



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Diseño Gráfico y Multimedia

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Tema:

“La ilustración como herramienta clave para la educación en el reconocimiento de los valores dentro del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial 2020-2021”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en Diseño Gráfico y Multimedia

Autor:

Zuleyca Jazmín Basurto Suárez

Tutor:

Lcda. Evelyn Lucas Proaño

Guayaquil - Ecuador

2020 - 2021



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN
PROFESIONAL, ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

CARRERA:

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“LA ILUSTRACIÓN COMO HERRAMIENTA CLAVE PARA LA EDUCACIÓN EN
EL RECONOCIMIENTO DE LOS VALORES DENTRO DEL INSTITUTO
SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL
ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL DEL PERIODO 2020-2021”

REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO (A)
EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

AUTOR (A):

BASURTO SUÁREZ ZULEYCA JAZMÍN

TUTOR:

LCDA. EVELYN LUCAS PROAÑO
GUAYAQUIL - ECUADOR

2020-2021

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, Zuleyca Jazmín Basurto Suárez, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de Titulación, válido para optar por el Título de Tecnólogo (a) en Diseño Gráfico y Multimedia, titulado: **“La ilustración como herramienta clave para la educación en el reconocimiento de los valores dentro del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial 2020-2021”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....

Zuleyca Jazmín Basurto Suárez

C.C: 0942841529

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Lcda. Evelyn Lucas Proaño, en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Diseño Gráfico y Multimedia, cuyo tema es: **“La ilustración como herramienta clave para la educación en el reconocimiento de los valores dentro del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial 2020-2021”**, fue elaborado por la Srta. Zuleyca Jazmín Basurto Suárez, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional y Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....
Lcda. Evelyn Lucas Proaño.
Licenciada en Diseño Gráfico
Tutora de Trabajo de Titulación

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto de tesis a mi Dios todo poderoso, quien me ha dado las fuerzas necesarias para avanzar y me ha permitido llegar hasta el final, a mi familia que me ha guiado con sabiduría en cada paso.

Le dedico este trabajo especialmente a mi madre que siempre me apoyó, y le doy gracias siempre por haber tenido paciencia y confianza de que lograría alcanzar mis metas.

Y a mis abuelitos que han sido mi mayor motivación para nunca rendirme a pesar de las adversidades.

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a mi familia y maestros que me han guiado en lo que más he necesitado. Doy gracias a mi esposo que siempre me apoyó en todo momento. Y quedo totalmente agradecida con el instituto por haber sido mi segundo hogar durante este recorrido hasta culminar mis metas.

INDICE CONTENIDOS

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTOS	IV
RESUMEN	XII
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN	6
1.1. MARCO HISTÓRICO	6
1.1.1. Historia del Diseño Gráfico	6
1.1.2. Historia del Diseño Publicitario	6
1.1.3. Historia del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial	7
1.1.4. Historia de los Valores	7
1.1.5. Historia de la Ilustración	8
1.2. MARCO TEÓRICO	10
1.2.1. Comunicación Visual	10
1.2.2. Diseño	10
1.3. MARCO CONCEPTUAL	12
1.3.1. Diseño Gráfico	12
1.3.3. Elementos base del Diseño Gráfico	12
1.3.4. Mensaje	14
1.3.5. Destinatario	14
1.4. MARCO JURÍDICO	15
1.4.1. Constitución de la República del Ecuador	15
1.4.2. Ley de Propiedad Intelectual	17
CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA	19

2.1. Tipos de Investigación	19
2.1.1. Descriptiva	19
2.1.2. Explicativa	19
2.2. Métodos de Investigación	20
2.2.1. Métodos Teóricos	20
2.2.2. Métodos Empíricos	22
2.2.3. Métodos Estadísticos	23
2.2.4. Muestra	23
2.3. Tipos de Enfoque	23
2.3.1. Enfoque Cualitativo	23
2.3.2. Enfoque Cuantitativo	24
2.4. Técnicas de Recolección de datos	24
Observación	24
Entrevista	24
Encuesta	24
2.5. Método Estadístico	24
2.5.1. Universo	24
2.5.2. Muestra	25
2.6. Análisis de los resultados de encuesta	26
2.7. Análisis de los resultados de entrevista a personal académico	29
2.8. Herramientas de análisis	31
CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	34
3.1. Título de la Propuesta	34
3.2. Objetivo de la Propuesta	34
3.3. Descripción de la Propuesta	35
3.3.1. Fase 1: Planteamiento de la Idea	35
3.3.2. Fase 2: Producción	40

3.3.3. Fase 3: Implementación	42
3.3.4. Factibilidad	42
3.5. Resultados esperados de la aplicación de la propuesta	43
CONCLUSIONES	44
RECOMENDACIONES.....	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
Bibliografía	46

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	43
---------------	----

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	26
Gráfico 2	27
Gráfico 3	27
Gráfico 4	28
Gráfico 5	28
Gráfico 6	29

INDICE DE IMÁGENES

Figura 1. Tabla de colores	39
----------------------------------	----

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Diseño de entrevista al personal del Instituto.	49
Anexo 2. Diseño de encuesta a estudiantes	50
Anexo 3. Resultado de la muestra obtenida.....	52
Anexo 4. Boceto del cómic digital	52
Anexo 5. Forma de la página	56
Anexo 6. Tipografía Títulos - Tahoma	57
Anexo 7. Tipografía contenido interno – Segoe Print	58
Anexo 8. Color.....	59
Anexo 9. Software Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	60
Anexo 10. Maquetación.....	61
Anexo 11. Mockup Cómic Digital.....	61
Anexo 12. Encuesta a Estudiantes	62

RESUMEN

Se dice que, los valores son unos de los pilares fundamentales para una buena comunicación y para formar una buena relación entre todos. Para poder promover su práctica entre los jóvenes, es necesario saber llegar a ellos. Sin embargo, en la actualidad estamos en una sociedad en la cual muchas personas e instituciones se olvidan o hacen de lado algo tan importante como es practicar los valores, lo que está creando un déficit de cordialidad y buenos modales entre todos. Para que este buen hábito prevalezca es necesario que aumente el número de personas e instituciones que tomen medidas sobre aquello. El objetivo de este proyecto es determinar cómo el uso de ilustraciones puede ayudar al aumento de interés por parte de los jóvenes, para aprender y poner en práctica los valores. Teniendo esto en cuenta, se recomienda que las instituciones implementen nuevas maneras de llegar a ellos, la tecnología es algo que usamos diariamente, lo cual nos permite crear mensajes por medio de ilustraciones y compartirla en las redes sociales, el cual es un medio muy utilizado no solo por los jóvenes, sino también por adultos.

ABSTRACT

It is said that values are one of the fundamental pillars for good communication and for forming a good relationship between all. In order to promote their practice among young people, it is necessary to know how to reach them. However, we are currently in a society in which many people and institutions forget or ignore something as important as practicing values, which is creating a deficit of cordiality and good manners among all. For this good habit to prevail, it is necessary to increase the number of people and institutions that take action on that. The objective of this project is to determine how the use of illustrations can help increase the interest of young people to learn and put values into practice. With this in mind, it is recommended that institutions implement new ways to reach them, technology is something we use daily, which allows us to create messages through illustrations and share it on social networks, which is a widely used medium not only for young people, but also for adults.

INTRODUCCIÓN

La presente tesina se basa en la línea de investigación Las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y el diseño gráfico, y está dirigida a la empresa Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, que se encuentra ubicada en Tungurahua 705 entre Vélez y Luque en la ciudad de Guayaquil.

La formación de los estudiantes necesita tener como base para su desarrollo personal y profesional, más información y práctica acerca de los valores, viendo así su efecto positivo sobre los demás.

(Leonor Arfuch, 1997) Acota que:

“La reflexión sobre el lugar del diseño en la sociedad contemporánea se enfrenta con una situación paradójica: por un lado, la certeza de que se trata de una configuración simbólica cuya pregnancia en los objetos, la imagen del mundo que nos rodea y hasta el hábito de nuestra percepción es, como la biblioteca borgeana, ilimitada y periódica”

“Otra cuestión que insiste en diversos discursos es la relación entre la especificidad del diseño y el conjunto de las prácticas sociales, la comunicación y la cultura. A partir de un relativo consenso sobre su mutua implicación, no aparece, sin embargo, con claridad el grado que asume esa interdependencia, la impronta que dejan los fenómenos de época no sólo aquellos identificables con la lógica de mercado e inversamente, el protagonismo del diseño respecto de aquellos.” (Leonor Arfuch, 1997)

En base a esto, se puede decir que vivimos en una sociedad que se encuentra en constante evolución y aunque a diario se vean o realicen más cambios, nuestros principios y valores deben sobresalir ante todo, la educación y buenos modales deben perdurar ya que es aquello que nos caracteriza a cada uno de entre los demás.

