



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

EL DISEÑO GRÁFICO Y SU INCIDENCIA EN LA PUBLICIDAD SOCIAL, PARA DISMINUIR Y CONCIENTIZAR LAS PROBLEMÁTICAS SOCIALES COMO: TABAQUISMO, DROGADICCIÓN Y EXPLOTACIÓN INFANTIL, EN NIÑOS Y JÓVENES DE 9 A 18 AÑOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de trabajo de graduación que se presenta como requisito para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.

Autor: Darío Alexander Cassa Núñez

Tutor: Mcs. William Ortega

Lector: Lic. Diego Trujillo

Quito, Diciembre de 2017



TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 20 de Septiembre de 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) CASSA NUÑEZ DARIO ALEXANDER de la carrera de Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación fue: **La incidencia del diseño gráfico y la Publicidad en problemáticas sociales tales como la drogadicción, tabaquismo, explotación infantil, destinados a niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.** ; una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.


ING. WILLIAM ORTEGA
TUTOR DEL PROYECTO


ING. DIEGO TRUJILLO
LECTOR DEL PROYECTO


ING. LIZEH GUERRERO
DIRECTOR DE ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA


ING. GALO CISNEROS
COORDINADOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Matriz:
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pag. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

Campus 2:
Bracamoros N15-163 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

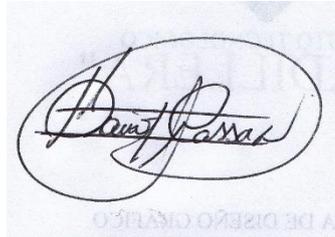
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Cassa Núñez Dario Alexander portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1724169477 .de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto “EL DISEÑO GRÁFICO Y SU INCIDENCIA EN LA PUBLICIDAD SOCIAL, PARA DISMINUIR Y CONCIENTIZAR LAS PROBLEMÁTICAS SOCIALES COMO: TABAQUISMO, DROGADICCIÓN Y EXPLOTACIÓN INFANTIL, EN NIÑOS Y

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

JÓVENES DE 9 A 18 AÑOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Cassa Núñez Dario Alexander

CEDULA

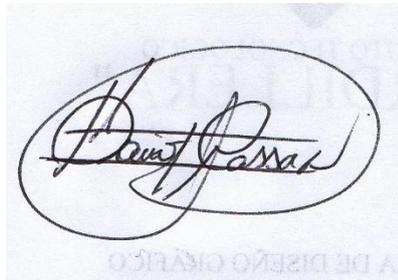
1724169477

Quito, Diciembre de 2017

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Dario Alexander Cassa Núñez, certifico que el presente proyecto denominado: “El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.”, es producto de mi trabajo e investigación, dejando el claro que los distintos aportes informativos de otros autores han sido debidamente referenciados.



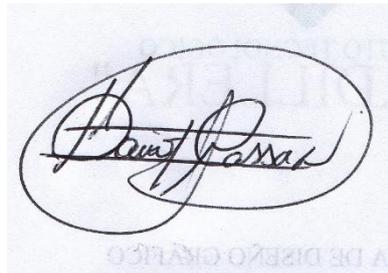
Dario Cassa

C.I.: 1724169477

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

AGRADECIMIENTO

Yo, agradezco primeramente a mis padres que han dado todo el esfuerzo para que yo ahora este culminando esta etapa de mi vida y darles las gracias por apoyarme en todos los momentos difíciles de mi vida. También agradezco a los distinguidos profesores que en todo mi ciclo como estudiante pasaron por mi aula compartiendo sus conocimientos y ayudándome a superarme cada día más para, gracias a ellos soy lo que ahora soy y con el esfuerzo de ellos y mi esfuerzo ahora puedo ser un gran profesional y seré un gran orgullo para ellos y para todos los que confiaron en mí.



Dario Cassa

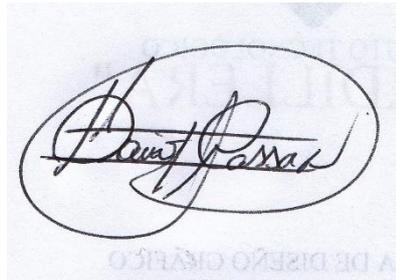
C. I.: 1724169477

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis primeramente a Dios que supo guiarme y darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades que se presentaban, y nunca fallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, ayuda en los momentos difíciles y por ayudarme en los recursos necesarios para estudiar. Me han dado lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño y perseverancia para conseguir mis objetivos.

A handwritten signature in black ink, enclosed in a hand-drawn oval. The signature is cursive and appears to read 'Dario Cassa'. The background is a light blue grid pattern.

Dario Cassa

C. I.: 1724169477

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Contenido

CAPÍTULO I

1.02 Tema de investigación	17
1.03. Planteamiento del problema.....	17
1.03.01. Contextualización	17
1.03.01.01. Macro (Mundial).....	17
1.03.01.02. Meso (Ecuador).....	19
1.03.03.03. Micro (Quito).....	21
1.03.05. Árbol de Problemas.....	22
1.03.05.01 Análisis Crítico	23
1.03.06. Prognosis.....	23
1.03.07. Formulación del problema	24
1.03.08. Preguntas Directrices	24
1.03.09. Delimitación.....	24
1.03.09.01. Delimitación Temporal	24
1.03.09.02. Delimitación Espacial	25
1.04 Justificación	25
1.04.01. Novedad	25
1.04.02. Beneficiarios	26
1.04.03. Impacto	26
1.04.04. Factibilidad	26
1.04.05. Plan Nacional del Buen Vivir	27
1.05. Objetivos.....	28
1.05.01. Objetivo General.....	28
1.05.02. Objetivos Específicos.....	28
CAPÍTULO II	29
2.01. Antecedentes Investigativos.....	29
2.02. Fundamentación Filosófica.....	38
2.03. Fundamentación Legal.....	39
2.04. Gráficos de Inclusión	47
2.04.01. Variable Independiente	47
2.04.02. Variable Dependiente.....	49

