



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**CARRERA: DISEÑO GRÁFICO**

**TEMA: DESARROLLO DE MATERIAL BTL QUE APOYE EN LA DIFUSIÓN VISUAL EN CONTRA DEL ABANDONO DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES, EN LA CIUDAD DE QUITO, SECTOR 'LA MARISCAL'**

**AUTORA: Adriana Cristina Salazar Cueva**

**TUTORA: Ing. Silvia Arciniegas Mg.**

**2014**

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, nombrado por la Comisión Académica de la Universidad Tecnológica Israel certifico:

Que el Trabajo de Investigación “DESARROLLO DE MATERIAL BTL QUE APOYE EN LA DIFUSIÓN VISUAL EN CONTRA DEL ABANDONO DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES, EN LA CIUDAD DE QUITO, SECTOR ‘LA MARISCAL’”, presentado por la Señorita Adriana Cristina Salazar Cueva, estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico Empresarial, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado que la Comisión Académica de la UISRAEL designe.

Quito, noviembre 2014

### TUTORA

Firma:

Ing. Silvia Arciniegas Mg.

C.C. 171491803-2

## **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

### **AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

La abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico Empresarial, declaro que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Diseño Gráfico Empresarial, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, noviembre 2014

#### **ESTUDIANTE**

Firma:

Adriana Cristina Salazar Cueva

CC: 171454420-0

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal de Grado, designado por la Comisión Académica de la UISRAEL, aprueban El Trabajo de Titulación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica "ISRAEL" para títulos de pregrado.

Quito, noviembre 2014

Para constancia firman:

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

FIRMA PRESIDENTE

---

FIRMA MIEMBRO 1

---

FIRMA MIEMBRO 2

## **DEDICATORIA**

A mi hija Micaela, fuente de  
inspiración y fuerza para  
realizar el proyecto.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Tecnológica Israel por permitirme ampliar mis conocimientos con respecto al Diseño Gráfico y así poder realizar un proyecto socialmente responsable.

A mi tutora que me ha ayudado a concluir este proyecto con mucha paciencia.

A mi madre. A mi esposo Diego e hija Micaela, por apoyarme con el tiempo que requerí para realizar el proyecto.

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>PRELIMINARES</b>	<b>PÁGINAS</b>
Portada .....	i
Aprobación del Tutor.....	ii
Autoría de Tesis.....	iii
Aprobación del Tribunal de Grado .....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice General de Contenidos.....	vii
Índice de cuadros y anexos.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	1
DATOS GENERALES .....	3
CONTEXTUALIZACIÓN.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
JUSTIFICACIÓN.....	9
OBJETIVO GENERAL.....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
METODOLOGÍA.....	12
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....</b>	<b>15</b>
El BTL.....	15
La comunicación.....	16
La comunicación visual.....	17
Técnicas de la comunicación visual.....	19
La comunicación dentro del diseño gráfico .....	21
El diseño gráfico y la responsabilidad social.....	22
Los medios de comunicación.....	22
La semiótica.....	24
Metáfora y metonimia.....	25

Fotografía.....	26
Código de la niñez y adolescencia.....	27

## **CAPÍTULO II**

### **DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN RELACIÓN CON LA ELABORACIÓN DE MATERIAL BTL QUE APOYE EN LA DIFUSIÓN VISUAL EN CONTRA DEL ABANDONO DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES, EN LA CIUDAD DE QUITO .....**

.....	29
Análisis situacional.....	30
Análisis externo.....	30
Análisis interno.....	30
Resultados de las entrevistas aplicadas a personas vinculadas con el tema .....	31
.....	32
Resultados de las observaciones realizadas en el sector de La Mariscal.....	35

## **CAPÍTULO III**

### **FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO .....**

.....	36
Proceso del Diseño Gráfico.....	38
Concepto del diseño aplicado al producto.....	39
Expositores.....	40
Bocetos.....	43
Fotografías.....	45
Ediciones.....	50
Montajes.....	55

INFOGRAFÍA.....	58
-----------------	----

PRESUPUESTO DEL PROYECTO A DESARROLLAR.....	59
---	----

PROCESO DE VALIDACIÓN .....	60
-----------------------------	----

CONCLUSIONES .....	63
--------------------	----

RECOMENDACIONES .....	64
-----------------------	----

BIBLIOGRAFÍA .....	65
--------------------	----

ANEXOS .....	67
--------------	----



## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 - Presupuesto de la investigación.....	11
Cuadro 2 - Metodología.....	14
Cuadro 3 - Resultados entrevista 1.....	33
Cuadro 4 - Resultados entrevista 2.....	35
Cuadro 5 - Presupuesto del producto.....	59
Cuadro 6 - Validación.....	61

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Proceso del diseño.....	38
Gráfico 2 - Expositor vista lateral.....	40
Gráfico 3 - Expositor vista frontal.....	41
Gráfico 4 - Bocetos.....	43
Gráfico 5 - Bocetos medidas.....	44
Gráfico 6 - Infografía.....	58

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 - Fotografías.....	45
Imagen 2 - Ediciones.....	50
Imagen 3 - Montajes.....	55

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**  
**CARRERA DE DISEÑO**

**TEMA:**

“Desarrollo de material btl que apoye en la difusión visual en contra del abandono de niñas, niños y adolescentes, en la ciudad de Quito, sector ‘La Mariscal’”.

**AUTORA**

Adriana Cristina Salazar Cueva

**TUTORA**

Ing. Silvia Arciniegas Mg.

**RESUMEN**

El presente trabajo se enfoca en el desarrollo de un material BTL que apoye en la difusión visual en contra del abandono de niñas, niños y adolescentes en la ciudad de Quito, sector ‘La Mariscal’; el mismo surge como respuesta a la necesidad de aumentar el número de campañas sociales para que las personas conozcan acerca del abandono, causas y daños que genera.

El producto se basa en el uso de la imagen mediante un BTL, al igual que el uso del diseño gráfico dentro de la comunicación visual, distintos aspectos que se identificaron dentro del producto, y en lo planteado en el código de la niñez y adolescencia. Una vez identificada la necesidad, se procedió a recopilar información, tanto teórica como empírica; la teórica a través de los métodos histórico-lógico y analítico-sintético, y la empírica, mediante observaciones y entrevistas, para contar con los datos suficientes que permitieron la elaboración del producto final, que es el sistema visual BTL.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**  
**CARRERA DE DISEÑO**

**TITLE:**

“Development of BTL materials to support dissemination of visual neglect against children and adolescents in the city of Quito, district 'La Mariscal’”.

**AUTHOR**

Adriana Cristina Salazar Cueva

**DIRECTOR**

Ing. Silvia Arciniegas Mg.

**ABSTRACT**

This work focuses on the development of BTL materials supporting the visual diffusion against the abandonment of children and adolescents in the city of Quito, district 'La Mariscal' ; it is a response to the need to increase the number of social campaigns to make people aware about the neglect , damage cases and it generates.

The product is based on the use of the image using a BTL, like the use of graphic design in visual communication, different aspects that were identified in the product, and what was stated in the code of childhood and adolescence. Having identified the need, we proceeded to collect information, theoretical and empirical; theoretical through the historical and logical and analytical - synthetic methods, and empirical, through observations and interviews in order to have sufficient data to allow the development of the final product, which is the BTL visual system.

## INTRODUCCIÓN

Según la Organización Mundial de la Salud, año 1999, “El maltrato acude a toda conducta hacia un niño dentro de un vínculo de confianza y poder, y por lo tanto de responsabilidad que resulta o puede resultar en un daño real o potencial en la esfera física emocional, sexual o cognitiva.”<sup>1</sup>

En algunos lugares de América Latina y en países subdesarrollados, a los niños y niñas se les ha interrumpido sus derechos, de esta manera ellos se sienten obligados a no tener una infancia normal sino llena de dolor, confusión y sufrimiento. En muchos casos los niños no asimilan las causas que puede traer la inestabilidad en la que se encuentran y comienzan a crear distintas actitudes, que pueden llegar a afectar su entorno familiar y social en un futuro. Esta causa genera una inestabilidad emocional y cognitiva, puede llegar a provocar reacciones adversas a la conducta del ser humano, siendo estas dañinas para el niño que crece y para su entorno familiar.

El adulto busca solventar una necesidad de enojo, ira, dolor o venganza contra un ser indefenso, una persona que no tiene la culpa de haber nacido en un tiempo, espacio y lugar no apto para sobrevivir. El niño cree y confía en las personas que se encuentran a su alrededor; los niños absorben todo lo que ven o escuchan y llegan a considerar este trato como “ejemplo” o como algo normal.

Todo tipo de maltrato afecta su desarrollo personal, físico y emocional, genera inestabilidad y confusión. Se ven a diario escenas de niños o niñas que en lugar de encontrarse seguros dentro de un refugio, se enfrentan ante la violencia, ante el maltrato de un adulto que no puede ejercer su función como tal.

En el CAPÍTULO I se aborda toda la información teórica necesaria para respaldar la investigación; se presenta aspectos básicos relacionados con el diseño, el BTL, la comunicación, la comunicación visual, etc.

En el CAPÍTULO II se presenta el diagnóstico de la situación actual en relación con la situación actual en relación con la elaboración de material BTL que apoye en la difusión visual en contra del abandono de niñas, niños y adolescentes, en la ciudad de

---

<sup>1</sup>Eva Giberti. (1987). *Abuso sexual y malos tratos contra niños, niñas y adolescentes: perspectiva psicológica y social*. Buenos Aires, Argentina. p.13

quito. Se analizan datos internos y externos que permiten conocer lo que se ha planteado en cuanto a difusión visual y maltrato infantil específicamente abandono; se muestran los resultados de las observaciones y entrevistas realizadas a los expertos.

En el CAPÍTULO III se presenta la elaboración del producto; se muestran los procesos metodológicos y gráficos que se siguieron, y se emiten criterios del porqué se seleccionaron los sectores y las paradas.

Finalmente se presenta la validación del producto, la misma que fue realizada a través de la estrategia criterio de expertos, y se registran las conclusiones y recomendaciones del trabajo.

## DATOS GENERALES

**Carrera:** Diseño Gráfico Empresarial

**Autor:** Adriana Cristina Salazar Cueva

**Tema:** Desarrollo de material BTL que apoye en la difusión visual en contra del abandono de niñas, niños y adolescentes, en la ciudad de Quito, sector 'La Mariscal'

### **Articulación del proyecto:**

Dentro del Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)<sup>2</sup>, el desarrollo del producto se enfocó en el objetivo número 2 con algunos sub-objetivos, que menciona lo siguiente:

Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.

- Generar condiciones y capacidades para la inclusión económica, la promoción social y la erradicación progresiva de la pobreza
- Garantizar la igualdad real en el acceso a servicios de salud y educación de calidad a personas y grupos que requieren especial consideración, por la persistencia de desigualdades, exclusión y discriminación
- Fomentar la inclusión y cohesión social, la convivencia pacífica y la cultura de paz, erradicando toda forma de discriminación y violencia
- Garantizar la protección especial universal y de calidad, durante el ciclo de vida, a personas en situación de vulneración de derechos

**Fecha de presentación:** Noviembre 2014

---

<sup>2</sup>Responsabilidades del Plan Nacional para el Buen Vivir. (2013-2017).

Obtenido el: 10 enero de 2014, en: [http://www.movimientoecuador.co.uk/senplades/PNBV\\_herramienta.php](http://www.movimientoecuador.co.uk/senplades/PNBV_herramienta.php)

## CONTEXTUALIZACIÓN

Existen pocas campañas en contra del maltrato infantil; se han realizado investigaciones, canciones, conferencias, agendas; pero no se ha llegado a difundir de manera masiva o viralmente para que haya mayor interés en cuanto al tema; suelen ser manejadas en organismos públicos o privados para conferencias pero no han sido atribuidas al público en general. Las campañas visuales en cuanto al maltrato infantil deben llegar a ser difundidas por cualquier tipo de medio para dar a conocer una situación que muchas personas desconocen.

El Arzobispo de Cuenca, Monseñor Luis Alberto Luna Tobar<sup>3</sup>, habla acerca de las reacciones hacia el maltrato y los motivos que conducen a esto:

- Niño nacido sin amor.
- Padres no preparados para formar y educar hijos.
- Distancias psicosociales de la pareja
- Medio inhóspito e inadecuado para la normal convivencia.
- Presiones sociales alteradoras.
- Problemas económicos y legales.

El hecho de transmitir campañas en medios segmentados genera que no se tenga clara una situación que se la puede vivir en cualquier lugar y no solo en espacios donde la economía es más baja o exista la migración de por medio; pues, el maltrato también se da en hogares de alta economía, siendo un maltrato psicológico el trabajar mucho y no compartir el suficiente tiempo con los niños; o dejar que se críen con personas ajenas a sus padres, esto llega a generar una situación de resentimiento por parte de los niños hacia sus progenitores. En épocas navideñas se da una campaña en contra de la mendicidad infantil; pero sólo en esa época en la que familias enteras migran a la capital o a las principales ciudades del país para pedir “un regalo de navidad”; esta campaña no se da durante los once meses restantes por lo que debería manejarse como una campaña social diaria.

Algunos de los tipos de maltrato infantil son el físico, psicológico, sexual, social. Cada uno de estos tiene subdivisiones ya que no solo en un lugar se puede maltratar.

---

<sup>3</sup>Instituto Ecuatoriano de Investigaciones y Capacitación de la mujer (IECAM). (1998). *El maltrato a la niña en el Ecuador*. Quito, Ecuador

Dentro del maltrato social, se debe diferenciar las diferentes formas que adopta este tipo de maltrato, como el riesgo psicosocial, abandono o semiabandono, discriminación, trabajo infantil, niños-niñas de la calle, tráfico de niños-niñas, etc.