“Para que las comunicaciones puedan afectar el conocimiento, las actitudes o el comportamiento de la gente, deben ser detectables, discriminables, atractivas, comprensibles y convincentes. Deben ser construidas sobre la base de un buen conocimiento de la percepción visual y de la psicología del conocimiento y la conducta, y considerando las preferencias personales, las habilidades intelectuales y el sistema de valores culturales del público al que se dirigen.” (Frascara, 2000)

Actualmente, el diseño en la tecnología se ha convertido en algo muy importante dentro de cualquier ámbito, el acceso a este medio de comunicación se hace mucho más fácil para los usuarios sin restricción de edades, las publicidades tienen más oportunidades de ser vistas cada día por más personas a nivel mundial, uno de los principales transmisores son las redes sociales, por esa razón influenciar a los estudiantes, profesores y colaboradores es más sencillo.

El uso correcto de las redes sociales y como sacar provecho de este medio casi indispensable para el ser humano es una base primordial, ya que nos ayuda y permite conocer lo que es bueno y lo malo, una de las mejores formas de transmitir buenos mensajes y los valores correctos, es por medio del impacto visual, con una ilustración que nos demuestre lo que está bien y está mal, visualmente el ser humano recepta el mensaje con mayor facilidad.

“Mientras que los principios básicos de percepción que determinan la detectabilidad y discriminabilidad de estímulos visuales son en gran medida universales, al menos en nuestro mundo industrializado, el poder de atracción de algo en particular es más dependiente de subculturas específicas (como lo es también la dimensión estética). Las estrategias y habilidades cognitivas y los valores culturales varían entre las personas de acuerdo con muchos factores, entre ellos el medio ambiente, la educación, las habilidades personales y la ocupación profesional. Es evidente, por lo tanto, que la producción de comunicaciones visuales no puede ignorar las características específicas del grupo elegido.” (Frascara, 2000)

Sin embargo, en la actualidad nos encontramos en una sociedad que está en constante evolución, y a pesar de todos los avances que se dan, nuestros valores y buenas costumbres siempre deben sobresalir en medio de todos esos cambios, la humildad y educación debe prevalecer siempre, ya que caracteriza a cada persona. Aunque, en esta época actual se encuentra vulnerable debido a los diversos fenómenos sociales como los medios de comunicación.

Por otra parte, las personas están privilegiadas de contar con la facultad que les permite aprender cosas nuevas, gracias a los nuevos medios de comunicación el diseño gráfico se ha convertido en una función primordial, ayudando a la sociedad a interactuar entre sí.

Es por esta razón que el presente proyecto de tesis está dirigido al Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, en el cual se ha logrado conocer como alumno de la institución, que existen personas que no cuentan con una buena cultura. Con el transcurso del tiempo se han ido perdiendo los valores y las buenas costumbres, lastimosamente no hay una mayor importancia sobre temas relacionados al uso de valores y menos aún entre compañeros, la información recibida por parte de los docentes es escasa.

Por esos motivos en base a la línea de investigación Las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y el Diseño Gráfico, el presente proyecto de creación de una herramienta tecnológica se lleva a cabo con la base principal que es el diseño como comunicación visual ya que nos permite transmitir mensajes de una manera más efectiva, siendo un medio de comunicación primordial para crear interacción y cambios entre alumnos, docentes y demás personal que pertenezca a dicha Institución.

Se llegó a la elección de este tema, ya que es una de las bases fundamentales que deben tener muy claro los estudiantes, al realizar las investigaciones pertinentes se llegó a la conclusión de que la información de este tema es escasa y a la vez ignorada.

Según (Barriga, 2006) acota que:

“La formación en valores es un tema que ha reclamado la atención de los especialistas en educación en los últimos años. Ante un deterioro generalizado de múltiples comportamientos que se observan a todos los niveles de la sociedad: agresiones entre grupos étnicos, manifestación de inconformidad social que va más allá de lo aceptable para una sana convivencia social, diversas formas de violencia real y simbólica en el trato entre personas, entre familiares y en el ámbito escolar”

En relación a lo antes mencionado, se debe recalcar que el uso de una herramienta tecnológica es para crear nuevas oportunidades a los alumnos, para aprender cosas nuevas e indispensables para su futuro, en la cual se podrá ir más a fondo con el tema de los valores, de este modo se pretende el aporte significativo por parte de los estudiantes a la sociedad. Con el presente proyecto se dará una mayor importancia sobre el conocimiento y la práctica de los valores.

Es muy oportuna la elaboración de este proyecto ya que brinda beneficios para la institución, los alumnos y personal del instituto tendrán libre acceso para adquirir y

compartir conocimientos sobre los valores y su importancia, por medio de imágenes que muestren situaciones que se dan en la vida cotidiana.

Partiendo de las razones antes mencionadas surgió la idea de este proyecto, ya que, a través de una imagen se podrá captar con mayor facilidad la atención requerida por parte de los estudiantes para que sean orientados hacia lo bueno, ya que la comunicación visual nos permite transmitir mensajes con más eficiencia y claridad, siendo así la comunicación un elemento fundamental para generar los cambios e interacción entre los estudiantes pertenecientes a dicha Institución.

Por otra parte, es oportuna la realización de una forma más gustosa a la vista, para que cree un ambiente más llamativo para los jóvenes estudiantes, de esta manera se podrá tener más oportunidad de llegar a concientizarlos. Con el presente proyecto se resaltaré la importancia de conocer acerca de los valores que posee cada persona.

Y es, mediante el correcto uso de las redes sociales, que se podrá notar a través de las ilustraciones compartidas sobre los valores en la actualidad.

El desarrollo de ilustraciones es importante, ya que, nos da la facilidad para mostrar a los jóvenes estudiantes la importancia de los valores, por medio de piezas gráficas en las redes sociales.

Como resultado la herramienta empleada se otorgará a las respectivas autoridades del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial de la ciudad de Guayaquil. La fanpage estará a disposición de los estudiantes y personal que laboran en el mismo, para que sirva de guía para encaminar el desarrollo de los valores deseados.

Como complemento se hace oportuna la realización de este tipo de campaña ya que, contiene beneficios personales e institucionales, los alumnos podrán adquirir conocimientos de los valores básicos, responsabilidades y trabajo en equipo, a través de las ilustraciones que serán compartidas en esta fanpage que estará a un solo clic de conectar a los estudiantes, agregándole el hecho de que los valores y buena educación les dará múltiples beneficios como el aumento de la cordialidad, desarrollo de las oportunidades en el campo laboral.

En la mayoría de los casos los empleadores se guían por el comportamiento demostrado del aspirante, en fin una buena actitud tiene un sin número de beneficios que se pueden adquirir.

¿Cómo la ilustración publicitaria contribuye un interés de cambio de consciencia a los estudiantes del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial?

Es importante tener en cuenta que el objetivo de la presente tesina es

“Crear ilustraciones como herramienta clave para la educación en el reconocimiento de los valores dentro del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial.”

Una vez implementada la herramienta tecnológica para el Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, los alumnos tendrán acceso a las diversas piezas gráficas publicadas en el mismo, de esta forma podrán adquirir más información y aprender sobre el uso de los valores y su aportación en el ámbito educativo y personal.

De esta forma se generará consciencia, incitando a los alumnos a la reflexión y aprendizaje sobre lo importante que son los valores en la vida cotidiana.

Sobre lo antes mencionado, queda claro que para aprender y tener más en cuenta los valores, una manera muy sencilla es gracias al uso de piezas gráficas.

CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN

1.1. MARCO HISTÓRICO

1.1.1. Historia del Diseño Gráfico

El diseño se remonta a muchos siglos atrás, no es novedad saber que nuestros antepasados dejaban imágenes grabadas en cuevas.

Su origen se realizó gracias a la identificación de pinturas rupestres dentro de cavernas, las cuales abundaban en la edad de la prehistoria. Aquí el hombre prehistórico dejó sus conocimientos plasmados en gráficos, también utilizaban estas imágenes como medio de comunicación.

“En sentido estricto, consideramos que existe el diseño gráfico a partir de la invención y expansión de la imprenta, en el siglo XV. Con todo antes de esta fecha, podemos registrar una amplia serie de manifestaciones que inciden directamente en el posterior desarrollo de este.” (Rodríguez)

En base a esto se puede decir que el diseño gráfico nació y tuvo una gran aportación en esa época, ya que los escritos lograban sobresalir gracias a los elementos que contenían, de los cuales se podrían nombrar las líneas, los colores, las formas, etc.

Con la gran aportación de Gutenberg al inventar la imprenta, dio un paso más a que el diseño sea conocido, ya que por este medio se pudo crear libros más elaborados y por ende se pudo conocer el trabajo de diseño más a fondo.

“Durante las décadas de 1960 y 1970, las economías de los países latinoamericanos, ya sean socialistas o conservadores, generalmente se reorientaron hacia una política de sustitución de importaciones y desarrollo industrial. El diseño se colocó dentro de esta política industrial general. La creación de las primeras instituciones para la educación del diseño proliferó. Sin embargo, esta reforma nunca se completó. A partir de la década de 1980, América Latina fue arrastrada a la globalización y a una gran cantidad de deudas externas que generaron una nueva forma de dependencia.” (Fernández, 2006)

1.1.2. Historia del Diseño Publicitario

“El hombre de la edad media occidental vive imbuido en su religión, así que buena parte de su publicidad girará en torno a ella. Muchas obras de este periodo, desde las

catacumbas paleocristianas a las vidrieras góticas, presentan una clara finalidad de propaganda en relación con lo religioso.” (Rodríguez)

En esta parte de la historia, se da conocer que los medios tienen un gran poder de influenciar a las masas, en especial por el tipo de mensaje que se transmite.