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.05. Hipótesis	51
2.05.01. Nula.....	51
2.05.02. Alternativa.....	51
2.06. Señalamiento de las variables de la hipótesis	52
2.06.01. Variable Independiente	52
2.06.02. Variable Dependiente.....	52
CAPÍTULO III	53
3.01. Enfoque	53
3.02. Modalidad básica de investigación	54
3.02.01. Investigación de campo.....	54
3.02.02. Investigación Bibliográfica.....	54
3.03. Tipos de Investigación	55
3.03.01. Asociación de variables	55
3.03.02. Investigación Descriptiva.....	55
3.03.03. Investigación Explicativa.....	55
3.04. Población y Muestra	56
3.05. Operacionalización de las Variables	58
3.06 Plan de Recolección de Información	60
CAPÍTULO IV	62
4.01. Fuentes de Recolección de Información.....	62
4.02. Procesamiento y análisis	62
4.03. Resultados de las Encuestas.....	64
CAPÍTULO V	74
5.01. Tema	74
5.02. Introducción	74
5.03. Descripción de la herramienta.	75
5.03.01 Adobe Illustrator Cs6.....	75
5.03.02 Adobe Photoshop Cs6.....	75
5.04 Formulación del proceso de aplicación.....	76
5.04.01 Grupo Objetivo	76
5.04.02 Problemas comunicacionales	76
5.04.03 Objetivos comunicacionales	77
5.04.04 Estrategia Creativa.....	77

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

5.04.05. Reason Why	78
5.04.05. Plan de Medios.....	79
5.05. Presupuesto de campaña	79
5.06. Flow Chart	81
5.07. Proceso y aplicaciones gráficas	82
CAPÍTULO VI	94
6.01. Recursos.....	94
6.01.01. Recursos Materiales	94
6.01.02. Recursos Humanos.....	95
6.01.03. Recursos Institucionales.....	95
6.01.04. Recursos Económicos	95
6.02. Cronograma.....	96
CAPÍTULO VII	100
7.01. Conclusiones	100
7.02. Recomendaciones	100
7.03. Bibliografía	102
7.04. Anexos	103

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de las variables (Variable Independiente)	58
Tabla 2: Operacionalización de las variables (Variable Dependiente).....	59
Tabla 3: Plan de recolección de información.....	60
Tabla 4: Técnicas de Instrumentos de Investigación	61
Tabla 5: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 1	64
Tabla 6: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 2.....	65
Tabla 7: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 3.....	66
Tabla 8: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 4.....	67
Tabla 9: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 5.....	68
Tabla 10: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 6.....	69
Tabla 11: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 7	70
Tabla 12: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 8.....	71
Tabla 13: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 9.....	72

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 14: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 10.....	73
Tabla 15: Presupuesto de Producción	79
Tabla 16: Presupuesto de Flyers	80
Tabla 17: Presupuesto de Microperforados	80
Tabla 18: Presupuesto de Adhesivos	80
Tabla 19: Presupuesto de Vallas	80
Tabla 20: Flow Chart	81
Tabla 21: Recursos Materiales.....	94
Tabla 22: Recursos Económicos.....	96
Tabla 23: Cronograma de Actividades	97

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Mapa Distrito Metropolitano de Quito	25
Gráfico 2: Diagrama pastel, Pregunta 1	64
Gráfico 3: Diagrama pastel, Pregunta 2	65
Gráfico 4: Diagrama pastel, Pregunta 3	66
Gráfico 5: Diagrama pastel, Pregunta 4	67
Gráfico 6: Diagrama pastel, Pregunta 5	68
Gráfico 7: Diagrama pastel, Pregunta 6	69
Gráfico 8: Diagrama pastel, Pregunta 7	70
Gráfico 9: Diagrama pastel, Pregunta 8	71
Gráfico 10: Diagrama pastel, Pregunta 9	72
Gráfico 11: Diagrama pastel, Pregunta 10	73
Gráfico 12: Fotografías originales para afiches	82
Gráfico 13: Proceso de edición para las 3 fotografías	83
Gráfico 14: Afiches terminados	83
Gráfico 15: Implementación de textos	84
Gráfico 16: Proceso de diseño de adhesivos	84
Gráfico 17: Fotografía editada para adhesivo 1	85
Gráfico 18: Adhesivo 1 terminado.....	85

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Gráfico 19: Fotografía para adhesivo 2	86
Gráfico 20: Construcción de adhesivo 2	86
Gráfico 21: Implementación de textos	87
Gráfico 22: Adhesivo 2 terminado.....	87
Gráfico 23: Fotografía editada para adhesivo 3	88
Gráfico 24: Elementos de texto que van a ser utilizados	88
Gráfico 25: Adhesivo 3 terminado.....	89
Gráfico 26: Fotografías para vallas y microperforados	90
Gráfico 27: Proceso de construcción de microperforado y vallas	91
Gráfico 28: Microperforado y valla terminado	91
Gráfico 29: Proceso de construcción, microperforado y valla 2.....	92
Gráfico 30: Microperforado y valla 2 terminada	92
Gráfico 31: Microperforado y valla 3 terminada	93

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problemas	22
Figura 2: Gráficos de inclusión.....	47

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

RESUMEN EJECUTIVO

En la sociedad actual existen diversos problemas que afectan directamente a niños y jóvenes de 9 a 18 años, estos son: tabaquismo, drogadicción, explotación infantil, hechos que se viven día a día en la ciudad y que van consumiendo lentamente a los involucrados en estas problemáticas sociales.

Estas problemáticas sociales en lo jóvenes se deben a factores familiares y económicos por no tener un guía en su familia, que vele por su seguridad y bienestar.

En la ciudad y en el país existe una extensa publicidad y campañas que muestran un rechazo frente a estos temas, pero no han logrado tener un impacto positivo en la sociedad, debido al mal manejo de las diferentes herramientas gráficas.

En este proyecto de investigación se hará la inclusión de piezas graficas idóneas para transmitir el mensaje, y mediante éste buscar la concientización de las personas sobre estas problemáticas sociales.

ABSTRAC

In today's society there are several problems, which directly affect children and young people from 9 to 18 years, these are: smoking, drug addiction, child exploitation. They are facts that are lived day by day in the city and that are slowly consuming those involved in this.