En el Manual de Intervención en “Maltrato Infantil” se registra las diferentes formas que adopta la violencia social y son:

- a. Riesgo psicosocial, afecta al desarrollo integral, resultado a la subatención de las necesidades como la alimentación, vivienda, recreación, salud, educación, entre otras.
- b. Semiabandono, consecuencia directa de la urbanización, economía de mercado, pobreza, que genera dejar al niño sólo o al cuidado de hermanos mayores durante varias horas.
- c. Maltrato, los más comunes son físico, abandono, explotación laboral y sexual y el abuso sexual.
- d. Niños viviendo en zonas de conflicto armado, en esta situación viven niños de América Latina y el tercer mundo, existen también experiencias en Europa Central (Primer mundo). Generan situaciones traumáticas convirtiéndose en un niño desplazado y propenso a distintos tipos de riesgos.
- e. Discriminación, se da por edad, sexo, grupos étnicos o religiosos, pobreza, etc.
- f. Trabajo infantil, la mayoría de los niños se incorporan a temprana edad a las estrategias de supervivencia familiar.
- g. Niños de la calle o vivir en la calle, pobreza absoluta o indigencia, esto genera que los niños salgan de sus casas y vivan en la calle realizando varios tipos de actividades laborales. En la mayoría de los casos hay un adulto que utiliza al niño como medio – servicios sexuales, manejo de productos robados, tráfico de drogas o participación en bandas delincuenciales.
- h. Tráfico de niños, venta para la adopción, o para servir en casas o prostitución, también tráfico de órganos.
- i. Secuestro y sustitución de identidad, menor separado de su madre para entregar a la policía, fuerzas de seguridad o personas relacionadas con los secuestradores negando su identidad.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Asociación Argentina de Prevención del Maltrato Infante-Juvenil (ASAPAMI). (1999). *Manual de Intervención en Maltrato Infantil*. Citado en Bringiotti (1999), Finkelhor y Baron (1986).  
Obtenido el: 12 septiembre de 2013, en: <http://www.asapmi.org.ar/publicaciones/glosario/?id=371>



El abandono se da por diversas causas, en este proyecto se busca dar a conocer a las personas que no solo un niño abandonado es aquel que está en la calle, sino que hay negligencia por parte de los padres que causan un abandono. El instalar el producto en paradas de buses y en expositores iluminados, permitirá que las personas que toman medios de transporte público observen y lean lo que dice en cada uno, generando un momento de interés acerca del tema.

El estudio se da en paradas de buses ya que muchas personas que incluso se pueden encontrar en autos propios no están exentos de observar la publicidad en cualquier medio, al igual que las personas que se encuentran caminando; el no aprovechar los medios para instalar imágenes de problemas sociales permite que no haya mayor información acerca de ciertos temas, por lo que se han tomado varias opciones llegando a la más concreta que son las paradas de medios de transporte.

También se pueden difundir las campañas sociales por medios virales como las redes sociales; en este tiempo son muy accesibles para toda persona, para ayudar a niñas, niños y adolescentes a buscar ayuda.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Existen muchos problemas sociales latentes en el país, los cuales no son comunicados en su totalidad, sino sólo se conocen los que son transmitidos por medios de información masiva; uno de ellos está relacionado con el maltrato infantil, sin embargo, no existe suficiente difusión visual que lo visibilice, sobre todo utilizando material BTL ubicado en sitios de gran concurrencia pública.

El implementar difusiones visuales en paradas de buses resulta un buen medio para poder llamar la atención de transeúntes en ciertas zonas, con breve información acerca del tema planteado.

Los cambios que han surgido en los medios visuales generan un mayor interés hacia el observador, en los últimos tiempos se han incrementado incluso medios mecánicos para poder llamar más la atención, con colores, promociones, etc.; el uso de imágenes sociales en medios donde circulan varias personas al día provoca que el observador se interese por lo que observa, para plantear problemas sociales se necesita conocer derechos y buscar diferentes maneras de plasmar en ideas que no dañen ni afecten la integridad de las personas, sobre todo de las niñas, niños y adolescentes que es en el medio que se enfoca el producto.

Para conocer más acerca del tema planteado es necesario saber ciertos índices que han sido investigados como las que realizó el periódico El Comercio en el año 2012, en una investigación a la Unicef y al CEPAL<sup>5</sup>, en la cual se puede observar ciertos porcentajes de maltratos; siendo una recolección de información de macro a micro se obtiene que:

- 275 millones de niños son maltratados en todo el mundo por cada año.
- Dentro de Latinoamérica existen 190 millones de niños, de los cuales el 40% sufre o ha sufrido algún tipo de maltrato como violencia, abusos y abandono.
- En el Ecuador aproximadamente el 50% de niños han sido víctima de maltrato, es decir que de cada 10 niños, 5 sufren con esto.
- El maltrato ocurre en su mayoría en el hogar, en el año 2011 hubo 871 denuncias de maltrato intrafamiliar.

---

<sup>5</sup>Grupo El Comercio S.A. (2012). Obtenido el: 15 junio de 2013, en: <http://www.youtube.com/watch?v=hERouhddKjI>

- También el maltrato se puede dar en la escuela, entre el año 2000 al 2010 el maltrato de los profesores ha ido aumentando aproximadamente en un 20%.
- Los que maltratan son: padres, familiares, tutores, profesores y autoridades escolares.
- Entre los maltratos más comunes se encuentran el físico, psicológico, entre otros. El maltrato de omisión también es frecuente dentro de este se encuentra la falta proveer salud, educación, alimentación, vestimenta, afecto, etc.
- El maltrato se vuelve una rueda sin fin, generando al niño una baja autoestima, agresividad, inseguridad, etc. De igual manera retrasa su desarrollo físico, emocional, cognitivo y psicológico.
- Esta rueda se rompe generando tolerancia, respeto, educación con amor, crianza con apego, eliminando castigos, generando protección a la niñez.

Esta información se debe plasmar de forma masiva porque el estado y las personas no están familiarizadas con el tema y no conocen qué medidas tomar cuando observan alguna anomalía acerca de los niños. Estos datos han sido tomado consideración para la propuesta a realizar y poder plasmar ideas en imágenes

Se puede entender que existe un 50% de desprotección juvenil, en el país recientemente se está investigando los motivos, razones y buscando soluciones para prevenir el maltrato, sin embargo no se ha hecho un manejo a gran escala para que existan medios externos de difusión; de esta manera nadie conoce a ciencia cierta de este porcentaje y todo puede seguir de la misma manera, la propuesta es comunicar a las personas visualmente acerca de este tema.

## JUSTIFICACIÓN

Una de las mayores necesidades al momento de realizar el producto es plasmar imágenes que generen el interés de las personas y de las empresas, tanto públicas como privadas, encargadas del cuidado de niñas, niños y adolescentes que se encuentran en situación de abandono o que a pesar de vivir con su familia pasan la mayor parte del tiempo solos.

Con el producto, se debe demostrar el daño causado a niñas, niños y adolescentes en situación de abandono, por cualquier tipo de maltrato, y cómo el adulto puede prevenir aquello. En la ciudad de Quito, se plantea situar en la Av. Amazonas, de sur a norte, entre la Av. Orellana y la Av. Gaspar de Villarroel y viceversa. El producto es un MUPI (Mueble urbano para la presentación de información), marquesinas o expositor iluminado, que se coloca en cada parada de bus.

En cuanto al MUPI, tiene dos imágenes similares pero con ciertos cambios, que mediante una metonimia, con una duda y una respuesta la persona tenga la necesidad de observar el otro lado. Debido a la distancia de las paradas y a la falta de secuencia no se puede hacer una serie de imágenes, ya que esto puede generar que las personas que transitan de un lugar a otro se olviden y no sientan interés para observar unos segundos. Los beneficios son dar a conocer a las personas el cuidado de sus niños, que sepan que no es normal que se sientan apartados, inseguros, y que cada uno busque una manera de mejorar su hogar.

Con las imágenes plasmadas se puede dar a conocer la “resiliencia” que, según Boris Cyrulnik, “todo niño que ha sido maltratado, abusado o generado cualquier tipo de trauma, puede llegar a tener una vida de éxitos”<sup>6</sup>. Hay tratamiento para que los niños dejen atrás su doloroso pasado y se enfoquen en un futuro con cambios positivos hacia su vida.

---

<sup>6</sup>Boris Cyrulnik.(2010). *Los monstruos de mi casa*. España. Quindrop Producciones Audiovisuales. Obtenido el: 16 junio de 2013, en: <http://www.monstresdecameva.com/index.php>

## **OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS**

### **Objetivo general.-**

- Desarrollar material BTL que apoye en la difusión visual en contra del abandono de niñas, niños y adolescentes, en la ciudad de Quito, sector “La Mariscal”

### **Objetivos específicos.-**

1. Recopilar la información teórica necesaria para fundamentar la investigación.
2. Diagnosticar la situación actual en relación con la elaboración de material BTL para apoyar campañas vinculadas con el maltrato.
3. Diseñar un producto BTL que permita dar a conocer la situación social vinculada con el maltrato infantil.
4. Validar el producto a través del criterio de expertos.

## PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

Ítem	Rubro	V. Unitario	V. Total
1	Gastos de movilización y alimento		
1.1	Transporte público	\$0.25	\$30.00
1.2	Alimentación	\$2.50	\$60.00
		Subtotal 1:	\$90.00
2	Material bibliográfico		
2.1	Libros	\$10.00	\$40.00
		Subtotal 2:	\$40.00
3	Gastos de oficina y servicios		
3.1	Internet	\$20.00	\$100.00
3.2	Electricidad	\$9.00	\$45.00
3.3	Impresiones	\$0.05	\$100.00
		Subtotal 3:	\$245.00
4	Gastos de producción del producto		
4.1	Materiales		\$10.00
4.2	Servicios		\$50.00
4.3	Impresiones		\$40.00
		Subtotal 4:	\$100.00
5	Gastos de producción del TT		
5.1	Impresión de 3 ejemplares		\$100.00
5.2	Empastado de 3 ejemplares		\$30.00
		Subtotal 5:	\$130.00
6	Gastos de Derechos de Grado		
	Derechos de grado		\$825.00
		Subtotal 6:	\$825.00
		TOTAL:	\$1430.00

Cuadro 1

Fuente: Presupuesto de la investigación

Elaboración: Adriana Salazar C.

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación se procedió de la siguiente manera:

Para la primera parte, relacionada con la fundamentación teórica, se utilizaron los métodos analítico-sintético, el analítico permitió realizar una descomposición de lo que abarca el maltrato para conocer más acerca del tema, de igual manera con el producto se analizan las necesidades para que una comunicación visual se dirija hacia la sociedad; en cuanto al método sintético, a partir de lo que se obtuvo con el análisis, se vuelve abarcar toda la información que se fragmentó previamente para reconstruirla y poder llegar a entender cuál es la esencia del tema, así como buscar todos los elementos para la elaboración precisa del producto y formar una solución al problema planteado.

El método también utilizado fue el lógico-histórico; dentro del histórico, mediante investigaciones en medios escritos y hablados, en cuanto al maltrato; se ha ido desarrollando al pasar de los años y uno de los motivos que tiene el adulto a cometer maltrato; en cuanto a situación social se han hecho investigaciones y se ha buscado una manera de eliminar mediante campañas sociales, sin embargo no son constantes lo cual se convierte en una necesidad. A pesar de que el maltrato sigue existiendo se ha realizado campañas en contra de este, pero segmentados. Se estudian diferentes tipos de problemas y así van cambiando los tipos de estudios e investigaciones, en estos últimos años se encuentran investigando el porqué del abandono en los niños, seguido por la posibilidad de la adopción en el país, sin embargo no existen datos ni campañas sociales para que genere mayor interés en cuanto a las personas, en cuanto al método lógico dentro del tema maltrato se lo ha podido utilizar en cierto modo de causa-efecto. Por ejemplo las causas que provocan al adulto ser agresor y los efectos que causan en los niños, sobre todo el que el niño no puede superar y busca sustentar ese daño causando daño a otro ser o a su propia familia, como se cita en el libro "Variaciones sobre clínica psicoanalítica" de la frase del señor Søren Kierkegaard "Si me angustio por una desgracia pasada, no me sucede así en cuanto pasada sino en cuanto puede repetirse, o sea tornarse futura"<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Ana Berezín. (2003). *13Variaciones sobre clínica psicoanalítica. Un mariscal y un emperador: historia del maltrato infantil*. Cita de Søren Kierkegaard. Buenos Aires, Argentina. Siglo Veintiuno. P.182-193

Para la segunda parte, que es el diagnóstico de la situación actual en relación con la elaboración de material BTL orientado a apoyar la difusión visual en contra del abandono de niñas, niños y adolescentes, se utilizaron procedimientos empíricos como observaciones y entrevistas. Las observaciones fueron realizadas en el sector de La Mariscal; para ello fue necesario diseñar un instrumento (ver anexo 1), que consta de 4 indicadores: afluencia de personas, existencia de material similar, causa-efecto hacia el transeúnte y necesidad de ubicación. Las entrevistas fueron aplicadas a un diseñador gráfico que tiene mención en comunicación visual y esto hace que permita un manejo del uso de este sistema visual, la otra entrevista es a la encargada de protección especial dentro del Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES, que permitió conocer acerca del tema del maltrato, para ello se diseñó un instrumento que consta de 4 preguntas, para indagar temas como: necesidad, usos, preliminares, etc. (ver anexo 2 y 3).

Para la elaboración del producto se partió de la necesidad de un producto social, que informe más acerca del tema planteado, se utilizaron diferentes fuentes bibliográficas que permitan generar información acerca de los diferentes usos del diseño gráfico dentro del BTL, también se aplican las observaciones y entrevistas realizadas.

Para la parte final, relacionada con la validación, se siguió la estrategia criterio de expertos.



A continuación se presenta un cuadro que sintetiza lo explicado:

Etapas	Métodos		Técnicas	Resultados
	Teóricos	Empíricos		
Fundamentación teórica	Analítico - Sintético Histórico – Lógico Inductivo - Deductivo		Consultas bibliográficas Consultas en Internet. Lectura científica.	Bases teóricas para respaldar investigación
Diagnóstico		Observaciones Entrevistas	Observaciones Entrevistas	Diagnóstico de la situación actual.
Producto		Teoría de los diferentes usos del diseño.	Observación, investigación, entrevistas.	Producto BTL
Validación		Criterio de expertos	Aplicación de instrumento	Producto validado.

Cuadro 2

Fuente: Metodología

Elaboración: Adriana Salazar C.

## CAPÍTULO I

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Para respaldar la investigación se consideraron las siguientes teorías y criterios de diferentes autores en cuanto a usos dentro de la comunicación visual, se consideró lo planteado por Donis Dondis y también lo dicho por Germán Ferrari, quien conoce acerca de la comunicación en medios masivos; se utilizaron fuentes de Jay Conrad Levinson, quien pone a conocimiento el manejo de marketing de guerrilla dentro del “BTL”, y demás autores como Rodolfo Fuentes, Jorge Frascara, etc. que han sido tomados a consideración para que genere mayor conocimiento para la presentación del producto.