“El renacer urbano que se registra en la baja edad media traerá consigo un florecimiento comercial que pronto influye a la publicidad. Se desarrollan distintas técnicas, casi todas sonoras (pregonando a voces el producto).” (Rodríguez)

Con el paso del tiempo las técnicas de convencimiento cambian, haciendo que estas ya no sean solo visuales, sino que también contengan sonidos que ayuden con más fuerza la influencia sobre las personas.

1.1.3. Historia del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial

El Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial con código Institucional No. 2258 otorgado por la Senescyt se caracteriza por su educación superior y formación de profesionales altamente calificados con responsabilidad social y ambiental. El ITFPAC cuenta con 30 años de labor desde su creación, y cuenta con carreras como Marketing, Administración, Contabilidad, Comercio Exterior y Diseño Gráfico, las cuales han sobresalido por su gran excelencia académica y por su acreditación por la CEAACES.

Se ha notado que en el año 2019, la participación de los estudiantes se ha incrementado notoriamente en los diversos cursos y programas dictados en la Institución, teniendo gran acogida por parte de todos.

1.1.4. Historia de los Valores

“El tema de los valores ha sido una vieja preocupación del ser humano. Qué aceptar como bueno, justo, bello o útil y qué calificar como malo, injusto, feo o perjudicial, han sido interrogantes a las que el hombre ha tenido constantemente que buscar respuestas para orientarse en la vida, para encontrar las fuerzas motivacionales que guíen su actividad y conducta. Mas estas respuestas no han estado siempre al alcance de

las manos. A las dudas y perplejidad que muchos han tenido sobre el particular se han unido los criterios encontrados y a veces totalmente contrapuestos entre determinados individuos o grupos, igualmente convencidos, cada uno de ellos, de la veracidad de sus respectivas escalas de valores.” (Corzo, 2004)

Sin embargo se podría decir que los valores han gozado de cierto interés desde tiempos atrás, pero lamentablemente con el transcurrir de los años se han ido perdiendo, y actualmente vemos que en muchas familias, organizaciones, y relaciones interpersonales que establecen las personas carecen de valor.

“La importancia práctica del asunto y su estrecho vínculo con la comprensión del ser humano en su relación con el mundo que le rodea hizo aparecer hacia la segunda mitad del siglo XIX una rama relativamente independiente de la filosofía que se encargaría del estudio de un tema que ya desde los albores mismos del pensamiento filosófico había estado presente, aunque de manera dispersa, en los sistemas teórico-cosmovisivos creados por los filósofos.” (Corzo, 2004)

Se entiende que desde tiempos atrás se ha estado en una lucha constante en la sociedad para no dejar morir el tema de los valores, ya que aunque muchos crean y digan que no tiene importancia, la realidad es otra, en muchos ámbitos se necesita y se tiene muy en cuenta su práctica, es eso lo que los alumnos no deben olvidar y tener siempre presente. La herramienta es solo una ayuda para motivar y dar más fuerza a su práctica diaria.

1.1.5. Historia de la Ilustración

Desde el siglo XVII se apreciaban láminas colgadas en las clases, se pensaba que acompañar textos con imágenes era importante, ya que las imágenes ayudan a tener una referencia de lo que es necesario o más relevante para aprender.

En el siglo XVIII era conocido como “el siglo de las luces” ya que los pensadores de esa época creían que podían acabar con las tinieblas, estaban convencidos de que su misión era alumbrar a los humanos con el pensamiento racional.

Según (Kant, 2004-2013) acota que:

“Implantar la Ilustración en sujetos individuales mediante la educación es relativamente sencillo, pues basta con que los jóvenes se vayan acostumbrando a esta reflexión desde una temprana edad. Pero ilustrar a toda una época es cuestión de mucho tiempo, pues hay muchos obstáculos externos que dificultan e impiden ese tipo de educación.”

Por ese motivo es fundamental que la institución no solo use las imágenes, sino que también enseñe a leer e interpretar cada una de ellas con su respectivo mensaje, ya que las personas son más rápidas y eficientes al entender mejor las imágenes.

Se puede decir según el criterio ético de (Kant, 2004-2013) que:

“El ilustrado no tiene por qué ser necesariamente un erudito, sino alguien que sepa utilizar convenientemente sus recursos intelectuales y se interrogue a sí mismo por las razones que le hacen asumir una determinada pauta de conducta, preguntándose tan sólo si dicha regla podría ser asumida por cualquier otro como un principio de actuación universal.”

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1. Comunicación Visual

La comunicación visual entendida en términos estrictos implica un cierto anacronismo. No podemos reducir hoy la producción de mensajes a las concepciones tradicionales que se basaban en definiciones vinculadas a los sentidos, a la sensorialidad visual, auditiva, táctil. Si bien en la comunicación instalada en la vida social estos esquemas se han roto por las transformaciones tecnológicas aún subsisten en la enseñanza estas modalidades fragmentarias de construir el conocimiento.

La comunicación cualquiera sea su característica y los canales por los cuales se transmite, genera otro fenómeno complejo, producto de la interrelación de sus diferentes modalidades, que construyen una trama de significación que no puede ser subestimada desde una disciplina que pretende en primer término tener una visión global del proceso, para luego poder abordar con idoneidad aquél aspecto específico propio de alguna de las tipologías de los mensajes, su circulación y su consumo.

1.2.2. Diseño

Un gran exponente del diseño gráfico (Frascara, 2000) acota:

“El diseñador como identificador de problemas, como solucionador de problemas y como activo coordinador de equipos multidisciplinarios dedicados a mejorar el bienestar de la gente, necesita un programa educacional ambicioso, basado en gran medida en la participación de varias disciplinas cuya importancia relativa habrá que establecer en cada caso, de acuerdo con la dirección de cada programa.”

Asimismo (Costa, 2003) acota que:

“El diseño hecho para los ojos constituye, hoy, el medio fundamental de la comunicación social. Su designio más noble es trabajar para mejorar nuestro entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida; aportar informaciones y mejorar las cosas; difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura. Su especificidad como disciplina es transmitir sensaciones, emociones, informaciones y conocimiento.”

Con las teorías antes mencionadas logramos entender que para llamar la atención del espectador, es necesario el uso de diversas formas, colores, texturas, etc. Ya que el

ojo humano es curioso y por ende algo bien elaborado sin carga visual, será de gran aceptación.

Todo esto debe ir siempre acompañado de una buena publicidad, no es solo la pieza gráfica la que debe venderse, sino también el mensaje que se desea transmitir desde un inicio.

Según (Frascara, 2000) acota que:

“El rol de las comunicaciones visuales no termina en su producción y distribución, sino en su efecto sobre la gente. La motivación para su creación y el cumplimiento de su propósito se centra en la intención de transformar una realidad existente en una realidad deseada.”

En relación a esto, lo asociamos con la formación de los estudiantes, ya que es necesario que lo tengan presente como base para su desarrollo en diferentes ámbitos, personal y en un futuro profesionalmente también, al obtener más información sobre los valores por medio de imágenes será más fácil su aprendizaje.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

1.3.1. Diseño Gráfico

El diseño gráfico es una disciplina que ayuda a transformar ideas o conocimientos en formas o elementos visuales que usa los elementos gráficos para dar solución por medio de la comunicación visual.

1.3.3. Elementos base del Diseño Gráfico

El diseño gráfico ayuda a transmitir mensajes por medio de piezas gráficas o composiciones, llegando al público de manera directa. Podemos nombrar cuatro grupos:

1.3.3.1. Elemento Conceptual

Los elementos conceptuales son aquellos que no se ven, pero que sí parecen estar presentes, ocupando un determinado espacio. Entre ellos podemos nombrar:

Punto: Es la unidad más simple, no tiene largo ni ancho, ni ocupa una zona en el espacio.

Línea: Esta limitada por puntos, tiene largo pero no ancho, tiene posición y dirección. Es también un elemento expresivo, según su trayectoria obtenemos líneas:

Rectas, Curvas, Onduladas, Quebradas o Mixtas

Por la posición respecto a un punto, a una línea o a un plano, pueden ser:

Paralelas, Divergentes, Convergentes, Perpendiculares y Oblicuas.

Plano: Es el recorrido de una línea en movimiento, tiene largo y ancho pero carece de grosor.

Volumen: Es el recorrido de una plano en movimiento y tiene una posición en el espacio.

1.2.2.1. Elemento Visual

Los elementos visuales son visibles y están compuestos por formas con líneas, textura, color, formas, etc.

Forma: El ojo percibe e identifica todo lo visible en formas y objetos.

Medida: Un mismo elemento puede parecer grande o pequeño dependiendo de la ubicación.

Color: El ojo humano puede distinguir entre 10000 colores y aquí no solo se habla de color del espectro solar, RGB, sino también a los neutros negros, blancos y grises, además de sus variaciones cromáticas según la percepción y sus propiedades materiales: tono, saturación y brillo.

Textura: Tipo de material utilizado y el resultado al usarlo, puede atraer tanto al sentido del tacto como al visual.