These social problems are due to many factors such as: family, economic, many young people may fall into this because they do not have a guide in their family, who watches for their safety and well-being.

In the city and in the country, there is a lot of publicity, campaigns, etc., which show a rejection of these issues, but they have not managed to have a positive impact on society due to the mismanagement of the different graphic tools.

In this research project will include the inclusion of graphic pieces suitable to convey the message, and through this seek to raise awareness of these social issues.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación que se presenta tiene como objetivo determinar la incidencia del diseño gráfico en la publicidad social y en problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción, y explotación infantil, la locación a investigar será en general el Distrito Metropolitano de Quito, se va a utilizar piezas gráficas con un mensaje correctamente manejado, con la finalidad de crear la concientización en la sociedad en la que vivimos.

Se recolectará información y opiniones de las personas que habitan la ciudad de Quito tanto en el sur centro y norte, la cual será analizada profundamente y permitirá determinar que estrategias de publicidad y medios de comunicación y difusión utilizar.

El material gráfico que se utilizará será impactante pues a través de fotos e ilustraciones adecuadas los mensajes comunicacionales serán más adecuados, buscando así llegar a grandes grupos de personas y lograr la concientización sobre estas problemáticas sociales.

CAPÍTULO I

1.01. Contexto

El diseño gráfico y la publicidad en nuestro país es limitada y muchas de las veces poco efectiva, el fin de este proyecto de investigación científica es el de obtener información y determinar la incidencia del diseño y la publicidad dentro del campo de problemáticas sociales como son: las drogas, tabaquismo, explotación infantil etc.

Para dichos problemas hay diferentes productos y lugares publicitarios que busca generar conciencia en la gente, pero muchas de las veces no cumplen esa meta y no llegan a impactar en los consumidores de dichos productos.

El porqué de este deficiente impacto es el que obtendremos con este proyecto, y la información tendrá un fin específico que es de mejorar la publicidad de dichos temas, e implementar o proponer nuevas estrategias de publicidad para que logren las metas en los consumidores que es de crear conciencia.

Un ejemplo muy claro es la publicidad que lleva en su empaque los cigarrillos de toda marca, publicidad visual a través de fotos muy crudas para la vista de la gente, pero ni aun así se llega al objetivo que es el de crear conciencia y que la gente deje de fumar, muchas de las veces a esta publicidad se lo toma a la ligera o simplemente nos impacta por el morbo de ver imágenes tan crudas en toda su expresión.

El objetivo general que tiene este proyecto de investigación es recabar información real y opiniones de la gente y determinar el porqué del bajo impacto e incidencia del diseño y la publicidad en estos temas de actualidad en los jóvenes especialmente, también

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

se busca soluciones puntuales a esta deficiencia de publicidad, creando y proponiendo nuevas estrategias comunicacionales.

1.02 Tema de investigación

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.03. Planteamiento del problema

1.03.01. Contextualización

1.03.01.01. Macro (Mundial)

Dentro de esta variada América latina puedo decir sin duda que el diseño gráfico se ha extendido y popularizado de manera extraordinaria como una herramienta esencial para la comunicación y para las ventas, influenciado por países del primer mundo y aclaro que la influencia de estos países no quiere decir que estamos por debajo de estos al momento de crear, de diseñar. Londres y Paris fueron las capitales del diseño gráfico.

En este punto es donde el diseño gráfico en Latinoamérica tiene una notoria separación en dos caminos, llamaría el diseño gráfico de autor o independiente y el diseño gráfico institucional o dependiente. El diseño gráfico de autor o independiente se refiere a la parte artística donde se puede dar a conocer varios pensamientos como personas temas que tal vez se refieren a miradas como diseñadores gráficos sin tantas limitantes como targets donde afloran los gustos o técnicas, los que se refiere a Argentina y más específico a Buenos Aires este tipo de diseño independiente es muy valorado y muy practicado para

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

explorar la capacidad técnica y de comunicación con propias reglas y por qué no también para vender como profesionales. La autogestión no lucrativa es muy importante para surgir en este medio con tanta competencia y con tanta gente con capacidades de comunicación extraordinarias. En la actualidad, es innegable que la publicidad desempeña un papel de gran relevancia dentro de la sociedad industrializada en la que vivimos. Es la herramienta con la que las empresas hacen llegar sus productos, su imagen y, aunque se hayan producido cambios de 360° como consecuencia de los cambios acontecidos en los canales de emisión. (La televisión deja de ser el canal fundamental de la publicidad, para dar paso a otros canales como por ejemplo Internet), no deja de ser fundamental para cualquier estrategia de negocios de las mismas.

Las compañías empezaron a invertir menos en la publicidad tradicional para utilizar más recursos en la digital. En 2013 en Brasil se destinó, del total del dinero para marketing, un 12% a lo digital, mientras que en Uruguay, un 6,2%; en Argentina, un 14%; en Perú, un 3%; en Chile, un 6,8%, y en Colombia y México, un 6 por ciento. Sin embargo, aunque estos números parezcan demasiado, palidecen en comparación con Estados Unidos, Australia y Europa, donde se destina entre el 30 y el 40 por ciento. "La gran cantidad de dinero para estas extensas campañas lo suelen proveer las grandes compañías que impactan en sus sectores, especialmente las relacionadas a tecnología, moda y gastronomía" (Abad, 2014)

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.03.01.02. Meso (Ecuador)

La inversión publicitaria en los medios tradicionales ecuatorianos decreció 13,9% en octubre del año pasado con respecto al mismo mes de 2014. Y, en términos generales, hubo una disminución del acumulado (enero a octubre de 2015) de 10,4% con respecto a 2014, según un estudio de mercado de la empresa Infomedia, especializada en auditoría y estadísticas publicitarias