Los temas y subtemas previstos para fundamentar la investigación se registran a continuación:

#### **BTL o Below the Line**

El BTL o bellow the line es una técnica del marketing; para definir este tipo de publicidad se ha tomado como base los planteamientos de Jay Conrad Levinson, quien utilizó el término *marketing de guerrilla*, enfocándose en un crecimiento enriquecedor de la publicidad, según los conceptos del marketing cambian radicalmente a diario sin embargo la guerrilla del mismo se mantiene intacta, a pesar de que se actualiza y se amplifica la información el interés del guerrillero es llegar a liderar lo que se propone; “El guerrillero del marketing se enriquece adaptándose a los múltiples cambios de nuestro mundo de la mercadotecnia, el cual siempre está evolucionando, tanto en el mundo real como en el ciberespacio”.<sup>8</sup> La publicidad por medio BTL, se utiliza en medios no masivos, en un grupo determinado, se puede utilizar en radio, televisión, publicidad externa o prensa. Puede ser una mezcla de creatividad o interacción con la persona que observa.

El “BTL” se lo utiliza para interactuar con el consumidor y llevar a una mayor impresión de lo que se quiere comunicar, se lo puede utilizar de diferentes maneras como marketing directo, promoción de ventas y merchandising. Dentro del marketing directo

---

<sup>8</sup> Jay Conrad Levinson. (1998). *Marketing de Guerrilla*. USA. p.2

se lo utiliza mayormente mediante correo, en la promoción de ventas, de ofertas y en el merchandising se busca impactar al cliente acerca de una marca dentro de un local establecido o fuera del mismo.

La técnica del “BTL” se considera eficiente ya que tiene un bajo costo de producción, dependiendo la publicidad, se la puede promocionar de distintas maneras, lo importante es llegar al público para que genere un impacto visual alto. Con este medio no es necesario saturar con las mismas promociones, por ejemplo anteriormente las campañas políticas pegaban 10 afiches en un solo poste de luz, o en una pared, lo que no causaba interés sino que produce contaminación visual. Al no saturar tanto provoca que las mismas personas se encarguen de difundir la idea, lo único importante es la creatividad del aviso para que se llegue a comunicar por sí sola la idea.

Se ha convertido en un uso y una competencia entre marcas para publicitar sus productos, mientras más extravagantes mayor aceptación, por lo que en los últimos tiempos el “BTL” se convirtió en un manejo masivo de medios, tanto convencionales como no convencionales.

## **La comunicación**

Mediante el proceso de la comunicación se puede transmitir diferentes tipos de información. Para que sea una comunicación clara se necesita principalmente de un emisor de un mensaje y de un receptor. La imagen llega a convertirse en un mensaje para que esta pueda llegar al receptor para que sea analizado y comprendido.

Llegando a explicar cada elemento se obtiene:

- El emisor es quien desea contactar a otro u otros individuos.
- El mensaje es la información que se desea enviar, esta generalmente se encuentra codificada por el emisor.
- El canal es el método que el emisor usa para poder transmitir el mensaje.
- El receptor es quien recibe y decodifica el mensaje.
- La retroalimentación es un método de respuesta que confirme al emisor que el mensaje ha sido decodificado por el receptor.

Según la lingüista Katherine Kerbrat-Orecchioni<sup>9</sup>, el emisor es analizado como una “instancia emisora”. Dentro de una campaña publicitaria interviene más de un emisor (anunciante, agencia) así como en el teatro o cine que interviene el director, actor, etc.

Dentro de la codificación del mensaje, el emisor apela una serie de competencias que son:

- Competencias lingüísticas (aptitudes para producir e interpretar conceptos) y paralingüísticas (la mímica y gestos).
- Competencias ideológicas (visión de la realidad) y culturales (conocimientos enciclopédicos).
- Determinaciones “psi” (relacionadas con factores psicológicos, psicoanalíticos y psiquiátricos del individuo).

Al no completar el proceso de emisión y decodificación del mensaje se da a entender que existe ruido, se lo conoce como interferencia dentro del proceso.

Para que la información sea plasmada correctamente se debe realizar un estudio previo para conocer el lugar en el que se va a comunicar y a quién o quienes va a llegar la información de cualquier medio. En algunos casos el mensaje llega de manera errónea; por ejemplo las cuñas que últimamente se han realizado están en un idioma que no todos manejan que es el “quichua” tornándose en algo inentendible. Por esos motivos uno debe conocer en los lugares que va a transmitir la información y a qué personas debe llegar el mensaje.

### Comunicación Visual

Como su nombre lo indica la comunicación visual entrega un mensaje por medio de la vista, ya que mediante el mensaje lo que predomina son las imágenes. Por medio de la comunicación visual se puede simbolizar una idea mediante imágenes que contengan frases, texturas, y un sin número de elementos para poder llegar al receptor. Los siguientes elementos han sido catalogados como esenciales según Dondis<sup>10</sup> son:

---

<sup>9</sup>Germán Ferrari. (2012). *La comunicación, principio, fin y dilema de los medios masivos. Hacia la comunicación de Masas*. p.12

<sup>10</sup>Donis A. Dondis. (2007). *La Sintaxis de la Imagen*. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili. p.50

1. El punto.- constituye la forma más simple, y a pesar de eso tiene gran fuerza visual. La unión de varios puntos forman una línea. Crea una ilusión o una forma.
2. La línea.- La unión de varios puntos que forman una cadena ya no se los considera como puntos se lo llama línea también conocida como un punto en movimiento. Una de los mayores usos en bocetos y en ideas transmitidas a papel.
3. El contorno.- se define por la línea creando figuras siendo las básicas el círculo, cuadrado y triángulo. A partir de estos se puede transferir cualquier idea.
4. Dirección.- Toda forma tiene una dirección y cada una representa ciertos aspectos, como en el cuadrado, la horizontal y vertical, esta representa la estabilidad simétrica; el triángulo, la diagonal, esta logra ser provocadora; y el círculo, genera repetición.
5. Tono.- Se lo puede visualizar por medio de la luz, a las cosas oscuras se las puede observar por la claridad y viceversa. Este tipo de tonos se los usa mayoritariamente para crear una dimensionalidad. Y así se puede medir movimiento y profundidad.
6. Color.- denota emoción, se puede decir que genera la estética del mensaje. El color se compone de: los colores primarios (amarillo, azul y rojo) generándose la gama cromática; la saturación respecto al gris; la acromática que indica el brillo de la luz hacia la oscuridad y la posimagen cuando se fija la mirada en un punto, pasando por una visualización en blanco, seguido por observar la misma imagen pero en negativo u otro color. El color a pesar de su simplicidad tiene gran fuerza en la creación del mensaje hacia el ser humano.
7. Textura.- Se la puede reconocer por el tacto o la vista. Generalmente se percibe la textura por medio visual.
8. Escala.- Se llama escala a todo elemento visual que puede ser modificado.
9. Dimensiones.- Existe en la realidad y se la puede tocar, la bidimensionalidad se realiza por medio de ilusiones (perspectiva y variedad tonal)
10. Movimiento.- Una de las fuerzas más importantes. Nos engaña al percibir movimiento pero en realidad se observa una secuencia de imágenes, con imágenes estáticas se puede percibir mientras la imágenes tengan diferentes formas u ordenamientos.

Frascara(1988), sostiene que “el diseño de comunicación visual, visto como una actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir

mensajes específicos a grupos determinados”<sup>11</sup>. De esta manera se da a entender que para que un diseñador pueda comunicar y que la comunicación sea concretada de forma satisfactoria es necesario diferenciar lo grupos a quién va dirigido y emitir los mensajes específicos para lograr un buen mensaje comunicativo.

### Técnicas de la comunicación visual

A más de lo elementos antes mencionados, se agregan algunas herramientas las cuales se encargan de distribuir los elementos para completar la comunicación. Según Donis A. Dondis<sup>12</sup> existen varias herramientas en la comunicación visual llamadas ‘dipolos’ que son:

11. Equilibrio: el equilibrio se ha convertido en una de las técnicas con mayor importancia, esta genera que la percepción humana genere un equilibrio visual, permite que haya un centro de gravedad rodeado de dos pesos. Inestabilidad: esta no tiene equilibrio y su visualización es poco imponente.
12. Simetría: la simetría es un resultado exacto de lo que se encuentra a partir del centro de gravedad. Misma dimensión, figura, color, etc. Asimetría: genera un peso mayor hacia un lado quedando vacío al otro. A pesar de que se puede lograr un equilibrio sin necesidad de ser exacto.
13. Regularidad: busca una concordancia entre los elementos. La irregularidad tiene cambios inesperados.
14. Simplicidad - complejidad: La simplicidad abarca un orden libre de elementos complejos. Mientras que dentro de la complejidad se encuentran varios elementos que tiende a demorarse el ojo humano en comprender los significados.
15. Unidad - fragmentación: a la unidad se la considera como la unión de objetos visualmente alineados. Mientras que la fragmentación descompone estos conjuntos en piezas separadas.
16. Economía - Profusión: dentro de la composición en la economía se utiliza una mínima cantidad dejando probablemente los elementos con mayor importancia, la profusión en cambio tiene varios elementos.
17. Reticencia – exageración: a pesar de ser bastante comunes con la economía y profusión la reticencia se encarga de generar grandes efectos en el consumidor

---

<sup>11</sup>Jorge Frascara. (1996). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Infinito. p.24

<sup>12</sup>Donis A. Dondis. (2007). *La Sintaxis de la Imagen*. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili. p.55

- con pocos objetos, mientras que la exageración tiende a agrandar los objetos a pesar que corte palabras o textos, de esta manera el mensaje se intensifica.
18. Predictibilidad – espontaneidad: la predictibilidad tiende a ser ordenada, y se basa en tener una información mínima a través de la experiencia, observación o la razón, mientras que la espontaneidad tiene una gran carga de elementos en muchos casos sin un previo plan.
  19. Actividad – pasividad: la actividad dentro del manejo visual debe demostrar un movimiento para que el mensaje sea interpretado con más fuerza; al contrario de la pasividad que es más calmada y genera tranquilidad, quietud.
  20. Sutileza – audacia: La sutileza es usada como delicadeza, esta debe usarse inteligentemente para conseguir soluciones beneficiosas; por el contrario la audacia se convierte en una técnica visual que genera seguridad y es obvia a simple vista.
  21. Neutralidad – Acento: dentro de la neutralidad no existe una percepción visual provocadora, pero si el diseñador logra manejarla de manera correcta puede generar interés en el espectador; el acento se fija más en colocar un objeto sobre una imagen o un fondo para llamar más la atención.
  22. Transparencia – opacidad: se las puede considerar estéticamente parecidas la diferencia es que en la transparencia surge una imagen principal sobre un fondo secundario, en la segunda es todo lo contrario con lo secundario opaca lo principal.
  23. Coherencia – variación: la coherencia busca una igualdad visual, la variedad tiene bastante diversidad de elementos pero siempre busca tener algo principal.
  24. Realismo – distorsión: El realismo es la representación de una imagen real, mientras que la distorsión cambia los efectos del realismo.
  25. Plana – profunda: se busca una utilización de uso o ausencia de perspectiva usando como efectos sombras y luces.
  26. Singularidad – yuxtaposición: La singularidad tiende a centrarse en una imagen principal, mientras que la yuxtaposición busca una comparación entre dos imágenes principales.
  27. Secuencialidad – aleatoriedad: La primera tiene un orden en secuencia, mientras que la segunda tiene elementos al azar.
  28. Agudeza – difusividad: la primera muestra nitidez, denota claridad de expresión, mientras que la segunda no es precisa pero si estilizada. Es como si se compara lo recto con lo difuminado.

29. Continuidad – episodicidad: la continuidad tiene elementos seguidos que no cambian ni forma ni tamaño, en cuanto a la episodicidad tiene diferencia en los elementos.

Al conocer estas técnicas se puede percibir la importancia que generan para poder realizar un diseño, a pesar de no ser las únicas se puede llegar a conocer con mayor profundidad y lograr un diseño acorde al manejo de objetivos dentro del proyecto.

### La comunicación dentro del diseño gráfico

Al saber que la comunicación es un eje fundamental en todos los medios, en el diseño gráfico no se queda atrás, ya que el diseñador comunica ideas, plasma pensamientos buscando generar un impacto de comunicación en terceras personas. La comunicación hace que se viva en un mundo globalizado, sin comunicación simplemente no habría existencia; por lo que el diseñador se debe encargar de plasmar todo tipo de imágenes para que existan fuentes de interés en todo el mundo. Rodolfo fuentes dice que “Cada marca que el diseñador hace modifica al mundo de alguna forma. Puede hacer que la comunicación funcione mejor o peor. Esto no depende de factores aleatorios; depende, sin embargo, del diseñador, quien tanto con orgullo como con humildad profesional entienda su papel claramente; depende del estudiante de diseño a desarrollar al máximo sus habilidades intelectuales y técnicas; y depende también de público en general y de su transformación en usuarios más críticos, más informados y más exigentes.”<sup>13</sup>

A mayor exigencia del público el diseñador se compromete a generar nuevas y modernas ideas tanto dentro de un espacio como fuera, en estos últimos tiempos se ha utilizado la publicidad “BTL” y “ATL” en muchos lugares del mundo se puede ver que al observar algo de tal magnitud las personas se confunden lo real de lo ficticio, en vallas los movimientos que usan son cada vez más estudiados, pues ya no sólo es un trabajo de diseño sino que con las ideas llegan a involucrar a movimientos mecánicos y demás.

El diseñador debe crear permanentemente y actualizarse siempre para poder mejorar el uso de comunicación visual y demostrar que su profesión es la base fundamental para la comunicación gráfica en todo el mundo.

---

<sup>13</sup>Rodolfo Fuentes. (2005). *La práctica del Diseño Gráfico*. Barcelona, España. Paidós Ibérica.p.36



## **El diseño gráfico y la responsabilidad social**

A mediados del siglo XX el diseño era considerado como un proceso que busca información y así llegar a un fin, pero en la práctica no se llevaba a cabo esta idea, ya que el diseño se lo relaciona con las modernidades del mundo actual, los lugares y los habitantes de dichos lugares. Esta idea de Diseño se centraba en promocionar algún producto más que en qué lugares, espacios y qué personas consumirían, eso quiere decir que no existía un estudio cultural o simbólico.