1.2.2.2. Elementos de Relación

Depende del modo en que se relacionan las formas y la interpretación que dan significado al diseño.

Dirección: La dirección depende de cómo esté relacionada con el receptor, el marco que lo contiene y las otras formas que tengan a su alrededor.

Posición: Depende de la estructura u otros elementos que contenga.

Espacio: Todo ocupa un lugar, un espacio y puede ser visible e ilusorio dando una sensación de profundidad que realmente no hay. Lo crea la ubicación, el tamaño, posición, color.

Gravedad: Este elemento de relación a mi parecer es muy potente porque este efecto puede crearse no solo de manera visual, sino por medio de la psicología, atribuyendo connotaciones de estabilidad o inestabilidad.

1.2.2.3. Elementos Prácticos

Representación: La representación puede ser un diseño realista, estilizado, abstracto, cubista, etc.

Significado: Es lo que marca el diseño, puede ser consciente o subconsciente pero todo marca un mensaje.

Función: Es la razón por la que se ha creado el diseño.

1.3.4. Mensaje

Es el conjunto de símbolos, signos y señales que complementan la comunicación, por ende, el mensaje es el contenido de la comunicación.

1.3.5. Destinatario

Es la persona a la cual va dirigida el mensaje, es aquel que recibe o recepta la información.

1.4. MARCO JURÍDICO

Dentro del marco jurídico de este proyecto se detallan los artículos en relación con las leyes de la Constitución de la República del Ecuador.

1.4.1. Constitución de la República del Ecuador

TÍTULO II: DERECHOS

Capítulo segundo: Derechos del Buen Vivir

Sección tercera

Comunicación e información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tiene derecho a:

El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

El tener acceso a la tecnología y diferentes medios de comunicación hace más fácil el tener que adaptarse a los cambios que se van presentando a través del tiempo. La tecnología en la comunicación es muy necesaria ya que ayuda y permite a más usuarios estar conectados e intercambiar ideas y opiniones.

TÍTULO II: DERECHOS

Capítulo segundo: Derechos del Buen Vivir

Sección quinta

Educación

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

Actualmente en el mundo que vivimos debemos esforzarnos cada vez más para poder tener una mejor actitud, es por ese motivo que toda persona tiene derecho a una

buena educación, a tener un conocimiento de los valores y de los buenos tratos que se deben practicar en el día a día.

TÍTULO VI: RÉGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo primero: Principios Generales

Art. 277.- Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza.

Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

El ser humano se encuentra en constante aprendizaje, ya que el entorno siempre está cambiando por ese motivo nunca termina de aprender, por lo tanto amplía sus conocimientos, poniéndolos siempre en práctica sin importar edad, etnia, creencias, etc. Aplicando lo aprendido en su vida cotidiana.

TÍTULO VII: RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

Capítulo primero: Inclusión y equidad

Sección primera

Educación

Art. 347.- Será responsabilidad del Estado:

Erradicar todas las formas de violencia en el sistema educativo y velar por la integridad física, psicológica y sexual de las estudiantes y los estudiantes.

Incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales.

Todo ser humano está en su debido derecho de recibir respeto por parte de los demás, los nuevos sistemas en la educación lo demuestran de manera eficiente, el punto es que los estudiantes se sientan protegidos y en confianza con los nuevos sistemas educativos.

1.4.2. Ley de Propiedad Intelectual

TÍTULO PRELIMINAR

Art. 1.- El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador. La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos.
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a. Las invenciones.
 - b. Los dibujos y modelos industriales.

LIBRO I

TÍTULO I: DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

Capítulo I: Del Derecho de Autor

Sección I

Preceptos Generales

Art. 4.- Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

LIBRO I

TÍTULO I: DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

Capítulo I: Del Derecho de Autor

Sección II

Objeto del Derecho de Autor

Art. 8.- La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no

están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad.

Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes:

f) Las esculturas y las obras de pintura, dibujo, grabado, litografía y las historietas gráficas, tebeos, comics, así como sus ensayos o bocetos y las demás obras plásticas;

h) Ilustraciones, gráficos, mapas y diseños relativos a la geografía, la topografía, y en general a la ciencia;

CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA

2.1. Tipos de Investigación

2.1.1. Descriptiva

En el artículo de Cairampoma llamado “Tipos de investigación científica” dice que:

“Exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo dado. Aquí se observa y se registra, o se pregunta y se registra. Describe el fenómeno sin introducir modificaciones: tal cual.” (Rojas Cairampoma, 2015)

La investigación descriptiva de la presente tesina se realizó partiendo de la descripción del proyecto, el cual está basado en una herramienta tecnológica llamada “Campaña de Valores”, que servirá como un aporte que ayude el aprendizaje de los valores a los alumnos del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, el uso correcto de la herramienta será de gran aporte a la institución y para quienes la conforman, ya que servirá de mucha ayuda para orientarlos a aprender y poner en práctica los valores.

Adaptando los conocimientos en ilustración, dibujo artístico y psicología del color, tendrán acceso al objeto campaña de valores por medio de un comic digital creado para la institución antes mencionada. Los alumnos necesitan de procesos más didácticos o visuales ya que de este modo sus conocimientos se desarrollaran de una mejor manera, es bien conocido que los gráficos son más fáciles de almacenar en la memoria.

2.1.2. Explicativa

Según (Rojas Cairampoma, 2015) dice que:

“Busca la asociación o correlación entre variables. No establece relaciones causales. El Objetivo y/o hipótesis y las variables postulan “relaciones” probabilísticas.”

Es mediante la investigación explicativa que podemos definir la causa que llevó a la creación del presente proyecto, y es que en la actualidad el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial cuenta con un alto nivel académico, pero lastimosamente hay una falta de valores por quienes la conforman,

el interés que demuestran en ello es bajo. Es en base a esa necesidad de falta de valores, que se realiza la elaboración del presente proyecto.

2.2.Métodos de Investigación

2.2.1. Métodos Teóricos

Según (Dra. Karla Annet Cynthia Sáenz López, 2012) Afirma que:

“La teoría o el marco teórico forman parte de un proceso orientado a explicar y comprender mejor los fenómenos del mundo real. El resultado de este proceso es el conocimiento científico que forma parte de lo que se conoce como ciencia.”

La presente tesina está orientada al desarrollo creativo de piezas gráficas, que ayuden a enriquecer el conocimiento de los valores a los alumnos del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial.

2.2.1.1.Método de Análisis y Síntesis

Según (Ramos, 2008) acota que:

En el método analítico “Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. La física, la química y la biología utilizan este método; a partir de la experimentación y el análisis de gran número de casos se establecen leyes universales. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas.”

En el método de síntesis (Ramos, 2008) afirma que:

“Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. Consiste en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad, este se presenta más en el planteamiento de la hipótesis. El investigador sintetiza las superaciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa que someterá a prueba.”

Por medio de las diferentes fuentes de información que se utilizaron, se logra obtener mayor información para el objeto de estudio, realizando un mejor análisis sobre los temas relacionados al presente proyecto. Se puntualizaron las diferentes opiniones o

definiciones de los autores, también las causas y la problemática, de este modo se logró llegar a la composición total, pudiendo así tener claro el objetivo del proyecto para dar las soluciones requeridas.

2.2.1.2.Método Histórico- Lógico

Según (Ramos, 2008) afirma que:

“El método histórico: Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales.”

“Método lógico: Consiste en inferir de la semejanza de algunas características entre dos objetos, la probabilidad de que las características restantes sean también semejantes. Los razonamientos analógicos no son siempre válidos.” (Ramos, 2008)

El uso del método histórico-lógico ayuda a determinar cómo fueron los inicios del diseño gráfico, el cual, según las pertinentes investigaciones, da a conocer el olvido en tanto ese tema. Sin embargo el diseño siempre ha estado muy unido a sus inicios, y es que, casi todo lo relacionado al diseño gráfico va de la mano con piezas gráficas, algo que vemos en la actualidad y que también dejó marcada la historia con las formas antiguas de comunicación, solo se necesita recordarlo.

2.2.1.3.Método Inductivo

Según (Maya, 2014) acota que:

“Es el razonamiento mediante el cual, a partir del análisis de hechos singulares, se pretende llegar a leyes. Es decir, se parte del análisis de ejemplos concretos que se descomponen en partes para posteriormente llegar a una conclusión.”

Por medio de este método se pretende llegar a conclusiones específicas, mediante la percepción de la problemática existente como estudiante de dicha institución. Teniendo en cuenta la falta de valores en relación a los estudiantes del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial de la ciudad de Guayaquil, con las respectivas evidencias tomadas por medio de encuestas a los alumnos pertenecientes a

dicha institución, se llegó a la conclusión de que hace falta un proyecto actual y dinámico para cubrir las necesidades antes mencionadas.

2.2.2. Métodos Empíricos

Mediante este método se emplearán las técnicas de recolección siguientes, varias de ellas con la obtención de datos basados en experiencias dentro del Instituto Tecnológico de Formación, que servirán como aporte para el desarrollo del presente proyecto.

2.2.2.1.Observación Participativa

En esta técnica se involucra la interacción social entre alumnos, docentes y personal administrativo dentro del Instituto Tecnológico de Formación.

