



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA

TEMA:

**Diseño de carteles normativos que ayuden a promocionar los
beneficios de la educación en la modalidad virtual**

AUTOR:

Flores Merino Juan Diego

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
LICENCIADO EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

TUTOR:

Mgs. Ronquillo Panchana Roger

Guayaquil, Ecuador

12 de marzo del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Flores Merino Juan Diego**, como requerimiento para la obtención del Título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**

TUTOR

f. _____
Mgs. Ronquillo Panchana Roger

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Lcdo. Soto Chávez Billy Gustavo, Mgs.

Guayaquil, a los 12 del mes de marzo del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Flores Merino Juan Diego

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Diseño de carteles normativos que ayuden a promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual**, previo a la obtención del Título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 12 del mes de marzo del año 2021

EL AUTOR

f. 
Flores Merino Juan Diego



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Flores Merino Juan Diego**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de carteles que ayuden a promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 12 del mes de marzo del año 2021

f. 

Flores Merino Juan Diego

REPORTE DE URKUND

[← BACK TO ANALYSIS OVERVIEW](#) ↺ ↓ ? | [PROFILE](#) ∨

SUBMITTER roirrp@gmail.com	FILE URKUND_diego_flores.docx	SIMILARITY 0 %
-------------------------------	----------------------------------	-------------------

FINDINGS | SOURCES | ENTIRE DOCUMENT

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres que me han apoyado en todos mis proyectos, sus consejos y recomendaciones, ellos han sido mi fuerte en la vida sobre todo ahora al culminar esta etapa académica. A mi grupo de trabajo: César, Yahaira y Ronald con quienes he compartido en el transcurso de mi formación académica, siendo de gran apoyo en cada proyecto realizado. A mis docentes de la facultad quienes contribuyeron con sus conocimientos. A los Diseñadores Gráficos David Méndez y David Bedón que contribuyeron en el proyecto. A los docentes de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira: MSc. Daniela Cornejo, Vicerrectora, Lcda. Sandra Abdo, MSc. Kelvis Mejía, Lcda. Maribel Pacheco, MSc. Daniela Rojas y Prof. Jacqueline Rojas por su valiosísima ayuda, ellos ayudaron a determinar los beneficios de la educación en la modalidad virtual. Y para finalizar agradecer a mi tutor el Lcdo. Roger Ronquillo, quien me dio la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento para el trabajo de titulación y por su paciencia para ser mi guía en este proyecto.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación a mi mamá Patricia Merino Amador que desde donde se encuentre mi cuida y me guía. Mi papi Manuel Flores. A las personas que lean este documento y les pueda servir en sus vidas profesionales.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Lcda. Sánchez Mosquera Fernanda Anaís, Mgs.

Delegado 1

f. _____

Ing. Jaramillo Valle Félix Enrique, Mgs.

Delegado 2

f. _____

Lcdo. Soto Chávez Billy Gustavo; Mgs.

Opositor



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

CALIFICACIÓN

Mgs. Ronquillo Panchana Roger

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN	17
1.1	Planteamiento del Problema	18
1.2	Objetivos del proyecto	20
1.2.1.	Objetivo General	20
1.2.2.	Objetivos Específicos	20
2.	Metodología de Investigación	20
2.1	Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación	20
2.1.1.	La entrevista en una investigación con enfoque cualitativo	21
2.1.2.	Recolección de Información sobre el cliente, producto, público.	22
2.1.2.1.	Cliente	22
2.1.2.2.	Producto	23
2.1.2.3.	Clasificación de los carteles	24
2.1.3.	Análisis, interpretación y organización de la información.....	31
2.2	Análisis de proyectos similares.	36
2.2.1	Don't take away children right to EDUCATION	36
3.	Proyecto	39
3.1	Criterios de Diseño	39
3.1.1.	Composición Tipográfica	39
3.1.2.	Diagramación	40
3.1.3.	Fotomontaje	40
3.1.4.	Enfocar el ojo	40
3.1.5.	Simplificar.....	40

3.1.6. Color	41
3.2 Desarrollo de bocetos o artes iniciales	41
3.3 Evaluación de Artes iniciales.	49
3.4 Desarrollo de la propuesta gráfica inicial	50
3.5 Desarrollo de línea gráfica inicial definitiva.	53
3.6 Verificación del material digital	56
3.7 Producto final	61
3.8 Implementación Mockup del producto final	66
Vista del producto final en Mockup.....	66
3.9 Implementación del producto final en las redes sociales	67
4. Conclusiones y recomendaciones	71
4.1 Conclusiones	71
4.2 Recomendaciones	71
5. Bibliografía	73

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación de la Unidad Educativa Fiscal Leonidas Ortega Moreira	2
Figura 2. Cartel formativo	5
Figura 3. Cartel informativo.....	6
Figura 4. Cartel político.....	7
Figura 5. Cartel social	8
Figura 6. Cartel promocional.....	9
Figura 7. Cartel decorativo.....	30
Figura 8. Cartel publicitario	31
Figura 9. Cartel normativo del programa de UNICEF “Don’t take away children night to EDUCATION”	37
Figura 10. Cartel normativo del programa de Manav Kartavya “Send a child to school today”	38
Figura 11. Cartel formativo de Cancera “Use your brain”	39
Figura 12. Cuadro de fusiones de los elementos para ahorrar tiempo	42
Figura 13. Cuadro de fusiones de los elementos para fomentar autonomía	43
Figura 14. Cuadro de fusiones de los elementos para el almacenamiento de datos	44
Figura 15. Cuadro de fusiones de los elementos de reduce la contaminación ambiental	45
Figura 16. Cuadro de fusiones de los elementos para trabajos creativos....	46
Figura 17. Cuadro de fusiones de los elementos para el uso de la tecnología	47
Figura 18. Cuadro de fusiones de los elementos para los recursos disponibles	48
Figura 19. Cuadro de fusiones de los elementos para promover el dialogo	49
Figura 20. Reunión con los Diseñadores Gráfico para la evaluación de las artes iniciales	50
Figura 21. Propuesta de arte inicial del beneficio ahorrar tiempo.	50
Figura 22. Propuesta de arte inicial del beneficio fomentar autonomía	51
Figura 23. Propuesta de arte inicial del beneficio mejor almacenamiento de datos	51

Figura 24. Propuesta de arte inicial del beneficio reduce la contaminación ambiental	51
Figura 25. Propuesta de arte inicial del beneficio trabajos creativos	52
Figura 26. Propuesta de arte inicial del beneficio uso de la tecnología	52
Figura 27. Propuesta de arte inicial del beneficio recursos disponibles	52
Figura 28. Propuesta de arte inicial del beneficio promover el dialogo	53
Figura 29. Composición fondo sin fin	53
Figura 30. Composición fondo sin fin	54
Figura 31. Composición fondo sin fin	54
Figura 32. Composición fondo sin fin	54
Figura 33. Composición fondo sin fin	55
Figura 34. Composición fondo sin fin	55
Figura 35. Composición fondo sin fin	55
Figura 36. Composición fondo sin fin	56
Figura 37. Composición fondo sin fin	56
Figura 38. Verificación del material digital del beneficio ahorro de tiempo...	57
Figura 39. Verificación del material digital del beneficio fomentar la autonomía.....	57
Figura 40. Verificación del material digital del beneficio mejor almacenamiento de datos... ..	58
Figura 41. Verificación del material digital del beneficio reduce la contaminación ambiental.....	58
Figura 42. Verificación del material digital del beneficio trabajos creativos... ..	59
Figura 43. Verificación del material digital del beneficio uso de la tecnología... ..	59
Figura 44. Verificación del material digital del beneficio recrsos disponibles... ..	60
Figura 45. Verificación del material digital del beneficio promover el dialogo... ..	60
Figura 46. Proceso fondo sin fin terminado	61
Figura 47. Brief de la institución	61
Figura 48. Producto final y la cromática del beneficio ahorro de tiempo	62

Figura 49. Producto final y la cromática del beneficio fomentar la autonomía	62
Figura 50. Producto final y la cromática del beneficio mejor almacenamiento de datos	63
Figura 51. Producto final y la cromática del beneficio reduce la contaminación ambiental	63
Figura 52. Producto final y la cromática del beneficio trabajos creativos.....	64
Figura 53. Producto final y la cromática del beneficio uso de la tecnología.	64
Figura 54. Producto final y la cromática del beneficio recursos disponibles	65
Figura 55. Producto final y la cromática del beneficio promueve el dialogo.	65
Figura 56. Implementación Mockup del beneficio ahorrar tiempo.....	66
Figura 56a. Implementación Mockup del beneficio ahorrar tiempo.....	66
Figura 56b. Implementación Mockup del beneficio ahorrar tiempo.....	67
Figura 57. Vista en Instagram de los beneficios ahorrar tiempo y reduce la contaminación ambiental	67
Figura 58. Vista en facebook de los beneficios ahorrar tiempo y reduce la contaminación ambiental.....	68
Figura 59. Elaboración del producto final.....	68
Figura 60. Elaboración del producto final.....	69
Figura 61. Elaboración del producto final.....	69
Figura 62. Elaboración del producto final.....	70
Figura 63. Elaboración del producto final.....	70

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de titulación fue promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual mediante carteles normativos orientados a los estudiantes del tercer curso del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira. Esta modalidad de estudio fue la única manera de evitar la pérdida de año de los estudiantes por el cierre de las instituciones educativas en todos sus niveles por efecto de la pandemia coronavirus COVID-19. La educación en el nivel medio es absolutamente presencial, por lo que esta modalidad de estudio virtual, educarse en casa, tuvo un periodo de adaptación por los cambios drástico que se suscitaron. Los carteles normativos que son un medio para comunicar algo de acuerdo al contexto donde se utilice, fueron diseñados para motivar a los estudiantes a aprender en línea por los beneficios demostrados. Para realizar este trabajo se utilizó la investigación documental; libros, artículos de revistas, sitios web, documentos web fueron consultados, este trabajo tiene un alcance cualitativo con enfoque exploratorio. El resultado que se destaca son los carteles que se diseñaron para promocionar los beneficios de la educación en la modalidad de estudio virtual.

Palabras claves: Carteles normativos, promocionar los beneficios, educación en la modalidad virtual

ABSTRACT

The objective of this degree work was to promote the benefits of education in the virtual modality through normative posters aimed at students in the third year of the General Unified Baccalaureate of the Leonidas Ortega Moreira Fiscal Education Unit. This study modality was the only way to avoid the loss of a year for students due to the closure of educational institutions at all levels due to the COVID-19 coronavirus pandemic. Education at the secondary level is absolutely face-to-face, so this virtual study modality, educating at home, had a period of adaptation due to the drastic changes that occurred. The normative posters that are a means to communicate something according to the context where it is used, encouraged students to learn online due to the demonstrated benefits. To carry out this work, documentary research was used; books, magazine articles, websites, web documents were consulted, this work has a qualitative scope with an exploratory approach. The result that stands out are the posters that were designed to promote the virtual studio modality.

Keywords: Normative posters, promote benefits, education in virtual mode

1. INTRODUCCIÓN

La enfermedad del Corona Virus Disease o COVID-19, mantiene al mundo en vilo por los gravísimos efectos que se presentan en los distintos escenarios y, que afectan a la economía, pérdidas cuantiosas, a la sociedad en forma general por el confinamiento y, a las familias por la pérdida de sus seres queridos.

El Ecuador no está exento de esta problemática mundial, todos los escenarios son afectados por la crisis; el económico, el social, el educativo, las cifras son elocuentes, 109 000 contagiados, 6360 fallecidos, 507 000 plazas de trabajos destruidas, datos actualizados del 20 de agosto del 2020.

Con relación a la educación, el cambio es drástico en todos los niveles, por el cierre de las instituciones educativas tratando de contener la propagación de esta enfermedad, de la educación en la modalidad presencial a la educación en la modalidad virtual. En la educación media, cuya modalidad de estudio es totalmente presencial, la crisis es sin precedente, los docentes, con excepción de los de informática y los que cursan estudios de posgrado, no están preparados para esta modalidad de estudio y que decir de los estudiantes.

El Ministerio de Educación, el 16 de marzo del 2020, por medio de la Ministra de educación, presenta el Plan Educativo COVID-19 e indica:

El Plan Educativo COVID-19 tiene la intención de proveer herramientas pedagógicas, metodológicas, psicoemocionales y psicosociales, que fomenten y fortalezcan la construcción de un modelo educativo adaptable y contextualizado, que responda a las diversas necesidades del territorio nacional y permita garantizar el derecho a la educación en medio de la crisis. (Ministerio de Educación, 2020)

También se informaba que el 4 de mayo se iniciarían las clases año lectivo 2020- 2021 en el Régimen Costa- Galápagos mediante el uso de medios virtuales. El problema es que el Ministerio de Educación no hizo una campaña de difusión de los beneficios de la educación en la modalidad virtual

bajo el modelo #AprendamosJuntosEnCasa que se puso en marcha para evitar la pérdida de un año lectivo.

El presente trabajo de titulación diseña carteles normativos que ayuden a promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual orientados a los estudiantes del tercer año del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira con la finalidad de motivarlos a trabajar en línea, el proceso de adaptación a esta innovadora forma de aprendizaje depende de la creatividad del docente.

Se utilizan carteles normativos, porque el cartel a diferencia del poster que es un documento gráfico y del afiche que busca transmitir alguna información, el cartel crea un impacto visual para instalar en el subconsciente de las personas una idea.

Los carteles son entregados a la vicerrectora de la Institución Educativa, ella a su vez hará la entrega a los docentes para que lo distribuyan a sus estudiantes por medio de correos masivos y redes sociales con un alcance de 500 usuarios y 500 seguidores.

1.1 Planteamiento del Problema

La enfermedad por corona virus 2019, COVID-19, trastocó las formas de vida que las personas llevaban hasta entonces, todo cambió desde el 31 de diciembre del 2019, la ciudad de Wuhan en China reportaba a la Organización Mundial de la Salud casos de neumonía, de origen desconocido que se presentaban en sus habitantes. El origen de estos casos de neumonía era una nueva cepa de coronavirus. La enfermedad se propagó a América, Asia y Europa.

La COVID-19, hizo que el 11 de marzo del 2020, la Organización Mundial de la Salud declare al brote pandemia global y, la República del Ecuador mediante Acuerdo Ministerial No 00126-2020 emitido el 11 de marzo del 2020 por la Ministra de Salud, declaraba el Estado de Emergencia Sanitaria en el Sistema Nacional de Salud.

El 17 de marzo se inicia la cuarentena comunitaria obligatoria en todo el territorio nacional con el fin de detener los contagios por COVID-19, este se producía por contacto cercano, las medidas tomadas son: suspensión de las clases presenciales en todos los niveles, suspensión de la jornada laboral presencial, restricción en la adquisición de los comestibles y medicina y, muchas otras medidas.

Las cifras de afectación por COVID-19, con fecha de corte, el 1 de mayo a las 8:00, indicaban que existían 26 336 casos confirmados y 1063 personas fallecidas. Por este motivo, el Ministerio de Educación informaba que: el 4 de mayo se iniciarían las clases año lectivo 2020- 2021 en el Régimen Costa-Galápagos mediante el uso de medios virtuales.

El Comité de Operaciones de Emergencia Nacional, mediante Resolución de 04 de mayo de 2020, estableció que el Ministerio de Educación, autorice el iniciar el año lectivo 2020 - 2021 con fecha 18 de mayo de 2020 a las instituciones educativas públicas, particulares o fiscomisionales que lo soliciten, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en la misma. (Dirección Nacional de Regulación de la Educación, 2020, pág. 1)

El 1 de junio del 2020, se iniciaron las clases en la Unidad Educativa Leónidas Ortega Moreira con la modalidad dispuesta por el Ministerio de Educación, clases online bajo el modelo pedagógico nacional Plan Educativo: #AprendamosJuntosEnCasa.

El problema que se evidencia en las entrevistas realizadas a los docentes, inexistencia de una campaña de difusión de los beneficios de la educación en la modalidad virtual bajo el modelo #AprendamosJuntosEnCasa que se puso en marcha para evitar la pérdida de un año lectivo.

En estos momentos, la mejor manera de promocionar los beneficios que brinda la educación en la modalidad virtual, es con carteles normativos que se enviaran a los correos de los estudiantes, también se hará uso de las redes sociales de la institución educativa. Estos carteles normativos son para motivar a los estudiantes a estudiar en línea.

Muy pocos docentes utilizan estas herramientas tecnológicas como ayuda en los procesos de enseñanza-aprendizaje, aunque ellos tienen un amplio dominio de plataformas por el uso frecuente en la parte administrativa que tienen que cumplir como docentes y como docentes tutores, una de esas tareas es el ingreso de notas. Hoy las circunstancias los obligan a dictar clase en la modalidad virtual.

1.2 Objetivos del proyecto

1.2.1. Objetivo General

- Promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual mediante carteles normativos orientados a los estudiantes del tercer curso del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar diferentes características que comprenden el lenguaje visual para el desarrollo de carteles.
- Determinar las herramientas de diseño para la construcción de carteles según el target dirigido a los estudiantes del tercer curso del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Leónidas Ortega Moreira.
- Definir elementos de la comunicación visual para la construcción de carteles normativos.

2. Metodología de Investigación

2.1 Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación

Para iniciar el trabajo de titulación, se tienen muchas ideas que se comunican al tutor para delinear el tema. Definido el tema, se inicia el proceso de investigación documental, Alfonso como se citó en (Rizo Maradiaga, 2015) dice:

La investigación documental es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros

tipos de investigación, éste es conducente a la construcción de conocimientos. (pág. 22)

Libros, artículos de revistas, informes, sitios web, documentos web, son fundamentales en el proceso de indagación para recolectar la información. La investigación tiene un enfoque cualitativo con alcance exploratorio. Para conocer el entorno donde se realiza el estudio, se identifican a las personas que harán su aporte con la información que guía el diseño de los carteles normativos.

La recolección de la información se lo hace mediante entrevistas, las personas entrevistadas son dos diseñadores gráficos que explican sobre el lenguaje visual en el diseño de carteles publicitarios y, la Vicerrectora de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira y cinco docentes que dan a conocer, en base a su experiencia, los beneficios de la educación en la modalidad virtual.