Esta realidad no es solo nacional, sino mundial. De acuerdo con el informe del centro de investigación PEW, publicado en abril de 2015 sobre el estado de los medios de comunicación, desde 2011 lo digital ha ganado el corazón de las marcas y empresas. Eso se demuestra en un aumento de \$ 19 mil millones en la inversión en publicidad digital en 4 años, mientras que los canales de información tradicionales perdieron \$ 3 mil millones. Un factor en común detectado por los publicistas en los últimos años son los nuevos hábitos de los usuarios, que han tenido un impacto fuerte en el campo de acción de los comunicadores y periodistas ante una sociedad informada. Entre las 06:00 y 08:30, 12:30 y 14:30 y, finalmente, entre las 19:00 y 22:00 la televisión en Guayaquil y Quito despunta en comparación con otros medios, incluso de internet, llegando a tener hasta más del 50% de la audiencia, debido a los noticiarios. Es así que la televisión se lleva el 58% del mercado publicitario en comparación con la prensa que le sigue con el 15%, es decir, hay una diferencia de 43%. En tercer lugar, está la radio con el 14%, apenas un punto porcentual por debajo de la prensa y la vía pública (vallas publicitarias, paradas de bus, centros comerciales, etc.) con el 7%. La revista y los suplementos se encuentran en el último lugar con el 3% cada uno.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

¿A qué se debe la disminución de la inversión en publicidad en los medios tradicionales del país? De acuerdo con los publicistas consultados uno de los factores es la situación económica mundial que ha generado una contracción general del mercado, repercutiendo en la reducción “importante” de los presupuestos de los anunciantes. Otra de las razones - aseguran- recae en algunas de las regulaciones de la Ley Orgánica de Comunicación que habrían dificultado el trabajo de las agencias publicitarias en la reducción del tiempo de tandas publicitarias o en estipular franjas horarias para ciertos productos. (Telégrafo, 2016).

EL DISEÑO ACTUAL EN ECUADOR

"En Ecuador existe talento creativo a niveles internacionales, y que este podría aportar al mundo innovación tanto al ámbito empresarial como mejorando la calidad de vida de las personas. Desgraciadamente creo que esto no se ha logrado por:

- Falta de estrategias que contribuyan a mejorar la dinámica de los negocios a través del manejo efectivo del diseño.
- Falta de redes que promuevan y potencien el encuentro entre la comunidad de profesionales de diseño, las empresas e instituciones y el sistema de generación de valor.
- Falta de centros, institutos, organizaciones, eventos, marcas y/o proyectos que sirvan como referentes del diseño y la innovación." (Juan Alvarado, 2016)

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.03.03.03. Micro (Quito)

En la actualidad en Quito se desarrollan varias campañas publicitarias tratadas y controladas por el municipio de Quito, debido a esto todas las publicaciones que lleven estas campañas llevan el logotipo del municipio de Quito para determinar que ellos llevan la responsabilidad y dirección de dicha publicidad.

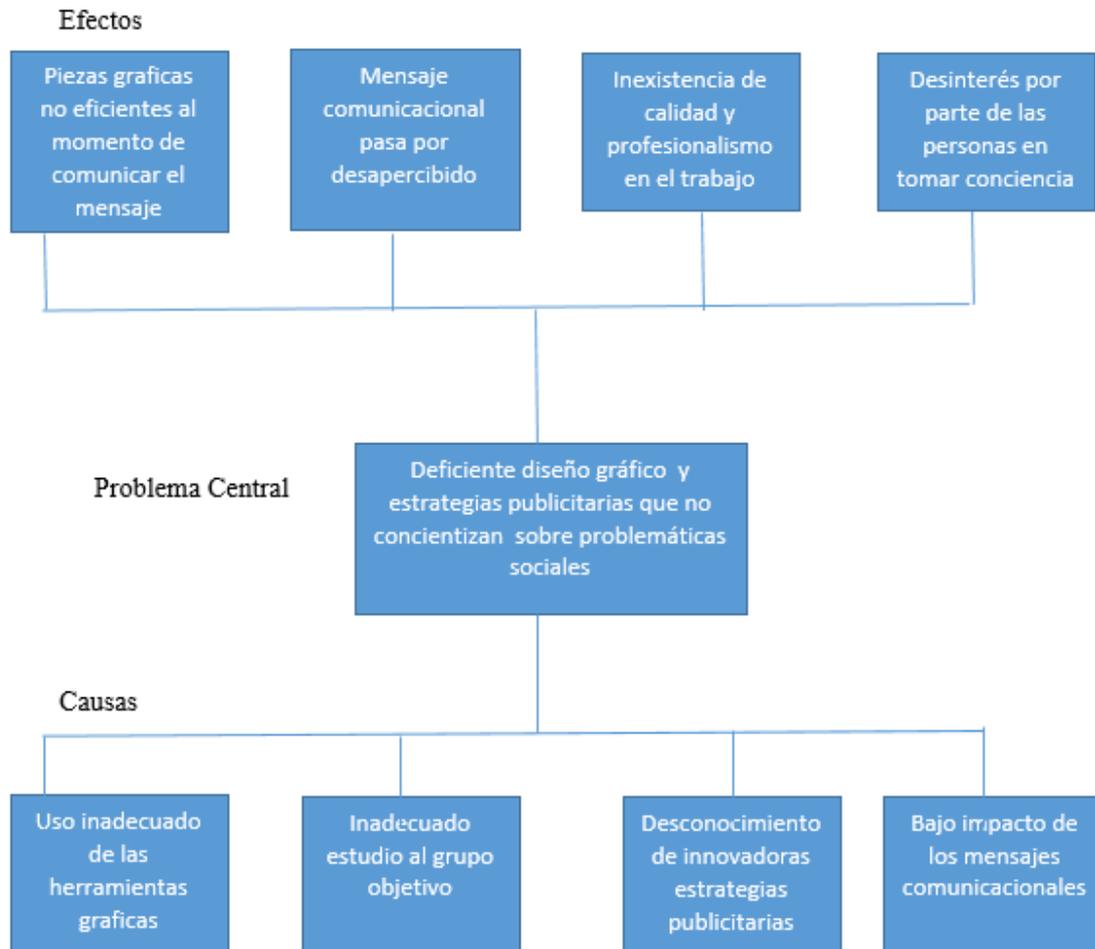
La estructura del diseño en la ciudad es el logotipo del municipio y adicionalmente logotipos de los patrocinadores que están trabajando en la campaña.