2.2.2.2. Entrevista

“La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma.” (Ramos, 2008)

Se realizarán una serie de preguntas a los docentes y personal administrativo del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, con la finalidad de obtener información de profesionales sobre el tema de emplear una herramienta para impartir conocimientos sobre los valores.

2.2.2.3.Encuesta

“La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.” (Ramos, 2008)

Con el uso de esta herramienta se realizará un cuestionario a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial con el fin de adquirir respuestas para conocer la necesidad de los alumnos, es así que se podrá obtener una recopilación de datos que validen el presente proyecto.

2.2.3. Métodos Estadísticos

Luego de haber obtenido la información necesaria mediante las técnicas de recolección de datos, se utiliza este método para realizar la valoración de los resultados previamente obtenidos, de este modo se podrá llegar a un mejor análisis de los alumnos con los datos recopilados.

2.2.4. Muestra

En la presente investigación se trabaja a través de la muestra, ya que su característica principal es que, todo elemento tiene una probabilidad de integrarla y también puede ser calculada con una gran precisión matemática.

Es un grupo de alumnos del Instituto Superior Tecnológico de Formación Administrativa y Comercial, que fueron seleccionados para lograr obtener la información necesaria, mediante el uso de una fórmula matemática para poder desarrollar el presente estudio.

2.3. Tipos de Enfoque

La investigación realizada tiene un enfoque mixto, ya que de este modo se obtendrá un análisis de datos cuantitativos y cualitativos.

2.3.1. Enfoque Cualitativo

En el enfoque cualitativo se empleará el análisis de resultado, utilizando la respuesta de los estudiantes para reafirmar que en efecto, hay una problemática en el Instituto Superior Tecnológico de Formación Administrativa y Comercial y por ese motivo es que se llega a la elaboración del proyecto tecnológico “Campaña de Valores”

2.3.2. Enfoque Cuantitativo

Se realiza un enfoque cuantitativo para lograr obtener una recolección de información con un control numérico, estableciendo con exactitud los cálculos obtenidos de las encuestas realizadas a los alumnos del Instituto Superior Tecnológico de Formación Administrativa y Comercial, por ese motivo la investigación es necesaria para la elaboración del comic digital, teniendo así un contenido favorable para los alumnos de dicha institución.

2.4. Técnicas de Recolección de datos

Observación

La observación implica la participación, ya que permite la interacción con los alumnos, de este modo se puede conocer la problemática que existe. Su realización es simple, a través de la observación se obtienen factores importantes que ayudan a lograr el objetivo deseado.

Entrevista

La entrevista se basa en conversaciones planificadas con el personal del Instituto Superior Tecnológico de Formación Administrativa y Comercial, recolectando la información necesaria para la debida elaboración del presente proyecto.

Encuesta

El cuestionario fue realizado de forma escrita, con la opción de elegir las respuestas, este método de recolección de datos se aplica de manera directa con la finalidad de saber más sobre la percepción que tienen los estudiantes acerca de los valores.

2.5. Método Estadístico

2.5.1. Universo

El universo o población, está compuesto por los alumnos y el personal del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial.

2.5.2. Muestra

Es aquella parte que permite la realización de un mejor estudio, conteniendo porcentajes representativos elegidos del universo o población, para poder realizar las encuestas a los alumnos del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial.

La muestra se realiza mediante una fórmula matemática para seleccionar el número de personas a encuestar.

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

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

z: Nivel de confianza

p: Proporción Poblacional

e: Límite aceptable de error muestra.

Reemplazo de las variables por valores reales:

n: 19

N: 20 estudiantes

z: 1,96 que equivale a 95% de confiabilidad

p: 0.5

e: 5%

El resultado total de la muestra es 19. (**Ver Anexo pág.52**)

2.6. Análisis de los resultados de encuesta

Por medio de las herramientas de análisis realizadas, mediante gráficos se dan a conocer las siguientes conclusiones:

El resultado de la encuesta realizada a los alumnos de diseño gráfico del curso DPDA34 del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, es la siguiente:

Pregunta 1: ¿Conoce algún valor?

Por medio de esta pregunta se logró calcular que el 100% sabe mínimo un valor, lo que nos hace llegar a la conclusión de que, los alumnos de la institución si están al tanto de la existencia de valores, no obstante su práctica diaria es escasa.

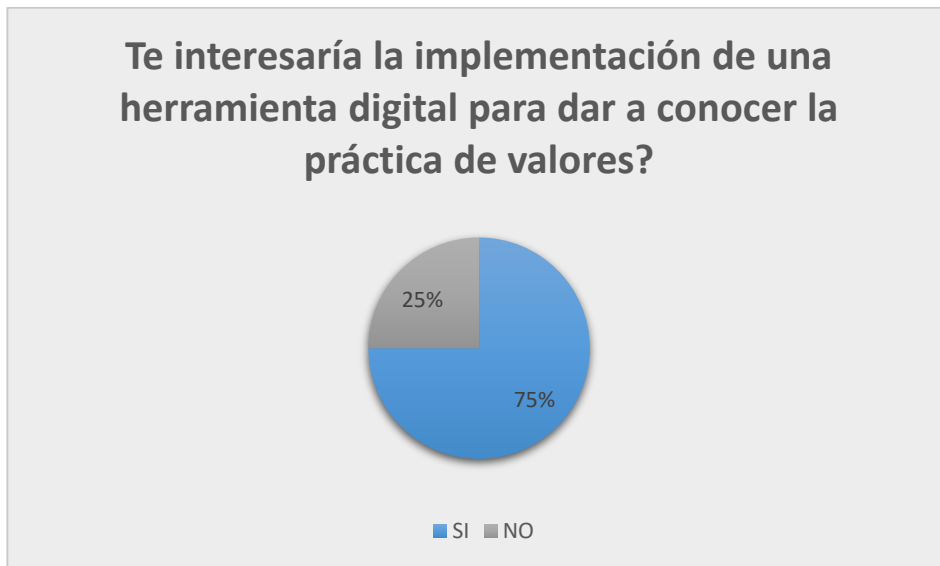
Gráfico 1



Pregunta 2: ¿Te interesaría la implementación de una herramienta digital para dar a conocer la práctica de valores?

Con esta pregunta podemos reafirmar que la realización del proyecto tiene una gran aceptación por la mayoría de los estudiantes. Teniendo un 75% a favor y un 25% en contra.

Gráfico 2



Pregunta 3: ¿Cree usted que los valores son importantes?

Por medio de esta pregunta se puede llegar a la conclusión que el 100% de los alumnos encuestados sabe la importancia de los valores.

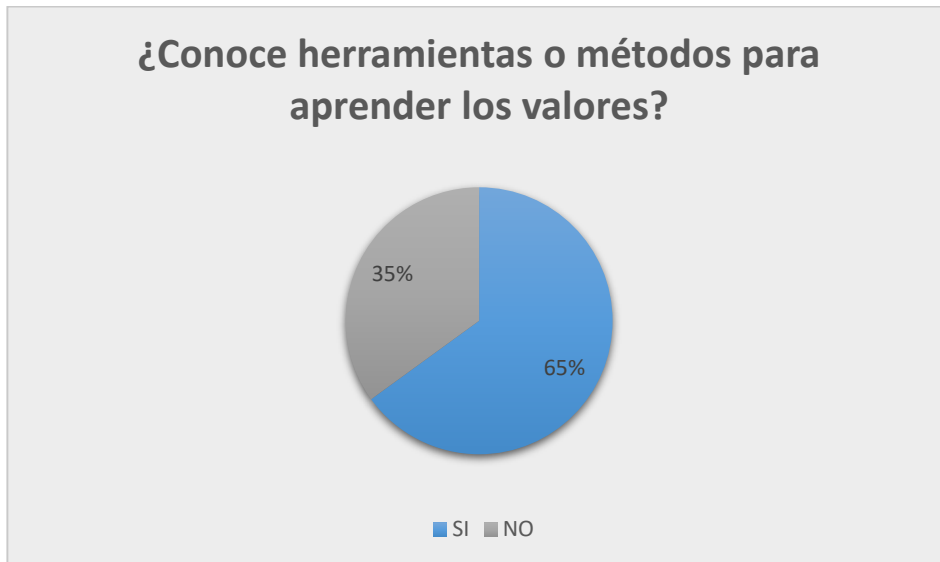
Gráfico 3



Pregunta 4: ¿Conoce herramientas o métodos para aprender los valores?

Con esta pregunta podemos ver que no todos conocen herramientas que ayuden a aprender más sobre los valores, teniendo un 65% con conocimientos sobre métodos para aprender valores y un 35% que no conoce ningún método.

Gráfico 4



Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia pones en práctica los valores?

Por medio de esta pregunta da un resultado de que el 50% pone en práctica sus valores a veces y el otro 50% lo hace siempre.

