



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**



**UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

DISEÑO DE UN PRODUCTO EDITORIAL
PARA LA PREVENCIÓN
DEL CYBERBULLYING A NIÑOS

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
DISEÑADOR GRÁFICO**

AUTOR
VICTOR LLORE

DIRECTOR
MST. DIEGO LARRIVA

**Cuenca - Ecuador
2019**



**DISEÑO DE UN
PRODUCTO
EDITORIAL PARA LA
PREVENCIÓN DEL
CYBERBULLYING A
NIÑOS**

Autor:

Víctor Emmanuel Llore

Tutor:

Mst. Diego Larriva

Diseño Y Diagramación:

Victor Emmanuel Llore

Cuenca-Ecuador

2019

Dedicado a mis padres. Gracias a ellos y a todos quienes, con su ayuda, tutoría, consejos y conocimiento formaron parte del desarrollo de este proyecto.

Victor Llore

ÍNDICE

Capítulo 1

| | |
|---|----|
| Marco Teórico | 14 |
| 1. Acoso escolar | 15 |
| Ciberacoso o ciberbullying | 16 |
| Consecuencias del Ciberacoso | 17 |
| Situación del Acoso Escolar en el Ecuador | 18 |
| 1.2. Co Design..... | 19 |
| 1.3. Diseño Centrado en el Usuario..... | 20 |
| 1.4. Realidad Aumentada y Ralidad Virtual..... | 20 |
| 1.5. El cuento | 21 |
| El libro álbum | 21 |
| 1.6. Diseño Editorial..... | 23 |
| 1.7. Ilustración..... | 26 |
| 1.8. Diseño de personajes | 27 |
| Investigación de Campo | 28 |
| Homólogos | 29 |
| Conclusiones Cap. 1 | 36 |

Capítulo 2

| | |
|---|----|
| 2.1. Target..... | 38 |
| 2.2. Persona Design..... | 39 |
| 2.3. Mapa de Actores en la problemática del Cyberbullying | 40 |
| 2.4. Partidos de Diseño | 41 |
| 2.5. Plan de Negocios..... | 42 |
| Conclusiones Cap. 2 | 43 |

Capítulo 3

| | |
|----------------------|----|
| Ideación | 46 |
| Concreción | 49 |
| Bocetación | 51 |
| Conclusiones | 74 |
| Recomendaciones..... | 75 |

| | |
|---------------------------|----|
| Bibliografía | 76 |
|---------------------------|----|

| | |
|---------------------|----|
| Anexos | 78 |
|---------------------|----|

Índice de Imágenes

Imagen 1

<https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/91kRmRP%2BjQL.jpg>

Imagen 2

<http://diariodegreg.com/wp-content/uploads/salvapantallas-greg-1-1680x1050.png>

Imagen 3

http://2.bp.blogspot.com/_yfe2TUhXWw/VN8YQn12ryI/AAAAAAAAAOY/mY6caRrb8tA/s1600/portada%2Bcopy.jpg

Imagen 4

<https://i.ytimg.com/vi/tT-0fOEao7A/maxresdefault.jpg>

Imagen 5

<https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/511C0NIbyWL.jpg>

Imagen 6

<https://d188rgcu4zozwl.cloudfront.net/content/B07KY3BG6B/resources/1495930744>

Imagen 7

https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51J8-8DPQtL._SX311_BO1,204,203,200_.jpg

Imagen 8

https://www.amazon.es/FAB-Friends-Against-Bullying-Club/dp/1535352671#reader_B01MZC13KW

Imagen 9

https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51sSn8UmX9L._SX311_BO1,204,203,200_.jpg

Imagen 10

https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/disp/5245b265164197.5b02abd536276.jpg

Imagen 11

<https://tinycosmonauts.com/wp-content/uploads/2018/04/NJC-Martin.jpg>

Imagen 12

https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/disp/fc42ed65164197.5b02abd53810c.jpg

Imagen 13

<https://images.unsplash.com/photo-1476234251651-f353703a034d?ixlib=rb-1.2.1&auto=format&fit=crop&w=634&q=80>

Imagen 14

<https://images.unsplash.com/photo-1548372290-8d01b6c8e78c?ixlib=rb-1.2.1&ixid=eyJhcnBfaWQiOjE5MDd9&au>

to=format&fit=crop&w=1050&q=80

Imagen 15

<https://mejorcopywriting.com/wp-content/uploads/2014/07/gumroad-screen-shot.png?w=620>

RESUMEN

TÍTULO: Diseño de un producto editorial para prevenir el cyberbullying a niños.

RESUMEN:

El acceso a internet por parte de los niños y niñas genera que el acoso escolar o bullying se traslade también al espacio virtual, este es conocido como cyberbullying, con consecuencias que afectan a los involucrados en el ámbito académico, familiar y principalmente personal. El presente proyecto busca prevenir estas situaciones y para ello hizo uso del cuento, junto a la ilustración, diseño editorial, co-design, diseño centrado en el usuario e interactividad para la creación de un cuento álbum dirigido a niños de 10 a 11 años y sus padres sobre el ciberacoso, además contó con realidad aumentada y escenarios 3D para enriquecer la experiencia.

KEYWORDS: Cuento, Ilustración, Diseño Editorial, Co-design, Diseño centrado en el usuario, Interactividad, Ciberacoso.

ABSTRACT

Design of an editorial product to prevent cyberbullying in children

Abstract

Internet access for children transfers bullying to the virtual space. This is known as cyberbullying, which has consequences that affect those involved in the academic, family and mainly personal fields. The present project seeks to prevent these situations through the use of stories, along with illustration, editorial design, co-design, user-centered design and interactivity to create an album story aimed at children from 10 to 11 years of age and their parents about cyberbullying. The product also counts with augmented reality and 3D scenarios to enrich the experience.

Key words: story, illustration, editorial design, co-design, user-centered design, interactivity, cyberbullying

Objetivo General:

Ayudar a dar a conocer a niños y padres de familia sobre la existencia del ciberacoso, mediante el diseño de un producto editorial, para enfrentar de manera más eficiente esta problemática.

Objetivo Específico:

Diseñar un producto editorial en el cual mediante la narrativa y uso de la ilustración se eduque sobre el ciberacoso.

PROBLEMÁTICA

El Cyberbullying es la práctica del acoso u hostigamiento a través de internet o medios electrónicos. Se da principalmente entre niños y adolescentes en el ámbito escolar. Hecho que tiene preocupantes consecuencias que van desde el aislamiento hasta, en casos extremos, el suicidio.

INTRODUCCIÓN

¿Puede un cuento ilustrado aportar a la prevención del cyberbullying a través de la empatía? El presente documento aborda el proceso completo de investigación, desarrollo, bocetaje y diseño de un cuento ilustrado dirigido a niños de 9 a 11 años de edad y sus padres.

Se procedió a comprensión de la problemática del acoso escolar, cyberbullying, su dinámica y estado entre los centros educativos del país.

Para su desarrollo se consideró el uso de campos del diseño gráfico tales como: Diseño Centrado en el Usuario, Diseño Editorial, Ilustración y Co-design. Siendo este último en donde se trabajó junto a una profesional de la psicología para la escritura de un cuento que logre llegar a los niños con un mensaje correcto y claro.

Se hizo uso de técnicas como la creación de Personas Design y encuestas al público objetivo para conocer más sobre ellos y crear un producto que se adapte a sus necesidades.

Para lograr un producto más atractivo para niños y padres a más de una historia e ilustraciones que atrapen su atención, se hizo uso de realidad

augmentada y realidad virtual para enriquecer la experiencia.

El **Capítulo 1** se documenta el marco teórico utilizado para la creación del producto editorial, también la investigación de campo y el estudio de diferente homólogos.

El **Capítulo 2** agrupa el estudio de target a través de la Persona Design, los partidos de diseño en donde, a rasgos generales, se describe aspectos como tipografías, color y estética a usar. Finalmente un plan de negocios para el posicionamiento en el mercado del producto editorial.

El **Capítulo 3** detalla el proceso de ideación de la posibles soluciones gráficas a la problemática, el proceso de diseño del producto final, software utilizado y la validación del mismo en contacto con el público objetivo.

DIAGNÓSTICO

capítulo 1

Marco Teórico

Para el desarrollo del presente proyecto es necesario el estudio de los conceptos generales con los que se trabajará. Se entiende necesario la comprensión del acoso y ciberacoso así como las características, actores y efectos en el ámbito escolar.

Para el éxito del proyecto se cree necesario la participación de profesionales y expertos en el área de la psicología y la escritura, por lo que el co-design junto a estos profesionales y niños es un tema presente en este capítulo.

Para la creación del cuento se explican su función e importancia para la transmisión de valores y conocimiento.

Para el producción del producto editorial se revisa la teoría sobre diseño editorial, la ilustración y su importancia como apoyo a la lectura.

Se requiere de la aplicación de interactividad para lograr captar la atención del público objetivo.

1. Acoso escolar

Aunque es común creer que todo tipo de violencia es acoso escolar o bullying, expertos son más precisos en el contexto y situaciones en que este se manifiesta.

Dan Olweus (2009) habla de acciones individuales o colectivas de un estudiante contra otro, estas pueden ser: generar rumores, burla, golpes y empujones y la exclusión de la víctima del grupo. Aclara que las situaciones han de ser frecuentes, con intención negativa y dañina y una clara desventaja para la víctima por la diferencia de poder.

Para Garaigordobil y Oñederra (2019) el bullying es la violencia constante en el ámbito escolar de manera reiterada en la que la víctima, quien es más débil, se encuentra acosada por uno o más compañeros. Esto abarca actos verbales, físicos, sociales y psicológicos que buscan causar dolor.

Finalmente José Avilés (n.d.) La víctima toma el papel asignado por parte de sus agresores. Esta es ridiculizada, humillada o insultada sistemáticamente. También abarca el aislamiento, agresiones físicas, humillaciones en público, tareas forzadas en las que el estudiante no puede hacer frente por sí mismo.

Características de los individuos.

En cuanto al estudio de los individuos que pueden verse envueltos en una situación de bullying Avilés , Irurtia , García -Lopez y Caballo (2011 p.75) describen:

Agresor: No controla sus impulsos y emociones, son personas conflictivas, con problemas de supervisión y de familia. Pueden presentarse también el consumo de drogas. Usan a la víctima para direccionar sus problemas y frustraciones de carácter personal, reafirman su posición de líder a través de la violencia.

Víctima: Tienden a padecer en silencio, no desean asistir más a los centros educativos, pueden preferir mentir a sus padres a contar lo que están siendo víctimas de acoso. Hay un deterioro de su autoestima en los campos escolares, de conducta y apariencia. En ocasiones pueden mostrar conductas violentas contra quienes los rodean o consigo mismos.

Ciberacoso o Cyberbullying

Para José Avilés "Bullying y cyberbullying suponen dos caras de una misma moneda con características diferenciadas y comunes que comparten y relacionan." (Avilés, 2013, p.4)

Avilés (2013, p.5) agrega además que, a diferencia del acoso tradicional, la reacción de quien recibe acoso online es inmediata. El acosado tiene menos miedo y suele responder a las agresiones.

Mendoza (2012) afirma que el acoso electrónico o crueldad social en línea es el envío de información multimedia a través de la red con fines maliciosos.

Garaigordobil, (2011) profundiza más y defiende que el cyberbullying es el uso de las tecnología de la información y comunicación (TIC), Internet, teléfono móvil y videojuegos en línea para acosar psicológicamente a un igual. Incluye Mensajes de texto, llamadas, divulgación de fotografías o videos y sitios web o blogs.

Diferencia entre Bullying y Cyberbullying

Avilés (2013, p,6-7) menciona:

Mostrabilidad: El bullying se da en espacios físicos y de convivencia diaria mientras que el ciberacoso sucede en un espacio que lo hace invisible a quienes rodean a la víctima.

Escenario: Mientras que el acoso tradicional se da en el ambiente escolar, el cyberbullying puede suceder fuera de este.

Medio de Ejecución: El ciberacoso se manifiesta en el área tecnológica, haciendo uso de esta para causar daño.

Riesgo Físico: En el cyberbullying el riesgo físico es mucho menor al no existir exposición.

Detección: Por el escenario en que se manifiesta el bullying es más fácil de ser detectado.

Perfiles escolares: Perfiles de fracaso y conflicto son más comunes en el acoso tradicional o bullying.

Vigencia del Maltrato: A diferencia del bullying el cyberbullying está activo durante más tiempo al encontrarse en medios digitales.

Quienes contemplan: Un acto de cyberbullying puede ser visto por muchas personas, incluso quienes no pertenecen al círculo de la víctima.

Procedencia de las agresiones: En el Cyberbullying la víctima desconoce las razones y la identidad del o los acosadores.

Prestación de ayuda: Es más difícil para los adultos la detección del ciberacoso por lo que es necesario que la víctima solicite ayuda.

Finalmente José María Avilés (2013) asegura que en el cyberbullying existe la desigualdad de poder, control y seguridad. El agresor se muestra distante emocionalmente. El acosado presenta indefensión e imprevisibilidad que afectan a su capacidad de defensa. El anonimato genera en el grupo menos presión para posicionarse a favor de la víctimas. Y el medio se presta a que un mayor grupo de individuos sea partícipe y la agresión perdure por más tiempo.

"El acoso cibernético implica el uso de tecnologías de la información y la comunicación para apoyar el comportamiento deliberado, repetido y hostil de un individuo o grupo, con la intención de dañar a otros"

Bill Belsey

Roles en el cyberbullying

Acosador, acosado y el observador. Este último definirá su posición antes los actos de ciberacoso como a) indiferente, b) disfruta el acoso, o c) está en contra del acoso. En base a esto tendrá un rol diferente. (Mendoza, 2012)

Tipos de Acoso Cibernético

Enrique Mendoza (2012) describe:

Insulto electrónico: Intercambio breve y acalorado a través de medios digitales, en donde una de las personas usa insultos cada vez más intensos.

Hostigamiento: A través de actos, conductas o palabras se molesta a otra persona para que reaccione emocionalmente.

Denigración: Uso de información despectiva o falsa hacia otra persona en la red.

Suplantación: El acosador toma la identidad del acosado en línea, enviando información errónea y ofensiva hacia los contactos de la víctima, provocando que esta tenga problemas sociales.

Desvelamiento y sonsacamiento: Relevación de información privada y sensible de la víctima como fotografías, secretos personales o capturas de chats privados. Esto se puede lograr engañando a la víctima para que entregue la información.

Exclusión y ostracismo: La víctima es apartada del grupo ocasionando una especie de muerte social. el ostracismo consiste en la acción de ignorar o responder de manera tardía los mensajes o chats de la víctima.

Ciber Persecución: Uso de los medios digitales para perseguir a la víctima con mensajes amenazantes.

Paliza feliz: La grabación o recolección de pruebas de un acoso para ser difundido en la red.

Consecuencias del Ciberacoso

Al igual que la víctimas del acoso tradicional, quienes padecen cyberbullying pueden experimentar depresión, ansiedad, fracaso y evasión escolar. El daño psicológico puede ser igual o mayor ya que la información está en línea las 24 horas, los agresores suelen ser anónimos. La víctima suele pensar que es su culpa y no lo informan a los adultos porque temen que se les prohíba su actividad en línea. En casos extremos los acosados pueden llegar al suicidio. (Feinberg y Robey, 2010)

Quién está en situación de ciberacoso puede padecer depresión, baja autoestima, sensación de indefensión, ansiedad social, trastorno de concentración ideas suicidas. También el deseo de cambiar de escuela. (Mendoza, 2012)

Las consecuencias entre el acoso tradicional y el ciberacoso son similares, ambos pueden llegar a presentar relación con problemas físicos y psicológicos. Sin embargo se sugiere una relación con estrés y depresión en niveles más altos, consumo de drogas o bajo rendimiento escolar sumado a comportamientos agresivos y ansiedad social de las víctimas. También se hacen presentes, de manera más fuerte, sentimientos negativos como el miedo e impotencia. Se concluye que la depresión se puede presentar en mayor medida respecto al acoso tradicional. (Perren, Dooley, Shaw & Cross, 2010, p.2)

Situación del Acoso Escolar en el Ecuador.

En el año 2016 se publicó el estudio “Una mirada profunda al acoso escolar en el Ecuador”, dirigido a hombres y mujeres de 11 a 18 años que cursaban sus estudios en diferentes centros alrededor del país. En este se exponen la incidencia del acoso y la identificación y caracterización de las víctimas.