El alcance exploratorio de la investigación se debe a que la educación en la modalidad virtual, por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia debido al COVID-19, a nivel medio, por primera vez se pone en práctica. La implementación del proceso de enseñanza aprendizaje en la modalidad virtual, como todo lo nuevo genera incertidumbre, esta disminuye a medida de que los actores involucrados conocen y adquieren la experiencia que fortalece el proceso educativo.

2.1.1. La entrevista en una investigación con enfoque cualitativo

La entrevista que se realiza a los docentes es del tipo semi estructurada, el instrumento que se utiliza para la recolección de la información tiene cinco preguntas abiertas, trata de que la persona entrevistada exponga su punto de vista sin problema. “La entrevista, una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador” Vargas I. como se citó en (Troncoso-Pantoja & Amaya-Placencia, 2016, pág. 330).

2.1.2. Recolección de Información sobre el cliente, producto, público.

2.1.2.1. Cliente

La Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira está ubicada en la provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil, parroquia Ximena, su dirección es: Avenida 10-B S- N, calle cincuenta y uno B, figura 1, la modalidad de estudio es presencial en jornadas matutina, vespertina y nocturna. El nivel educativo que ofrece es EGB y Bachillerato.

Contactos:

Ing. Daniela Cornejo, Vicerrectora de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira.

Correo electrónico: Daniela_tatiana18@hotmail.com,

No. de teléfono celular 0967066208.

Lcda. Kelvis Mejía, MSc, docente.

Correo electrónico: kelvismejiavalverde02@hotmail.com.

No. De teléfono celular: 0959929801.

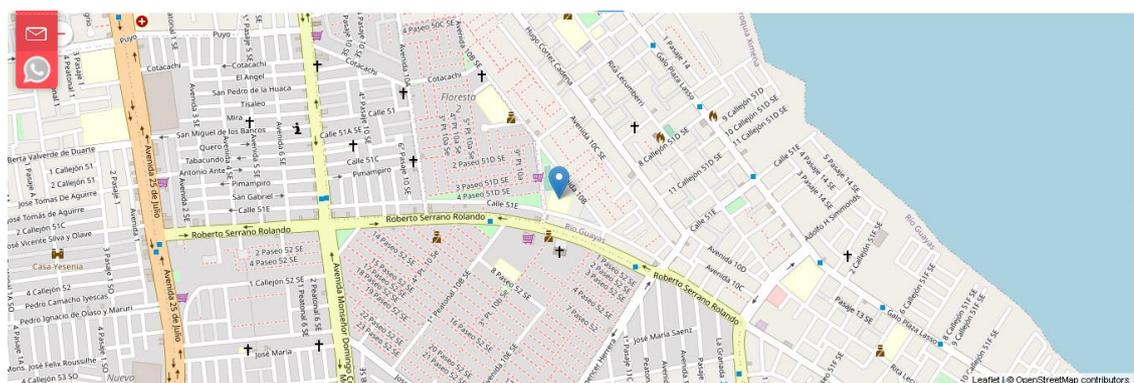


Figura 1. Ubicación de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira.

Fuente: <https://www.ubica.ec/info/UNIDAD-EDUCATIVA-FISCAL-LEONIDAS-ORTEGA>

Misión

La misión de la Unidad Educativa Fiscal “Dr. Leónidas Ortega Moreira” es formar integral y armónicamente a sus estudiantes, con una educación de calidad y con calidez, orientada al desarrollo científico, técnico y humanístico, con el fin de lograr ciudadanos y ciudadanas independientes, eficientes y

eficaces, productivos, emprendedores, inspirados en los principios de solidaridad, honradez, democracia y justicia social.

Visión

La Unidad Educativa Fiscal “Dr. Leónidas Ortega Moreira” se propone constituirse en una institución líder en la excelencia pedagógica, académica y humana, que promueva la investigación en los estudiantes para asegurar su ingreso a la educación superior y/o a la inserción laboral, formándolos para el respeto al buen vivir, a la práctica de valores y a la preservación del medio ambiente.

Los carteles normativos son entregados de manera virtual a la Vicerrectora de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira, Ing. Daniela Cornejo, la Ingeniera Cornejo los distribuye de la misma manera a todos los docentes, para que ellos los envíen a los correos de sus estudiantes.

2.1.2.2. Producto

El cartel

Desde que fue creado, el cartel, como una forma de comunicación visual cumple su cometido que responde a un diseño que se relaciona con el arte por su creatividad, que depende de lo que se quiera dar a conocer, es importante su ubicación para captar la atención del público; paredes, avenidas, entre otras.

El cartel es un medio de expresión plástica caracterizada por ser una imagen fija. Su razón de ser ha sido desde su nacimiento la difusión de un evento, la propaganda de un producto, la eficacia de un mensaje elocuente para inducir a un determinado comportamiento tanto de consumo placentero o al menos beneficioso, como de reacción beligerante ante conflictos bélicos. (Lozano Bartolozzi, 2015, pág. 58)

La comunicación visual no es nueva, el hombre en su afán de establecer medios de comunicación siempre ha buscado la forma de compartir con sus semejantes acontecimientos importantes, se debe recordar que esta forma de manifestación artística surgió en el paleolítico superior y coincide con

la aparición del Homo sapiens hace aproximadamente 40 000 años a. J., mediante esta forma de comunicación conocida como el arte rupestre ha permitido obtener el conocimiento sobre algunos aspectos de la forma de vida en esa época.

En la actualidad, si se desea persuadir a una persona para que tome una decisión relacionada a un servicio que se ofrece, la mejor manera es mediante carteles publicitarios. Los carteles tienen que ser atractivos que llamen la atención a un público objetivo. (Gallucci, 2013, pág. 3), dice:

La aplicación de la retórica al campo de la comunicación visual se manifiesta de forma concisa en el diseño buscando maximizar el impacto entre emisor y el receptor; ya sea por las vías del texto escrito gracias al novedoso uso de las tipografías, o por el camino de la imagen a través de la fotografía y el dibujo.

Los carteles son diseñados para cumplir una función específica: informar. La información que lleva el cartel son de diversos tipos; normativos, informativos, político, promocional, social, publicitario, artísticos, textuales, gráficos y otros. Combina texto e imágenes para llamar la atención del público en general.

¿Cómo llamar la atención de un público en movimiento?, si estos miran de soslayo al pasar junto a un cartel, la información que se desea transmitir debe quedar grabada en su pensamiento en ese mínimo tiempo que observa sin prestar atención. Para lograr ese objetivo, el cartel tiene que reunir las características que a continuación se enumeran, como dice (Yanez, 2020): “Texto, adaptación de su contenido, brevedad, diseño original, imágenes impactantes, uso racional del color, descriptivo, convincente, tiene un objetivo.

2.1.2.3. Clasificación de los carteles

Los carteles se clasifican en: Formativos, informativo, político, promocional, social.

Carteles formativos. Es un medio de comunicación idóneo para dar a conocer los problemas que afectan a una sociedad, como ejemplo, el consumo de droga, una práctica que se ha ido incrementando perjudicando

las relaciones familiares, ante la imposibilidad de detenerlo, solo queda dar a conocer los daños que ocasiona esta práctica . Según (Neri, 2016), “como un medio para propiciar el establecimiento de hábitos de higiene, salud, limpieza, seguridad, orden, etc. También se usa para propiciar actitudes de confianza, actividad, esfuerzo, conciencia, etc.”.



Figura 2. Cartel Formativo.
Fuente: culturizando.com

En el cartel formativo de la figura 2, se observa el mensaje complementario que sobresale en un fondo oscuro, el mensaje dice: “La droga no solo afecta al que la consume”, el objetivo de este cartel es concientizar a las personas para que eviten caer en el consumo de drogas, porque perjudica las relaciones familiares. En la fotografía principal se observa a un bebé acostado boca abajo con la cabeza erguida, está cubierto con un polvo blanco, este se interpreta como algún tipo de droga en polvo que le da más firmeza al mensaje principal del cartel que busca maximizar el impacto que causa al público objetivo.

Carteles informativos.

Los carteles informativos es un medio de comunicación muy utilizado en empresas, proporcionan una correcta indicación de seguridad y señalan prohibición, obligación, advertencia y auxilio, mezcla figuras geométricas, colores y símbolos para llamar la atención del público objetivo. (Neri, 2016),

dice: “Se trata de aquellos que cumplen con la transmisión de un mensaje objetivo y puntual, es decir, que brindan una información concreta, determinada. Por ejemplo: los carteles de tránsito, que indican los kilómetros faltantes para un destino determinado”.



Figura 3. Cartel informativo
Fuente: istockphoto.com

El cartel informativo de la figura 3, muestra una taza que contiene café, uno de los componentes más importante del café es la cafeína, este componente es un potente psicoactivo, al consumirlo aumenta los niveles de energía y los tiempos de reacción, este cartel va dirigido a las personas que trabajan en turnos nocturnos y les señala la necesidad de estar alertas en sus actividades diarias para evitar un accidente en el trabajo. La taza de café está caracterizando el medidor de combustible de un vehículo con el tanque lleno.

Cartel político. El cartel político surge cuando las tensiones sociales aumentan debido a acciones radicales que la afectan, los temas políticos que se desean difundir tienen una amplia variedad de propuestas, el objetivo es dar a conocer la causa del malestar e influenciar a un grupo social específico para que se adhiera o rechace de forma determinante una situación social.

El cartel de carácter político apunta un cambio, expresa el malestar social y el derecho a la disidencia de una comunidad, una organización o un partido político. Ejerce su función a través de la imagen visual, ayudando a que ideas abstractas se vuelvan comprensibles, y trabajando, por lo general, a partir de

una asociación de signos gráficos apoyados en el uso de lo iconográfico y reforzados por un mensaje escrito, comúnmente una frase breve y directa llamada eslogan. (Vico Sánchez & Lepe, 2019, pág. 198)



Figura 4. Cartel político
Fuente: dandad.org

El cartel político de la figura 4, está conformada por ilustración y texto, indica la protesta de la organización ecologista y pacifista internacional Greenpeace por la postura anti medioambiental del presidente de los Estados Unidos de Norte América, Donald Trump, al abandonar el Acuerdo Climático de Paris. Se observa en el cartel la conceptualización con elementos gráficos de una erupción por debajo del cabello de Trump complementando el texto: “la historia no debe repetirse.

Cartel de Protesta o Social. El cartel de protesta o social surge cuando se desea reivindicar a un determinado grupo social que es injustamente marginado, es un problema de los múltiples que afronta la sociedad, por ejemplo, la explotación de menores de edad. Esta problemática tiene que ser dada a conocer y, una de las formas de comunicación masiva es mediante el uso de carteles para que sus integrantes conozcan y, hagan conciencia para encontrar solución.

El cartel de protesta o social actúa como medio de denuncia al informar a la población de una injusticia, instándole a apoyar una causa y generando

solidaridad. Le da voz al ciudadano de a pie, capta la atención, encapsula un tema candente y reafirma. (López Alexander, 2019, pág. 9)



Figura 5. Cartel social.
Fuente: cosas visuales.com

El cartel social de la figura 5, hace referencia al trabajo infantil, una forma de explotación laboral y económica. El niño que trabaja se le está quitando el derecho a una infancia feliz, a su educación y a su crecimiento seguro, el mensaje “children need education for a brighter future” traducido al español, “los niños necesitan educación para un futuro mejor”, no lo dice literalmente pero indica que el trabajo infantil debe eliminarse. En el cartel se observan elementos, una mochila y herramientas dando a entender los abusos de que son objetos, en el Ecuador el Código de la Niñez y adolescencia establece la edad mínima para el trabajo a los 15 años.

Cartel promocional. Todo evento necesita de un medio de comunicación para dar a conocer el lugar donde se va a realizar, el día, la hora, sus características y hacia qué público va dirigido, la forma más idónea mediante carteles del tipo promocional. “Los carteles promocionales son aquellos que aspiran a difundir algún contenido no comercial entre su público destino, como son los carteles cinematográficos, los carteles de obras teatrales, de ferias, de eventos, o los carteles electorales cuando hay campaña política, etc.” (Uriarte, 2020).



Figura 6. Cartel promocional.
Fuente: Behance.net

El cartel promocional de la figura 6, indica el evento que realiza una organización, además, brinda información sobre el lugar donde se va a realizar, la hora de inicio y, las actividades a realizarse dentro de él. En el cartel se observa la conceptualización sobre el maltrato a los animales y se induce a no consumir carne de aves, el cartel utiliza elementos como cuchillos una herramienta utilizada para faenar aves y un recipiente de comida rápida.

Cartel decorativo. Este cartel se utiliza en espacios públicos, como ejemplo un restaurant, un bar, en donde muchas personas se reúnen para; a más de comer, conversar, hacer negocios, la decoración en estos lugares es un detalle muy importante para crear diversas sensaciones e impactos visuales, los carteles decorativos es uno de los elementos que ayudan a producir estas sensaciones. (Uriarte, Cartel, 2020), dice: “Son los que no tienen una función informativa determinada, sino que resultan armónicos, bellos o documentales, por lo que su incorporación a un ambiente tiene más que ver con una consideración estética”.



Figura 7. Cartel decorativo.
Fuente: angelassemukutu

El cartel decorativo de la figura 7, hace uso de la figura retórica, una técnica creativa para causar un impacto visual en el público. El cartel de la figura 7, es únicamente para decorar algún tipo de establecimiento otorgando un ambiente más agradable, este cartel no tiene una función exacta, está ahí por estética, pero llama la atención por la metáfora visual utilizada, el público desde su perspectiva ve dos imágenes: la corbata o las piernas.

Cartel Publicitario. Este tipo de cartel lo utilizan las industrias de todo tipo, los almacenes comerciales, sirve para dar a conocer las características de un producto que lo diferencia de otros iguales y que satisficaría los requerimientos del consumidor, esto influye mucho en el momento de adquirir un determinado producto porque el consumidor puede realizar una comparación. (Uriarte, Cartel, 2020), dice que: “Los carteles publicitarios son aquellos que tienen el cometido de influir en los patrones de consumo de las personas y difundir determinados productos o servicios, o sea, aquellos que forman parte de la publicidad”.



Figura 8. Cartel publicitario.
Fuente: www.poemas-del-alma.com

En el cartel publicitario de la figura 8, se puede observar la marca del producto con letras muy grandes como título principal y un mensaje complementario. Utiliza la diagramación vertical, muestra la conceptualización del mensaje complementario aplicado en la fotografía principal en donde el producto se lo presenta de forma exagerada.

2.1.3. Análisis, interpretación y organización de la información.

Analizando las respuestas a las preguntas realizadas a los dos profesionales en Diseño Gráfico.

1. ¿Actualmente, qué papel usted cree que tengan los carteles publicitarios en la difusión de contenidos?

El Lcdo. Bedón dice: “Los carteles publicitarios tienen una fuerte presencia a nivel internacional, han evolucionado a lo largo del tiempo buscando adecuar el mensaje publicitario a las necesidades del consumidor”, y complementa su respuesta con: “El objetivo del cartel publicitario siempre ha sido llegar de manera directa al cliente, pero actualmente el objetivo del cartel publicitario es conseguir que el cliente busque la marca”.

El Sr. Méndez dice: “Ocupa un lugar importante en la manera de llegar a las personas, logra presencia de marca permanente y es una manera eficaz y directa de conectar y transmitir lo que se quiere comunicar a los posibles clientes”

Los dos profesionales coinciden en reconocer la importancia del cartel como un medio para transmitir algún mensaje de acuerdo al contexto que se lo utilice.

2. ¿Qué recursos visuales utiliza para la construcción de un cartel publicitario?

El Lcdo. Bedón señala que los recursos visuales que el utiliza para realizar un trabajo es: el contraste, la escala, la forma, la cromática y el equilibrio.

El Sr. Méndez señala que los recursos visuales que el utiliza son la fotografía, las ilustraciones y la infografía.

Las respuestas de los dos profesionales difieren en las técnicas utilizadas, el Sr Bedón señala los recursos técnicos utilizados para la construcción de un cartel, el Sr. Méndez indica las herramientas utilizadas para la construcción de un cartel, una cámara fotográfica para la fotografía, un dibujo hecho a mano para la ilustración y lo mismo para la infografía, al momento de editarlo utiliza los mismos recursos técnicos del Lcdo. Bedón.

3. ¿Cuál es el proceso que usted realiza para la realización un cartel publicitario?

El Lcdo. Bedón dice que: “la finalidad del cartel publicitario es comunicar, transmitir y persuadir al usuario para que este realice la acción de compra o adquisición de un bien o servicio, estableciendo un vínculo de fidelidad entre la marca y el usuario, generando un sentimiento de satisfacción por la adquisición del bien o servicio”, y que “es muy importante tener bien claro los siguientes aspectos durante la elaboración de un cartel publicitario”: el Target, la imagen, el contenido, el slogan.

El Sr. Méndez dice que: Define las dimensiones del diseño para saber exactamente cuál es área de trabajo del que dispone, luego empieza a distribuir la posición de los diferentes elementos que componen el cartel y cuales elementos son los que tendrán el mayor peso con respecto a los demás, esto va acorde al mensaje que se quiere transmitir y el orden en el que quiero destacar los elementos”.

Los dos profesionales coinciden en señalar cual es la finalidad del cartel, transmitir un mensaje para persuadir desde distintos puntos de vistas, el Sr. Méndez se enfoca en el aspecto constructivo, la diagramación y el Lcdo. Bedón se enfoca en el público al que va dirigido.

4. ¿Qué figura retórica es la más recomendable para la elaboración de este tipo de carteles?

El Lcdo. Bedón dice: “En lo personal recomendaría las figuras retóricas de elipsis e hipérbole como punto de partida para diseñar, porque ambas llaman la atención de manera impactante y rápidamente generan interés en el usuario”.

El Sr. Méndez dice: “Entre mis favoritas están: Sinécdoque, Elipsis, Metonimia, Hipérbaton y Eufemismo por nombrar unas cuantas”. Los dos profesionales coinciden en resaltar el uso de figuras retóricas en la construcción de los carteles.

5. Con su experiencia ¿Bajo qué criterios de diseño aconseja que se deberían crear los elementos gráficos, montajes y fotografías para este tipo de carteles?