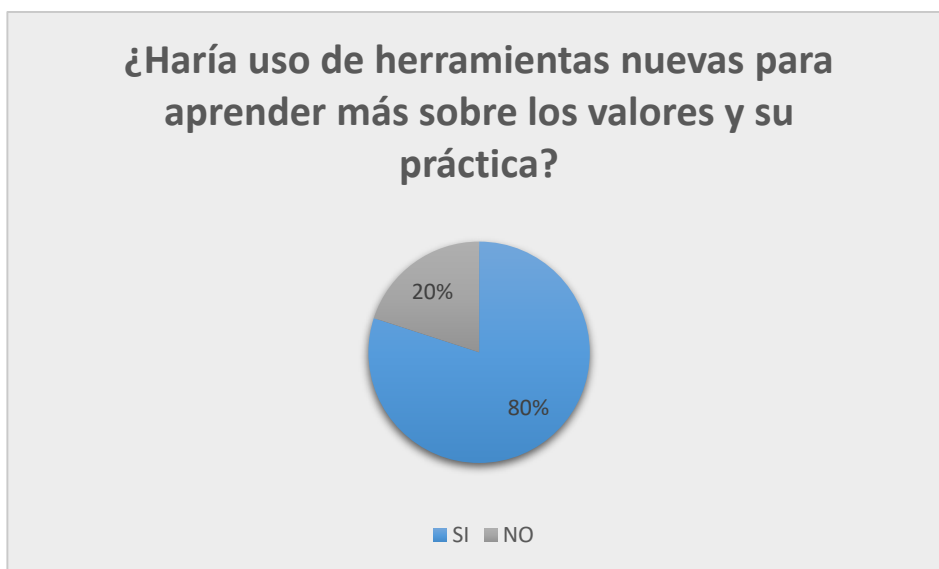
Gráfico 5



Pregunta 6: ¿Haría uso de herramientas nuevas para aprender más sobre los valores y su práctica?

Con esta pregunta podemos ver que un 80% de los estudiantes muestra interés en hacer uso de métodos diferentes para aprender sobre los valores, mientras que un 20% no se muestra tan convencido de hacerlo. (Ver Anexo pág.49)

Gráfico 6



2.7. Análisis de los resultados de entrevista a personal académico

La entrevista realizada para el presente proyecto fue realizada al personal de bienestar estudiantil, la cual se realizó de manera directa por medio de una serie de preguntas ya antes elaboradas, las preguntas son de tipo mixto ya que dan la facilidad de responder a preguntas abiertas permitiendo expandir el tema, y también contiene preguntas cerradas las cuales necesitan una respuesta directa.

Empezamos la entrevista con la siguiente pregunta: ¿Qué necesita la institución para desarrollarse de una mejor manera?

En cierta forma la institución o yo como parte de ella creo que las primeras partes siempre son desde casa, hay valores que se tienen que haber inculcado desde el hogar, el instituto como tal hablando en la parte académica debe ser un formador o un capacitador de esos valores, es donde se van a poner a prueba e incluso se va a enseñar nuevos valores.

¿Qué consejos puede aportar para los estudiantes y el personal de la institución sobre la práctica de valores?

En este caso sería una práctica constante, conocer los valores, saber su significado, tener una consciencia de uso y de aplicación de los valores que queremos que tengan hacia nosotros y que nosotros queramos tener también hacia las demás personas.

¿Qué actitud cree usted que deberían mostrar los estudiantes que pertenecen a la institución?

Primero y antes que todo siempre una actitud positiva, están en una institución de manera voluntaria, a más de eso con un hambre o deseo de superación y de adquirir conocimientos, la actitud que deben de tomar es la de conocer y saber que están en un lugar donde van a aprender, conocer, adquirir nuevos conocimientos y que lo van a poder aplicar en su vida profesional.

¿Qué método usaría usted para fomentar la práctica de los valores?

Primero el ejemplo, el ejemplo es una de las mejores herramientas que se puede utilizar para demostrar y enseñar que lo cortés no quita lo valiente. En este caso justamente la persona que es amable, educada, cumple con los valores personales, espirituales, sociales, tiene un alto índice de éxito, más no algo que lo retroceda o lo aplaque.

¿Qué efecto tienen en usted los valores?

Mis valores inculcados desde casa creo que me han permitido demostrar quién soy, lo que soy, cuánto valgo, cuanto peso, cuánto pesa mi familia , cuánto valen ellos, y al mismo tiempo en el trabajo tener los valores, saberlos usar, demostrar y practicar te ayudan a tener ese contacto con quien eres y en cómo te ven las personas.

¿A qué persona admira por sus valores?

Personalmente mis padres, ellos tienen un índice de valores que nos han inculcado justamente a través del ejemplo, laboralmente lo considero al Licenciado Lex, es alguien que demuestra no solo un valor, demuestra muchos valores que lo identifican o representan, y uno puede sentirse honrado de poderlo llamar compañero, amigo o colega.

(Ver Anexo pág.50)

2.8.Herramientas de análisis

A continuación se presentan las diferentes herramientas de análisis utilizadas para llegar a tener resultados más exactos.

2.8.1. Análisis PEST

“El análisis PEST es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad.” (Chapman, 2004)

Político

Los valores constituyen un papel muy importante dentro de la política, ya que quienes deliberan sobre los asuntos públicos, y quienes ejecutan las decisiones deben tenerlos en cuenta porque es difícil de alcanzar la resolución de conflictos de manera transparente si se carece de valores éticos.

Económico

Cualquier tipo de institución, ya sea educativa, laboral e incluso el negocio más pequeño, sabe que si en su establecimiento se tiene en práctica los valores, esto le dará un beneficio extra al lugar, como lo es un buen ambiente laboral, también la llegada de más clientes, entre otras cosas, ya que a las personas les gusta encontrarse en un lugar agradable en cuanto al trato.

Social

Los valores son un punto clave en la sociedad, ya que nos ayudan a convivir de una manera respetuosa. Estos valores nos permiten formar parte de una sociedad en la que convivir entre todos es más agradable, ya que ayuda a regular el comportamiento de las personas.

Tecnológico

El uso de la tecnología se ha vuelto fundamental en el medio que vivimos, cualquier institución pública o privada hace uso de la tecnología. Por este medio es más

fácil llegar hasta los jóvenes estudiantes ya que la mayoría cuenta con las herramientas básicas para acceder.

2.8.2. Análisis DAFO (FODA)

El DAFO es una herramienta de análisis estratégica, permite distinguir los factores de una organización, como sus fortalezas y debilidades, y otros factores relacionados como sus oportunidades y sus amenazas. En resumen, este análisis permite entender cuáles son los factores favorables y desfavorables que influyen en el desempeño del proyecto con dicha institución.

Debilidades

- Falta de conocimiento de los valores.
- Poco interés por parte de los alumnos pertenecientes al Instituto Superior Tecnológico de Formación.

Amenazas

- Generar poco interés a los estudiantes.
- Falta de publicidad para el uso del comic digital.

Fortalezas

- Contenido de interés e importancia.

Oportunidades

- Concientizar a los alumnos sobre la importancia de tener valores y de ponerlos en práctica.

2.8.3. Modelo CAPA

Luego del análisis DAFO, se concluye que se debe mejorar las debilidades antes mencionadas, ya que los alumnos se exponen diariamente a la ignorancia de malas acciones realizadas en el Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, por ese motivo la implementación del comic digital “Campaña de Valores”

no solo estará como una herramienta tecnológica, sino que además de eso se implementarán afiches que contengan información de la que se comparte en las redes.

Dando así publicidad para que los estudiantes tengan la curiosidad de acceder al comic digital y compartan su contenido.

Potenciar las fortalezas

Realizar contenido entretenido y llamativo nos garantizará una mayor acogida por parte de los alumnos de la institución.

Motivar a los estudiantes a visitar y compartir el contenido en redes.

Aprovechar las oportunidades

Ayudar a que el interés en los alumnos aumente cada vez más, con ayuda de los docentes y con la realización de talleres en clases.

Corregir las debilidades

Invertir tiempo en realizar talleres que fomenten la utilización de los valores entre los estudiantes del instituto, así ayudamos a que aumente su interés.

Afrontar las amenazas

Realizar publicaciones de eventos participativos a través de la página del Instituto Tecnológico de Formación, ayudará en la ejecución del proyecto.

CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

En este punto se reconocerá la propuesta que dará paso a la solución de la falta de conocimiento sobre los valores y su uso, ya que es de gran importancia que los alumnos, docentes y demás personal los pongan en práctica.

Esto se logra mediante la implementación de una herramienta tecnológica como lo es el cómic digital que estará a disposición del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial situado en la ciudad de Guayaquil.

3.1. Título de la Propuesta

“La ilustración como herramienta clave para la educación en el reconocimiento de los valores dentro del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial 2020-2021”.

3.2. Objetivo de la Propuesta

Crear ilustraciones como herramienta clave para la educación en el reconocimiento de los valores dentro del Instituto Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial de la ciudad de Guayaquil con el fin de llegar a sus estudiantes a través de mensajes positivos.

La herramienta “Campaña de Valores” será un material de gran importancia que ayude al aporte del desarrollo de los alumnos de la institución, de este modo se llegará a su uso diario.

Del mismo modo dar una oportunidad de cambio a los estudiantes de las distintas carreras del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, que está ubicado en la ciudad de Guayaquil, de esta manera podrán enriquecer sus conocimientos sobre los valores a través de diversas piezas gráficas que muestren situaciones en las que se pone en práctica lo antes mencionado.