Hay que orientar esfuerzos y producir resultados mediante el impacto social que generará el producto. Según los autores de los libros *A Manual for Ecological Design* de Ken Yeang y *Green Graphic Design* de Brian Dougherty. “El diseño socialmente responsable no sólo trabaja con materiales sustentables o con el menor impacto ecológico, también lo hace con proveedores que guarden esta misma filosofía y que además de ello tengan en cuenta aspectos sociales como los derechos humanos. Es entonces que conocer empresas con iniciativas de responsabilidad social cobra sentido; en México por ejemplo, se debería saber qué agencias de diseño, publicidad o marketing, así como que imprentas son ESR, Great Place toWork, aplican estándares GRI o están adheridas al Pacto Mundial.”<sup>14</sup> Al interpretar esta idea se debe buscar integrar al diseño un mejor manejo e información que permita la difusión de los diferentes tipos de productos. El diseñador como tal debe recomendar y ejercer esto y de esa manera todo trabajo que sea bien planificado será recompensado. Para realizar productos se debe analizar la situación legal de lo que se quiere transmitir.

## **Los medios de comunicación**

Según Iván Thompson “los *medios de comunicación* son el canal que mercadólogos y publicistas utilizan para transmitir un determinado mensaje a su mercado meta”<sup>15</sup>, para esto es necesario conocer los tipos de medios y de esa manera poder utilizarlos a lo que se acomode el que va a transmitir la idea o mensaje.

Se dividen en tres grupos que son:

---

<sup>14</sup> ((2009) ¿Qué es el Diseño Gráfico Socialmente Responsable?

Obtenido el: 15 agosto de 2013, en: <http://www.masr.com.mx/que-es-el-diseno-grafico-socialmente-responsable/>

<sup>15</sup> | Iván Thompson. (2006). *Tipos de medios de comunicación*.

Obtenido el: 15 julio de 2013, en: <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>

Medios masivos.- que llega a un mayor número de personas, se los conoce también como medios medidos. Dentro de estos se encuentran: la televisión, la radio, los periódicos, internet, revista y cine. En cuanto a la televisión y radio se puede medir por rating, que entra el horario de transmisión y programación. Internet por medio de visitas, en cuanto a redes sociales en los últimos tiempos se ha manejado por “likes”; dentro de la prensa escrita y cine por ventas que también se manejan por medios de internet, etc.

Medios alternativos.- Nuevas promociones de productos, siendo algunas muy llamativas y sencillas de anuncios pequeños como afiches, generalmente se lo puede encontrar en tiendas y supermercados pequeños para lograr mayor número de ventas. Se está manejando implementar la publicidad de la tienda de barrio con la marca del producto o servicio, de esa manera ayuda al tendero y al mayor reconocimiento de marca.

Medios auxiliares o complementarios.- estos entregan a un número menor de personas, se los conocen también como medios no medidos. Dentro de este se encuentran:

1. Medios en exteriores o publicidad exterior: También conocida como publicidad externa, se encarga de promocionar a la empresa hacia un mercado más grande que genere una buena imagen, hacia los clientes, de esta manera la empresa empieza a crecer, tras la imagen que será presentada al público, se encuentra un proceso interno que involucra todos los departamentos de la empresa como marketing, publicidad, relaciones públicas, etc. Este proceso es de investigación para poder promocionar tanto un producto como algo social.

Al promocionar la marca propiamente de la empresa se debe llegar a un nivel avanzado de reconocimiento para que cualquier producto posterior sea reconocido puede ser por tipografía, textura, colores corporativos, etc. Se debe tener en cuenta que tras la promoción de cualquier tipo de producto se encuentra una serie de leyes que pueden permitir o no el manejo, como solo para mayores de edad, no utilizar niños o niñas, no ser violentas, etc.

2. Publicidad interior: Se encuentra generalmente dentro de las empresas, también se conoce como publicidad interna, dentro de la comunicación interna se encuentran los medios por los cuales se puede llegar de mejor manera a los trabajadores de la misma, informan de diferentes maneras los manejos de la

ompañía y buscan generar un mayor interés para que la información llegue de forma correcta y no por la desinformación. Este tipo de publicidad se ha convertido en un manejo muy importante para que puedan generar publicidad externa, puesto que primero es necesario superar los daños que causa internamente para así poder salir a mercado.

Esta comunicación genera mayor unidad de departamentos generalmente en grandes empresas, cada trabajador debe encargarse de transmitir información que le representa como laboral.

3. Publicidad directa: Es un medio que se encarga de promocionar algún tipo de información por medio de correo electrónico. Este tipo se está utilizando en estos tiempos, ya que se promociona el producto también mediante redes sociales, puesto que el internet se ha convertido en un medio que se encuentra en todo lugar, visitado por miles de personas por segundo y esto permite que sea el medio de mayor utilidad, este genera noticias que en segundos se pueden transformar en virales.

## La Semiótica

Para comunicar de forma adecuada se utiliza la semiótica que según Roland Barthes, *“es un método que permite entender las prácticas culturales que implican necesariamente significaciones de diverso orden”*<sup>16</sup>. La semiótica se encarga de estudiar todos los medios de comunicación dentro de una sociedad, no solo dentro de un grupo significativo sino más allá.

Dentro de grupos comunitarios la comunicación va de forma simple, pero al momento en que una persona se retira de su medio y entra a otro completamente en un principio la única manera de comunicarse es mediante signos y símbolos que se los puede entender en cualquier lugar del mundo.

A pesar de vivir en un mundo globalizado y con tecnología al alcance de todos existen ciertas situaciones que en cualquier lugar son entendibles. Como un círculo con una línea inclinada se puede entender como prohibido, una mano con el pulgar levantado

---

<sup>16</sup>Daniel Chandler. (1998). *Semiótica para principiantes. Una semiótica para neófitos*. Quito, Ecuador. AbyaYala.p.5

como “ok”, al igual que caritas felices, tristes y con diferentes expresiones que denotan lo mismo en todo el mundo. Y así ciertas señales que se pueden reconocer en cualquier situación, también existen señales con banderas para la marítima, y sonidos para las personas con capacidad visual.

Los signos se componen de significantes y significados. A los significantes se los puede conocer como la forma material que toma el signo y el significado es el concepto que representa el significante; quiere decir que el significante es la forma material que se puede tocar, ver o saborear; mientras que el significado llega a ser una construcción mental.

### **Metáfora y metonimia**

La metáfora expresa lo no familiar desde el punto de vista de lo familiar, al utilizar dos elementos como comparaciones se puede entender que no tienen relación alguna entre sí y que para lograr el entendimiento se debe tener un salto imaginativo, existen las metáforas visuales y verbales. Por lo que JhonFiske dice “el lenguaje visual que más frecuentemente trabaja metafóricamente, es aquel que es usado por los publicistas”<sup>17</sup>, por lo que visualmente se puede llegar a transferir las cualidades de un objeto a otro. La metonimia se basa en que el objeto puede estar presente visualmente mientras que el sujeto con el que el objeto se está relacionando está ausente.

Tanto la metáfora como la metonimia son similares ya que buscan comparaciones, pero la metonimia se la llega a considerar más natural, generada por cosas no tan imaginativas como lo es la metáfora.

Si se busca representar una realidad mayormente marcada se utiliza la metonimia, para llegar a comparar objetos reales que buscan tener un mejor efecto visualmente y no necesita de tanta imaginación para el entendimiento.

---

<sup>17</sup>IBID,p.69.Cita de (JhonFiske 1982:97)

## La fotografía

“La fotografía es un sistema de selección visual. En el fondo, todo consiste en enmarcar una porción del cono de visión de uno mientras se está en el lugar apropiado y en el momento apropiado. Como el ajedrez, o la escritura, consiste en elegir entre varias posibilidades determinadas, pero en el caso de la fotografía el número de posibilidades no es finito sino infinito”<sup>18</sup>

La fotografía se convirtió en una manera de captar y congelar una imagen que perdure durante años, por medio de la luz. Con el paso del tiempo la tecnología ha ido en crecimiento, pues hoy en día todo es digital. Existen algunos tipos de fotografía al igual que las vistas a utilizar. El fotógrafo es el encargado de plasmar esa realidad, que puede ser utilizada a color, blanco y negro, sepia o efectos de que produce el movimiento de cámara. Para muchos efectos es necesario utilizar una cámara profesional en la cual exista rapidez, velocidad y tiempo de apertura del diafragma.

La tecnología ha avanzado de tal forma que cualquier persona puede captar imágenes y más aún poder cambiar, mejorar o modificar y cambiar completamente la realidad de una fotografía mediante programas de computador. Uno de los programas más utilizados es photoshop, este permite cambiar todo lo que se desee, a pesar de ello los fotógrafos se van por lo tradicional y buscar hacer efectos con la propia cámara.

A pesar de eso muchas personas prefieren lo tradicional que es un revelado con cuarto oscuro y manual, mucho más si es para tener esas imágenes que puedan perdurar y sean muy importantes.

---

<sup>18</sup>John Szarkowski. (2005). *Octavo mes de la fotografía*. Alianza Francesa. p.2

## **Código de la niñez y adolescencia**

El uso que tienen los medios de comunicación con niñas, niños y adolescentes generan que no se respete la imagen ni privacidad de la persona, en muchos diarios la crónica roja incluye foto del niño o niña asesinado, golpeado, maltratado, etc. Esto genera desconcierto ya que existe un artículo dentro de la constitución que no permite el mal uso de imágenes de menores; a pesar de eso se irrespeta e incumple.

El documento aprobado por la asamblea constituyente en el año 2008<sup>19</sup> cita:

### Sección quinta

#### Niñas, niños y adolescentes

Art. 44.- El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas.

Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social y comunitario de afectividad y seguridad. Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, afectivo-emocionales y culturales, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales.

Art. 45.- Las niñas, niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, además de los específicos de su edad. El Estado reconocerá y garantizará la vida, incluido el cuidado y protección desde la concepción.

Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social; al respeto de su libertad y dignidad; a ser consultados en los asuntos que les afecten; a educarse de manera prioritaria en su idioma y en los contextos culturales propios de sus pueblos y

---

<sup>19</sup> Asamblea Constituyente. 2008. Montecristi, Ecuador.  
Obtenido el: 10 junio de 2014, en: <http://www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf>

nacionalidades; y a recibir información acerca de sus progenitores o familiares ausentes, salvo que fuera perjudicial para su bienestar.

El Estado garantizará su libertad de expresión y asociación, el funcionamiento libre de los consejos estudiantiles y demás formas asociativas.

Art. 46.- El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes:

1. Atención a menores de seis años, que garantice su nutrición, salud, educación y cuidado diario en un marco de protección integral de sus derechos.
2. Protección especial contra cualquier tipo de explotación laboral o económica. Se prohíbe el trabajo de menores de quince años, y se implementarán políticas de erradicación progresiva del trabajo infantil. El trabajo de las adolescentes y los adolescentes será excepcional, y no podrá conculcar su derecho a la educación ni realizarse en situaciones nocivas o peligrosas para su salud o su desarrollo personal. Se respetará, reconocerá y respaldará su trabajo y las demás actividades siempre que no atenten a su formación y a su desarrollo integral.
3. Atención preferente para la plena integración social de quienes tengan discapacidad. El Estado garantizará su incorporación en el sistema de educación regular y en la sociedad.
4. Protección y atención contra todo tipo de violencia, maltrato, explotación sexual o de cualquier otra índole, o contra la negligencia que provoque tales situaciones.

Estas prohibiciones se aplican a los medios de comunicación en general.

A pesar que en el proyecto no se están utilizando imágenes discriminatorias que afecten a los niños, es preferible tomar en cuenta este artículo ya que se convierte en una necesidad real, para que no exista la explotación masiva de NNA.

## **CAPÍTULO II**

### **DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN RELACIÓN CON LA ELABORACIÓN DE MATERIAL BTL QUE APOYE EN LA DIFUSIÓN VISUAL EN CONTRA DEL ABANDONO DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES, EN LA CIUDAD DE QUITO**

La publicidad por medios visuales se ha multiplicado con mucha rapidez, se utilizan distintos métodos para acercarse más hacia el espectador y así lograr su objetivo, sin embargo no se ha incrementado el uso de campañas sociales sin que su objetivo sea la venta de algún producto; se han realizado algunas campañas sobre todo en épocas en la que las personas suelen sentir más apego a condiciones que generen lástima, por ejemplo, en la época de Navidad, las personas regalan dinero en la calle, lo cual desde hace algunos años está prohibido ya que tras esta mendicidad existe mucho maltrato y se ha llegado a conocer que incluso existe trata de personas. En los últimos meses se ha implementado campañas visuales justamente en las parada de buses acerca de los derechos de las personas con discapacidades, esta, mediante el “Ministerio de Comunicación”, esto genera un mayor interés para las personas que circulan por los sectores en donde se encuentran ubicados.

Dentro de la investigación realizada se puede conocer que medios visuales de problemas sociales se realizan de manera masiva en países como España y Argentina, existen muchas estadísticas e investigaciones sobre todo en el tema de las niñas y niños, esto también lo realizan porque son países con muchos casos de maltrato; el Ecuador no se queda atrás, pues hay cantidades de denuncias acerca del maltrato que propagan a los infantes; esto no se da a conocer por ningún medio sino solo un mínimo porcentaje.

Es necesario que todos conozcan más acerca de este tema y qué mejor manera que con una imagen que informe lo que está sucediendo o lo que puede suceder. Se realizan de igual manera campañas sociales pero a nivel de empresas internamente, se dictan cursos o se manejan datos, por obvias razones esto es un mínimo de personas que conocen, mucha gente es ajena a datos y realidades acerca de cierta información. El maltrato infantil al ser un tema bastante extenso, abarca varios subtemas, el utilizado en este caso es el maltrato social que dentro de este se encuentra el abandono.



Mediante una investigación enfocada en medios escritos y libros que generan en algunos casos estadísticas, se ha podido recolectar varia información permitiendo así tener una idea clara y una información verás que permite analizar cada parte de lo que ocurre alrededor de este tema.

### **Análisis situacional**

En la Ciudad de Quito los medios visuales han ido incrementándose con el pasar de los años, sin embargo en las paradas de buses solo se maneja de manera publicitaria específicamente información de comida rápida, esto no permite que problemas sociales sean implementados y no hay un aporte hacia estos temas, en muy pocos lugares se puede observar manejos sociales en medios de transporte públicos y paradas de los mismos; en el mundo se están manejando nuevas formas de cambiar el aspecto y generar mayor creatividad en cuanto a las paradas, ya que la gente se moviliza bastante en medios de transporte público.