Según el documento presentado por el Ministerio de Educación (2016) el 58% de los encuestados ha sido víctima de algún tipo de acoso escolar en el último quimestre. Es decir 6 de cada 10. Los actos más comunes son los verbales y psicológicos por insultos o apodos (38.4%), agresiones por medios digitales (9.7%) que se manifiesta más en los estudiantes más jóvenes. También está presente el hurto de objetos (27.4%) y golpes (10.7%) siendo más común entre los hombres más jóvenes. También está presente tipos de violencia como rumores, divulgación de secretos. (M. de Educación, 2016)

Según el mismo estudio no se presentan diferencias en la incidencia del acoso escolar entre hombres y mujeres (23%) pero si en las formas de acoso escolar. Lo mismo sucede en los rangos de edad 11 a 14 y 15 a 18. (23%). La misma situación se presenta en instituciones fiscales y particulares.(M. de Educación, 2016)

Respecto al Ciberacoso con mensajes con insultos o amenazas, manifestado en el 17% de la población encuestada. La mayor vulnerabilidad se presenta en las mujeres de 15 a 18 años en instituciones privadas/fiscomisional.(M. de Educación, 2016)

La dinámica del ciberacoso. Se presenta fuera del horario escolar (85.7%). En las instituciones privadas (95.4%) y en establecimientos públicos (76.5%).(M. de Educación, 2016)

El ciberacoso con implicación sexual afecta mayoritariamente al grupo femenino con mensaje insultantes, difamaciones y

ridiculización. Incluye fotografías y exposición de conversaciones privadas, complementándose con otras formas de acoso. Además 4 de cada 10 víctimas no lo denunció.(M. de Educación, 2016)

Referente al sentimiento que generan los diferentes tipos de bullying. El ciberacoso principalmente “ofendió”, o “no importo”. Pero al igual que las otras formas de acoso la ira fue el sentimiento más recurrente. Las reacciones de las víctimas fueron principalmente la sanción o expulsión al estudiante, mientras que el pensamiento de suicidio fue el menor (M. de Educación, 2016)

El ciberacoso es ligeramente más denunciado por parte de las víctimas a alguien que insultos, golpes y sustracción de pertenencias. (M. de Educación, 2016)

1.2. Co Design

En el mundo laboral el diseñador se enfrenta a proyectos que requieren la participación de otros profesionales. Profesionales de la comunicación, o marketing son comunes cuando se trabaja, por ejemplo, con marcas. Es cuando se tratan temas sociales o muy especializados cuando el diseñador deberá trabajar en conjunto con profesionales como médicos, arquitectos o políticos.

Para Eduardo Huerta “El co-diseño es definido por el hecho de que la creatividad de los diseñadores se une a la de personas que tienen otros perfiles y trabajan juntas en el proceso de elaboración del diseño.” (Huerta, sf, p. 1)

Sanders y Stappers (2008) aclaran que no debe confundirse el co-diseño con creatividad colectiva. Ya que esta última hace referencia al trabajo en conjunto entre varios diseñadores, mientras que el co-diseño cubre la colaboración de diseñadores con personas no capacitadas en diseño como podrían ser profesionales de otras áreas o los usuarios de un producto.

Roles en el Proceso de Co-design

Es el siguiente paso al Diseño Centrado en el Usuario. Se presentan los roles de usuario, investigador y diseñador. En el DCU, el usuario tiene un papel pasivo, el investigador lo observa y entrega estos resultados junto al conocimiento teórico al diseñador y este le suma creatividad para la generación de soluciones. Mientras que en el co-design los roles se cruzan y solapan y el usuario adquiere el papel de experto en su experiencia y aporta ideas y es el diseñador el encargado de concretar las ideas. (Sanders y Stappers, 2008, p. 8)

El usuario no siempre tendrá la cualidad para cumplir como co diseñador, serán necesarias su experiencia, interés y creatividad. Las personas varían su nivel de creatividad según el área que desempeñen en ese momento (Sanders y Stappers, 2008, p. 9). La misma persona puede estar más

dispuesta a ser consumidor o diseñador en base a la situación. Habla de consumidores pasivos y activos, usuario finales y avanzados, diseñadores y meta-diseñadores (Fisher, 2002).

Por su parte el investigador quien solía ejercer como traductor entre el usuario y el diseñador, en el co-design su rol es el de un facilitador quien guiará y motivará al usuario para que éste exprese al máximo su creatividad. (Sanders y Stappers, 2008, p. 11)

El rol del diseñador será cada vez más importante en medida que se exploren nuevas áreas en donde realizar su labor y se reconozca el valor del llamado design thinking. En el proceso de co-design el diseñador aporta sus conocimientos y experiencias junto a una visión amplia de los procesos de producción y tecnología. Incluso entre diseñadores existen especializaciones como el diseño gráfico o el diseño de interiores. Por lo que estas destrezas serán requeridas en los procesos de diseño (Sanders y Stappers, 2008, p. 12).

La visión de un objetivo común estará presente en los procesos de co-design, el proceso del diseñador tendrá cambio para acoger a los nuevos colaboradores en el área que antes le era exclusiva. El diseñador deberá ceder el control del proceso para fomentar la creatividad en los demás miembros (Huerta, sf, p. 2).

1.3. Diseño Centrado en el Usuario

El proceso de diseño en el que el usuario es el eje en torno al cual se elabora un producto. Se estudian sus necesidades, deseos y limitaciones y a partir de este análisis se toman las decisiones de diseño. Además el papel del diseñador no se limitará a analizar la relación del del usuario con el producto sino también de poner a prueba como el usuario lo percibe, entiende y utiliza el producto final. (Pratt y Nunes, 2013)

Conocer al usuario

Una vez que se tiene claro el objetivo del producto, es necesario conocer al usuario, los momentos y escenarios en que este usará el producto. Para ellos se tiene que acercarse a los usuarios que coincidan con el perfil planteado. (Pratt y Nunes, 2013)

Análisis del comportamiento del usuario

La observación puede ser un buen método para conocer las conductas del usuario, otra forma más directa son las encuestas y entrevistas. Es de interés para el diseñador saber quiénes son, qué hacen, los lugares que habitan y que quieren. La información necesaria dependerá de cada proyecto y público objetivo. (Pratt y Nunes, 2013)

Perfiles de usuario tipo o Persona Design

En donde se crean personas con una imagen. nombre, intereses, ocupaciones, entre otros datos. Acompañado de párrafos en donde se describe su interacción diaria, problemas, deseos, etc.

Escenarios, narración y casos de uso

Describe cómo el usuario hace uso de producto en un escenario concreto y como la interacción satisface sus necesidades. Los casos de uso son más específicos por ejemplo seguir los pasos para lograr un objetivo concreto. (Pratt y Nunes, 2013)

1.4. Realidad Aumentada y Realidad Virtual

La realidad virtual lleva al usuario a un escenario irreal sin interactuar con el mundo real, mientras que la realidad aumentada hace uso de la realidad para superponer elementos. Agrega además que la Realidad Aumentada ofrece formas de interacción. Se encarga del estudio de técnicas que integran la realidad con elementos digitales. Estos elementos digitales requieren estar debidamente alineados al mundo real para una correcta interacción (González, Albusac, Vallejo & Castro, 2009).

Para Azuma(1997), un sistema de Realidad Aumentada se caracteriza por:

Combinar el mundo real y virtual. Suma información a la imagen real.

Interactividad en tiempo real. Por lo que las imágenes por computador usadas en películas no se consideran realidad aumentada.

Alineación 3d. Los elementos del mundo virtual han de percibirse en tres dimensiones y alinearse al mundo real. (Azuma, 1997)

1.5. El Cuento

El género de la narración más antiguo en la historia del hombre, incluso antes de que de la escritura, los hombres se reunían para contarse historias. Al ser transmitidas de manera verbal estas mutaban y cada persona aportaba nuevos elementos o fantasía hasta que pasaban a ser de conocimiento del grupo social entero. Su objetivo era entretener antes de irse a dormir. Por su parte el cuento escrito data del siglo XII o XIII ac. y fueron escritos en papiro con la evidente intención de la preservación. Destacan también “Los cinco libros”, cuentos escritos en la India que se traducirán al castellano en el año 1251. Un gran número de cuentos que llegaron a occidente son procedentes de esto 5 libros junto a cuentos de origen egipcio, árabe, persa entre otros. Desde su nacimiento han estado dirigidos principalmente a adultos (Gameró, 2015).

El libro álbum

También denominado como álbum ilustrado es la unión de imagen gráfica con el relato literario. En donde la ilustración prolonga el mensaje del texto. En estos libros, lo primero que ve el niño son las imágenes. Según el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado, (INTEF), tiene las funciones:

- a) Crear la atmósfera de la obra. A través de la técnica, color, etc...
- b) Da el tono. El estilo indica si se trata de una obra humorística, seria, etc..
- c) Provoca sensibilidad. Representa las escenas y posturas del autor.
- d) Crear Oportunidad de Diálogo. La imagen produce al lector sensaciones como risa o sorpresa.

Tienen su aparición entre las décadas del 70 y 80. Van der Linden (2015) en su definición destaca el uso de la doble página, la interactividad imagen y texto. Libertad para la disposición de los elementos en la página y la relación que se establece página tras página. De esa misma libertad en la maquetación del producto nace toda la diversidad presente en el formato (Linden, 2015).

Laura Escuela (2017) declara que es en el libro álbum en donde pueden converger disciplinas como: literatura, ilustración, arte gráfico, arquitectura de papel. Lo que desarrolla la competencia literaria, su estética, el análisis y sensibilidad del medio (Escuela, 2017).

La ilustración en este tipo de cuentos busca una nueva lectura más allá del texto, y no lo hace de manera lineal ya que es el lector que elige en qué detalles de la ilustración desea fijar su atención, es el lector quien controla el tiempo. También habrá libros en donde predomine más el texto o la ilustración, se destaca el cuidado que debe tener el libro no solo en la ilustraciones, sino también la maquetación de los demás contenidos. (INTEF, 2013)

Claudia Cassano sostiene que en los libros álbum la imagen y texto son inseparables para construir la historia por lo que el ilustrador asume el papel de autor. Este género hace uso del lenguaje visual y verbal. Los elementos gráficos como diagramación y tipografía adquieren mayor relevancia y dan sentido al cuento. La ilustración muestra acciones que no son relatadas pero son necesarios para el entendimiento de la obra. Este ritmo invita a la lectura. La ilustración también podría ser usada para mostrar lo contrario al relato verbal generando así humor. Una parte del cuento es descrita por el mismo lector, el cual elegirá en qué parte de la ilustración fijar su mirada. Los gráficos invitan a quedarse y explorar (Cassano, 2011).

Los libros ilustrados son aquellos libros para niños en donde el texto tiene autonomía de las ilustraciones y estas solo complementan al texto. Por su parte los libros álbum establecen al texto y a la ilustración como elementos inseparables. El objetivo no es presentar más imágenes que texto, sino que la ilustración cumple una función narrativa. Texto e imagen se completan secuencialmente otorgándoles la misma importancia (Escuela, 2017).

Sophie Van der Linden (2015) clasifica los álbumes en tres tipos:

a) Álbum ilustrado

En donde el texto es el elemento principal y está claramente separado de la parte gráfica.

b) Álbum narrativo

Se caracteriza por el equilibrio entre texto e imagen. Escritor e ilustrado trabajan juntos.

c) Álbum gráfico

La imagen como elemento central. Los elementos se encuentran superpuestos. Es la imagen la primera en contar la historia.

Texto e imagen

Su relación es simbiótica, en donde la imagen tiene dos funciones, la primera es crear un mundo de ficción, y la segunda, su función narrativa (Escuela, 2017).

Nikolajeva y Scott (2011) clasifican esta relación en tres categorías.

Relación de simetría. Texto e imagen narran los mismo.

Relación de amplificación y complementaria. Los elementos amplían lo que dice o enseña el otro.

Relación de contrapunto y contradicción. Un primer tipo en donde los elementos cuentan los mismo desde perspectivas diferentes y el segundo en donde la narrativa de los elementos parece ser opuesta.

Las secuencialidad el álbum ilustrado se refiere a las relaciones entre sus elementos y el ritmo que este obtiene a través del cambio de página (Escuela, 2017).

1.6. Diseño Editorial

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que cubre la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros y otros productos editoriales analógicos o digitales.

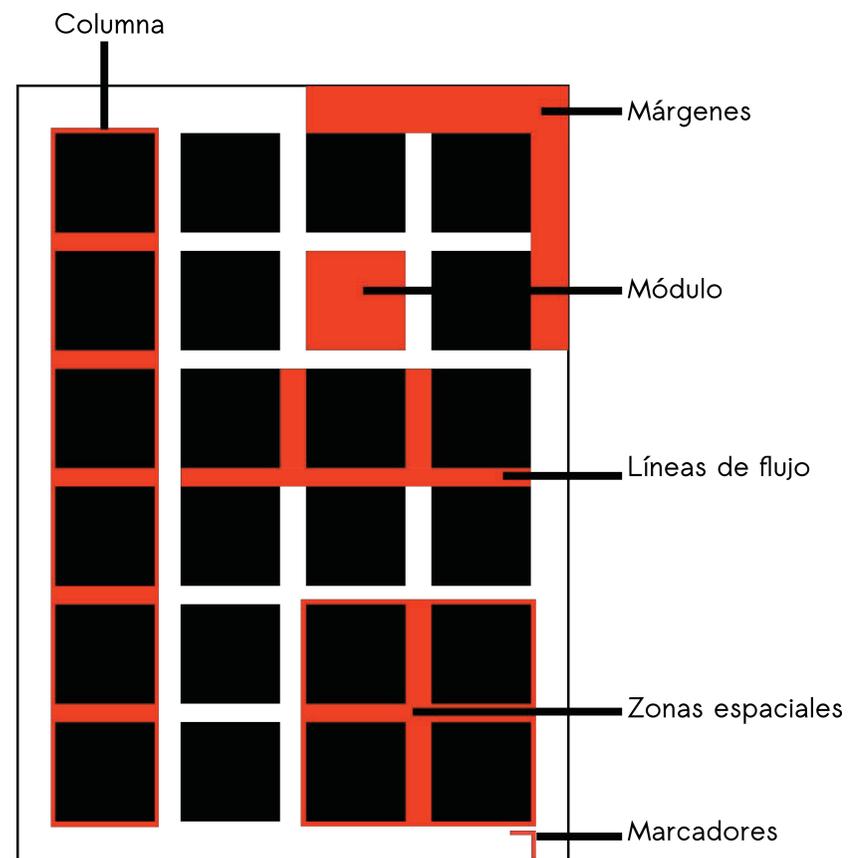
Diego Álvarez (s.f, p.3) afirma que el el Diseño Editorial debe adaptarse al mercado y al mensaje que desea comunicar. El contenido define el diseño. Por su parte Daniel Ghinaglia (2009, p.3) agrega que siempre se tendrá en cuenta el eje estético considerando en todo momento las condiciones de recepción e impresión, también buscar la unidad armónica entre texto, imagen y diagramación.

Por su parte Zapaterra (2008,p.6) afirma que en los productos editoriales el diseño concede expresión y personalidad al contenido, además atrae y retiene la mirada de quien lee y otorga al contenido de una estructura. Todo con el fin de obtener un producto editorial que guste, funcione e informe.

En el área del diseño gráfico, la retícula es un principio organizador. La retícula tipográfica es descrita como “sistema ortogonal de planificación” que distribuye la información en contenedores de fácil manejo. Los elementos similares serán colocados de la misma forma para facilitar su reconocimiento. La retícula vuelve al contenido accesible, los lectores son capaces de guiarse y navegar a través de ella. Un “archivador virtual” (Martínez, 2013).

El orden logrado por la retícula otorga credibilidad al contenido. Su lectura es rápida, con menor esfuerzo, el contenido se entiende mejor y se retiene mejor la información. Las retículas pueden ser orgánicas y flexibles o rígidas y mecánicas. La retícula permite al diseñador la distribución de grandes cantidades de contenido de manera rápida y el trabajo con otros profesionales (Martínez, 2013).

6.2 Partes de la Retícula



EL libro infantil

Productos en donde predomina la ilustración, el texto suele ser mínimo, esto varía dependiendo si se dirige a quienes están empezando a leer o son pre adolescentes.