El Lcdo. Bedón dice: “El diseño en un cartel publicitario debe ser atractivo y llamar la atención de una manera sutil y amigable, evitando la exageración o desequilibrio de sus elementos”.

El Sr. Méndez dice: “Lo principal sería que la imagen sea la más adecuada para el público objetivo, pues de esa manera aumentamos las posibilidades de conectar con la atención del espectador y poder transmitir el mensaje más efectivamente.

Las respuestas a la pregunta No. 5, entregadas por los profesionales coinciden en indicar que el diseño del cartel es importante para llamar la atención del público objetivo aunque tienen un enfoque distinto, el Lcdo. Bedón generaliza, el Sr. Méndez se enfoca en un elemento, la imagen.

6. ¿Para un cartel publicitario, que genera más atención al público objetivo?

El Lcdo. Bedón dice: “En un cartel publicitario lo más impactante son las imágenes porque poseen su propio lenguaje, las fotografías o las ilustraciones, transmiten deseos, sensaciones y necesidades”, y complementa con lo siguiente: “Las imágenes quedan grabadas en nuestra memoria y nos permiten crear mentalmente una idea base del producto que se complementa o define con la frase o slogan”.

El Sr. Méndez dice: “A mi criterio, en primero lugar está una buena imagen que impacte al espectador seguido de una buena frase de entrada, serían los elementos principales para captar la atención del espectador”.

Los dos profesionales coinciden en una representación gráfica acompañado de un slogan que complementan el mensaje que se quiere transmitir.

7. ¿Cómo maneja las figuras retóricas dirigidas al público objetivo?

El Lcdo. Bedón dice: “Hay figuras retóricas que se utilizan más que otras para persuadir a la audiencia, pero su aplicación siempre va a depender de la sutileza o la fuerza con la que se quiera manejar el mensaje comunicacional”.

El Sr. Méndez no respondió a esta pregunta debido al trabajo que realiza en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Duran, realiza las ilustraciones en las campañas que ejecuta esta institución.

Considerando la respuesta del Lcdo. Bedón, el uso de la figura retórica en los carteles normativos que busca promocionar los beneficios de la

educación en la modalidad virtual es relevante por la fuerza que le da a la representación gráfica para su interpretación.

8. ¿Qué es lo primordial de un cartel publicitario?

Para el Lcdo. Bedón lo primordial es: “El buen manejo de los recursos visuales aplicados al diseño dentro del cartel publicitario, para generar impacto de manera eficaz y lograr que el usuario le dé una oportunidad al mensaje comunicacional.

Para el Sr. Méndez lo primordial es: “que el cartel debería cumplir ciertos objetivos que son, las de comunicar a los espectadores las cualidades del producto, persuasión de compra, la necesidad de reforzar la presencia de marca en el mercado y dejar establecida la imagen a fin de que sea fácilmente reconocible y se preserve en la mente del espectador además de resaltar las diferencias con el resto productos de su competencia”.

Los dos coinciden en la respuesta en el contexto comercial que se lo puede generalizar, el Lcdo. Bedón indica que hay que tener un buen manejo de los recursos visuales, el Sr. Méndez dice: un cartel debe comunicar las cualidades del producto para persuadir a su compra; ¿Cómo se logra esto?, con un buen manejo de los recursos visuales y el mensaje complementario.

Con relación al análisis que se realiza a las respuestas que enviaron la Vicerrectora de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira y cinco docentes es importante puntualizar que se hace hincapié a las respuestas de la pregunta No. 3:

Con la experiencia que usted ha adquirido en este tiempo en enseñanza en la modalidad virtual, nos podría indicar ¿cuáles son los beneficios?

Haciendo un resumen de las respuestas enviadas, los siguientes son los beneficios que los docentes otorgaron a la educación en la modalidad virtual:

Existe un ahorro tiempo;

Fomenta la autonomía del estudiante;

El estudiante crea carpeta de cada asignatura existiendo un mejor almacenamiento de datos;

Se reduce la contaminación ambiental en la institución y en sus alrededores al no haber clases presenciales;

El estudiante mejora en la presentación de sus trabajos por su creatividad;

El uso de la Tecnología le permite al estudiante adquirir habilidades y destrezas;

Los recursos educativos están disponibles en todo momento;

Se promueve el dialogo al no existir interrupciones.

2.2 Análisis de proyectos similares.

2.2.1 Don't take away children right to EDUCATION

El Fondo de las Naciones Unidas para la infancia (UNICEF), desarrolla programas que respeten los derechos de todos y cada uno de los niños y niñas, uno de estos programas es “don't take away children right to EDUCATION”, dado a conocer el 13 de abril del 2020, por motivo de haberse cerrado las escuelas en 192 países, interrumpiendo la educación de aproximadamente 1,5 mil millones de estudiantes en todo el mundo.

La pieza gráfica que utiliza el UNICEF y, que se toma como ejemplo, figura 9, por la conceptualización que utiliza para el mensaje principal “don't take away children right to EDUCATION”, aplica retóricas, esto genera mayor impacto visual y da un mensaje claro al espectador.



Figura 9. Cartel normativo del programa de la UNICEF “don’t take away children right to EDUCATION”.

Fuente: unicef

De la pieza gráfica se toma como referencia la diagramación, esta proporciona orden y jerarquía al momento de organizar los contenidos visuales, es la manera de distribuir cada elemento aplicado en el cartel respetando su espacio para llegar a ser muy atractivo a la vista, con colores planos, la aplicación de la retórica y fotomontaje que dan al espectador fuerza visual y emociones que se manifiestan al ser observado el cartel.

2.2.2. Send a child to school today

Manav Kartavya es una Organización No Gubernamental (ONG) en Ahmedabad ciudad de la India, desarrolla programas para la niñez como: “Send a child to school today”, dado a conocer en el año **2020**.

La pieza grafica que utiliza Manav Kartavya y, que se toma como ejemplo, figura 10, por la combinación de elementos, dibujos y fotografías que utiliza tratando de que el público objetivo se compenetre con la fuerza suficiente para llamar su atención.



Figura 10. Cartel normativo del programa de Manav Kartavya “Send a child to school today”,

Fuente: <https://www.manavkartavya.org>

De la pieza gráfica se toma como referencia la combinación entre elementos, dibujos y fotografías, con colores planos, la aplicación de la retórica que dan al espectador fuerza visual y emociones que se manifiestan al ser observado el cartel.

2.2.3. Use your brain

Deviant Art es un sitio web en donde los artistas comparten sus creaciones para darse a conocer en el mundo artístico, el trabajo que se toma como ejemplo fue subido por cancera3 el 7 de marzo del 2009.

La pieza gráfica que utiliza cancera3 y, que se toma como ejemplo, figura 11, es un fotomontaje aplicado en escalas de grises y la legibilidad en el texto.

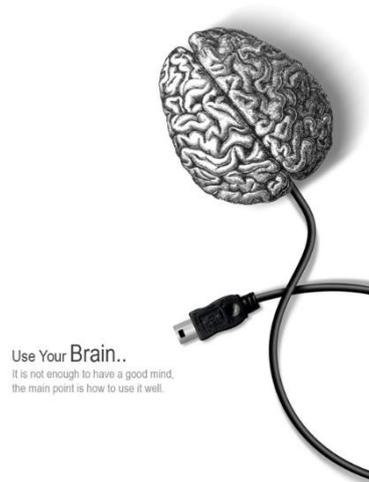


Figura 11. Cartel normativo de cancera 3 “Use your brain”

Fuente: <https://www.deviantart.com/>

De la pieza gráfica se toma como referencia la diagramación, escala de grises y la tipografía, esta proporciona orden y jerarquía al momento de organizar los contenidos visuales, es la manera de distribuir cada elemento aplicado en el cartel respetando su espacio para llegar a ser muy atractivo a la vista, la aplicación de la retórica y fotomontaje que dan al espectador fuerza visual al ser observado el cartel.

3. Proyecto

3.1 Criterios de Diseño

En el presente trabajo de titulación: Diseño de carteles que ayuden a promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual orientado a los estudiantes del tercer curso del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira, se utilizan conceptos fundamentales del diseño gráfico como es la aplicación de la retórica en la construcción de los carteles para darle un mayor atractivo visual y transmitir el mensaje utilizando recursos no explícitos, en este proceso la composición es lo más importante al momento de resolver un problema visual y elegir la mejor figura que se adapte a las necesidades del comunicador.

3.1.1. Composición Tipográfica

En un cartel no es suficiente lo que quiere transmitir mediante una breve expresión que sintetice el mensaje con el que se quiere llegar, entra en juego la composición tipografía para hacerlo más llamativo y, que impacte al público al que va dirigido el mensaje. (Delgado Burbano, 2011), dice: “En la composición tipográfica encontraremos ciertos conceptos y elementos que nos ayudarán a exponer de manera más clara la información para un determinado público, permitiendo una fácil lectura y quizás, influyendo en lo que se quiere transmitir”.

3.1.2. Diagramación

El ordenamiento de los componentes, texto e imagen, en un soporte bidimensional, el cartel, para influir en un público determinado, de manera que este acepte lo que el cartel quiere comunicar, en este caso los beneficios de la educación en la modalidad virtual. (Ortiz U. & Vizcaíno R., 2012, pág. 54), dice: “La diagramación es la distribución o la organización de los elementos del mensaje bidimensional (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización, buscando la funcionalidad del mensaje bajo una apariencia estética agradable”.

3.1.3. Fotomontaje

En carteles retóricos, la modificación de la realidad, sin distorsionarla, manipulando los elementos fotográficos para que el mensaje sea significativo y, conseguir la atención del público al que va dirigido, es una técnica válida en la creación de estos carteles, esta técnica es el fotomontaje, “el fotomontaje es la técnica que consiste en combinar dos o más fotografías con el objetivo de crear una nueva composición” (Ucha, 2011)

3.1.4. Enfocar el ojo

El sentido de la vista procesa toda la información que recibe, es por ese motivo que un cartel tiene que llamar la atención por su creatividad para que estimule a efectuar una acción al receptor, esta acción puede ser la aceptación del mensaje difundido.

3.1.5. Simplificar

La simplicidad y el minimalismo en el diseño de carteles son esenciales por la sencillez con que se quiere transmitir un mensaje visual, extrayendo los elementos que no contribuye a facilitar la comunicación entre el emisor y el receptor. (Perdomo, 2018), dice: “La simplicidad y minimalismo sigue siendo el marco de composición por excelencia, que destacan en fondos planos o degradados controlados, ayudando por una composición donde se busca el mínimo para que la diferencia se encuentre en el detalle que rompe la estructura.

3.1.6. Color

Para el diseño de un cartel es importante el conocimiento de los colores y, la influencia que estos ejercen sobre los seres humanos para obtener la mayor atención a la comunicación de forma visual que se quiere transmitir. “El color es una herramienta visual cargada de información, por lo que constituye uno de los recursos más importantes para transmitir significados a través del lenguaje visual” (Acaso, 2006, pág. 60)

3.2 Desarrollo de bocetos o artes iniciales

Para el desarrollo de las artes iniciales, se tomó como base los beneficios de la educación en la modalidad virtual indicados por la vicerrectora de la Unidad Fiscal Educativa Leónidas Ortega Moreira y por los docentes entrevistados:

El beneficio ahorrar tiempo, depende de la voluntad del estudiante, un hábito que puede desarrollar con la educación en la modalidad virtual. Existen muchas actividades que se eliminan con la aplicación de esta modalidad de estudio; como el vestirse, el traslado a la institución educativa en transporte público, privado o caminando y, las actividades previas antes de ingresar al aula como formarse en el patio central que es en muchos casos obligatorio. El ahorro de tiempo indicado puede ser aprovechado estudiando y realizando las tareas antes del inicio de clase.



Figura 12. Cuadro de fusiones de los elementos para ahorrar tiempo.
Fuente: Elaboración propia.

Para definir el cartel **ahorrar tiempo** se elaboró un cuadro de fusiones donde se consideraron elementos que se utilizan en una aula; un reloj, un lápiz, una cartuchera, una silla, una pizarra, un borrador de pizarra y, para definir los elementos que generan un ahorro de tiempo se utilizó la técnica de la lluvia de idea; las manecillas del reloj por el control que se debe de tener del tiempo; la tecnología por el uso de plataformas que evitan ir a una clase presencial; el transporte, porque no existe en la educación en la modalidad virtual, una laptop, la comodidad y el mouse.

Todos estos elementos se fusionan para crear tres propuestas gráficas que son evaluadas por los diseñadores y el público objetivo y escoger la más relevante.

El beneficio **fomentar autonomía** con la educación en la modalidad virtual, el estudiante de tercer año realiza todas las actividades académicas solo, adquiere responsabilidad; por lo general, en las clases presenciales, uno o dos estudiantes trabajan en clase, realizan las tareas y estas sirven de matriz para los demás estudiantes.

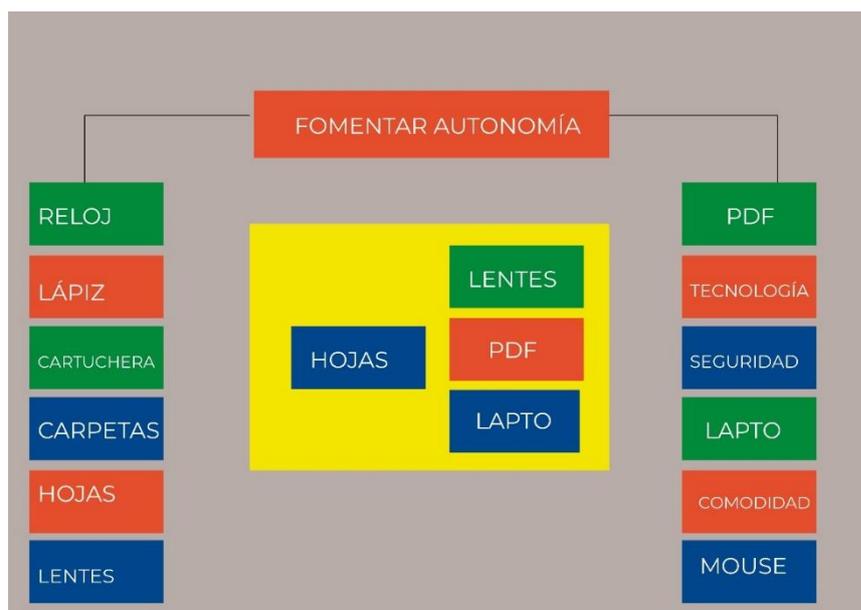


Figura 13. Cuadro de fusiones de los elementos para fomentar autonomía.
Fuente: Elaboración propia.

Para definir el cartel fomentar autonomía, se construyó un cuadro de fusiones, figura 13, considerando algunos elementos que se utilizan en una aula; un reloj, un lápiz, una cartuchera, una carpeta, hojas de papel y, un par de lentes. Para escoger los elementos que fomenta autonomía en los estudiantes se utilizó la técnica lluvia de idea; el formato de documento portátil, PDF; para realizar los trabajos de investigación, el estudiante tiene que buscar información y, descargar para leer.

La tecnología, el estudiante necesariamente tiene que tener conocimientos del paquete Office; Word, Excel, Power Point, Access y el manejo de las plataformas para acceder a las clases virtuales. La seguridad, se refiere a la seguridad en sí mismo que adquiere el estudiante, al descubrir sus talentos y habilidades. También esta una laptop, la comodidad porque está en su casa trabajando solo, los padres supervisan que trabaje y el mouse.

Todos estos elementos se fusionan para dar lugar al proceso creativo, diseñar, dibujar para crear las propuestas gráficas que son evaluadas por los diseñadores y el público objetivo para elegir la que más impacta.

El beneficio **almacenamiento de datos** con la educación en la modalidad virtual, el estudiante no necesita cargar dentro del hogar la mochila con libros, cuadernos y demás útiles escolares, al trabajar en línea crea

carpetas por asignaturas y lo almacena en su computadora, cuando se hace necesario presentar alguna información al docente existen muchas vías, la plataformas, correos institucionales, correos personales.

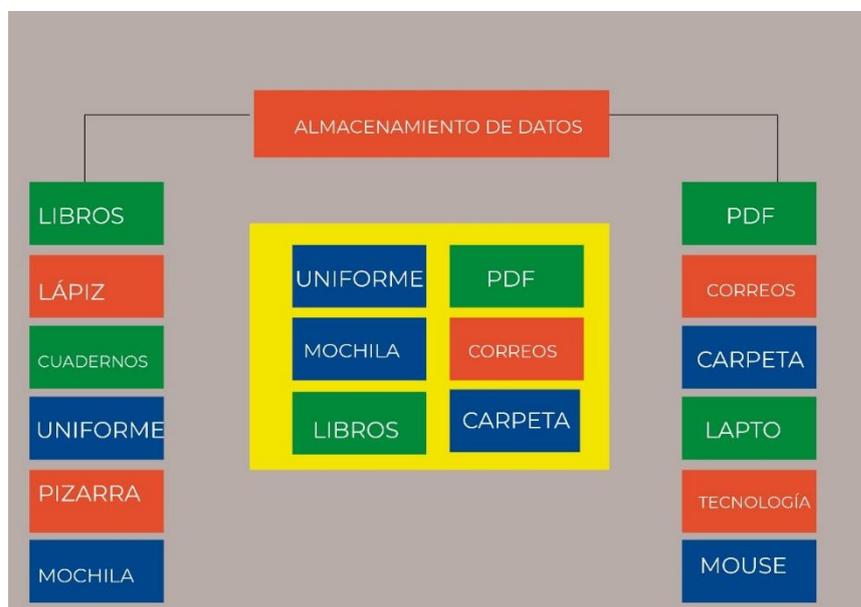


Figura 14. Cuadro de fusiones de los elementos para el almacenamiento de datos.
Fuente: Elaboración propia.

Para concretar el cartel almacenamiento de datos se confeccionó el cuadro de fusiones de la figura 14, en este cuadro se tomaron en cuenta algunos elementos que se utilizan en un aula; libros, un lápiz, cuadernos, el uniforme diario, una pizarra y una mochila. Para escoger los elementos que se emplean en el almacenamiento de datos se utilizó la técnica de la lluvia de idea; el formato de documento portátil, PDF es el más utilizado en todo trabajo académico, el estudiante busca un tema determinado en este formato, lo descarga y lo almacena para consulta posteriores.