La incidencia del diseño gráfico y la publicidad en la ciudad es satisfactoria en escasos temas como por ejemplo cuando es dirigido a la parte cultural de la ciudad.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 1: Árbol de problemas

1.03.05. Árbol de Problemas



Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.03.05.01 Análisis Crítico

Las problemáticas sociales que se ven hoy en día son muchas y afectan a jóvenes y niños, en la actualidad se espera que mediante el diseño gráfico y la publicidad que son dos herramientas poderosas de comunicación se logre la concientización y erradicación de estas problemáticas en la sociedad, pero muchas de las veces no se obtiene ese resultado debido a varias situaciones actuales de la publicidad en el país como son que los publicistas no estudian a fondo al grupo objetivo y por ende no producen piezas gráficas eficientes ante las personas.

Por otra parte los publicistas tampoco cumplen en su totalidad su trabajo ya que no existe un estudio extenso ni minucioso al grupo objetivo a los que van dirigidos su publicidad, si no existe dicho estudio profundo no se puede lanzar una publicidad porque no lograrán llegar a las personas con el mensaje que quieren y para la mente del consumidor será un mensaje pasajero y no permanente que es lo que se busca, y si los mensajes comunicacionales tienen un bajo impacto no se lograra llegar al objetivo de la campaña y será una pérdida de tiempo y dinero.

1.03.06. Prognosis

Un pronóstico sería la existencia de un índice de muerte debido a diferentes causas como el tabaquismo y alcoholismo principalmente, otra circunstancia sería un distanciamiento de la familia de los jóvenes y niños que se encuentran inmersos en este círculo de problemas, llegarían a ser unas personas aisladas de la sociedad debido a su incorrecto estilo de vida o por culpa de los vicios se volverían delincuentes, vagabundos, personas que serían un peligro para la sociedad día a día.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.03.07. Formulación del problema

¿Incide el diseño gráfico en las campañas de concientización social en contra del tabaquismo, drogadicción y explotación infantil?

1.03.08. Preguntas Directrices

- ¿Cómo incide el Diseño Gráfico en las campañas de concientización en contra de diversas problemáticas sociales?
- ¿Qué estrategias publicitarias y medios de comunicación se utilizan para difundir el tema en la sociedad?
- ¿Cuál es el impacto que generan estas campañas publicitarias en contra de las problemáticas sociales en grupos grandes de personas?

1.03.09. Delimitación

1.03.09.01. Delimitación Temporal

El presente proyecto de investigación se desarrollará desde el 8 de mayo hasta septiembre del 2017

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.03.09.02. Delimitación Espacial

La investigación se desarrollará en Ecuador, en la provincia de Pichincha, Cantón Quito



Gráfico 1 Mapa Distrito Metropolitano de Quito

Fuente: Google Más

1.04 Justificación

1.04.01. Novedad

La novedad de esta investigación será el material gráfico que se implementará con mensajes comunicacionales más efectivos que impacten en las personas.

Este proyecto de investigación se centrará en buscar una solución a la deficiente publicidad y diseño gráfico que tienen que ver con las problemáticas mencionadas anteriormente.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.04.02. Beneficiarios

Los beneficiarios directos de este proyecto de investigación serán los niños y jóvenes que se encuentran en este círculo de problemas sociales, porque se lograra mejorar la publicidad e información sobre estos temas y crear conciencia en la mente de ellos.

Existirán beneficiarios indirectos o secundarios que serán la familia que está detrás de cada uno de estos jóvenes y niños, porque sus hijos, sobrinos, primos, nietos, etc., lograrán salir de estos vicios y tener un sano estilo de vida y dar tranquilidad a sus familias.

1.04.03. Impacto

El impacto que tendrá esta investigación netamente será social, ya que mediante la misma se busca reintegrar a jóvenes y niños a la sociedad de la cual están alejados por culpa del alcoholismo drogadicción entre otros problemas que existen hoy en día.

La publicidad y el diseño gráfico causan un gran impacto en la sociedad porque existen herramientas que llevan información de diferentes temas o acontecimientos.

1.04.04. Factibilidad

Este proyecto de investigación es factible hacerlo porque se buscará opiniones y datos reales de acuerdo a la influencia que causa en las personas en la actualidad la publicidad dedicada a las problemáticas sociales.

Se contará con todos los recursos humanos y económicos para la realización de este proyecto como es personas que aportaran con información veraz y concisa de dichos temas tratados en el proyecto y la movilidad necesaria para recaudar información y datos de diferentes puntos de la ciudad y así tener una base de datos amplia para poder trabajar.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.04.05. Plan Nacional del Buen Vivir

Este proyecto se alinea con el objetivo #3 del Plan Nacional del Buen Vivir: “Mejorar la calidad de vida de la población”. La calidad de vida alude directamente al Buen Vivir de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas. Dicho de otra manera, tiene que ver con el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de los individuos y de las colectividades, en su afán por satisfacer sus necesidades y construir un proyecto de vida común. El concepto de Buen Vivir integra factores asociados con el bienestar, la felicidad y la satisfacción individual y colectiva, que dependen de relaciones sociales y económicas solidarias, sustentables y respetuosas de los derechos de las personas y de la naturaleza, en el contexto de las culturas y sistemas de valores y en relación con expectativas, normas y demandas.

Este objetivo propone, por tanto, acciones públicas, con un enfoque intersectorial y de derechos, que se concretan a través de sistemas de protección y prestación de servicios integrales e integrados. En estos sistemas, los aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales se articulan con el objetivo de garantizar los derechos del Buen Vivir, con énfasis en los grupos de atención prioritaria, los pueblos y nacionalidades.