Se deben utilizar cuerpos y fuentes tipográficas grandes para una mayor legibilidad.

Elementos básicos del diseño editorial

El correcto uso de estos elementos permitirán un producto editorial con identidad. La importancia de estos se verá afectada dependiendo del tipo de publicación. Un buen diseño no debe sobreponerse al contenido (Bhaskaran, 2006, p. 8).

Bhaskaran (2006) propone:

Formato, Retícula, Tipografía, Color, Cubierta o Cabecera y Uso de la imagen

El Contenido

Este puede presentarse en forma de texto, color, gráficos o imagen. Esto dependerá del tipo de publicación, diferenciando así una novela de un catálogo. En el plano intermedio se encontrarán libros, periódicos y revistas. Ilustraciones, gráficos e imágenes y tablas se usarán como contenido visual o no, dependiendo del tipo de comunicación (objetiva o subjetiva) y producto editorial. El texto por su parte también puede tomar el rol de la imagen dentro de la publicación, para ellos será necesario un gran trabajo tipográfico (Bhaskaran, 2006, p. 18).

Legibilidad y visibilidad

La visibilidad se refiere a la forma propia de los caracteres mientras que la legibilidad evalúa la velocidad y facilidad con la que el texto puede ser leído. Esta es afectada por elementos como la fuente tipográfica y su tamaño, contraste, estructura y las características propias al producto como el formato, tamaño y maquetación. Para una buena visibilidad será necesario conocer el contexto la que el contenido será expuesto. Tomando en cuenta a quien esta dirigido, la forma y circunstancias en las que será leído. La elección de una

fuerza tipográfica correcta es esencial en este punto (Bhaskaran, 2006, p. 20).

La venta del libro

El diseño se verá afectado por la forma en que los productos editoriales se colocan a la venta ante el público objetivo. Un libro hará uso de su lomo para atraer al cliente, plasmando su huella y atrayendo su atención. Este por lo general contará con el logotipo del editor, el título de la publicación. Un logo fuerte que genera conciencia de marca y logrará que el libro destaque en las tiendas (Bhaskaran, 2006, p. 34).

Anatomía de las publicaciones

Para el lograr un diseño exitoso será necesario que el diseñador comprenda a profundidad las diferentes características y particularidad del producto editorial y sus lectores (Bhaskaran, 2006, p.44).

“Un buen diseño no son fuentes bonitas ni complejas maquetaciones, sino mandar el mensaje correcto al público correcto de la manera correcta y con la mayor claridad posible.”

Lakshmi Bhaskaran

El formato

Se refiere al producto físico de una publicación, a través de este el diseñador podrá otorgar al producto una nueva dimensión y personalización. El presupuesto delimitará las decisiones sobre tamaño e impresión. Respecto al libro dependerá de su función, la manera y contexto en el que será usado y vida útil que se prevé (Bhaskaran, 2006, p.52).

Maquetación

La maquetación del contenido es una de las formas en las que se puede guiar la lectura. Esta se encarga de la ubicación del contenido y cómo los elementos como textos e imágenes se relacionan entre sí y con la publicación en general. De ella dependerá cómo son percibidos los contenidos y que tan agradable es la experiencia para el lector. El contenido y la forma en que la publicación será usada serán los puntos clave para las decisiones de una maquetación (Bhaskaran, 2006, p. 60).

La jerarquía

Se refiere a los estilos tipográficos de lo que el diseñador dispone para controlar la lectura a través del contenido, dándole a éste niveles de importancia con el uso de tamaños y estilos de fuente. Dependerá de la organización y el estilo de la publicación si el lector es atraído o por el contrario se distrae o frustra por no tener una guía de como consumir el contenido lo que puede convertirse en algo difícil y aburrido. El abuso de elementos que llamen la atención del lector también causarán distracción por lo que será necesario que el diseñador encuentre el equilibrio que otorgue al producto editorial una maquetación y jerarquía que oriente al lector, facilite su lectura y sea visualmente agradable (Bhaskaran, 2006, p. 60).

La retícula

Su función es colocar y contener al contenido y sus elementos. Es una forma efectiva de organizar gran cantidad de contenido en la página con coherencia visual. Deberán tomarse en cuenta el formato y tipo de producto editorial para la creación y uso de la retícula. Se recomienda el uso de una segunda retícula para contenidos especiales procurando que el lector no sea capaz de notar el cambio. Un sistema de retícula estricto, como el de un periódico, acelera la función del diseñador y crea familiaridad para el lector (Bhaskaran, 2006, p. 65).

El uso de sistemas de retículas permite al diseñador concentrarse con un enfoque creativo y no organizativo. Sin embargo las estructuras de la retícula pueden romperse para no caer en un diseño aburrido sin imaginación. Abandonar la retícula podría dar soluciones muy creativas (Bhaskaran, 2006, p. 65).

La tipografía.

Las fuentes tipográficas tiene personalidad son un gran medio para transmitir emociones. Estas pueden ser de carácter: autoritario, formal, informal, etc. El uso de dos o más fuentes crea una jerarquía visual, permite distinguir entre titulares y cuerpos de texto. Para ello se puede jugar con tamaños, grosores. (Bhaskaran, 2006, p. 68).

Imágenes

Su papel en la identidad de un producto editorial es fundamental. Su uso dependerá del tipo de lector y la función que desempeñarán las imágenes en la publicación. El objetivo es encontrar el equilibrio entre texto e imagen para conseguir un buen ritmo. En ocasiones una imagen cumple una función que el texto no puede como podría ser la descripción de productos.(Bhaskaran, 2006, p. 74-75)

Color

Los colores tienen significados y evocan emociones, sin embargo esto no es universal y puede diferir de una región a otra. El color también es usado para captar la atención del lector o avisar a este. Así como destacar contenido o provocar emociones. Se pueden crear sistemas de colore para guiar al lector u organizar el contenido. En publicaciones como revistas el color contribuye a crear una identidad fuerte (Bhaskaran, 2006, p. 80).

Los libros como novelas o cuentos deben cuidar su ergonomía, el formato debe ser pequeño, lo suficiente para poder ser tomado con una mano. Un papel suave, flexible y liviano (Bhaskaran, 2006, p. 80).

Producción de un libro

Existen una gran variedad de formas para su producción y dependerá de si se trata de un libro grande o pequeño, lujoso o rústico. Se resume a un conjunto de hojas encuadernadas con una estructura ya definida. Es deber del diseñador conocer el contenido de la publicación ya que este definirá el formato, estructura y concepto del libro.(Bhaskaran, 2006, p. 88).

Por su parte las decisiones de encuadernación dependen de circunstancias como el número de hojas, grosor del papel, vida útil del producto, cantidad de copias a reproducir, así como si es necesario que el libro tenga una mayor apertura. La función del libro determinará decisiones como tamaño y tipo de portada (Bhaskaran, 2006, p. 88).

1.7. Ilustración

Pre estableciendo el debate entre si la ilustración es una rama de la pintura con obras para el gran público o un lenguaje narrativo, Teresa Durán (2005) afirma que la comunicación emisor - receptor a través de la ilustración es “comunicación narrativa, argumental, secuenciable y además, dotada de una singular elocuencia.” Afirma que “ilustrar es narrar” y por lo tanto el ilustrador es un narrador.

Antes de la invención del lenguaje escrito, fue la ilustración la herramienta de la que se valió la humanidad para representar y plasmar sus historias y modos de vida. Aunque también tuvo un papel meramente decorativo, es en el libro álbum en donde según Teresa Durán (2005) va más allá de la ornamentación y toma el papel de una arte independiente al igual que otras artes, el texto y la ilustración funcionan en conjunto, su objetivo es contar visualmente lo que sucede entre los textos en los que se encuentra. Son pequeñas representaciones temporales y brinda una experiencia al lector.

Teresa Durán (2005) agrega la diferencia entre imagen e ilustración en donde la imagen vive en el plano espacial y la ilustración infantil en tiempo y espacio. También considera la visión del ilustrador como un repetidor o amplificador del mensaje del escritor.

Respecto a la relación entre texto e ilustración la autora afirma que texto e imagen se proyectan de forma distinta en la mente del lector, ya que la información que éste recibe es varia dependiendo del medio por el cual recibe el mensaje. Incluso va más allá y menciona la certeza del color. Finaliza “La relación entre significado y significante es mucho más evidente en la ilustración y, por ende, mucho más impactante y persuasiva.” (Durán, 2005)

En relación a la necesidad o no de ilustrar los libros infantiles tomando como base la limitación de la imaginación del lector afirma que la ilustración, más que una imagen suelta “posee un discurso propio totalmente apto para desarrollar los mejores potenciales lectores de la mente infantil.” (Durán, 2005)

Ilustración infantil

La ilustración infantil dependerá del la edad del público a la que va dirigida. Esta debe transmitir un mensaje claro y legible acorde al tipo de obra. Este debe buscar complacer a los niños. (Sanmiguel, 2013)

El color en la ilustración infantil

“Los niños tienen un sentido del color mucho más espontáneo y libre que el de los adultos. En ocasiones es necesario volver atrás y manejar el color con la alegría de los pequeños. El correcto uso del color hace a la información más atractiva, permitiendo que se acople rápidamente y mejor” (Vite, 2012, p. 25).

1.8. Diseño de personajes

Según Vite (2012) Respecto al diseño de personajes para la ilustración, como primer punto, el diseño debe resultar atractivo para el lector. Colores y forma son aspectos importantes. Unos de los aspectos primarios son las proporciones entre cabeza, cara, brazos y piernas. Esto varía en dependencia del personajes.

Una de las características principales el el tamaño de la cabeza el cual debe ser mayor, proporción propia de los recién nacidos. Continuando con la idea se busca una frente grande y ojos grandes, brazos y piernas delgados. También recomienda el uso del tamaño de una cabeza para el diseño y proporción de los personajes. (Vite, 2012)

Es importante conocer el medio y público al que se dirige el personaje, si es el villano o el héroe y el estilo que el cliente está buscando. Forma, tamaño y diferencia, serán aspectos básicos a tomar en cuenta para el desarrollo de un personaje. Las formas básicas que componen a un personaje le otorgan de una personalidad. (Bancroft, 2006)

Tom Bancroft menciona como elementos visual de diseño básicos:

Las formas

Los círculos ofrecen un atractivo y son usados para personajes buenos y amigables como Santa Claus o bebés.

Los cuadrados para quienes son confiables, sólidos y apariencia pesada. Como un superhéroe o un guardia.

Los triángulos para los antagonistas o villanos, personajes oscuros que ocultan algo.
(Bancroft, 2006)

El tamaño

El jugar con las proporciones de las partes que componen un personaje le dará un diseño más fuerte e interesante. Esta relación de tamaños puede ser llevada a extremos combinando los tamaños de manos, pies, cabeza, el cuerpo e incluso a detalles como el cabello (Bancroft, 2006).

La variación

El contraste entres los tamaños y formas de nuestro diseño genera variedad y vitalidad en el personaje y convierte un buen diseño en uno genial. Para ellos podemos usar los principios:

Variedad en grosor y largo de los trazos, lo que genera tensión y contraste. También es útil la generación de ángulos entre los trazos.

La yuxtaposición de líneas rectas contra curvas hará que nuestro diseño luzca más vivo e interesante, además evita la aparición de líneas paralelas que hacen que parezca estático ni la unión de dos líneas curvas que dan el aspecto de algo blando.

La recurrencia de formas ayudará a crear un estilo o tema visual y el uso de otras formas hará que no pierda variedad.

Espacio negativo, los espacios generados por las formas de nuestro personajes y como estas interactúan genera siluetas más fuertes e interesantes.
(Bancroft, 2006)

Investigación de Campo

Una vez realizado el marco teórico a utilizar en el desarrollo del proyecto, se procedió entrevistar a profesionales de diferentes áreas como lo son la psicología y la literatura para obtener su opinión y sugerencias.

Psicóloga Maricela Moscoso

La profesional recomienda abordar el tema desde una perspectiva positiva con un mensaje que fortalezca actitudes como el amor propio, asertividad y autoestima. También menciona la importancia al elegir el tono, lenguaje y mensaje del producto editorial. Buscar llegar a quien pueda estar en una situación de ciberacoso para lograr un acción de cambio por parte de los involucrados.

MST. Julia Vecillas

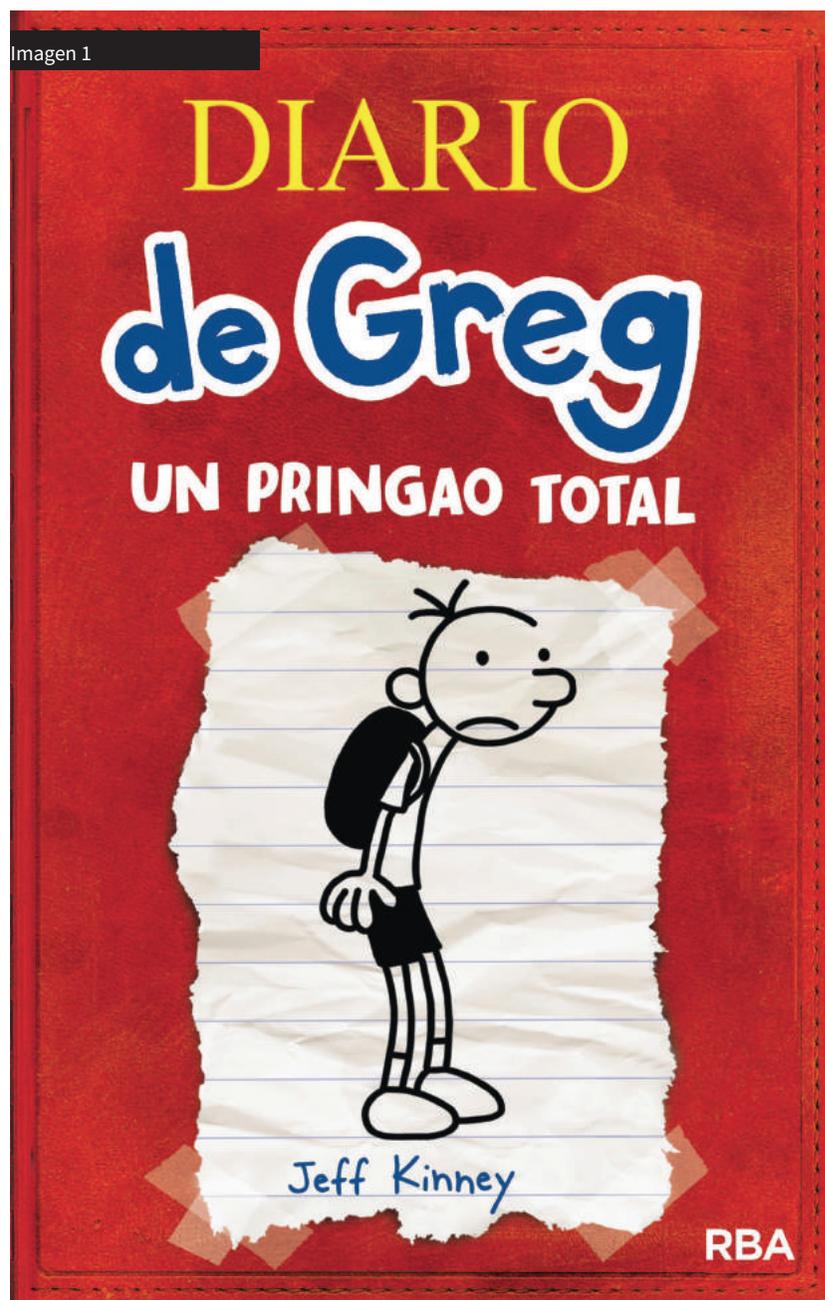
La docente de la Facultad de Filosofía, letras y ciencias de la educación, quien se especializa en literatura infantil, recomienda el uso del libro álbum para el desarrollo de este proyecto. También aconseja no ser explícitos, hacer uso de la jerga de los niños y la elaboración de un microcuento.

Mónica Varea.

La escritora recomienda el uso claro del lenguaje respetando la inteligencia de los niños y niñas y que el mensaje sea directo.

Homólogos

Imagen 1



Diario de Greg

Colección de libros escritos por Jeff Kinney. Cuenta con tono de humor las aventuras escolares de Greg Heffley quien acaba de iniciar su vida en secundaria.