De fallar la plataforma utilizada, los docentes se apoyan en los correos electrónicos institucional y personal para recibir los trabajos académicos, este medio también almacena toda la información enviada. El icono carpeta con un nombre para identificarla, representa el lugar donde se almacenan los archivos descargados, los trabajos académicos realizados, las tareas, etc.

Se Complementan los elementos mencionados con una laptop, el uso de tecnología y un mouse. Al combinar estos elementos se crean tres

propuestas gráficas que son evaluadas por los diseñadores y el público objetivo, escogiéndose la que a criterios de ellos, llama más la atención.

El beneficio **reduce la contaminación ambiental**, es totalmente cierto, con la educación en la modalidad virtual, al no haber la asistencia de estudiantes a la institución educativa existen múltiples beneficios, entre los más importantes; no se genera desperdicio, las baterías sanitarias permanecen limpias, este es uno de los problemas que afronta esta institución la falta de baterías sanitarias.

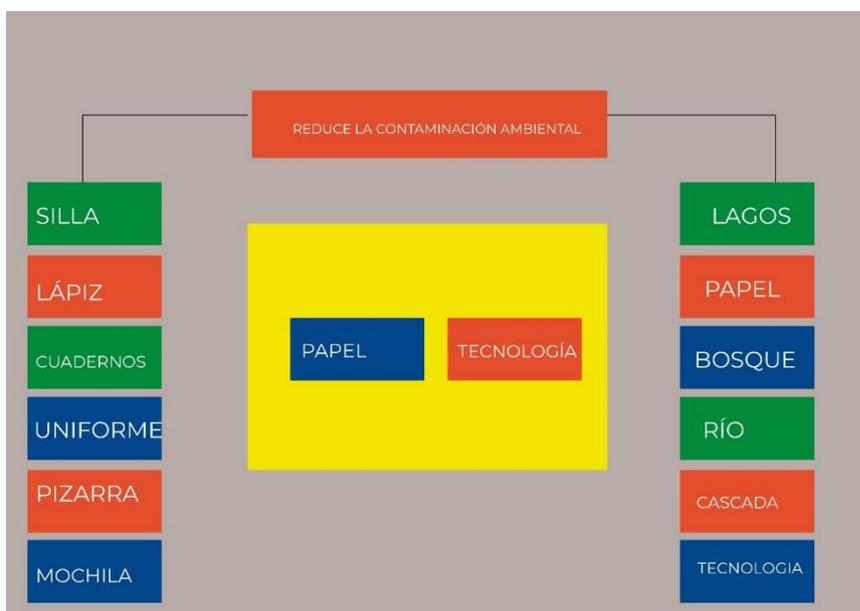


Figura15. Cuadro de fusiones de los elementos de reduce la contaminación ambiental.
Fuente: Elaboración propia.

Para la creación del cartel de **reduce la contaminación ambiental** se elaboró el cuadro de fusiones, figura 15, en donde se ubicaron algunos elementos de un aula; una silla, un lápiz, el uniforme diario, una pizarra y una mochila. El lago, el bosque, el río, la cascada, estos elementos se incluyen porque en algún momento, mientras se trabaja en la soledad del hogar sin compañeros presentes, se pone en juego la imaginación, la capacidad de crear otras realidades y, como se ha pasado una etapa de confinamiento y todavía se mantiene el distanciamiento social, imaginar lugares donde no existan este tipo de restricciones.

Se complementan estos elementos con un cuaderno y el uso de la tecnología, el cuaderno genera desperdicio por las hojas arrancadas y el uso

de la tecnología, se puede decir que no. Unidos estos elementos se crean tres propuestas gráficas que son evaluadas por los diseñadores y el público objetivo escogiéndose la que más llame la atención.

El beneficio **trabajo creativo** con la educación en la modalidad virtual, es debido a que los estudiantes en esta modalidad trabajan de forma autónoma, por lo que se estimula su capacidad creativa para realizar tareas e investigaciones.



Figura 16. Cuadro de fusiones de los elementos para Trabajos creativos.
Fuente: Elaboración propia.

Para concebir el cartel **trabajo creativo**, se realizó el cuadro de fusiones, figura 16, en donde se seleccionaron algunos elementos que contiene un aula; una silla, un lápiz, cuadernos, papelógrafo, cartuchera, cartulina. Para elaborar una tarea o realizar un trabajo de investigación, estos pueden presentarse de muchas formas, por ejemplos, un video, por eso se toma como elemento de trabajo creativo el formato MP4, una presentación en Power Point, el formato de documento portátil (PDF). Además se adicionan otros elementos como el uso de la tecnología, una laptop y el mouse que son las herramientas de trabajo.

Mezclando estos elementos se construyen las propuestas gráficas para que sean analizadas por los diseñadores y el público objetivo.

El **uso de la tecnología** en la educación en la modalidad virtual beneficia al estudiante, porque normalmente este la utiliza para otras actividades como ingresar a las redes sociales, juegos y aplicaciones, muy pocos la utilizan para realizar alguna tarea escolar.

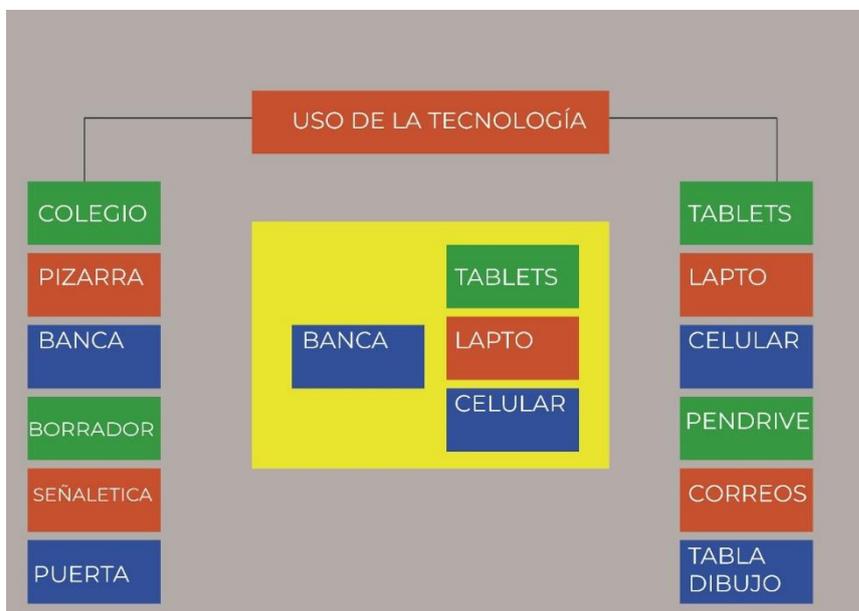


Figura 17. Cuadro de fusiones de los elementos de uso de la tecnología.
Fuente: Elaboración propia.

Para el cartel de la figura 17, **uso de la tecnología**, de un aula de clase se consideraron los siguientes elementos; el edificio del colegio, una pizarra, una banca, un borrador de pizarra, la señalética, las puertas. Se tomaron como elementos para el uso de la tecnología algunos dispositivos de uso común como: la Tablet, el teléfono celular, la tabla de dibujo, la laptop, a estos elementos se adicionaron el pen drive que sirve para respaldar la información almacenada y el correo electrónico.

Se amalgamaron estos elementos para construir las propuestas gráficas para que sean analizadas por los diseñadores y el público objetivo.

Los **recursos disponibles** en la educación en la modalidad virtual beneficia al estudiante, porque toda la información obtenida para una determinada asignatura la tiene almacenada en su computadora sin riesgo de perderse, otro beneficio es, si no entendió la clase puede volverla a escuchar ingresando a la plataforma.



Figura 18. Cuadro de fusiones de los elementos para los recursos disponibles.
Fuente: Elaboración propia.

Para el cartel de la figura 18, **recursos disponibles** se estimaron algunos elementos que contienen el colegio en forma general; el colegio, un marcador de pizarra, una banca, una pizarra, una puerta. Los recursos disponibles son los elementos siguientes, el celular es la herramienta que permite acceder al material de apoyo elaborado por el docente, videos, grabaciones, ingresar al correo electrónico para descargar alguna información enviada por el docente, la cámara para hablar con el docente directamente mediante video conferencia.

Mezclando estos elementos se construyen las propuestas gráficas para que sean analizadas por los diseñadores y el público objetivo.

Se **promueve el dialogo** en la educación en la modalidad virtual, beneficia al estudiante, porque puede desarrollar una presentación individual sin el ruido que ocasionan los estudiantes en un aula de clase desconcentrándolo, puede realizar preguntas al docente sin recibir burlas de sus compañeros por no haber puesto atención en el desarrollo de clase, esto los beneficia a todos porque potencia el aprendizaje.

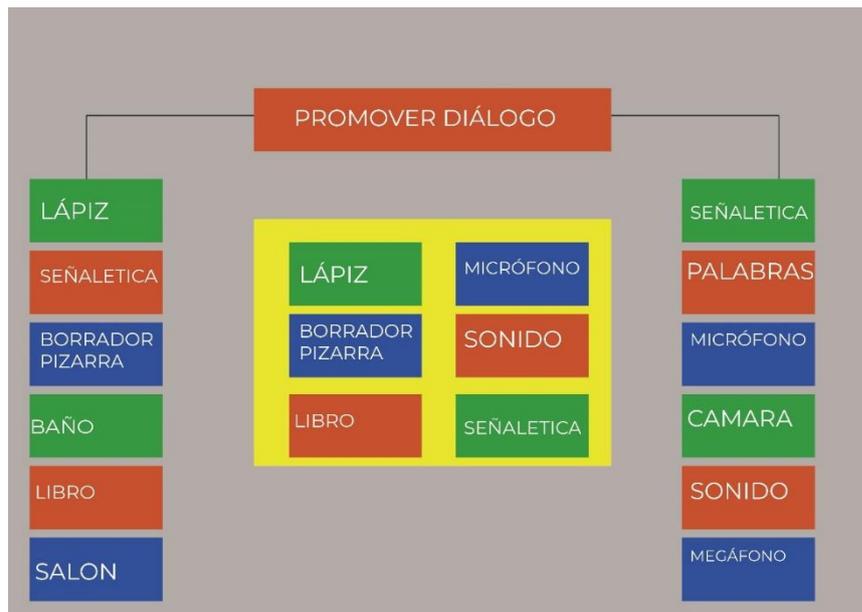


Figura 19. Cuadro de fusiones de los elementos para promover el dialogo.
Fuente: Elaboración propia.

En el cartel de la figura 19, **promover el dialogo** se estimaron algunos elementos que contienen el colegio en forma general; un lápiz, la señalética, una pizarra, los baños, los libros, un salón de eventos. Los elementos para la promoción del dialogo tienen que ver con los dispositivos que se utilizan para una comunicación oral eficaz, el micrófono, la cámara, un megáfono, a estos se complementan el uso de las palabras para articular una forma de comunicación, el sonido, la señalética que es una forma de comunicación visual.

3.3 Evaluación de Artes iniciales.

En la reunión realizada con los Diseñadores Gráficos; señores David Méndez y David Bedón y, con el público objetivo se definieron las propuestas gráficas que se pusieron en consideración, tres por cada beneficio, escogiendo, según ellos la propuestas que genera mayor impacto visual, sugiriendo que se le agregara un cuadro de texto para complementar la representación gráfica.

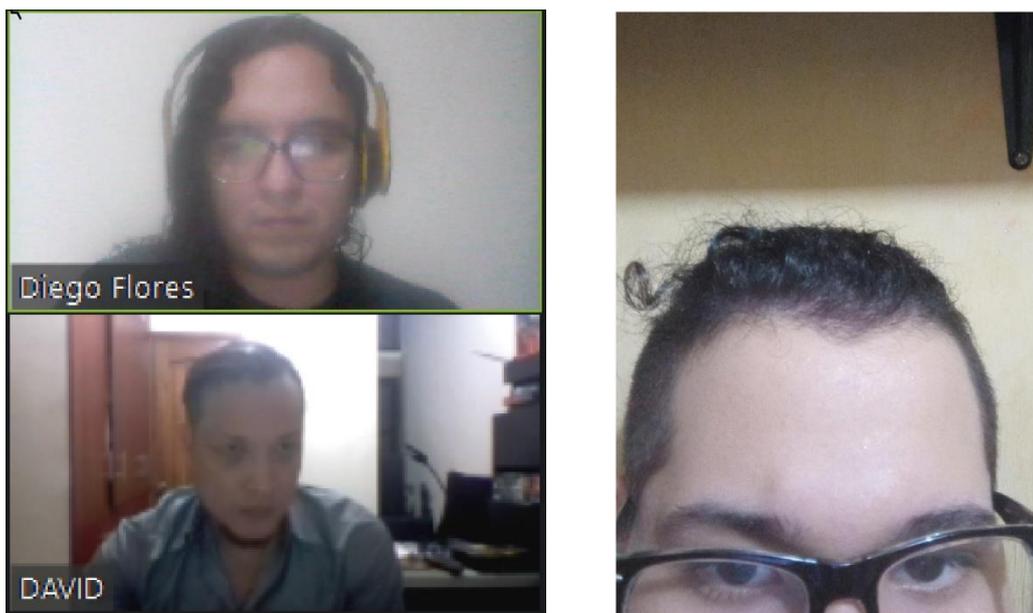


Figura 20. Reunión con los diseñadores gráfico para la evaluación de las artes iniciales.
Fuente: Elaboración propia.

3.4 Desarrollo de la propuesta gráfica inicial

El análisis que realizaron a las propuestas graficas presentadas, los diseñadores y el público objetivo seleccionaron las propuestas que están dentro del rectángulo de color rojo para su identificación, figuras 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27 y 28. Todas las propuestas escogidas mantienen la misma línea gráfica, en cuanto a la fusión de los elementos, la composición fotográfica, la diagramación y el fondo denominado sin fin.



Figura 21. Propuestas de arte inicial del beneficio ahorrar tiempo.
Fuente: Elaboración propia.

FOMENTAR AUTONOMÍA



Figura 22. Propuestas de arte inicial del beneficio fomentar autonomía.
Fuente: Elaboración propia.

MEJOR ALMACENAMIENTO DE DATOS

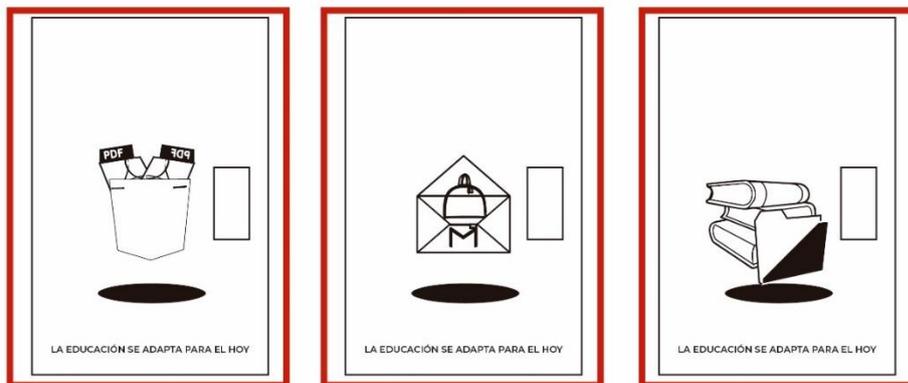


Figura 23. Propuestas de arte inicial del beneficio mejor almacenamiento de datos.
Fuente: Elaboración propia.

REDUCE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

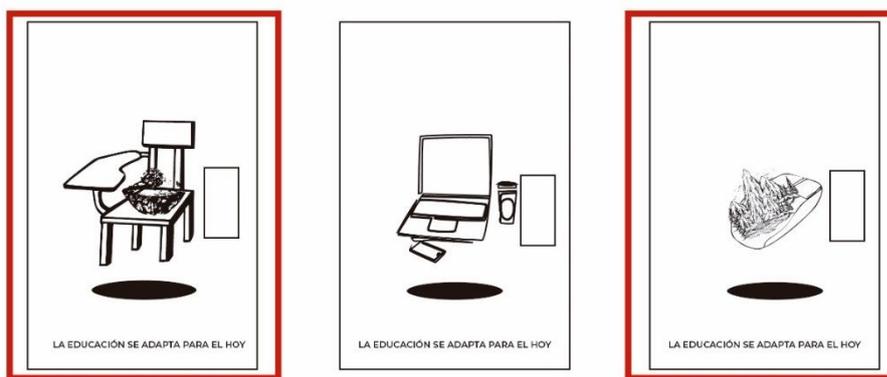


Figura 24. Propuestas de arte inicial del beneficio reduce la contaminación ambiental.
Fuente: Elaboración propia.

TRABAJOS CREATIVOS



Figura 25. Propuestas de arte inicial del beneficio trabajos creativo.
Fuente: Elaboración propia.

USO DE LA TECNOLOGÍA

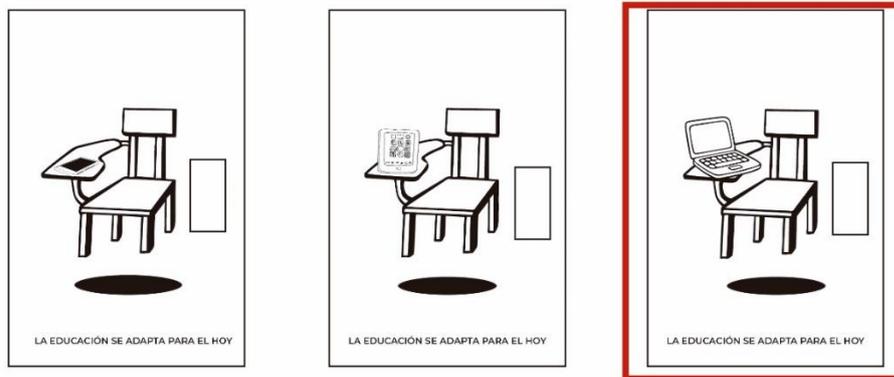


Figura 26. Propuestas de arte inicial del beneficio uso de la tecnología.
Fuente: Elaboración propia.

