

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

CARRERA: Diseño Gráfico

SEDE QUITO

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO**

**TEMA: Diseño Gráfico y Comunicación Visual como herramienta para
trasladar las actividades del espacio público físico a la virtualidad, caso de
estudio: Frente Cultural Rumiñahui.**

AUTOR: Elías Josué Silva Andrade

ASESOR: Dis. Mayra Daniela Sánchez Benavides MA PDP

QUITO, 2020.

CERTIFICADO DEL TUTOR /ASESOR

Yo Mayra Daniela Sánchez Benavides, en calidad de tutor del trabajo de titulación “Diseño Gráfico y Comunicación Visual como herramienta para trasladar las actividades del espacio público físico a la virtualidad, caso de estudio: Frente Cultural Rumiñahui”, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, elaborado por el estudiante Elías Josué Silva Andrade estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico, Sede La Coruña de la Universidad Metropolitana, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y en el campo epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del jurado examinador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo investigativo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación determinado por la Universidad Metropolitana.



Firma

Dis. Mayra Daniela Sánchez Benavides MA PDP

Cd. N° 1716214315

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, **Elías Josué Silva Andrade**, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador “UMET”, Diseño Gráfico, declaro en forma libre y voluntaria que el presente (trabajo de investigación) que versa sobre: **Diseño Gráfico y Comunicación Visual como herramienta para trasladar las actividades del espacio público físico a la virtualidad, caso de estudio: Frente Cultural Rumiñahui**, y las expresiones vertidas en la misma, son autoría del compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

ELIAS JOSUE SILVA ANDRADE

C.I. 1722072400

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, ELIAS JOSUE SILVA ANDRADE, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, **Diseño Gráfico y Comunicación Visual como herramienta para trasladar las actividades del espacio público físico a la virtualidad, caso de estudio: Frente Cultural Rumiñahui**, modalidad (Proyecto de Investigación) de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

ELIAS JOSUE SILVA ANDRADE

CI: 1722072400

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser la fuente de todo lo que tengo y lo que soy, por su gran misericordia, gracia y favor que hasta aquí han sido la inspiración y fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mi esposa Diana, por su amor incondicional y apoyo que han sido mi mano derecha en momentos difíciles y esa fuerza inspiradora que día a día han impulsado el cumplimiento de esta meta. No puedo dejar de recordar a mis hijos Alía y David que son el motor y el motivo de todo este esfuerzo, llenan mi corazón cada día con su amor y me impulsan a avanzar buscando siempre su bienestar.

A mis padres, Diego y Yolanda por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Me lleno de orgullo y gratitud de ser su hijo, son los mejores padres.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral que me han brindado a lo largo de mi vida, sé que se gozan conmigo de este logro y no puedo dejar de mencionar nuestro lema, "Todos para uno y uno para todos".

Por último y no menos importante, quiero agradecer a mis profesores que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito, gracias por ser esas personas que me han formado e inspirado en esta hermosa profesión, sin duda me llevo los más lindos recuerdos de su conocimiento y su calidad como personas.

Agradecimiento

Doy gracias a Dios, quien renueva sus misericordias cada mañana y por quien gracias a su gracia y favor me ha permitido terminar este meta en mi vida.

Gracias a mi esposa Diana quien ha permanecido de manera incondicional a mi lado, siendo ese apoyo y fuerza en momentos difíciles y que sin su apoyo no hubiese podido terminar esta meta. Mis hijos Alía y David aun siendo pequeños y talvez sin darse cuenta han sido ese motor para que pueda llegar hasta aquí, gracias hijos.

Quiero agradecer a mis padres, Diego y Yolanda, que desde el momento que nací no han dejado de amarme y velar por mí, gracias por todo su amor y su apoyo aún más allá de sus propias fuerzas, que sin importar negarse a sí mismos me han ayudado para pueda terminar mi carrera.

Gracias a mis hermanos que de una u otro manera me han apoyado y ayudado para que llegue hasta aquí, sé que se gozan conmigo y que seguirán a mi lado para apoyarme en lo que está por venir.

Quiero a gradecer de manera especial a mis profesores, quienes con profesionalismo y calidad humana han impartido sus conocimientos y han hecho posible que todo este proceso sea terminado con éxito.

Índice

INTRODUCCIÓN	1
Situación problemática	2
Del espacio público al espacio público virtual.....	2
Formulación del problema científico	7
Determinación del objeto de estudio.....	7
Campo de acción.....	8
Objetivos.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Idea a defender.....	8
Población y muestra	9
Metodología	9
Metodología Proyectual de Bruno Munari	9
Declaración del aporte práctico y/o la significación de la investigación	10
1. CAPÍTULO I	12
MARCO TEÓRICO	12
1.1 Qué es un espacio público y su importancia.....	12
1.2 Tipos de espacio público y sus componentes.....	13
1.2.1 El espacio público desde la accesibilidad	13
1.2.1.1 Espacio Público Abierto	14
1.2.1.2 Espacio Público Cerrado.....	14
1.2.2 El espacio público según su interacción.....	14
1.2.3 El espacio público y su incidencia	17
1.2.4 La casa barrial y su importancia.....	18

1.3	Comunicación, cultura y espacio público	20
1.3.1	Modelos de comunicación y su importancia.....	20
1.3.2	Modelo de Wilbur Schramm	24
1.3.3	Comunicación virtual.....	25
1.3.4	Medios masivos de comunicación virtual	26
1.3.5	Páginas Web como Medio de Interacción	27
1.3.5.1	Responsive Web Design.....	29
1.3.5.2	Interfaz de usuario e interfaz gráfica	29
1.3.5.3	Experiencia de usuario.....	30
1.4	La forma desde su origen	30
1.4.1	Forma.....	30
1.4.1.1	La expectativa como origen de la forma	31
1.4.1.2	El concepto como origen de la forma.....	32
1.4.2	Cultura y forma.....	33
1.4.3	Percepción y Forma	35
1.4.4	La Cultura desde el diseño y el mensaje desde la gráfica	37
1.4.5	Forma y Semiótica	40
1.4.6	Semiótica.....	41
2.	CAPÍTULO II:	42
	MARCO METODOLÓGICO	42
2.1	Tipo de investigación	42
2.2	Público objetivo.....	42
2.3	Matriz de variables.....	43
2.4	Situación actual del Frente Cultural Rumiñahui	45
2.5	Metodología de investigación	46

2.5.1 Partes del Método Proyectual	46
3. CAPÍTULO III:	78
RESULTADOS ALCANZADOS Y LA PROPUESTA.....	78
3.1 Concepto de diseño	79
3.1.1 Objetivo comunicacional de la propuesta.....	80
3.1.2 Elementos de la propuesta de diseño.	82
3.2 Fundamentos de diseño	83
3.2.1 Marca responsive	86
3.3 Página web del Frente Cultural Rumiñahui.....	87
3.3.1 Experiencia de usuario.....	88
3.3.2 Interfaces	89
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES	99
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	100
ANEXOS	104

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de variables	44
Tabla 2. Descripción problemática en la dimensión físico-territorial del Frente Cultural Rumiñahui	47
Tabla 3. Descripción problemática en la dimensión política del Frente Cultural Rumiñahui.....	48
Tabla 4. Descripción problemática en la dimensión social del Frente Cultural Rumiñahui.....	50
Tabla 5. Descripción problemática en la dimensión económica del Frente Cultural Rumiñahui.....	51

Tabla 6. Descripción problemática en la dimensión cultural del Frente Cultural Rumiñahui.....	53
---	----

Tabla 7. Descripción problemática en la dimensión virtual del Frente Cultural Rumiñahui.....	55
--	----

Índice de Figuras

Figura 1. Cultura como origen de la forma.....	34
Figura 2. Enfoque estructural del objeto-signo.....	41
Figura 3. Pregunta 1 a profesores del FCR	59
Figura 4. Pregunta 4 a profesores del FCR	60
Figura 5. Pregunta 5 a profesores del FCR	60
Figura 6. Pregunta 6 a profesores del FCR	61
Figura 7. Pregunta 2 a profesores del FCR	61
Figura 8. Pregunta 8 a profesores del FCR	62
Figura 9. Pregunta 9 a profesores del FCR	62
Figura 10. Pregunta 7 a profesores del FCR	63
Figura 11. Pregunta 12 a profesores del FCR	63
Figura 12. Pregunta 14 a profesores del FCR	64
Figura 13. Pregunta 15 a profesores del FCR	64
Figura 14. Pregunta 13 a profesores del FCR	64
Figura 15. Pregunta 3 a usuarios del FCR.....	65
Figura 16. Pregunta 16 a profesores del FCR	65
Figura 17. Pregunta 17 a profesores del FCR	66
Figura 18. Pregunta 19 a profesores del FCR	66
Figura 19. Pregunta 18 a profesores del FCR	66

Figura 20. Pregunta 5 a usuarios del FCR.....	67
Figura 21. Pregunta 4 a usuarios del FCR.....	67
Figura 22. Pregunta 20 a profesores del FCR	68
Figura 23. Pregunta 6 a usuarios del FCR.....	68
Figura 24. Pregunta 21 a profesores del FCR	69
Figura 25. Pregunta 21 a usuarios del FCR.....	69
Figura 27. Pregunta 8 a usuarios del FCR.....	70
Figura 28. Pregunta 22 a profesores del FCR	70
Figura 29. Pregunta 9 a usuarios del FCR.....	71
Figura 30. Pregunta 9 a profesores del FCR	71
Figura 31. Pregunta 12 a usuarios del FCR.....	72
Figura 32. Pregunta 11 a usuarios del FCR.....	72
Figura 33. Pregunta 10 a usuarios del FCR.....	73
Figura 34. Pregunta 23 a profesores del FCR	73
Figura 35. Pregunta 13 a usuarios del FCR.....	74
Figura 36. Pregunta 25 a profesores del FCR	74
Figura 37. Pregunta 14 a usuarios del FCR.....	75
Figura 38. Tipografía usada para la creación de marca del Frente Cultural Rumiñahui	83
Figura 39. Retícula del logotipo para el Frente Cultural Rumiñahui	84
Figura 40. Creación de marca del Frente Cultural Rumiñahui	85
Figura 41. Configuración marca responsive para el Frente Cultural Rumiñahui	86
Figura 42. Página de inicio.....	91
Figura 43. Sección quienes somos	93
Figura 44. Sección talleres.....	94

Figura 45. Sección actividad barrial	95
Figura 46. Sección zona comercial	96
Figura 47. Sección blog.....	97

Resumen

El presente trabajo de investigación analiza la afectación que trajo la pandemia del covid 19 al espacio público y sus dimensiones caso: Frente Cultural Rumiñahui. Debido a la emergencia sanitaria los espacios públicos han sido cerrados y sus actividades paralizadas de manera abrupta sin tener la posibilidad de prevenir o tener un plan emergente dando como resultado que la dinámica social que existía en estos lugares se vea afectada de manera considerable.

Esta investigación partió de indagar las dimensiones del espacio público y su incidencia en la sociedad a lo largo de la historia, además de visibilizar el trabajo y desarrollo que el Frente Cultural Rumiñahui ha realizado en cada una de estas dimensiones en beneficio de la sociedad. Igualmente se investigó la importancia e injerencia de la comunicación visual en estos espacios a lo largo de la historia y en la actualidad, para así elegir el modelo de comunicación más apropiado para la resolución del problema. Así mismo, se analizó la influencia de la cultura sobre la forma como elemento base del diseño para generar significados que llevan a crear sentido de pertenencia en la sociedad y especialmente en quienes están en contacto directo con el caso de estudio de este proyecto.

Posterior al análisis e interpretación de datos se propone el diseño de una página web que refleje las dimensiones del espacio público, pero de manera virtual, donde sea posible trasladar a la virtualidad la dinámica social que antes existía en el Frente Cultural Rumiñahui antes de la pandemia de tal forma que todo el avance logrado antes de la pandemia no se detenga y pueda seguir aportando de manera positiva a la sociedad beneficiaria del mismo. En este sentido se pretende que el producto de esta investigación sea una herramienta útil para el Frente Cultural Rumiñahui y que pueda ser replicada en los frentes culturales o casas barriales de los diferentes barrios del Cantón Rumiñahui como una alternativa de interacción que ayude a mejorar la calidad de vida de sus habitantes en pandemia y post pandemia.

Palabras clave: Espacio público, dimensión, virtualidad, comunicación, sociedad

Abstract

This research work analyzes the impact that the covid 19 pandemic brought to the public space and its dimensions, case: Frente Cultural Rumiñahui. Due to the health emergency, public spaces have been closed and their activities stopped abruptly without having the possibility of preventing or having an emergent plan, as a result of which the social dynamics that existed in these places are considerably affected.

This research started by investigating the dimensions of public space and its impact on society throughout history, in addition to making visible the work and development that the Frente Cultural Rumiñahui has carried out in each of these dimensions for the benefit of society. Likewise, the importance and interference of visual communication in these spaces throughout history and today was investigated to choose the most appropriate communication model for solving the problem. Likewise, it was analyzed how culture influences form and its design to give meaning that leads to creating a sense of belonging in society and especially in those who are in direct contact with it.

After the analysis and interpretation of data, the design of a web page is proposed that reflects the dimensions of the public space, but in a virtual way, where the social dynamics that previously existed in the Frente Cultural Rumiñahui is possible in virtuality and all the progress achieved before the pandemic does not stop and can continue to contribute in a positive way to society in general and that this research is a useful tool to be replicated in the different neighborhoods of the Cantón Rumiñahui as an alternative that helps improve the quality of life of its inhabitants in pandemic and post pandemic.

Key words: Public space, dimension, virtuality, communication, society

INTRODUCCIÓN

La dinámica social ha ido evolucionando a lo largo de la historia donde la forma de interactuar, relacionarse y expresarse ha pasado de ser muy básica y proporcional a las costumbres de la época a una sociedad compleja que se ha volcado al uso de los avances tecnológicos como medio para la interacción social.

A medida que la población y las ciudades han ido creciendo, la dinámica social ha cambiado. La gente empezó a tener la necesidad de generar espacios diversos donde se pueda debatir sobre política, realizar espectáculos, expresiones artísticas, espacios de ocio y distracción, desembocando así, en la creación de lugares públicos accesibles para todos y todas que cubra estas carencias socioculturales.

Es así como hoy existe gran cantidad de espacios públicos con fines de proporcionar a los habitantes lugares de reunión para discusión e interacción ya sea para actividades de tipo intelectual o recreacional; en tal virtud, priman los parques, canchas deportivas, plazas, casas barriales, centros culturales entre otros donde se busca la participación comunitaria e inclusiva.

En este sentido, los lugares en mención forman parte no solo del interés social local sino también del político; así pues, los gobiernos municipales ahora no solo los catalogan como espacios públicos sino como centros de capacitación, donde se puede forjar un desarrollo sostenido e inclusivo especialmente para los grupos vulnerables de la sociedad, brindando oportunidades de crecimiento personal, profesional y muchas veces fomentando en desarrollo económico de los beneficiarios. Así pues, se dictan talleres donde habilidades y destrezas son desarrolladas en las personas, procurando tomar en cuenta para estas actividades a todos los actores sociales desde los niños hasta los adultos mayores, haciendo del espacio público un entorno que trasciende el concepto de lugar físico volviéndose un espacio complejo de crecimiento y mejora social en todas sus dimensiones.

Situación problemática

Del espacio público al espacio público virtual

La idea de espacio público es un concepto urbanístico y a la vez político. Por un lado, el espacio público urbano está compuesto por las calles, plazas y parques de una ciudad, todo aquello que no es propiedad privada. Por otro lado, el espacio público, en el sentido de la filosofía política, lo que también se denomina esfera pública, es un ámbito de deliberación democrática abierta a todo el mundo. (Aramburu Otazu, 2008).

El espacio público ha sido siempre un elemento buscado por la sociedad, situación que se puede ver desde épocas y civilizaciones antiguas como por ejemplo la griega que vinculaba a la democracia y a la política en un espacio común denominado “Ágora”, espacio donde se tomaban decisiones en relación a la convivencia civil que se establecía a partir del diálogo y debate dentro del lugar. En lo posterior, el modelo democrático griego se ha ido consolidando al pasar los años y la historia, y es a partir de este que se han construido espacios y edificios dedicados al bien público y al ejercicio democrático. Sin embargo, aunque estos espacios tienen carácter participativo no han llegado a ser del todo inclusivos.

Por ejemplo, sin ir más lejos, el ágora ateniense, ícono por antonomasia del espacio público democrático y participativo, se ubicaba en una sociedad esclavista donde no sólo los metecos (esclavos extranjeros) sino tampoco las mujeres participaban de estas asambleas públicas. (Aramburu Otazu, 2008).

En la actualidad, suceden cosas similares en culturas como la musulmana donde la mujer (en ciertos lugares) tiene prohibido pasearse en los barrios, entrar al gran bazar y sentarse en las tiendas, también tiene prohibición de reunirse en grupos públicamente. Si bien es cierto hoy en día el espacio público es de libre acceso y para todos, existen aún culturas o grupos que por sus creencias tienen este tipo de prohibiciones.

La concepción griega acerca de lo privado, lo público y lo político, concibe lo público como lo propiamente político, es decir, la expresión del hombre libre que alcanza su trascendencia histórica a través de su expresión en un lugar común, situación que es posible al estar libre de las obligaciones de la vida cotidiana; en tanto lo privado, corresponde a los bienes, cosas, animales y personas de un dueño y que, por tanto, se encuentran “privados” de derechos políticos. (Berroeta Torres, 2012).

En la alta y baja edad media se dan cuenta de formas organizativas y urbanas distintas, aquellas cuya dependencia es directa del poder señorial o propio de la auto organización, donde la ciudadanía se instala como derecho individual al servicio de la organización. A diferencia del Ágora, la plaza pública medieval no poseía un marco arquitectónico que separe el espacio público de los barrios residenciales, las calles se ligaban directamente con ellas y las propias construcciones marcaban sus límites. Alrededor de la plaza se disponían los edificios comunitarios principalmente los edificios municipales y religiosos. (Berroeta Torres, 2012).

La plaza entonces, se consolida como un espacio para discutir o expresar necesidades colectivas, impartir o recibir justicia, realizar actividades económicas religiosas y culturales, entre otras prácticas propias del colectivo social de una comunidad; es decir ocurre una apropiación tanto física como social del espacio público. Posteriormente, siguiendo con la evolución histórica, se puede decir que se han tomado ambos modelos de espacio público, según el lugar y el contexto, teniendo como eje conceptual fundamental el ser un espacio accesible para los habitantes de una urbe.

Así pues, se puede notar que el ser humano ha estado en una constante búsqueda de lazos que le permitan compartir con otros y su diferenciación, procurando la búsqueda de cambios sociales para bien de la colectividad. A partir de este planteamiento, puede decirse que el espacio público es capaz de brindar esta oportunidad a cada persona y a la sociedad en general.

Actualmente, por ejemplo, el Frente Cultural Rumiñahui, ubicado en la plaza central del barrio San Sebastián-Cantón Rumiñahui, es un referente de espacio público que, desde sus inicios, ha buscado discutir y combatir problemas sociales urbanos como: altos índices de delincuencia y tráfico de drogas en el corazón del barrio, organización de la ciudadanía, participación diversa tanto económica como política y cultural, entre otros temas.

Físicamente, dicho espacio es conocido como “El Monumento Rumiñahui”, fue construido hace ya treinta años y, aunque hoy funciona como un amplio centro comunal ubicado debajo de la plaza central del barrio, poco después de su construcción sufrió por mucho tiempo el descuido de las autoridades lo cual conllevó a un total abandono

reflejado en su deterioro: falta de luminaria, mantenimiento, entre otros descuidos que condujeron a los problemas ya mencionados. En vista de esto, hace cinco años, los moradores del barrio se organizaron para reapropiarse del lugar y generaron diversas actividades de carácter cultural, artístico y deportivo, mismas que dieron como resultado la disminución de los índices delincuenciales en el sector y a su vez el desarrollo de propuestas de interacción para su propia comunidad, donde los más beneficiados fueron los niños y los jóvenes. Con este ejemplo se puede palpar cómo la apropiación del espacio público y la interacción social son capaces de traer cambios sustanciales en la sociedad y a su vez el desarrollo de la cultura en los más jóvenes.

Por otra parte, como se puede ver en el ejemplo citado, los espacios públicos han evolucionado y ya no son solamente espacios de debate democrático o político, sino que han tomado gran importancia en actividades de desarrollo económico, cultural y social, adoptando otras formas como: centros de capacitación, casas comunales, centros culturales, centros de exposiciones entre otros. Estos lugares comunitarios han ido evolucionando y ganando protagonismo en sus entornos, tal es su importancia que, en muchos de los casos, se dice que son la esencia de la ciudad o incluso, que son la ciudad misma, porque dan lugar al encuentro de voluntades y diversas expresiones, volviéndolo un lugar de representación y de intercambio.

Como se puede palpar, el Frente Cultural Rumiñahui es uno de estos espacios públicos; tiene cinco años de funcionamiento como casa barrial del barrio San Sebastián ubicado en el Cantón Rumiñahui y al mismo tiempo es utilizado como centro de capacitación que brinda diversos talleres como: batería, guitarra, danza, manualidades, grafitis, serigrafía, pintura y en las noches, bailo terapia. Gracias, en su mayoría, a la autogestión de los moradores del barrio y al apoyo de autoridades como el Concejo Provincial de Pichincha, este espacio ha logrado consolidarse como un centro cultural.

Por otra parte, el espacio público, por más prominente y funcional que sea, también puede enfrentar diversas dificultades y conflictos que limiten su uso, acceso y continuidad; estos pueden ser de carácter político, económico, cultural y hasta personal situaciones que, dependiendo de su gravedad, podrían contribuir a que éste sea poco usado e incluso abandonado. En la actualidad, por ejemplo, se ha presentado una gran

adversidad para los espacios de interacción pública debido a la pandemia por COVID 19, misma que ha provocado que la mayoría de países tomen medidas drásticas para salvaguardar la salud de sus habitantes, siendo una de ellas el denominado confinamiento que ha dado lugar al cierre total de los espacios públicos y sus actividades, limitando así su uso y acceso.

Las repercusiones de estas medidas han afectado en diversas escalas a la dimensión urbana. A nivel internacional, el cierre de fronteras ha restringido la movilidad aérea; a nivel nacional, los cordones sanitarios han restringido la movilidad terrestre en lo metropolitano, comunal y barrial. A nivel metropolitano, el “apagado” en el mapa urbano de los grandes centros de consumo y de cultura ha distorsionado los usuales flujos de atracción y de movilidad; a nivel urbano, la limitación del radio de acción de los ciudadanos a una distancia de 1 km de sus hogares ha limitado su acceso a los servicios básicos; a nivel barrial, la distancia social ha alterado el uso y ocupación de los espacios públicos y las relaciones interpersonales en los centros de abastecimiento y servicios básicos necesarios para el funcionamiento de la ciudad; por otra parte, también a nivel mundial, el confinamiento ha conducido a la educación a distancia en colegios y universidades y al teletrabajo, cuando este es posible. (Zazo Moratalla & Álvarez Agea, 2020).

En el mundo entero se han sufrido las consecuencias de la emergencia sanitaria y Ecuador no ha sido la excepción; en este sentido, la contingencia y la repentinidad de los hechos han provocado que los centros culturales barriales y casas comunales -como es el caso del Frente Cultural Rumiñahui- cesen sus actividades de manera drástica, sin haber podido prever o contar con un plan o estrategia que les permita continuar con sus actividades aún en medio de la emergencia. Debido a esto se ha visto la necesidad de buscar medios por los cuales se pueda continuar con las actividades habituales, mismas que constituían un punto de interés para propios y extraños y, que generaban un aporte importante al desarrollo cultural, social y económico de los barrios.

Cabe mencionar que en su mayoría las casas barriales o centros culturales en el país han prestado sus instalaciones a manera de centros de acopio o repartición de víveres e insumos; también, en algunos casos se han convertido en centros de operaciones y

logística para enfrentar la crisis sanitaria, es necesario acotar también que la reactivación en cuanto a lo socio-cultural ha sido casi nula.

En el caso del barrio San Sebastián – Cantón Rumiñahui, las actividades habituales de su centro cultural como talleres, exhibiciones y reuniones se han visto interrumpidas por completo, sin embargo muchos de los usuarios de este espacio público como profesores, estudiantes y algunos directivos han mantenido el contacto a través de redes sociales y chats interactivos, mismos que han servido de enlaces para activar la economía local a través de la oferta de productos y servicios pero, no han sido de gran ayuda para aportar a la continuidad de talleres formativos en artes plásticas, música, danza y demás expresiones culturales y tampoco ha sido considerado idóneo para reanudar discusiones político-sociales para el desarrollo de actividades en favor del barrio; en este sentido, el espacio público y sus funciones primordiales (económica, política, social y cultural) han sido disminuidas.

Aunque la alternativa de continuar con actividades cotidianas a través de la virtualidad ha sido aprovechada o adoptada de forma emergente por la mayor parte de la colectividad, especialmente en cuestiones de trabajo o estudios formales, en muchos de los centros culturales o casas barriales, esta nueva práctica se vuelve aún más complicada y sobre todo conlleva un gran desafío: Por una parte, se pone de manifiesto la dificultad de entender a la interacción social desde una perspectiva diferente a la predominante, es decir a la presencialidad, para darle protagonismo a la interacción a través de plataformas virtuales, con las cuales muchos de los usuarios están poco familiarizados o tienen acceso limitado. Por otra parte, se encuentra la falta de espacios idóneos para fomentar las actividades de los espacios públicos, especialmente las de carácter educativo o de debate participativo, pues muchos lugares de este tipo cuentan con un manejo básico de redes sociales y casi nulo de páginas web o plataformas de interacción sincrónica como Zoom, Webex, Google Meets, entre otras.

Finalmente, el aglutinar todas las actividades que conforman las dimensiones del espacio público, o cuando menos las de mayor importancia, se vuelve una tarea de resistencia y reinención de cara al contexto actual, misma que desemboca en el uso y entendimiento del espacio público en su dimensión virtual para todos sus actores. En

este sentido, es importante la participación del colectivo desde diferentes aristas y experticias, ya que de esta forma se podrá contribuir a la continuidad de los espacios públicos barriales (centros culturales, casas comunales, casas barriales, etc.), situación compleja teniendo en cuenta las actuales condiciones, pero necesaria para afrontar el reto de seguir trabajando desde la perspectiva funcional del espacio público y su importancia dentro del “construir comunidad”.

En el caso específico del Frente Cultural Rumiñahui objeto de estudio del presente trabajo, se cuenta con una red social, que no ha tenido mayor movimiento pues no cuenta con una persona encargada al cien por ciento de su manejo; se cuenta, sin embargo, con los chats comunitarios de los cursos impartidos, del conjunto de maestros y de las autoridades, mismos que han pasado de elementos de organización e interacción mayormente socio-cultural a plataformas de apoyo a la reactivación económica de sus miembros y allegados. Análogamente, aun cuando prima el deseo colectivo de retomar las actividades del centro, no se cuenta con una plataforma virtual idónea para realizar los talleres y reuniones de carácter sociocultural, así como tampoco con una o varias personas que la generen.

En virtud de lo expuesto, es necesario señalar que de no salvar la dificultad de llevar el espacio público presencial a su dimensión virtual (al menos mientras la distancia social es menester), se corre el riesgo de perder las relaciones humanas de interacción ganadas que en estos espacios se dan por y para bien de la comunidad local.

Formulación del problema científico

¿Cómo el Diseño Gráfico y la Comunicación Visual pueden aportar a la continuidad de las actividades del Frente Cultural Rumiñahui, a través de la conformación de este espacio público en su dimensión virtual de interacción, para fomentar su continuidad y conservarlo como ente importante en el desarrollo local de la comunidad del barrio San Sebastián?

Determinación del objeto de estudio

Diseño gráfico y Comunicación Visual

Campo de acción

Dimensión virtual del espacio público, caso de estudio: Frente Cultural Rumiñahui.

Objetivos

Objetivo general

Contribuir a la continuidad de las actividades del Frente Cultural Rumiñahui ubicado en el barrio San Sebastián, a través del uso del Diseño Gráfico y la Comunicación Visual como herramientas de apoyo para la construcción de la dimensión virtual de este espacio público teniendo en cuenta sus dimensiones de interacción en lo presencial antes de la emergencia sanitaria por covid 19.

Objetivos específicos

- Investigar acerca de la incidencia del Diseño Gráfico y la Comunicación Visual en el paso del espacio público -denominado “casa barrial”- en sus dimensiones presenciales hacia la dimensión virtual de interacción como elemento contribuyente a la realización y difusión de las actividades del mismo previas a la declaratoria de pandemia.
- Analizar la información referente al estado actual del Frente Cultural Rumiñahui para determinar la manera más idónea en la que el Diseño Gráfico y la Comunicación Visual pueden aportar a la continuidad de las actividades del mismo en medio de la pandemia del covid-19.
- Diseñar una propuesta gráfica que ayude a la continuidad de las actividades socio-culturales que realiza el Frente Cultural Rumiñahui ubicado en el barrio San Sebastián desde la dimensión virtual del espacio público.

Idea a defender

El Diseño Gráfico y la Comunicación Visual como herramientas para la construcción del espacio público “casa barrial” en su dimensión virtual, apoyan al fomento y conservación del Frente Cultural Rumiñahui en su paso de lo presencial a lo virtual en el contexto de la pandemia por covid 19.

Población y muestra

La población con la que se realizó esta investigación fue tomada de los datos que indicaron los directivos del Frente Cultural Rumiñahui; se seleccionó a un promedio de 60 alumnos y 7 profesores que estaban siendo parte de las actividades del lugar antes de la pandemia del covid 19.

Debido a que es una población pequeña y manejable se escogió al 100% como muestra sin presentarse la necesidad de una fórmula estadística para su elección, pues en esta investigación los criterios de toda la población son necesarios para obtener un nivel de precisión altamente funcional en la propuesta.

Metodología

Esta investigación es de tipo cualitativo con enfoque sociológico y se utilizará para su consecución la Metodología Proyectual propuesta por el diseñador Bruno Munari (Munari, 2016) para cuya consecución se emplearán los diversos métodos científicos tanto teóricos como empíricos y estadísticos, en cada una de las partes que lo componen.

Metodología Proyectual de Bruno Munari

Diseñar es concebir un proyecto y éste se constituye de elementos tendientes a la objetividad. La lógica es su principio: si un problema se describe lógicamente, dará lugar a una lógica estructural, cuya materia será lógica y, por consecuencia, lo será su forma. (Gonzales Mothelet, 2018)

El método proyectual consiste en una serie de operaciones que están ordenadas de manera lógica y su fin es conseguir un máximo resultado con un mínimo de esfuerzo. La creatividad sin método solo genera confusión es por esto que un proyecto requiere de un estudio para de esta manera poder documentar y respaldar lo que se va a realizar.

“La serie de operaciones del método proyectual obedece a valores objetivos que se convierten en instrumentos operativos” (Munari, 2013, pág. 2). El método proyectual no es absoluto, puede estar sujeto a modificaciones de acuerdo a la necesidad que se presenten.

Por lo expuesto anteriormente, la metodología proyectual de Bruno Munari, ha sido seleccionado como idónea para realizar la presente investigación, en este sentido será

el hilo conductor de la misma en cuestiones metodológicas y utilizará diversos métodos de investigación científica tanto teóricos como empíricos y estadísticos según las partes de desarrollo de la metodología en cuestión. En tal virtud, se considera oportuno mencionar las partes de la metodología proyectual que el autor ha dividido en diez ítems y los métodos de investigación científica que apoyan su consecución. Así:

- 1.- Problema: método teórico de recopilación bibliográfica, análisis documental, análisis y síntesis.
- 2.- Elementos del Problema: análisis y síntesis,
- 3.- Recopilación de datos: entrevista, encuesta, análisis, síntesis, inducción y deducción.
- 4.- Análisis de datos: análisis, síntesis, inducción y deducción.
- 5.- Creatividad: análisis, síntesis, inducción y deducción.
- 6.- Materiales y tecnología: análisis, síntesis, inducción y deducción.
- 7.- Experimentación: observación, análisis, síntesis
- 8.- Modelos: análisis, síntesis, inducción y deducción.
- 9.- Verificación: observación, análisis, síntesis
- 10.- Dibujos constructivos: observación, análisis, síntesis
- 11.- Solución: análisis, síntesis, inducción y deducción.