Forma:

Ilustraciones en blanco y negro de formas simples en donde destaca el uso de la línea. Busca la estética de un diario o cuaderno como el que usa el protagonista.

Tipografía handwriting utilizada para complementar la estética a cuaderno, como si el protagonista fuese quien escribe e ilustra las historias.

Las simplicidad de las ilustraciones sirve para dar la idea de que es el protagonista quien se dibuja a sí mismo en diferentes situaciones. El diseño de los personajes es muy atractivo presentando formas circulares y un trazo grueso.

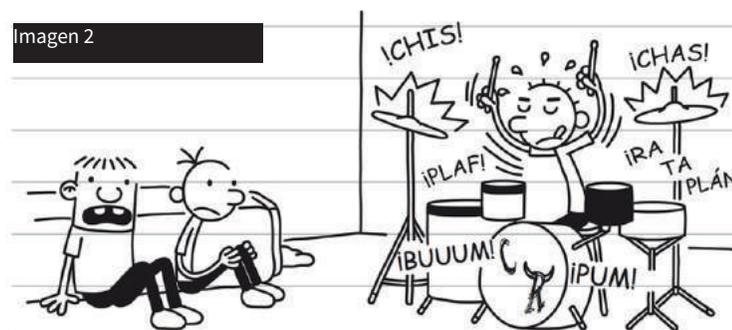
Función:

Entretener a niños a través de situaciones divertidas que buscan causar empatía con el lector mostrando como el protagonista enfrente los problemas propios de su edad.

Tecnología:

Los libros se encuentran disponibles en varios idiomas, pasta dura o suave y también cuentan con formato e-book.

Imagen 2



El Gigante de Barro

Albúm ilustrado elaborado por Marta Sánchez Batanero, dirigido a niños y niñas.

Forma: Ilustraciones realizadas a mano, uso de colores brillantes.

Tipografía palo seco con detalles redondeados.

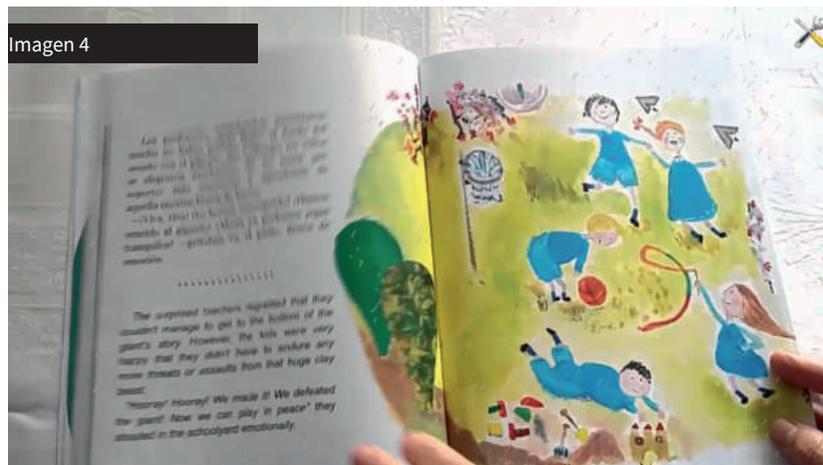
Función: Enseñar a los niños a identificar y actuar ante una situación de acoso escolar.

Tecnología: Usa realidad aumentada para atraer a los niños y brindar un aprendizaje más lúdico.

Imagen 3



Imagen 4



Diario de un Acoso

Novela escrita a manera de diario de una preadolescente en su primer años de secundaria. Relata en primera persona el acoso tradicional y en línea que sufre la protagonista y como esto la afecta en diferente ámbitos de su vida.

Forma:

No presenta ilustraciones.
Tipografía serif

Función: Contar las historias que viven a diario miles de niños para generar conciencia sobre la problemática del bullying.

Tecnología:

Disponible en versión física y digital.

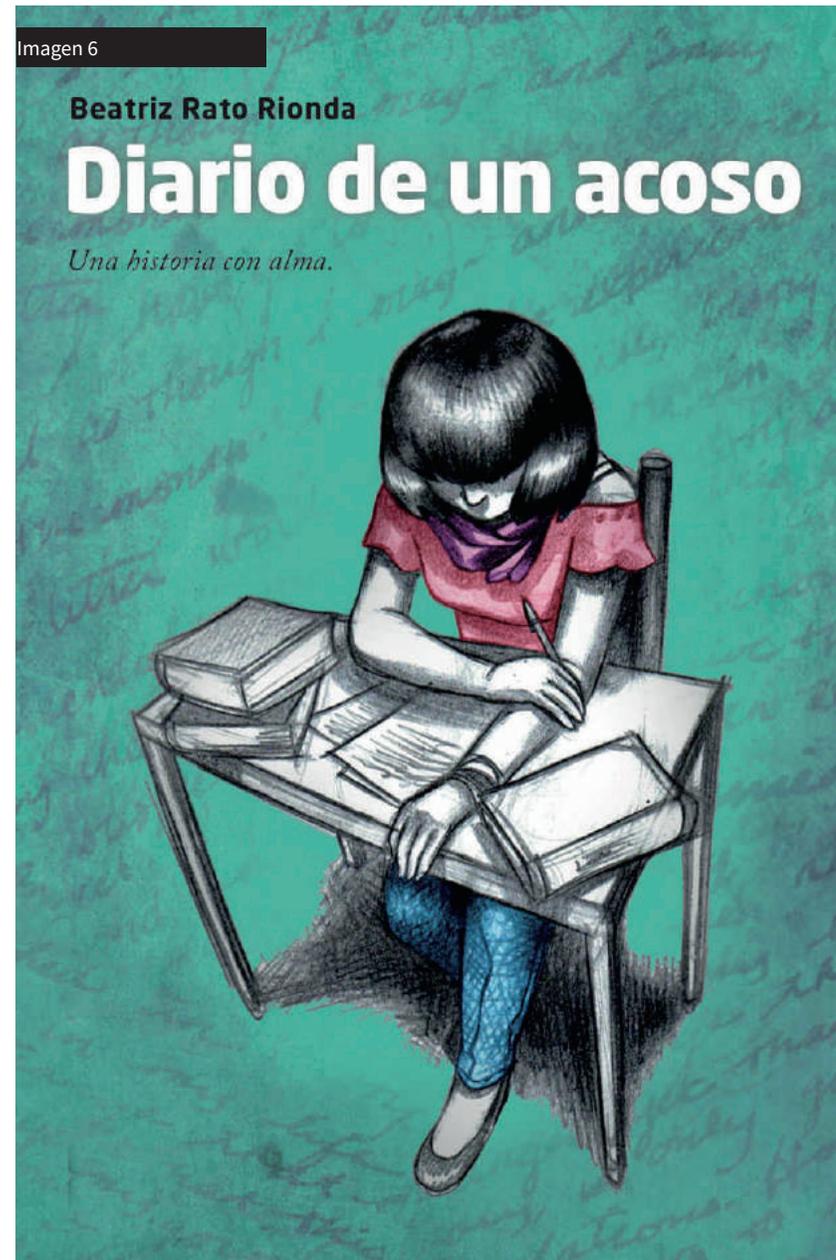
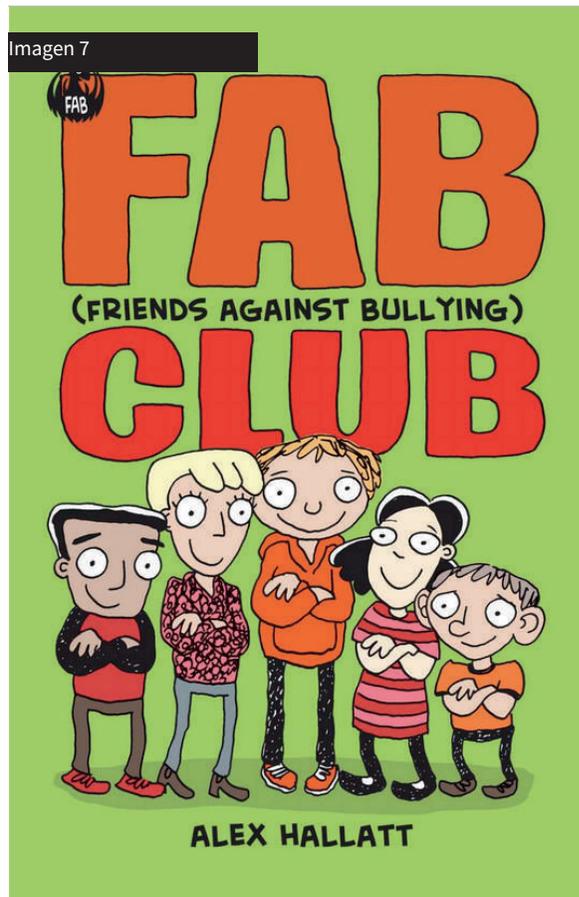


Imagen 7



FAB CLUB

Novela corta dirigida a niños sobre el acoso escolar y cómo hacerle frente con la ayuda de amigos.

Forma:

Cuenta con numerosas ilustraciones a blanco y negro. Ilustración digital realizada a mano con un estilo simple y trazo uniforme.

Función:

Fomentar en los niños el compañerismo, amistad y el trabajo en equipo para enfrentar a los acosadores.

Tecnología:

Versión impresa y digital.

Imagen 8

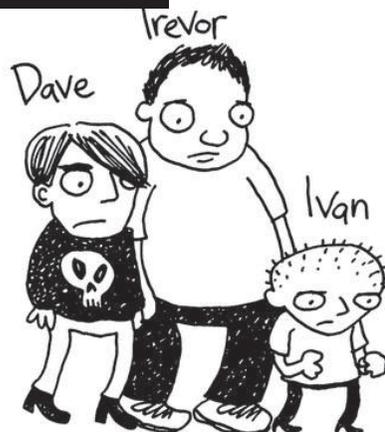
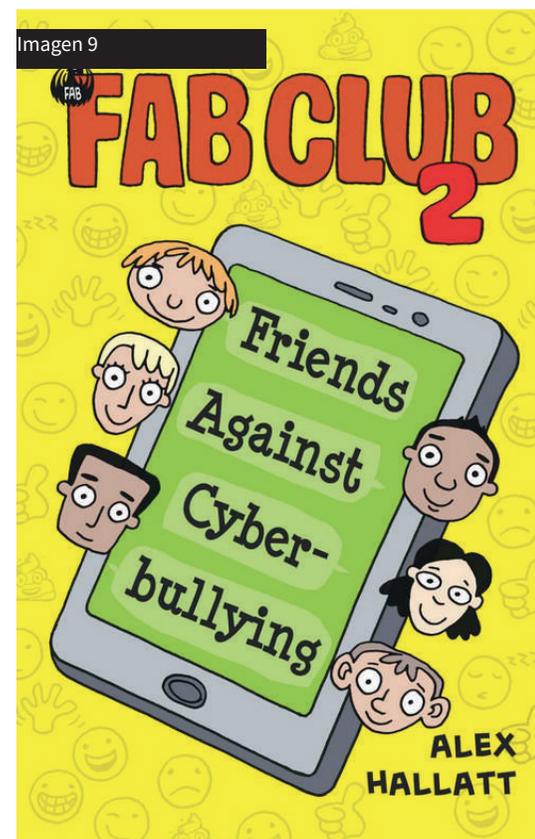


Imagen 9



No Juegues Conmigo

Corto animado realizado en España sobre el acoso escolar en donde se resalta la influencia que tiene al acosador sobre los demás y cómo estos pueden hacer frente a la situación.

El acosador es presentado como un titiritero quien controla a la clase para que a manera de juego todos acosen al más vulnerable.

Forma:

Fondos realizados digitalmente a mano. Amplia gama de colores para generar varias atmósferas. Personajes ilustrados de forma vectorial. Diseño de personajes atractivo, diseñados con formas rectas o con ángulos.

Función:

Concientizar a niños y niñas sobre el poder que puede tener el acosador sobre la clase.

Tecnología:

Animación con el software Adobe Animate y distribuida a través de la plataforma youtube.



CONCLUSIONES CAP. 1

Tras concluir con el primer capítulo del proyecto se han establecido las teorías o áreas del diseño a utilizar para la creación del producto editorial. Las entrevistas han aportado consejos e ideas que favorezcan a un producto atractivo que cumpla su función. El estudio de los homólogos ha ampliado la visión que se tenía del producto inicialmente y han establecido nuevas metas.

PLANIFICACIÓN

capítulo 2

2.1. TARGET

El público objetivo del producto a desarrollar son los niños y niñas de la ciudad de Cuenca que cursan el último año de educación básica, es decir, los menores comprendidos entre las edades de 9 a 11 años y sus padres.

Para empatizar con los usuarios y haciendo uso de la metodología de DCU también se procede a crear Personas Design para ambos grupos.

Producto Editorial

Usuario



Niños y Niñas

Cliente - Usuario



Padres de familia

2.2. PERSONA DESIGN



Imagen 13

Mónica Abad
10 años

Vive en la ciudad de Cuenca, cursa el 7mo año de educación básica en una escuela particular. Tiene acceso a un smartphone a través y bajo la supervisión de sus padres. Hace uso del computador en la escuela durante las clases de computación. Le interesan las muñecas, baloncesto, música y redes sociales. Su gusto por la lectura es bajo, ella prefiere los libros con ilustraciones. Cuenta con conocimientos sobre bullying y ciberacoso por charlas que ha recibido en la escuela.

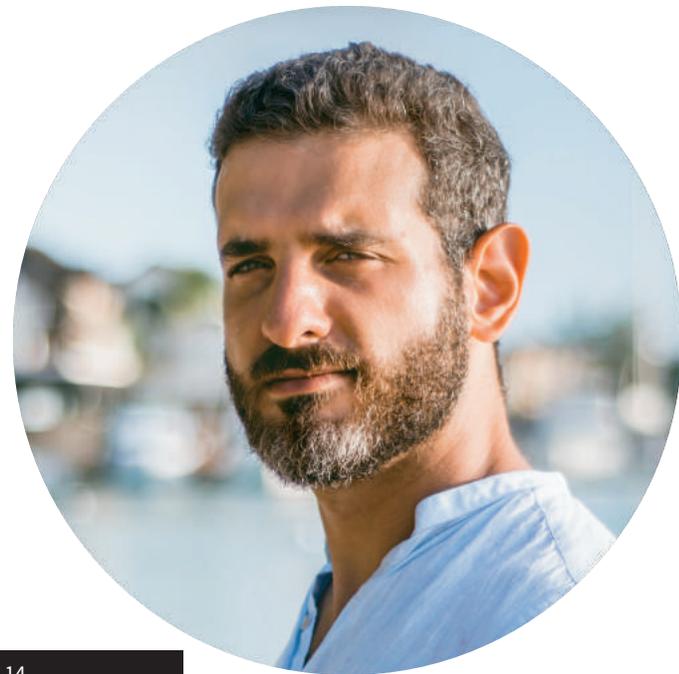
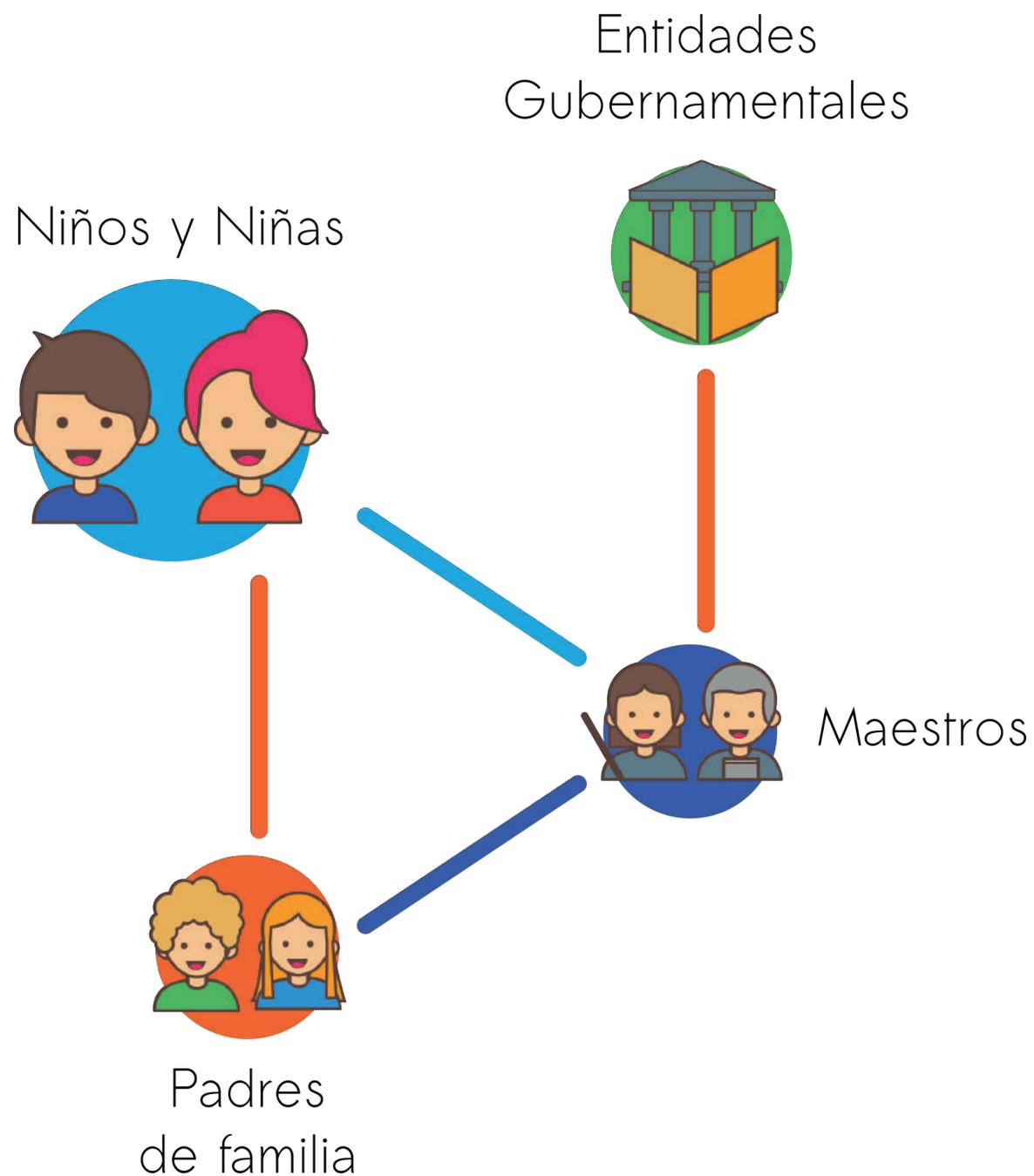