Ya que la población tiene derecho a vivir en un entorno saludable y con las problemáticas sociales que hoy en día afectan a niños y jóvenes no se logra llegar ha dicho entorno, esto se puede mejorar en la actualidad mediante un arduo trabajo de la mano de instituciones que son dirigidas al bienestar de los niños y jóvenes de este país.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.05. Objetivos

1.05.01. Objetivo General

Investigar, la incidencia del Diseño Gráfico en la publicidad social dedicada a temas de problemáticas sociales como tabaquismo, drogadicción y explotación infantil en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.05.02. Objetivos Específicos

- Analizar el tipo de diseño actualmente utilizado en el área social.
- Identificar el grado de concientización que generan las campañas sociales.
- Diseñar piezas gráficas con mensajes comunicaciones de alto impacto, como aporte al presente trabajo de investigación.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO II

2.01. Antecedentes Investigativos

Historia del Diseño Gráfico

La historia del diseño gráfico recibió por parte de los miembros de la Asociación Americana de Editores la denominación de “hito en la historia de la edición”. Esta obra fundacional continúa su larga tradición de proveer un conocimiento equilibrado y completo. Proporciona un material lúcido, con textos simplificados y didácticos para su fácil comprensión, pies de foto interpretativos, con cientos de imágenes a todo color y con la más avanzada información; e incluye un capítulo sobre el diseño de tipografía moderna. Esta recopilación histórica revela, entre otros temas, la invención de la escritura y los alfabetos, los manuscritos medievales, los orígenes de la impresión y la tipografía, el diseño gráfico renacentista, el movimiento arts. and crafts, la gráfica, el arte moderno y su impacto en el diseño, la identidad visual y las imágenes conceptuales, el diseño posmoderno y la revolución de la gráfica de los ordenadores.

Todos estos temas son básicos en el Diseño Gráfico por lo que debemos tener conocimiento de todos por igual para tener un desenvolvimiento eficaz cuando tengamos que salir al mundo del trabajo. (Philip B. Meggs, 1983)

Un repaso por la historia del Diseño Gráfico

El génesis del diseño lo podemos encontrar en las pinturas rupestres, 20 mil A.C. aproximadamente, en las mismas se observan figuras representando animales y otros seres humanos, se estima, con fines religiosos.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Los egipcios elaboraron un avanzado sistema de escritura, los jeroglíficos, pronto diseñaron también un soporte más resistente al paso del tiempo llamado papiro.

Llegando a la edad media se comienza a prestar atención a las ornamentaciones y decoraciones, añadiendo atractivas misceláneas e ilustraciones a los textos principalmente religiosos. Había especial interés de la iglesia en escribir biblias llamativas para ayudar difundir el mensaje religioso.

Ya para el año 1440 Johan Gutenberg diseña la imprenta, un artefacto capaz de reproducir textos e imágenes sobre papel en escala masiva. Nace la industria de la imprenta moderna, esto permitió lanzar un sinnúmero de productos impresos en todo el mundo. Se crean nuevos materiales, nuevas tintas, fuentes tipográficas de todo tipo y se crea una nueva profesión: el tipógrafo o cajista, un técnico especialista en maquetación y ajuste de textos que luego serían impresos por los impresores.

Una etapa decisiva en la concepción del diseño gráfico como profesión actual, fue durante la revolución industrial. Con el surgimiento de la industria mecanizada se desarrollan la economía y los mercados, los campesinos se desplazan a las ciudades para trabajar en las fábricas y aparecen las zonas comerciales y la competencia para vender a las masas los nuevos productos elaborados, es así como se desarrolla la técnica publicitaria que se ocupa de enviar a los posibles consumidores información acerca de las nuevas mercancías. Esto provocó la necesidad comercial de un profesional con los conocimientos necesarios para manejar de manera correcta diversos elementos visuales: formas, textos, tipografías, tonos, ilustraciones fotografías, debían ser orquestadas coherentemente para comunicar masivamente ideas puntuales a los posibles consumidores,

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

es entonces que aparecen los primeros diseñadores gráficos y la comunicación publicitaria cobra gran fuerza.

A finales el siglo XX comienza la era digital, las computadoras, al principio muy costosas, se vuelven productos cada vez más y más masivos. Esto y el uso de programas especiales, permitió que el diseño gráfico pueda ser realizado de manera digital, empujando los límites visuales más lejos y redefiniendo toda la profesión. Los diseñadores deben adaptarse a las nuevas tecnologías. Con los computadores los tiempos de producción se aceleran, pero también, al multiplicarse los medios y los formatos, crece la demanda de diseño gráfico. Internet es el último de los desafíos hasta el día de hoy, la interacción de animaciones, contenidos multimedia con textos y aplicaciones online, abre nuevos caminos y propone nuevos desafíos, hoy en día son comunes los híbridos diseñadores gráfico/multimedia que tienen la capacidad de manejar video y contenido interactivos. Ya veremos que nos espera, más adelante (Sanchez James, 2015).

Orígenes de la publicidad

Si hay algo común a toda la publicidad visual, independientemente del momento histórico en el cual se produce, es la fuerza de enganche que pretende y su argumentación icónica, mediante símbolos.

Otro elemento distintivo es el hecho de que su principal espacio de desarrollo son las ciudades, dado que el distintivo publicitario sirve para especificar un lugar, un servicio o un producto, y ello es más necesario cuando la competencia es mayor, como sucede en las grandes urbes.

Aunque nuestro interés se centra en la publicidad visual, hemos de mencionar que su origen son los anuncios por palabras. Desde que los sumerios inventan la escritura hay noticia de fórmulas más o menos relacionadas con la promoción. Hoy en día la publicidad visual es

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

la que está en auge ya que es la más efectiva en sus diferentes soportes como son digitales, teléfonos celulares, computadoras, pantallas led o las impresas como afiches, posters, flyers o adhesivos informativos, en la publicidad visual es la que más se invierte recursos siempre esperando buenos frutos y lograr recuperar lo invertido.

La Evolución de la Publicidad.

La publicidad no es algo novedoso ya que ha existido desde siempre, desde los orígenes de la civilización y el comercio, si bien, de una manera muy distinta a como la vemos ahora. El comercio siempre ha utilizado la publicidad para venderse y el medio de difusión más efectivo era la boca a boca. Los primeros textos publicitarios se le atribuyen a la ciudad de Tebas, ya que la civilización egipcia gozó de un gran esplendor económico y religioso, no es de extrañar que allí encontrarán un papiro con el primer reclamo publicitario del que se tiene memoria hacia el 1000 a.C.