Declaración del aporte práctico y/o la significación de la investigación

El presente trabajo de investigación analiza al espacio público desde todas sus dimensiones y toma al Diseño Gráfico y la Comunicación Visual como una herramienta de apoyo a la continuidad y mejoramiento (en el presente contexto) de las actividades que se realizan en dichos espacios. Así pues, la investigación partió de indagar la afectación que la pandemia por el covid 19 causó en el espacio público denominado Frente Cultural Rumiñahui y todos sus actores, tomando al Diseño Gráfico y la Comunicación Visual como el medio para dar solución a este problema. En este sentido, posterior al análisis e interpretación de datos se propone el diseño de una página web

que brinde la oportunidad de que toda la integración e interacción social que existía en el espacio físico sea posible y similar mediante la implementación de un espacio en su dimensión virtual, haciendo que el trabajo que se venía realizando en el espacio físico, detenido por la emergencia sanitaria, pueda continuar, pero de manera virtual en una plataforma que brinde beneficios análogos. Por otra parte, el resultado de este proyecto sería además una herramienta útil para replicar en otros espacios barriales que han sido afectados por la emergencia sanitaria, presentando una solución práctica que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas en tiempos de pandemia del covid 19.

1. CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Qué es un espacio público y su importancia

El espacio público está directamente relacionado con la ciudad, ya que es ante todo un concepto urbano y es en la ciudad donde nació y se desarrolló y hasta el día de hoy sigue siendo así.

El espacio público, de una manera más amplia y articulada, el espacio colectivo, es o debe ser el espacio más importante en la ciudad, puesto que allí se realiza la actividad fundamental para la colectividad que la habita. De otra manera podríamos decir que es el espacio público el que hace la ciudad y la diferencia de una simple agrupación de casas y edificios. (Gamboa Samper, 2003).

El espacio público se vuelve un espacio histórico al ser parte de una ciudad, porque se convierte en el lugar donde suceden las manifestaciones culturales de la comunidad. La ciudad como la conocemos hoy ha ido creciendo en el número de habitantes y por ende en su longitud, he ahí que, se ha visto en la necesidad de ser y hacer una idea de ciudad mucho más ordenada y organizada en donde se trata de que cada actividad se realice en lugares específicos propios para cada actividad en particular.

Podemos decir entonces que es la forma urbana, la forma física de la ciudad, la que se ha organizado históricamente a partir de elementos relevantes como ciertas arquitecturas públicas, bien sean edificios o espacios colectivos (monumentos o elementos primarios) que pueden ser eclesiásticos o civiles, espacios y lugares de representación a partir de los cuales o entre los cuales se despliega un sistema continuo de espacios colectivos como plazas, calles, parques y jardines públicos etc., que son los que arman la ciudad, le dan una coherencia como conjunto y la hacen reconocible. (Gamboa Samper, 2003).

Podemos llegar a la conclusión entonces que los espacios públicos además de constituir los espacios exteriores de una ciudad, son también todos aquellos espacios

públicos o privados que tienen un significado para la sociedad en el que se encuentran y dan una particularidad a la vida cotidiana de una comunidad.

En este sentido el conocer estos espacios, y habitarlos se vuelve de vital importancia para generar lazos entre los habitantes fomentando y desarrollando sus intereses comunes para construir espacios sociales significativos, reconocerse en ellos y fomentar su permanencia para el aprovechamiento de las generaciones actuales y las venideras.

1.2 Tipos de espacio público y sus componentes

Las ciudades crecen día a día hasta llegar a lugares que jamás habían imaginado que llegarían y, al mismo tiempo, la población y a la vez sus necesidades tales como: vivienda, servicios básicos, transporte, espacios recreacionales, etc. Es por esta razón que las ciudades deben procurar planteamientos de diseño acordes a las necesidades de sus habitantes, quienes, como seres sociales interactúan entre sí en espacios colectivos o públicos, mismos que constituyen puntos importantes para el desarrollo socio-cultural de una comunidad. La percepción que los habitantes tienen de estos espacios determinará el nivel y calidad de la interacción tanto con el espacio físico como con lo que representa y con quienes lo frecuentan. El reconocimiento del espacio, entonces, será un factor importante para que el usuario decida hacer uso de este y determinará qué cualidades de interacción o tipos de comportamiento, le atribuye, tanto de manera personal como al ser parte de un colectivo social. Bajo esta perspectiva, múltiples autores señalan que al espacio público se lo puede abordar desde la percepción de la accesibilidad desde donde se distinguen dos formas: Espacio Público Abierto y Espacio Público Cerrado, a esta división se le pueden agregar diversos alcances, que determinarán esferas de reconocimiento relacionadas con las diversas acciones que podrían albergar estos espacios.

1.2.1 El espacio público desde la accesibilidad

La accesibilidad del espacio público se ha vuelto un aspecto muy importante en la actualidad, ya que es la condición más relevante en una ciudad. Se considera el encuentro como lo específicamente urbano, y la coexistencia como una de las condiciones de la accesibilidad que juntas permiten la posibilidad de interacción entre personas diferentes, y, en consecuencia, ayuda a la integración social.

Visto desde la accesibilidad se puede decir que el espacio público se divide en dos:

1.2.1.1 Espacio Público Abierto

Los espacios públicos abiertos son un lugar de la ciudad donde cualquier persona puede ingresar ya que cuentan con el estar, usar y transitar por el ellos. Los espacios públicos abiertos más comunes son: plazas, parques, bibliotecas públicas, etc. Gracias a estos lugares ayudan a mejorar la calidad de vida y así lograr una ciudad sustentable.

En estos lugares se desarrollan actividades que pueden ayudar al crecimiento personal en todos los ámbitos, también son lugares que contribuyen positivamente en las áreas urbanas y son elementos que dan forma y vida a la colectividad.

1.2.1.2 Espacio Público Cerrado

A lo largo de la historia las comunidades han requerido espacios especializados para cierto tipo de actividad en particular y esto ha motivado a la creación de espacios para albergar rituales religiosos en templos y ermitas, corridas en plazas de toros, obras teatrales y musicales en teatros y auditorios, transacciones comerciales en mercados, estadios y centros deportivos para el desarrollo de distintos deportes. Estos lugares, aunque son catalogados como espacios públicos, generalmente no son de libre acceso o uso porque se rigen al control de alguna autoridad que regenta su acceso y uso.

1.2.2 El espacio público según su interacción

El espacio público es multidimensional y puede definirse de muchas formas según pongamos nuestra mirada en sus formas (espacio libre, espacio abierto, espacios transición), en su naturaleza (régimen de propiedad, tipo de gestión), en los usos y funciones que allí se desarrollan (espacio para el colectivo, común, compartido), o en el tipo de relaciones que se establecen (espacio de la presentación y representación, democracia, protesta, fiesta, etc.). (Garriz & Schroeder, 2014).

El espacio público abarca ciertas dimensiones que nos permiten entender su funcionalidad desde múltiples aristas, que son:

Dimensión Físico-Territorial: “Hablamos de espacios visibles, accesibles y reconocibles de uso frecuente o puntual” (García Vásquez, 2013, pág. 1). Esto implica

que deben convertirse en espacios de apropiación simbólica accesibles a cualquiera de los grupos sociales existentes en la comunidad.

Dimensión Política: El espacio público mantiene una gran relación entre la administración pública (estado, principalmente los municipios que son los que aparecen como propietarios jurídicos del espacio público) y la comunidad que lo solicita y usa, por esta razón, dicho espacio toma el carácter de dominio público.

En esta dimensión, para que pueda existir un nivel real de apropiación por parte de la comunidad va a depender la calificación (uso de suelo) del espacio por parte de la administración pública más allá de las intenciones o proyectos que puedan existir por parte de la comunidad. (García Vásquez, 2013).

En lugares como el Frente Cultural Rumiñahui esta apropiación, hablando desde la dimensión política, se ha dado con su directiva barrial, en vista de la necesidad de gestionar acciones de decisión y procederes en el barrio a manera de buscar soluciones colectivas a las necesidades que se presentan en el barrio. Así, por ejemplo, el barrio San Sebastián afectado por la delincuencia, y el tráfico de drogas se vio en la necesidad de organizarse y apropiarse del espacio público conocido como El Monumento a Rumiñahui, solicitado al Municipio de Rumiñahui, a través de su directiva, que se permita gestionarlo y, al pasar del tiempo se ha convertido en el lugar de debate y organización barrial.

Dimensión Social: “Los espacios públicos deben ser escenarios del anonimato, como base de cualquier forma verdadera de integración social ya que no obliga a justificar nuestro origen, condición social, idiosincrasia” (García Vásquez, 2013, pág. 2).

En la actualidad se presentan distintas relaciones de poder relacionadas con la edad, políticas del lugar, género, tipo de administración, etnia, cultura, que controlan el espacio público y muchas de las veces impiden que este sea de libre acceso, uso, y anonimato, creando así una desigualdad. Esto podemos verlo por ejemplo en algunas canchas deportivas barriales, que al tener control la directiva de la liga, esta tiene la potestad de organizar las actividades de este espacio en función de intereses propios y se restringe su uso y acceso al ciudadano común.

Dimensión Económica: “En ocasiones ciertos espacios públicos presentan un uso intensivo como espacio laboral, ya sea a tiempo completo o de carácter puntual” (García Vásquez, 2013, pág. 3).

Estos espacios se caracterizan por fortalecer la economía de la comunidad y generan fuentes de empleo en donde se encuentren ubicados. Un ejemplo de esto es el Frente Cultural Rumiñahui, que, a través de diversos talleres se ha convertido en una fuente de ingreso económico tanto para sus profesores como para sus usuarios, brindando talleres de emprendimientos como floristería, pintura en uñas, chocolatería y así impulsar el inicio de un negocio. Es necesario mantener una armonía entre la dimensión social y la dimensión económica y así poder mantener el orden y la equidad de dichos espacios.

Dimensión Cultural: “En el espacio público se expresan diversas identidades convirtiéndose en espacio de relación social, de identificación simbólica cotidiana, y de expresión e integración cultural, donde debería producirse un necesario diálogo intercultural” (García Vásquez, 2013, pág. 3).

Estos espacios son de mucha importancia en la sociedad actual porque gracias a que aquí emergen varias expresiones (especialmente artísticas) se crea identidad y reconocimiento, trayendo así una revalorización del lugar y por ende un desarrollo de la cultura. Es el caso del grupo de música Sinchillakta y el grupo de danza Suyay, que, al conformarse a partir de los talleres dictados en el Frente Cultural Rumiñahui, se han vuelto parte visible e importante de la cultura tanto a nivel barrial como cantonal.

Dimensión virtual: “En la dimensión virtual los lugares disipan su significado geográfico, histórico y cultural y quedan integrados como lugares funcionales productores de un espacio de flujos que sustituye el espacio físico” (Garriz & Schroeder, 2014, pág. 4).

Los cambios generacionales y el avance de la tecnología han hecho que los espacios físicos ya no sean el único punto referencial de un hito o de un valor comunitario. Los modos de vida conforme la sociedad avanza generan cambios y transformaciones tanto a nivel de ciudad como de espacio público y esto genera un impacto en los mismos gracias a lo cual aparece la dimensión de la virtualidad y su influencia en la sociedad

actual dando como resultado una ciudad completamente nueva, una ciudad que puede o no tener un lugar asociado y donde el espacio digital funciona a su vez como un espacio alternativo de interacción. En el caso de la pandemia, por ejemplo, el espacio virtual juega un papel fundamental en la continuidad de las actividades cotidianas de la sociedad, pues especialmente instituciones educativas y negocios se han volcado a este para no detener sus rutinas de productividad.

1.2.3 El espacio público y su incidencia

El espacio público de los barrios populares puede verse en términos de producción y construcción social del espacio. Al igual que la vivienda, el espacio urbano en los asentamientos populares es en gran medida auto desarrollado y muchas veces también autoconstruido por los mismos habitantes. Los habitantes de los asentamientos populares, actuando individualmente o a través de grupos organizados, son los agentes principales en la producción de espacio público en los barrios. (Hernández García, 2013).

Dichos espacios son públicos en términos de acceso y propiedad, estos pertenecen a la gente o en ciertos casos al barrio, que a través de su directiva se encarga de administrar y gestionar las diversas actividades que aquí se desarrollan, un ejemplo de ello es la casa comunal del barrio San Sebastián ubicado en el cantón Rumiñahui en una plaza representativa conocida como el Monumento a la Resistencia (Monumento a Rumiñahui). Lo habitantes han hecho de este lugar un eje de desarrollo social, cultural y económico ya que en este lugar conocido como el Frente Cultural Rumiñahui se realizan actividades como talleres y cursos de música, teatro, danza, poesía, oratoria, manualidades, chocolatería, pintura en uñas, y otros, que han traído desarrollo en todos los ámbitos del lugar.

El espacio público de los barrios se conforma por el espacio exterior que rodea a las viviendas como: calles, plazas, parques, canchas, auditorios, casas barriales, centros culturales, que por sus características propias son espacios familiares con un valor simbólico; siendo lugares donde se reconocen las características particulares de grupos sociales determinados (dimensión social), en este sentido muchos de los habitantes del barrio San Sebastián reconocen al Centro Cultural Rumiñahui como un espacio importante en su comunidad.

La calle es la unidad básica del espacio público en los barrios. Las calles se utilizan para conectar, para realizar actividades comerciales y además para canalizar la mayoría de las expresiones sociales y culturales; por las calles fluye la vida urbana en los barrios; por ellas corre el amor, el odio, la felicidad, la tristeza y todas las fuerzas que mueven la vida de la gente del barrio. Las calles funcionan en estrecha relación con los espacios domésticos y comerciales cubiertos. (Hernández García, 2013).

En el caso del barrio San Sebastián, las características mencionadas generalmente desembocan en la plaza central del barrio conocida como Monumento a la Resistencia donde se encuentra ubicado el Frente Cultural Rumiñahui, siendo un lugar céntrico, de gran valor simbólico, comercial y de movilidad. El uso de estos espacios públicos es más intenso en los barrios populares a diferencia de aquellos ambientes residenciales de clase alta, esto se da debido a la dinámica participativa que se desarrolla en la vida cotidiana de los mismos en donde la recreación como una forma de compartir en comunidad, es una característica importante, misma que genera ideologías comunes y afianza el sentido colaborativo.

En este sentido, lugares como el Frente Cultural Rumiñahui del barrio San Sebastián, adquieren la forma que les dan las expresiones ideológicas, políticas, tecnológicas y culturales de quienes interactúan con ellos. Las prácticas culturales que se dan alrededor de los espacios públicos en los asentamientos populares contribuyen a la construcción social y la forma que van tomando estos espacios. Aquí confluyen entonces, criterios culturales como visiones, creencias, valores y tradiciones de los grupos sociales que ayudan a definir el entorno para que se ajuste a su forma de vida y le sirva de apoyo. (Hernández García, 2013).

1.2.4 La casa barrial y su importancia

Los espacios públicos se pueden ver como lugares producidos y contruidos socialmente, cuyo valor y significado no son inherentes a ellos, sino que se construyen, se reproducen y se defienden. La gente se relaciona con los lugares y los lugares se relacionan con la gente creando un vínculo emocional o un apego subjetivo y afectivo. (Hernández García, 2013).

Existe una relación gente-lugar que se considera como la construcción experiencial del espacio, el mismo que se origina del uso cotidiano de los lugares y los vuelve

funcionales; estos pueden ser usos culturales, sociales, económicos y/o políticos, formando así, el sentido de pertenencia y la identidad de los individuos y comunidades.

Las Casas Comunales son espacios claves en donde, a través de la participación de los moradores se pueda generar una Gestión local participativa e inclusiva, puesto que, con el adecuado uso de las herramientas de participación, los ciudadanos puedan ser parte de la toma de decisiones políticas que inciden radicalmente en mejorar su nivel de vida. Es una herramienta clave para que con los aportes de la comunidad y el consenso se pueda llevar a cabo el Modelo de Gestión de casas barriales. (Toral Tello & Cevallos Villareal, 2017).

Las casas barriales y comunales tienen es un espacio donde la comunidad realiza varias actividades como: reuniones del comité barrial, talleres y cursos para la formación y capacitación de los individuos y también es un espacio simbólico donde se toman decisiones para mejorar la condición de vida del barrio. Un ejemplo de esto es la casa comunal del barrio San Sebastián que gracias a la organización y autogestión de sus moradores y a la cabeza el comité barrial ha logrado hacer de este espacio un lugar donde niños, jóvenes y adultos pueden ser parte de diversos talleres de arte (música, danza, oratoria, poesía, pintura), microemprendimientos (pintura en uñas, chocolatería, floristería), gestión de riesgos, bailo terapia, a la vez que traen desarrollo al barrio combaten problemas sociales como delincuencia, drogadicción y microtráfico.

La apropiación del espacio público por parte de la comunidad es necesaria, para que las Casas Barriales cumplan con su finalidad social de integrar a la comunidad, sin embargo, en algunos casos estos sitios solo son usados por pocos ciudadanos convirtiéndose en lugares de uso exclusivo, pero evidencia además el poco interés de algunos ciudadanos tienen en participar en asuntos comunitarios. (Toral Tello & Cevallos Villareal, 2017).

En el Ecuador la administración de las casas barriales ha estado a cargo generalmente de los comités barriales a la cabeza de su presidente o representante legal, y es un espacio público de gran importancia, por su uso y significado, y muchos han luchado para tenerlo, a veces es auto gestionado o construido a través de mingas por los propios moradores, y algunas no se encuentran registradas como tal. (Municipio de Rumiñahui, 2020). En la actualidad "las casas barriales son catalogados como Centros de Capacitación debido al funcionamiento que se da a los mismos" (Municipio de

Rumiñahui, 2020). Ya que pasaron de ser lugares para reuniones comunitarias importantes para la toma de decisiones a centros de capacitación de diferente índole en donde generalmente se incluyen talleres de formación profesional y de emprendimientos; estos tienen como objetivo el rescate de la cultura, el desarrollo socio-económico y en muchos de los casos el combate contra la delincuencia y la drogadicción.

1.3 Comunicación, cultura y espacio público

1.3.1 Modelos de comunicación y su importancia

La comunicación se asocia a contextos históricos y paradigmas de pensamiento que conduce a crear un concepto de comunicación, y esto nos lleva a pensar desde qué lugares y modelos podemos entenderla. En este sentido, el reconocimiento de los diferentes modelos de comunicación se relaciona con estudiar y hacer visibles procesos comunicacionales que muchas de las veces los damos por supuestos y naturalizados.

Varios autores destacan que los diferentes modelos de comunicación investigados no pueden pensarse como que son puros, sino que todos los modelos de comunicación coexisten unos con otros y se encuentran involucrados en distintas instancias de la comunicación y que la diferencia que existe entre unos y otros radica en que acentúan en diferentes aspectos. Así lo que se tiene según (Galeano, 1997) “es un sin número de resultados de investigaciones aglutinados bajo el indefinido nombre de: Teoría de la Comunicación” (pág. 20). donde la gran mayoría de los estudiosos de la comunicación han formulado sus propios y personales esquemas y modelos. De ahí que para este trabajo se tomarán ciertas definiciones que en contexto serán de utilidad para entender la relación del diseño y la comunicación con el espacio público.

Se podría sintetizar a la comunicación diciendo que esta es un medio utilizado por las personas para conectarse o unirse, para transmitir o intercambiar un mensaje. Así, cada vez que una persona se comunica con sus familiares, amigos, compañeros de trabajo, clientes, etc., se establece una conexión para recibir e intercambiar ideas, información o algún mensaje propio del momento en el que el acto de comunicarse existe.

Al pasar de los años han aparecido varios autores que con sus investigaciones fueron formando una teoría de comunicación. La primera investigación de la comunicación comenzó después de la Primera Guerra Mundial (1914-1918). Los primeros modelos de

comunicación fueron modelos simples de estímulo-respuesta (E-R) denominados como “modelos de aguja hipodérmica”.

Posteriormente, Laswell, Lazarsfield, Hovland y Lewin, realizaron importantes aportes, mostrando que había algo más en el ámbito de la comunicación. Laswell decía que entre el estímulo y la respuesta había cambios y presentó un nuevo modelo de comunicación definido como: E-O-R (Estímulo-Organismo-Respuesta). Por su parte, Harold D. Laswell representa un punto referencial histórico de gran importancia para la comunicación. Las primeras investigaciones de Laswell datan de los años 20; durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) se ocupó del análisis de la comunicación política. Examinó las fórmulas de Aristóteles y Quintiliano que tenían relación directa con la formación de oradores (por tanto, de emisores). (Galeano, 1997).

Más tarde, aparece la teoría de Claude Shannon -ingeniero de la empresa Bell- conocida como la “teoría de la información”. Shannon en su teoría dice que la comunicación se entiende como el “proceso de transferencia de información” y propone nuevas dimensiones a la construcción de un modelo de comunicación humana, aunque su modelo estaba basado en un modelo físico de las comunicaciones de radio y telefónicas.

Hasta llegar a Shannon, los modelos de comunicación humana estaban basados en una simple fórmula “ir-no-ir”: el mensaje alcanzaba al receptor o no lo alcanzaba. A partir de Shannon, en el vocabulario de la comunicación aparecieron conceptos como entropía, redundancia, bit, capacidad del canal, ruido y feedback. Todo este nuevo vocabulario viene de la ingeniería. Durante los años 1948 y 1949, Shannon y su compañero de tareas en la empresa Bell, Warren Weaver, realizaron una de las más importantes contribuciones a la formación de la teoría en el campo de las comunicaciones, tanto de las comunicaciones humanas como de la tecnología de comunicación. (Galeano, 1997).

Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación, que hablaba de información como un término completamente diferente al que se entendía como noticias que la prensa difundía diariamente por medio de la radio y la Tv, que en ese tiempo eran los únicos medios existentes, sino que se trataba de una unidad cuantificable que no tenía en cuenta el contenido del mensaje; entonces, este modelo se aplicaba a cualquier mensaje independientemente del significado del mismo.

Así, esta teoría permite de manera particular, estudiar la cantidad de información de un mensaje dependiendo de la capacidad del medio por el que se lo difunde, asociado a la velocidad con la que se transmite el mensaje, tomando en cuenta el ruido como un factor que disminuye la velocidad de transmisión del mensaje. "El modelo de Shannon y Weaver es muy atractivo debido a su relativa sencillez y flexibilidad. No obstante, los análisis más detenidos muestran que en realidad no es mucho más que un modelo E-R ampliado" (Galeano, 1997).

El siguiente paso para formar una Teoría de comunicación fue el análisis de la hipótesis del flujo en dos etapas elaborada por Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson y Hazel Gaudet y más tarde investigado también por Eliku Katz. Este modelo nos dice que la mayoría de la gente forma su opinión influenciados por los líderes de opinión, los mismos que son influenciados por los medios de comunicación. Se dice que es el flujo de dos etapas debido a que la mayoría de gente no es influida directamente por los medios de comunicación, sino que forma su opinión por la influencia que dichos líderes realizan de los mensajes que son enviados a través de los medios de comunicación y son puestos en contextos, influenciando así al público que se convierte en seguidor de opinión.

Los líderes de opinión aumentaron su influencia a través de los grupos élite que en vez de crear medios de comunicación que realmente comuniquen empezaron a influenciar en la sociedad ajustándose a los ideales y conveniencias de los grupos élites, papel que, en la actualidad, cumplirían los llamados "influencers".

Según Lazarsfeld y Katz, la información de los medios de comunicación se canaliza a las "masas" a través del liderazgo de opinión. Las personas con más acceso a los medios de comunicación, y que tiene una comprensión más culta de contenido de medios, explican y difunden el contenido a otros. (Otero, 2019).

Teniendo en cuenta el creciente cambio social que se avecinaba, Jhon y Matilda Riley realizaron una amplia investigación y descubrieron que los modelos de comunicación hasta ese entonces eran muy pobres en cuanto a su adecuación a la realidad futura. En este sentido plantearon que los procesos de comunicación son siempre parte de un sistema social, que hay una interacción continua entre los miembros de un sistema social y que la audiencia a la que llega el mensaje no es tan sólo receptora pasiva, sino que

existe un proceso de retroalimentación más conocido como feed-back que hace que el proceso de comunicación humana sea una interacción.

Los modelos de comunicación comenzaron a evolucionar y estaban más enfocados hacia los factores sociales y con esto empezó una búsqueda de elementos más relevantes, es así como aparece el interés de Hovland. Su objetivo central era estudiar las condiciones necesarias para obtener el cambio de actitud de las personas a través de la comunicación, y a este efecto se lo catalogó con el tópico de la persuasión o de la comunicación persuasiva.

El modelo de Hovland dice que se puede identificar cuatro factores que los receptores involucran al momento de la comunicación

- El interés: la motivación que el receptor tiene en relación al tema del mensaje.
- La exposición selectiva: la audiencia toma interés y concentración en mensajes que se adapten a sus propias actitudes y valores (cultura).
- Percepción selectiva: la interpretación de un mensaje se produce en función de la predisposición, valores y actitudes del receptor.
- Memoria selectiva: el destinatario recordará mejor aquello que concuerde con sus propias opiniones.

Hovland también dice que la fuente y el receptor tienen unas características a las cuales hay que prestarles mucha atención dentro del proceso de comunicación:

- Fuente: debe tener características y jerarquización que permitan que el mensaje sea eficaz como: credibilidad, sinceridad y jerarquía.
- Estímulo: el mensaje debe tener argumentos, incentivos, claridad y un contenido que genere estímulos para que sea eficaz en el proceso de comunicación.
- Receptor: tiene creencias, actitudes, predisposición diferente y la comunicación busca efectos y cambios de estas actitudes y creencias en el receptor.

Hovland a través de este modelo de comunicación destaca el efecto que el mensaje puede tener en el receptor y dice que los cambios de actitud que se dan en un proceso de comunicación obedecen a las circunstancias que rodean tanto al emisor como al

receptor, en el caso del presente trabajo, esta concepción calza con la contingencia provocada por la declaratoria de pandemia por covid 19 en donde debido a las circunstancias muchos lugares debieron pasar abruptamente de la interacción comunicacional física a la virtual.

Lewin define el cambio como una modificación de las fuerzas que mantienen el comportamiento de un sistema estable. El cual es producto de dos tipos de fuerzas las que ayudan a que se efectúe el cambio (F. Impulsadoras) y las que impiden que el cambio se produzca (F restrictivas) que desean mantener el mismo estado de la organización. Volviendo a la acotación en contexto de la pandemia, el cambio sería impulsado por ella misma, y la restricción estaría dada por la falta de recursos adecuados para pasar totalmente a la virtualidad.

Cuando ambas fuerzas están equilibradas, los niveles de comportamiento se mantienen y se logran según Lewin un equilibrio cuasi estacionario. Para modificarlo se puede incrementar las fuerzas que propician el cambio o disminuir la que lo impiden o cambiar ambas tácticas. En este sentido, dentro de la contingencia es adecuado potenciar el carácter virtual de interacción social, como forma de interacción multidimensional de una sociedad que vio interrumpida su actividad física, para volcarse totalmente a la virtual.

Este modelo de comunicación, entonces, será tomado como un punto importante dentro de la consecución del presente trabajo, en el sentido de propiciar el inicio del cambio de interacción del espacio público físico a la su dimensión virtual, mismo que se complementará con el Modelo de Wilbur Schramm, descrito a continuación.

1.3.2 Modelo de Wilbur Schramm

Wilbur Schramm crea su modelo basado en la comunicación interpersonal y la interacción con el "campo de experiencia" (Otero, 2019, pág. 75). Schramm se basó en los modelos lineales E-R y E-O-R y aportó más elementos a los mismos creando su Modelo de Tuba que hace referencia a la comunicación colectiva la cual parte de una multiplicidad de mensajes, el perceptor selecciona los mensajes que más fácil se le hace comprender, los que más le llamen la atención, los que más acordes a su personalidad y lo que más respetan las normas y valores de su grupo social. El receptor es el que

interpreta, descifra e informa al grupo en el cual se desarrolla la comunicación y estos a su vez hacen uso de ese mensaje.

Schramm expresaba que a la comunicación no se la puede comprender como algo que empezará en un lugar y terminará en otro ya que no es un proceso lineal como lo decían otros modelos y centra la atención en la conducta de los actores del proceso de comunicación. Para Schramm los actores del proceso de comunicación realizan funciones análogas como: codificar, descodificar e interpretar y prestar especial atención a los actores de la comunicación y no al canal. Los actores de la comunicación son tratados como puntos de origen y destino idénticos y se considera a este modelo como especialmente útil para el estudio de la comunicación colectiva y de masas. (Otero, 2019)

En la actualidad la comunicación visual ha tomado un rol protagónico en la sociedad, ya que, gracias al avance tecnológico y la virtualidad, esta se vuelve más rápida y efectiva, logrando que la comunicación se vuelva una herramienta para la integración e interacción social a nivel global.

1.3.3 Comunicación virtual

La comunicación virtual consiste en el uso de herramientas digitales como canal para enviar el mensaje al receptor. Este tipo de comunicación surge gracias a los avances tecnológicos de finales del siglo XX.

“La comunicación es la base de la formación en un entorno virtual y es esencial para facilitar el aprendizaje” (Universidad de Alicante, 2015, pág. 18).

Hoy en día existen diversas formas de comunicación virtual gracias al desarrollo de las redes de ordenadores e Internet. En la comunicación virtual, los usuarios exponen sus opiniones, ideas y experiencias y reciben retroalimentación de otros usuarios gracias a la dinámica que la comunicación virtual brinda.

Podemos distinguir dos tipos de comunicación virtual:

La comunicación síncrona implica que los usuarios están participando en la conversación en el mismo instante. Un ejemplo de este tipo de comunicación es el chat o las videoconferencias, mismas que a raíz de la pandemia han adquirido un rol aún más protagonista a nivel personal, educacional y laboral en todo el mundo.

La comunicación asíncrona se produce entre dos o más personas cuando no existe coincidencia temporal. El usuario deja un mensaje, pero la respuesta no es inmediata. Un ejemplo de este tipo de comunicación pueden ser el correo electrónico, los foros de discusión o las listas de distribución. (Universidad de Alicante, 2015).

Evidentemente, en un ambiente presencial existen otros procesos culturales y recreativos y, por tanto, de interacción que no nos ofrecen los ambientes virtuales, pero es importante considerar que ambos son alternativas de educación formal y que de manera paralela o combinados permiten atender a un mayor número de estudiantes, facilitando así la educación para todos. (Ledesma Saucedo, 2006).

Estos espacios se han convertido en la alternativa más conveniente de interacción educacional durante el período de confinamiento decretado en varios países, incluyendo a Ecuador, para prevenir futuros contagios.

En un ambiente virtual de aprendizaje la comunicación se abre en dos aristas: la interacción y la interactividad.

La interacción es parte de las relaciones humanas, todo el tiempo estamos interactuando ya sea de forma presencial y física o de manera virtual, el alumno interactuando con otros alumnos, el profesor interactuando con sus alumnos, los padres interactuando con sus hijos, los vecinos interactuando entre sí, los empleados con sus jefes, etc., en este sentido, la interacción permite que el ser humano llegue a niveles de cooperación que permiten conformar comunidades de aprendizaje e interacción social.

La comunicación virtual es un conjunto de entornos de interacción, sincrónica y asincrónica, donde las personas llevan a cabo procesos de enseñanza aprendizaje, relaciones interpersonales, búsqueda y análisis de información, diversión, propias de las necesidades del ser humano y su desarrollo continuo en contexto.

1.3.4 Medios masivos de comunicación virtual

Internet es una galaxia indicadora de la actividad humana está basada en la comunicación e Internet transforma el modo en que nos comunicamos, nuestras vidas se ven profundamente afectadas por esta nueva tecnología de la comunicación, anotando más adelante nuevos y selectivos modelos de relaciones sociales sustituyen a formas de interacción humana limitadas territorialmente (Grupo Spectus Zaragoza, 2008).

Lo cual ha sido realmente importante dentro del contexto del confinamiento para mantener las interacciones personales y profesionales que abruptamente fueron interrumpidas en la presencialidad y que vieron en la virtualidad una alternativa de sobrevivencia.