RECURSOS DISPONIBLES

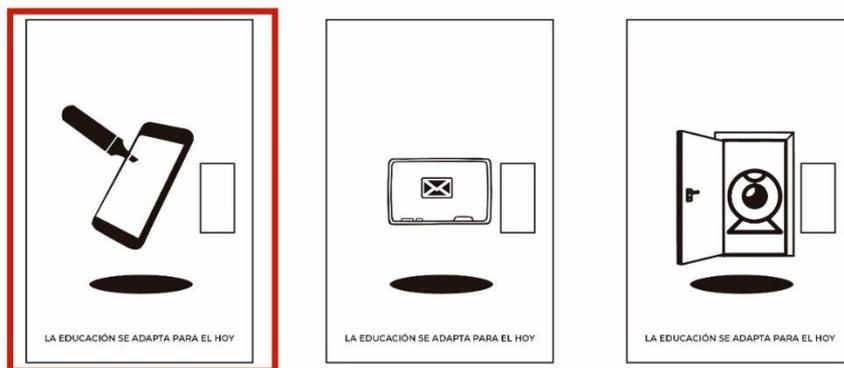


Figura 27. Propuestas de arte inicial del beneficio recursos disponibles.
Fuente: Elaboración propia.

PROMOVER EL DIÁLOGO



Figura 28. Propuestas de arte inicial del beneficio promover el dialogo.
Fuente: Elaboración propia.

3.5 Desarrollo de línea gráfica inicial definitiva.

Para el desarrollo de la línea gráfica inicial definitiva se mantienen las mismas composiciones de fusión entre elementos de la Unidad Educativa con elementos de los beneficios de la educación en la modalidad virtual, manteniendo la cromática entre colores cálidos y colores fríos que dan fuerza visual al espectador por medio de la técnica enfocar el ojo, conllevando el fondo representado como sin fin que hace alusión a la representación que esta sobre un piso manteniendo la iluminación, sombras y contrastes en la composición del elemento requiriendo el efecto óleo sobre la composición fotográfica

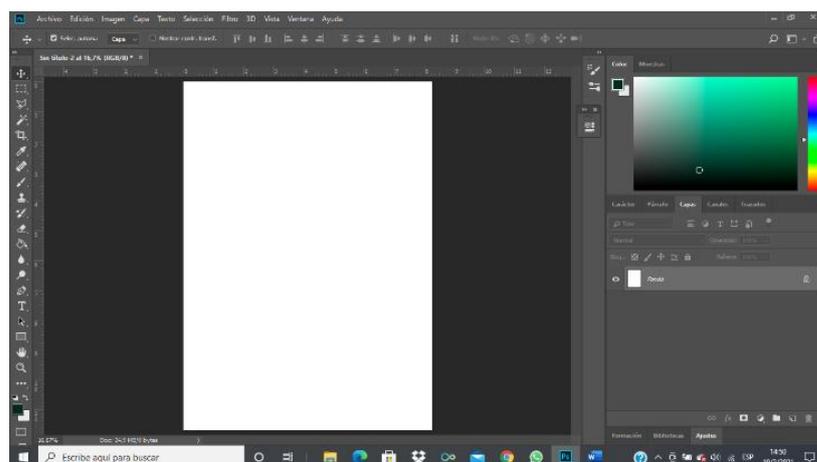


Figura 29. Composición fondo sin fin.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 33. Composición fondo sin fin.
Fuente: Elaboración propia.

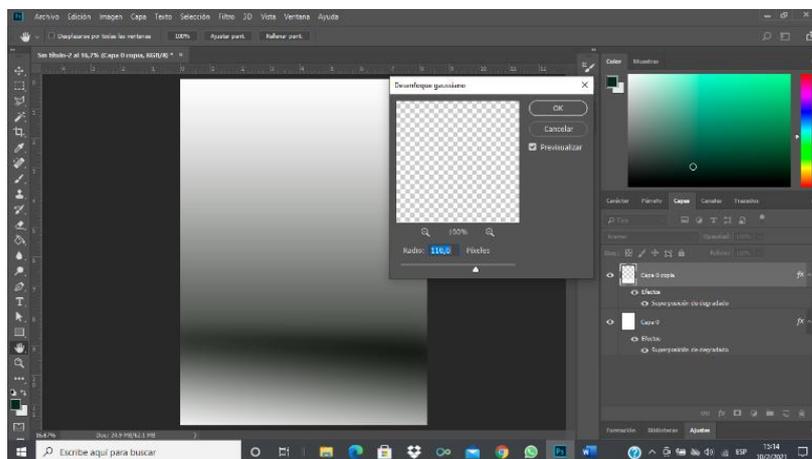


Figura 34. Composición fondo sin fin.
Fuente: Elaboración propia.

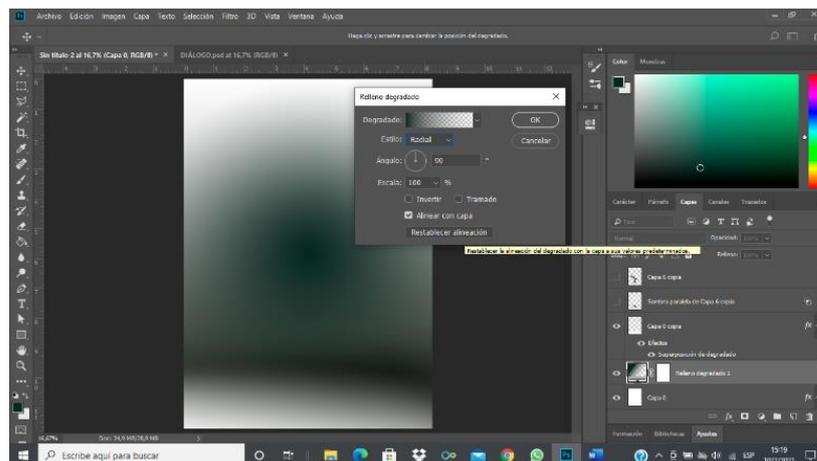


Figura 35. Composición fondo sin fin.
Fuente: Elaboración propia.

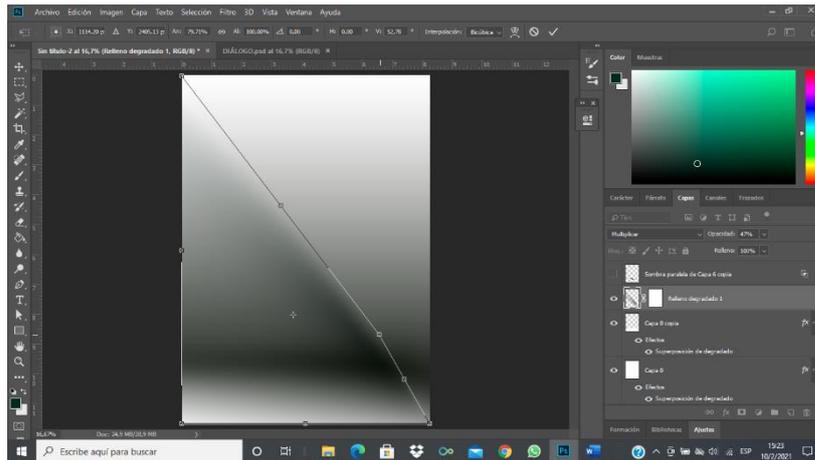


Figura 36. Composición fondo sin fin.
Fuente: Elaboración propia

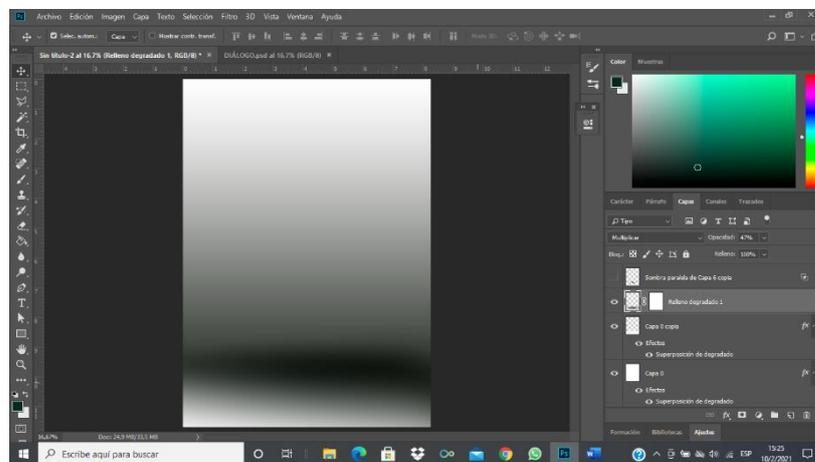
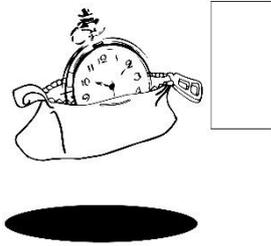


Figura 37. Composición fondo sin fin.
Fuente: Elaboración propia

3.6 Verificación del material digital

Finalizado el análisis de las propuestas presentadas y seleccionadas las de mayor impacto visual, se procede a su elaboración presentándose en el formato jpg con una resolución de 300 ppp que es de 2.480 x 3.508 con la medida del formato A-4, 21 x 29.7 cm, ideal para ordenadores y dispositivos móviles por medios de correos electrónicos masivos y redes sociales.

AHORRAR TIEMPO

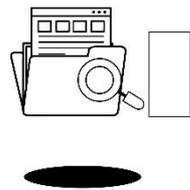


LA EDUCACIÓN SE ADAPTA PARA EL HOY



Figura 38. Verificación del material digital del beneficio ahorro de tiempo.
Fuente: Elaboración propia

FOMENTAR AUTONOMÍA



LA EDUCACIÓN SE ADAPTA PARA EL HOY

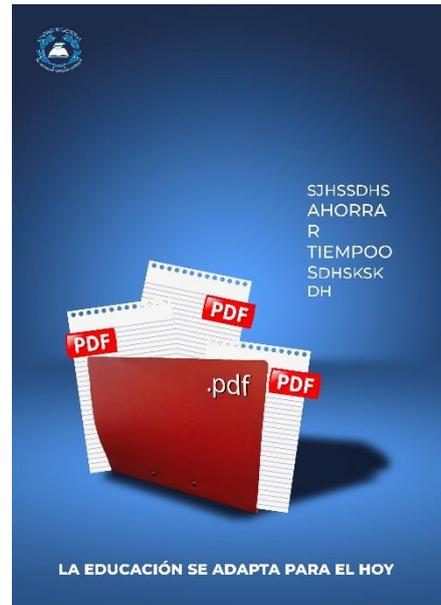
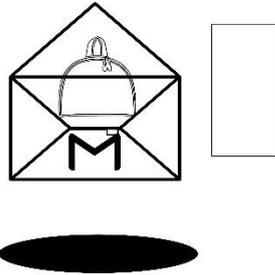


Figura 39. Verificación del material digital del beneficio fomentar autonomía.
Fuente: Elaboración propia

MEJOR ALMACENAMIENTO
DE DATOS

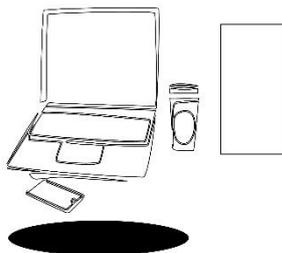


LA EDUCACIÓN SE ADAPTA PARA EL HOY



Figura 40. Verificación del material digital del beneficio mejor almacenamiento de datos.
Fuente: Elaboración propia

REDUCE LA CONTAMINACIÓN
AMBIENTAL



LA EDUCACIÓN SE ADAPTA PARA EL HOY

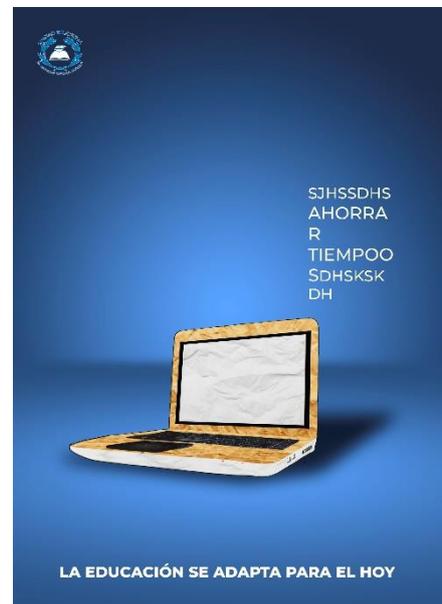
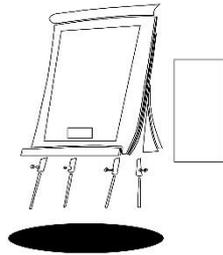


Figura 41. Verificación del material digital del beneficio reduce la contaminación ambiental.
Fuente: Elaboración propia

TRABAJOS CREATIVOS

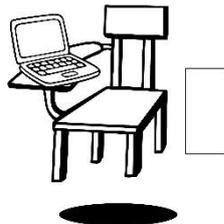


LA EDUCACIÓN SE ADAPTA PARA EL HOY



Figura 42. Verificación del material digital del beneficio trabajos creativos.
Fuente: Elaboración propia

USO DE LA TECNOLOGÍA

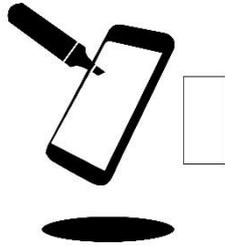


LA EDUCACIÓN SE ADAPTA PARA EL HOY



Figura 43. Verificación del material digital del beneficio uso de la tecnología.
Fuente: Elaboración propia

RECURSOS DISPONIBLES

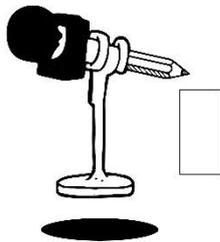


LA EDUCACIÓN SE ADAPTA PARA EL HOY



Figura 44. Verificación del material digital del beneficio recursos disponibles.
Fuente: Elaboración propia

PROMOVER EL DIÁLOGO



LA EDUCACIÓN SE ADAPTA PARA EL HOY

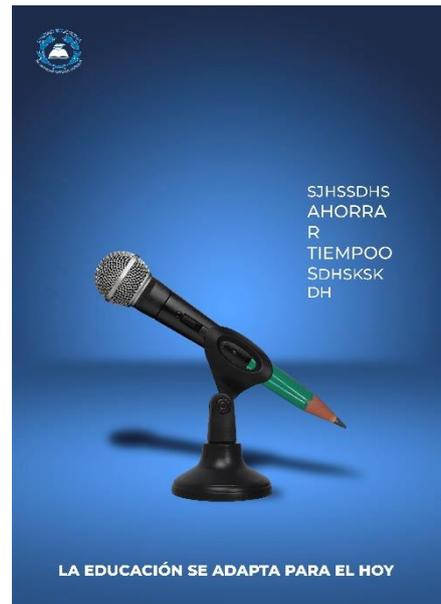


Figura 45. Verificación del material digital del beneficio promover el diálogo.
Fuente: Elaboración propia

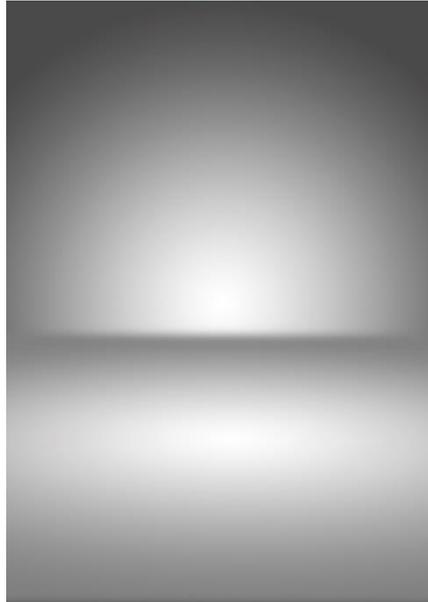


Figura 46. Proceso fondo sin fin terminado.
Fuente: Elaboración propia

3.7 Producto final

El producto final, se guarda en formato jpg para que al estudiante se le facilite su descarga en caso de requerirlo. El tamaño A-4, con la máxima resolución para mantener la calidad de la representación gráfica, esto se implementa en mockup para que el producto sea visto en los diferentes dispositivos y ordenadores y en las redes sociales de la institución educativa.