### **Análisis externo**

El implementar imágenes publicitarias en los MUPI específicamente, genera mayor incremento de personas en lo que se vende, por decir un ejemplo, en la mayoría de paradas de la Av. Amazonas todos los MUPI tienen productos de McDonald`s, generando que las personas que observen sientan la necesidad de ir y consumir el producto porque se ve bien, apetitoso, accesible a la economía, etc. Permite el incremento de compradores y obtiene beneficios absolutos.

### **Análisis interno**

En cuanto a imágenes sociales en las paradas, en los últimos meses se ha implementado imágenes de inclusión hacia las personas discapacitadas, esto se encuentra en la Av. 9 de Octubre, entre la Av. Patria y Orellana; genera una observación de las personas que se encuentran en las paradas, el uso de estas imágenes son en la parte trasera de la parada del autobús.

También en épocas navideñas se instalan en los buses publicidad aplicada a no apoyar a la mendicidad, eligen esta época porque las personas somos más susceptibles; y a las personas que observamos esta campaña genera que no se entregue dinero en la calle.

### **Resultado de las observaciones realizadas en la Av. Amazonas Orellana y Gaspar de Villaroel.**

En la Av. Amazonas se realizaron observaciones diarias, manteniendo el indicador (ver anexo 1), se pudo conocer la afluencia de personas que transitan por ese sector, puesto que es un sector en el cual se encuentran entidades financieras públicas como privadas, también escuelas y colegios, al igual que centros comerciales; por lo que reúne a un sin número de personas a todas horas. El horario en el que mayormente se realizó la observación es en la hora de almuerzo; se pudo conocer que en el sitio existen varias paradas de autobuses en las cuales todas constan de MUPI, sin embargo, en todas están publicidades de comida rápida, cada vez alternan su nuevo producto y esto genera la observación de las personas.

Existe un efecto hacia los transeúntes ya que la causa es llegar a informar a ellos, es inevitable observar los MUPI y genera en ciertos casos interés por la imagen que está observando; sin embargo no todas las personas se interesan en lo que existe ahí y pasa desapercibido.

La necesidad de ubicación es primordial, ya que esto permite entregar información sin que existan imágenes grotescas que afecten a las personas, simplemente es un diferente método de observación.

Resultados de la entrevista aplicada al Diseñador con mención en comunicación Visual Raúl Almendáriz R; la cual permitió conocer más los posibles medios de información visual para que se pueda plantear un mejor producto en cuanto a medios masivos como los que se van a usar (ver anexo 2).

La entrevista tuvo como objetivo conocer la falta de publicidad social y la aplicabilidad dentro de la urbe.

## Entrevista 1

Raúl Almendáriz – Diseñador Gráfico con mención en Comunicación Visual de la PUCE.

Pregunta 1. ¿Cómo considera que se manejan los medios visuales con problemas de la sociedad?

El entrevistado comenta que no existen lugares de circulación masiva en la que se permita conocer acerca de problemas sociales, también habla de ciertas campañas que se hacen a nivel más segmentado generando un poco información social.

Pregunta 2. ¿Qué tan común es el uso de campañas visuales para informar los problemas sociales?

Responde diciendo que si debería haber mayor uso, porque una mejor manera de llegar a las personas es mediante comunicación visual.

Pregunta 3. ¿Qué manejos visuales han puesto en marcha para informar situaciones sociales?

Comentó que existen blogs en redes sociales y las campañas de Fundación Reina de Quito, que buscan un tema anual para convertirlo en ayuda.

Pregunta 4. ¿Qué recursos visuales considera mejores para implementar los programas sociales?

Realizar campañas grandes, información en universidades, escuelas, colegios; otorgar números de denuncias, etc.

La recopilación obtenida en cuanto a las preguntas planteadas se la organizó de la siguiente manera:

Información	Utilidad
No existe mayor uso de problemas sociales en medios visuales.	Permite que genere mayor interés en medios visuales para información de problemas sociales.
Estrategias aplicadas	Muestra los diferentes tipos de medios que se puede utilizar para generar mayor información visual.
Resultados obtenidos	Necesidad de generar información de problemas sociales.

Cuadro 3

Fuente: Resultado de la entrevista

Elaboración: Adriana Salazar C.

## Entrevista 2

Lic. Ana Segura – funcionaria del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)  
Técnica Nacional de Protección Especial

Pregunta 1.- ¿Bajo qué perspectiva aborda el MIES el fenómeno del abandono de niñas y niños menores de doce años?

Es un proceso que se está iniciando en este año con los insumos recopilados como resultado de un diagnóstico realizado a las entidades de atención en acogimiento institucional en el país.

Pregunta 2.- ¿Qué tan común es el abandono de niños y niñas menores de doce años en el Ecuador?

Se da entre 0 meses hasta los 17 años 11 meses, que es el grupo etario que el MIES atiende, respecto a las edades de abandono de una última investigación y un levantamiento de información de niños entre los 9 y los 11 años.

En situaciones de abandono, de maltrato, de abuso y violencia intrafamiliar, son las caracterizaciones de los niños en general, cuando son niños pequeños hay un presunto abandono de los progenitores.

Pregunta 3.- ¿Qué estrategias, programas o proyectos ha puesto en marcha el MIES para prevenir el abandono de niños y niñas menores de doce años?

Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 al 2017; plan nacional decenal de la niñez; y actualmente la agenda de la niñez 2012-2013, las políticas que determinaban la importancia de fortalecer la relación con las familias.

Pregunta 4.- ¿Me puede hablar del abandono del recién nacido?

Respecto a los NN recién nacidos por lo general son abandonados en las maternidades u hospitales de niños cuando nacen con enfermedades congénitas. Las madres adolescentes no siempre acuden a un hospital o maternidad a dar a luz, lo hacen en centros clandestinos donde luego son entregados a personas interesadas en la adopción pero que no siguen el proceso legal para adoptar un NN. Estas son las entregas directas, al no cumplir con el proceso legal. Se los inscribe con los nombres de la persona que se hace cargo del NN.

La recopilación obtenida en cuanto a las preguntas planteadas se la organizó de la siguiente manera:

Información	Utilidad
Información acerca del abandono en niñas, niños y adolescentes.	Ayuda conocer más acerca del abandono, lo que produce y el daño que genera en el infante.
Estrategias aplicadas	Muestran las estrategias que han aplicado para prevenir que haya más causas de abandono en el país.
Resultados obtenidos	Se llega a conocer la necesidad de incluir medios masivos visuales para que haya un mayor conocimiento con respecto al abandono

Cuadro 4

Fuente: Resultado de la entrevista

Elaboración: Adriana Salazar C.

## CAPÍTULO III

### FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO

Para la realización del producto se necesitó hacer un análisis previo, para esto se utilizaron los cuatro momentos de Carlos Sabino (1992), dentro de este proceso se encuentra:

- Momento Proyectivo: A partir de una previa investigación se obtienen datos claros para comenzar a realizar el producto, mediante preguntas planteadas en cuento al problema del proyecto, se conocen y determinan los manejos de diseño.
- Momento Metodológico: mediante la elaboración de un plan estratégico se conoce cuales son los objetivos de investigación para poder comparar las teorías con hechos.
- Momento Técnico: Se relacionó todo lo teórico para aplicarlo a lo práctico, llevar todos los instrumentos utilizados en la investigación para que encajen en el fin del producto.
- Momento de la Síntesis: Se realizó una estructuración con los nuevos conocimientos de lo obtenido anteriormente, concluye los anteriores momentos para finalizar con la presentación del producto.

Estos momentos han sido fundamentales para que se evalúe el producto con mayor especificación en base a la investigación previa, y así poder cumplir con objetivos planteados y lograr obtener buenos resultados.

El proyecto se centra en desarrollar un material visual BTL, que permita dar a conocer el daño del maltrato social causado en los niños y niñas, mediante el uso de imágenes que buscan llamar la atención de los transeúntes y conductores que circulan por el sector de la av. Amazonas.

El producto es un montaje de imágenes sobre paradas de buses específicas; para tener secuencia se utilizan dos imágenes por expositor, en la imagen que queda hacia

la parada se puede observar un cuestionamiento, mientras que en la del otro lado está la respuesta a ese cuestionamiento con la misma imagen pero sola.

Se han planteado los diferentes usos del proceso de diseño, definiendo los objetivos, buscando un problema, investigando acerca del tema y de lo que se puede y no usar en una imagen con respecto al maltrato. Toda la investigación tanto teórica como metodológica ha sido un pilar fundamental para la realización del producto.

Se toma en cuenta varias opiniones y criterios así como teorías implementadas en el estudio de la comunicación visual, ya que la fundamentación del proyecto es acercarse más por medio de la vista hacia las personas con respecto al maltrato infantil.

Este proyecto se ha convertido en una manera de buscar información y adentrarse en todos los aspectos que producen el maltrato, cuestionarse el ¿por qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿quién?, etc. Y al momento de la investigación, a más de la información generada se puede retar a hacer un producto que capte la atención de las personas.

Al implementarse este sistema dentro de una sociedad se puede convertir en un productor de varias ideas para que empresas tanto públicas como privadas marquen una diferencia y actúen, que todos se percaten de que no es un problema pasajero sino real e indefinido.

La audiencia que podrá observar estas imágenes se encontrarán en el sector de Ñaquito en Quito-Ecuador, la edad de observación oscila entre 15 y 30 años tanto hombres como mujeres, (esta edad es escogida porque entre esos años existe el mayor porcentaje de madres y padres), el nivel económico está en nivel medio – medio alto, ya que por el sector circulan empresarios y estudiantes; para generar un impacto visual se debe colocar la imagen y el objeto a utilizar de tal modo que denote interés hacia las personas.

Se ha planteado una necesidad para la realización del proyecto y para eso, según Rodolfo Fuentes (2005), “determinar cuáles son las razones para iniciar un proceso de diseño, cuáles las expectativas y si éstas realmente son compatibles con lo proyectado”<sup>20</sup>.

---

<sup>20</sup>Rodolfo Fuentes. (2005). *La Práctica del Diseño Gráfico*. Barcelona, España. Paidós Ibérica.p.30



Para la realización del producto se ha implementado el estudio de Jorge Frascara, que Rodolfo Fuentes cita en el libro “La práctica del Diseño Gráfico”<sup>21</sup>, siendo este el gráfico:

### Proceso del diseño

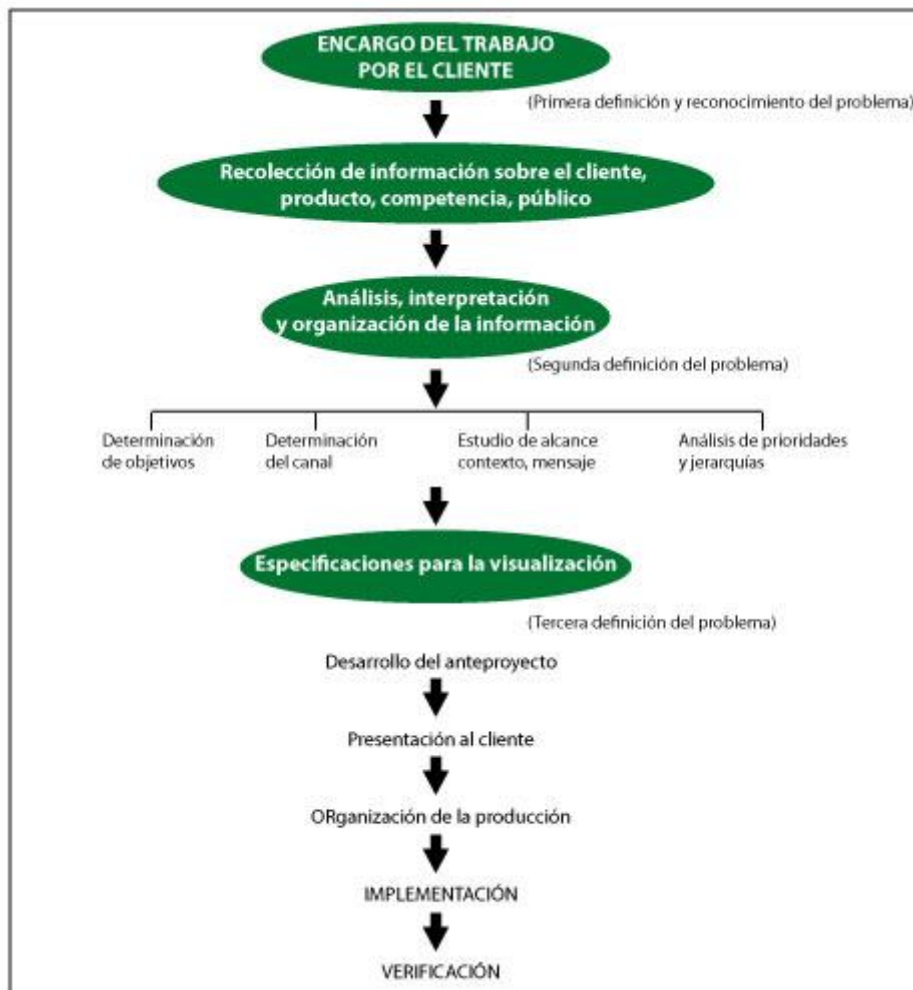


Gráfico 1

Fuente: Proceso del diseño

Rodolfo Fuentes, “La práctica del diseño gráfico” Pg. 33

Elaboración: Adriana Salazar C.

<sup>21</sup>Ibid, p.34.

Tomando en cuenta esta estructura se ha proporcionado la información correcta para la realización y conclusión del proyecto.

Habiendo realizado las primeras definiciones en cuanto a investigación del problema, objetivos, etc., se ha continuado con todo lo respectivo al producto final.

Se busca implementar imágenes dentro de expositores en las paradas de buses, dicha imagen se encontrará dentro en un manejo de creatividad por parte del diseñador y de observación por parte del transeúnte que circula por las vías. Estos expositores deben ser claros y no deben contener demasiada información sino ser proporcionada, buen manejo del color, tipografía distinguible y de una manera que capte y transmita satisfactoriamente la idea.

El canal llega a ser el BTL, imágenes dentro de expositores de luz que se encuentran en las paradas de buses.