La red está llena de textos, información y contenidos para tratar temas acerca de los medios de comunicación. Existen periódicos, revistas, radio, televisión que facilitan el acceso a sus contenidos y archivos y esto posibilita nuevos espacios de interacción y comunicación que en los últimos años no han sido contrarios a los presenciales ni opuestos al aula física sino más bien complementarios el uno con el otro y que en la actualidad, debido al confinamiento obligado por la pandemia han trascendido su carácter de complemento para protagonizar, en muchos de los casos, los entornos de comunicación e interacción social.

Internet se ha convertido en un gran banco de recursos y gracias a su versatilidad no solamente se puede encontrar recursos sino también producirlos y ponerlos al alcance de cualquier persona.

Finalmente, con el desarrollo de las redes sociales y la web 2.0 se generan nuevas posibilidades de comunicación. Desde el punto de vista empresarial las redes sociales muestran un mundo donde el conocimiento, el poder y la capacidad productiva empieza a estar en manos de individuos que espontáneamente se unen a partir de ciertos intereses comunes. Las redes sociales se muestran con capacidad de ser explotadas por empresas e instituciones ajenas a ellas, al insertarles publicidad en formatos adecuados. (De Salas Nestares, 2010).

O al permitirles tener lugares /espacios públicos virtuales concretos de interacción para desarrollar el mayor número de las actividades que se venían realizando en la presencialidad, es decir continuar ejerciendo sus dimensiones socioculturales, económicas o políticas.

1.3.5 Páginas Web como Medio de Interacción

Desde 2004 se viene insistiendo en la web 2.0 como un impulso de la web 1.0 para resaltar el factor social que introduce. Si en la Internet anterior los procesos comunicativos iban de uno a uno o a muchos, en la nueva todo se abre para que sean directamente los

usuarios quienes desarrollen sus propios procesos comunicativos. (Cebrián Herreros, 2008).

La Web 2.0 va más allá de ser un concepto netamente técnico o instrumental, sino que profundiza en su dimensión comunicativa e informativa, se centra directamente en los procesos de interrelaciones de las personas o grupos sociales que intervienen en su sitio y también en las repercusiones que este enfoque tiene en la generación de un nuevo modelo comunicativo, esto representa una transformación profunda que se ha producida por la intervención y necesidad de la sociedad civil, la gestora de las redes sociales de comunicación. En la actualidad la denominada web 2.0 se la denomina una red social o de las relaciones interactivas, abierta a todas las personas que quieran navegar y participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de información, esto lleva a los tratamientos multimedia con modelos de navegación, enlaces y la interactividad que forman parte importante de los modelos de comunicación interactiva, todo esto sustentado en el desarrollo tecnológico como: el aumento de capacidad de almacenamiento y anchos de banda para mayor fluidez en la navegación. La web 2.0 puede ampliar los desarrollos de las redes sociales de información ya que es una plataforma de redes sociales de información en sentido amplio y general que abarca campos del conocimiento de interés social y de la vida cotidiana de las personas, sea en sentido interpersonal o de relaciones entre dos o más personas o grupos, a través de sistemas que captan el exterior y las reacciones ante ellos.

De las webs de difusión informativa se pasa a las webs para que los usuarios se informen entre sí o las orienten hacia lo que ellos quieran comunicarse o intercambiarse en cada momento. De la lectura propuesta por alguien se salta a una actuación del lector para seguir lo exhibido por otros según las opciones de navegación y enlaces que le propicien hasta llegar incluso a la plena interactividad. (Cebrián Herreros, 2008).

Lo que la web 2.0 ha conseguido es fomentar la participación ciudadana, y es por esto que las comunicaciones interactivas se expanden a nuevos modelos de redes sociales que en la actualidad podemos observar, donde se intercambian papeles entre emisores y receptores dando como resultado el que nadie se identifique como uno u otro, sino que,

todos comunican e intercambian mensajes, integrando procesos interactivos que modifican sustancialmente todo el proceso de comunicación.

“No debe confundirse la interacción con la interactividad. La interacción se refiere a las acciones mutuas que se ejercen entre personas, animales u objetos, mientras que la interactividad se ciñe a las mediaciones de las máquinas informáticas y redes telemáticas” (Cebrián Herreros, 2008, pág. 11). Estos conceptos no son opuestos, pero si diferentes, la interacción tiene que ver con el aspecto sociológico mientras que la interactividad se vincula a los procesos comunicativos. En los procesos de comunicación interactivos los usuarios adquieren unas dimensiones de interrelaciones entre todos los participantes en igualdad de condiciones, estas relaciones se desarrollan en un espacio virtual donde emergen todos los actores en un proceso de interactividad propio de las relaciones humanas, creando así un ciber mundo.

1.3.5.1 Responsive Web Design

El término Responsive Web Design fue creado por Ethan Marcotte en 2008. El concepto One Web había partido del World Wide Web Consortium (W3C) en 2008 y hace referencia a construir una web para todos (Web for all), permitiendo la accesibilidad a esta única web desde cualquier dispositivo. (Veloz Arce, 2016).

Debido a la aparición de nuevos dispositivos y al cambio sustancial de las medidas surge un conflicto en la visualización de los sitios web, generando que los dispositivos móviles demanden una configuración y diseño diferentes. La principal característica del Responsive Web Design es redimensionar el diseño y el contenido del sitio web para poder adaptarlo completamente a la pantalla del dispositivo mediante el cual se logra una visualización óptima en el mismo.

1.3.5.2 Interfaz de usuario e interfaz gráfica

Cuando se habla de un sitio web se debe mencionar a la interfaz de usuario, que hace referencia a la conexión física y funcional entre dos aparatos o sistemas que en síntesis es el medio que permite a una persona comunicarse con una máquina la misma que está compuesta por los puntos de contacto entre un usuario y el equipo de acceso. El principal objetivo que persigue es que sea amigable y satisfaga las necesidades de los usuarios; esto representa un factor importante al momento de diseñar y maquetar un sitio web

Por otra parte, existe la interfaz gráfica, “que usa metáforas visuales y signos gráficos como paradigma interactivo entre la persona y el ordenador” (Veloz Arce, 2016, pág. 5). La línea gráfica se basa en los colores, iconos y tipografía de la marca para que el sitio web tome personalidad propia.

1.3.5.3 Experiencia de usuario.

El Responsive Web Design (RWD de ahora en adelante) comprende una serie de técnicas y pautas de diseño que permiten adaptar sitios web al entorno de navegación del usuario, entendiendo como entorno de navegación la multiplicidad de dispositivos, móviles o no, por medio de los cuales los usuarios pueden acceder y navegar en internet. Precisamente a esto apunta la conceptualización de RWD, ya que no sólo involucra aspectos relativos al diseño, sino que también apunta a que la UX pueda ser igualmente satisfactoria indistintamente del dispositivo del que se acceda a la página web. (Gonzales & Marcos, 2013).

A medida que el tráfico web proveniente de dispositivos móviles aumenta, son más las webs que buscan opciones para adaptarse a dichos dispositivos. Tomando en cuenta la coyuntura actual, está claro que conviene diseñar webs pensando en RWD que mejoren y brinden una experiencia de usuario satisfactoria.

1.4 La forma desde su origen

1.4.1 Forma

“La forma, es un hecho social de convivencia. Es un conjunto de elementos organizados y reconocibles que componen una estructura, floreciendo como orden tridimensional, configuración y representación de un concepto” (Sánchez Valencia, 2005, pág. 69)

La forma determina las relaciones hombre-objeto-contexto ya que se la considera como el cuerpo del objeto, el lugar de soporte de la significación. En el caso del Frente Cultural Rumiñahui, por ejemplo, la plaza constituye ese conjunto de elementos organizados que soportan el significado del espacio público como símbolo de resistencia, y, por otra parte, la misma forma delimita lo que para la comunidad significa revalorizar la cultura en el barrio.

1.4.1.1 La expectativa como origen de la forma

Al inicio de la historia de la humanidad existieron culturas nómadas en las cuales los objetos que se usaban eran nulos, tal vez por su poca permanencia en un lugar y esto producía el desconocimiento de su entorno dando así una cultura muy frágil ya que cambiaba constantemente dependiendo del lugar donde se hallaban. Los objetos que se encontraron en las culturas nómadas cumplen una funcionalidad básica que apenas cubrían sus necesidades primordiales como, por ejemplo: útiles, utensilios, herramientas, cestas, vasijas, platos, etc. A medida que ciertos grupos se volvieron sedentarios, su cultura comenzó a ser más compleja y a su vez fueron desarrollando tecnologías. Con la constante evolución social hoy podemos ver que se han desarrollado ciencia, tecnología y arte, capaces responder a las expectativas y necesidades de la sociedad y sus entornos acordes a sus nuevos requerimientos.

Toda ideología socio-cultural, en la medida de las capacidades y circunstancias espacio-temporales de cada grupo, fue representada de manera cada vez más precisa y compleja sobre todas las posibilidades bi y tridimensionales de la forma y el espacio, surgiendo en primera instancia, la artesanía como actividad de interpretación cultural, el artesano como intérprete y maestro de este conocimiento y el objeto de uso como discurso de prestación social y sentido cultural.

Se considera que el origen del objeto está en la necesidad del mismo, teniendo como principal objetivo suplir las necesidades naturales humanas y dándole así un status funcional.

Quando un contexto cultural supera estas necesidades antropológicas naturales, su sociedad comienza a proyectarse hacia lo esencial, surgen los anhelos, las esperanzas y ya no se conforma con “lo posible” sino que su vitalidad se sostiene en la búsqueda de “lo ideal”. (Sánchez Valencia, 2005).

A partir de eso la cultura material se concentra en esta perspectiva y surge el objeto en uso, el mismo que supera la etapa funcional, aparece como una cualidad social, representando así la esperanza de un grupo, apartándose de surgimiento solamente por necesidad, sino porque existe una expectativa de la sociedad que esta intenta cubrir, de

ahí su origen. En este sentido, la expectativa, tiene como propósito principal la prestación social y las causas de satisfacción y por ende el origen de la forma.

Desde estas dos hipótesis se podría decir que el origen del objeto viene de la necesidad y la expectativa de la sociedad, es decir el proyectista podría analizar la necesidad y a través del objeto suplir esa necesidad, o podría analizar la expectativa de un grupo con determinada actividad para conceptualizar y proyectarla en un objeto el mismo que se vuelve en una representación de la confianza que un grupo tiene al realizar lo que anhela en esa actividad.

En el sentido del presente proyecto, el objeto (propuesta de diseño) se presenta tanto por la necesidad que tiene el Centro Cultural Rumiñahui tiene de seguir existiendo y también por la expectativa que la comunidad tiene por las prestaciones funcionales de ese objeto virtual que aglutinará las dimensiones que dicho espacio público ejercía en lo presencial físico.

1.4.1.2 El concepto como origen de la forma

Diseñar es una aproximación etimológica desde sus influencias más frecuentes. Se halla que las palabras originarias de esta expresión “designar” evidencian el concepto de: establecer un destino para alguien o algo, dar nombre, señalar, otorgar significación, convertir en signo; posicionándose éticamente desde y para lo social. (Sánchez Valencia, 2005).

Por esto se dice que “diseñar” es designar en la medida en que se originan significados y significantes, convirtiéndose así el diseñador en un designador al ofrecer sentido y significación para solucionar una situación contextual identificada, mediante un proceso de contextualización elabora un conjunto de significados que se vuelven en un mensaje expresado y configurado a través de un objeto material tridimensional.

Diseñar productos de diseño, consiste en configurar una forma como portadora de mensajes y significados que expresan una estructura de principios físicos organizados en función de un uso como repertorio de actos en un objeto, concretando una propuesta cultural, designando un usuario (rol), auto designándose como morfología volumétrica – ya sea en lo presencial o en lo virtual- y con la pretensión de ser elemento de

reconocimiento y expresión de la identidad socio-cultural en un contexto. (Sánchez Valencia, 2005).

Esto implica que el objeto designa al usuario una propuesta interactiva de un accionar socio-cultural al proponer un mensaje cultural semiótico del ser, el hacer y el tener del ser humano, es decir proponen un concepto en contexto, con el cual se pretende que la sociedad se identifique e identifique como discurso. Un ejemplo de ello es el concepto de los tres pilares que maneja el Centro Cultural Rumiñahui y que será un punto de partida para la configuración del producto de diseño.

En este sentido, los objetos -virtuales o físicos- de diseño se vuelven designadores de lo cultural y comunicadores de lo social.

1.4.2 Cultura y forma

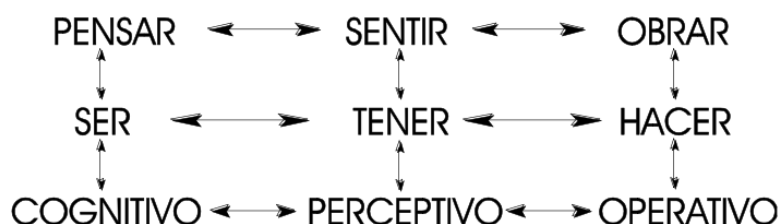
“De acuerdo con las perspectivas anteriores, el objeto se puede entender como cultura material o como un discurso formal que surge para representar determinadas condiciones culturales y para medir situaciones sociales” (Sánchez Valencia, 2005, pág. 70).

Este vínculo ha hecho que el objeto de diseño se vuelva en un recurso relevante de la permanencia y estabilidad de la cultura, haciendo que brote una ideología a partir del mismo. El origen de la cultura se puede atribuir a la relación entre tres variables: un grupo de personas crea un entorno artificial tomando como base de un entorno natural, de esta relación se origina la comunicación, las condiciones psicoafectivas, la pertenencia y todas las condiciones sociales. En el contexto de la pandemia, estos elementos constituyen factores supremamente importantes para minimizar el impacto del cambio hacia lo virtual y para conservar las interacciones positivas desarrolladas en los presencial.

La cultura es un conjunto estructurado de maneras de pensar, sentir y obrar más o menos formalizadas, que, aprendidas y compartidas por una pluralidad de personas, sirven, de un modo sígnico y simbólico a la vez, para constituir a esas personas en una colectividad particular y distinta. (Sánchez Valencia, 2005).

Por esta razón muchos autores consideran a la cultura como la más compleja creación del hombre, ya que es un sistema en el cual interaccionan varios sistemas.

Figura 1. Cultura como origen de la forma



Fuente: (Sánchez Valencia, 2005)

“El objeto es una estructura de estímulos (perceptivo) que condiciona protocolos de uso (operativo) siendo la representación de un concepto o discurso social (cognitivo)” (Sánchez Valencia, 2005, pág. 70). Gracias a las relaciones socioculturales se puede reconocer los valores de la cultura, generando así la identidad de un grupo y a su vez generando dos tipos de redes: la red sígnica y la red simbólica.

Red sígnica: “Está conformada por los valores particulares de cada micro contexto (valores objetivos)” (Sánchez Valencia, 2005, pág. 80). A medida que la sociedad va creciendo comienzan a dividirse internamente en micro contextos, surgiendo una estructura de valores particulares objetivos debido a la relación que se establecen las personas con un contexto definido y definible y que vienen de la cultura de dicho grupo definido por: el sector, el barrio, la urbanización, las universidades, economía, espacios públicos, la geografía etc. Para mantener la coherencia y que no los deje separarse surge la necesidad de una nueva red: la red simbólica.

Red simbólica: Está conformada por los valores particulares de cada micro contexto (valores objetivos). Son los que mantienen los micro contextos como una sola red, comunicándolos y haciéndolos parte de una estructura de pertenencia general, los cuales, por no tener un contexto claramente definible como referente, son subjetivos (la estética de cada ciudad, los valores ideológicos generales, los símbolos).

Los códigos individuales, colectivos y públicos son creados por estas redes y se convierten en las estructuras y valores para crear y proyectar en la forma y el objeto. Estas redes son las encargadas de crear la memoria cultural ya que producen la imagen colectiva, que son las maneras como se expresa, lee e interpreta una cultura, un ejemplo de esto puede ser la creación de la marca país o a identidad corporativa de una institución, misma que trata de aglutinar en una “forma”, todos estos conceptos: lo sígnico y lo simbólico.

De estas redes se consolida la Identidad Cultural, que puede definirse como las características y circunstancias que hacen que una persona o grupo sea diferenciado sin ningún tipo de confusión. El objeto tiene la misión de ser la representación de situaciones socio-culturales para que la cultura no se deteriore y desaparezca ante fuerzas más poderosas de la actualidad que hacen que la identidad cultural se vuelva nublada, borrosa y opacada, una tarea bastante pertinente dentro del contexto de la pandemia por Covid 19, que ha busca trasladar las interacciones a lo virtual conservando elementos socioculturales de identidad en lo personal y también en las empresas e instituciones.

1.4.3 Percepción y Forma

La forma es una estructura distribuidora de estímulos, que relacionados en unas jerarquías y órdenes reconocibles e inteligibles por el receptor se instauran como una organización perceptual, estableciendo en el objeto valores perceptivos que proponen algunas posibilidades de la forma para explorarse, estructurarse y expresarse. Percepción es la toma de conciencia que hacemos del mundo externo a través de la selección y conocimiento de los objetos y cosas que forman el ambiente y que han estimulado nuestros sentidos, por lo que es un sistema inseparable al de la cognición. (Sánchez Valencia, 2005).

La forma afecta a la percepción a través de la cognición, haciendo que la forma tenga un sistema de estímulos que tiene efectos sobre la percepción y la cognición. El proceso de percepción siempre será un proceso de selección, es decir que el receptor va a reaccionar a los estímulos para actuar selectivamente explorando y diciendo cuál de ellos desea. Este proceso es muy complejo porque pone en juego a procesos físicos, mentales y referenciales y es por esta razón que los estímulos desorganizados tienden a ser no seleccionados por la percepción.

El proceso de percepción sucede en segundos o en muchos de los casos en menos de un segundo y generalmente sucede en cualquier modo selectivo y electivo; en el mundo de lo virtual, por tanto, es menester tener en cuenta estos procesos al momento de diseñar y poner en interacción a las diversas formas gráficas, pues ellas serán las responsables de generar la respuesta deseada desde el usuario, algo que se relaciona con el concepto de “Diseño responsive”. Así, conviene tener en cuenta los siguientes conceptos:

Exposición selectiva: “el receptor define el espacio de percepción, haciendo una selección y elección total de la estructura de estímulos que va a leer” (Sánchez Valencia, 2005, pág. 91), es decir, es un sesgo cognitivo que se da cuando el sujeto selecciona un objeto de atención y desatiende la parte restante que no le interesa, es decir este proceso se da en función de sus expectativas.

Distorsión selectiva: “el receptor capta los elementos que componen este espacio o forma y los fragmenta o decodifica. Esto lo hace con sus referentes pragmáticos; el receptor fragmenta el mensaje formal con el propósito de comprenderlo” (Sánchez Valencia, 2005, pág. 91). Este proceso cognitivo puede realizar malas interpretaciones de la realidad, porque puede interpretarse de manera inexacta por motivos como: las emociones, creencias, estado de ánimo, etc., suele suceder que el receptor se centra en algunos detalles de interés particular y olvide otros.

Retención selectiva: “el receptor, una vez los fragmentó, los vuelve a agrupar, asociándolos, encodificándolos y creando un código” (Sánchez Valencia, 2005, pág. 92). Es decir, es el proceso cognitivo en el cual el receptor tiende a retener y seleccionar la información, la forma, que son más afines con sus propias actitudes y creencias.

Acción selectiva: “es la conclusión del receptor, lo que percibió, la significación y por lo tanto la toma de respuesta” (Sánchez Valencia, 2005, pág. 93). Es el proceso cognitivo final, donde el receptor toma una decisión y reacciona acorde al estímulo y preferencias propias.

1.4.4 La Cultura desde el diseño y el mensaje desde la gráfica

Cuando propuse el esbozo de una sociología crítica del diseño quise decir que el diseño no es un adorno del mundo, ni un conjunto de artefactos superpuestos que están ahí para ayudar (o para estorbar), llenando el entorno que nos envuelve. Debemos centrarnos en el hecho de que el diseño establece un sistema de relaciones constantes entre nosotros y los ambientes que ocupamos, los objetos que utilizamos y los mensajes que integramos. Y así, los productos del diseño forman parte de nuestra cultura.

El diseño tiene mucho que ver con la configuración del entorno artificial que nos rodea, ya que representa un elemento importante de las interacciones entre el individuo y la sociedad, siempre y cuando el diseño sea un impulso proyectual y creativo que lleve hacia un fin determinado y puede influenciar nuestra mente y conducta sea para bien o para mal.

Según (Costa, 2014), “el diseñador gráfico es quien decodifica los mensajes que dan forma visual al mundo” (pág. 90). Cuando se habla de forma visual se hablan de dos cosas diferentes en apariencia pero que llevan a un mismo resultado:

- Dar forma inteligible a las ideas, es decir: hacerlas visibles y tangibles
- Comunicar información, informar.

De esas dos se forma una idea central “la forma informa” pero existe dos modos fundamentales de informar:

- “Mediante la forma de las construcciones y de los objetos, ambos destinados a facilitar o suministrar funciones.
- A través de los signos y los mensajes visuales, exclusivamente capaces de transmitir informaciones” (Costa, 2014, pág. 91).

Cuando la forma y la información convergen en un mismo lugar tenemos el mensaje gráfico cuyo principal objetivo es transmitir información y significados. Cuando la información hace efecto para lo que fue comunicada cobra sentido y cumple su razón de ser en las personas y en la sociedad en general. El diseño codifica mensajes que son capaces de incorporar y modificar el aspecto y el significado del entorno, y pueden hacer

una diferencia notable entre las cosas naturales al ser productos culturales. Se hacen visibles a nuestros ojos por dos razones:

- “Los mensajes no son obras al azar, sino intencionales.
- Comunican información sobre cosas ausentes” (Costa, 2014, pág. 92).

Por esto los mensajes se vuelven productos culturales al ser creados por el hombre y derivados del lenguaje. Los mensajes gráficos se diferencian de los productos gráficos sin dar a esta menor importancia, en que tienen la capacidad de informar sobre cosas ausentes y sobre cualquier cosa.

Todo lo que existe a nuestro alrededor físico inmediato -cosas y fenómenos- es “materia visible”, o sea que está destinado inevitablemente a ser visto. Por tanto, la condición visual del diseño gráfico por sí misma no basta para definirlo como algo diferente de lo “natural visible” (la naturaleza predecesora). “El mundo es perceptible por los sentidos en la misma medida en que éste aparece a la consciencia como un continuum” (Costa, 2014, pág. 93). El efecto de continuidad del mundo perceptivo se refiere a la sucesión constante de varios campos visuales que son dirigidos por el receptor mediante su mirada, movimientos oculares y de la cabeza, del cuerpo y de los desplazamientos. Al ver de manera constante en el espacio-tiempo crea el efecto de continuidad del entorno en la conciencia del receptor.

El diseño influye y requiere de la cultura porque se potencia de ella y es un proceso creativo e investigativo en el que su principal enfoque son las personas y en comunidades con características propias que la hace diferentes de otra. Para crear se necesita de una investigación previa de todos los aspectos posibles, en todo aquello que a un individuo o comunidad le hace sentir, vivir y pensar y esto permite al diseño crear una estrategia que dará como resultado un producto o servicio, en el caso de este trabajo de investigación será la creación de la dimensión virtual del espacio público “Centro Cultural Rumiñahui” del barrio San Sebastián, del cantón Rumiñahui, en donde se espera poder crear un espacio que conjugue la funcionalidad de las actividades ofrecidas y la identificación cultural reconocida por sus usuarios.

El Diseño se dirige a las personas, a diferentes partes de la sociedad, en un contexto cultural dado. Ellas, las personas, son la razón de ser del diseño en cualquiera de sus variantes. De la cual deviene el concepto de comunicación visual, según (Costa, 2014) “deviene de la sociología del Diseño y es una actividad que está hecha para cubrir funciones, solucionar problemas y mejorar la calidad de vida de la gente, la matriz del Diseño es el proyecto y la innovación social” (pág. 93).

El Diseño Gráfico asume a la comunicación como su función fundamental y esto hace que tenga una constante interacción con las personas y la sociedad a través del canal visual, por este motivo es fundamental conocer y entender la psicología de la percepción. Esto ha hecho que el Diseño vaya más allá del lápiz, la hoja de papel y la pantalla, y abre un horizonte a la innovación y al desarrollo de la comunicación.

La sociedad del conocimiento reclama la intervención de la comunicación visual en los grandes ámbitos en desarrollo: las industrias culturales, la difusión de la ciencia, la tecnología, la educación, la cultura ambiental, el entorno urbano, la innovación, la promoción del civismo, la responsabilidad social. (Costa, 2014).

El diseño de comunicación tiene como fundamento el acto de ver, mirar, observar que realiza el receptor y esta acción de comunicar avanza juntamente con la tecnología, la sociedad del conocimiento y los valores. Con los movimientos sociales, interculturales y medio ambientales. Con intervención en la esfera pública, las libertades y la cultura, por tanto, la comunicación gráfica va avanzando y abarca a una sociedad global que va evolucionando constantemente y en contexto. Ahora mismo, por ejemplo, se ha dado un vertiginoso reconocimiento de la importancia del diseño gráfico que comunica visualmente, en los entornos virtuales de interacción que va más allá del componente competitivo para complementarse con el componente afectivo dado a través de las formas que se vuelven símbolos de un pensamiento o de una comunidad (como la del Frente Cultural Rumiñahui). En este sentido la semiótica ocupa un lugar importante en la configuración del producto de diseño.

1.4.5 Forma y Semiótica

“Una cosa es que una forma se configure con una intención de uso y otra haberla dotado verdaderamente con la capacidad de transmitir esos valores de uso” (Sánchez Valencia, 2005, pág. 104). La semiótica nos lleva a comprender la manera en cómo funcionan la comunicación y la significación, ya que se encarga de estudiar al signo de manera integral.

“Signo es el resultado del proceso mediante el cual un concepto es representado en un elemento u objeto, donde el concepto se hace un mensaje y el objeto es una estructura o elemento formal y significativo que lo manifiesta” (Sánchez Valencia, 2005). En este sentido, el objeto es un conjunto de signos ajustados y relacionados para construir un mensaje, es decir, el objeto y la forma son portadores de un mensaje para representar un concepto, para expresar e interpretar una realidad sensible y cultural. Dentro de la virtualidad, un ejemplo de implementación de estos conceptos podría ser la creación de una página web responsive, en donde se pretende aglutinar de manera ordenada y con un fin comunicacional, funcional y de interacción, que lleve además la carga sónica y simbólica necesaria para generar reconocimiento, amigabilidad y pertenencia.

La forma por sí sola no puede establecer un vínculo relacional con el receptor. No porque se haya construido una forma quiere decir que comunica su intención, la forma debe ser configurada para que pueda representar un mensaje, es decir, debe tener la capacidad de explicar y transmitir por sí sola el mensaje al receptor.

La proyección semiótica del objeto es catalogada como Significación Significativa, que es la capacidad de la forma para darse a entender al receptor apoyado en su objetivo de representar y que llega a convertirse en un objeto-signo.

Figura 2. Enfoque estructural del objeto-signo



Fuente: (Sánchez Valencia, 2005)

1.4.6 Semiótica

“La semiótica es una ciencia que depende de la realidad de la comunicación. Primero vivimos y practicamos la comunicación, y en un segundo momento reflexionamos sobre su sentido, su estructura y funcionamiento” (Zecchentto, 2002, pág. 48).

La semiótica tiene una descripción simple, que es dada por su objetivo principal que es el estudio de la teoría de los signos y cuyo propósito es estudiar los conceptos básicos y generales que afectan a la problemática signica. Por este motivo a la semiótica le corresponde verificar la estructura de los signos y a su validez de acuerdo a la percepción cultural, procurando dar siempre explicaciones teóricas y científicas que brinden razones coherentes de los fenómenos que involucran a la comunicación humana; estos criterios se aplican, por supuesto, también al diseño.

Entendemos que la semiótica está relacionada con el problema del conocimiento, y con el modo mediante el cual podemos llegar a él a través del vehículo ineludible de los signos.

La semiótica se presenta, entonces, como un punto de vista sobre la realidad, una mirada acerca del modo en que las cosas se convierten en signos y son portadoras de significado. Su radio de acción, sin embargo, no abarca sólo la descripción de los signos y sus significados, sino que incluye y presta atención a la semiosis, es decir, a la dinámica concreta de los signos en un contexto social y cultural dado. (Zecchentto, 2002).

Lo que en Diseño podría traducirse como diseño centrado en el usuario.

2. CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de carácter mixto, pues conjuga criterios cualitativos y cuantitativos. Entre las ventajas de las metodologías mixtas se encuentran la facilidad para generar y verificar teorías en un mismo estudio, la posibilidad de obtener inferencias más fuertes y la compensación de las desventajas que existen en las metodologías cualitativas y cuantitativas cuando se utilizan individualmente. "Los beneficios de estos métodos de investigación son los hallazgos más completos, una mayor confianza, mejor validación y entendimiento de los resultados" (Ugalde Binda & Balbastre Benavent, 2013, p. 7).

Los criterios cualitativos se utilizarán para deducir la información obtenida de los instrumentos como la entrevista y la encuesta, arrojando resultados referentes al conocimiento del problema y su posible solución, comprensión del comportamiento y preferencias de todos los actores que conforman el Frente Cultural Rumiñahui y su funcionamiento en pandemia y post pandemia, posibilitando la comprensión más a fondo de todas las aristas a resolver.

Los criterios cuantitativos se utilizarán para inferir los datos recabados del instrumento encuesta y para analizar los documentos e información recopilada.

2.2 Público objetivo

Según los datos levantados y analizados se pudo determinar al público objetivo del presente trabajo mismo que tiene las siguientes características:

- Población General: Usuarios de los servicios y facilidades del Frente Cultural Rumiñahui.
- Cantidad de personas: tantas personas entre hombres y mujeres (no amerita la distinción de género)
- Edad: entre 8 años hasta más de 41 años. Pues el Frente Cultural Rumiñahui venía realizando diversas actividades de todo tipo donde participaban desde niños hasta adultos con el rango de edad descrito.
- Ubicación: Barrio San Sebastián – Cantón Rumiñahui, aunque en ocasiones participan de los talleres y cursos otros moradores de barrios cercanos.

2.3 Matriz de variables

La matriz de variables orienta la ejecución de todo el proceso de investigación reflejando la totalidad del proyecto de investigación. Esta matriz permite registrar de modo integrado la información correspondiente al problema, objetivo general, junto con las variables de estudio con su correspondiente indicador; asimismo, se procede a integrar la información correspondiente a los objetivos específicos desdoblando las correspondientes variables e indicadores, que ayudan a revisar la situación actual del problema y a visibilizar elementos que podrían intervenir en la propuesta de diseño con sus respectivos instrumentos.

La matriz de variables está construida por 4 elementos que son:

Variable: es la conceptualización de lo que se va a investigar tomando en cuenta el marco teórico.

Dimensión: son los aspectos principales en que se desglosa la variable y que van a encaminar la investigación.

Indicador: son elementos directamente observables ineludibles que se desglosan de las dimensiones. Los indicadores deben ser significativos para la investigación ya que brindarán la pauta para una posible solución al problema.

Instrumento: es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilita resolver el problema.

Siguiendo todas las directrices y secciones indicadas se obtuvo la siguiente matriz de variable:

Tabla 1. Matriz de variables

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADOR	INSTRUMENTO
Comunicación Visual	1) Espacio público, cultura y diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Qué es un Espacio Público y en qué radica su importancia • Tipos de espacio público y sus componentes • Espacio público desde la accesibilidad • El espacio público y su incidencia en la dinámica social del barrio San Sebastián • La importancia de la casa barrial como medio de difusión y desarrollo socio-cultural-económico 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de datos estadísticos a los usuarios y profesores del espacio público “Frente cultural Rumiñahui”. • Entrevista a la directiva para conocer el funcionamiento y necesidades del espacio público.
	2) Comunicación en entornos virtuales	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación, cultura y espacio público • Comunicación virtual • Página web como medio de interacción 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de datos estadísticos a los usuarios y profesores del espacio público “Frente cultural Rumiñahui” referente a la necesidad de llevar sus actividades a la virtualidad. • Entrevista a la directiva para conocer el

			funcionamiento y necesidades del espacio público.
	3) Cultura como origen de la forma	<ul style="list-style-type: none"> • La forma desde su origen • Origen de la forma • Cultura y forma • Percepción y forma • La cultura desde el diseño y el mensaje desde la gráfica • Forma y semiótica • Semiótica 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de datos estadísticos a los usuarios y profesores del espacio público “Frente cultural Rumiñahui” referente a identificativos gráficos que afiancen el sentido de pertenencia. • Entrevista a la directiva para conocer el proceso de creación de identificativos gráficos del lugar y sus talleres.

