, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo].
- Barbe, K. (2017). *Diseña tus paletas de color*. México.
- Bautista, J & Morales, J. (2013). *Análisis de Procesos para la Creación de Imágenes Anaglíficas; Aplicado en un Catálogo Digital e Impreso de los Lugares más Representativos de la Ciudad de Riobamba*. [Tesis de Grado Ingeniero en Diseño Gráfico, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo].
- Cage, J. *Color y cultura*. Ediciones Siruela, Madrid, 1993.
- Cuervo, S. (2012). *El poder del color*. México.
- Cueva, S. (2012). Leyes de composición, en el centro de interés. *Portafolio de fotografía*. España.
- De los Santos, A. (2002). *Fundamentos Visuales*. España.
- Dondis, D.A., *La sintaxis de la imagen*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2010.
- Dubois, P. (1994). *El acto fotográfico*, Barcelona, Paidós.
- Glenn, R. (2010). *The Portrait: Understanding Portrait Photography*. Estados Unidos: Editorial Rocky Nook.

- Goethe, W., *Teoría de los colores*, Editorial Poseidón. Buenos Aires, 1945.
- Gombrich, E. (2012). *Los usos de las imágenes*. México: Phaidon Press Limited.
- González, E, A. (2021). *10 razones para estudiar paisajismo*, Universidad Internacional de Valencia, España.
- Heller, E. (2010). *Psicología del color Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili.
- Heller, E., *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2004.
- Hili, G. (2018). *Colores. Historia de su significado y fabricación*. México.
- Illescas, S. (2018). *La Regla del horizonte: en qué consiste y cómo usarla*. Dzoom. Barcelona, España.
- Illescas, S. (2022, abril 13). *La Regla del Horizonte: en Qué Consiste y Cómo Usarla*. dzoom. <https://www.dzoom.org.es/regla-del-horizonte>
- Jiménez Peneque, R. (1998). *Metodología de la investigación*. La Habana.
- José María, P. (2012). *Teoría y Práctica del color*. México.
- Levrero, V & Veirano, D. (2015). *Color, diseño y cultura. El rol del color en identidades visuales de la órbita cultural y estatal del Uruguay*. [Tesis de Grado Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual, Universidad de la República de Uruguay].
- Limonchi, J. (2016). *El principio sagrado andino del color*. Obtenido de Markapacha: <https://www.markapacha.com/el-principio-sagrado-andino-del-color/>.

- López, C. (2020). *Qué es la fotografía de naturaleza muerta. (s/f)*. CCM. Recuperado el 24 de julio de 2022, de <https://es.ccm.net/faq/7638-fotografia-de-naturaleza-muerta>.
- Marcillo, D. (2018). *Diseño de envases y embalajes para productos alimenticios y textiles de la comunidad Palacio Real*. [Tesis de Grado Licenciatura en Diseño de Gráfico, Universidad Nacional de Chimborazo].
- Mendoza, J. M. M. (2020, abril 3). *Qué es la fotografía artística, el arte en las imágenes*. Concursos de fotografía para todos. <https://bptfotografia.com/que-es-fotografia-artistica-imagenes/>.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Ley de Turismo*. Quito, Ecuador.
- Munari, B., *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*, Gustavo Gili Diseño, Barcelona, 2008.
- Pacheco, P. (2021, septiembre 8). *¿Qué es la fotografía de reportaje? Blog de fotografía*. <https://fotoperfecta.com/blog/que-es-la-fotografia-de-reportaje/>
- Pariente, J. (2002). *Composición Fotográfica*. Argentina.
- Pastoureau, M. (2003). *Breve historia del color*. Buenos Aires.
- Pérez, A. (2021). *¿Qué es una paleta cromática y cómo se utiliza?*, Universidad Internacional de Valencia, España.
- Pérez, Agustín. (2021). *¿Qué es una paleta cromática y cómo se utiliza?* Obtenido de Escuela Superior de Diseño Barcelona: <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/que-es-una-paleta-cromatica-y-como-se-utiliza>
- Pérez, M. (2022, enero 13). *Fotografía de Paisaje: Guía Completa Con Trucos y Consejos* [Actualizado]. Blog del Fotógrafo. <https://www.blogdelfotografo.com/consejos-trucos-fotografia-paisaje/>

Poo Rubio, A. (1992). *El Color*. México.

Lozano, S. (2021). *DESARROLLO DE PALETAS CROMÁTICAS CON BASE A FOTOGRAFÍAS DE LOS PAISAJES DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO*, Universidad Nacional de Chimborazo.

Rand, G., & Meyer, T. (2014). *The portrait: Understanding portrait photography* (2a ed.). Rocky Nook. <https://books.google.at/books?id=qg50BQAAQBAJ>

Roche, D. (2016). *La fotografía*, Blas fotografía. España.

Samara, T. (2002). *Diseñar con y sin retícula*.

Sandoval, C. (2002). *Investigación Cualitativa*. Bogotá.

Sanz, J.C., *El lenguaje del color*, Editorial Hermann Blume, Madrid, 1985

Wong, W., *Principios del diseño en color*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2008.