Más tarde, la forma de publicidad más exitosa hasta la edad Media, era la viva voz de los pregoneros que se iniciaron en Roma y Grecia. Éstos anunciaban la llegada de los comerciantes y de las embarcaciones cargadas de vino, víveres y otros.

En Francia, los taberneros empleaban campanas y cuernos para atraer a la clientela, en España, utilizaban tambores y gaitas, pero lo que verdaderamente conocemos hoy en día como publicidad, nace con la imprenta de Gutenberg. Ya, gracias a la crónica mundial de Núremberg, aparecen por primera vez una serie de almanaques que contienen las primeras formas de publicidad. En el siglo XV, la imprenta permitió la difusión de estos mensajes publicitarios y éstos fueron evolucionando gracias al tiempo y a la incorporación de nuevas ciudades, consolidándose como un medio de comunicación. La publicidad evoluciona hasta tal punto que aparecen los agentes de publicidad, ya en el año 1841.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Como hemos podido ver, la publicidad ha recorrido una larga historia alcanzando un gran desarrollo en diferentes disciplinas hasta llegar a adquirir una gran importancia económica y social. El avance del siglo XX nos ha enseñado que los límites no existen pues los acontecimientos históricos de gran importancia sucedidos en todos los ámbitos (políticos, técnicos, económicos, sociales y científicos), han construido un mundo en el que todo es posible y donde cuesta mucho asumir las contradicciones.

La comunicación ha evolucionado hasta tal punto que se ha convertido en una industria dirigida a las grandes masas, formando parte de un sector en el que se encuentran los grupos mediáticos. La publicidad ha estado presente en todos los cambios, sabiendo adaptarse a la situación y a las características económicas y socioculturales del momento. El crecimiento de ésta se debe principalmente a factores como la generalización del consumo (que es a lo que estaba destinada la publicidad desde un principio) el perfeccionamiento de las técnicas publicitarias (basándose en disciplinas psicológicas, sociológicas, económicas o intercambio de conocimientos), el aporte tecnológico, el desarrollo web y el protagonismo de las Redes Sociales.

Otra de las cosas fundamentales que ha hecho evolucionar la publicidad ha sido la inversión económica dedicada, superando cualquier acontecimiento. La profesión ha conseguido madurar apoyándose en una estructura construida por un gran número de gente (anunciantes, medios de comunicación, agencias de publicidad y las campañas publicitarias de las empresas), cuyo pilar se basa en la eficaz investigación centrada en el conocimiento del público objetivo y la creatividad.

Las distintas etapas sufridas por la humanidad han dejado huella, pero también han contribuido con grandes aportaciones.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Ahora la publicidad está en las manos de multinacionales que han creado grupos de comunicación, que tienen como objetivo resaltar unas sobre otras y reflexionar e innovar constantemente. De sus orígenes hasta ahora todo ha cambiado: el anunciante se ha perfeccionado en el ámbito de la comunicación, la publicidad pasó de los almanaques a los periódicos, de los periódicos a la televisión y de la televisión a Internet y los móviles. Ahora en todos medios podemos ver publicidad y no conformes con eso, ahora también tenemos el auge de las empresas, que, en su intento por hacerse más conocidas, también han echado mano de la publicidad.

Con la aparición de Internet, las empresas de marketing (o agencias publicitarias) han cambiado la tradición por innovación, creando el marketing online, que no sólo consigue que la publicidad de una marca o empresa llegue a más gente, sino que permite seleccionar el público al que se dirige, remarcando lo más importante del sector y los lazos que les unen con el cliente. Hacen que los clientes se interesen por sus productos y los compren, además de permitir una mejor interacción y participación empresa-cliente, aunque cada vez hay más empresas que apuestan por este sector, todavía hay gente que aún no se ha enterado o que no se atreve a innovar. (Ana Gonzáles, 2012)

Cabe indicar que para el desarrollo de la recopilación de la información se tomó el siguiente ejemplo:

Pepsi y sus inicios

Pepsi apareció por primera vez en 1893. Su inventor fue el químico farmacéutico Caleb Brahma, que preparaba y vendía la bebida en su botica en la localidad estadounidense de New Bern (Carolina del Norte).

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Conocida al principio como Refresco De Brad, en 1898 su creador la denominó Pepsi Cola, en alusión a la enzima digestiva pepsina y las nueces de cola usadas en la receta. El objetivo de Brahma era crear un refresco delicioso que ayudara a la digestión y fuera un estimulante.

En 1902, solicitó el registro de la marca y fundó una empresa con 97 acciones de capital. En 1903 trasladó la planta embotelladora a un almacén que alquiló para este propósito y así seguía ganando terreno con su marca de refresco.

Logotipo de Pepsi

En 1898 se decidió cambiar el nombre de Brad Drino como Pepsi-Cola. El logo Pepsi-Cola para ser utilizado se mostró en 1898. De acuerdo con Brand Sin, es sólo una versión de garabateado el nombre elegido por el entonces director general, porque no se disponía de ninguna otra cosa.

A partir de 1950 el logo adquirió los colores rojo, blanco y azul de la bandera estadounidense, el guion fue colocado dentro de los remolinos del rojo, blanco y azul, que aparece en la tapa de la botella desde la década de 1940.

A mediados de 2010 todos los tipos de Pepsi comenzaron a usar el mismo tamaño que la sonrisa Pepsi regular. Wild Cherry Pepsi y Pepsi Une continuaron utilizando el logotipo de 2003 hasta 2010 y desde 2012 hasta 2014, respectivamente. También es importante saber que la "e" en la fuente tiene la forma ondulada de los anteriores del Globo Pepsi.

Publicidad de Pepsi

Los anuncios de Pepsi se caracterizan por incluir música pegadiza y un mensaje relacionado con el disfrute de la vida. Desde 1983 tiene una nueva manera de desarrollar la publicidad de su producto a través del mundo de la música de los contratos de imágenes de celebridades, deportes y el cine.