Elaborado por: Josué Silva

2.4 Situación actual del Frente Cultural Rumiñahui

Partiendo de la organización brindada por la matriz de variables, y con el afán de revisar la situación actual del espacio público Frente Cultural Rumiñahui, identificado como campo de acción o incidencia del presente trabajo, se plantea la siguiente estrategia:

- Se determinarán los indicadores que sustentarán las dimensiones de investigación propuestas en la matriz de variables y se estratificará la población para obtener la información de los actores que intervienen en las diversas aristas del proyecto.
- Se implementarán los instrumentos idóneos para recabar la información requerida y elaborando el contenido de los mismos.
- Una vez se tenga el diseño de los instrumentos para la recolección de datos, se procederá a utilizarlos con el público objetivo determinado para una vez adquirida la información, tabularla e interpretarla en función de las necesidades de la investigación.
- Finalmente, de la información recabada se determinarán los elementos, variables o parámetros a considerarse para la configuración de la propuesta de diseño, que se llevará a cabo en el capítulo siguiente.

2.5 Metodología de investigación

Para la consecución del presente trabajo de investigación se empleará la Metodología Proyectual de Bruno Munari utilizando sus diferentes partes para el desarrollo tanto teórico como analítico-práctico para la configuración del producto de diseño como propuesta de solución al problema científico. A continuación, se describen las diez partes que Munari (2016) propone para la resolución del problema de investigación para proyectos de diseño.

2.5.1 Partes del Método Proyectual

1.- Problema: En primer lugar, hay que distinguir si un problema puede ser resuelto o no. "Lo primero que hay que hacer es definir el problema en su conjunto, por tanto, es necesario empezar por la definición del problema, lo que a su vez ayuda a definir los límites de éste" (Munari, 2013, pág. 1). En esta primera fase el diseñador debe investigar y tener en cuenta todas las variables relacionadas con el proyecto, las condiciones y limitantes que este el proyecto tiene y podría tener en un futuro dentro de un contexto determinado y así poder realizar una propuesta que satisfaga las necesidades del usuario / cliente.

En el presente trabajo, el problema científico se expone en la sección de introducción luego del análisis de la situación problemática (este texto está en la pág. 2-7 del presente trabajo).

2.- Elementos del Problema: La parte más ardua del diseñador será la de conciliar las diferentes soluciones con el proyecto global. "Descomponer facilita la proyección" (Munari, Metodología proyectual, 2013, pág. 2).

La coordinación creativa que solucione los subproblemas hará que el problema general sea resuelto de manera óptima.

Para esto es necesario determinar los objetivos tanto el general como los específicos y también el campo de acción y objeto de estudio, mismos que se describen en la sección introductoria (este texto está en la pág. 7 – 8 del presente trabajo) teniendo como apoyo inicial la matriz de variables como una herramienta que ayudará a definir los elementos que componen el problema para organizarlos y resolverlos de mejor manera.

Para el desarrollo de esta sección se utilizó el método de análisis bibliográfico, análisis y síntesis.

En los siguientes cuadros se muestra las aristas del problema de acuerdo a cada dimensión del espacio público.

Tabla 2. Descripción problemática en la dimensión físico-territorial del Frente Cultural Rumiñahui

Dimensión Físico-Territorial	Situación previa a la pandemia	Situación durante el confinamiento	Situación post confinamiento en pandemia
Acciones realizadas dentro de la dimensión físico-territorial del espacio público en el Frente Cultural Rumiñahui	Rehabilitación y apropiación del espacio público conocido como el Monumento a la Resistencia, lugar referente en el barrio San Sebastián tanto	La directiva se acoge a las disposiciones de restringir el acceso y uso de los espacios públicos.	La directiva se acoge a las medidas presentadas por el gobierno nacional a la espera de nuevas disposiciones.

	por su ubicación como por su significado.		
Consecuencia para la apropiación del espacio público	La plaza del Monumento a la Resistencia dejó de ser un lugar de guarida para delincuentes y se convirtió en el lugar donde se realizaban todas las actividades del Frente Cultural Rumiñahui aparte de ser un espacio público de acceso para todos.	Las autoridades gubernamentales y cantonales prohibieron el acceso a espacios públicos como plazas, parques, estadios, centros comerciales etc., dando como resultado el cierre total del Monumento a la Resistencia y la restricción de acceso al espacio físico.	El Monumento a la Resistencia se encuentra cerrado sin mayor relevancia, un lugar físico sin ninguna repercusión positiva para la sociedad.
Acciones a tomarse para conservar la dimensión físico-territorial del espacio público ejercida en el Frente Cultural Rumiñahui casa barrial del barrio San Sebastián	Se realizaban talleres y actividades varias en el subsuelo de la plaza del Monumento a la Resistencia.	Recordar a la gente el valor histórico y simbólico que tiene el Monumento a la Resistencia.	Realizar la gestión correspondiente para cuidar del espacio público y pueda conservarse en buen estado hasta que se pueda volver a usarlo.

Elaborado por: Josué Silva

Tabla 3. Descripción problemática en la dimensión política del Frente Cultural Rumiñahui

Dimensión Política	Situación previa a la pandemia	Situación durante el	Situación post confinamiento en
---------------------------	---------------------------------------	-----------------------------	--

		confinamiento	pandemia
Acciones realizadas dentro de la dimensión política del espacio público en el Frente Cultural Rumiñahui	Sesiones comunales cada de asamblea por lo menos una vez al mes o cuando era necesario para discutir asuntos colectivos de mejora.	A partir de la pandemia no se ha realizado ninguna sesión	Se propuso realizar una sesión por zoom entre los directivos, pero no se llevó a cabo.
Consecuencia para la apropiación del espacio público	El espacio público en su dimensión política previo a la pandemia llegó a ser parte importante en las decisiones colectivas del barrio san Sebastián que posteriormente se convertían en acciones de mejora para bien de la comunidad local.	A raíz de la pandemia esta dimensión del espacio público se vio afectada debido a que aun cuando las personas veían la necesidad de reunirse, no lograron ponerse de acuerdo pues situaciones inesperadas de la vida cotidiana (entre las que se encontraban la salud física y mental de los vecinos), en este sentido las reuniones mensuales no se realizaron, por ende, no se llevaron a cabo acciones para mejorar en entorno barrial.	No fue suficiente ni para organizarse ni para ponerse de acuerdo o preparar acciones sustantivas de mejora. Esto debido a que hubo errores en las plataformas virtuales utilizadas, no había donde guardar la grabación de la sesión de tal forma que sea accesible a los vecinos, no se consideró que el FB fuese una plataforma óptima. Finalmente, la dimensión política del espacio público al parecer seguirá fuertemente afectada.
Acciones a	Recordar a la	Crear chats de	Realizar una

<p>tomarse para conservar la dimensión política del espacio público ejercida en el Frente Cultural Rumiñahui casa barrial del barrio San Sebastián</p>	<p>gente la importancia de esta dimensión del espacio público en el barrio a través de las fotografías de eventos anteriores</p>	<p>WhatsApp donde las personas puedan tener un canal de comunicación con la directiva del barrio.</p>	<p>sugerencia dentro de la virtualidad para que la dimensión política pueda recuperar la relevancia pasada y así la comunidad pueda discutir asuntos que debido al contexto son prioritarios como la reactivación económica y políticas de distanciamiento en cuanto a prevención y sanción.</p>
---	--	---	--

Elaborado por: Josué Silva

Tabla 4. Descripción problemática en la dimensión social del Frente Cultural Rumiñahui

Dimensión social	Situación previa a la pandemia	Situación durante el confinamiento	Situación post confinamiento en pandemia
<p>Acciones realizadas dentro de la dimensión social del espacio público en el Frente Cultural Rumiñahui</p>	<p>Los directivos y moradores del barrio se apropiaron del espacio público que se transformó en un lugar de libre acceso y agradable para la integración e interacción de las personas.</p>	<p>Debido a las medidas gubernamentales el lugar se cerró totalmente y no existe afluencia de las personas por ende ningún tipo de integración e interacción social.</p>	<p>Por decisión de las autoridades el lugar seguirá cerrado lo que afecta a la integración e interacción que se daba en el espacio.</p>

Consecuencia para la apropiación del espacio público	<p>El espacio público en su dimensión social previo a la pandemia llegó a ser parte importante en la integración e interacción de la sociedad, donde se encontraban personas de todas las edades a realizar las actividades propuestas en el lugar.</p>	<p>A raíz de la pandemia esta dimensión social del espacio público se vio afectada debido a que el lugar se cerró totalmente y toda la integración e interacción social que existía se terminó de manera drástica.</p>	<p>Las personas están aún a la espera de las decisiones que tomen las autoridades para volver a las actividades habituales que se daban en el espacio público.</p>
Acciones a tomarse para conservar la dimensión social del espacio público ejercida en el Frente Cultural Rumiñahui casa barrial del barrio San Sebastián	<p>Recordar a la gente que el espacio público ha sido rescatado para poder brindar seguridad y que ahora se realizan actividades en bien de la sociedad.</p>	<p>Buscar una solución viable que permita a la sociedad seguir interactuando como lo hacían en el espacio físico.</p>	<p>Crear espacios de integración e interacción social virtuales donde se puedan juntar personas como lo hacían en el espacio físico.</p>

Elaborado por: Josué Silva

Tabla 5. Descripción problemática en la dimensión económica del Frente Cultural Rumiñahui

Dimensión Económica	Situación previa a la pandemia	Situación durante el confinamiento	Situación post confinamiento en pandemia
Acciones realizadas dentro de la dimensión	<p>La actividad económica que gracias a los talleres</p>	<p>Los talleres y cursos que se realizaban fueron</p>	<p>La directiva del barrio San Sebastián buscó la forma para</p>

<p>económica del espacio público en el Frente Cultural Rumiñahui</p>	<p>que se realizaban en el espacio público eran importantes en primer lugar para los profesores que dictaban sus talleres en el lugar ya que para algunos representaba el 100% de sus ingresos económicos y también para los usuarios del lugar ya que se dictaban cursos de microemprendimientos como chocolatería, pintura en uñas, manualidades y para muchos fue el impulso para emprender un negocio. También esporádicamente se realizaban festivales que contribuyen al movimiento económico del sector.</p>	<p>detenidos por ende toda la actividad económica que directa o indirectamente se daba en el lugar.</p>	<p>que los talleres sean de forma virtual, pero al tener limitantes tecnológicas y de conocimiento no pudieron ponerlos en marcha.</p>
<p>Consecuencia para la apropiación del espacio público</p>	<p>El espacio público en su dimensión económica previo a la pandemia representó una parte importante en los</p>	<p>A raíz de la pandemia esta dimensión del espacio público se vio afectada drásticamente debido</p>	<p>La directiva contaba con un chat de asuntos varios, pero al ver que los participantes de este chat empezaron a</p>

	<p>ingresos de los profesores, desarrollo de negocios a partir de un taller recibido en el lugar, y actividad económica en el sector gracias a las actividades que se realizaban.</p>	<p>a que los profesores dejaron de percibir sus ingresos habituales al no poder dictar sus cursos, así mismo los talleres de microemprendimientos se detuvieron. La prohibición de todo tipo de reunión social impidió que se siga realizando festivales y ferias esporádicas.</p>	<p>tener iniciativas de negocios de todo tipo decidieron crear un grupo de WhatsApp denominado zona comercial donde los moradores del barrio podían dar a conocer su producto o servicio.</p>
<p>Acciones a tomarse para conservar la dimensión económica del espacio público ejercida en el Frente Cultural Rumiñahui casa barrial del barrio San Sebastián</p>	<p>Crear nuevos talleres que brindan recursos a la gente para iniciar su propio negocio.</p>	<p>Brindar el apoyo a las personas del barrio que iniciaron sus microemprendimientos.</p>	<p>Crear una plataforma virtual que brinde un espacio para que los microemprendimientos de los moradores del sector, se den a conocer en el barrio y así pueda reactivarse la economía.</p>

Elaborado por: Josué Silva

Tabla 6. Descripción problemática en la dimensión cultural del Frente Cultural Rumiñahui

Dimensión Cultural	Situación previa a la pandemia	Situación durante el confinamiento	Situación post confinamiento en pandemia
Acciones realizadas dentro	Se realizan talleres de arte que	A partir de la pandemia se cerró el	La directiva del barrio San Sebastián

<p>de la dimensión cultural del espacio público en el Frente Cultural Rumiñahui</p>	<p>traen a la memoria la identidad cultural en los niños, jóvenes y adultos del barrio.</p>	<p>espacio público y por ser de manera tan abrupta no se tenía un plan para la continuidad de dichos talleres de arte.</p>	<p>busco la forma para que los talleres sean de forma virtual, pero al tener limitantes tecnológicas y de conocimiento no pudieron ponerlos en marcha.</p>
<p>Consecuencia para la apropiación del espacio público</p>	<p>El espacio público en su dimensión cultural previo a la pandemia llegó a ser parte importante en las actividades del Frente Cultural Rumiñahui ya que eran reconocidos por propios y extraños como un referente cultural gracias a sus grupos de danza y música que los representaban en festivales, fiestas, desfiles no solo en el Cantón Rumiñahui sino en otras provincias y cantones del país.</p>	<p>A raíz de la pandemia esta dimensión del espacio público se vio afectada por el cierre del lugar donde se realizaban los talleres y ensayos de los grupos de danza y música y también por la prohibición de todo de espectáculo público y de reuniones sociales.</p>	<p>La directiva ha tratado de volver a las actividades culturales mediante plataformas virtuales sin éxito salvo ensayos esporádicos y limitados en personas del grupo de música.</p>
<p>Acciones a tomarse para conservar la dimensión cultural del espacio público ejercida en el</p>	<p>Recordar a la gente la identidad cultural tanto del Cantón Rumiñahui como del Ecuador rescatando así</p>	<p>Realizar festivales a través de plataformas y medios virtuales para que la cultura y tradiciones no se pierdan.</p>	<p>Crear una plataforma virtual que permita que todas los talleres y actividades culturales que se venían</p>

Frente Cultural Rumiñahui casa barrial del barrio San Sebastián	nuestras tradiciones.		haciendo en el espacio público se puedan retomar.
--	-----------------------	--	---

Elaborado por: Josué Silva

Tabla 7. Descripción problemática en la dimensión virtual del Frente Cultural Rumiñahui

Dimensión Virtual	Situación previa a la pandemia	Situación durante el confinamiento	Situación post confinamiento en pandemia
Acciones realizadas dentro de la dimensión virtual del espacio público en el Frente Cultural Rumiñahui	Publicaciones esporádicas en Facebook promocionando los talleres que se realizaban y colgando información de eventos y presentaciones.	A partir de la pandemia no se ha realizado ninguna actividad en Facebook.	Los directivos han tratado de mantener el contacto y organización del barrio a través de reuniones virtuales en las plataformas existentes.
Consecuencia para la apropiación del espacio público	El espacio público en su dimensión política previo a la pandemia no tenía mayor injerencia en las actividades del Frente Cultural Rumiñahui, salvo la promoción de sus cursos en Facebook.	A raíz de la pandemia esta dimensión cobró importancia ya que al no contar con una plataforma virtual todas las actividades se vieron interrumpidas y sin posibilidad de continuar.	Se buscó la posibilidad de continuar las actividades de manera virtual, pero sin éxito debido al desconocimiento del tema.
Acciones a tomarse para	Realizar actividades no tan	Utilizar las diferentes	Trasladar las actividades del

conservar la dimensión virtual del espacio público ejercida en el Frente Cultural Rumiñahui casa barrial del barrio San Sebastián	solo en el espacio físico sino también utilizando las herramientas tecnológicas y plataformas virtuales existentes.	plataformas de reunión para lograr contactarse entre directivos y de ser posible usuarios del Frente cultural Rumiñahui.	Frente Cultural Rumiñahui a una plataforma virtual.
--	---	--	---

Elaborado por: Josué Silva

Realizando un análisis de todas las aristas a resolver se concluyó que es importante que el Frente Cultural Rumiñahui continúe con sus actividades en medio de la pandemia del covid 19 porque estas han traído desarrollo social, cultural, económico y político al entorno donde se encuentra ubicado; tomando como herramienta para llevarlo a cabo el Diseño Gráfico y la Comunicación Visual. Al igual que en la parte 1 de la metodología planteada, esta sección se encuentra descrita en la introducción del trabajo (este texto está en la pág. 2-7 del presente trabajo).

Para el desarrollo de esta sección se utilizó el método de análisis bibliográfico y análisis y síntesis.

3.- Recopilación de datos: Para evitar cometer errores en la elaboración del producto es necesario recopilar información necesaria que brinde referencia para el diseño, contenido y formato.

Se tomará como punto de partida el espacio público y sus dimensiones para abordar datos acerca del funcionamiento, importancia e influencia que estas ejercen sobre la sociedad del barrio San Sebastián. Se analizará la incidencia del Diseño Gráfico y la Comunicación Visual como herramientas de apoyo para el desarrollo del espacio público y sus dimensiones.

Para esta sección se utilizarán métodos empíricos como la entrevista y encuesta que permitirá levantar información de las personas que están en interacción constante dentro del lugar, también métodos estadísticos para tabular las encuestas y también métodos

teóricos que permitirán descubrir en el objeto de investigación las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales, apoyándose básicamente en los procesos de abstracción, análisis, síntesis, inducción y deducción. Así:

Se hará una entrevista a dos dirigentes actuales y fundadores del Frente Cultural Rumiñahui tomando en cuenta los siguientes criterios:

- Tiempo de actividad en el lugar
- Cargo actual
- Conocimiento de la actividad pasada y realidad actual del lugar
- Interacción con las personas que hacen parte de las actividades

Ver anexo No. 1 (Tabla de selección de los entrevistados)

Bajo estos criterios se entrevistará a Luis Diaz presidente del comité del Barrio San Sebastián y a Jaqueline Betancourt que forma parte del comité pro mejoras del mismo, estas dos personas han sido fundadores del Frente Cultural Rumiñahui y han venido trabajando hasta la actualidad, lo cual les da la validez necesaria para hablar del tema. En el cuestionario de entrevista se incluirá el objetivo de la entrevista y constarán de un total de 11 preguntas que se conducirá bajo tres ejes principales, los mismos que son:

- Desarrollo del Frente Cultural Rumiñahui desde sus inicios hasta la actualidad
- Funcionamiento interno y consecuencias de la emergencia sanitaria
- Identificativos gráficos

Ver anexo No. 2 (Instrumento: Entrevista a directivos del Frente Cultural Rumiñahui)

Ver anexo No. 3 (Transcripción de la entrevista a directivos del Frente Cultural Rumiñahui)

De acuerdo a la entrevista se pudo deducir la importancia e impacto positivo que el Frente Cultural Rumiñahui ha tenido en el barrio y la sociedad en general a lo largo de su trayectoria y por este motivo es fundamental que siga con sus actividades que fueron interrumpidas por la emergencia sanitaria. Se determinó que la manera más aconsejable es llevarlo a la virtualidad y así no se detenga la labor que ha traído aporte y desarrollo en todos los aspectos a la sociedad.

Antes de la emergencia sanitaria el Frente Cultural Rumiñahui contaba con 60 alumnos en promedio y 7 profesores quienes formaban parte activa de las actividades que se realizaban en este lugar, los cuales forman una población manejable para la investigación de este proyecto y por este motivo se tomó el 100% de la población, pues, cada respuesta y criterio es muy importante para los objetivos propuestos, así pues, para recabar esta información se utilizará el método empírico de la encuesta.

Se diseñaron dos tipos de encuestas una dirigida a los profesores (facilitadores) y otra a los usuarios del centro y sus servicios (estudiantes, personal administrativo). Estas encuestas tuvieron los siguientes lineamientos:

- Funcionamiento general
- Incidencia social, política, económica, cultural del Frente Cultural Rumiñahui tanto en sus profesores y usuarios como en el barrio.
- Acceso a Internet y preferencias de interactividad
- Identificativos gráficos referentes al Frente Cultural Rumiñahui y de sus talleres.

Ver anexo No. 4 (Instrumento: Cuestionario de encuesta a profesores y usuarios del Frente Cultural Rumiñahui)

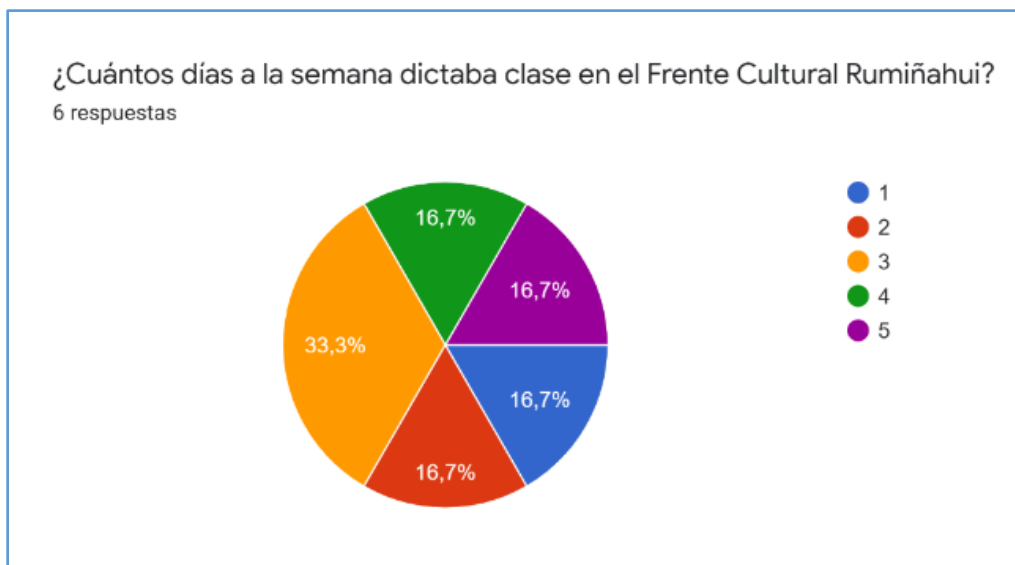
4.- Análisis de datos: Los datos recopilados proporcionan sugerencias y orientan hacia una solución efectiva del problema. Después de obtener los datos fue necesario analizarlos y deducir los datos que estos arrojaron, para finalmente llegar a conclusiones que serán parte fundamental de la propuesta de diseño.

Para el desarrollo de esta sección se utilizará el Método Estadístico utilizando el instrumento de la encuesta que proporcionará la información, análisis y deducción para inferir dicha información.

Resultados de la encuesta, análisis y deducciones. De acuerdo la encuesta realizada se pudo deducir que:

- El Frente Cultural Rumiñahui es un lugar dinámico de gran influencia en el barrio San Sebastián ya que según los resultados obtenidos existe actividad en el lugar todos los días, donde cada profesor va al lugar un promedio de 3 días a la semana para dictar sus cursos. Estos cursos tienen una duración de tres meses en promedio con asistencia de 21 a 30 personas por curso lo que genera una empatía ciudadana generando una rutina de asistencia, por ende, se construye comunidad y se vuelve un espacio social de interacción y es importante conservarlo. La mitad de las veces el 100% de los usuarios del curso lo termina lo que nos indica que existe un gran nivel de aceptación y aporte a la comunidad.

Figura 3. Pregunta 1 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

Figura 4. Pregunta 4 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

Figura 5. Pregunta 5 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

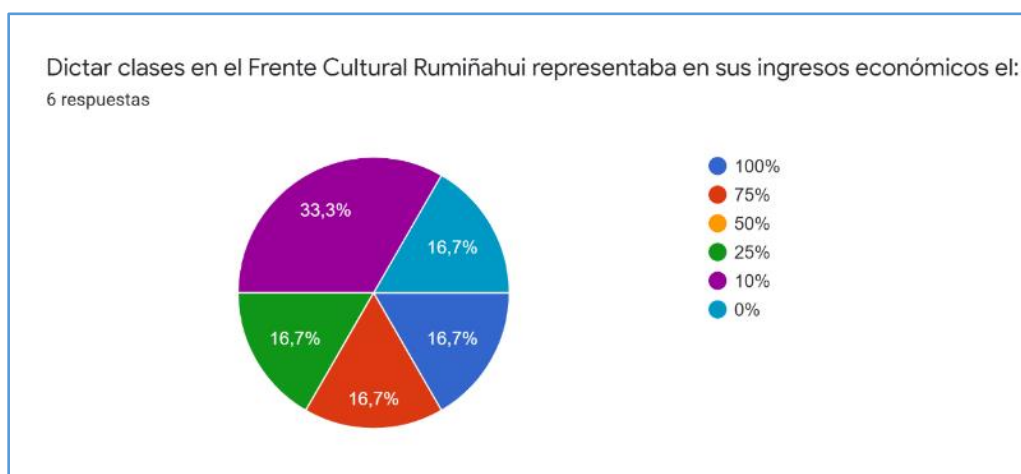
Figura 6. Pregunta 6 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

- Para el 33,3% de los profesos dicen que el dictar clases en el Frente Cultural Rumiñahui representa el 10% de sus ingresos que no es tan significativo, pero para otro porcentaje de profesores si representa hasta el 100% de sus ingresos por ende implica una actividad económica importante para el 66% por tanto es pertinente continuar con las actividades que se venían realizando.

Figura 7. Pregunta 2 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui

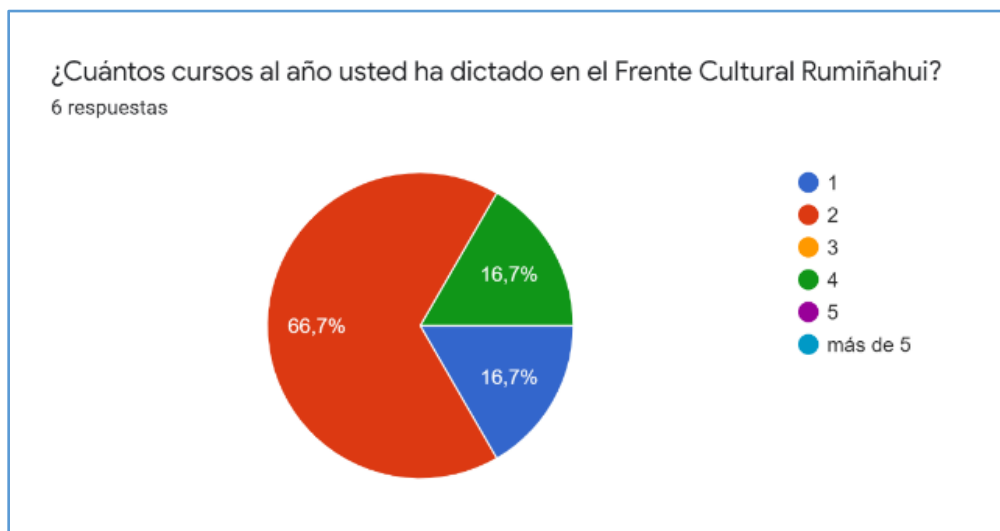


Elaborado por: Josué Silva

- El 66,7% de profesores dicta un promedio de dos cursos al año, la mayoría de los cursos con un 66,7% son en el área de artes (música, danza, teatro, poesía, oratoria, serigrafía, grafitis, cloun) y la forma en que han publicitado su curso

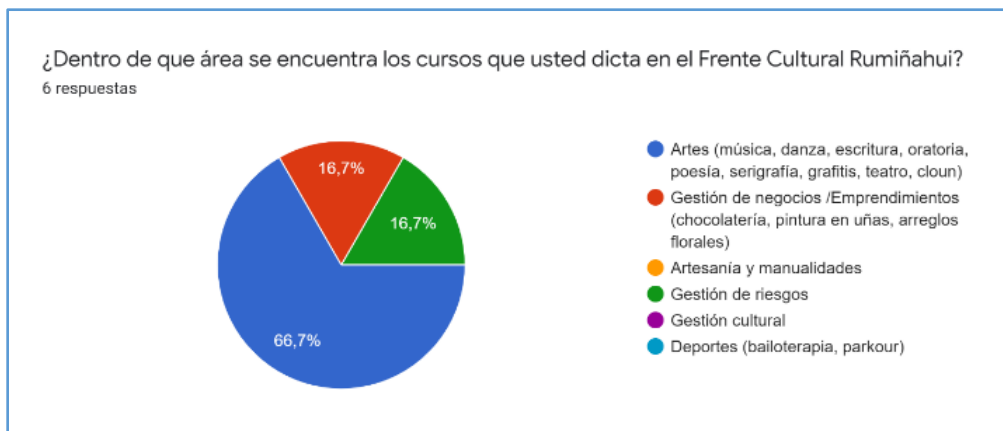
ha sido a través de las redes sociales, el boca a boca y materiales impresos con un tiempo promedio de un mes antes de iniciarse el curso. Por otra parte, estas actividades corresponden a la dimensión cultural del espacio público, por tanto, deberían ser consideradas en el espacio virtual a crearse.

Figura 8. Pregunta 8 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

Figura 9. Pregunta 9 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

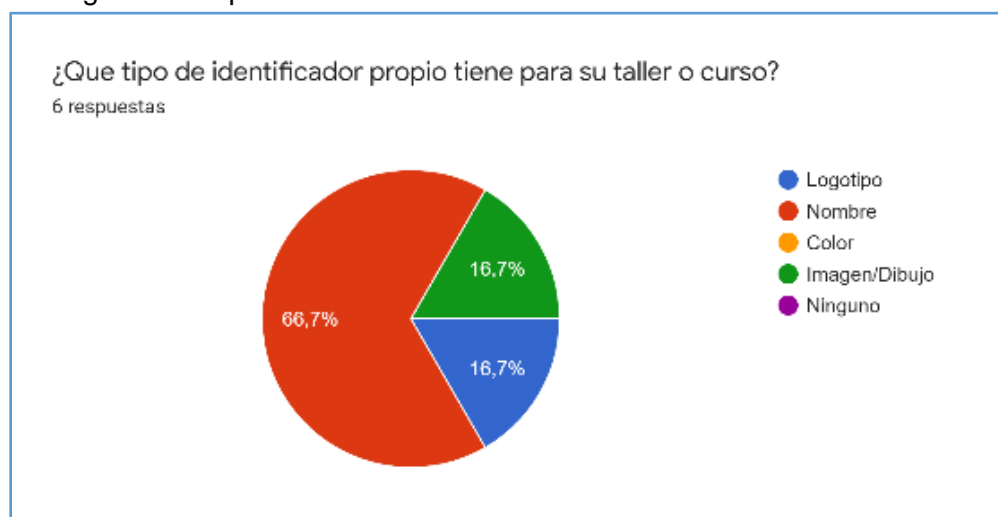
Figura 10. Pregunta 7 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

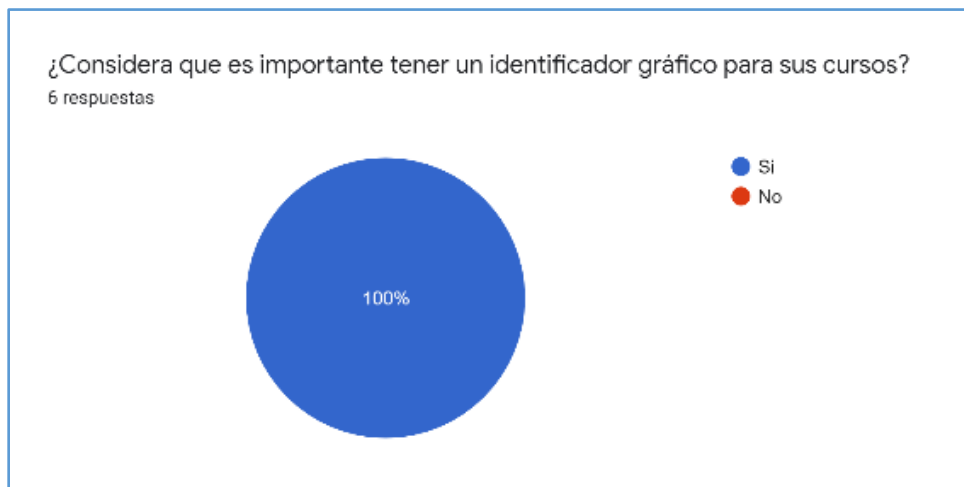
- El 66,7% de los profesores no tiene un identificador gráfico para sus talleres, apenas los reconocen por su nombre y el 90,5% de alumnos y 100% de profesores consideran importante tener un identificador para sus talleres lo que según los profesores traería sentido de pertenencia e identificación de sus grupos.