Conforme a los parámetros ya establecidos, se empezó a tomar las fotografías para el posterior montaje; las fotografías y la realización de las imágenes están basadas dentro de los puntos del marco teórico.

- Expositor: las medidas estándar del expositor son de 1 metro de ancho por 1.75 de largo, el grosor es de 26.5 cm dentro de este se encuentra la luz que en las noches ilumina el expositor permitiendo mejor visibilidad.

### **Concepto del Diseño aplicado al producto**

Se propone realizar imágenes dentro de expositores en las paradas de buses, dicha imagen se basará en un manejo de creatividad por parte del diseñador y de observación por parte del transeúnte que circula por las vías. Estos expositores deben ser claros y no deben contener demasiada información sino ser proporcionada, buen manejo del color, tipografía distinguible y de una manera que capte y transmita satisfactoriamente la idea.

El canal llega a ser el BTL, imágenes dentro de expositores de luz que se encuentran en las paradas de buses.

Conforme a los parámetros ya establecidos, se empezó a tomar las fotografías para el posterior montaje; las fotografías y la realización de las imágenes están basadas dentro de los puntos del marco teórico.

### **Expositor vista frontal, vista lateral.**

- Expositor: las medidas estándar del expositor son de 1 metro de ancho por 1.75 de largo, el grosor es de 26.5 cm dentro de este se encuentra la luz que en las noches ilumina el expositor permitiendo mejor visibilidad.

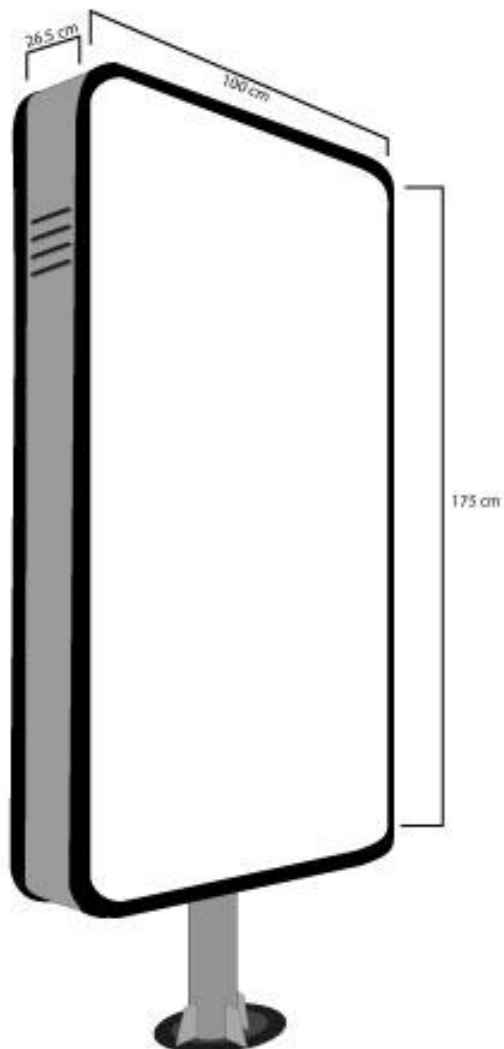


Gráfico 2

Fuente: Expositor vista lateral

Elaboración: Adriana Salazar C.

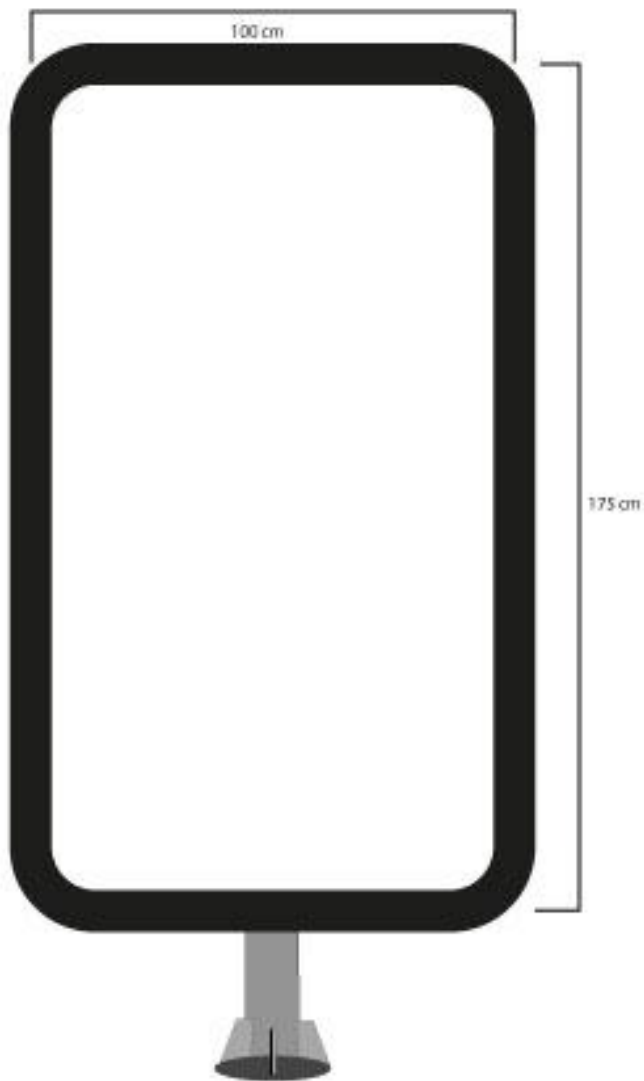


Gráfico 3

Fuente: Expositor vista frontal

Elaboración: Adriana Salazar C.

- Tipografía: utilizada como información de las imágenes es la tipografía Monotype Corsiva, el uso de esta se debe a que al ser cursiva y con serifa demuestra mayor sensibilidad. Esta proporciona equilibrio entre la imagen y el mensaje a dar. La tipografía secundaria es Georgia Belle Skinny, esta es redondeada sin serifa y denota compasión, permitiendo que el observador se adentre en la imagen.

**Monotype Corsiva**

**Georgia Belle Skinny**

*A B C D E F G H I J K L*  
*M N Ñ O P Q R S T U V*  
*W X Y Z*

A B C D E F G H I J K L  
 m n ñ o p q r s t u v w  
 x y z

*a b c d e f g h i j k l m n ñ o*  
*p q r s t u v w x y z*

a b c d e f g h i j k l m n ñ  
 o p q r s t u v w x y z

*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## Bocetos

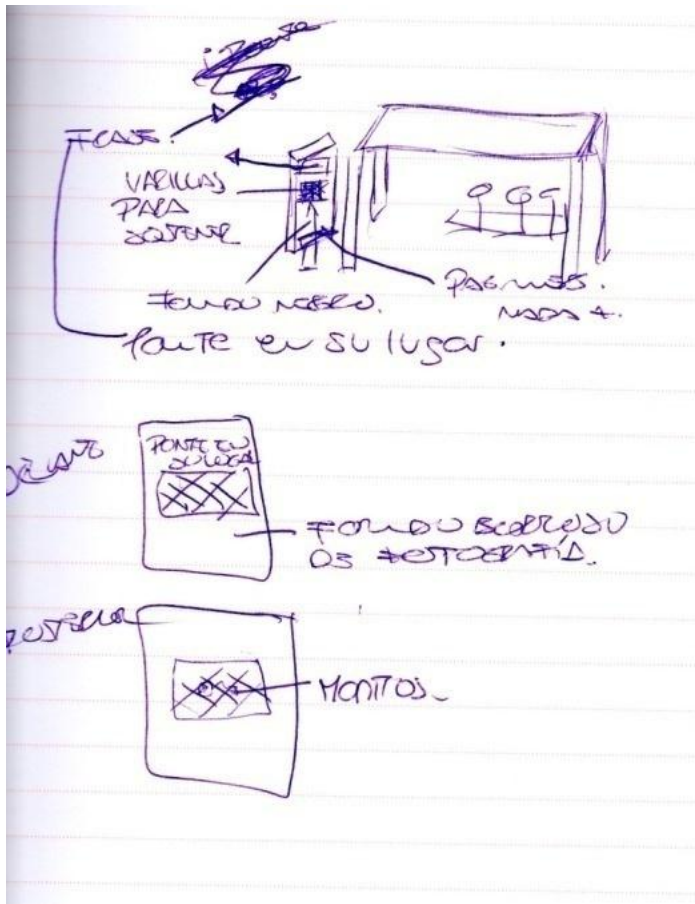


Gráfico 4

Fuente: Bocetos

Elaboración: Adriana Salazar C

Se visualiza, cómo queda la imagen en el expositor dentro de las paradas de autobus, se dio una opción de incrementar detalles físicos extras, no se llegó a concluir este tema.

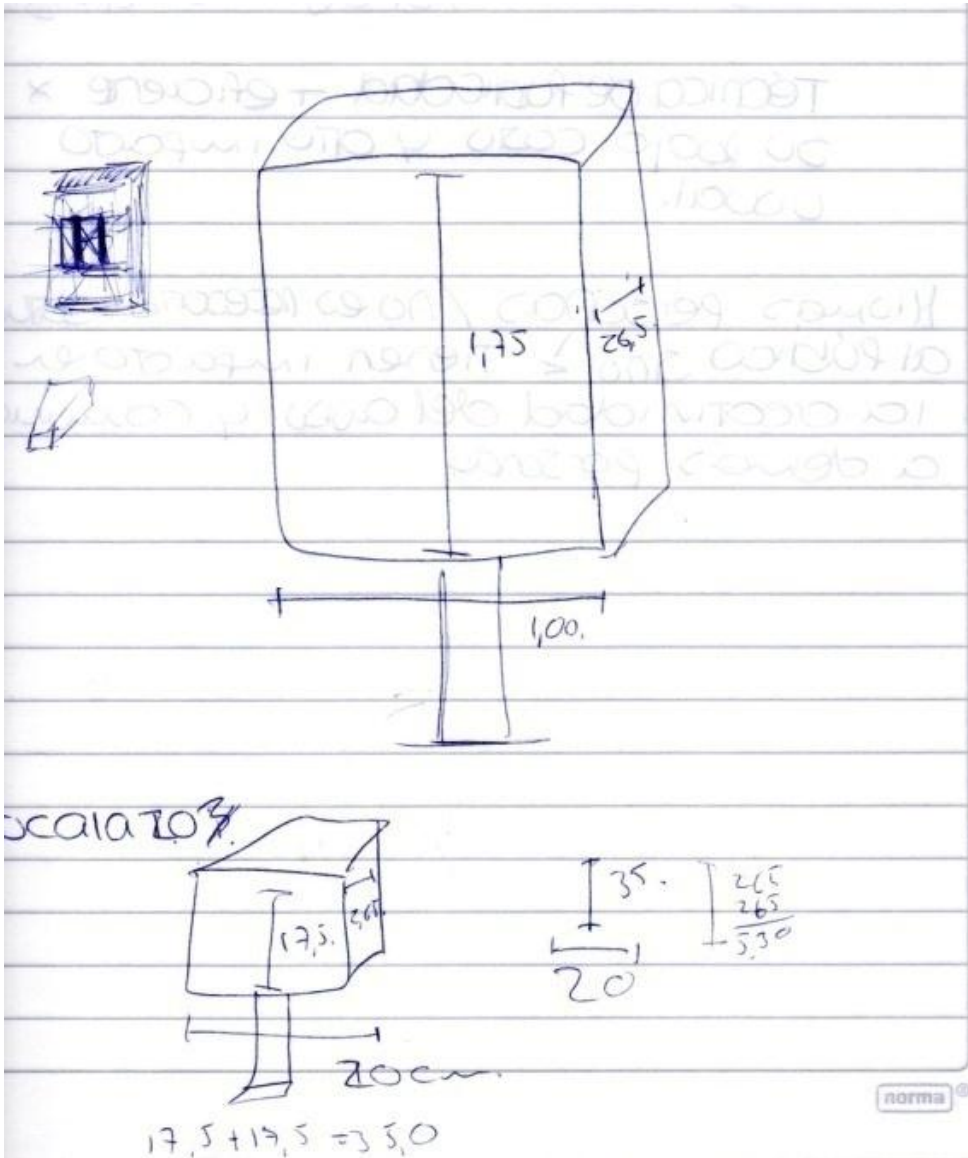


Gráfico 5

Fuente: Bocetos medidas

Elaboración: Adriana Salazar C.

Medidas del expositor.

## Fotografías



Imagen 1

Fuente: Fotografías

Elaboración: Adriana Salazar C.





Imagen 1

Fuente: Fotografías

Elaboración: Adriana Salazar C.



Imagen 1

Fuente: Fotografías

Elaboración: Adriana Salazar C.



Imagen 1

Fuente: Fotografías

Elaboración: Adriana Salazar C.



Imagen 1

Fuente: Fotografías

Elaboración: Adriana Salazar C.

## Ediciones



Imagen 2

Fuente: Ediciones

Elaboración: Adriana Salazar C.