3.3. Descripción de la Propuesta

3.3.1. Fase 1: Planteamiento de la Idea

La idea de realizar ilustraciones con mensajes claros es para que lleguen de una manera clara y directa a los estudiantes, de este modo los motive a poner en práctica lo aprendido.

El concepto que se logró obtener en base a este proyecto surgió por la necesidad de que hay temas importantes como lo son los valores y que están quedando en el olvido con el paso del tiempo, por ejemplo: el no respetar a los animales siendo crueles o indiferentes, o no respetar la naturaleza la cual es importante para todos, el faltarle el respeto a tus padres, etc.

En especial la idea es poder mostrar contenidos claros y divertidos, que logren llegar a los estudiantes y que perduren un mayor tiempo en sus mentes, se tomó en cuenta que las imágenes nos ayudan a retener más rápido la información la cual la mayoría de las veces va acompañada de un texto, esto nos ayuda a transmitir lo que se desea enseñar, de forma indirecta el estudiante o persona que se encuentre dentro de la institución pueda asemejar dichas escenas con las situaciones que suceden a nuestro alrededor ya sea de forma personal o por medio de algún otro individuo que vivan o estén pasando por un momento similar.

En redes sociales, radios o canales de televisión, se pueden apreciar diferentes tipos de anuncios publicitarios o de entretenimiento que dejan de lado los buenos valores, esto ha hecho que en la actualidad muchos de estos programas manipulen las mentes de los usuarios empezando desde los más pequeños, es decir, los valores están siendo desechados por los antivalores que en estos tiempos se le da más protagonismo y en realidad es lo que más vende, por esta razón la idea del proyecto es que los valores se sigan manteniendo como las cualidades principales de los estudiantes, y así puedan compartir lo aprendido a sus seres queridos o más cercanos, creando una cadena de valores más sólida.

Línea gráfica

La línea gráfica del cómic digital “Campaña de Valores” está caracterizada por el uso de los colores del Instituto Superior Tecnológico de Formación como complemento de las ilustraciones, los cuales son naranja, azul, rojo y verde, con ciertas variantes en las tonalidades.

En tanto la tipografía, busca transmitir un toque moderno y de frescura, utilizando dos tipos de fuentes, uno más fuerte y claro para los títulos es decir el nombre de cada valor, y otra tipografía un poco más sutil pero moderna y divertida para los textos en cada escena, de este modo se genera armonía entre texto y color.

De acuerdo a lo antes mencionado, las imágenes que se publicarán son de autoría propia, con un estilo moderno y divertido, lo cual causará un mayor impacto y mejor recepción del mensaje enviado, ya que con esto nos acercamos bastante a las caricaturas actuales.

Boceto

Se realizó la elaboración de ocho bocetos, todas las ilustraciones a lápiz, en las cuales están detallados ciertos elementos base del proyecto, esto nos permite caracterizar los elementos y rasgos esenciales de cada escena y personaje, las cuales nos servirán de guía al momento de digitalizarlas. Ya que hacer el boceto es el primer paso para construir un mejor concepto visual, es decir, nos permite realizar las primeras pruebas de nuestro trabajo. **(Ver Anexo pág.52)**

Contenido

Sobre el contenido del proyecto, y los valores que se van a rescatar dentro del cómic digital, se podrá encontrar una serie de ilustraciones que combinen de una manera armoniosa color y texto.

Ayudando así, llegar de una manera más eficiente a los usuarios, de este modo será más fácil recordar y poner en práctica los valores aprendidos.

Las ilustraciones contarán con mensajes que estén siempre relacionados a la práctica del valor.

Los valores que se van a rescatar en esta campaña son los siguientes:

- Respeto
- Tolerancia
- Equidad
- Solidaridad
- Honestidad
- Responsabilidad
- Justicia
- Lealtad

Frente a lo antes mencionado, cada ilustración mostrará escenarios en los que contará una pequeña historia en la que se demuestre cada uno de los valores ya antes mencionados. **(Ver Anexo pág.52)**

Manejo de Contenido

El motivo del contenido expuesto en el cómic digital, es lograr su aceptación por medio de la visualización de situaciones de la vida cotidiana, todo esto en relación al conocimiento de los valores.

Es por ese motivo que lleva el nombre “Campaña de Valores”, se trata de ser lo más directo posible en cuanto al tema a tratar, sabemos que mientras más claro es el mensaje, es más fácil de recordar.

El contenido se realizó de una forma organizada para no generar problemas al momento de colocar las ilustraciones y así evitar cualquier tipo de conflicto visual, ya sea por el uso de tipografías ininteligibles, o por el uso de colores exagerados y que al momento de visualizar los gráficos creen un problema, los trazos realizados en este proyecto son simples, los fondos de cada escena son más sencillos, se trata de evitar cargar demasiado cada ilustración, los detalles son mínimos ya que tomamos como ejemplo a

las caricaturas actuales que no cuentan con escenas tan detalladas y es por ese mismo motivo que recordar lo que sucede es más fácil.

Tipografía

Tipografía de Títulos

La tipografía empleada en los títulos de cada ilustración es Tahoma, es una fuente del tipo sans serif de gran legibilidad, se la considera un excelente tipo de letra para la lectura, esta fuente es perfecta para diseños de cualquier tipo, desde los más sencillos hasta los más elaborados e interesantes, por ser una tipografía clara. **(Ver Anexo pág.57)**

Tipografía de Contenido interno

El contenido interno utiliza la fuente Segoe Print, esta pertenece a una familia tipográfica que no incluye itálicas, se la utilizó en tamaño 20 para los diálogos, y en ciertos casos tamaño 22 para las expresiones fuertes, como en las escenas de reprimenda.

Esta tipografía se caracteriza por ser legible y tener un toque juvenil y de diversión, proyecta un estilo actual, más moderno, una de sus características es que su legibilidad es excelente tanto en la web como en impresión. **(Ver Anexo pág.58)**

Alineación

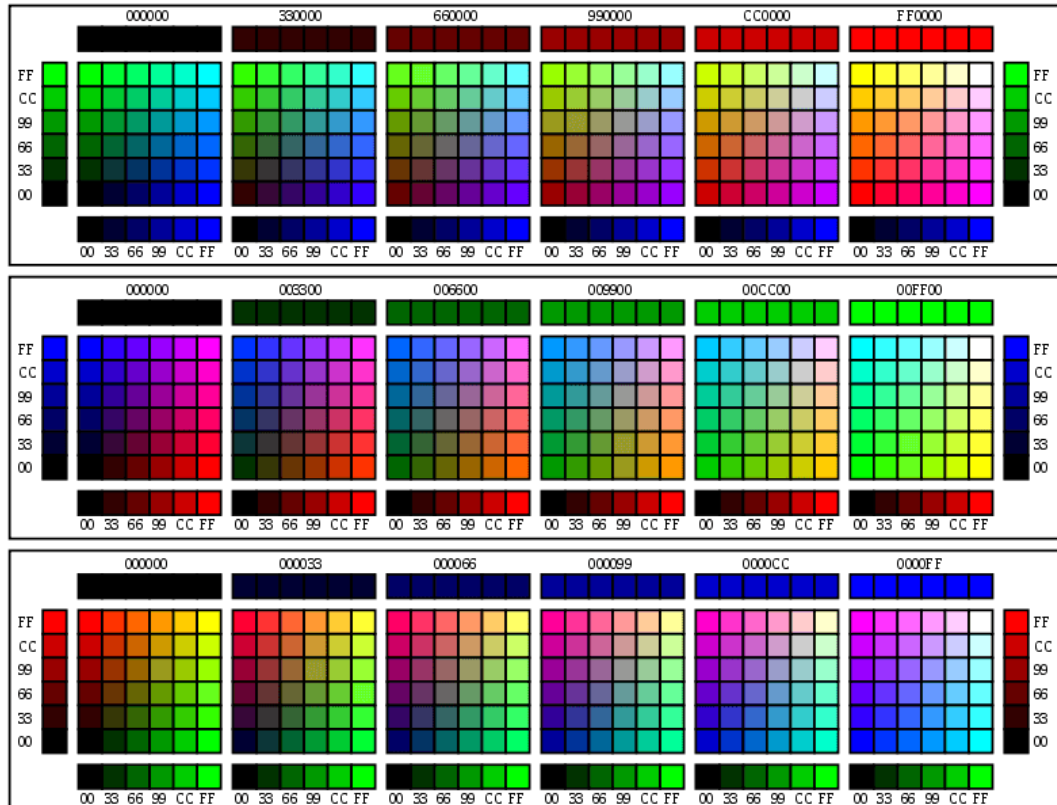
En todas las escenas de cada ilustración, se presenta con una alineación de texto centrada, ya que esta es la más adecuada para este tipo de textos y para la realización de este trabajo, la alineación consiste en que cada elemento debe tener una conexión visual con algo más de la página.

Cuando una composición está alineada, nuestro cerebro percibe orden y cohesión, los espacios entre palabras deben ser equilibrados, así expresamos proporción entre imagen y texto, este tipo de alineación ayuda a que el lector se relaje y disfrute más de su lectura. Esta clase de alineación hace más factible la legibilidad rápida.