Figura 11. Pregunta 12 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



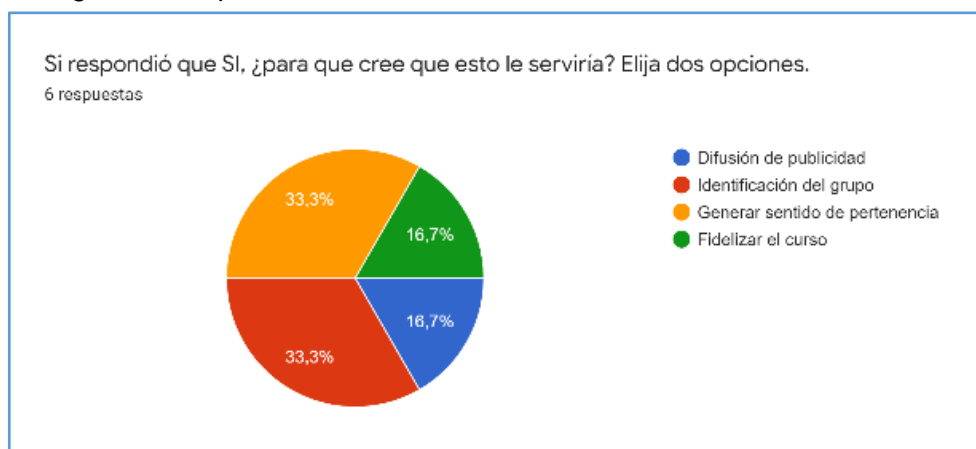
Elaborado por: Josué Silva

Figura 12. Pregunta 14 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



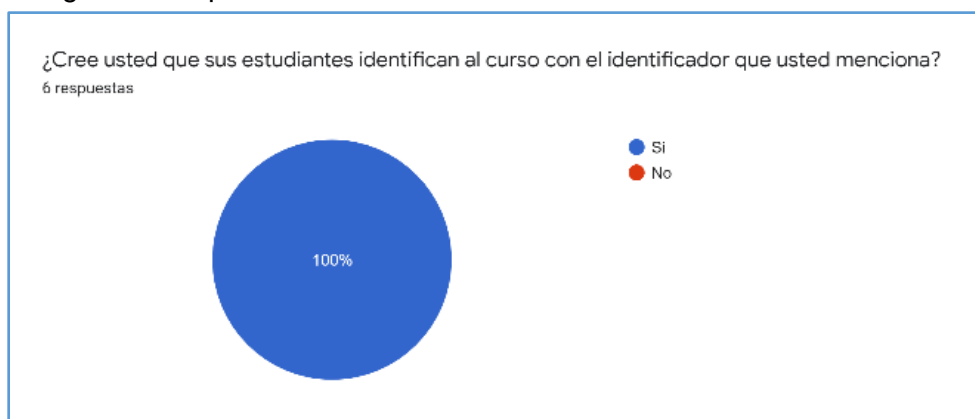
Elaborado por: Josué Silva

Figura 13. Pregunta 15 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



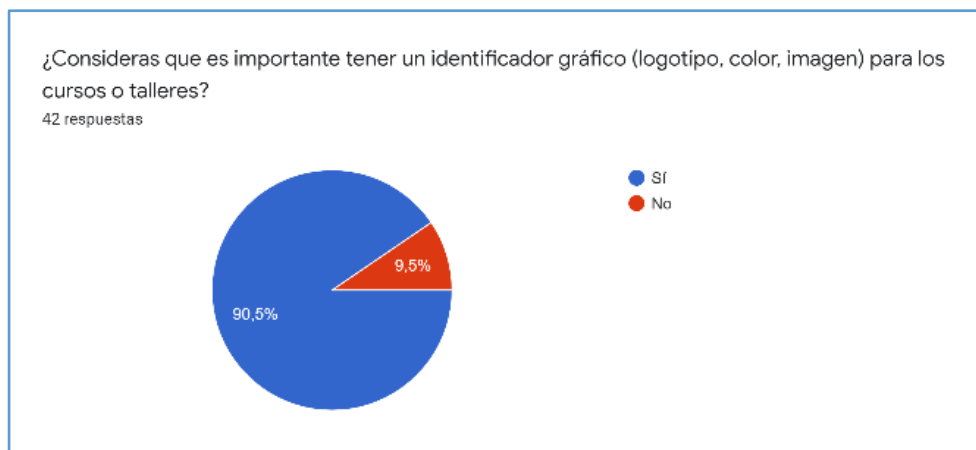
Elaborado por: Josué Silva

Figura 14. Pregunta 13 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

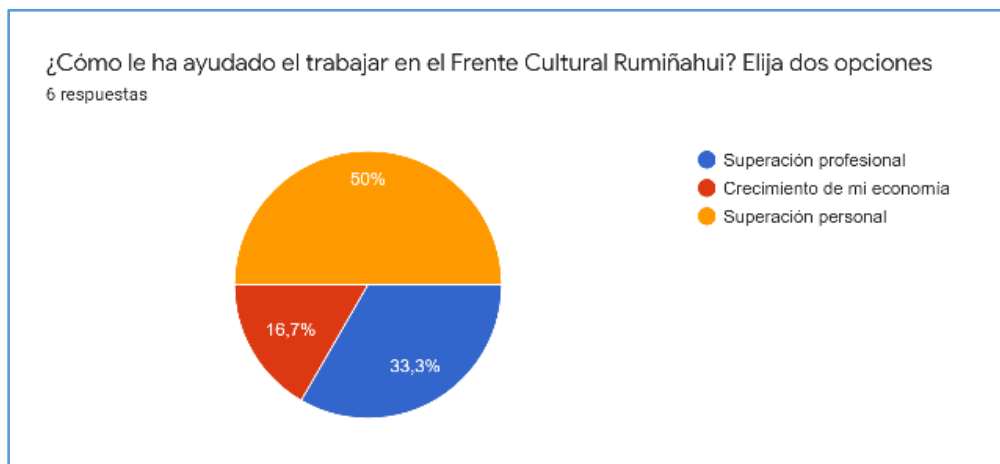
Figura 15. Pregunta 3 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

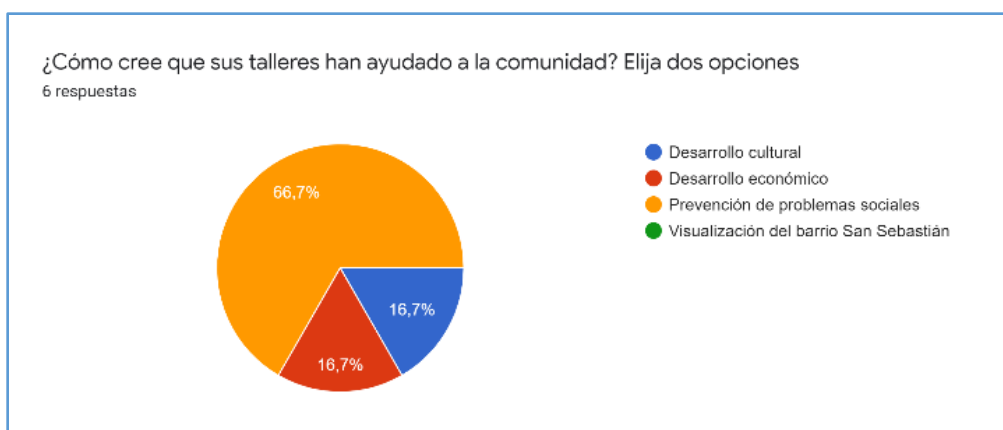
- A través de las encuestas realizadas se pudo deducir que el Frente cultural Rumiñahui ha provocado un impacto positivo en sus usuarios, profesores y sociedad en general a través de sus actividades. Al 50% de sus profesores les ha ayudado en su superación personal mientras que al 66,3 % de los alumnos les ha ayudado a disipar la mente y hacer buen uso del tiempo libre. De la misma manera las actividades realizadas en el Frente Cultural Rumiñahui han tenido efectos positivos en el barrio San Sebastián y por este motivo es importante que continúe con sus actividades en medio de la emergencia sanitaria.

Figura 16. Pregunta 16 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



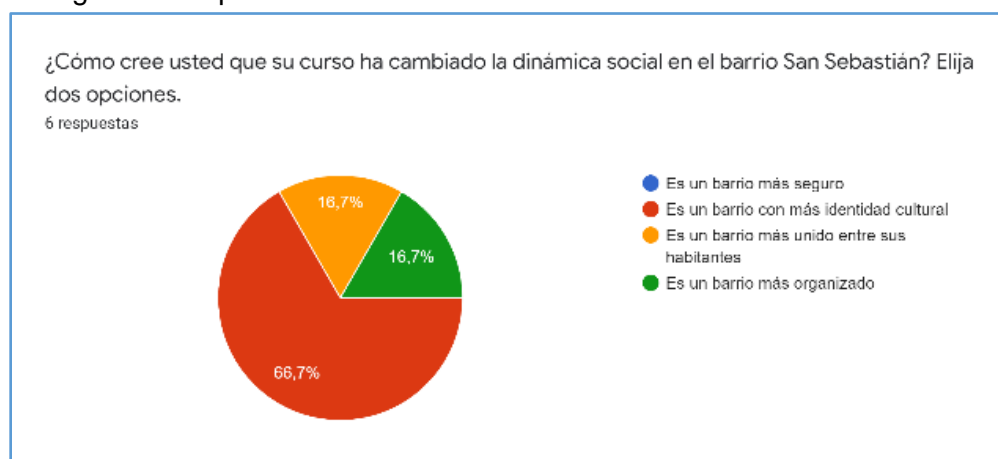
Elaborado por: Josué Silva

Figura 17. Pregunta 17 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



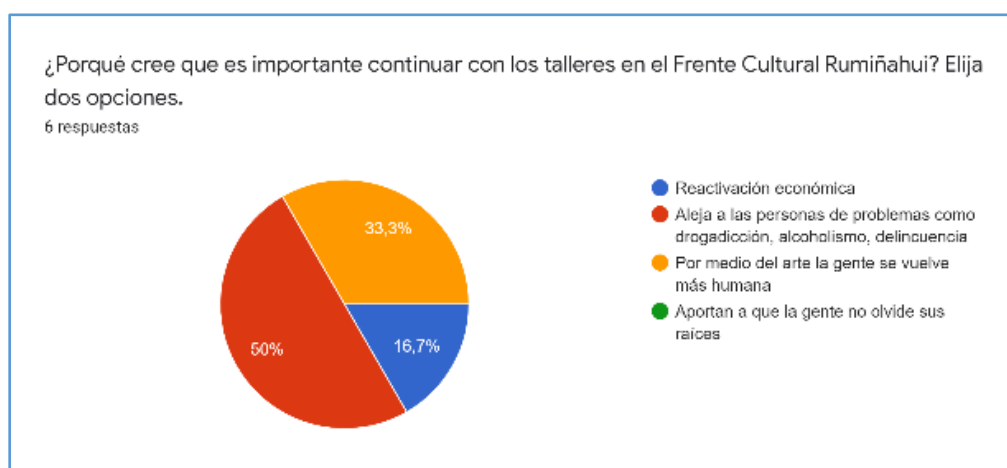
Elaborado por: Josué Silva

Figura 18. Pregunta 19 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



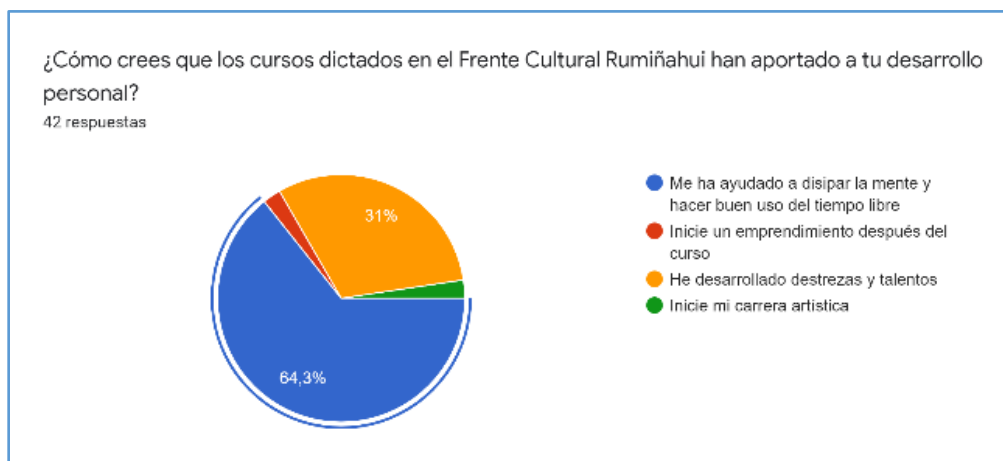
Elaborado por: Josué Silva

Figura 19. Pregunta 18 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



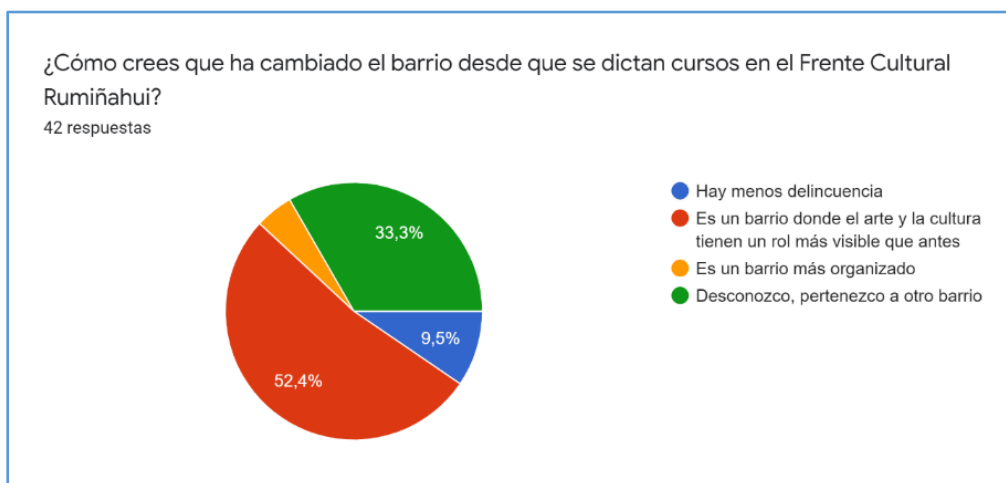
Elaborado por: Josué Silva

Figura 20. Pregunta 5 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

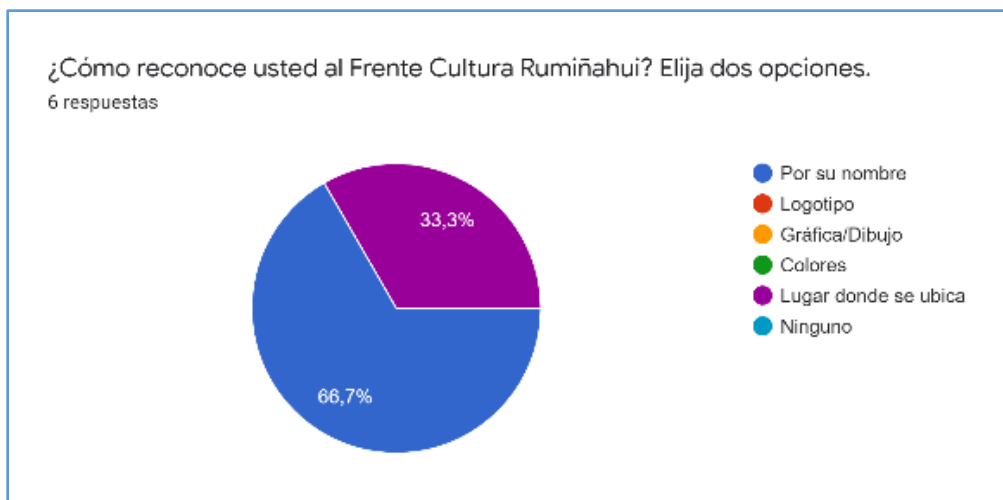
Figura 21. Pregunta 4 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

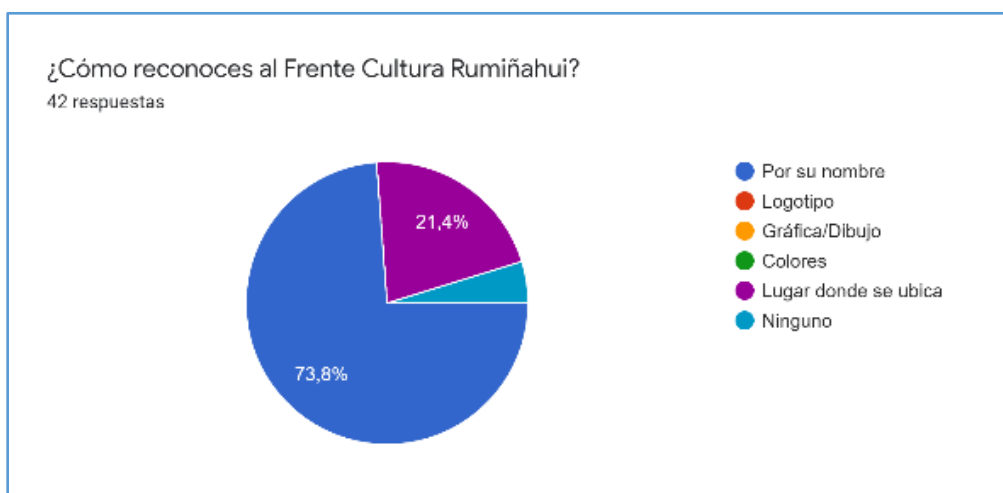
- También se puede deducir que el Frente Cultural Rumiñahui no cuenta con una identidad gráfica que lo lleve al posicionamiento y lo haga reconocible debido a que, el 66,7% de profesores y el 73,8% de usuarios reconocen al Frente Cultural Rumiñahui por su nombre y no por su logotipo que debería ser lo correcto, y el resto lo reconoce por el lugar importante donde se ubica como lo es la Plaza a la Resistencia (Monumento a Rumiñahui).

Figura 22. Pregunta 20 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

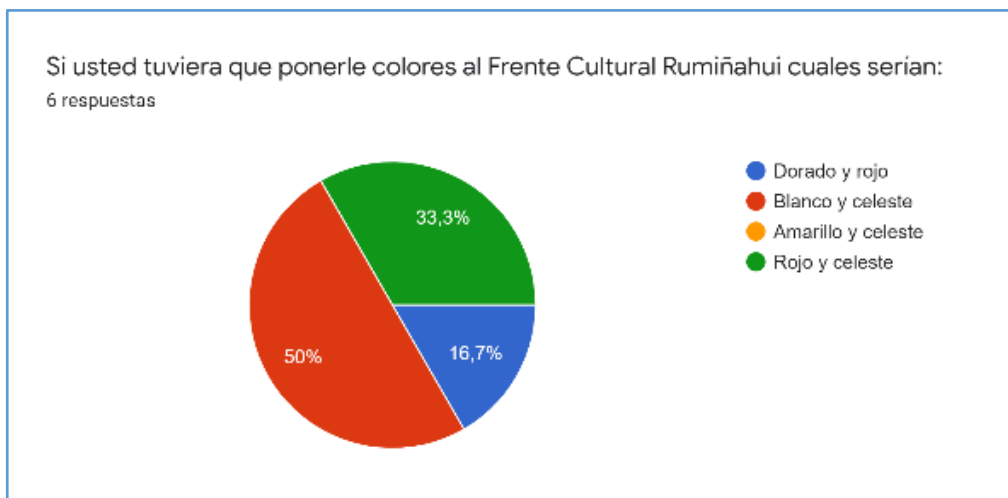
Figura 23. Pregunta 6 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

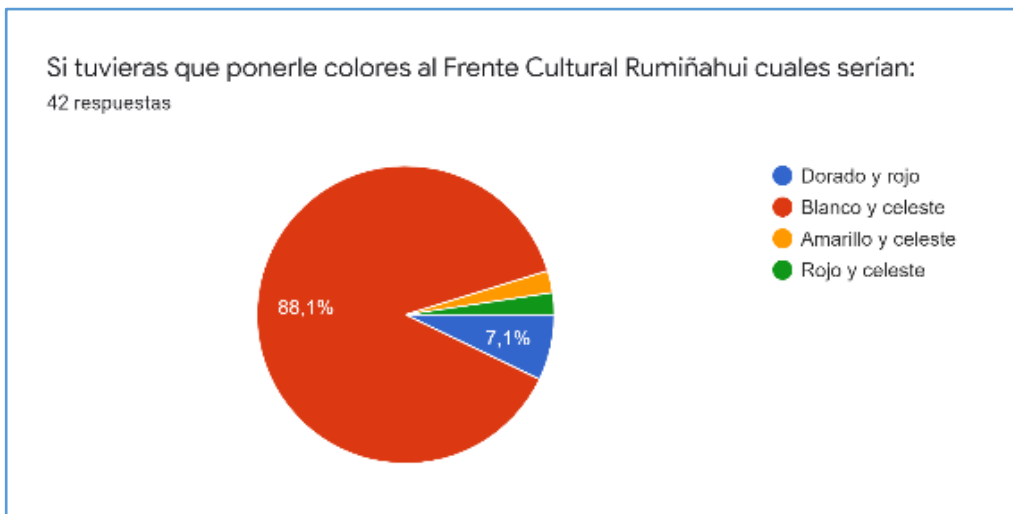
- El 50% de profesores y el 80,3% de usuarios indicaron que los colores más adecuados para reconocer al Frente Cultural Rumiñahui serían el Blanco y Celeste. Se puede decir que lo relacionan con el color de la bandera del Cantón Rumiñahui que son blanco y celeste.

Figura 24. Pregunta 21 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

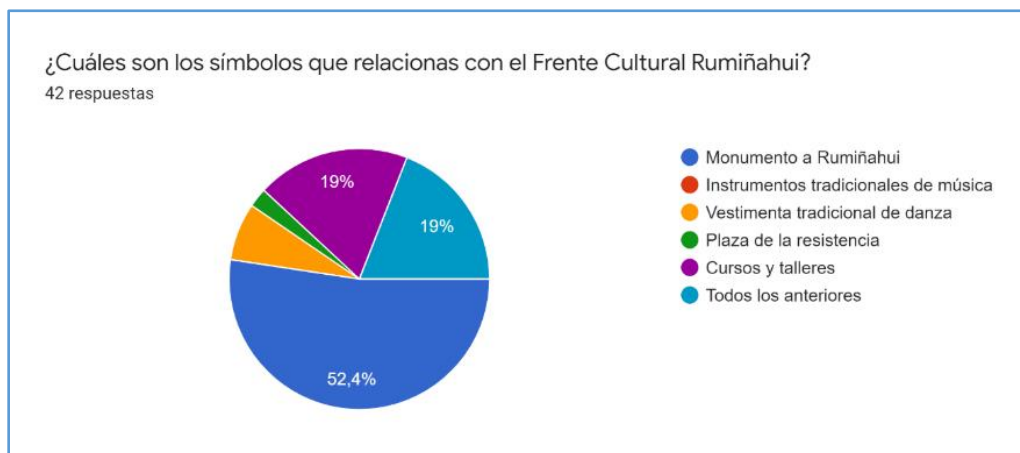
Figura 25. Pregunta 21 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

- El 52,4 de usuarios indicó que el símbolo con el que más relacionan al Frente Cultural Rumiñahui es el Monumento a la Resistencia. (Monumento a Rumiñahui) y no el logotipo, por lo tanto, es necesario un identificador gráfico.

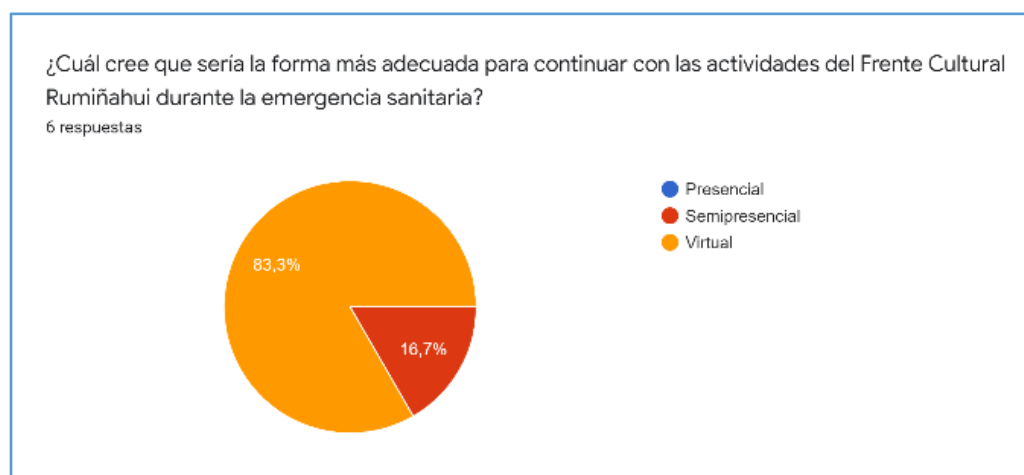
Figura 27. Pregunta 8 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

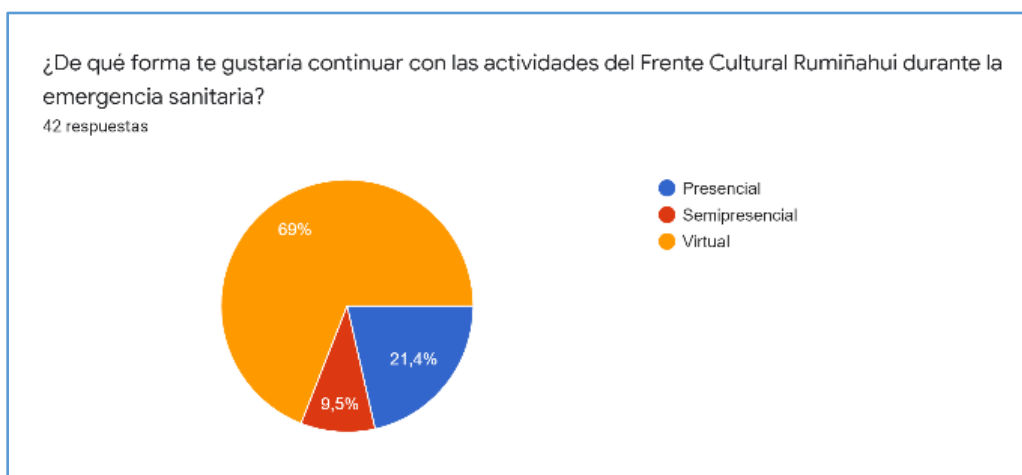
- Debido a la emergencia sanitaria el Frente Cultural Rumiñahui tuvo que cerrar sus puertas y según la encuesta se puede inferir que tanto los profesores como usuarios están dispuestos a retomar las actividades desde la virtualidad, permitiéndoles tener sus clases de forma sincrónica y un espacio de interacción en tiempo real con sus profesores y compañeros.

Figura 28. Pregunta 22 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

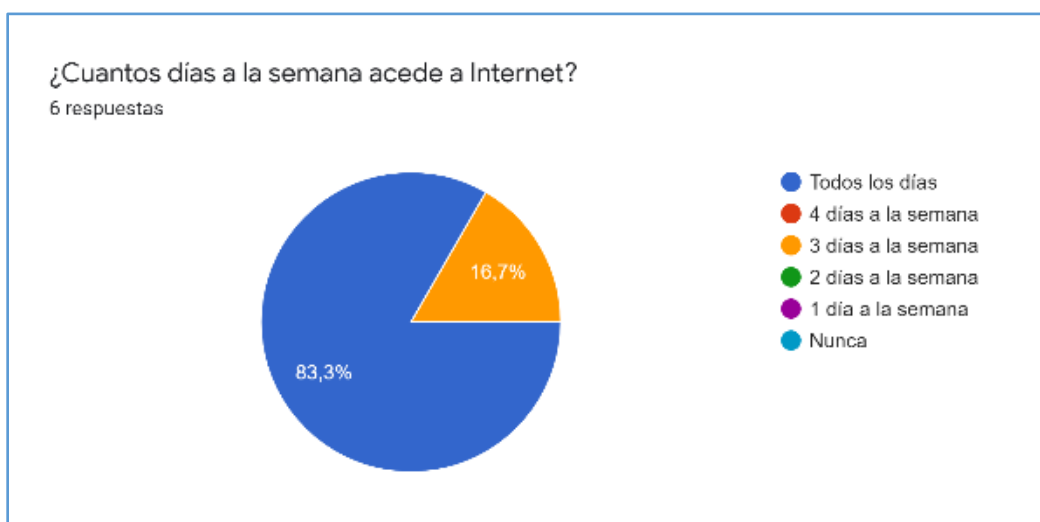
Figura 29. Pregunta 9 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

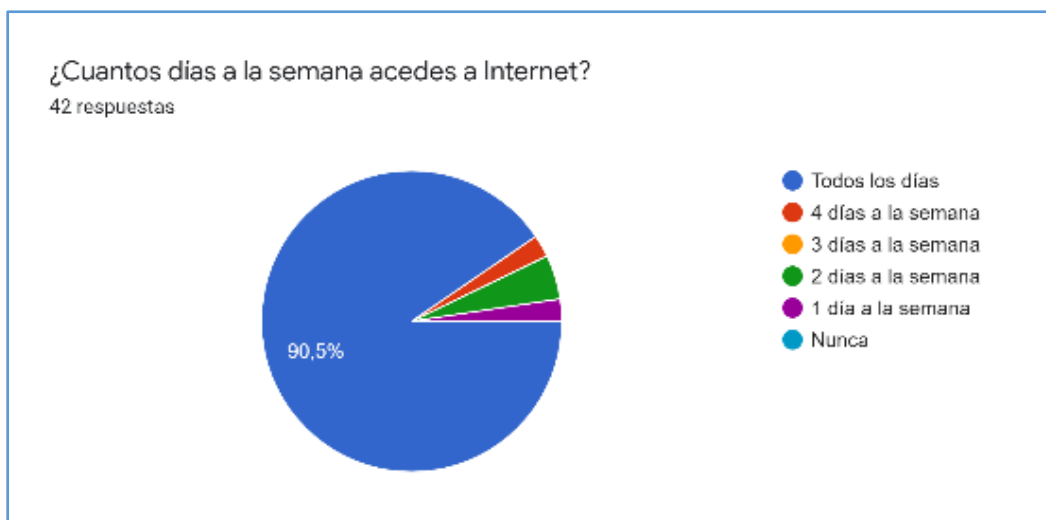
- El 83,3% de profesores y el 90,5% de usuarios se conectan diariamente a internet, por tanto, se puede inferir que no sería un obstáculo la conectividad y se podría llevar las actividades a la virtualidad sin mayor problema.

Figura 30. Pregunta 9 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

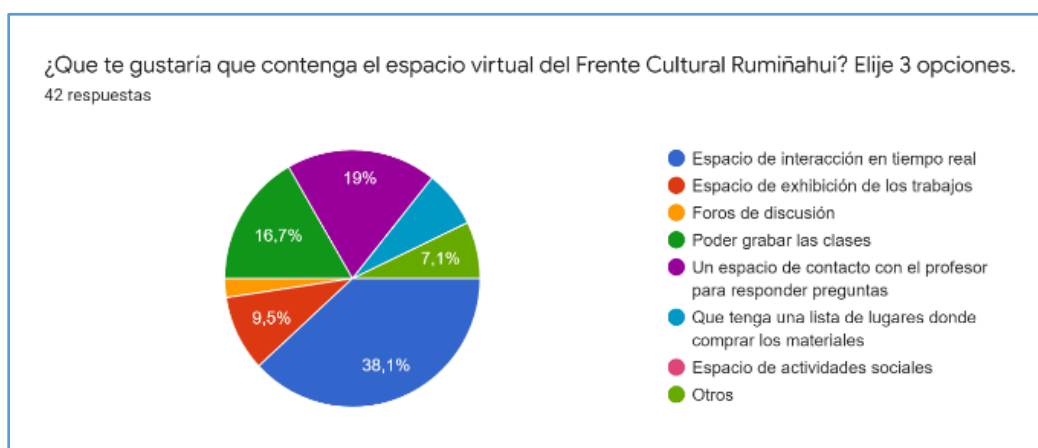
Figura 31. Pregunta 12 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

- Se puede inferir que los usuarios esperan que el espacio virtual sea interactivo y tenga recursos de apoyo para desarrollar las actividades habitualmente realizadas.