Imagen 14

Felipe Jaramillo
25 años

Desde niño ha vivido en Cuenca. Está casado y tiene un hijo de 11 años a quien ha regalado su primer teléfono inteligente. Se considera un amante de la tecnología, principalmente el mundo de las Apps. Está muy activo a diario en redes sociales. Muestra gran preocupación por su familia. Siempre le ha gustado leer. Lo considera un buen método para aprender, por lo que desea fomentar este hábito en su familia. Conoce algo sobre acoso escolar, aunque desearía saber más.

2.3. Mapa de Actores en la problemática del Cyberbullying



2.4.Partidos de Diseño

FORMA

Cromática

Se toma como base las características de los usuarios, (niños y padres de familia), para la elección de una paleta de color que resulte atractiva y a la vez cumpla su función en el producto, principalmente en el área de la ilustración. De esta manera se plantea el uso de tonos pastel brillante, colores cálidos correspondientes a los tonos tierra como los amarillos y marrones, también se plantea el uso de colores fantasía como púrpuras o turquesas para generar ilustraciones atractivas.

Tipografía

El papel de los textos en el proyecto será secundario frente a las ilustraciones, sin embargo, se considera que una tipografía San Serif permitirá la correcta lectura por parte de los niños, niñas y sus padres. Ayudará a que los textos adquieran una apariencia menos formal o "aburrida" y así invitar al usuario a leer.

Estilo gráfico

En el apartado del diseño editorial se plantea una maquetación simple con un sistema con mínimas variantes para otorgar dinamismo e identidad al producto editorial a diseñar sin distraer al lector.

Soporte

Libro álbum impreso con dimensiones cuadradas y reducidas que permitan la portabilidad del mismo. Con pasta suave a full color en hojas de calidad media. Esto con el fin de lograr un producto con un precio y estética atractiva al usuario.

Ilustración

El rol de la ilustración será fundamental en el producto editorial planteado. Debe captar la atención de los niños y padres de familia. Para ello se plantea un estilo visual y de trazo apartado del estilo preescolar y más cercano a las caricaturas o dibujos animados presentes en televisión e internet. Se buscará apoyar al texto y retener la mirada del lector.

FUNCIÓN

Para lograr su fin, el producto debe ser atractivo para niños, niñas y sus padres. Se busca concientizar y prevenir sobre la problemática del ciberacoso a través de la narrativa e ilustración en un medio tan conocido como el libro. Además de agregarle características de interactividad para enriquecer la experiencia.

TECNOLOGÍA

Se utilizarán medios digitales para la maquetación, redacción e ilustración del producto final. Respecto a impresión y acabados, estos se realizarán en impresión digital láser, con pasta blanda con cubierta plastificada para aumentar su durabilidad.

2.5. Plan de Negocios

Tras la creación de un sitio web para el producto editorial. Se propone la utilización de la plataforma Gumroad para la obtención de ingresos por parte de quienes descarguen el libro.

El pago de la versión digital será voluntario con un pago mínimo de 0.00 dólares ya que es de interés, que el recurso llegue al mayor número de personas y que el pago online no sea un impedimento para acceder al libro.

Para una versión impresa una opción es hablar con los representantes del Ministerio de Educación en la provincia del Azuay para poner a su conocimiento la existencia del producto editorial y su finalidad. En el caso de tener respuesta positiva, sería el propio ministerio quien se encargaría de la producción y distribución del cuento ilustrado.

Producto

Versión impresa y digital de un cuento ilustrado sobre cyberbullying.

Precio

Versión Digital 0.00 dólares o más. Haciendo uso de la plataforma Gumroad. Versión Impresa Se planté un precio de venta al público no superior a 10.00 dólares. Esperando que este no sea un impedimento para quienes muestren interés en adquirir el material.

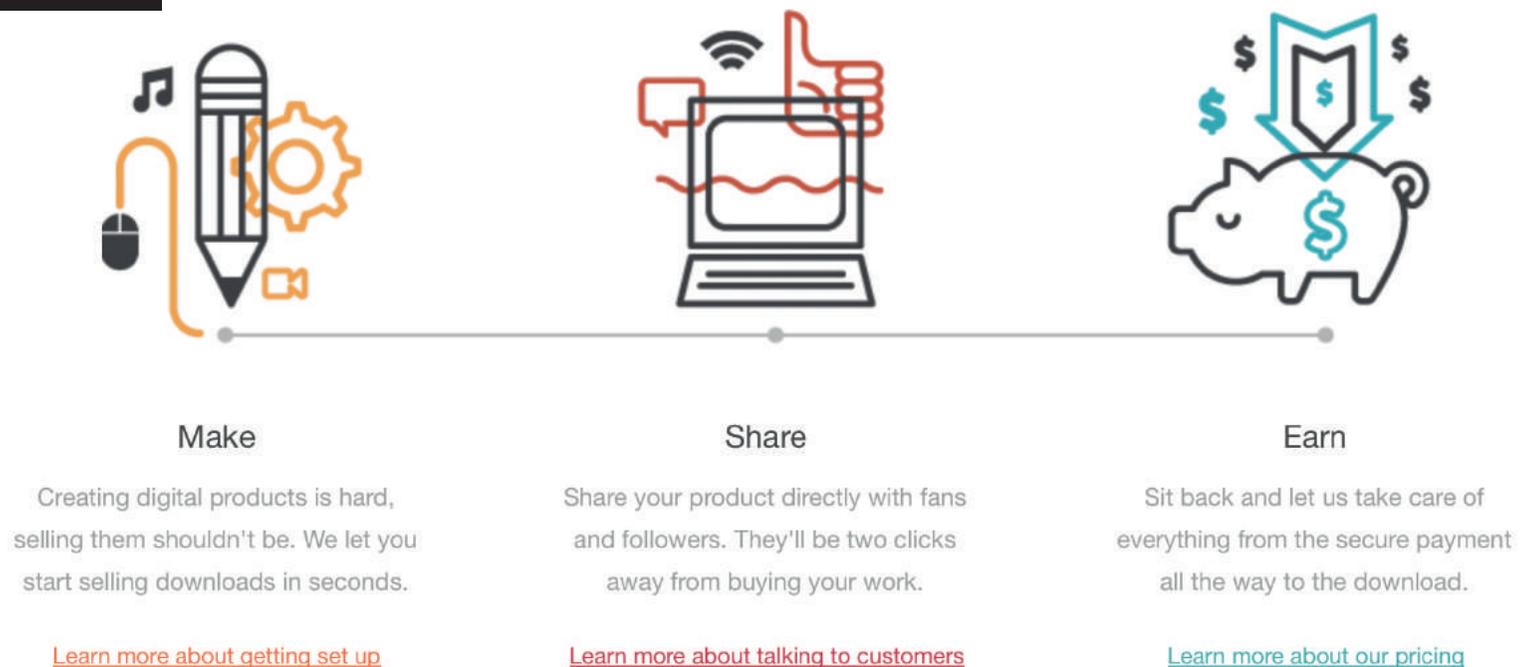
Plaza

Versión digital: Padres de familia y estudiantes de habla hispana alrededor del mundo Versión impresa: Padres de familia y estudiantes residente en la provincia del Azuay

Promoción

El uso de redes sociales para la promoción del cuento. Pequeña campaña con video promocional. Uso de publicidad en google o facebook.

Imagen 15



CONCLUSIONES CAP. 2

El conocer y estudiar al usuario (niños y padres de familia) ha permitido entender sus necesidades, generar partidos de diseño que se adapten a estas y un plan de negocios que cumpla con los objetivos planteados al inicio del proyecto.

Se considera haber establecido las bases para el proceso de ideación y diseño del producto editorial.

DISEÑO
capítulo 3

IDEACIÓN

Ideación Narrativa

Idea Narrativa 1 Empoderamiento del Observador

Denuncia el Ciberacoso

Universo: Real-Actualidad
Tono: Informal-Familiar
Mensaje: Denuncia el Ciberacoso
Tema: Insultos anónimos en línea
Narración: Tercera persona
Tiempo: Presente - Lineal Cronológico
Ilustración: Digital a mano. Modelos 3D

Idea Narrativa 2 Empoderamiento de la Víctima

No estas solo

Universo: Real-Actualidad
Tono: Informal-Familiar
Mensaje: No estas solo
Tema: Humillación en Redes Sociales
Narración: Tercera persona
Tiempo: Presente - Lineal Cronológico
Ilustración: Collage

Idea Narrativa 3 Amor propio de la Víctima

Quiérete

Universo: Fantasía. Magia y Vampiros
Tono: Jocosos
Mensaje: Autoestima. Quiérete
Tema: Dibulgación de rumores en línea
Narración: Segunda persona
Tiempo: Presente. Flashback
Ilustración: Ilustración vectorial-Diorama

Ideación Interactividad e Innovación

INTERACTIVIDAD E INNOVACIÓN

REALIDAD AUMENTADA

Pensamientos de los personajes en la escena.



INTERACTIVIDAD E INNOVACIÓN

ESCENARIOS 3D

Con y Sin VR



INTERACTIVIDAD E INNOVACIÓN

REALIDAD VIRTUAL

Sketchfab

Personajes en 3D



Idea Final

Producto
Editorial



Interactividad



Mensaje



Concreción

Libro Álbum

A partir de la recomendación de Julia Vecillas y tras la investigación se determinó que el libro álbum o álbum ilustrado era el producto editorial que mejor se adapta al público objetivo y al cumplimiento de los objetivos planteados al inicio de este proyecto. También al tratarse de un proyecto para la titulación de diseño gráfico, este presenta la oportunidad para que el diseñador como ilustrador tenga un rol más protagónico.

Aunque está presente la idea de que el medio está más dirigido a niños en su etapa de aprendizaje de la lectura, teóricos afirman que el álbum ilustrado puede estar dirigido a público de todas las edades.

Formato del producto

Considerando al público objetivo, sus necesidades, los casos de uso y medios de distribución se determinó un formato de libro cuadrado, de dimensiones de 18 cm por 18 cm. Este se consideró más ergonómico y transportable.

Portada y Encuadernación

Debido al número de hojas que contiene el cuento realizado y el tipo de papel previsto para su impresión, se eligió la encuadernación con grapa, que se presenta como un tipo de encuadernación rápida y económica. Por ello el material de la portada y contraportada requiere ser de un material blando.

Estética y estilo de ilustración

En base a la investigación realizada en el marco teórico sobre diseño de personajes y a la comprensión del público objetivo, se determinó un estilo de personajes cuya proporciones no son un reflejo del mundo real, pero tampoco las del estilo más cartoon. Aunque el diseño muestra una cabeza y ojos grandes, las extremidades no presentan el mismo contraste en relación al cuerpo.

El uso de la forma para su diseño no se basa en el círculo sino que hace uso de formas más rectas y angulosas. Ya que formas más curvas suelen ser usadas para un público menor o personajes que requieren verse más atractivos visualmente o “hechos de goma”.

Color

La cromática del producto editorial se vio condicionada por el público objetivo, las emociones y mensaje que desea transmitir la obra. Por lo que se escogieron colores de todo el espectro donde sobresalen principalmente los tonos cálidos, saturados y brillantes.

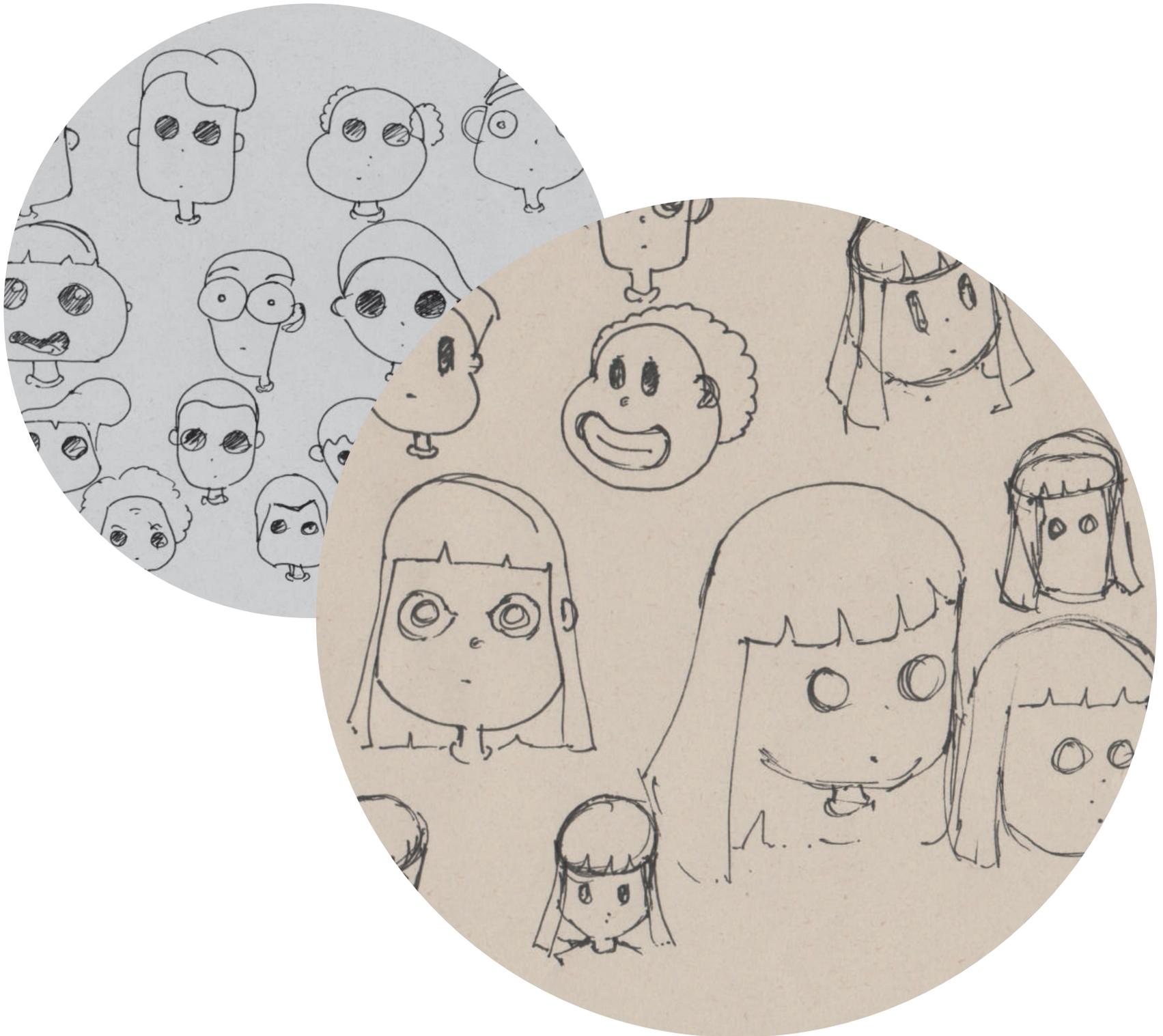
El tono de piel de los personajes busca acercarse o representar al público objetivo para generar una mayor conexión o empatía.