BRIEF

<p style="text-align: center; margin: 0;">Cliente : Unidad Educativa Leonidas Ortega Moreira</p>	<p>Proposito del Proyecto: Dar a conocer a los estudiantes del tercer curso del Bachillerato General Unificado los beneficios de la educación virtual para que participen mayoritariamente.</p>
<p>Ubicada en la provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil, parroquia Ximena, su dirección es: Avenida 10-B S- N, calle cincuenta y uno B, la modalidad de estudio es presencial en jornadas matutina, vespertina y nocturna. El nivel educativo que ofrece es Educación General Básica y Bachillerato.</p>	<p>Estudiantes del tercer curso del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Leonidas Ortega Moreira.</p>
<p>DURACIÓN PROYECTO</p> <p>Dos meses.</p> <p>LANZAMIENTO DE CARTELES: uno por semana.</p> <p>TOTAL : Ocho.</p>	<p>LANZAMIENTO</p> <p>*Redes sociales (Facebook - Instagram) *Correos masivos. (Dos veces por semana) Horarios : 18h00pm</p> <p>PRESUPUESTO Y ALCANCE</p> <p>Ochenta Dolares * Redes Sociales vinculadas. *Alcance Aproximado Quinientas cuentas (IG) Quinientas Personas (FB)</p>

Figura 47. Brief de la institución.
Fuente: Elaboración propia

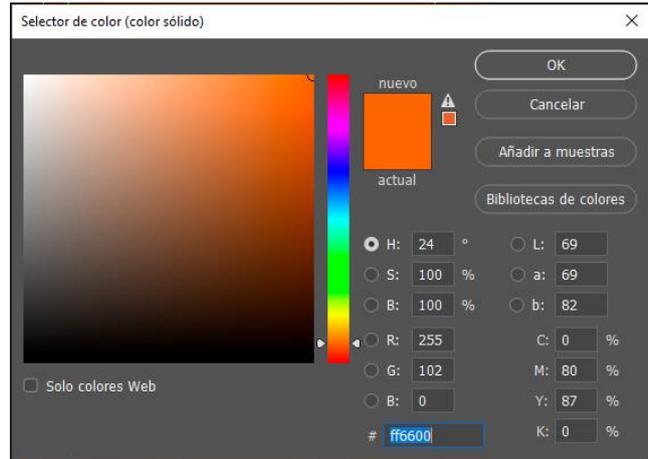


Figura 48. Producto final y la cromática del beneficio ahorrar tiempo.
Fuente: Elaboración propia

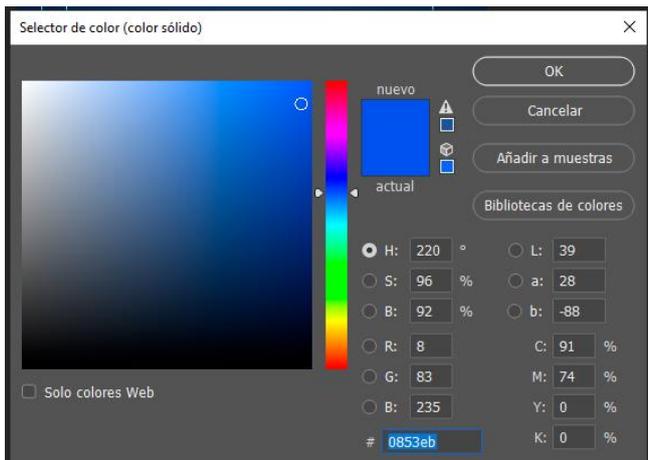


Figura 49. Producto final y la cromática del beneficio fomentar autonomía.
Fuente: Elaboración propia

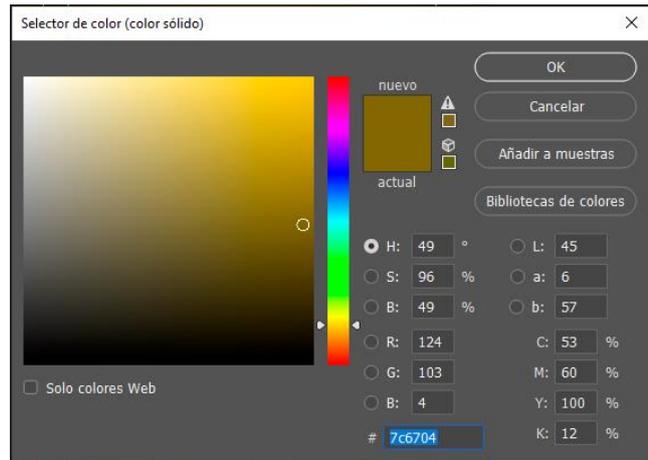


Figura 50. Producto final y la cromática del beneficio mejor almacenamiento de datos.
Fuente: Elaboración propia

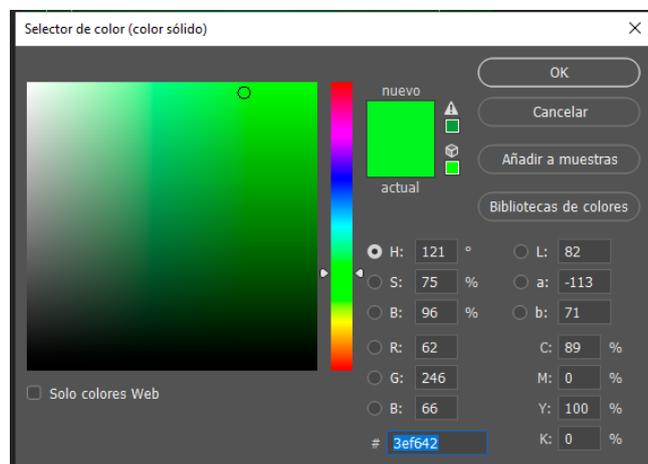
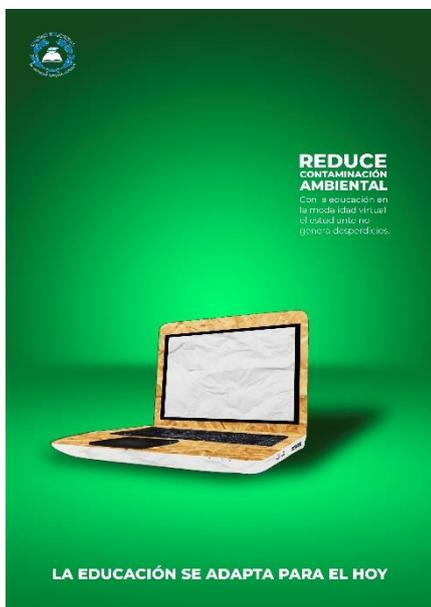


Figura 51. Producto final y la cromática del beneficio reduce la contaminación ambiental.
Fuente: Elaboración propia

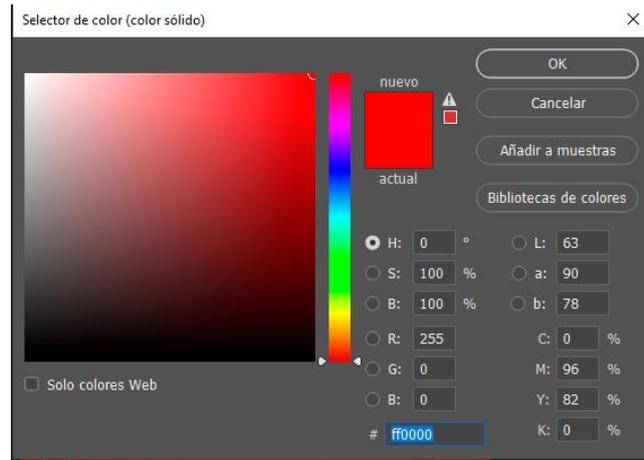


Figura 52. Producto final y la cromática del beneficio trabajos creativos.
Fuente: Elaboración propia

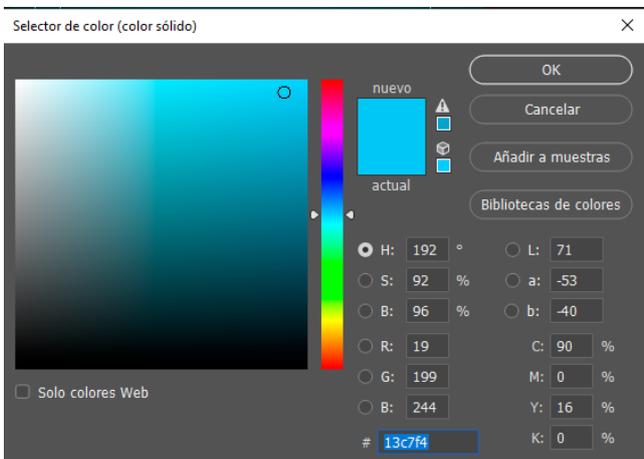


Figura 53. Producto final y la cromática del beneficio uso de la tecnología.
Fuente: Elaboración propia



Figura 54. Producto final y la cromática del beneficio recursos disponibles.
Fuente: Elaboración propia



Figura 55. Producto final y la cromática del beneficio promover el diálogo.
Fuente: Elaboración propia

3.8 Implementación Mockup del producto final

Vista del producto final en Mockup

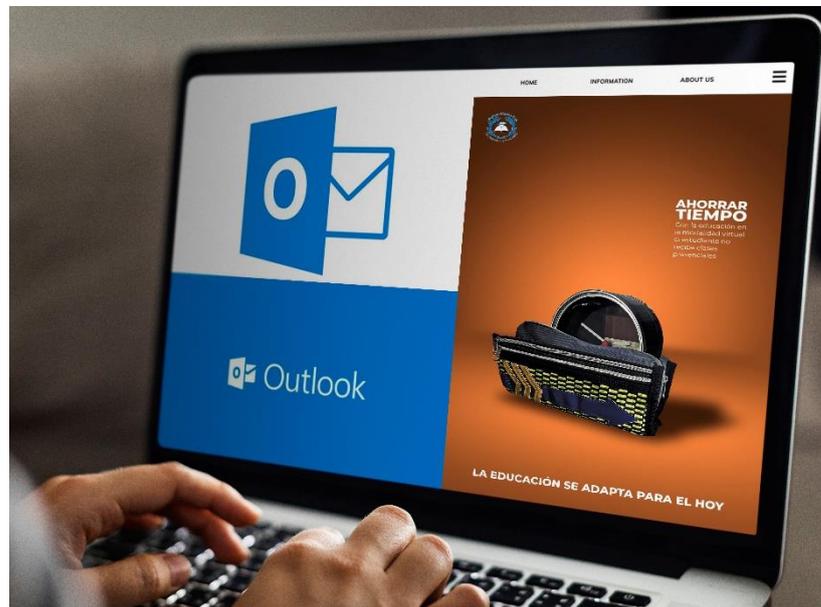


Figura 56. Implementación Mockup del beneficio ahorrar tiempo.
Fuente: Elaboración propia

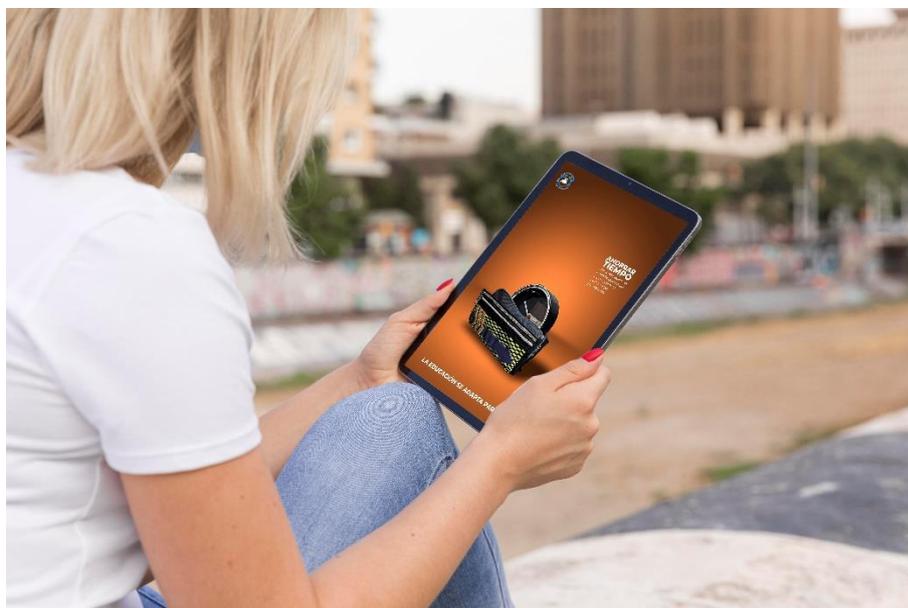


Figura 56a. Implementación Mockup del beneficio ahorrar tiempo.
Fuente: Elaboración propia

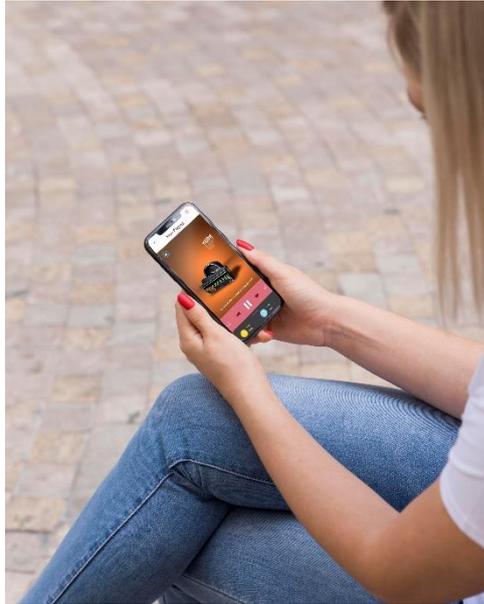


Figura 56b. Implementación Mockup del beneficio ahorrar tiempo.
Fuente: Elaboración propia

3.9 Implementación del producto final en las redes sociales

El producto final podrá ser visto en las redes sociales, Facebook e Instagram.

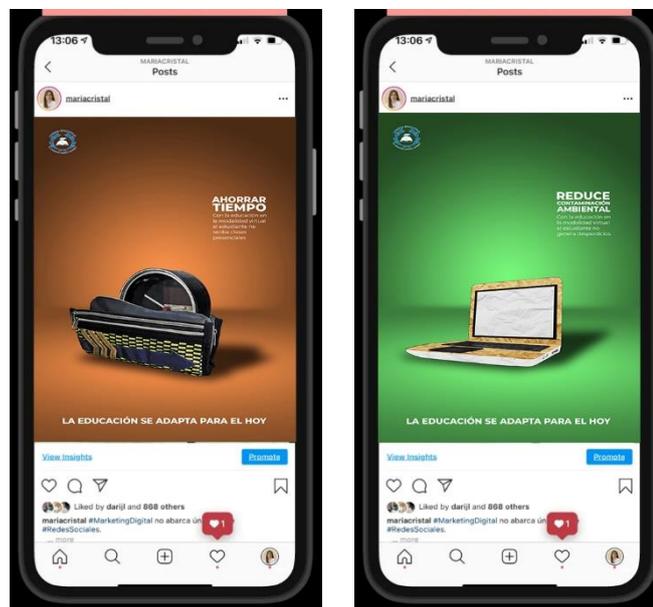


Figura 57. Vista en Instagram de los beneficios ahorrar tiempo y reduce la contaminación ambiental.
Fuente: Elaboración propia



Figura 58. Vista en Facebook de los beneficios ahorrar tiempo y reduce la contaminación ambiental.

Fuente: Elaboración propia

Para llegar al producto final, es necesario seguir un proceso, tomando como ejemplo el beneficio recursos disponibles, la figura 59, muestra la representación gráfica insertada en el fondo sin fin para la edición final.

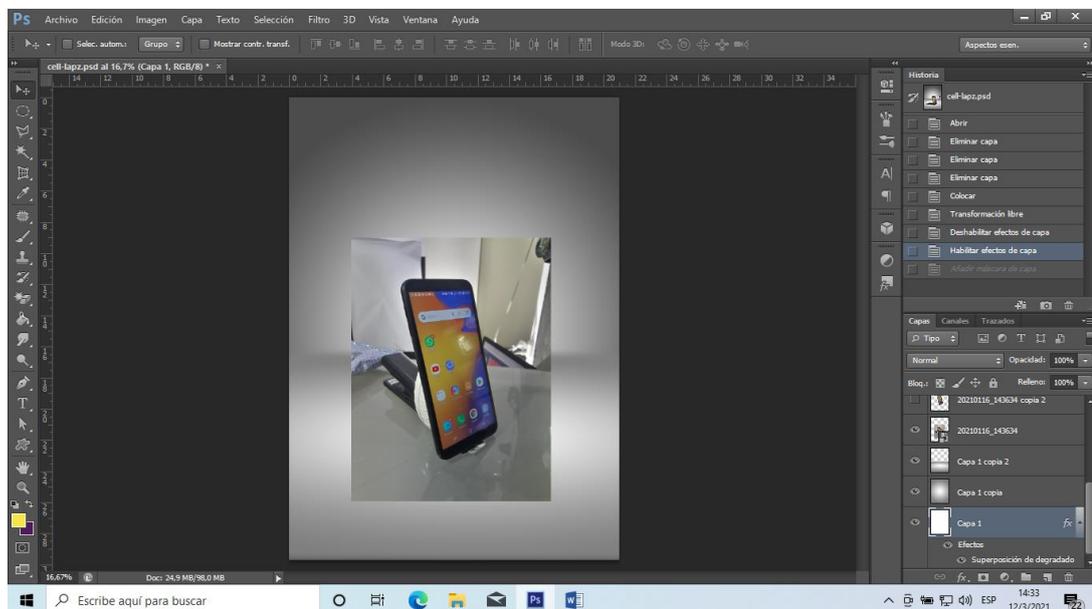


Figura 59. Elaboración del producto final.

Fuente: Elaboración propia

Las figuras 60, 61, 62 y 63 muestran las ediciones que se hicieron a la representación gráfica.