Figura 32. Pregunta 11 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

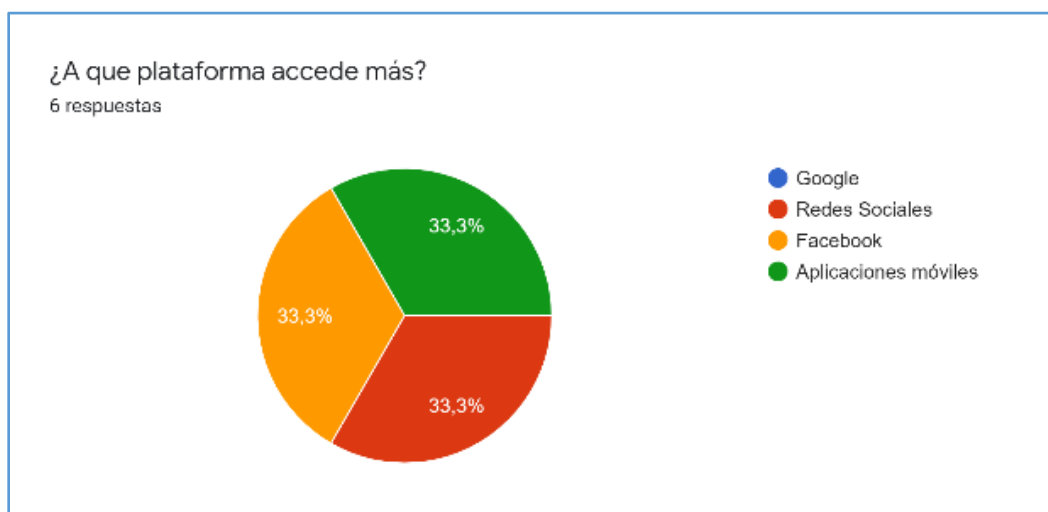
Figura 33. Pregunta 10 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

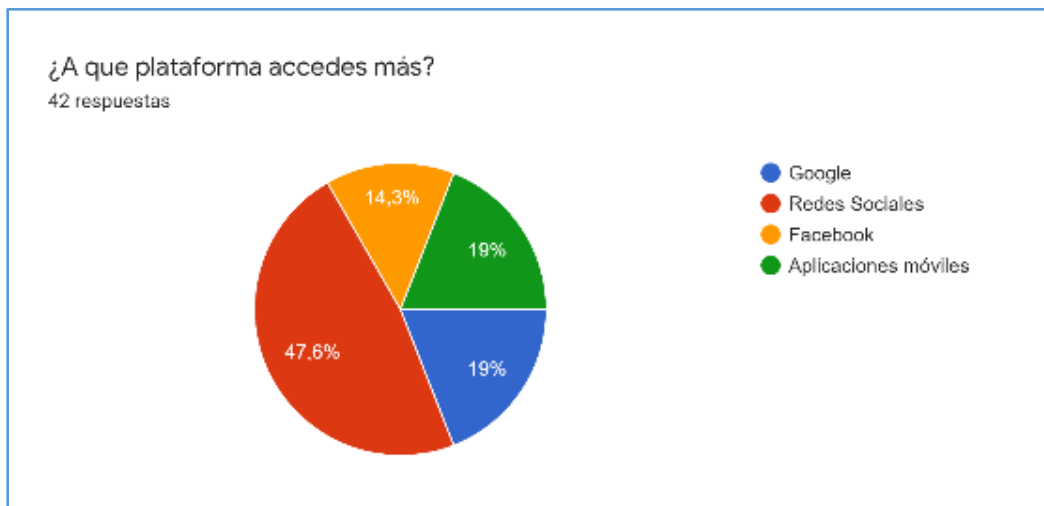
- El 66,7% de profesores y el 61,9% de usuarios accede más a redes sociales que a otras plataformas, por tanto, es pertinente que se utilice las redes sociales como un medio de difusión y promoción de las actividades del Frente Cultural Rumiñahui.

Figura 34. Pregunta 23 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

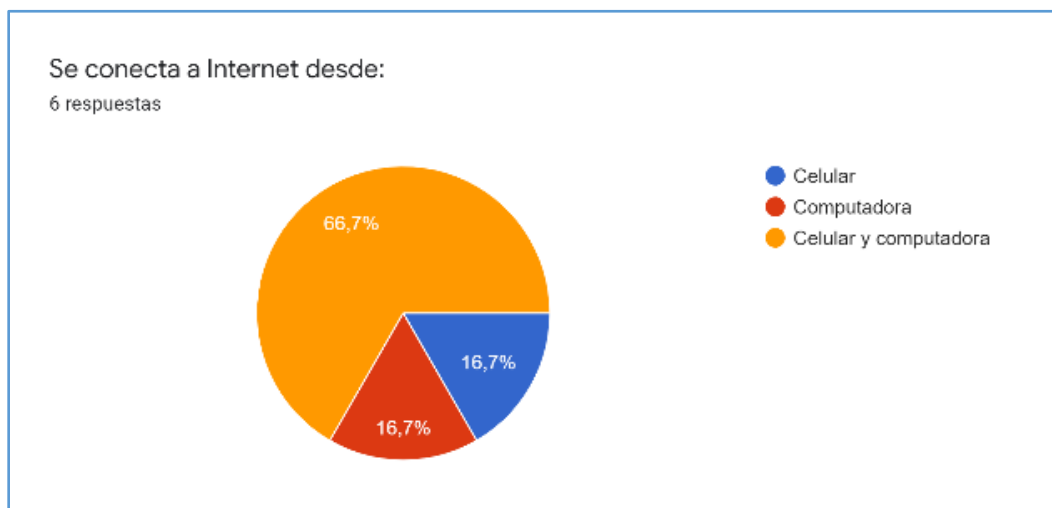
Figura 35. Pregunta 13 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

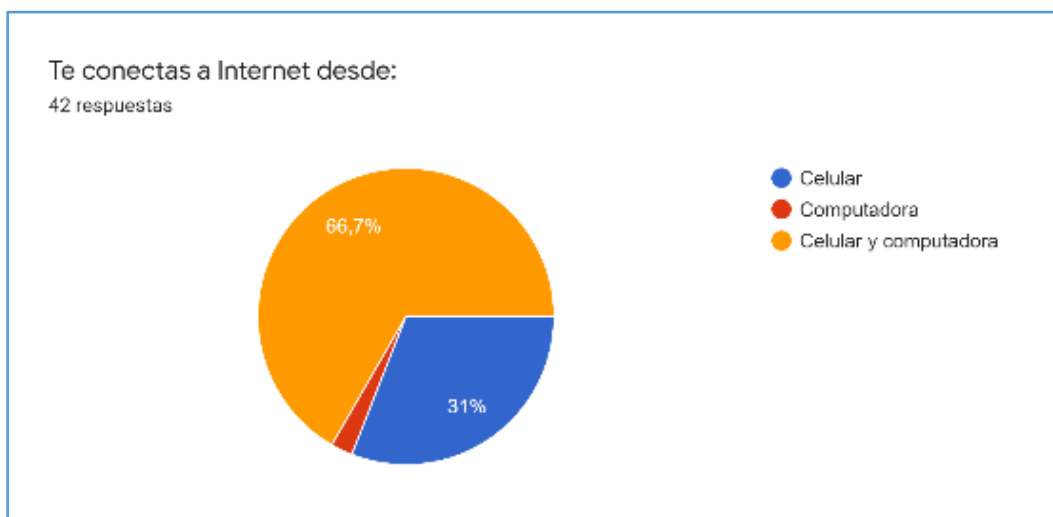
- El 66,7% de profesores y usuarios acceden a internet desde su celular y computadora, por tanto, es pertinente configurar la plataforma tanto para ordenador como para móvil.

Figura 36. Pregunta 25 a profesores del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

Figura 37. Pregunta 14 a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

Los lineamientos tanto para la entrevista como para la encuesta se tomaron de la matriz de variables, dando como resultado el levantamiento de información y la determinación de las características del problema para tener un mejor enfoque para la propuesta de resolución del mismo.

5.- Creatividad: La creatividad se mantiene en los límites del problema, límites derivados del análisis de los datos y de los subproblemas; y antes de decidirse por una solución, considera todas las operaciones necesarias que se desprenden del análisis de datos. "La creatividad realiza experimentos tanto sobre los materiales como los instrumentos" (Munari, 2013, pág. 2).

La creatividad es más conocida como la idea de diseño y se mantiene en los límites del problema que son sacados del análisis de los datos recabados y de los subproblemas. Se utilizarán Métodos Teóricos de análisis y síntesis e inducción y deducción de los datos recopilados para determinar un concepto de marca que brinde los lineamientos gráficos y conceptuales para sus diversas aplicaciones dando como resultado la creación de marca que identificará al Frente Cultural Rumiñahui.

(Ver página No. 85 - 86, cap. 3, Concepto de diseño)

6.- Materiales y tecnologías: "La sucesiva operación consiste en otra pequeña recogida de datos relativos a los materiales y tecnologías" (Munari, Metodología proyectual, 2013, pág. 2).

El diseñador necesita de esta información para que el margen de error sea muy reducido y así poder proyectar el diseño de la mejor manera. Basados en un proceso de abstracción y análisis, de la información recabada de las entrevistas y encuestas se decidirá cuál será el medio y la tecnología más idónea para el paso del espacio público físico al espacio público virtual del Frente Cultural Rumiñahui, teniendo en cuenta también el modelo de conminación idóneo.

(Ver página No. 84 - 85, cap. 3, Resultados alcanzados y propuesta)

7.- Experimentación: "De la experimentación pueden surgir modelos o maquetas, para demostrar posibilidades matéricas o técnicas" (Munari, Metodología proyectual, 2013, pág. 2).

En esta fase se descubre cual es la técnica más idónea para llegar a una solución al problema. Partiendo de un concepto de diseño se realizarán bocetos y diagramaciones experimentales aplicando los diversos sustentos teórico-metodológicos buscando coherencia y efectividad con sus diversas aplicaciones y el objetivo de la investigación.

(Ver página No. 87 - 97, cap. 3, Elementos de la propuesta de diseño)

8.- Modelos: A través de la experimentación surgen modelos con los cuales se hacen pruebas de aplicación y así estar cada vez más cerca de una solución final.

Se crearán opciones de diseño que luego serán evaluadas en relación al objetivo que persigue la propuesta, teniendo en cuenta los criterios teóricos seleccionados para la configuración y los resultados del análisis del problema.

(Ver página No. 87 - 97, cap. 3, Elementos de la propuesta de diseño)

9.- Verificación: "Los modelos deben ser sometidos a validez. se presenta el modelo a un determinado número de probables usuarios y se les pide que emitan un juicio sincero sobre el objeto en cuestión" (Munari, Metodología proyectual, 2013).

Las observaciones deben poseer un valor objetivo y en base a esto sugerir las posibles modificaciones al modelo y realizar un prototipo más cercano a la solución final. En este sentido se solicitará la asesoría de expertos (en este caso la tutora del proyecto Dis. Daniela Sánchez y el cotutor Ing. Andrés Cevallos) y posteriormente se tomarán decisiones de diseño idóneas para continuar con la configuración de la posible solución del problema.

(Ver página No. 85 – 86, cap. 3, Marca principal, Marca responsive)

10.- Dibujos constructivos: A partir de toda la información recopilada se elaboran los prototipos de diseño que darán solución al problema planteado, esto a través de la diagramación final de los elementos constitutivos de la propuesta de diseño, teniendo en cuenta concepciones teóricas que se llevarán a la práctica.

Para esta sección se utilizará el método empírico-analítico y el método teórico que permitirá descubrir en el objeto de investigación las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales del diseño final que brinde la posible solución al problema.

(Ver página No. 91 - 97, cap. 3, Diagramación de interfaces)

11.- Solución: Con todas las correcciones necesarias se llega a la culminación de un diseño y así a la solución definitiva del problema.

En este sentido se procede a la implementación de la propuesta de diseño en la plataforma de difusión seleccionada como idónea para acoger la solución al problema, misma que se ha seleccionado previamente teniendo en cuenta las diversas variables detectadas y generadas durante el proceso de diseño.

3. CAPÍTULO III: RESULTADOS ALCANZADOS Y LA PROPUESTA

Una vez analizados los datos obtenidos y la situación actual en contraste con la situación deseada se ha decidido realizar una página web que actúe como un espacio público virtual que apoye al paso de las dimensiones presenciales del espacio público señaladas por María de Lourdes Gracia, 2014 a la virtualidad mismos que son:

Dimensión Físico – Territorial: La página web hará que toda la actividad realizada en el espacio físico sea posible en la virtualidad brindando una experiencia similar a que existía del espacio público, cumpliéndose el objetivo de que las actividades realizadas en el espacio se puedan continuar y así seguir aportando de manera positiva a la sociedad en general.

Dimensión Política: la página web brindará el espacio para que se realice las sesiones barriales donde los moradores del barrio San Sebastián podrán interactuar para la organización y toma de decisiones del mismo ya que la sociedad busca este espacio para la solución y desarrollo del espacio donde habita. También contará con un balcón de sugerencias donde pondrán escribir sus inquietudes y necesidades a las autoridades del barrio.

Dimensión Social: al estar el espacio público cerrado la integración e interacción social se interrumpe totalmente y dentro del desarrollo social y personal son vitales por eso la página web brindará los espacios necesarios para este fin, donde el espacio virtual se convertirá en el espacio donde usuarios, profesores, moradores del barrio y sociedad en general podrá interactuar de acuerdo a sus necesidades y preferencias.

Dimensión Económica: la pandemia del covid 19 ha golpeado fuertemente la economía del mundo y de nuestro país y al ser una parte vital y necesaria de la sociedad

se creará un espacio donde los microemprendimientos que los moradores del barrio San Sebastián han empezado, se puedan promocionar en una parte de la página web denominada Zona Comercial. Cabe recalcar que el Frente Cultural Rumiñahui mediante las actividades realizadas como: talleres, ferias, festivales, eventos culturales venía siendo parte importante en la economía tanto para sus profesores como para el sector donde se encuentra ubicado y al trasladarse todas estas actividades a la virtualidad la economía seguirá fluyendo de diferente manera siendo un aporte importante en el aspecto económico.

Dimensión Cultural: el aporte cultural que el Frente Cultural Rumiñahui ha venido realizando a lo largo de los años ha sido importante tanto a nivel local como a nivel cantonal, a través de sus talleres y festivales ha hecho contra a los problemas sociales presentados y a rescatado el patrimonio cultural logrando sembrarlo en los más jóvenes, la página web brindará este espacio para que toda esta actividad cultural y artística se siga llevando a cabo de manera virtual.

Dimensión Virtual: en la actualidad la dimensión virtual juega un rol importante en la sociedad y mucho más después de la pandemia del covid 19 y representa una herramienta de apoyo y desarrollo que, mediante la virtualidad, donde se podrá seguir desarrollando las actividades que el espacio físico no lo permite debido a las circunstancias, brindando así una solución efectiva al problema presentado.

Todo este análisis se pudo realizar mediante la definición del problema y todas sus aristas presentado anteriormente en el Cap. 2.

3.1 Concepto de diseño

El concepto es análogo al objeto en la medida que es la esencia de una idea abstracta intangible, y el segundo un ente abstracto tangible; entonces, un objeto tiene su origen en un concepto; sus empatías abstractas y la necesidad de “forma” permiten que el objeto sea la representación material de un concepto, haciendo que este último sea el principio generativo de una morfología. (Sánchez Valencia, 2005)

Durante el proceso de recopilación de datos ya mencionados en el Cap. 2. se tomaron algunos parámetros que arrojaron tanto la entrevista como la encuesta para generar el concepto que son:

- La transformación que el Frente Cultural Rumiñahui ha provocado en la sociedad en general y en el espacio físico a través de los años y de sus actividades principalmente de carácter cultural-artística.
- Su gran aporte al arte y la cultura tanto a nivel barrial como a nivel cantonal, cosa que ha transformado paulatinamente la dinámica del sector.
- El valor simbólico del lugar donde se encuentra ubicado denominado Monumento a la Resistencia y que ha dado lugar a la integración social y política para la transformación positiva del barrio.
- La transformación personal de quienes participan de las actividades del Frente Cultural Rumiñahui, donde internamente se manejan tres pilares que todas las personas que quieren ser parte de los talleres deben cumplir: 1. No alcohol 2. No drogas 3. No cigarrillo.

Tomando en cuenta estos parámetros se tiene como resultado el concepto denominado:

Transformación

3.1.1 Objetivo comunicacional de la propuesta

Partiendo de que el Frente Cultural Rumiñahui no contaba con un identificador que lo haga reconocible y visible esta propuesta tiene como objetivo en primer lugar posicionar la imagen de marca creada, fortaleciendo a través de la forma la ideología interna de la institución que es no drogas, no alcohol, no cigarrillos, que están representados en el concepto de la misma. Al fortalecer estos pilares a través de la marca estamos usando un recurso relevante de la permanencia y estabilidad de la cultura, haciendo que la ideología interna se fortalezca en cada uno de sus actores y por ende en toda la comunidad que llegue a conocer a la institución a través de la página web, redes sociales, como los principales canales de comunicación.

En segundo lugar, es hacer de la comunicación virtual el eje principal del desarrollo del Frente Cultural Rumiñahui, posicionando a la página web como el espacio en donde se va a llevar a cabo toda la integración e interacción social que existía antes en el espacio físico rompiendo así la barrera del tiempo y el espacio que es posible gracias a

la dinámica de la comunicación virtual. En cada interfaz de la página web se estará fortaleciendo la imagen de marca, tanto sus formas como colores predominarán haciendo que el usuario sea estimulado a percibir y reconocer la marca.

Finalmente, el posicionamiento de la marca y página web creada para el Frente Cultural Rumiñahui, está destinada para que sea una herramienta útil, visible e importante en el desarrollo del barrio y de la sociedad en donde se encuentra ubicado aun después de la pandemia para que pueda perdurar en el tiempo.

Para alcanzar lo planteado anteriormente se llevará a cabo la siguiente estrategia digital:

- Actualmente la comunidad del barrio San Sebastián tienen interacción por medio de chats de WhatsApp, lo que se convierte un medio importante por el cual se puede alcanzar a un número significativo de personas interesadas en el reinicio de las actividades del Frente Cultural Rumiñahui.
- El Frente Cultural Rumiñahui actualmente cuenta con una fan page en Facebook, la misma que se tomará para realizar una estrategia de marketing digital que promocióne y dé a conocer los beneficios del sitio web y así motive el uso del mismo.
- Se realizará una campaña de emailing utilizando la base de datos de usuarios con la que cuentan actualmente los directivos del Frente Cultural Rumiñahui y a través de una cadena de correos electrónicos, alcanzar, presentar e informar al público objetivo de la reapertura de las actividades en el sitio web.
- Según las encuestas realizadas, una manera de promocionar las actividades era el boca a boca, y seguirá siendo útil, ya que, al momento de alcanzar usuarios a través de los diferentes medios ya mencionados anteriormente, los mismos serán quienes lleven el mensaje a otros nuevos usuarios y así captar más público.

El sitio web causara un impacto positivo en la sociedad dando como resultado:

- El fortalecimiento de la integración e interacción social en el barrio.
- Apoyo en la reactivación económica.

- El buen uso del tiempo libre a través de actividades que desarrollen destrezas y habilidades.
- El fomento del arte y la cultura en la sociedad.

3.1.2 Elementos de la propuesta de diseño.

Marca. Tanto desde el punto de vista teórico [estudios, investigaciones, modelos] como desde el punto de vista empírico [la práctica, las experiencias, los resultados], la marca es una construcción estratégicamente planificada y gestionada. Y su lenguaje, con el que dialoga con los públicos, es esencialmente emocional y simbólico. Así, la marca es un sistema de cosas, objetos y acciones, y al mismo tiempo, un sistema de símbolos: sensaciones, relaciones, imágenes, signos, relatos. "Elementos todos ellos portadores de significados" (Costa, 2012, pág. 4). La marca juega un papel importante ya que representa el intangible más importante de una empresa, institución u organización, siendo lo que queda en la mente del consumidor cuando haya probado el producto o servicio, dejando una huella inconfundible en su conciencia y haciendo que se vuelva a consumir una y otra vez dicho producto o servicio.

Tomando este concepto de marca se crearon tres elementos que representan los pilares que practican todas las personas que comienzan a ser parte de las actividades del

El concepto es análogo al objeto en la medida que es la esencia de una idea abstracta intangible, y el segundo un ente abstracto tangible; entonces, un objeto tiene su origen en un concepto; sus empatías abstractas y la necesidad de "forma" permiten que el objeto sea la representación material de un concepto, haciendo que este último sea el principio generativo de una morfología. (Sánchez Valencia, 2005).

La transformación es el eje del concepto de marca ya que desde sus inicios el Frente Cultural Rumiñahui ha logrado transformar tanto el espacio público como la sociedad en general, de ahí que, para poder representarlo se jugó con aspectos formales de la figura generatriz "rectángulo", como son sus aristas, simulando un proceso de transformación.

El objeto se puede entender como cultura material o como un discurso formal que surge para representar determinadas condiciones culturales y para mediar situaciones sociales. Este vínculo entre cultura y objeto ha constituido a este último en un recurso relevante de

la permanencia y estabilidad de la primera, haciendo que la forma brote como representación de una ideología. (Sánchez Valencia, 2005).

Mediante el identificador creado se da solución a unos de los problemas que era la falta de una imagen que identifique al Frente Cultural Rumiñahui y es así como se ha representado su ideología y cultura a través del mismo.

3.2 Fundamentos de diseño

- Tipografía. La tipografía seleccionada para este trabajo es la Squada One que tiene como características ser una tipografía sans serif donde sus formas contienen semejanzas al isotipo de la marca y resulta una tipografía de un carácter sólido, moderno y al mismo tiempo se muestra amigable. Estas características aportarán a afianzar el mensaje comunicacional de los tres pilares del Frente Cultural Rumiñahui, como eje central de su ideología interna representados a través de los tres rectángulos que se encuentran en el isotipo de la marca.

Figura 38. Tipografía usada para la creación de marca del Frente Cultural Rumiñahui

FRENTE CULTURAL RUMIÑAHUI

Elaborado por: Josué Silva

- Retícula. El logotipo en su totalidad mantiene su simetría, tanto sus formas como espacios están completamente justificados lo que lo hace un logotipo de estructura sólida uniforme y proporcionada. Partiendo de las unidades más básicas como lo son el punto y la línea el logotipo se utilizó otros fundamentos como lo son la forma que lo hará identificable al ojo humano, también posee el tiempo y movimiento para hacer que las figuras cambiaran y así representar la transformación.

Figura 39. Retícula del logotipo para el Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

- **Color.** Para decidir el color se tomó parámetros importantes que salieron del levantamiento de datos y de la observación al espacio público definiéndose de la siguiente manera:

Celeste: según las encuestas realizadas tanto a profesores como usuarios este color tuvo la aceptación de la mayoría ya que representa uno de los colores de la bandera de la bandera del Cantón Rumiñahui con lo que la gente se identifica. También el color celeste tiene un significado muy importante para nuestra cultura indígena que es el océano como la raíz de nuestra existencia y al mismo tiempo la fuente de la sabiduría ancestral.

Amarillo: uno de los elementos del Monumento a la Resistencia es el sol que se encuentra entre las torres, justo en el medio de las mismas, es por eso que se tomó este color por ser parte de este elemento y también según la cultura indígena representa la energía pura y divina del sol, el oro y la riqueza. Al mismo tiempo, evoca sentimientos de felicidad, positivismo y optimismo.

Rojo: al realizar la observación al lugar se identificó que la plaza está construida con baldosas de color rojo e investigando su significado se descubrió que representa a la quema de Quito, donde Rumiñahui pregonaba a sus tropas: “Solo fuego y cenizas para los invasores”, y por eso se decidió tomar este color por su gran valor simbólico.

Tomando todos estos parámetros mencionados se tuvo como resultado el siguiente logotipo:

Figura 40. Creación de marca del Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

3.2.1 Marca responsive

Los logos responsive son necesarios en la actualidad ya que gracias a la variedad de dispositivos con tamaños de pantalla diferentes se debe diseñar logotipos pensando en esto, para que puedan visualizarse y entenderse bien en todos estos tamaños de pantalla, yendo del concepto más simple, abstracto y reconocible a versiones más reducidas que puedan ser aplicadas en dispositivos móviles, incrementando los elementos gráficos propios de la identidad para otros dispositivos como tabletas o pantallas de ordenadores.

Basados en las directrices de un logotipo responsive se tuvo el siguiente resultado:

Figura 41. Configuración marca responsive para el Frente Cultural Rumiñahui



Elaborado por: Josué Silva

3.3 Página web del Frente Cultural Rumiñahui

Después del análisis de la información levantada y al considerar todas las aristas que solucionen el problema se llegó a la conclusión de que lo más óptimo para este fin es la creación de una página web que sea capaz de abarcar todas las dimensiones del espacio público y también brinde una interacción social similar a la que se realizaba en el espacio físico tanto en un ordenador como en un teléfono móvil.

Para diagramar la página web se tomó en cuenta las dimensiones del espacio público y las actividades que se realizaban habitualmente en el espacio físico.

La página web será un espacio virtual de integración e interacción social donde todos dependiendo de su necesidad y actividad puedan acceder de manera fácil y comprensible. También contará con un espacio importante de sugerencias de la ciudadanía donde podrán expresar sus necesidades y sugerencias a las autoridades del barrio; cubriendo así la dimensión social.

Con respecto a la dimensión cultural en la página web se van a promocionar y desarrollar todos los talleres que se tenían antes de la pandemia; desde aquí se podrá inscribir en el curso, ingresar a la clase y tendrá todos los recursos para la misma. También se podrá organizar y promocionar eventos y actividades referentes al desarrollo cultural.

El Frente Cultural Rumiñahui se convertía en el lugar de reunión de las sesiones del barrio San Sebastián donde está ubicado, donde se organizaba y tomaba decisiones referentes al barrio. La página web brinda esta sección por donde los habitantes del barrio podrán enterarse la fecha, hora, temas a tratarse y también tendrán el acceso a la sesión a realizarse cubriendo así la dimensión política.

Debido a la pandemia la economía mundial ha sufrido un duro golpe y en los moradores del barrio San Sebastián no ha sido la excepción, en vista de esto la gente se ha visto en la necesidad de generar emprendimientos y la página web tiene una sección denominada Zona Comercial donde se podrá inscribir, publicar y promocionar los productos y servicios de los habitantes del barrio, ayudando así a la reactivación económica y cubriendo la dimensión económica del espacio público.

Referente a la dimensión físico-territorial del espacio público se seguiría viendo afectada por la pandemia, porque las autoridades aún no autorizan la reapertura de los espacios públicos y este proyecto tiene como objetivo brindar una experiencia similar, pero desde su dimensión virtual a través de la página web.

3.3.1 Experiencia de usuario

El término experiencia de usuario deriva de la expresión en inglés User Experience (UX de ahora en adelante). La norma ISO 9241-210 la define como "la percepción de una persona y las respuestas que resultan del uso previsto de un producto, sistema o servicio". La UX depende de una variedad de factores, como aquellos propios del usuario, factores sociales, culturales, del contexto de uso y otros propios del producto. A diferencia de la usabilidad, que es la capacidad de un producto o servicio para ser utilizado por su público objetivo en un contexto de uso, la experiencia del usuario es un concepto más amplio e incluye las emociones de los usuarios, sus expectativas, preferencias, percepciones, creencias y respuestas físicas y/o psicológicas. (Gonzales & Marcos, 2013).

La página web del Frente Cultural Rumiñahui tiene como objetivo brindar todas las facilidades a sus usuarios y una buena experiencia en el sitio.

- Su diagramación y diseño están adaptados tanto para un ordenador como para un teléfono móvil.
- Sus interfaces son de fácil acceso y comprensión para el usuario.
- Según las tendencias actuales de diseño para páginas web se escogió los siguientes parámetros:
 - a) One-page: una sola página para la navegación.
 - b) Dark Mode: modo oscuro, se utiliza tonos oscuros.
 - c) Personalidad propia: identidad visual propia siguiendo las características de la marca y fortaleciendo los colores corporativos para generar pregnancia en el usuario.
 - d) Las formas que se observan en la página web se asemejan a las formas del logotipo; los botones siguen un patrón geométrico propio basado en las curvas de sus puntas.

3.3.2 Interfaces

Las interfaces tienen como propósito proporcionar al usuario una entrada mínima de información para conseguir lo que fue a buscar en el sitio web, por ende, el mismo debe minimizar las salidas que el usuario no desea, y así, facilitar, eficientar y hacer agradable la navegación en el sitio web.

Para lograr este objetivo se tomó cuatro características a tomar en cuenta al momento de su diagramación que son:

1.- Identificación: La página web del Frente Cultural Rumiñahui puede ser identificada rápidamente por el usuario ya que tiene los elementos de identificación propios de la marca como lo son desde su inicio su logotipo y nombre, un blackground con sus colores corporativos, eslogan tomado del análisis del concepto de diseño y las actividades más predominantes del lugar dando como resultado “arte que transforma” y seguido por las fotografías proporcionadas por los directivos siendo retocadas para que de una sensación cálida al mirarlas. En todas sus interfaces va a mantenerse fijo el logotipo y menú en la parte superior haciendo que en ningún momento deje de ser identificable para el usuario. Los títulos cuentan con una línea inferior que lleva los colores corporativos (celeste, naranja, rojo) para fortalecer los mismos y generar pregnancia en el usuario, y siendo un sitio web plenamente identificable con el Frente Cultural Rumiñahui.

2.- Navegación: El sitio web del Frente Cultural Rumiñahui tiene como objetivo realizar todas las actividades antes realizadas en el espacio físico pero en el espacio virtual, por lo tanto al haber varias actividades es necesario ayudar al usuario a encontrar lo que necesita y en vista de esto el sitio web se apoya principalmente en su menú desplegable, conteniendo este todas las actividades habituales que se realizaban en el espacio físico y a la vez desplegando un sub menú brindando todas las opciones necesarias y claras según la sección que el usuario necesite acceder. Existen formularios de registro y contacto según su sección y necesidad, con botones de envío fáciles de entender y encontrar brindando la facilidad al usuario cuando lo requiera.