El diseño de la vestimenta así como el de los peinados fué con el objetivo de que los protagonistas tuvieran una silueta reconocible y memorable.

Es el cabello el apartado en donde, a través del color y peinado se buscó diferenciar a los personajes. Dando especial atención a los protagonistas.

También se buscó crear personajes que representan la variedad existente en un aula escolar. Así tenemos personajes altos, bajitos, gordos, flacos, entre otros, que a través de sus rostros y lenguaje corporal pretenden mostrar una personalidad definida.

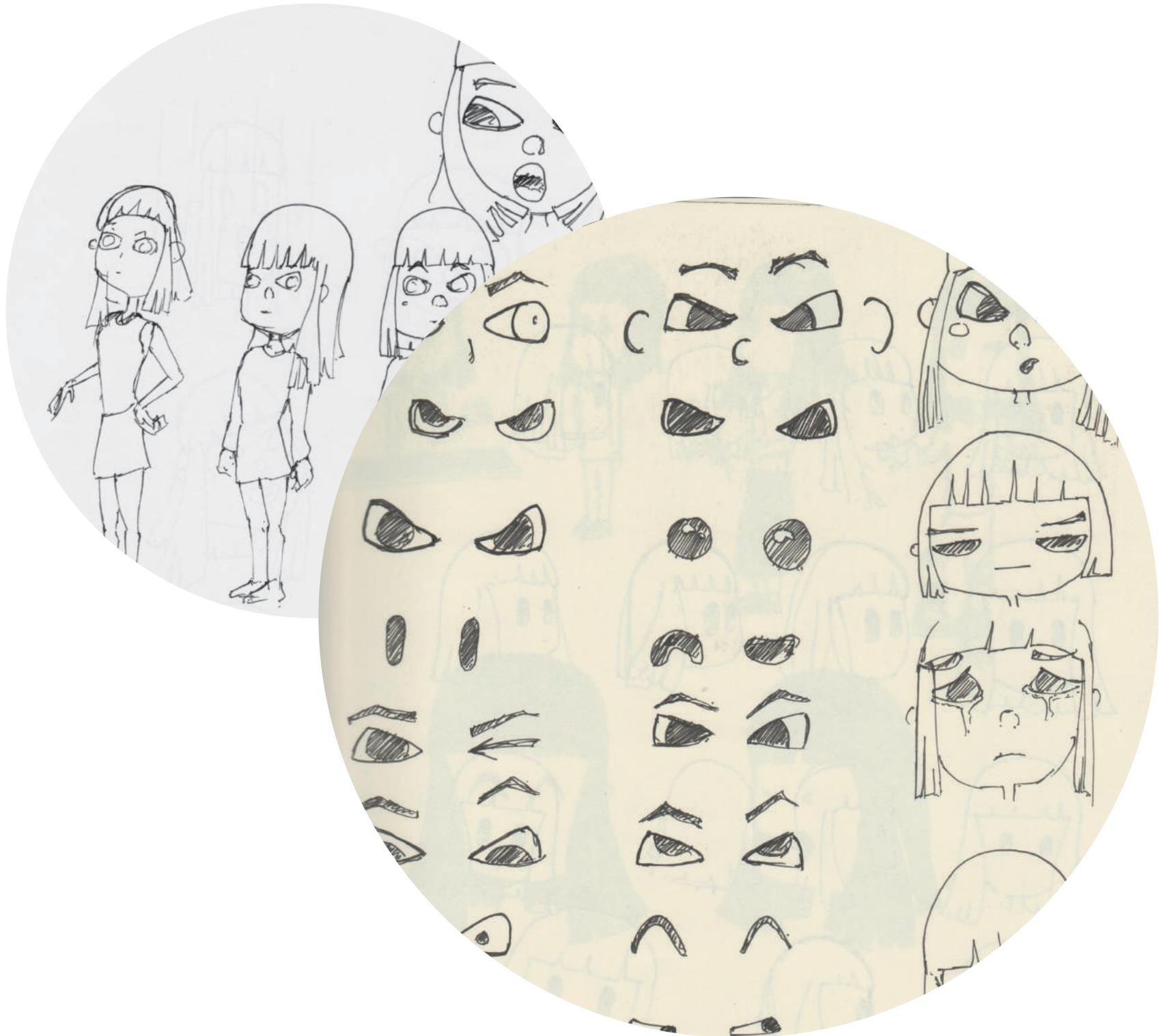
Bocetación



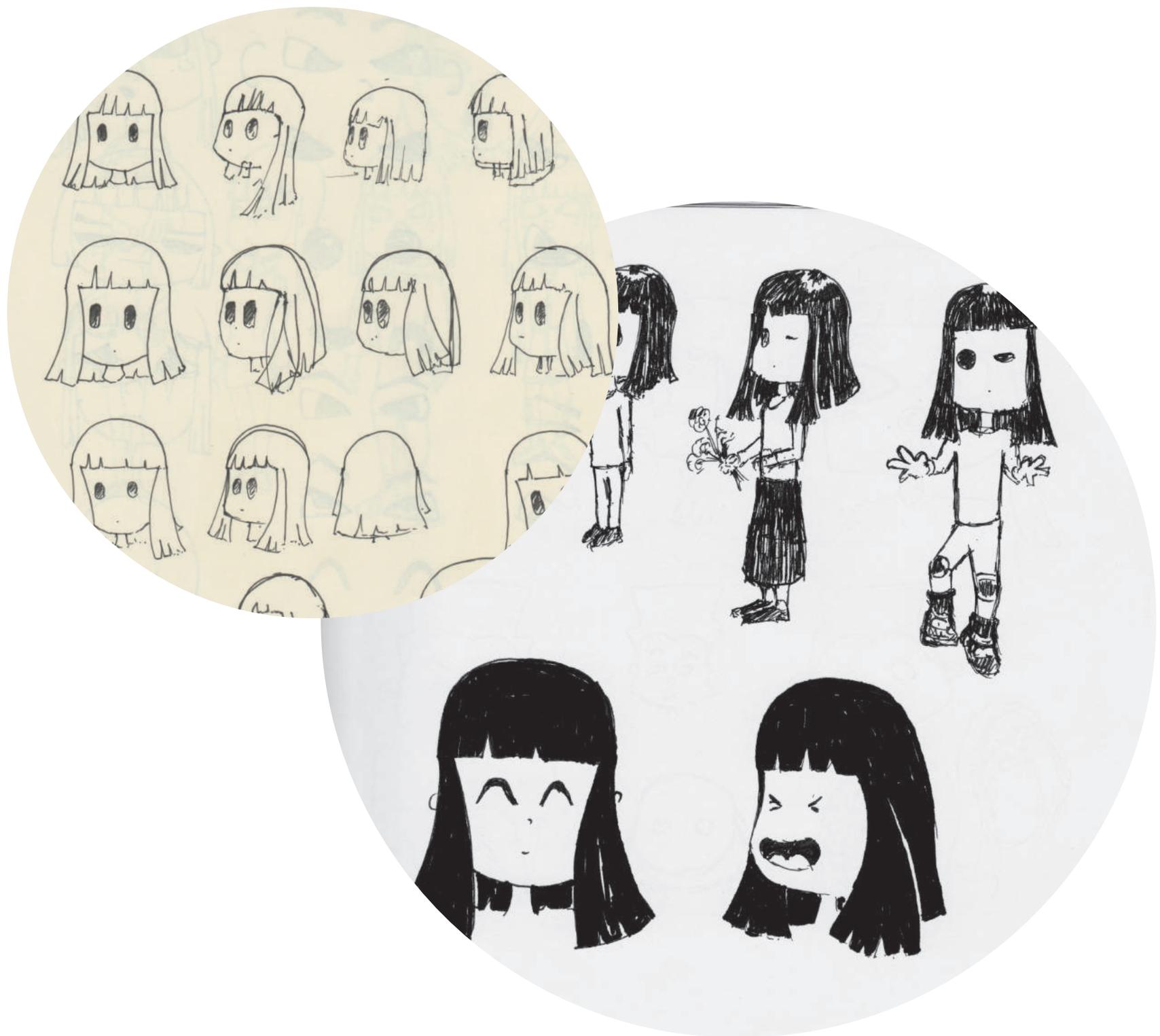
Bocetación



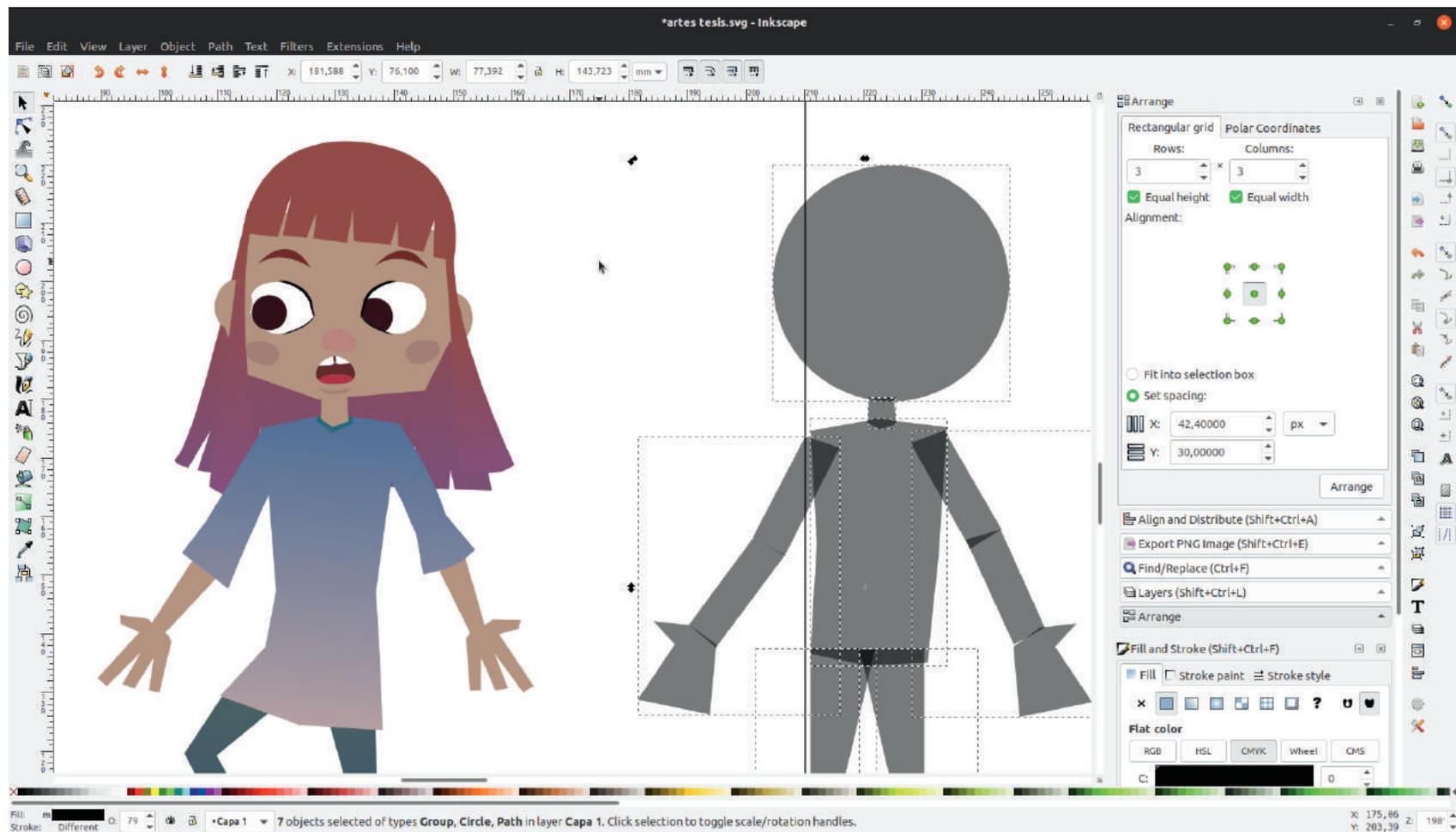
Bocetación



Bocetación



Digitalización



Digitalización



Escritura del cuento

Para el desarrollo de este proyecto se trabajó en conjunto mediante la técnica del co-design con la guía de una profesional de la psicología, Maricela Moscoso, quien estableció los posibles enfoques, temas y mensaje a tratar, así como el tipo de narración y tono conveniente para llegar a los niños y sus padres.

Tras la lectura de la teoría sobre cyberbullying, se encontró que es habitual que este se solape con el bullying tradicional y que la principal forma de actuar por parte de quien sufre el abuso es el guardar silencio, mientras siente principalmente, ira, impotencia y miedo.

Es en base a estos conocimientos que se decidió que el mensaje principal sea que el niño o niña en situación de cyberbullying, de aviso a sus maestros o padres.

En busca de generar empatía se decidió mostrar cómo la víctima puede verse afectada psicológicamente, dañando principalmente su autoestima y generando sentimientos de culpa y soledad.

Actividades poslectura

Junto con la psicóloga se trabajó en una lluvia de ideas sobre las actividades que el lector podría realizar solo y junto a sus padres para generar empatía y evaluar la comprensión de la obra.

La reflexión sobre los sentimientos, el reconocimiento de la situación de cyberbullying y como actuar son primordiales.

Interactividad

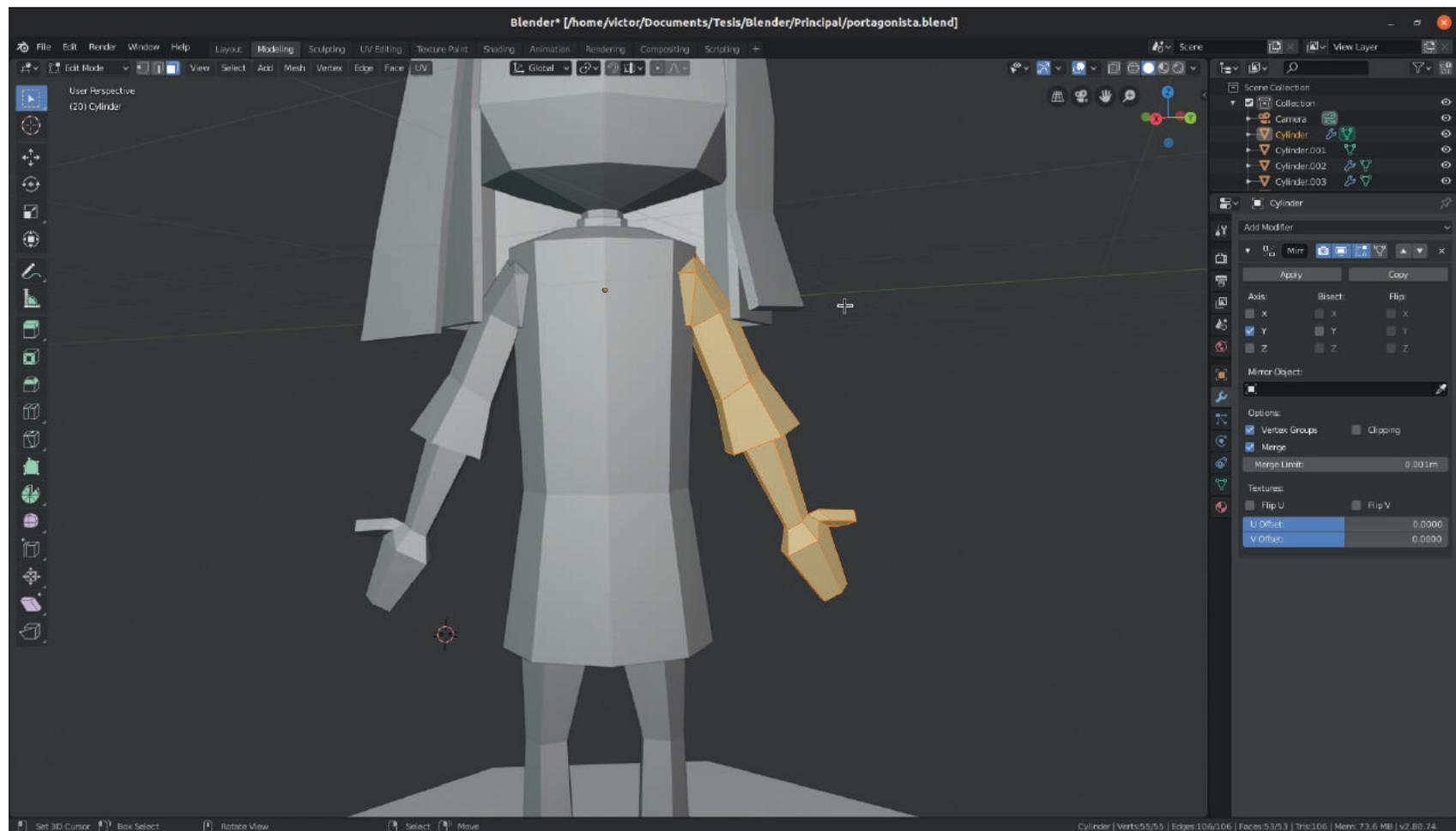
Realidad aumentada

Con el fin de enriquecer la experiencia de lectura y lograr un producto más atractivo. se hace uso de la realidad aumentada para añadir información a las ilustraciones del cuento. Dicha información.