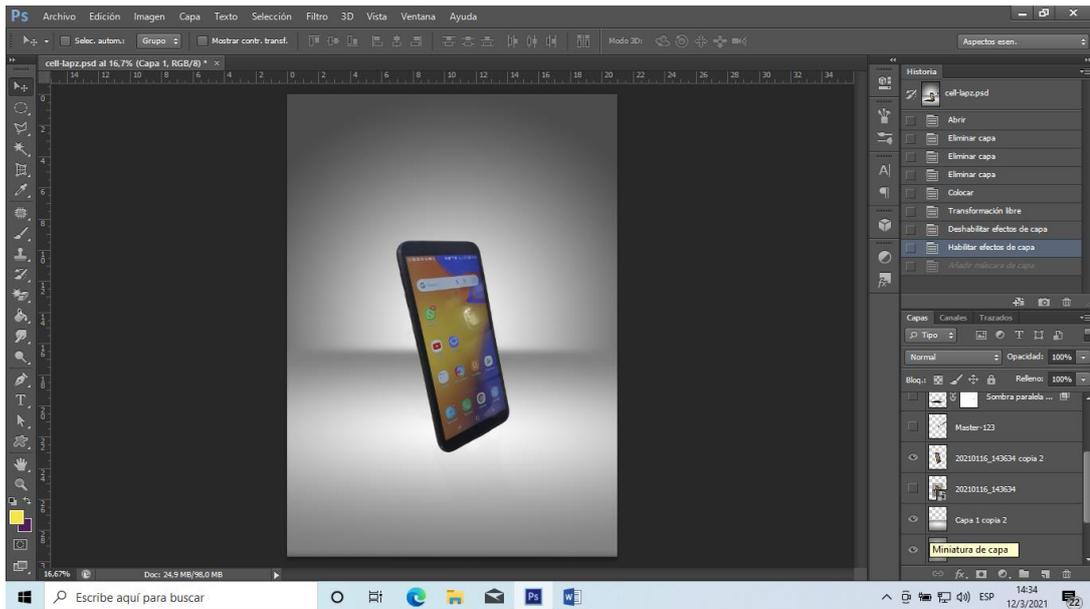


Figura 60. Elaboración del producto final.
Fuente: Elaboración propia

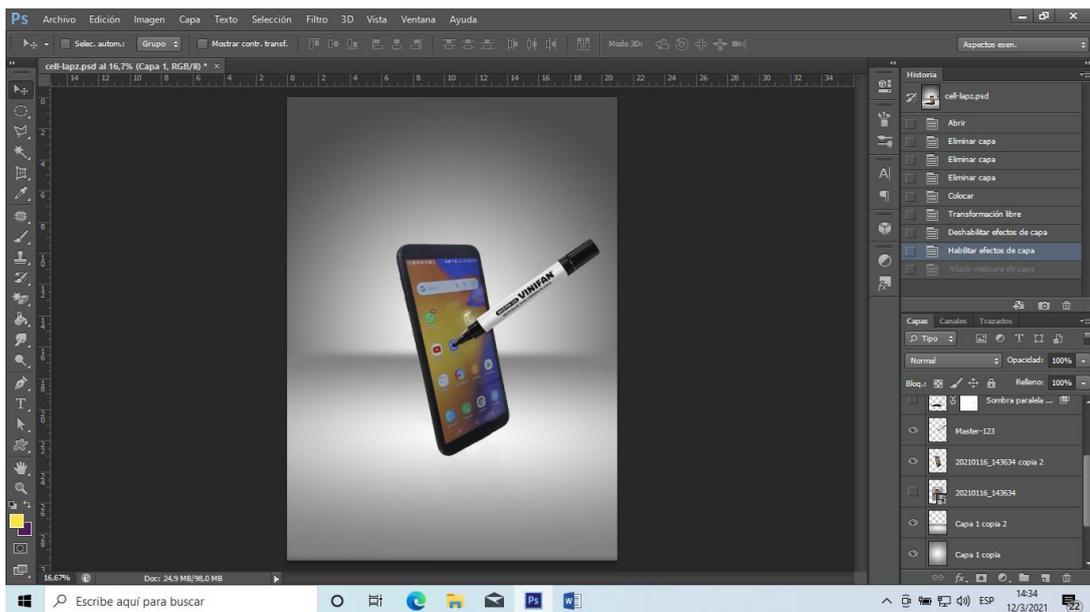


Figura 61. Elaboración del producto final.
Fuente: Elaboración propia

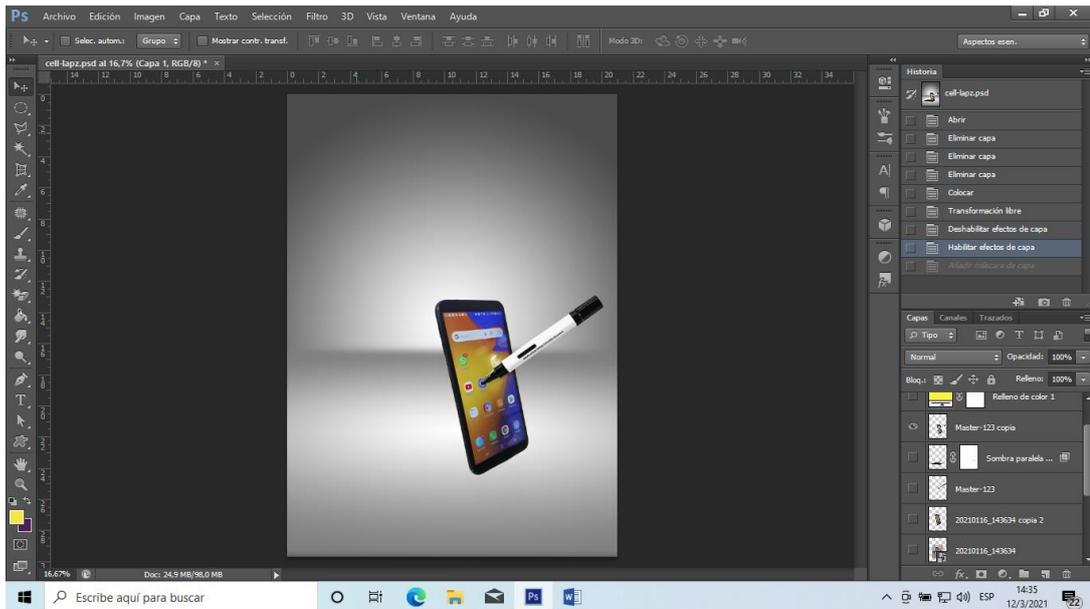


Figura 62. Elaboración del producto final.
Fuente: Elaboración propia

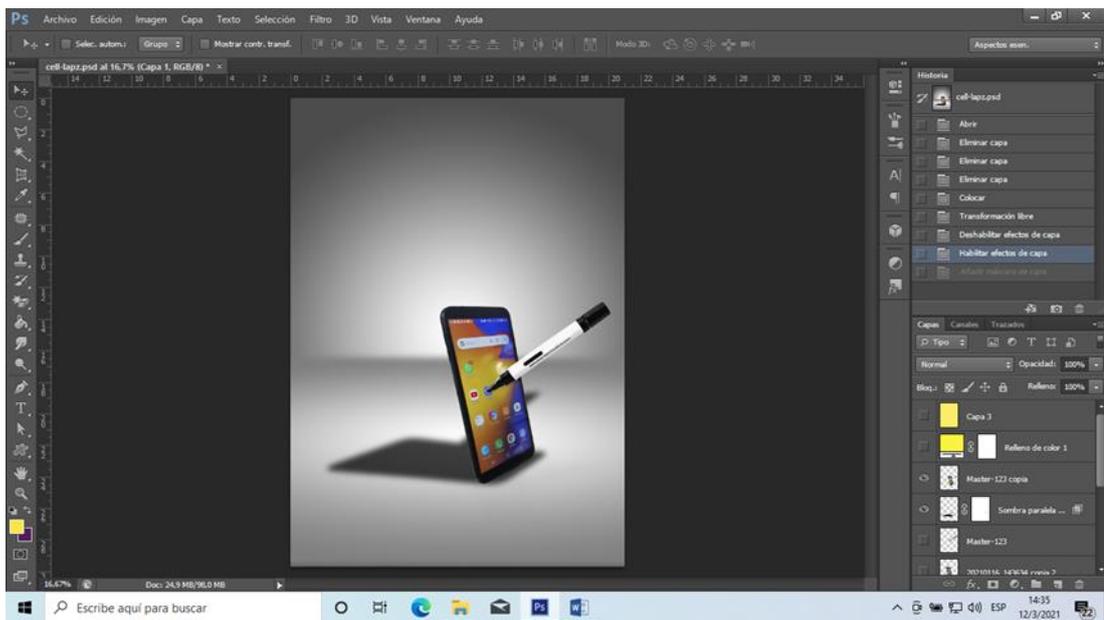


Figura 63. Elaboración del producto final.
Fuente: Elaboración propia

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

- Se diseñaron carteles normativos para promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual con la finalidad de motivar a los estudiantes a estudiar con este innovador sistema de enseñanza-aprendizaje implementado para evitar la propagación del COVID-19, se contagia una persona a través del contacto cercano con otra persona infectada.
- Para el diseño de carteles normativos se analizaron las diversas características del lenguaje visual para transmitir el mensaje que motive a los estudiantes a trabajar con la modalidad virtual. Para motivarse se debe conocer los beneficios que aporta esta modalidad de estudio.
- Fusión y fotomontaje fueron las herramientas utilizadas para el diseño de los carteles normativos para generar un impacto visual que llegue fácilmente al público objetivo, estudiante del tercer curso del Bachillerato General Unificado.

4.2 Recomendaciones

- Debido a que la educación en la modalidad virtual, es un proceso nuevo en las instituciones educación media, el diseño de los carteles normativos para promocionar los beneficios de esta innovadora forma de educar, es para motivar a los estudiantes del tercer año del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira por lo que se recomienda implementar un plan piloto que dure el año lectivo.
- La educación en la modalidad virtual genera muchos problemas de adaptación en los estudiantes, estos problemas han sido detectados por los docentes entrevistados, por lo que se recomienda que a través de carteles normativos se traten las diferentes problemáticas que se evidencia bajando las tensiones que se han originados.
- La educación en la modalidad virtual no es exclusivo del tercer de curso del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Fiscal

Leónidas Ortega Moreira, esta forma de educar se implementó para evitar contagios masivos de COVID-19, se recomienda ampliar el público objetivo, es decir estudiantes del Nivel Básico Superior y Nivel Bachillerato.

5. Bibliografía

Acaso, M. (2006). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós Estética.

Delgado Burbano, M. C. (9 de diciembre de 2011). *Breviario de tipografía*. Obtenido de Wordpress.com: https://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/06/bitacora_carolinadelgado1.pdf

Gallucci, L. (18 de julio de 2013). *Las figuras retóricas como técnica de creación publicitaria y su aplicación en el campo de la comunicación visual*. Obtenido de Universidad Abierta Latinoamericana: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC067915.pdf>

López Alexander, I. (2019). *Edición de Carteles de Impacto Social: Vestigium*. Valencia.

Lozano Bartolozzi, M. d. (2015). *El cartel publicitario, instrumento de creatividad artística (algunos trazos entre la belle époque y los años 60 del siglo XX)*. Obtenido de Artigrama: <https://www.unizar.es/artigrama/pdf/30/2monografico/03.pdf>

Ministerio de Educación. (14 de mayo de 2020). *Cronograma Escolar Régimen Costa-Galápagos Año Lectivo 2020-2012*. Obtenido de Ministerio de Educación: [/educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/05/cronograma_costa-galapagos_2020-2021.pdf](https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/05/cronograma_costa-galapagos_2020-2021.pdf)

Ministerio de Educación. (31 de agosto de 2020). *Plan Educativo COVID-19*. Obtenido de Ministerio de Educación: <https://educacion.gob.ec/plan-educativo-covid-19/>

Neri, C. (13 de septiembre de 2016). *Cartel formativo e informativo*. Obtenido de Tipos de cartel: <http://tiposdecartel.blogspot.com/2016/09/cartel-formativo-e-informativo.html>

Ortiz U., V., & Vizcaíno R., M. D. (octubre de 2012). *Diseño y diagramación de los módulos instruccionales de las materias para el programa PACES*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4911/1/UPS-CT002666.pdf>

Perdomo, S. (7 de noviembre de 2018). *Simplicidad y minimalismo, tendencias de diseño gráfico para el 2019*. Obtenido de Deusto Formación: <https://www.deustoformacion.com/blog/disenio-produccion-audiovisual/simplicidad-minimalismo-tendencias-diseno-grafico-para-2019>

Rizo Maradiaga, J. (2015). *Técnicas de Investigación Documental*. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua: <https://repositorio.unan.edu.ni/12168/1/100795.pdf>

Troncoso-Pantoja, C., & Amaya-Placencia, A. (30 de octubre de 2016). *Entrevista: Guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud*. Obtenido de Rev. Fac. Med. 2017 Vol.65 No. 2: 329-32: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf>

Ucha, F. (Marzo de 2011). *Definición de fotomontaje*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/fotomontaje.php>

Uriarte, J. M. (10 de noviembre de 2020). *Definición y características-cartel*. Obtenido de Características: <https://www.caracteristicas.co/cartel/>

Vico Sánchez, M. E., & Lepe, J. C. (2019). *El género del cartel político: sus principales características*. Obtenido de infodesign: <file:///C:/Users/usuario1/Downloads/720-2120-1-PB.pdf>

Yanez, D. (2 de octubre de 2017). *9 características principales del cartel publicitario*. Obtenido de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/caracteristicas-cartel-publicitario/>

ANEXOS

Anexo 1.



FICHA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Tema: Diseño de carteles publicitario que ayuden a promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual.

Entrevistado (a):

Fecha: noviembre del 2020

Lugar: Plataforma Zoom

Objetivo: Analizar las propuestas presentadas para seleccionar las de mayor impacto visual.

1. ¿Actualmente, qué papel usted cree que tengan los carteles publicitarios en la difusión de contenidos?
2. ¿Qué recursos visuales utiliza para la construcción de un cartel publicitario?
3. ¿Cuál es el proceso que usted realiza para la realización un cartel publicitario?
4. ¿Qué figura retórica es la más recomendable para la elaboración de este tipo de carteles?
5. Con su experiencia ¿Bajo qué criterios de diseño aconseja que se deberían crear los elementos gráficos, montajes y fotografías para este tipo de carteles?
6. ¿Para un cartel publicitario, que genera más atención al público objetivo?
7. ¿Cómo maneja las figuras retóricas dirigidas al público objetivo?
8. ¿Qué es lo primordial de un cartel publicitario?

Anexo 2



FICHA DE ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Tema: Diseño de carteles publicitario que ayuden a promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual.

Entrevistada:

Fecha: noviembre del 2020

Lugar: Plataforma Zoom

Objetivo: Conocer si existió alguna campaña por medio de carteles publicitarios sobre los beneficios de la educación en la modalidad virtual

Preguntas:

1. Debido a las cifras de afectación por COVID-19, con fecha de corte, el 1 de mayo a las 8:00, estas indicaban que existían 26 336 casos confirmados y 1063 personas fallecidas, el Ministerio de Educación informaba, que el 4 de mayo se iniciarían las clases en el Régimen Costa- Galápagos mediante el uso de medios virtuales, ¿la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira, en qué fecha inició sus actividades mediante el uso de medios virtuales?
2. En este espacio de tiempo, desde que se indicaba el inicio de clase y la fecha en que la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira inició sus actividades académicas mediante el uso de medios virtuales ¿existió por parte del Ministerio de Educación alguna campaña por medio de carteles publicitarios que indicara los beneficios de esta modalidad de enseñanza-aprendizaje?

3. Con la experiencia que usted ha adquirido en este tiempo en enseñanza en la modalidad virtual, nos podría indicar ¿cuáles son los beneficios?
4. Nos podría indicar ¿cuáles son las desventajas?
5. Para terminar la entrevista, ¿Usted con que modalidad de estudio se quedaría, virtual o presencial?, nos podría indicar los motivos de su respuesta.

Anexo 3

Entrevista al Lcdo. en Gestión Gráfica Publicitaria David Bedón, Free Lance en Marketing Digital

1. ¿Actualmente, qué papel usted cree que tengan los carteles publicitarios en la difusión de contenidos?

Los carteles publicitarios tienen una fuerte presencia a nivel internacional, han evolucionado a lo largo del tiempo buscando adecuar el mensaje publicitario a las necesidades del consumidor.

Con la publicidad digital exterior (DOOH) los carteles publicitarios son más atractivos, ofrecen en tiempo real información personalizada, interactiva y dinámica al cliente para influir en su elección al momento de adquirir un producto o servicio.

El objetivo del cartel publicitario siempre ha sido llegar de manera directa al cliente, pero actualmente el objetivo del cartel publicitario es conseguir que el cliente busque la marca.

2. ¿Qué recursos visuales utiliza para la construcción de un cartel publicitario?

a. Contraste

Es importante tener en cuenta cada detalle al momento de contrastar para crear mayor interés visual, atraer la atención del consumidor con rapidez y dar protagonismo a determinados elementos dentro del cartel publicitario, haciéndolos atractivos y llamativos a larga y corta distancia.

La falta de contraste afecta la legibilidad del diseño y consecuentemente del mensaje que se quiere transmitir en el cartel publicitario.

b. Escala

La escala de los componentes visuales otorga mayor impresión a la estructura y tamaño de los determinados elementos dentro de un diseño.

Permite medir el grado de importancia y protagonismo de uno o varios elementos visuales específicos, otorgando poder y enfoque al mensaje que se quiere transmitir masivamente.

c. Forma

La forma establece los límites dentro de un diseño.

Permite definir el perfil de los elementos principales y secundarios sobre un fondo para crear equilibrio y composición.

d. Cromática

En la elaboración de un cartel publicitario es importante la correcta aplicación cromática, respetando los colores corporativos de la marca y contrastando de manera adecuada la composición de los elementos en base a los colores que se encuentran anversos o adyacentes en el círculo cromático.

e. Equilibrio

El equilibrio en la creación de un cartel publicitario es fundamental porque permite transmitir estabilidad al diseño, generando que el espectador se sienta cómodo y familiarizado con el mismo, logrando descifrar el mensaje.

3. ¿Cuál es el proceso que usted realiza para la realización un cartel publicitario?

La finalidad del cartel publicitario es comunicar, transmitir y persuadir al usuario para que este realice la acción de compra o adquisición de un bien o servicio, estableciendo un vínculo de fidelidad entre la marca y el usuario, generando un sentimiento de satisfacción por la adquisición del bien o servicio.

Es muy importante tener bien claro los siguientes aspectos durante la elaboración de un cartel publicitario:

a. Target

Hay que enfocarse en el público objetivo, segmentando el mercado y definiendo el nicho hacia el cual va a estar dirigido el mensaje publicitario. Esto va a establecer los parámetros de diseño en base a la cromática y tono de mensaje adecuados para captar la atención del público objetivo.

b. Imagen

Para lograr llamar la atención del público objetivo hay que transmitir un mensaje impactante no solo con palabras o frases, la imagen perfecta atrae al usuario y le permite establecer una conexión más real o interactiva con el producto, formando el mensaje comunicacional junto al slogan o mensaje de campaña adecuado.

c. Contenido

El tono comunicacional del mensaje en el cartel publicitario debe ser muy bien dirigido al público objetivo, establece los parámetros conceptuales entre la imagen y el slogan para lograr transmitir un mensaje claro y convincente

d. Slogan

El slogan o firma de campaña tiene como finalidad lograr atraer a los usuarios mediante una frase de valor que los cautive, se complementa con la imagen para darle personalidad a la marca.

Teniendo en cuenta los aspectos anteriores se procede a elaborar el cartel publicitario en base a los recursos visuales, definiendo el espacio, los elementos, equilibrio, la imagen adecuada, el espacio para el slogan y la marca, la cromática y el espacio para información complementaria.

4. ¿Qué figura retórica es la más recomendable para la elaboración de este tipo de carteles?

Pienso que actualmente la creatividad ha trascendido fronteras dentro del campo de la publicidad y que las marcas se están atreviendo a dar más al

momento de comunicar visualmente, sin limitarse a parámetros tradicionales anteriormente establecidos.