3.- Contenidos: El sitio web muestra de manera clara la información que contiene, partiendo desde su página de inicio muestra las noticias del momento y una parte

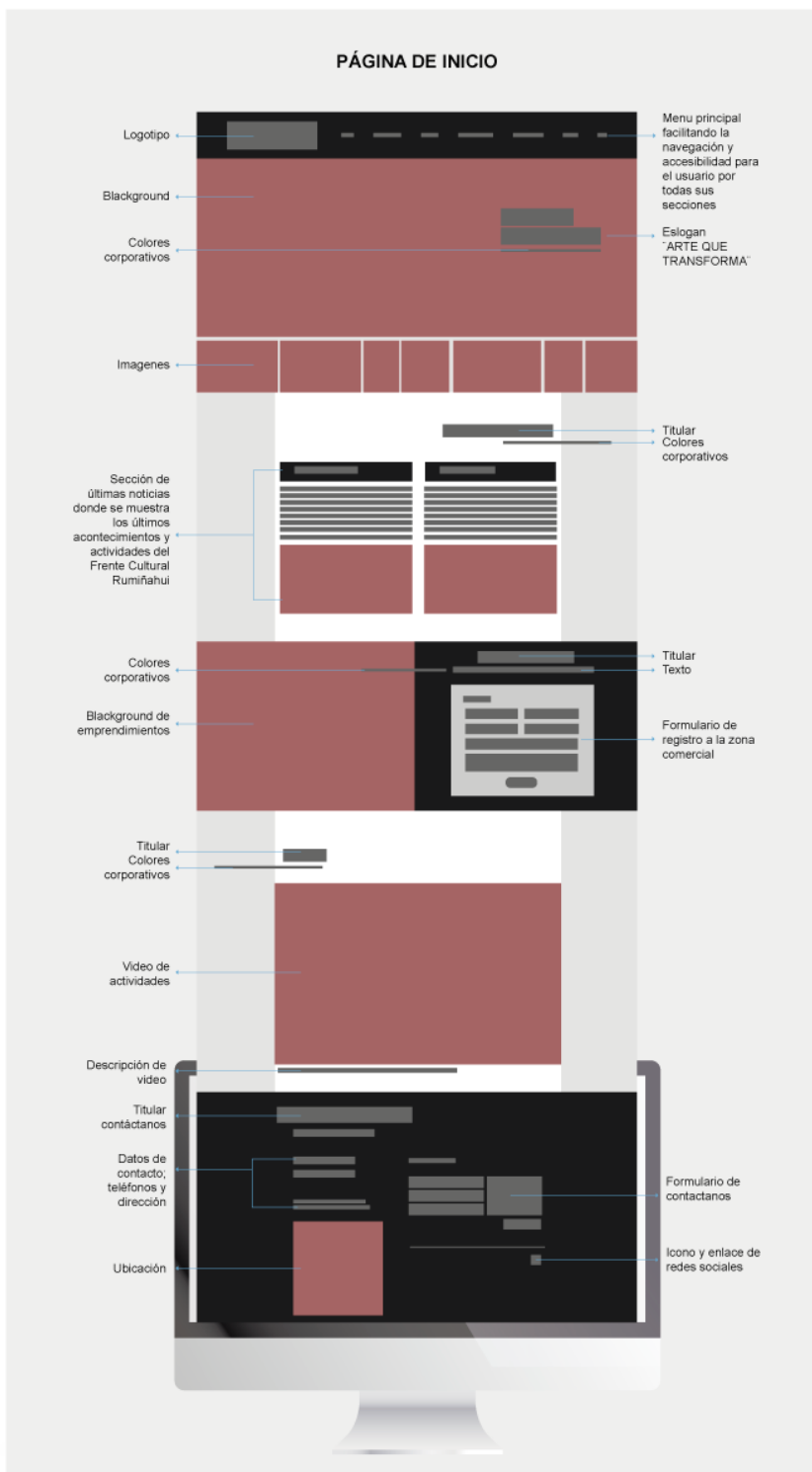
importante refiriéndose a la dimensión económica del espacio público, contiene el formulario de registro de la zona comercial brindado así al usuario la facilidad de hacerlo directamente o también de hacerlo por la zona comercial. Cada sección está ubicada de manera clara en el menú principal y su contenido es definido y entendible para el usuario. En el caso de talleres se subdivide en cinco secciones para poder hacer mejor la navegación del usuario y así pueda ubicarse en el taller deseado, lo mismo sucede en la actividad barrial donde puede el usuario encontrar la información e ingreso a las sesiones generales y la sección de sugerencias.

4.- Interacción y accesibilidad. – El sitio web del Frente Cultural Rumiñahui tiene la finalidad de abordar las dimensiones del espacio público y la integración e interacción social que se realizaba en el mismo, es por eso que a través de todas las interfaces del sitio web se garantiza la acción e interacción por parte del usuario, sea esta de manera sincrónica o asincrónica dependiendo de su necesidad por ejemplo: talleres con interacción en tiempo real, un balcón de sugerencia donde podrá hacer saber a las autoridades del barrio sus necesidades y sugerencias, un formulario de contacto para mayor información, ingreso a las sesiones generales del barrio, la zona comercial donde podrá registrar su producto o servicio o a su vez hacer contacto con un proveedor de un producto o servicio de su preferencia, brindando así la interacción y accesibilidad necesaria para que el usuario tenga una experiencia satisfactoria en el sitio web.

En conclusión, se puede decir que la página web del Frente Cultural Rumiñahui es una interfaz web intuitiva, accesible y fácil de usar para todo tipo de persona y en cualquier dispositivo.

Diagramación de interfaces:

Figura 42. Página de inicio

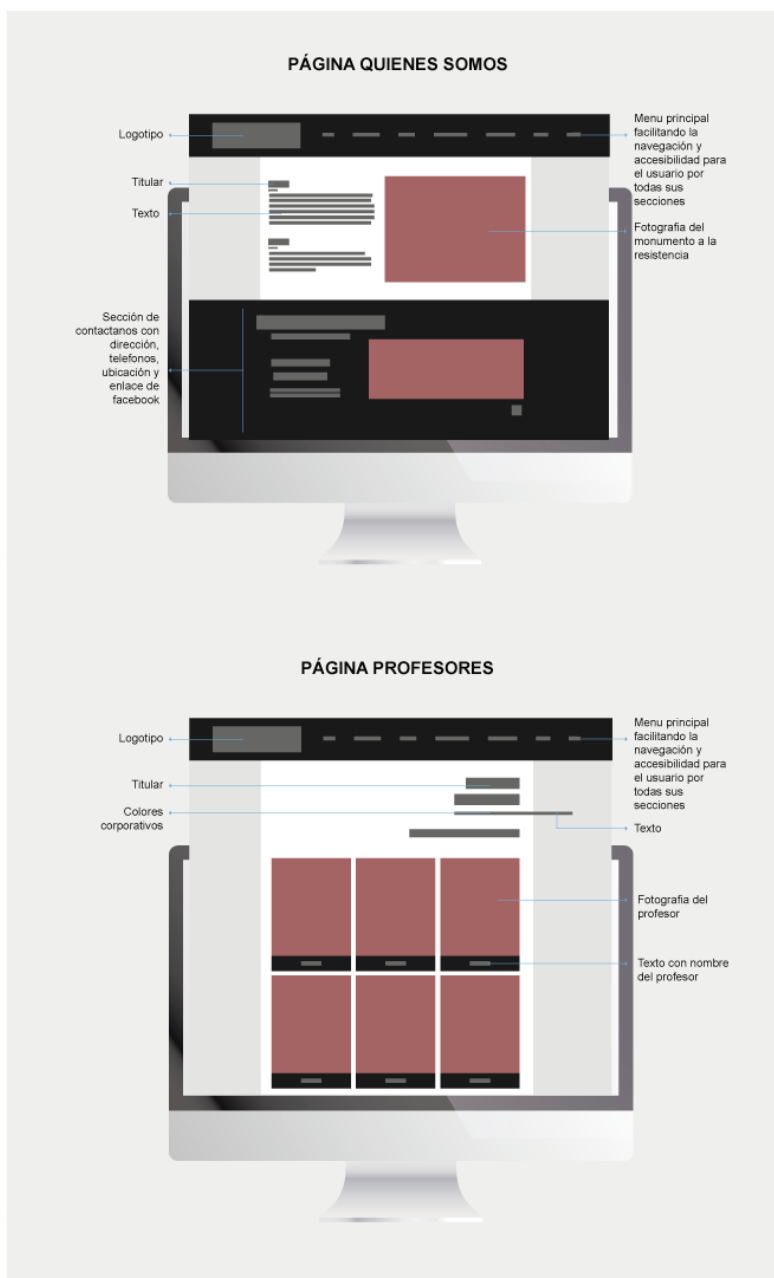


Elaborado por: Josué Silva

Para esta sección se sugiere lo siguiente:

- Actualizar las fotografías de acuerdo a las diferentes actividades realizadas mensualmente.
- Informar y promocionar las actividades importantes en la sección de "últimas noticias" de acuerdo a lo que sea necesario en el momento.
- Con respecto a las demás secciones como registro en la zona comercial y contáctanos se mantendrá hasta que se requiera una actualización general anual y lo que respecta a la sección de videos se podrá ir aumentando videos de las diversas actividades realizadas según se lo necesite.

Figura 43. Sección quienes somos



Elaborado por: Josué Silva

Para la sección quienes somos se sugiere hacer una actualización semestralmente tomando en cuenta la visión y misión de la directiva sea esta la misma o nueva acompañada de una de la misma. En la sección de biografías y fotografías de profesores se deberá actualizar de acuerdo al avance de los talleres para presentar a los nuevos profesores o a su vez dejar a los que ya eran parte de los talleres y de esta sección.

Figura 44. Sección talleres



Elaborado por: Josué Silva

La sección de talleres será actualizada de acuerdo a como se vaya desarrollando y abriendo los mismos. En cada taller el profesor deberá incluir los recursos de clase. Para desarrollar los talleres de manera virtual se recomienda trabajar con una plataforma que permita realizar meetings en forma sincrónica sea esta gratuita o pagada.

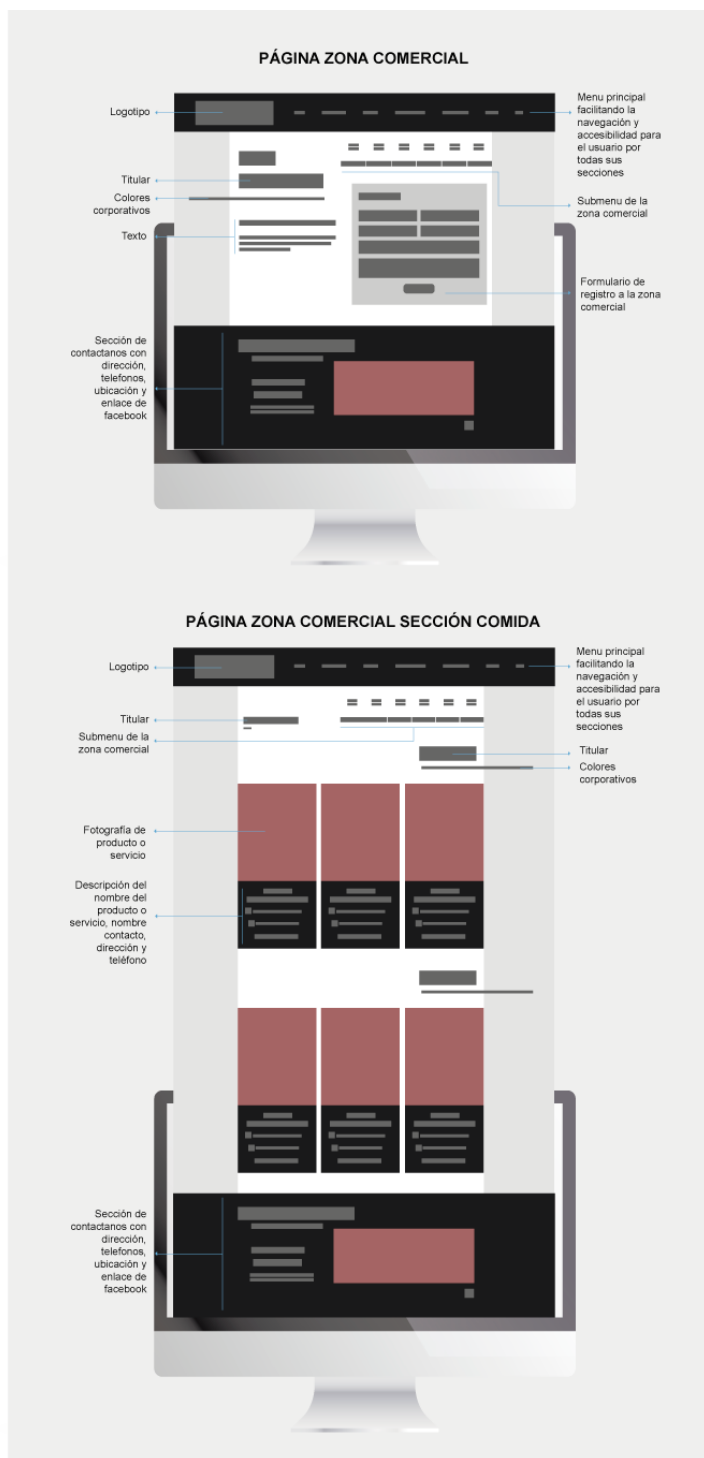
Figura 45. Sección actividad barrial



Elaborado por: Josué Silva

Para la página de actividad barrial se sugiere actualizar dependiendo de la actividad barrial que se realice y según la programación de las sesiones barriales.

Figura 46. Sección zona comercial

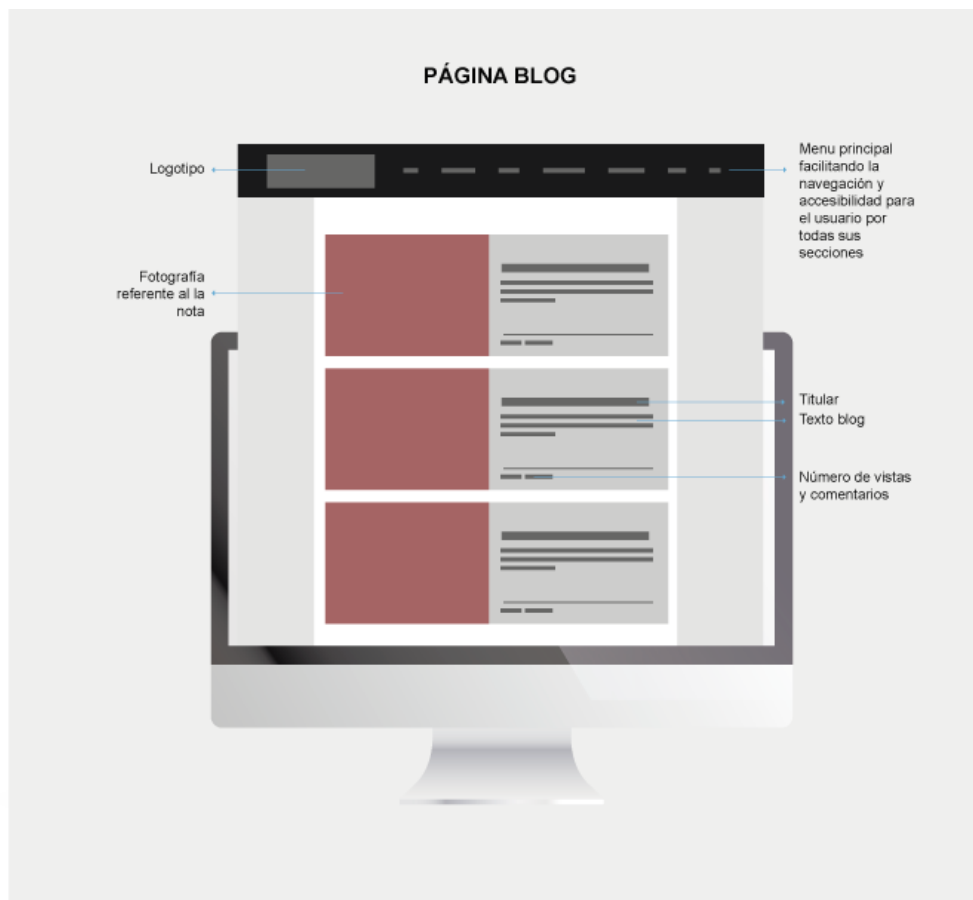


Elaborado por: Josué Silva

En la zona comercial el usuario hará un registro con el tendrá la oportunidad de aparecer en la página dando a conocer su producto o servicio. Según el registro de

usuarios en esta sección se deberá actualizar e incluir a los mismos de acuerdo al tipo de producto o servicio que represente.

Figura 47. Sección blog



Elaborado por: Josué Silva

Se sugiere que este blog sea actualizado cada semana, tomando en cuenta que los temas a publicar deben ser fundamentados en las dimensiones del espacio público y su importancia e influencia en la sociedad para así fortalecer la página web.

Este trabajo se lo realizó tomando en cuenta las necesidades, sugerencias y la ayuda de los directivos del Frente Cultural Rumiñahui, al frente su director Luis Diaz y se hará la entrega de esta página web para que ellos lo gestionen y contraten el dominio y el hosting para que comience a entrar en funcionamiento.

CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo como objetivo investigar acerca del espacio público, sus dimensiones y la incidencia del Diseño Gráfico y la Comunicación Visual en el mismo, con lo cual se concluyó que El Diseño Gráfico y la Comunicación Visual son herramientas importantes que hacen posible trasladar al espacio público y todas sus dimensiones a un espacio virtual de manera efectiva.

Se concluyo que el Diseño Gráfico y la Comunicación Visual son herramientas importantes y útiles para afrontar la pandemia del covid 19 y cualquier emergencia futura ya que permiten trasladar a la virtualidad las actividades que se realizaban habitualmente de manera presencial en espacios físicos.

Este trabajo tuvo como objetivo diseñar una propuesta gráfica que ayude a la continuidad de las actividades del Frente Cultural Rumiñahui en medio de la pandemia del covid 19 y después de la misma, por cual se concluyó que la manera más idónea para hacerlo es mediante una página web que brinda una similar integración e interacción social a través de la virtualidad, permitiendo la continuidad de las actividades que se desarrollaban en el Frente Cultural Rumiñahui antes de la emergencia sanitaria.

RECOMENDACIONES

Se recomienda replicar este proyecto en otros barrios, haciendo de sus casas barriales no tan solo un espacio físico de debate político y esporádico, sino espacios que contengan contenido y actividades que aporten de manera sustancial a sus habitantes, desarrollando de manera eficaz las dimensiones del espacio público de forma virtual.

Se recomienda que una vez implementado el proyecto se haga un seguimiento del sitio web que dinamice al mismo con un plan de uso en función de sostener las dimensiones del espacio público a través de proyectos de vinculación o pasantías.

Se recomienda designar a alguien que alimente y actualice al sitio web con textos, noticias, fotografías, videos, nuevos interfaces de acuerdo a la necesidad que se presente en el momento a través de proyectos de vinculación o pasantías.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aramburu Otazu, M. (2008). Usos y significados del espacio público. *Arquitectura, Ciudad y entorno*, 3(8), 143-151. Recuperado el 28 de julio de 2020, de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/6586/ACE_8_SE_26.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- Berroeta Torres, H. (enero de 2012). *Barrio, espacio público y comunidad*. Recuperado el 28 de Julio de 2020, de Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona: https://www.academia.edu/5204214/Barrio_Espacio_P%C3%BAblico_y_Comunidad
- Cebrián Herreros, M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 1-17. Recuperado el 24 de Septiembre de 2020, de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110345A>
- Costa, J. (2012). Construcción y gestión estratégica de marca. *Revista Luciérnaga*, 4(8), 1-6. Recuperado el 04 de Septiembre de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5529533>
- Costa, J. (2014). Diseño de comunicación visual: el nuevo paradigma. *Grafica*, 2(4), 89-107. Recuperado el 26 de Marzo de 2020, de <https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v2-n4-costa>
- De Salas Nestares, M. I. (2010). Las redes sociales: de lo invasivo a lo consentido. *Icono* 14, 8(1), 1-10. Recuperado el 26 de Junio de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3301280>
- Galeano, E. C. (1997). *Modelos de comunicación*. Recuperado el 06 de Marzo de 2020, de https://issuu.com/monogatos/docs/modelos_de_comunicacion-ernesto_cesar_galeano

- Gamboa Samper, P. (2003). El sentido urbano del espacio público. *Bitácora*, 1(7), 1-6. Recuperado el 20 de Enero de 2020, de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/18775>
- García Vásquez, M. d. (2013). *Dimensiones del espacio publico*. Recuperado el 13 de Enero de 2020, de Facultad de Arquitectura Unam: <http://www.ub.edu/multigen/donapla/espacio1.pdf>
- Garriz, E. J., & Schroeder, R. V. (2014). *Dimensiones del espacio público y su importancia en el ambito urbano*. Recuperado el 25 de Mayo de 2020, de Universidad Nacional del Sur (Argentina): https://www.researchgate.net/publication/277332645_Dimensiones_del_espacio_publico_y_su_importancia_en_el_ambito_urbano
- Gonzales Mothelet, M. (2018). *Metodología del diseño*. Recuperado el 05 de Mayo de 2020, de Universidad de Londres: <https://es.scribd.com/document/385039743/Metodologia-Del-Diseno-Grafico>
- Gonzales, D., & Marcos, M. C. (2013). Responsive web design: diseño multidispositivo para mejorar la experiencia de usuario. *Bid*(31), 1-18. Recuperado el 27 de Septiembre de 2020, de http://bid.ub.edu/node/87/simplenews_statistics
- Grupo Spectus Zaragoza. (2008). Análisis creativo de la publicidad en los entornos virtuales. *Comunicar*, 16(31), 2-4. Recuperado el 26 de Junio de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4277331>
- Hernández García, J. (2013). Construcción social de espacio publico en barrios populares de Bogota. *Revista Invi*, 28(78), 1-38. Recuperado el 05 de Marzo de 2020, de <http://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/668>
- Ledesma Saucedo, R. (2006). *La Comunicación en los Ambientes Virtuales de Aprendizaje*. Recuperado el 25 de Mayo de 2020, de <https://www.repositorio.dfie.ipn.mx/pdf/1147.pdf>
- Munari, B. (2013). *Metodología proyectual*. Recuperado el 25 de Mayo de 2020, de https://www.academia.edu/27687847/Bruno_Munari

- Munari, B. (2016). *Como nacen los objetos*. Recuperado el 02 de 09 de 2020, de https://ggili.com/media/catalog/product/9/7/9788425228650_inside.pdf
- Municipio de Rumiñahui. (2020). *Oficio Nro GADMUR - DGT -2020-0551-0*. Sangolqui: Municipio de Rumiñahui.
- Otero, E. (2019). *Teorías de la comunicación*. Quito: Puce. Recuperado el 22 de Junio de 2020, de Biblioteca de comunicación 2: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eg_xDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=teoria+de+la+comunicaci%C3%B3n+.+otero&ots=27qhGTxxIB&sig=UVZPVi kuZH_PTZO5mJszkMB6AE8#v=onepage&q=teoria%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20.%20otero&f=false
- Sánchez Valencia, M. (2005). *Morfogenésis del objeto de uso;: la forma como hecho social de convivencia*. Recuperado el 28 de julio de 2020, de Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano: https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1926/pdf-morfogenesis_del_objeto_de_uso_-_pag.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Toral Tello, K., & Cevallos Villareal, D. I. (2017). *Modelo de gestión de uso de espacio público de casas barriales caso: parroquia La Magdalena, cantón Quito, provincia de Pichincha*. Recuperado el 20 de Enero de 2020, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/11083>
- Ugalde Binda, N., & Balbastre Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Ciencias Económicas*, 31(2), 179 -187. Recuperado el 28 de julio de 2020, de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730/11978>
- Universidad de Alicante. (2015). *Comunicación virtual*. Recuperado el 25 de Mayo de 2020, de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54704/4/ci2_basico_2015-16_Comunicacion_virtual.pdf

Veloz Arce, A. E. (2016). De la interfaz del usuario al responsive web design. *Auc-Revista de arquitectura*(37), 1-8. Recuperado el 26 de Septiembre de 2020, de <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-auc/index.php/auc-ucsg/article/view/8>

Zazo Moratalla, A., & Álvarez Agea, A. (2020). Ciudd Covid 19: una nueva inequidad en el espacio y el tiempo urbano. *Revista Urbano*(40), 1-6. Recuperado el 28 de Julio de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7449085>

Zecchento, V. (2002). *La danza de los signos*. Recuperado el 13 de Marzo de 2020, de Nociónes de semiótica general: https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=abya_yala

ANEXOS

Anexo No. 1

Tabla de selección de entrevistados

REQUISITOS	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3
Lleva tres años o más participando en las actividades del Frente Cultura Rumiñahui	SI	NO	SI
Ejerce un cargo actualmente en la directiva del barrio	SI	SI	SI
Conoce las actividades pasadas y actuales del Frente Cultural Rumiñahui	SI	SOLO ACTUALES	SI
Tiene contacto actualmente con los usuarios y profesores del Frente Cultural Rumiñahui	SI	NO	SI

Anexo No. 2

Entrevista a directivos del Frente Cultural Rumiñahui

Objetivo General

Entrevistar a la directiva del barrio San Sebastián sobre temas referentes al desarrollo, funcionamiento y características gráficas del Frente Cultural Rumiñahui para obtener datos relevantes que indiquen la necesidad de trasladar sus actividades a la virtualidad.

Entrevistados

Luis Diaz, presidente del barrio San Sebastián y director del Frente Cultural Rumiñahui

Jaqueline Betancourt, integrante del comité pro mejoras del barrio San Sebastián y coordinadora del Frente Cultural Rumiñahui.

Sección 1: Desarrollo

- 1.- *¿Cuál fue la necesidad que vieron para abrir el Frente Cultural Rumiñahui?*
- 2.- *¿A qué tiempo De haber iniciado la apropiación del espacio público iniciaron con los talleres?*
- 3.- *¿Ha aumentado la afluencia de público desde sus inicios hasta el día de hoy?*
- 4.- *¿Qué importancia tiene el Frente Cultural Rumiñahui en el barrio San Sebastián?*
- 5.- *¿Cómo el Frente Cultural Rumiñahui ha aportado al desarrollo cultural, político, económico y social del barrio San Sebastián?*

Sección 2: Funcionamiento

- 6.- *¿Por qué medios dan a conocer las actividades del Frente Cultural Rumiñahui?*
- 7.- *¿Cuál era la dinámica de los cursos por niveles, fijos, por semestres o variaban?*
- 8.- *¿Considera necesario continuar con la actividad del Frente Cultural Rumiñahui en medio de la emergencia sanitaria a través de un medio virtual? ¿si/no? ¿Porqué?*
- 9.- *¿Cuál es la necesidad actual que tiene el Frente Cultural Rumiñahui?*

Sección 3: Identificativo Gráfico

- 10.- *¿Cuenta con un logotipo que identifique al Centro Cultural Rumiñahui?*

11.- *¿Cuenta el Frente Cultural Rumiñahui con materiales gráficos como: una camiseta, una bandera, un eslogan, material publicitario, etc., que lo identifiquen?*

Anexo No. 3

Transcripción de la entrevista a Directivos del Frente Cultural Rumiñahui

Sección 1: Desarrollo

¿Cuál fue la necesidad que vieron para abrir el Frente Cultural Rumiñahui?

Luis Díaz: Nosotros vimos la necesidad, la directiva del barrio San Sebastián debido que la delincuencia estaba tomada en el barrio, en el sector del monumento a la resistencia principalmente, nace con la idea de trabajar con la comunidad y luego se va plasmando esta realidad en un nombre, todavía ahí no nos llamábamos Frente Cultural Rumiñahui. Nace como la apropiación del espacio público porque debíamos hacer peso contra la delincuencia, robos, asaltos, drogadicción y ahí nace la primera actividad que hacemos es la bailo terapia y no solamente con la participación de los moradores del barrio sino también con moradores de todo el cantón Rumiñahui, se empieza esta actividad como directiva del barrio San Sebastián y luego va creciendo la idea y vimos la necesidad de actividades `para niños y jóvenes porque estaban utilizando los tiempos libres en alcoholismo, drogadicción, consumo y venta de drogas, pandillas y ahí fue cuando sigue creciendo esa necesidad y fuimos creciendo con la respuesta a esas necesidades y se forma el taller de grafitis y muralismo y paralelamente también tuvimos un apoyo del concejo provincial y entramos en dialogo para realizar talleres de guitarra, batería, estampado.

¿A qué tiempo De haber iniciado la apropiación del espacio público iniciaron con los talleres?

Luis Díaz: Empezamos la actividad de bailo terapia por el 2014 y los talleres empezamos a finales del 2015, no teníamos el espacio adecuado y por eso eran dictados en la capilla de la dolorosa y la funeraria, dentro de la iglesia teníamos el taller de guitarra. Así mismo fueron creciendo los participantes y se dictó el taller de estampado y serigrafía

los cuales fueron un éxito en ese tiempo y hubo la participación de varios barrios del cantón.

¿Ha aumentado la afluencia de público desde sus inicios hasta el día de hoy?

Jaqueline Betancourt: Soy parte del comité pro mejoras del barrio San Sebastián, el sitio donde nosotros iniciamos la actividad es un sitio estratégico, porque es la confluencia y el punto de encuentro de todos los lugares a donde se distribuye toda la población dentro y fuera del cantón, ahí es la parada de buses de todas las cooperativas de transporte. Nosotros poco a poco hemos venido trabajando en este sector porque fuimos viendo la necesidad de recuperar estos espacios públicos y en la plaza del monumento a Rumiñahui era ocupado por los delincuentes, sin embargo hemos venido trabajando desde el 2014 iniciamos con la bailo terapia con un aproximado de 200 personas el primer día y se mantuvo durante todo un año y se mantuvo la actividad todo el año y no se ha bajado de 150 personas porque el horario era en la noche, era un proyecto que se quería copiar de Cuenca donde se daba bailo terapia en las noche y nos dio resultado. En ese espacio la gente empezó a salir y con la ayuda del municipio que nos dio los profesores para las noches.

Luego se vio la necesidad de tener una ocupación para los niños, jóvenes, incluso con las madres y es por eso que se dio talleres de manualidades, bisutería, belleza, pintado de uñas y algo muy interesante que de este taller muchas se pusieron un salón de arreglos de uñas y se generó unos mini emprendimientos. La cantidad de personas que oscilaban los talleres era un promedio 30 a 35 personas en cada clase y de esto hemos sacado una estadística que en nuestros talleres han pasado un promedio de 2000 personas que es una cantidad considerable y no solamente del Cantón Rumiñahui sino de parroquias como Pintag, Amaguaña, Conocoto incluso personas de Quito. Poco a poco la gente se ha ido empoderando y hemos visto la necesidad de sacar diversas actividades para la gente. Hemos tenido el apoyo del Concejo Provincial y nuestra visión es siempre utilizar la mano de obra local, nos referimos a que el Concejo Provincial pagaba un porcentaje a sus instructores.

El Frente Cultural Rumiñahui nace a través de la necesidad de tener un lineamiento de trabajo, de tener un objetivo, una aspiración, primeramente de trabajar en valores con

los niños como el respeto, la cordialidad, la responsabilidad, el sentimiento de la buena vecindad a través de sus padre donde vinieron poco a poco estudiantes especialmente le área de la música y danza esto nos ha ayudado a fortalecernos y abrimos otros espacios donde también tenemos una área importante la secretaria de gestión de riesgos en donde forma parte. En este tiempo de la pandemia hemos tenido que suspender los talleres y se queda pendiente un trabajo conjunto con el Concejo Provincial.

¿Qué importancia tiene el Frente Cultural Rumiñahui en el barrio San Sebastián?

Luis Diaz: El Frente Cultural Rumiñahui ha tomado un protagonismo importante en el barrio y no solo en el barrio sino también en el cantón Rumiñahui porque ha sido un pilar fundamental en la recuperación del buen vecino, los talleres nos permitió conocer la realidad social, económica, los valores de las familias, un acercamiento más profundo entre padre e hijos, y hubo muchos caso que hubo que el hijo venía a prender guitarra y el padre le acompañaba porque son niños y termino tocando junto con su hijo y ahora son representantes del cantón y ahora están haciendo música profesional entre padre e hijo, la madre también se integró al taller de danza, y se convirtió en un compartir de familia, ya no era solo un taller sino presentaciones familiares, y eso ayudaba mucho porque eran un pilar fundamental en ver cómo se puede manejar una familia sin necesidad de estar involucrados en malos hábitos. Por eso es muy importante el Frente Cultural Rumiñahui, también nos a permitido compartir musico de alto nivel como los Jayac, Quitus, Jutimuy, altos representantes de la música donde comparten sus conocimientos con niños y jóvenes que no tienen la capacidad de pagarse un instituto de música, y ellos trabajan para formar músicos profesionales.

¿Cómo el Frente Cultural Rumiñahui ha aportado al desarrollo cultural, político, económico y social del barrio San Sebastián?

Luis Diaz: Se forma también los talleres de grafitis, pinturas, de donde salieron representantes del cantón, de la provincia, y del Ecuador como Ricardo que ya fue a representar a Perú a Colombia, estuvo a punto de salir para México, pero por esta pandemia se detuvo el viaje. Por esta razón es muy importante el trabajo que se viene realizando porque a través de los talleres de bisutería, floristería, que se les dio a madres solteras eso le permitió generar una economía en el barrio, ya que no tenían un ingreso

económico y a través del Frente Cultural Rumiñahui se pudo gestionar varias ferias en conjunto con el Mies, el Concejo Provincial y el Municipio, entonces yo podría decir que no tiene un valor económico, no se puede valorar ese trabajo, solo sé que el Frente Cultural Rumiñahui ha sido un aporte fundamental para las madres solteras, en la gente que está necesitada, en los niños que no pueden pagarse un instituto, en los niños que se les rescata de las calles y se les ocupa en una actividad cultural.