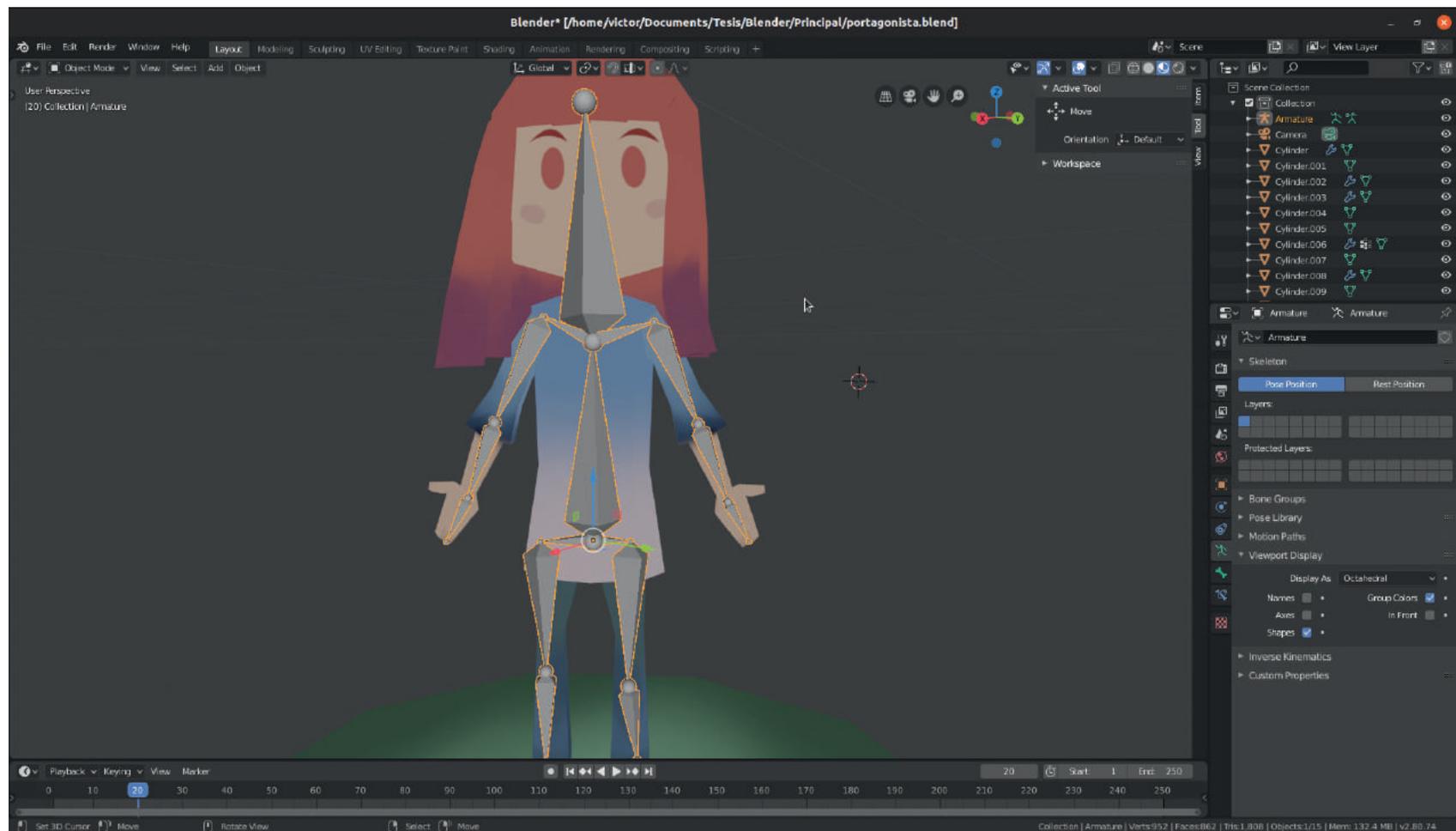
Visualización personajes y escenarios 3D

Para que el lector pueda conocer más sobre el personaje, este podrá verlo en ambientación 3D.