Color

Se utilizaron colores cálidos y colores fríos para la realización de cada escenario y personaje, los colores cálidos nos transmiten energía, alegría y movimiento como el rojo, amarillo y naranja, mientras que los tonos fríos transmiten calma, tranquilidad y serenidad como el verde oscuro, morado y azul. (Ver Anexo pág.59)

Figura 1. Tabla de colores



Fuente: (Penguin, 2015)

Se usó el color negro como base de cada ilustración, marcando un estilo propio, ya que este color es capaz de transmitir curiosidad, captando así la atención de los estudiantes.

También se utilizan los colores naranja, azul, rojo y verde como complemento del proyecto ya que estos representan a la institución.

- **Naranja** Transmite entusiasmo y exaltación. Es el color asociado a la diversión y adrenalina.
- **Azul** Transmite estabilidad, sabiduría y confianza y representa el cielo, representa la seriedad y transparencia.

- **Rojo** Transmite vitalidad, poder y fuerza, representa el fuego y la sangre, es el color de la pasión y la ira.
- **Verde** Transmite la relajación y lo refrescante, representa la naturaleza.
- **Negro** Es capaz de transmitir curiosidad y distinción, misterio y elegancia, representa estilo propio y caracter.

Estilo

En la ilustración son muy diversos, con el paso del tiempo se han ido combinando, dando paso a nuevos estilos. Además es necesario aclarar que cada ilustrador tiene su propio estilo personal.

El diseño de las ilustraciones realizadas tiene un estilo actual, moderno, creando así contrastes en cada escena.

Está inspirado en las caricaturas actuales, las cuales representan al diseño en una forma básica, se suprimen elementos demasiado detallados, evitando que den más peso a la imagen, de esta manera se hace más fácil recordar el mensaje.

3.3.2. Fase 2: Producción

Recopilación de la información de la empresa

La recopilación de datos es un proceso largo de compilación de información, nos ayuda a realizar observaciones más directas y claras para poder obtener información en tiempo real sobre un problema. Es útil conocer más a fondo sobre la institución para la que se realizará el trabajo, ya que esto nos ayuda a tener más claro lo que se debe realizar en el proyecto propuesto.

Toma de Fotografías

Las fotografías son utilizadas para tener una mejor comprensión del lugar en el que estarán colocados los afiches, las mismas que fueron seleccionadas tomando en cuenta los puntos en los que existe mayor concentración de estudiantes. **(Ver Anexo pág.62)**

Maquetación

La maquetación tiene su importancia en la creación del cómic digital, ya que nos permite distribuir de una mejor manera las diferentes piezas gráficas que serán utilizadas.

Manteniendo como guía el boceto antes mencionado, el mismo que tiene su estructura en base a lápiz para posteriormente ser digitalizado en el programa de diseño Adobe Illustrator. **(Ver Anexo pág.61)**

Forma de la página

La orientación del cómic digital “Campaña de Valores” para su impresión es A3 de formato vertical. **(Ver Anexo pág.56)**

Márgenes

En el cómic digital “Campaña de Valores” se decidió utilizar márgenes de 1cm de izquierda a derecha y de la parte superior e inferior dando una apariencia de orden.

Mientras que el espaciado entre cada escena es de 0,5 cm de izquierda a derecha y de la parte superior e inferior.

Software

Los principales programas utilizados en la creación del presente proyecto son dos:

- **Adobe Illustrator CC 2017:** Es uno de los software de diseño más populares, confiables y con muchas funciones para crear gráficos vectoriales, bocetos, dibujos y obras de arte. El programa da acceso a múltiples herramientas para proyectos de alta calidad. Con efectos especiales, capas, efectos de degradado y herramientas de dibujo, se pueden crear diseños asombrosos a partir de la imaginación.
- **Adobe Photoshop CC2017:** Es un editor de gráficos, usado principalmente para el retoque de fotografías y gráficos. **(Ver Anexo pág.60)**

Soporte

La elección del material impreso es en vinilo adhesivo, el cual es un material sensible a la presión, es usado comúnmente por imprenta ya que con él es posible crear diseños e imágenes. Lo interesante de este material es que sus láminas pueden ser cortadas y adaptadas a casi cualquier forma y tamaño.

El vinilo adhesivo es usado normalmente para el diseño de etiquetas, letreros o logotipos, es bastante llamativo para uso comercial, publicitario y personal. Su adhesivo se adhiere a casi cualquier superficie curva o plana no gruesa en cuestión de segundos, es lo suficientemente fuerte como para soportar agua y altas temperaturas. La impresión de piezas gráficas se realizará en tipo afiche, las cuales estarán ubicadas estratégicamente en los pasillos dentro de la institución.

3.3.3. Fase 3: Implementación

Mediante la aprobación del presente proyecto con beneficio al Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, se dará paso a la implementación del cómic digital que será subido a las redes sociales por parte del personal encargado en el ámbito tecnológico dentro de la institución, también se procederá a la aplicación de los afiches dentro de la institución.

Aspirando a que los estudiantes de dicho instito puedan adquirir los conocimientos dados en el presente proyecto, como en este caso lo son los valores y su uso en el día a día. **(Ver Anexo pág.61)**

3.3.4. Factibilidad

Al realizar las investigaciones respectivas, se concluyó que al diseñar el cómic digital será factible para los alumnos de la institución. De este modo podrán tener un mejor concepto y valorización de lo aprendido, con textos, imágenes y situaciones divertidas que acompañaran las escenas del proyecto.

Es por ello que la realización del presente proyecto no representará problema alguno, sino todo lo contrario, éste será beneficioso para todos los que tengan acceso al mismo, ya sea desde su móvil o de cualquier otro dispositivo con el cual se pueda acceder a internet.

3.3.4.1. Presupuesto

Se realizó la elaboración del presupuesto para el desarrollo del presente proyecto según los parámetros siguientes:

Tabla 1

RECURSO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Diseñadora	Diseño de ilustraciones.	8	\$20	\$160
Afiches	Material de vinilo adhesivo sobre PVC de 42 x 29, 7 ubicado en pasillos dentro del Itf.	3	\$7	\$21

3.5. Resultados esperados de la aplicación de la propuesta

Con la implementación del cómic digital “Campaña de Valores” se desea incrementar los conocimientos sobre el uso apropiado y la importancia de los valores, esta página estará a disposición de todos los alumnos y personal pertenecientes al Instituto Superior Tecnológico de Formación.

De este modo se notará un gran cambio por parte de todos los que se encuentran dentro de la institución, siendo ya parte de su vida la práctica diaria de los valores, siendo ejemplos para los futuros integrantes.

CONCLUSIONES

La realización de la tesina se ha encaminado en la memorización visual de las imágenes que muestran diferentes escenarios que conforman esta herramienta tecnológica, incrementando el conocimiento y la variación de aprendizaje en los alumnos del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial.

Los valores son las cualidades y virtudes que nos marcan como personas, que nos hacen diferenciar con más claridad lo que estamos haciendo bien o mal, nuestro entorno se basa en valores y antivalores, son los que forjan nuestro criterio. Los valores son muy importantes, se los emplea dentro de cualquier campo, en cualquier lugar y con cualquier persona, son los que nos llevan al éxito.

RECOMENDACIONES

Que los encargados del cómic sigan realizando más ilustraciones.

Que el cómic digital siga teniendo actividad y no quede en el olvido.

Ayudar a implementar nuevos métodos de aprendizaje acerca de los valores.

No olvidar la esencia del proyecto, que es poder mejorar nuestra actitud y personalidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Barriga, Á. D. (2006). La educación en valores: Avatares del currículum formal, oculto y los temas transversales. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 8, 1. Recuperado el 04 de 12 de 2019, de <http://redie.uabc.mx/vol8no1/contenido-diazbarriga2.html>
- Chapman, A. (2004). Análisis DOFA y análisis PEST.
- Corzo, J. R. (2004). *Los Valores y sus desafíos actuales*. Cuba: Libros en red.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Dra. Karla Annet Cynthia Sáenz López, D. F. (2012). *METODOLOGÍA PARA INVESTIGACIONES DE ALTO IMPACTO EN LAS CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS*. Madrid: DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid.
- Fernández, S. (2006). *The Origins of Design Education in Latin America: From the hfg in Ulm to Globalization*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Kant, I. (2004-2013). *¿Qué es la Ilustración? Y otros escritos de ética, política y filosofía de la historia*. Madrid: Alianza editorial El libro de bolsillo.
- Leonor Arfuch, N. C. (1997). *Diseño y Comunicación: Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós SAICF.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. México: D.R. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Penguin, W. (04 de 08 de 2015). *yoseo marketing*. Obtenido de La tabla de código de colores html hexadecimal definitiva: <https://www.yoseomarketing.com/blog/la-tabla-codigo-colores-html-hexadecimal/>
- Ramos, E. C. (1 de Julio de 2008). *Métodos y técnicas de investigación*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/48130436/Metodos_y_tecnicas_de_investigacion__GestioPolis.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DMetodos_y_tecnicas_de_investigacion.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKI

Rodríguez, M. P. (s.f.). *Historia del Diseño Gráfico*. Granada: Universidad de Granada.

Rojas Cairampoma, M. (2015). Tipos de Investigación Científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63638739004>