Lo interesante del Frente Cultural Rumiñahui es que tenemos tres lemas: no drogas, no alcohol, no cigarrillos, si desean participar en los talleres, y estos lemas nos ha dado un resultado formidable en este trabajo.

Sección 2: Funcionamiento

¿Por qué medios dan a conocer las actividades del Frente Cultural Rumiñahui?

Jaqueline Betancourt: Para socializar o comunicar las actividades en el último tiempo creamos una página con la colaboración de nuestro vecino Santiago Quishpe se convirtió en la persona que nos ayudaba, anterior a eso solamente con publicaciones en las redes de cada uno de nosotros, pero más que toda la difusión se lo hizo a través del boca a boca y también de los escenarios y las presentaciones. Fuimos tomados en cuenta para abrir algunos eventos artísticos, también fuimos invitados a las fiestas de Cayambe a nombre del cantón Rumiñahui, a través de la Casa de la cultura y sus eventos, poco a poco empezó nuestra trayectoria y netamente a través de nuestro grupo de música tradicional Sinchillakta y de igual manera con el taller de danza Suyay. Esta trayectoria nos ha permitido darnos a conocer y creemos que la energía que la infunden los niños y las niñas que participan en este grupo es lo que llama la atención que nuestros chicos están recuperando nuestra música, que nuestra música es netamente tradicional, nacional y esto le mueve a la gente y al ser tocado por los chicos es muy bonito, se viene a conjugar una ilusión de verles a ellos y la esperanza que nuestras costumbres y tradiciones se sigan rescatando. No hemos tenido boletines de prensa, pero si entrevistas que nos han hecho, un video a través del canal 40 que salió en la televisión y las pocas veces que hemos podido difundir ha sido a través de la página web.

Lastimosamente no tenemos un presupuesto, todo lo que hemos realizado entre ellos 8 festivales ha sido por autogestión y ayuda del concejo Provincial entonces eso nos ha permitido dejar una marca a pesar de no tener nada pero ideológicamente, simbólicamente, internamente hemos logrado mucho, creo que la gente que entra la parte interna del monumento a Rumiñahui muy pocas veces va a querer salir porque hay una energía muy interesante que llama a seguir y a estar pendiente del compromiso que uno se tiene, talvez nosotros no veamos la situación positiva en nuestras generaciones pero si tenemos niños y niñas que están atrás nuestro siguiendo este proceso que ellos lo van a vivir y experimentar que la unión hace la fuerza y que si podemos nosotros hacer un cambio dentro de la sociedad.

¿Cuál era la dinámica de los cursos por niveles, fijos, por semestres o variaban?

Luis Diaz: Nosotros siempre iniciábamos los talleres, uno de los principales era el taller de música tradicional y es fijo, también de danza, guitarra, manualidades, floristería, chocolatería, eso va dirigido a las madres del hogar, también gestión de riesgos donde trabaja un grupo de profesionales en área médica, bomberos, policía, manejamos el áreas de pintura con los grafitis, casi todos esos cursos han sido constantes, el que más fuerza a tomado en estos tiempo es la música tradicional porque el hecho de estar en el monumento Rumiñahui era una responsabilidad nuestras rescatar la música tradicional. Los cursos que se dictan no se le ha negado a nadie desde niños hasta gente adulta, y los talentos que salen de los cursos son los que se integran al grupo de música y se presentan en los escenarios, y ese sería el siguiente nivel, no diríamos que tendríamos un nivel porque unas de las metas del grupo Sinchillakta es sacar los talentos del cantón Rumiñahui para el Ecuador y sacar talentos a nivel nacional e internacional, esa es la verdadera meta del Frente cultural Rumiñahui. En el área de grafitis ya tenemos nuestro representante Ricardo Aéreo que ya pudo salir a Colombia, Perú y estaba por viajar a México y esa es nuestra satisfacción que los niños y jóvenes están siguiendo marcando sus propias metas.

Luis Diaz:

¿Considera necesario continuar con la actividad del Frente Cultural Rumiñahui en medio de la emergencia sanitaria a través de un medio virtual? ¿si/no? ¿Porqué?

Jaqueline Betancourt: Por supuesto es importante continuar, más que todo es un compromiso social que lastimosamente las autoridades no lo han tomado en cuenta, pero nosotros ciudadanos tenemos la corresponsabilidad de crear estos espacios libres de violencia, saludables para el desarrollo de los niños y jóvenes y porque no llegar a una conjugación con el adulto mayor, ahí se aprende, son los saberes que ellos tienen y ellos chicos captan todo eso. Muchas veces los niños y jóvenes vienen muy retraídos, muy introvertidos, y realmente pararse en un escenario como este año que paso y se abrió el pregón de fiestas del cantón Rumiñahui donde los chicos tuvieron que pararse frente a 3000 personas muy pocos viven esa experiencia, y ellos han vencido todas las barreras porque existe la corresponsabilidad de los padre y es muy importante y estoy de acuerdo que se tiene que seguir con estas actividades, creo yo que el cambio que queremos hacerlo hemos empezado en nosotros primero, porque si no cambio yo no voy a pedir el cambio al resto, nos hemos convertido en un barrio muy propositivo en un espacio que propone algo positivo para el cambio y por eso es importante aliarnos, trabajar en equipo y mucho más importante caminar de la mano en este tiempo de pandemia que la lección aprendida es volver a la esencia del ser humano, a la esencia de lo que uno es, para poder transmitir a nuestros hijos y compartir con los vecinos. Considero muy importante continuar con estos espacios y seguirnos abriendo buscando la ayuda y la autogestión de diferentes situaciones, al conseguir una plataforma para que nuestros chicos continúen con esto sería el éxito, no lo veo imposible, lo veo un poco complicado, pero no imposible, y a través de la academia es importante contar con ese aliento de poder trabajar en conjunto porque todos hacemos una sociedad.

¿Cuál es la necesidad actual que tiene el Frente Cultural Rumiñahui?

Luis Diaz: Pienso que en este instante es fundamental tener una plataforma virtual, esa herramienta estamos necesitando porque no podemos activarnos físicamente con los talleres, pero si la tuviésemos fuese un éxito porque podríamos activar todos los talleres a través de este medio hasta que disminuya esta pandemia que estamos viviendo a nivel mundial. La plataforma virtual con su respectiva capacitación es muy fundamental.

Sección 3: Identificativo Gráfico

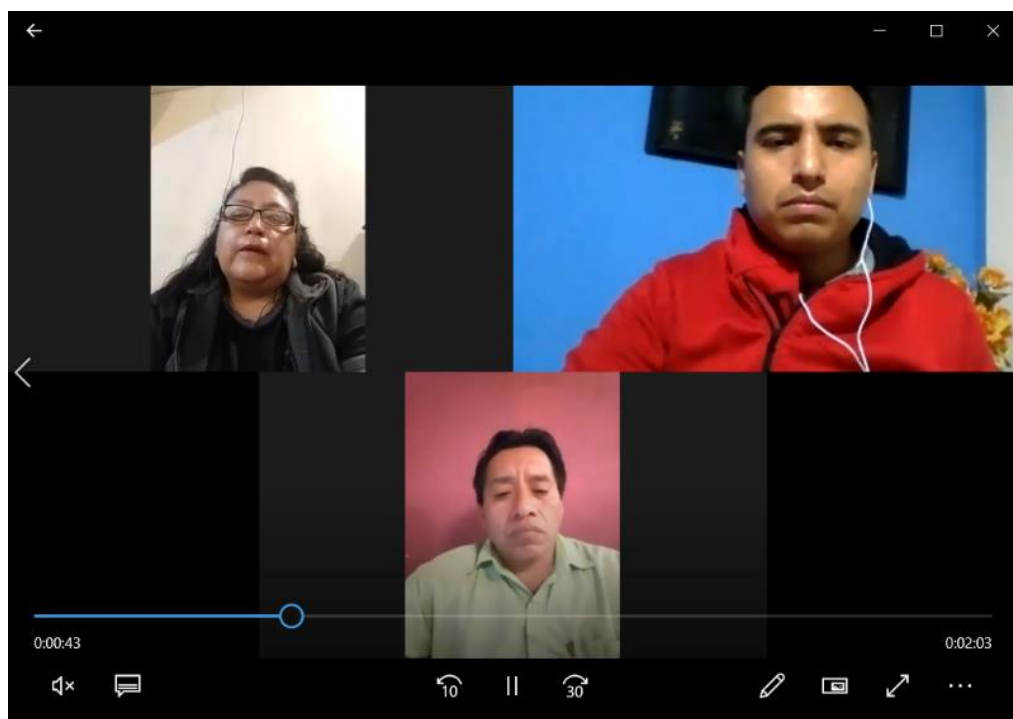
¿Cuenta con un logotipo que identifique al Centro Cultural Rumiñahui?

Luis Diaz: Nosotros hemos tenido un aporte fundamental de los jóvenes y niños, y dentro de eso tenemos jóvenes profesionales en periodismo y publicidad, uno de ellos es Santiago Quishpe quien nos donó la página web y el logotipo que está enmarcado en lo tradicional del cantón Rumiñahui como el maíz, los trajes, la belleza de la mujer, los instrumentos tradicionales como el rondador, instrumentos que se identifican con Latinoamérica, todo eso quisimos plasmar en el logotipo y está ahí cada una de las figuras también el diablo huma, el danzante, las tradiciones, por supuesto que en la actualidad se ha perdido por el crecimiento de la urbe pero nuestras raíces jamás van a morir a través del sentimiento mismo como le monumento a Rumiñahui diseñado por el gran maestro Oswaldo Guayasamín.

¿Cuenta el Frente Cultural Rumiñahui con materiales gráficos como: una camiseta, una bandera, un eslogan, material publicitario, etc., que lo identifiquen?

Luis Diaz: Eso es lo que tenemos actualmente, no tenemos todavía, camisetas, una bandera o específicamente los colores, nuestros colores están marcados por los colores del cantón el blanco y celeste, pero hay otros colores que nos identifican a nosotros como Frente Cultural y tenemos todavía que trabajar en eso y estamos seguros a donde queremos llegar.

Jaqueline Betancourt: Una parte importante y representativo del Frente Cultural Rumiñahui es el lugar donde se encuentra que es el Monumento a la Resistencia donde hay un dato que casi nadie lo conoce y es que la plaza donde se encuentra el monumento es llena de baldosas de color rojo que representa la sangre de nuestros indígenas cuando fueron conquistados y resistieron a esa tiranía y es así como el color rojo de la plaza cobra gran valor simbólico.



Anexo No. 4

Cuestionario de encuesta a profesores y usuarios del Frente Cultural Rumiñahui

Objetivo de la encuesta: obtener información de los profesores y usuarios del Frente Cultural Rumiñahui con un nivel de precisión alto que nos lleve a una posible solución del problema.

Encuesta a profesores “Frente Cultural Rumiñahui”

1.- ¿Cuántos días a la semana dictaba clase?

1 2 3 4 5

2.- Dictar clases en el Frente Cultural Rumiñahui representaba en sus ingresos económicos el:

100 75 % 50 % 25 % 10 % 0 %

3.- Los cursos dictados tenían una duración de:

Una semana Un mes Dos meses Tres meses Seis meses

4.- ¿Cuánto tiempo antes del inicio de un curso o taller se empezaba la promoción?

Una semana antes Dos semanas antes Un mes antes Tres meses antes
Nunca

5.- ¿Cuántas personas promedio se inscribían en su curso?

De 0 a 10 de 11 a 20 de 21 a 30 de 31 a 40 de 41 a 50

6.- ¿Cuántas personas en promedio terminaban el curso o taller?

El 100% el 75% el 50% el 25% el 10%

7.- ¿A través de que medio se promocionan lo cursos

Redes Sociales

WhatsApp

Página Web

Boca a boca Material impreso

8.- ¿Cuántos cursos al año usted ha dictado en el Frente Cultural Rumiñahui?

1 2 3 4 5 más de 5

9.- ¿Dentro de que área se encuentra los cursos que usted dicta en el Frente Cultural Rumiñahui?

Artes (música, danza, escritura, oratoria, serigrafía, grafitis)

Gestión de negocios /Emprendimientos (chocolatería, pintura en uñas)

Artesanía y manualidades

Gestión de riesgos

Gestión cultural

Otros

10.- ¿Ha recibido capacitación en el Frente Cultural Rumiñahui para publicitar su curso?

Sí No

11.- ¿En que necesitaría capacitación para reintegrarse a la actividad en el Frente?

Redes sociales Página Web Zoom Aplicaciones móviles

12.- ¿Qué tipo de identificativo gráfico propio para su taller o curso?

Logotipo Nombre Color Imagen/Dibujo Ninguno

13.- ¿Cree usted que sus estudiantes identifican al curso con el identificador que usted menciona?

Sí No

14.- ¿Considera que es importante tener un identificador gráfico para sus cursos?

Si No

15.- Si respondió que SI, ¿para qué cree que esto le serviría?

Difusión de publicidad

Identificación del grupo

Generar sentido de pertenencia

Fidelizar el curso

16.- ¿Como ha ayudado el trabajar en el Frente Cultural Rumiñahui?

Superación profesional

Crecimiento de mi economía

Superación personal

17.- ¿Como cree que sus talleres han ayudado a la comunidad?

Desarrollo cultural

Desarrollo económico

Prevención de problemas sociales

Visualización del barrio San Sebastián

18.- ¿Porque cree que es importante continuar con los talleres en el Frente Cultural Rumiñahui?

Reactivación económica

Por medio del arte la gente se vuelve más humana

Aleja a las personas de problemas como drogadicción, alcoholismo, delincuencia

Aporta a que la gente no olvide sus raíces

19.- ¿Como cree usted que su curso ha cambiado la dinámica social en el barrio San Sebastián?

Es un barrio más seguro

Es un barrio con más identidad cultural

Es un barrio más unido entre sus habitantes

Es un barrio más organizado

20.- ¿Como reconoce usted al Frente Cultura Rumiñahui?

Nombre

Logotipo

Grafica/Dibujo

Colores

Lugar donde se ubica

Ninguno

21.- Si usted tuviera que ponerle colores al Frente Rumiñahui cuales serían:

Dorado y rojo

Blanco y celeste

Amarillo y celeste

Rojo y celeste

22.- ¿Cuál cree que sería la forma más adecuada para continuar con las actividades del Frente Cultural Rumiñahui durante la emergencia sanitaria?

Presencial

Semipresencial

Virtual

23.- ¿A qué plataforma accede más?

Google

Redes Sociales

Facebook

Aplicaciones

Otros

24.- Se conecta a internet desde:

Celular

Computadora

Celular y computadora

Encuesta a usuarios del Frente Cultural Rumiñahui

1.- ¿En qué rango de edad te encuentras?

De 8 a 12 de 13 a 17 de 18 a 23 de 24 a 30 de 31 a 40 más de 41

2.- ¿Hace cuánto tiempo asistes a los cursos del Frente Cultural Rumiñahui?

Menos de 1 año

Desde hace 1 años

Desde hace 2 años

Desde hace 3 años

Desde sus inicios

3.- ¿Considera que es importante tener un identificativo grafico (logotipo, color, imagen) para los cursos o talleres?

Sí

No

4.- ¿Como crees que ha cambiado el barrio desde que se dictan cursos en el Frente Cultural Rumiñahui?

Hay menos delincuencia

Es un barrio donde el arte y la cultura tienen un rol más visible que antes

Es un barrio más organizado

Desconozco, pertenezco a otro barrio

5.- ¿Como crees que los cursos dictados en el Frente Cultural Rumiñahui han aportado a tu desarrollo personal?

Me ha ayudado a disipar la mente y a hacer buen uso del tiempo libre

Inicie un emprendimiento después del curso

He desarrollado destrezas y talentos

Inicie mi carrera artística

6.- ¿Como reconoces al Frente Cultura Rumiñahui?

Por su nombre

Logotipo

Grafica/Dibujo

Colores

Lugar donde se ubica

Ninguno

7.- Si tuvieras que ponerle colores al Frente Cultural Rumiñahui cuales serían:

Dorado y rojo

Blanco y celeste,

Amarillo y celeste

Rojo y celeste

8.- ¿Cuáles son los símbolos que relacionas con el Frente Cultural Rumiñahui?

Monumento a Rumiñahui

Instrumentos tradicionales de música

Vestimenta tradicional de danza

Plaza de la resistencia

Cursos y talleres

Todos los anteriores

9.- ¿De qué forma te gustaría continuar con las actividades del Frente Cultural Rumiñahui durante la emergencia sanitaria?

Presencial

Semipresencial

Virtual

10.- ¿Como te gustaría volver a contactarte con tus compañeros y profesores de los cursos y talleres del Frente Cultural Rumiñahui?

Redes sociales

Página web

Zoom

Aplicación móvil

11.- ¿Que le gustaría que contenga el espacio virtual del Frente Cultural Rumiñahui?

Espacio de interacción en tiempo real

Espacio de exhibición de los trabajos

Foros de discusión

Poder grabar las clases

Un espacio de contacto con el profesor para responder preguntas

Espacio de actividades sociales

Otros

12.- ¿Cuántos días a la semana accedes a internet?

Todos los días

4 días a la semana

3 días a la semana

2 días a la semana

1 día a la semana

Nunca

13.- ¿A qué plataformas accedes más?

Google Redes sociales Facebook Aplicaciones
móviles

14.- Te conectas a internet desde:

Celular Computadora Celular y computadora

Anexo No. 5

Link de encuesta realizada a profesores y usuarios del Frente Cultural Rumiñahui mediante Google Forms.

Profesores

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdU29zYSXmgNUniqY9uIOSUGchezXR VqUr10aV7o1fHDYeFUQ/viewform?usp=sf_link

Link de respuestas:

https://docs.google.com/forms/d/13MO0W8Y4_A2tO2vQNeQB2UbbShQHk1VWbcvbur u7TZk/edit#responses

Usuarios

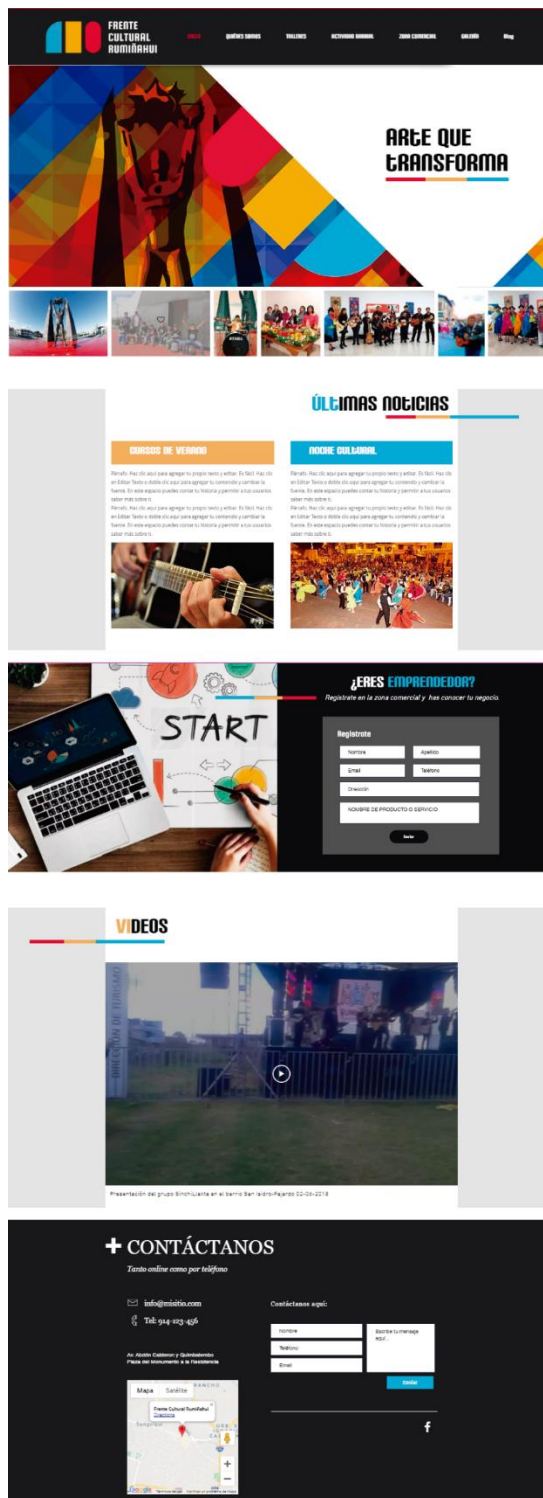
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfxBnva8VJC8twBFOCPg0lwyyDYyW0x q3SpXwm7mFpwx0A3w/viewform?usp=sf_link

Link de respuestas:

https://docs.google.com/forms/d/1FLuEmjtzaahjNe_cTRnVdvSQKXEzhJka2K8OR2SqB Ys/edit#responses

Anexo No. 6

Interfaces de la página web del Frente Cultural Rumiñahui



FRENTE CULTURAL RUMIÑAHUI

[INICIO](#)
[QUÉNES SOMOS](#)
[TALLERES](#)
[ACTIVIDAD BARRIAL](#)
[ZONA COMERCIAL](#)
[Blog](#)

visión

Contribuir al desarrollo socio-cultural del barrio San Sebastián y Cantón Rumiñahui en general, para que los niños, jóvenes y adultos participen en las diversas actividades organizadas y así favorecer el respeto, la comprensión y la aceptación entre los moradores del barrio y combatir los problemas sociales del sector.

misión

Crear y mantener un espacio independiente, para promover actividades que contribuyan al desarrollo socio-cultural del barrio San Sebastián y la sociedad en general.



+ CONTÁCTANOS

Tanto online como por teléfono

info@misitio.com

Tel: 914-123-456

Av. Abdón Calderón y Quimbalembó
Plaza del Monumento a la Resistencia






FRENTE CULTURAL RUMIÑAHUI


[INICIO](#)
[QUÉNES SOMOS](#)
[TALLERES](#)
[ACTIVIDAD BARRIAL](#)
[ZONA COMERCIAL](#)
[Blog](#)

NUESTROS PROFESORES


Te invitamos a conocerlos




Profesor 1




Profesor 2




Profesor 3



Profesor 4



profesor 5



Profesor 6

FRENTE CULTURAL RUMIÑAHUI

[Inicio](#)
[Quiénes Somos](#)
[Talleres](#)
[Actividad Anual](#)
[Zona Comercial](#)
[Blog](#)

TALLERES

Te ofrecemos una amplia variedad en talleres donde podrás desarrollar tus habilidades y destrezas.

ELIGE EL QUE MÁS TE GUSTE



+ CONTÁCTANOS

Tanto online como por teléfono

✉ info@misitio.com

☎ Tel: 914-123-456

Av. Abadón Caltlán y Quimbambuco
Plaza del Monumento a la Resistencia



FRENTE CULTURAL RUMIÑAHUI

[Inicio](#)
[Quiénes Somos](#)
[Talleres](#)
[Actividad Anual](#)
[Zona Comercial](#)
[Galería](#)
[Blog](#)

ARTE



GUITARRA

Párrafo. Haz clic aquí para agregar tu propio texto y editar. Es fácil. Haz clic en Editar Texto o doble clic aquí para agregar tu contenido y cambiar la fuente. En este espacio puedes contar tu historia y permitir a tus usuarios saber más sobre ti.

DESCRIPCIÓN
IMAGEN A CLASE
RECURSOS DE CLASE



DANZA

Párrafo. Haz clic aquí para agregar tu propio texto y editar. Es fácil. Haz clic en Editar Texto o doble clic aquí para agregar tu contenido y cambiar la fuente. En este espacio puedes contar tu historia y permitir a tus usuarios saber más sobre ti.


DESCRIPCIÓN
IMAGEN A CLASE
RECURSOS DE CLASE



GRAFICIS

Párrafo. Haz clic aquí para agregar tu propio texto y editar. Es fácil. Haz clic en Editar Texto o doble clic aquí para agregar tu contenido y cambiar la fuente. En este espacio puedes contar tu historia y permitir a tus usuarios saber más sobre ti.

DESCRIPCIÓN
IMAGEN A CLASE
RECURSOS DE CLASE



FRENTE CULTURAL RUMIÑAHUI

[INICIO](#)
[QUIÉNES SOMOS](#)
[TALLERES](#)
[ACTIVIDAD BARRIAL](#)
[ZONA COMERCIAL](#)
[Blog](#)

SESIÓN GENERAL

octubre 2020 hoy


lun.	mar.	mié.	jue.	vie.	sáb.	dom.
5	6	7	8	9	10	11

No hay eventos en este día

TEMAS A TRATAR

- Seguridad
- Actividad pos cuarentena
- Medidas de bio-seguridad

[INGRESAR](#)




FRENTE CULTURAL RUMIÑAHUI

[INICIO](#)
[QUIÉNES SOMOS](#)
[TALLERES](#)
[ACTIVIDAD BARRIAL](#)
[ZONA COMERCIAL](#)
[Blog](#)

SUGERENCIAS

Nos encanta saber lo que piensas, por eso te brindamos este espacio donde podrás escribir tus sugerencias.

Llena el siguiente formulario: 

Nombre	Apellido
Email	Teléfono
Dirección	
Escribe tu sugerencia	

[Enviar](#)

FRENTE CULTURAL RUMIHUASI | INICIO | QUIÉREMS SOMOS | TALLERES | ACTIVIDAD ANUAL | **ZONA COMERCIAL** | Blog

ZONA COMERCIAL

Queremos reactivar la economía!!!

Se parte de la zona comercial donde podrás dar a conocer tu producto o servicio registrándote en el siguiente formulario.

REGISTRATE

Nombre Apellido

Email Teléfono

Dirección

NOMBRE DE PRODUCTO O SERVICIO

+ CONTÁCTANOS
Tanto online como por teléfono

✉ info@misitio.com
☎ Tel: 914-123-456

Av. Adán Cabelero y Quimbambuco
Plaza del Monumento a la Resistencia

f

FRENTE CULTURAL RUMIHUASI | INICIO | QUIÉREMS SOMOS | TALLERES | ACTIVIDAD ANUAL | **ZONA COMERCIAL** | **COMIDA** | Blog

ZONA COMERCIAL

COMIDA

BOVEN FRODO
Tortitas con hornado

Av. Adán Cabelero y Rocafuerte
996423205 / 996423428
SERVICIO A DOMICILIO

EL GORDO
Pinchos y Parrilladas

Av. Adán Cabelero y Rocafuerte
996423205 / 996423428
SERVICIO A DOMICILIO

PERICHOS
Pizzas gigantes

Av. Adán Cabelero y Rocafuerte
996423205 / 996423428
SERVICIO A DOMICILIO

POSTRES

PAISA
Helados de paiza

Av. Adán Cabelero y Rocafuerte
996423205 / 996423428
SERVICIO A DOMICILIO

SWEETS
Pastes tradicionales

Av. Adán Cabelero y Rocafuerte
996423205 / 996423428
SERVICIO A DOMICILIO

DONUTS
Deliciosas donas


Av. Adán Cabelero y Rocafuerte
996423205 / 996423428
SERVICIO A DOMICILIO

+ CONTÁCTANOS
Tanto online como por teléfono


✉ info@misitio.com
☎ Tel: 914-123-456

Av. Adán Cabelero y Quimbambuco
Plaza del Monumento a la Resistencia

f


FRENTE CULTURAL RUMIÑAHUI
INICIO
QUIÉNES SOMOS
TALLERES
ACTIVIDAD BARRIAL
ZONA COMERCIAL
Blog

Todas las entradas Inicia sesión/ Regístrate




E Elias Josue Silva Andrade ago 31 · 2 min.

Arte como medio de transformación social

Las condiciones que hacen del arte una potente herramienta de transmisión de valores, son en primer lugar; que se trata de un lenguaje un...

15 vistas · 0 comentarios ♥




E Elias Josue Silva Andrade ago 31 · 4 min.

¿Emprender en tiempos de COVID-19?

Emprender es una aventura que con el tiempo y gracias a los avances de la tecnología ha sido cada vez más fácil de afrontar (o al menos c...

0 vistas · 0 comentarios ♥



E Elias Josue Silva Andrade ago 31 · 4 min.

Espacio público: Ideas para revitalizar los barrios el día después de la COVID-19

Alrededor de mil millones de personas en el mundo residen en asentamientos informales donde es difícil suplir sus necesidades fundamental...


2 vistas · 0 comentarios ♥

Link de la página web

<https://josuesa88.wixsite.com/fcr-definitivo>

Anexo No. 7

Documentos oficiales del Municipio de Rumiñahui



Rumiñahui
GOBIERNO MUNICIPAL

Oficio Nro. GADMUR-DGT-2020-0551-O
Sangolquí, 22 de enero de 2020

Asunto: SOLICITA INFORMACION SOBRE NUMERO DE BARRIOS,CASA BARRIALES,ESPACIOS QUE SE USAN Y CENTROS CULTURALES PARA PROCESO DE REALIZACION DE TESIS DE TITULACION DE LA UNIVERSIDAD METROPOLITANA

Estudiante
Elias Josue Silva Andrade
UNIVERSIDAD METROPOLITANA

De mi consideración:

En respuesta al Documento No. GADMUR-SG-2020-0547-E de 08 de enero de 2020, mediante el cual solicitó información acerca de los barrios, casa, centros barriales y culturales del cantón.

Al respecto remito los datos aproximados que reposan dentro de la Institución, debido a que muchos barrios no presentan su documentación correspondiente.

Nº DE BARRIOS	CASA COMUNALES	OCUPACIÓN
96	31	100%
Distribuidos por zonas 1-2-3 de 18 y 19 barrios c/u 1. Céntrico 2. Apartados. 3. Distantes. Existen en total 56	Zona 1. existen 15 Zona 2. existen 8 Zona 3. existen 8 Cabe mencionar que son conocidos hoy como Aulas de Capacitación Comunitaria	100%
<u>Parroquias Urbanas.</u> San Rafael existen 4. San Pedro de Taboada existen 8. Fajardo existen 6. <u>Parroquias Rurales.</u> Rumipamba existen 6. Cotogchoa existen 15.	Las Casas barriales en la zona rural lo realizan mediante mingas por la comunidad muchas no se encuentran registradas.	Su uso lo realiza los moradores del sector previa autorización de sus directivas.
Cabe Manifestar Que los barrios están siendo subdivididos se debe aprobar su ordenanza para evitar que siga sucediendo.		

Municipio de Rumiñahui
Montañar 251 y Espejo
2 998 300 ext. 2034
www.rumiñahui.gub.ec



Oficio Nro. GADMUR-DGT-2020-0551-O

Sangolquí, 22 de enero de 2020

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Arq. Nelson Abdon Calderon Andrade

DIRECTOR DE GESTIÓN TERRITORIAL

Referencias:

- GADMUR-SG-2020-0547-E

Anexos:

- TR 0547.pdf

mg



Memorando Nro. GADMUR-DECDR-2020-0059-M

Sangolquí, 14 de enero de 2020

PARA: Sr. Arq. Nelson Abdon Calderon Andrade
Director de Gestión Territorial

ASUNTO: Atención a requerimientos solicitados por estudiante universitario.

De acuerdo a lo solicitado en el Memorando No, GADMUR-DGT-2020-0149-M, relacionado con información requerida por el señor Elías Josué Silva Andrade, estudiante de la Universidad Metropolitana, carrera de Diseño Gráfico, me permito informar lo siguiente:

1. Los tres primeros requerimientos, de acuerdo a la competencia le proporcionará la Dirección de Participación Ciudadana.
2. Con relación a la existencia de centros culturales cabe señalar que se cuenta con los siguientes centros municipales y barriales:
 - Centro Cultural "Eduardo Kingman"
 - Centro de Convenciones "San Sebastián"
 - Centro Cultural San Sebastián
 - **BARRIAL:** Centro Cultural MAAC, de Rumiloma

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Mgs. Miguel Eduardo Palacios Varas
DIRECTOR DE EDUCACIÓN, CULTURA, Y DEPORTES

Referencias:
- GADMUR-DGT-2020-0149-M

Anexos:
- GADMUR-SG-2020-0547-E.pdf

nh