*acompañalos siempre.*

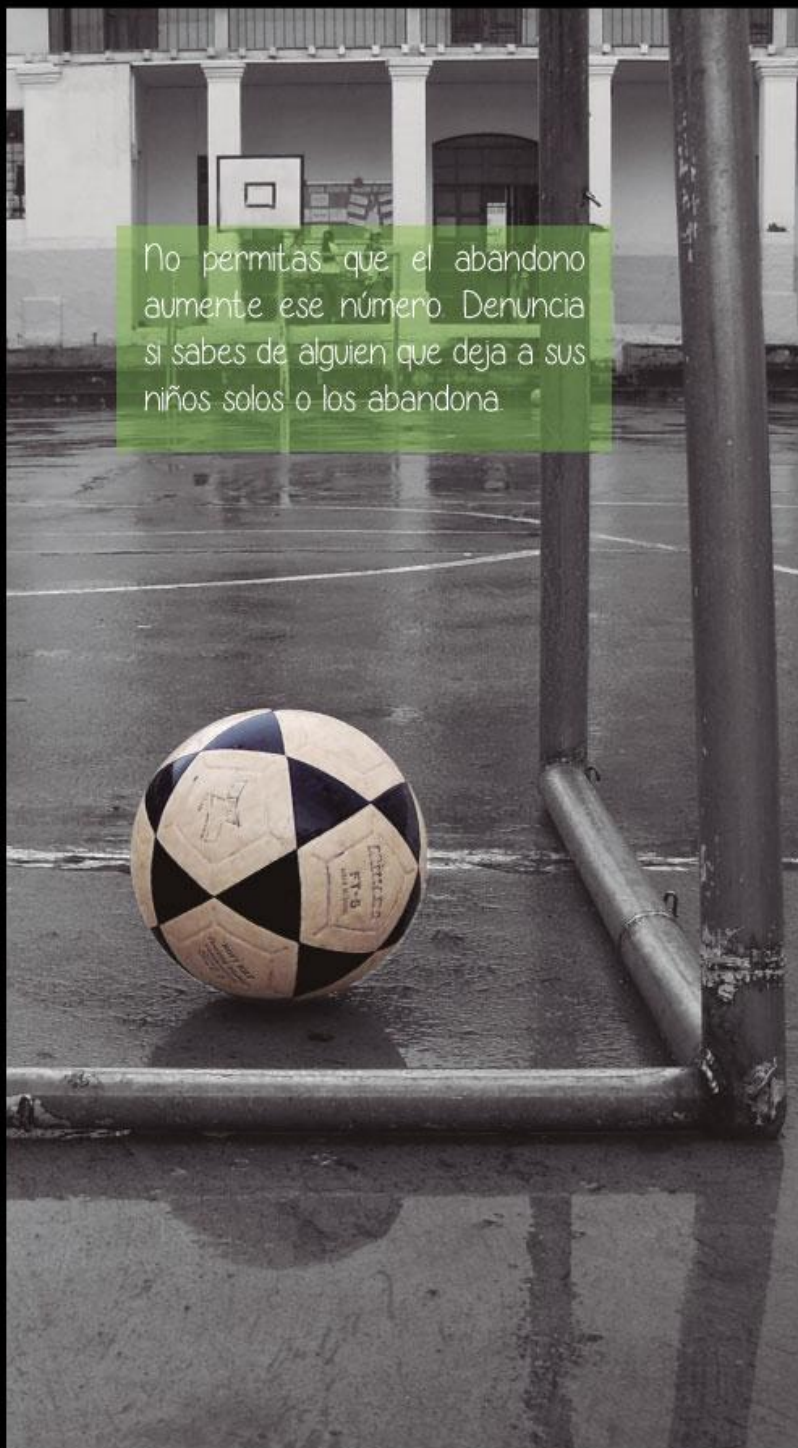


Imagen 2

Fuente: Ediciones

Elaboración: Adriana Salazar C.

## *Los niños si sienten la falta de atención...*

¿Sabias que el 80% de niños y niñas abandonados tienen referencias familiares, que por distintas causas no se pueden hacer cargo de ellos?



Imagen 2

Fuente: Ediciones

Elaboración: Adriana Salazar C.

*lo importante es la calidad de tiempo.*



Imagen 2

Fuente: Ediciones

Elaboración: Adriana Salazar C.



*Los niños si sienten la falta de atención...*

¿Sabias que los niños con poca diferencia de edad no son aptos para cuidar de otros niños?



*no los dejes al cuidado de otros niños.*

Al estar al cuidado de sus hermanos u otros niños, el riesgo no disminuye.

Imagen 2

Fuente: Ediciones

Elaboración: Adriana Salazar C.

*Los niños si sienten la falta de atención...*

¿Sabías que muchos niños y niñas en el Ecuador mueren por encontrarse encerrados en sus hogares mientras los padres trabajan?



*no los dejes solos.*

Encontrarse solos en la casa genera inseguridad por los peligros que hay adentro

Imagen 2

Fuente: Ediciones

Elaboración: Adriana Salazar C.

## Montajes

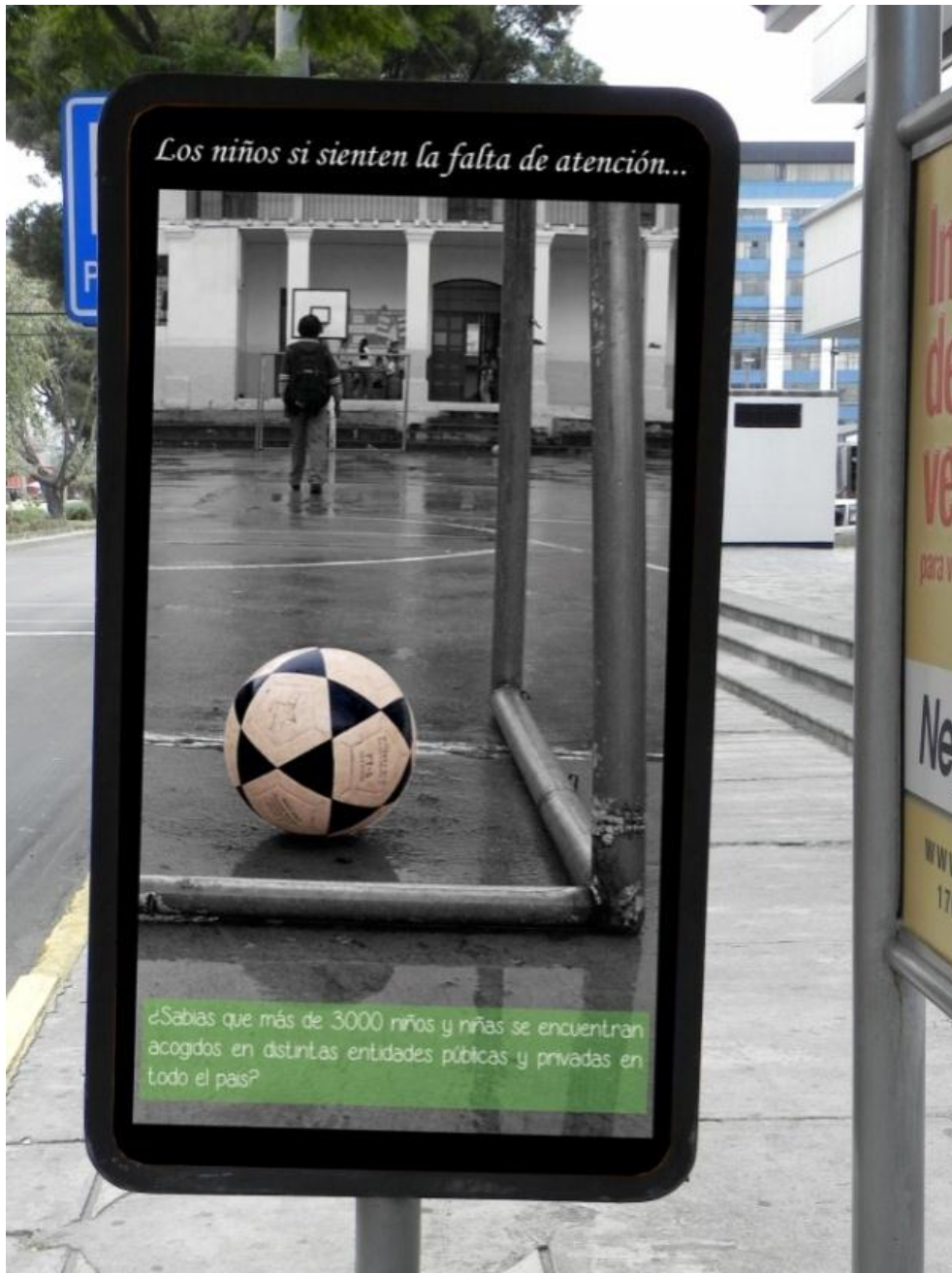


Imagen 3

Fuente: Montaje

Elaboración: Adriana Salazar C.



Imagen 3

Fuente: Montaje

Elaboración: Adriana Salazar C.

# INFOGRAFÍA

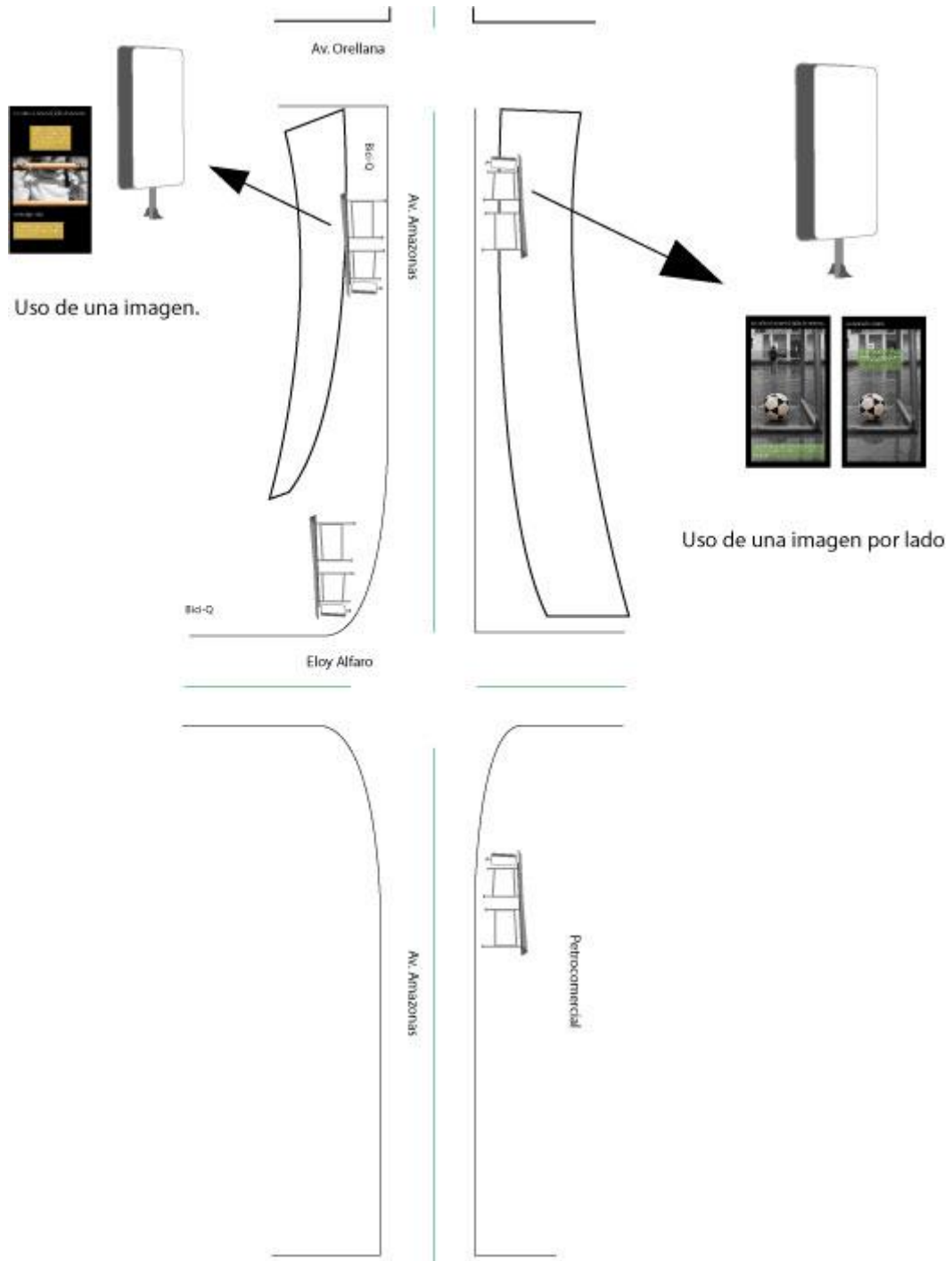


Gráfico 6

Fuente: Infografía

Elaboración: Adriana Salazar C.

## PRESUPUESTO DEL PRODUCTO O EL PROYECTO A DESARROLLAR

Ítem	Rubro	V. Unitario	V. Total
1	<b>Materiales</b>		
1.1	Permiso Municipal	\$200.00	\$800.00
1.2	Implementación de objetos	\$60.00	\$240.00
1.3	Impresión tamaño Full Color	\$40.00	\$160.00
1.4	Mantenimiento de luces	\$80.00	\$320.00
		<b>Subtotal 1:</b>	<b>\$1520.00</b>
2	<b>Impresiones</b>		
2.1	Folleto informativo	\$10.00	\$50.00
		<b>Subtotal 2:</b>	<b>\$50.00</b>
		<b>TOTAL:</b>	<b>\$1570.00</b>

Cuadro 5

Fuente: Presupuesto del producto

Elaboración: Adriana Salazar C.

## PROCESO DE VALIDACIÓN

### Objetivo

Apoyar en el manejo del producto, mediante criterios y recomendaciones, es necesario para ayudar en el proceso del producto.

### Selección de expertos

Fueron seleccionados tres expertos bajo los siguientes criterios:

El primero, el Diseñador Raúl Almendáriz R. quien tiene experiencia en medios de comunicación visual, esto permitió recibir consejos para el mejor manejo de la propuesta.

La Lic. Ana Segura, quien apoyó en la información del maltrato infantil para que se pueda transmitir en fotografías y posterior en los montajes.

La Lic. Ma. Magdalena Bravo Mg., quien es comunicadora social Gerente General de una empresa de publicidad, comentó acerca del uso que puede dar estas imágenes no solo en paradas de buses sino en otros lugares como conferencias.

### Diseño de instrumento (escala valorativa e indicadores)

Se diseñó un instrumento que consta de la escala valorativa: muy adecuado, adecuado y poco adecuado; también recomendaciones que son de vital importancia para aplicar en el producto final.

Los indicadores considerados son:

Cientificidad.- Para verificar que el producto tenga respaldo teórico y científico.

Pertinencia.- Para saber si es pertinente a la hora del montaje

Actualidad.- Se conoce la actualidad del manejo del tema

Aplicabilidad.- Se conoce si es aplicable en el medio que se propone

### Cuadro con resumen de resultados

Los expertos que han sido seleccionados para emitir criterios con respecto al tema son personas que conocen acerca del tema social y del diseño gráfico, al igual que la comunicación y el uso del producto en el área establecida.

Los expertos entrevistados y validadores tienen un perfil estudiantil y experiencia profesional, estos cumplen con los requisitos para poder generar criterios acorde al tema planteado. **Anexo 3.**

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO
CIENTIFICIDAD	2	1	
PERTINENCIA	3		
ACTUALIDAD	3		
APLICABILIDAD	1	2	
NOVEDAD	1	2	

Cuadro 6

Fuente: Validación

Elaboración: Adriana Salazar C.



## **Análisis**

El gráfico se basa en una escala del 1 al 3, donde 1 significa poco adecuado, 2 adecuado y 3 muy adecuado, presentando el parámetro establecido.