Modelado 3D



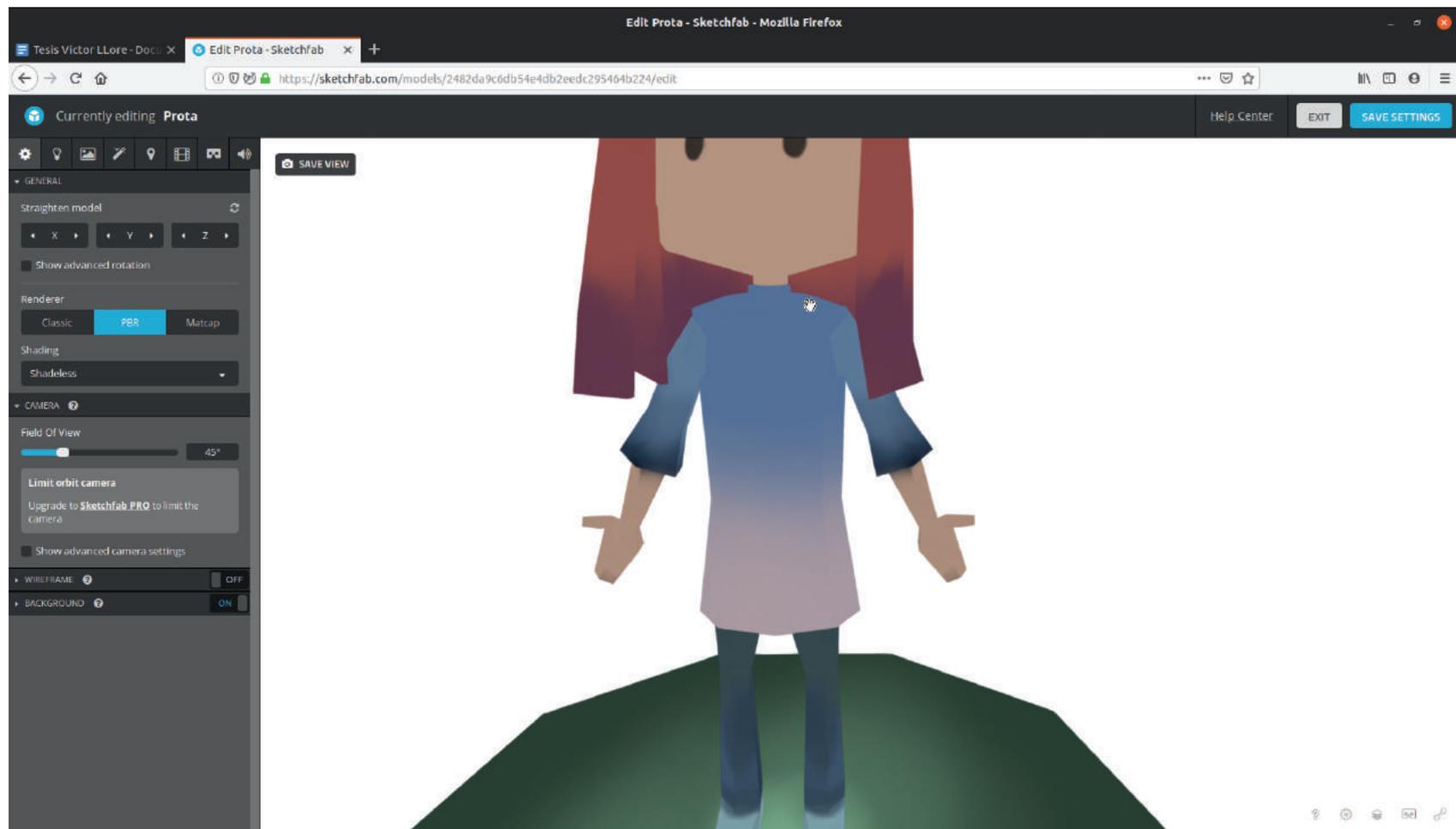
Rigging 3D



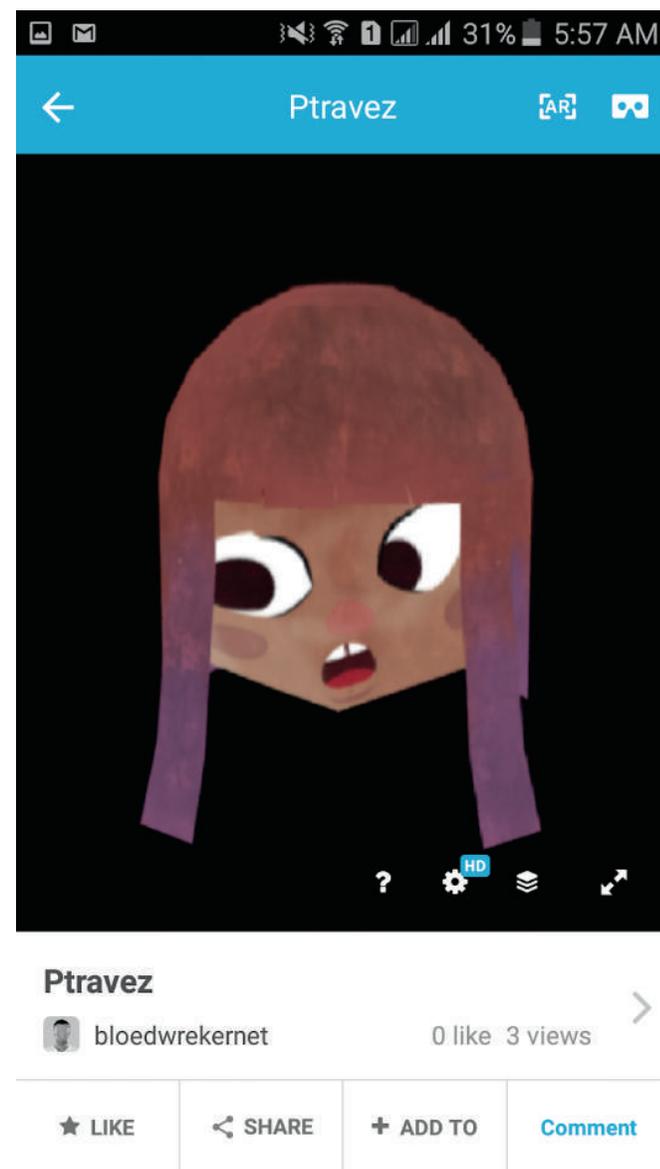
Render 3D



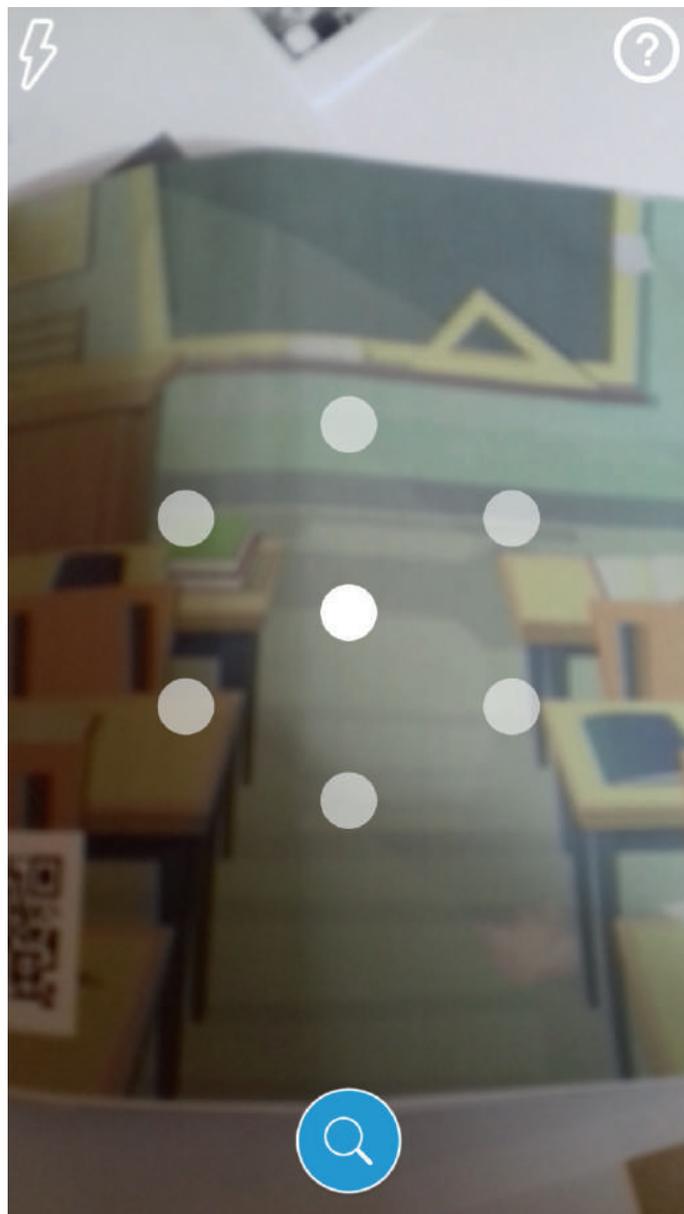
Ajustes del personaje en Sketchfab



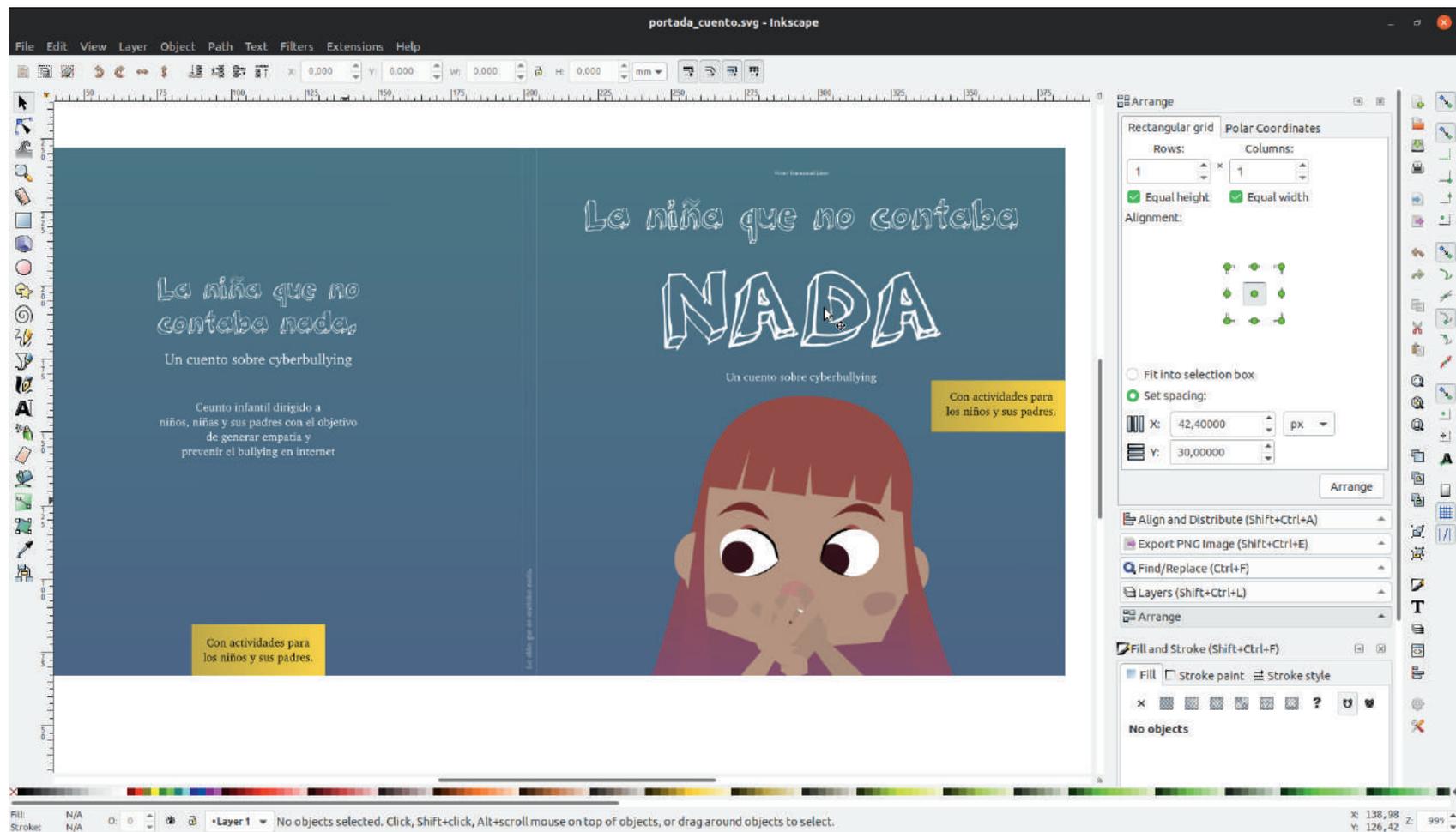
Visualización personaje 3D en Smartphone



Realidad aumentada con HP Reveal



Diseño portada



Prototipo Libro



Ilustraciones Cuento



Ilustraciones Cuento



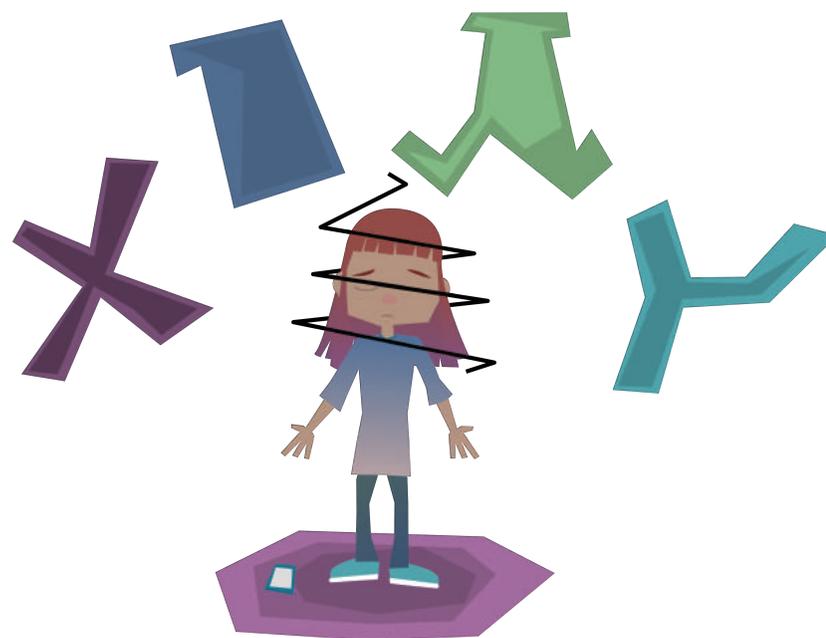
Ilustraciones Cuento



Ilustraciones Cuento



Ilustraciones Cuento



Software Utilizado



GIMP

Imágenes de mapas de bits



INKSCAPE

Gráficos vectoriales



BLENDER

Modelado 3D, UV mapping y Animación



SCRIBUS

Maquetación y exportación PDF.

Conclusiones

Tras el desarrollo del proyecto, se destaca el papel del libro álbum, como medio en el cual el diseñador es protagonista. Con el apoyo de la ilustración el diseñador toma el rol de autor y es quien cuenta la historia. Además la confirmación del libro como medio vigente para públicos de todas las edades. La narración como principal medio para transferir conocimientos. La realidad aumentada como tecnología que suma a la experiencia lectora.

Está en las manos del diseñador incentivar al trabajo con profesionales de otras áreas. El co design ha demostrado adaptarse a gran variedad de proyectos.

Recomendaciones

El diseñador siempre podrá aportar a la solución de problemas. Son varias las especialidades desde las que se puede abordar una problemática. Se recomienda aprovechar las habilidades propias del profesional del diseño y las particulares de cada diseñador para desarrollar soluciones a las necesidades de las personas. El diseñador no debe verse intimidado ante un área que no domine ya que cuenta con los conocimientos de investigación necesarios para el dominio de un tema. Sin que esto signifique que deba trabajar solo, el co design se presenta como una valiosa metodología para abordar problemáticas.

BIBLIOGRAFÍA

Avilés (n.d.) Avilés, J. Bullying Intimidación y maltrato entre el alumnado [Ebook] (pp. 17-18). Bilbao: STEE-EILAS. Retrieved from http://saludxmi.cnpss.gob.mx/inpsiquiatria/portal/saludxmi/biblioteca/sinviolencia/modulo_3/BULLYING_Intimidacion_Maltrato_entreAlumnado.PDF

Avilés, J., Irurtia, M., García, L., & Caballo, V. (2011). EL MALTRATO ENTRE IGUALES: “BULLYING” 1 [Ebook] (p. 75). Behavioral Psychology / Psicología Conductual. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/230704620_Bullying_El_maltrato_entre_iguales_bullying

Avilés, J. (2013). Bullying y Cyberbullying: Apuntes para la elaboración de un Proyecto Antibullying [Ebook] (pp. 5-7). Madrid: CONVIVES. Retrieved from https://drive.google.com/file/d/0BwmG_rAXpAZfM0lJX2x5TXo2ZWhqQnItNkZIMEEt1Mxby1z/view

Álvarez, D. Diseño Editorial Lo que debes saber [Ebook] (p. 3).

Azuma, R. (1997). A survey of augmented reality [Ebook]. Malibu: Presence. Retrieved from <https://www.cs.unc.edu/~azuma/ARpresence.pdf>

Bancroft, T. (2006). Creating characters with personality. New York: Watson-Guptill.

Bhaskaran, L., & Guiu Navarro, S. (2008). ¿Qué es el diseño editorial? (pp. 34-88). Barcelona: Index.

Cassano, C. (2011). ¿Qué son los libros

álbum? [Blog]. Retrieved from <http://integrar.bue.edu.ar/integrar/blog/articulo/que-son-los-libros-album/>

Durán, T. (2005). Ilustración, comunicación, aprendizaje (p. 240,244). Barcelona: Universidad de Barcelona.

Escuela, L. (2017). Libro álbum. Herramientas para el análisis [Blog]. Retrieved from <https://narracionoral.es/index.php/es/documentos/articulos-y-entrevistas/articulos-seleccionados/1377-albumes-ilustrados-herramientas-para-el-analisis>

Feinberg, T., & Robey, N. (2010). Cyberbullying: Intervention and Prevention Strategies [Ebook] (p. 2). National Association of School Psychologists. Retrieved from <https://www.nasponline.org/x33032.xml>

Ghinaglia, D. (2009). TALLER DE DISEÑO EDITORIAL Entre corondeles y tipos [Ebook] (p. 3).

Gamero, H. (2015). Taller aprende a escribir un cuento [Ebook]. Retrieved from <https://www.amazon.es/Taller-aprende-escribir-cuento-Heberto/dp/1517799627>

Garaigordobil, M. (2011). Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: una revisión. International Journal of Psychology and Psychological Therapy, (pp.238.)

Garaigordobil & Oñederra (2009) Garaigordobil, M., & Oñederra, J. UN ANÁLISIS DEL ACOSO ESCOLAR DESDE UNA

PERSPECTIVA DE GÉNERO Y GRUPO [Ebook] (p. 194). Universidad del País Vasco. Retrieved from http://www.sc.ehu.es/ptwgalam/art_completo/2009/A&E%20acoso%202009.pdf

Bibliografía: González, C., Albusac, J., Vallejo, D., & Castro, J. (2009). Realidad Aumentada Un Enfoque Práctico con ARTollKit y Blender [Ebook] (pp. 1,2,5). Escuela Superior de Informática. Retrieved from <https://openlibra.com/es/book/realidad-aumentada-un-enfoque-practico-con-artoolkit-y-blender>

Huerta, E. (s.f). La Co-Creación y el Diseño Colaborativo [Ebook] (pp. 1-2).

Intef. (2013). El álbum y el libro ilustrado | Bibliotecas Escolares. Retrieved from http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/8/cd_2013/m5_5/el_lbum_y_el_libro_ilustrado.html

Martinez, L. (2013). Retículas [Ebook] (pp. 6-9). Retrieved from https://issuu.com/omillode/docs/pdf_interactive

M. de Educación (2016) Ministerio de Educación, UNICEF, & World Vision. Una mirada profunda al acoso escolar en el Ecuador [Ebook] (pp. 32-69). Quito. Retrieved from https://www.unicef.org/ecuador/acoso_escolar_final002.pdf

Mendoza (2012) Acoso cibernético o cyberbullying: Acoso con la tecnología electrónica. [Ebook] (p. 133). México.

Bibliografía

Retrieved from
<https://www.medigraphic.com/pdfs/conapeme/pm-2012/pm123g.pdf>

Nikolajeva, M. (2015). How picturebooks work. [Place of publication not identified]: Routledge.

Olweus (1999). OLWEUS, D., JUNGER-TAS, J., MORITA, Y., SLEE, P., Smith, P., & Catalano, R. The Nature of School Bullying. A cross-national perspective. (p. 31). Londres: Routledge.

Pratt, A., & Nunes, J. (2013). Diseño interactivo (p. 12-52,62). Barcelona: Océano.

Perren, S., Dooley, J., Shaw, T., & Cross, D. (2010). Bullying in school and cyberspace: Associations with depressive symptoms in Swiss and Australian adolescents [Ebook] (p. 2). Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health. Retrieved from <https://capmh.biomedcentral.com/track/pdf/10.1186/1753-2000-4-28>

Sanders, E., & Stappers, P. (2008). Co-creation and the new landscapes of design [Ebook] (p. 2, 8-12). Retrieved from <https://studiolab.ide.tudelft.nl/manila/gems/contextmapping/PreprintDraft.pdf>

David Sanmiguel. (2013). Todo sobre la técnica de la ilustración. Barcelona (España): Parramón Paidotribo.

Van der Linden, S. (2015). Álbum(es). Barcelona: Ekare.

Vite, W. (2012). Ilustraciones de personajes ilustres de la Ciudad de Cuenca y aplicación en camisetas promocionales, dirigidas a niños y a niñas de 6 años en adelante [Ebook] (pp. 25-27). Cuenca: Universidad de Cuenca. Retrieved from <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/389>

Zappaterra, Y. (2006). Diseño editorial: periódicos y revistas. Barcelona: Gustavo Gili.

ANEXOS



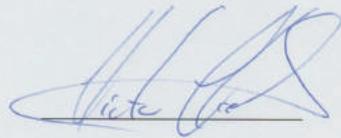
ANEXOS

Design of an editorial product to prevent cyberbullying in children

Abstract

Internet access for children transfers bullying to the virtual space. This is known as cyberbullying, which has consequences that affect those involved in the academic, family and mainly personal fields. The present project seeks to prevent these situations through the use of stories, along with illustration, editorial design, co-design, user-centered design and interactivity to create an album story aimed at children from 10 to 11 years of age and their parents about cyberbullying. The product also counts with augmented reality and 3D scenarios to enrich the experience.

Key words: story, illustration, editorial design, co-design, user-centered design, interactivity, cyberbullying



Student's Signature



Diego Felipe Larriva Calle, Des.
Thesis Supervisor

Student's name: Víctor Emmanuel Llore Serrano

ANEXOS

ENCUESTA

¿Te gusta leer? SI NO

¿Has leído al menos un libro en este año? SI NO

¿Prefieres los cuento cortos o largos? Cortos Largos

¿Te gustan los cuentos con pocas o muchas ilustraciones o dibujos?

Pocas Muchas

¿Cual ha sido tu libro o saga favorita?

¿Sabes que es el acoso escolar o bullying? SI NO

¿sabes que es el ciberacoso o cyberbullying? SI NO

¿Tienes acceso a un Smartphone? SI NO

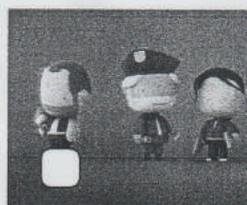
¿Tienes perfiles en Redes sociales? SI NO

¿Te gustaría un cuento ilustrado sobre el cyberbullying? SI NO

¿Te emociona participar en la creación de un cuento? SI NO

¿Que tipo de ilustración te parece más atractiva para un cuento?

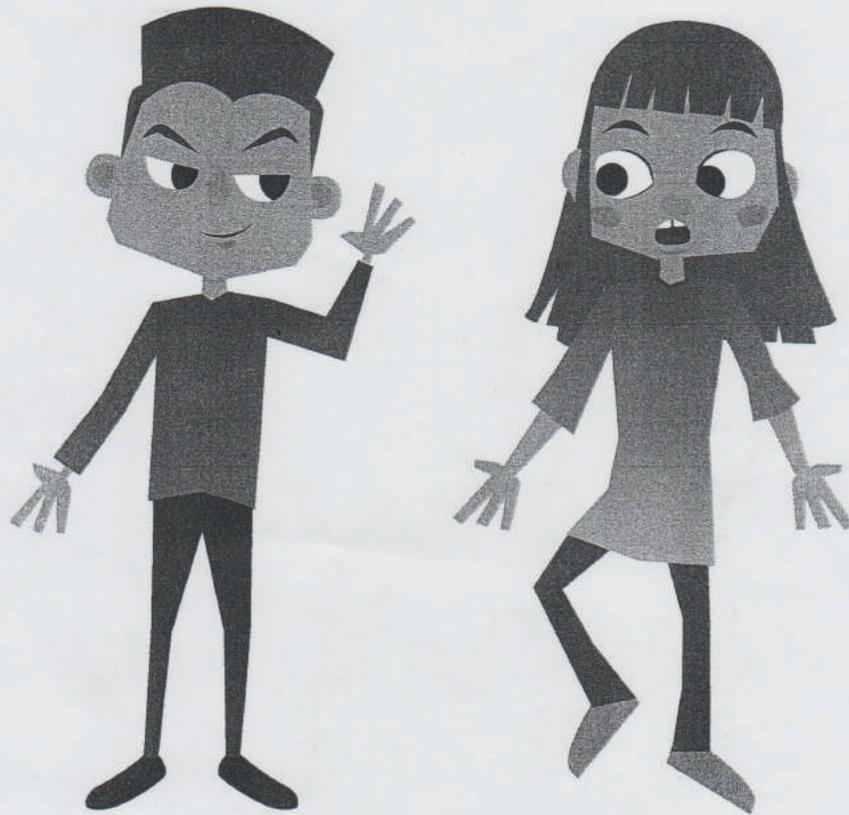
Marca los DOS que más te gusten.



ANEXOS

PERSONAJES

Elige el nombre que más te guste para los personajes.



- Andres
- Michael
- Bruno
- Erick

- Jessica
- Angelita
- Carla
- Alexandra