En lo personal recomendaría las figuras retóricas de elipsis e hipérbole como punto de partida para diseñar, porque ambas llaman la atención de manera impactante y rápidamente generan interés en el usuario.

5. Con su experiencia ¿Bajo qué criterios de diseño aconseja que se deberían crear los elementos gráficos, montajes y fotografías para este tipo de carteles?

Lo más importante es seguir la línea gráfica o visual key de la marca, esta va a permitir establecer parámetros adecuados al momento de definir el tono de la imagen, los colores institucionales establecidos por la marca y la base conceptual para desarrollar el mensaje publicitario.

El diseño en un cartel publicitario debe ser atractivo y llamar la atención de una manera sutil y amigable, evitando la exageración o desequilibrio de sus elementos.

6. ¿Para un cartel publicitario, que genera más atención al público objetivo?

En un cartel publicitario lo más impactante son las imágenes porque poseen su propio lenguaje, las fotografías o las ilustraciones, transmiten deseos, sensaciones y necesidades.

Las imágenes quedan grabadas en nuestra memoria y nos permiten crear mentalmente una idea base del producto que se complementa o define con la frase o slogan.

“Una imagen vale más que mil palabras”

7. ¿Cómo maneja las figuras retóricas dirigidas al público objetivo?

Cada nicho de mercado tiene una reacción distinta frente a un estímulo que cada día va evolucionando tanto en los parámetros tradicionales de diseño como en la metodología moderna de hacer publicidad.

Hay figuras retóricas que se utilizan más que otras para persuadir a la audiencia, pero su aplicación siempre va a depender de la sutileza o la fuerza con la que se quiera manejar el mensaje comunicacional.

8. ¿Qué es lo primordial de un cartel publicitario?

Lo más importante en un cartel publicitario es lograr captar la atención del usuario.

El tiempo que le otorga el usuario al arte visual expuesto en el cartel publicitario es el primer paso para una posible fidelización entre el cliente y la marca.

Por eso es primordial el buen manejo de los recursos visuales aplicados al diseño dentro del cartel publicitario, para generar impacto de manera eficaz y lograr que el usuario le dé una oportunidad al mensaje comunicacional.

La moneda de la nueva economía no es el dinero, sino la atención.

Anexo 4

Entrevista al Sr. David Méndez, Ilustrador del Municipio de Duran

1. ¿Actualmente, qué papel usted cree que tengan los carteles publicitarios en la difusión de contenidos?

Ocupa un lugar importante en la manera de llegar a las personas, logra presencia de marca permanente y es una manera eficaz y directa de conectar y transmitir lo que se quiere comunicar a los posibles clientes, los beneficios a destacar serían los siguientes:

- Llegar mejor a tu audiencia y conseguir nuevos potenciales clientes.
- Hacer una campaña publicitaria más impactante.
- Diferenciarte de tu competencia.
- Generar contenido de calidad y único

2. ¿Qué recursos visuales utiliza para la construcción de un cartel publicitario?

Los elementos visuales son necesarios para transmitir información de forma rápida y atractiva, potenciando nuestros mensajes. Podemos comunicar ideas, emociones e información con más fuerza por lo que es importante tener un buen criterio que nos ayude a focalizar la idea principal, Los recursos visuales que suelo usar son: Las fotografías ya que logran llamar la atención de la audiencia,

Las ilustraciones también son un recurso importante ya que aportan dinamismo y exclusividad logrando un toque personal al trabajo final.

Las infografías son el elemento visual más indicado para mostrar datos, estadísticas o conocimientos de forma gráfica, ayuda a captar y comprender rápidamente los conceptos, evitando los textos interminables y difíciles de entender. Simplificando la comunicación.

3. ¿Cuál es el proceso que usted realiza para la realización un cartel publicitario?

Defino las dimensiones del diseño para saber exactamente cuál es área de trabajo del que dispongo, luego empiezo a distribuir la posición de los diferentes elementos que compondrán dicho cartel y cuales elementos son los que tendrán el mayor peso con respecto a los demás, esto va acorde al mensaje que quiero transmitir y el orden en el que quiero destacar los elementos, para tratar de generar en el espectador, un ritmo visual de lo que quiero que vea en primero, segundo o tercer lugar, según el grado de importancia que vayan a tener dichos elementos dentro de la obra. Y estar seguro de que tanto los colores, las imágenes y texto son los adecuados para el tipo de mensaje que quiero transmitir.

4. ¿Qué figura retórica es la más recomendable para la elaboración de este tipo de carteles?

Pues depende de lo que se necesite transmitir al espectador, varios caminos pueden lograr buenos resultados, ya depende del estilo que se le quiere dar a la obra, la lista podría ser extremadamente extensa. La realidad es que las figuras retóricas son la caja de herramientas de cualquier creativo. Sin ellas... prácticamente se vuelve un inútil, así que es bueno tener claros los conceptos que encierran los diferentes tipos de retórica existen, para tener varios recursos a disposición y queda a criterio de cada uno elegir la que mejor se adapte a las necesidades del comunicador a fin de transmitir el mensaje al espectador de manera más efectiva. Entre mis favoritas están: Sinécdoque, Elipsis, Metonimia, Hipérbaton y Eufemismo por nombrar unas cuantas

5. Con su experiencia ¿Bajo qué criterios de diseño aconseja que se deberían crear los elementos gráficos, montajes y fotografías para este tipo de carteles?

Lo principal sería que la imagen sea la más adecuada para el público objetivo, pues de esa manera aumentamos las posibilidades de conectar **con** la atención del espectador y poder transmitir el mensaje más efectivamente. Si la imagen es confusa o no despierta el interés del espectador al que se quiere

llegar, estaríamos fracasando y perdiendo la oportunidad de generar el interés hacia nuestro cartel, por lo que elegir una imagen impactante es tan importante como el texto y la tipografía que refuerza el mensaje así como la fuerza de los colores que decidamos usar

6. ¿Para un cartel publicitario, que genera más atención al público objetivo?

A mi criterio, en primero lugar está una buena imagen que impacte al espectador seguido de una buena frase de entrada serían los elementos principales para captar la atención del espectador. Lógicamente se debe hacer un estudio previo del perfil del público objetivo al que deseamos llevar nuestro mensaje y poner consiguiente valorar las imágenes y el lenguaje más adecuado para dichos fines.

7. ¿Cómo maneja las figuras retóricas dirigidas al público objetivo?

8. ¿Qué es lo primordial de un cartel publicitario?

Principalmente el cartel debería cumplir ciertos objetivos que son, las de comunicar a los espectadores las cualidades del producto, persuasión de compra, la necesidad de reforzar la presencia de marca en el mercado y dejar establecida la imagen a fin de que sea fácilmente reconocible y se preserve en la mente del espectador además de resaltar las diferencias con el resto productos de su competencia.

Anexo 5

Entrevista a la Ing. Daniela Cornejo, Vicerrectora de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira.

Preguntas:

1. Debido a las cifras de afectación por COVID-19, con fecha de corte, el 1 de mayo a las 8:00, estas indicaban que existían 26 336 casos confirmados y 1063 personas fallecidas, el Ministerio de Educación informaba, que el 4 de mayo se iniciarían las clases en el Régimen Costa- Galápagos mediante el uso de medios virtuales, ¿la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira, en qué fecha inició sus actividades mediante el uso de medios virtuales?

La Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira, inició clases el 1 de junio del presente año, acogándose a la segunda opción que brindó el Ministerio de Educación, la plataforma que se utiliza para reuniones con docentes y directivos es Team, mientras que para los estudiantes cada tutor eligió la plataforma en que adapta sus necesidades entre ellas está: Google Meet, Zoom, Skype, Team.

2. En este espacio de tiempo, desde que se indicaba el inicio de clase y la fecha en que la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira inició sus actividades académicas mediante el uso de medios virtuales ¿existió por parte del Ministerio de Educación alguna campaña por medio de carteles publicitarios que indicara los beneficios de esta modalidad de enseñanza-aprendizaje?

La única charla que se recibió por parte del Ministerio de Educación fue para la plataforma Team, en la que docentes y autoridades iban a utilizar tanto para reuniones como para trabajar con los estudiantes, pero no existió carteles publicitarios.

3. Con la experiencia que usted ha adquirido en este tiempo en enseñanza en la modalidad virtual, nos podría indicar ¿cuáles son los beneficios?

Los beneficios que he encontrado bajo la modalidad virtual:

- a. Existe una mayor atracción con los videos donde intervienen las asignaturas.
- b. Mejora la interacción entre estudiantes y docente
- c. Se aprende herramientas digitales

4. Nos podría indicar ¿cuáles son las desventajas?

- a. Se obstruye las emociones que se viven día a día en las aulas.
- b. Fatiga de estar varias horas frente a un computador
- c. El aprendizaje no es muy significativo

5. Para terminar la entrevista, ¿Usted con que modalidad de estudio se quedaría, virtual o presencial?, nos podría indicar los motivos de su respuesta.

Presencial, existe mejor explicación del tema que se esté tratando, más allá de impartir clases está un ser humano que puede evidenciar problemas con los estudiantes, se puede evitar conflictos entre pares o familiares.

Anexo 6

Entrevista a las docentes Daniela Rojas, Jacqueline Rojas, Kelvis Mejía, Maribel Pacheco y Sandra Abdo de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira.

Preguntas:

1. Debido a las cifras de afectación por COVID-19, con fecha de corte, el 1 de mayo a las 8:00, estas indicaban que existían 26 336 casos confirmados y 1063 personas fallecidas, el Ministerio de Educación informaba, que el 4 de mayo se iniciarían las clases en el Régimen Costa- Galápagos mediante el uso de medios virtuales, ¿la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira, en qué fecha inició sus actividades mediante el uso de medios virtuales?

Ing. Daniela Rojas:

Realizó una inducción utilizando sus medios virtuales a partir del 26 de marzo con el personal docente y a partir del 01 de junio con estudiantes.

Prof. Jaqueline Rojas:

1 de junio, pero no fueron clases virtuales, sino, envió de ficha de trabajo a través de agenda de actividades.

Lcda. Kelvis Mejía:

Desde el 1 de junio se inició con las clases virtuales pero los padres no comprendían bien como era esta modalidad la cual tardaron un poco en poder aceptar esta nueva etapa de trabajo.

Lcda. Maribel Pacheco:

La Institución inició el año lectivo el 1 de junio del 2020, en esa fecha los docentes empezamos a trabajar con la modalidad virtual.

Lcda. Sandra Abdo:

En el mes de junio.

2. En este espacio de tiempo, desde que se indicaba el inicio de clase y la fecha en que la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira inició sus actividades académicas mediante el uso de medios virtuales ¿existió por parte del Ministerio de Educación alguna campaña por medio de carteles publicitarios que indicara los beneficios de esta modalidad de enseñanza-aprendizaje?

Ing. Daniela Rojas:

Si existió una campaña a través de Redes Sociales, Twitter y Facebook.

Prof. Jaqueline Rojas:

No, no hubo campaña alguna.

Lcda. Kelvis Mejía:

Fue muy poca la ayuda, ya que cada uno de los docentes nos auto educamos para poder dar nuestras clases virtuales.

Lcda. Maribel Pacheco:

Si, el Ministerio de Educación promocionó que este año sería diferente, pero que los estudiantes tendrían toda la información necesaria.

Lcda. Sandra Abdo:

Ministerio de Educación si, realizo campaña con “aprendiendo juntos en casa” en radio, televisión e internet.

3. Con la experiencia que usted ha adquirido en este tiempo en enseñanza en la modalidad virtual, nos podría indicar ¿cuáles son los beneficios?

Ing. Daniela Rojas:

Los beneficios de esta modalidad son:

El entorno de aprendizaje es más dinámico.

El uso de plataformas ayuda a que los estudiantes sean más creativos y facilitan la comprensión en determinadas actividades.

Prof. Jacqueline Rojas:

Mayor comprensión por parte de los estudiantes;

Más interacción con los estudiantes;

Disponibilidad de recursos educativos para los estudiantes;

Mejor capacidad de almacenar y recopilar archivos de los estudiantes;

Permite hacer un feedback inmediato;

Promueve el diálogo y debate a través de foros;

Estimula el aprendizaje autónomo en el estudiante;

Reduce el tiempo de calificación y corrección de tareas;

Permite presentar información de calidad multimedia en corto tiempo;

Se reduce la contaminación ambiental ya que se usa libros digitales;

Se evita que el estudiante y los docentes carguen el peso sobre sus espaldas de libros y cuadernos.

Lcda. Kelvis Mejía:

Lo importante para nosotros que estamos comprometidos con la educación y a pesar de las adversidades es un reto y lo enfrentamos con compromiso y fervor, nos benefició a que se dio a conocer todas las app para comunicarnos con los estudiantes.

Lcda. Maribel Pacheco:

Mejor manejo de la Tecnología;

Tener una buena comunicación e interacción, (sincrónico) o puede ser una comunicación retardada (asincrónica).

Lcda. Sandra Abdo:

Ministerio de Educación realizó el programa “aprendiendo juntos en casa” que es diferente una clase virtual;

El aprendizaje es un acompañamiento con sus familias junto con los proyectos que deben realizar cada semana;

El beneficio que se ha tenido es el evitar que los estudiantes se contagien, y que ellos puedan aprender a investigar los temas relevantes.

4. Nos podría indicar ¿cuáles son las desventajas?

Ing. Daniela Rojas:

No se puede llegar a todos los estudiantes que tienen problemas de conectividad y equipos.

Estudiantes con problemas en el uso correcto de las plataformas a nivel educativo, en lo relacionado a etiqueta digital.

Estudiantes que les falta mayor autonomía en la relación de sus actividades de forma virtual.

Prof. Jacqueline Rojas:

No hay forma de establecer diálogo personal

No se puede medir emociones que estén afectando a los estudiantes

Se debilitan los lazos de afectividad y camaradería entre compañeros y maestros

Lcda. Kelvis Mejía:

La principal es que los niños, jóvenes y adultos nos hemos hecho esclavo de la computadora o teléfono celular, ya que no nos permite disfrutar a los docentes con nuestras familias por tanto trabajo y cursos virtuales.

Lcda. Maribel Pacheco:

Menos interacción personal;

Dificultades de conectividad, problemas técnicos y el alto costo del servicio de Internet.

Lcda. Sandra Abdo:

Desventajas es que no están aprendiendo el contenido específico de cada año de estudios.

No han sido clases virtuales

5. Para terminar la entrevista, ¿Usted con que modalidad de estudio se quedaría, virtual o presencial?, nos podría indicar los motivos de su respuesta.

Ing. Daniela rojas:

Las dos son importantes porque actualmente es necesario este tipo de educación, ya que el mundo actual está muy relacionado con el uso de plataformas en todo tipo de actividad, sino que países a nivel de latinoamericana este tipo de educación no había sido considerada como punto imprescindible en el aprendizaje de los estudiantes de todos los niveles.

Prof. Jacqueline Rojas:

Virtual por los múltiples beneficios que nos ofrece y porque en el mundo entero las mejores universidades lo aplican, porque personalmente he sido estudiante de cursos en esta modalidad y he aprendido mucho más que de forma presencial y sobre todo porque promueve la investigación y aprendizaje autónomo

Lcda. Kelvis Mejía:

En lo personal prefiero lo presencial ya que podemos darnos cuenta de la realidad de la vida de cada estudiante, ya que nosotros somos consejeros y a la vez psicólogos con cada uno de ellos y si se trata de virtual no lo vemos en su interior lo que le sucede a cada uno. Algunas veces se necesita de un abrazo o escuchar sus inquietudes u ocurrencias que son nuestra vida.

Lcda. Maribel Pacheco:

Presencial, porque, se hay mayor interacción con los estudiantes, además se puede evaluar y llevar un control en cuanto a la enseñanza – aprendizaje.

Lcda. Sandra Abdo:

Si es virtual, que se han las clases que les van ayudar a los estudiantes de acuerdo al nivel en que se encuentren y con un horario para ver a los jóvenes para enseñarles las clases. Si fuera así cualquiera se las dos.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Flores Merino Juan Diego** con C.C: # 0930528237 autor/a del trabajo de titulación: **Diseño de carteles normativos que ayuden a promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual** previo a la obtención del título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **12** de marzo de **2021**

f. 

Nombre: **Flores Merino Juan Diego**

C.C: 0930528237



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Diseño de carteles normativos que ayuden a promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual.		
AUTOR(ES)	Flores Merino Juan Diego		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Mgs. Ronquillo Panchana Roger		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Arquitectura y Diseño		
CARRERA:	Gestión Gráfica Publicitaria		
TÍTULO OBTENIDO:	(Licenciatura Gestión Gráfica Publicitaria		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 de marzo del 2021	No. DE PÁGINAS:	93
ÁREAS TEMÁTICAS:	Diseño Gráfico- fotomontaje		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Carteles normativos, promocionar los beneficios, educación en la modalidad virtual.		
RESUMEN/ABSTRACT			
<p>El objetivo del presente trabajo de titulación fue promocionar los beneficios de la educación en la modalidad virtual mediante carteles normativos orientados a los estudiantes del tercer curso del Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Fiscal Leónidas Ortega Moreira. Esta modalidad de estudio fue la única manera de evitar la pérdida de año de los estudiantes por el cierre de las instituciones educativas en todos sus niveles por efecto de la pandemia coronavirus COVID-19. La educación en el nivel medio es absolutamente presencial, por lo que esta modalidad de estudio virtual, educarse en casa, tuvo un periodo de adaptación por los cambios drástico que se suscitaron. Los carteles normativos que son un medio para comunicar algo de acuerdo al contexto donde se utilice, fueron diseñados para motivar a los estudiantes a aprender en línea por los beneficios demostrados. Para realizar este trabajo se utilizó la investigación documental; libros, artículos de revistas, sitios web, documentos web fueron consultados, este trabajo tiene un alcance cualitativo con enfoque exploratorio. El resultado que se destaca son los carteles que se diseñaron para promocionar los beneficios de la educación en la modalidad de estudio virtual.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-(995703539)	E-mail: juan.flores01@cu.ucsg.edu	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Lcdo. Vergara Macías, Will Alberto, Mgs.		
	Teléfono: + 593-99-5904428		
	E-mail: will.vergara@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			