El gráfico que se presenta muestra que en ciertos casos no causa mayor interés en cuanto a aplicabilidad, la novedad es una necesidad de crear algo nuevo; sin embargo, a pesar de utilizar medios comunes en publicidad y poco común en necesidades sociales llega a tornarse interesante. Se debe generar mayor investigación en cuanto a bibliografía. Utilizar más métodos y técnicas para que genere mayor científicidad, llega a considerarse pertinente ya que se considera un tema continuo.

Las observaciones que generaron los especialistas son las siguientes:

Lic. Ana Segura.- Menciona la importancia entre la articulación de acciones entre Estado y la sociedad civil, desde el Estado con la implementación de Políticas Públicas en prevención del maltrato, y desde la sociedad civil con el conocimiento y sensibilización a través de los medios de comunicación.

Diseñador Raúl Almendáriz.- El recurso gráfico fotográfico debe procurar ser siempre de alto impacto y contraste. Hacer énfasis en los puntos de entrada de la composición editorial.

Lic. María Magdalena Bravo Mg.- A partir de mayores fuentes se podrían elaborar más productos de comunicación en beneficio de la sociedad.

Mediante estas diversas observaciones se puede llegar a generar un mejor producto.

## CONCLUSIONES

- Mediante una recopilación de bases teóricas, dentro de la investigación, se pudo conocer el manejo de las empresas hacia la situación de los niños que se encuentran en situación de maltrato, de igual manera la falta que hace incrementar medios masivos sociales para poder enfrentar situaciones difíciles. Al momento de adquirir información, en el país no se han realizado investigaciones profundas y la información bibliográfica se la obtuvo de fuentes de otros países, principalmente en Argentina y España, que es un tema bastante desarrollado en ese país.
- No se puede observar una difusión visual vinculada con la sociedad, pues en su gran mayoría las difusiones son por la compra o venta de algún producto o servicio, no hay interés ni social ni político en difundir temas relacionados con problemas comunitarios.
- El mayor aporte que se pudo proponer es la construcción y elaboración de un sistema visual.
- Durante el desarrollo y la elaboración del producto se aplicó todos los conocimientos que ya fueron mencionados en la metodología y el marco teórico. Este producto cuenta con un marco teórico y criterio de expertos que llegaron a validar la información y el producto final.

## RECOMENDACIONES

- Implementar el sistema visual en las paradas de buses para que mediante el expositor tenga una mayor atención por los transeúntes que circulan en la zona propuesta, para que se implemente este sistema es necesario valerse de la investigación previa y de las leyes que también involucran la presentación.
- El seguimiento del marco teórico y la metodología se lo debe aplicar para la implementación del sistema, el estudiante de diseño se puede involucrar en el proyecto para comprender el tema del maltrato y sacar sus conclusiones de cómo afecta a las personas.
- Se puede aplicar en un proyecto social dentro del Plan Nacional del Buen Vivir, que para la realización debe ser planificado y es para la felicidad y la permanencia de las personas, la diversidad cultural. Dentro de las investigaciones que se hicieron se busca la tranquilidad absoluta de una familia y no buscar el pretexto económico para justificar un abandono.

Se recomienda ejecutar el proyecto introduciendo el buen vivir para que se pueda implementar en la sociedad.

## Fuentes Bibliográficas

Berezín Ana. (2003). *13 Variaciones sobre clínica psicoanalítica. Un mariscal y un emperador: historia del maltrato infantil*. Cita de Søren Kierkegaard. Buenos Aires, Argentina. Siglo Veintiuno.

Conrad Levinson Jay. (1998). *Marketing de Guerrilla. USA*.

Chandler Daniel. (1998). *Semiótica para principiantes. Una semiótica para neófitos*. Quito, Ecuador. AbyaYala.

Dondis Donis. (2007). *La Sintaxis de la Imagen*. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili.

Ferrari Germán. (2012). *La comunicación, principio, fin y dilema de los medios masivos. Hacia la comunicación de Masas*.

Fuentes Rodolfo. (2005). *La práctica del Diseño Gráfico*. Barcelona, España. Paidós Ibérica.

Frascara Jorge. (1996). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Infinito.

Giberti Eva. (1987). *Abuso sexual y malos tratos contra niños, niñas y adolescentes: perspectiva psicológica y social*. Buenos Aires, Argentina.

Instituto Ecuatoriano de Investigaciones y Capacitación de la mujer (IECAM). (1998). *El maltrato a la niña en el Ecuador*. Quito, Ecuador

Szarkowski John. (2005). *Octavo mes de la fotografía*. Alianza Francesa.

## Fuentes de Internet

((2009) *¿Qué es el Diseño Gráfico Socialmente Responsable?*

<http://www.masr.com.mx/que-es-el-diseno-grafico-socialmente-responsable/>

Asamblea Constituyente. 2008. Montecristi, Ecuador.

<http://www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf>

Asociación Argentina de Prevención del Maltrato Infanto-Juvenil (ASAPAMI). (1999). *Manual de Intervención en Maltrato Infantil*. Citado en Bringiotti (1999), Finkelhor y Baron (1986).

<http://www.asapmi.org.ar/publicaciones/glosario/?id=371>

Cyrulnik Boris. (2010). *Los monstruos de mi casa*. España. Quindrop Producciones Audiovisuales. <http://www.monstresdecameva.com/index.php>

Grupo El Comercio S.A. (2012). <http://www.youtube.com/watch?v=hERouhddKjI>

Iván Thompson. (2006). *Tipos de medios de comunicación*.

<http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>

Responsabilidades del Plan Nacional para el Buen Vivir. (2013-2017).

[http://www.movimientoecuador.co.uk/senplades/PNBV\\_herramienta.php](http://www.movimientoecuador.co.uk/senplades/PNBV_herramienta.php)

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### Observaciones

Se realizó la observación en la Av. Amazonas por varios días durante aproximadamente 30 minutos diarios. Fue realizada en horas de almuerzo, entre 12.30 a 13.00

INDICADORES	ALTO	MEDIO	BAJO
Afluencia de personas	X		
Existencia de material similar			X
Causa – efecto hacia el transeunte		X	
Necesidad de ubicación	X		

## **ANEXO 2**

### **Entrevista a Raúl Almendáriz**

Raúl Almendáriz – Diseñador Gráfico con mención en Comunicación Visual de la PUCE.

Entrevista.-

Esta entrevista tiene como objetivo recopilar información para un proyecto de investigación en cuanto al maltrato infantil en la Universidad Israel.

1.- ¿Cómo considera que se manejan los medios visuales con problemas de la sociedad?

No existe un manejo mayoritario que permita conocer problemas sociales, se ha podido observar en medios segmentados un problema que está actualmente generando mayor controversia que es el tema en contra del abuso hacia el género femenino dentro de medios de transporte, siendo estos lugares los sistemas integrados de transporte público.

En si problemas comunitarios es bastante segmentado, se manejan dentro de barrios, parroquias o zonas pero no a nivel general.

2.- ¿Qué tan común es el uso de campañas visuales para informar los problemas sociales?

Debería ser mucho más de los que se está manejando actualmente, porque una mejor manera de llegar a diferentes y varias personas es por medios visuales, también se pueden utilizar las redes sociales que permite tener mayor cantidad de observaciones sobre todo si un mensaje o imagen se convierte en algo viral.

3.- ¿Qué manejos visuales han puesto en marcha para informar situaciones sociales?

Personalmente he visto muy pocos, los que mencioné antes que son en los corredores, ciertos afiches; pero generalizar no podría decir. Lo que si he podido observar son ciertos blogs en redes sociales que tienen gran acogida y punto de

interés; al igual que las campañas anuales de “Reina de Quito”, que buscan el mayor problema para convertirlo en trabajo y generar gran impacto en las sociedad sobre todo Quiteña.

4.- ¿Qué recursos visuales considera mejores para implementar los programas sociales?

A mi parecer el trabajo que propones es interesante, pero considero que debes llevar más allá, por ejemplo hacer campañas grandes en paradas de buses o alguna información en universidades, colegios, escuelas que permitan conocer más acerca del tema; también el tomar en cuenta que la Policía Nacional o la Fiscalía debe hacer campañas más fuertes, otorgar números telefónicos y no quedarse recibiendo renuncias sino actuar para que disminuya la cantidad.



## **ANEXO 3**

### **Entrevista a Lic. Ana Segura**

Ana Segura - Técnica Nacional de Protección Especial – Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES). Ha trabajado como servidora pública en esta área hace más de 30 años, tiene mucho conocimiento acerca del manejo para la protección de niñas, niños y adolescentes.

Entrevista.-

Esta entrevista tiene como objetivo recopilar información para un proyecto de investigación en cuanto al maltrato infantil en la Universidad Israel.

1.- ¿Bajo qué perspectiva aborda el MIES el fenómeno del abandono de niñas y niños menores de doce años?

El MIES no ha realizado una investigación exclusiva sobre el abandono en el país. Es un proceso que se está iniciando en este año con los insumos recopilados como resultado de un diagnóstico realizado a las entidades de atención en acogimiento institucional en el país.

En la nueva estructura del MIES existe una Coordinación de Gestión General del Conocimiento y la Dirección de Investigación y Análisis que son los órganos que al momento están realizando el análisis de los datos sobre los niños, niñas y adolescentes en situación de presunto abandono en el Ecuador.

El resultado de las investigaciones permitirá que mediante resolución judicial, el Juez de la Niñez y Adolescencia determine como medidas definitivas la reinserción familiar para aquellos casos que los niños, niñas y adolescentes que tienen familia y la adopción para aquellos casos que se haya cumplido con el proceso de esclarecimiento de la situación legal que y se han declarado aptos para la adopción, proceso que corresponde a la Dirección de Adopciones.

2.- ¿Qué tan común es el abandono de niños y niñas menores de doce años en el Ecuador?

En nuestro país tenemos alrededor de sesenta entidades públicas y privadas que acogen a niños en presunto abandono, estos niños están en edad de entre 0 meses hasta los 17 años 11 meses, que es el grupo etario que el MIES atiende, respecto a las edades de abandono de una última investigación y un levantamiento de información de niños entre los 9 y los 11 años.

En situaciones de abandono, de maltrato, de abuso y violencia intrafamiliar, son las caracterizaciones de los niños en general, cuando son niños pequeños hay un presunto abandono de los progenitores.

3.- ¿Qué estrategias, programas o proyectos ha puesto en marcha el MIES para prevenir el abandono de niños y niñas menores de doce años?

Hasta el año anterior que trabajamos con el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 al 2017; plan nacional decenal de la niñez; y actualmente la agenda de la niñez 2012-2013, las políticas que determinaban la importancia de fortalecer la relación con las familias, el plan nacional de la niñez que también era nuestro marco normativo que guían todo el proceso de fortalecer a la familia, hoy desde el estado ecuatoriano se está dando impulso a la inclusión de las familias en los programas económicos y sociales, si bien no tenemos una investigación certera de niños abandonados en el país, lo que si le podemos decir es que tenemos 4,511 niños, niñas y adolescentes acogidos en estas instituciones de este total al menos el 80% tienen referentes familiares.

Plan Familia es un servicio del Estado que impulsa el diagnóstico e investigación de las familias que reciben el bono de desarrollo humano, y determinar si requieren el apoyo del Estado. La corresponsabilidad de estas familias es insertar a sus hijos al sistema educativo y las atenciones en salud.

Dentro de este 80% sistema integrado de servicios sociales, tenga una atención integral, situación de pobreza prioridad, el resto de niños causas diversas, conflictos, historias de violencia, víctimas de maltrato que ha afectado su estado emocional, de salud, etc.

4.- ¿Me puede hablar del abandono del recién nacido?

El abandono no solamente se produce con los niños recién nacidos, sin embargo, el porcentaje de abandonos en general no es significativo. Se dijo que el 80% de casos de NNA tienen referentes familiares.

Respecto a los NN recién nacidos por lo general son abandonados en las maternidades u hospitales de niños cuando nacen con enfermedades congénitas. Las madres adolescentes no siempre acuden a un hospital o maternidad a dar a luz, lo hacen en centros clandestinos donde luego son entregados a personas interesadas en la adopción pero que no siguen el proceso legal para adoptar un NN. Estas son las entregas directas, al no cumplir con el proceso legal. Se los inscribe con los nombres de la persona que se hace cargo del NN.

Este tipo de entregas conlleva riesgos porque no siempre las familias que asumen este cuidado conocen las condiciones de salud física o posibles discapacidades que se puedan presentar durante su crecimiento lo que a su vez puede conllevar a un nuevo abandono.

## ANEXO 4

### VALIDACIÓN

Cuadro de validación a Lic. Ana Segura

#### CUADRO DE VALIDACIÓN A EXPERTOS:

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD	✓			
PERTINENCIA	✓			
ACTUALIDAD	✓			
APLICABILIDAD		✓		
NOVEDAD		✓		

#### Observaciones y recomendaciones:

Es importante que se vayan articulando acciones entre el Estado y la sociedad civil; desde el Estado con la implementación de Políticas Públicas en promoción del maltrato y desde las sociedades civil con el conocimiento y sensibilización a través de los medios de comunicación.

  
Sello y firma



## Cuadro de validación a Diseñador Raúl Almendáriz

### CUADRO DE VALIDACIÓN A EXPERTOS:

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD		✓		
PERTINENCIA	✓			
ACTUALIDAD	✓			
APLICABILIDAD	✓			
NOVEDAD	✓			

#### Observaciones y recomendaciones:

*El recurso gráfico fotográfico debe procurar ser siempre de alto impacto y contraste. Hacer énfasis en los puntos de entrada gráficos de la composición editorial.*

Raúl Almendáriz  
Diseñador / 0745750295

*Raúl Almendáriz*  
C.I. 1715850347

Sello y firma

Cuadro de validación a Lic. María Magdalena Bravo Mg.

CUADRO DE VALIDACIÓN A EXPERTOS:

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD	✓			
PERTINENCIA	✓			
ACTUALIDAD	✓			
APLICABILIDAD		✓		
NOVEDAD		✓		

Observaciones y recomendaciones:

El resumen debe ser desarrollado ampliamente para explicar concretamente cual es el contenido del trabajo de investigación. Las fuentes consultadas dan un soporte importante, a partir de estas se podrían elaborar más productos de comunicación en beneficio de la sociedad.


  
 Señlo y firma *M. Bravo*
  
 110368327-0