Durante su historia ya poseía muchos niños y niñas, la publicidad, los denominados voceros, que realizaron anuncios para televisión, radio, material impreso, además de patrocinar giras de conciertos de algunos. Algunos artistas que han participado como voceros han sido tales como Cindy Crawford, Ricky Martin, Ray Charles, Bey once, Tina Turner, Madonna, Shakira, Michael J. Fox, Lionel Richie, Tina Turner, David Bowie, Magic Johnson, Saquillo O'Neal, Gloria Estefan, Chayanne, Menudo, Mariah Carey, Aretha Franklin, Spice Girls, Juan Luis Guerra, Christina Aguilera, Kanye West, Janet Jackson, Jennifer López, David Beckham, Enrique Iglesias, Eva Longoria , Nicki Minaj, Juanes, Britney Spears y Michael Jackson. Si el comercial esta dedica para un solo país, por lo general suele tener a artistas del momento y reconocidos de dicho lugar esto ayuda al mejor posicionamiento de la marca y el mantenimiento en la mente del consumidor y así ser uno de los refrescos más populares en el sitio

Pepsi a veces destaca en sus anuncios su rivalidad con su competidora Coca-Cola en sus anuncios: bajo el eslogan "Summer time is Pepsi time" en español, "El verano es tiempo de Pepsi", utiliza imágenes asociadas con Coca-Cola y muestra a Santa Claus en una playa tomando Pepsi, y un oso polar que, teniendo una Coca-Cola y una Pepsi, opta por tomar esta última.

Pepsiman

Pepsiman es una mascota oficial de Pepsi en la rama corporativa japonesa. El diseño del personaje Pepsiman se atribuye a Canadá por el dibujante de cómics Travis Charest, creado en algún momento a mediados de los años 1990.

Pepsiman estuvo en tres estilos diferentes, cada uno representando el estilo actual de la lata de Pepsi en la distribución. Doce comerciales fueron creados con el personaje. Su papel en los anuncios es que aparezca con una Pepsi ante un pueblo sediento o personas con ansias de soda. Pepsiman pasa a aparecer en el momento justo con el producto.

Después de la entrega de la bebida, a veces Pepsiman se encontraría con una situación difícil y orientada a la acción que daría lugar a una lesión. Pepsi, al igual que otras empresas multinacionales ha buscado instalarse en algunos mercados a través de la identificación con algún club deportivo. Por ejemplo, entre 1999 y 2002 fue patrocinador exclusivo de Nacional de Uruguay, entre 2002 y 2004 hizo lo propio con el Boca Juniors de Argentina, mientras que desde 2005 hasta la actualidad es patrocinador de Millonarios de Colombia. También ha patrocinado otros clubes de fútbol latinoamericanos. Pepsi también se ha vinculado a futbolistas reconocidos en sus campañas. Para el mundial de 2002, disputado en Corea y Japón, Pepsi lanzó una publicidad en la que jugadores disputaban un encuentro de fútbol contra luchadores de sumo. Cuatro años después, emitió otro aviso para el mundial de 2006, desarrollado en Bavaria, también con futbolistas de renombre. La marca Pepsi como podemos apreciar a través de los años y épocas ha tenido mucho impacto en diferentes clubes de futbol importantes tanto de América como de Europa esto le ha ayudado para que si en verdad no es la número uno en el mundo, sea una de las marcas más importantes e influyentes en el mundo, aunque muchas de las veces

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

se le compara con su similar Coca – Cola pero se tiene claro que cada una de las marcas de refrescos tienen sus fortalezas y debilidades y con esto han sabido mantenerse en el mercado durante muchos años. (Wikipedia, 2011)

La Publicidad Social

Origen de la publicidad social La denominada publicidad social no es un fenómeno nuevo, aunque en los últimos años se hable sobre ella con asiduidad. De hecho, existen antecedentes antiguos de lo que hoy consideramos campañas sociales. “ya en la antigua Grecia y en Roma se lanzaron campañas para liberar a los esclavos. Durante la revolución Industrial en Inglaterra se llevaron a cabo campañas para evadir la prisión por deudas, conceder derechos de voto a las mujeres y abolir el trabajo de los niños. En América, las campañas más notables de reforma social del siglo XIX comprendieron el movimiento por la abolición de la esclavitud, los movimientos por la prohibición y moderación en la bebida, y un movimiento para conseguir que el Gobierno Federal regulase la calidad de los alimentos y de los productos farmacéuticos” (Kotler P., 1992).

2.02. Fundamentación Filosófica

Antológica

El presente proyecto de investigación se realiza bajo la fundamentación antológica, debido a que se va a extraer diversos fragmentos de información de libros, blogs, posts, artículos de revistas, etc.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Definición.

Es una colección de piezas seleccionadas por su valor o calidad. La antología, por lo tanto, puede consistir en una recopilación de cuentos, poemas, canciones, discos. (Julián Pérez Porto y María Merino, Definición, 2011)

Axiológica

El presente proyecto de investigación se realiza bajo de la fundamentación axiológico la cual nos ayuda a hacer un estudio general de las personas que estaran involucradas en el proyecto.

Definición.

La axiología se encarga de estudiar los valores: su naturaleza, los juicios que se desarrollan a partir de ellos, etc. Puede decirse que un valor es un principio para establecer un juicio, por eso la axiología está relacionada con la ética. (Julián Pérez Porto y María Merino, Definición, 2011)

2.03. Fundamentación Legal

El presente proyecto de investigación se basará en la ley general de comunicación:

Ley Orgánica de Comunicación 2013, sección VI, afirma en los artículos:

Registro oficial No. 22

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

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

7. Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos.

Art. 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes. - Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna. Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra el re victimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

Art. 61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica,

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física

Art. 66.- Contenido violento. - Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza. Estos contenidos solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley

Art. 94.- Protección de derechos en publicidad y propaganda. - La publicidad y propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los tratados internacionales.

Se prohíbe la publicidad engañosa, así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas. Los medios de comunicación no podrán publicitar productos cuyo uso regular o recurrente produzca afectaciones a la salud de las personas, el Ministerio de Salud Pública elaborará el listado de estos productos.

El Art.98., - Producción de publicidad nacional., dice que la publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas.

Además, esta ley prohíbe la importación de piezas publicitarias producidas fuera del país por empresas extranjeras. (Ley Orgánica de comunicación, 2013)

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Código de la Niñez y adolescencia

Capítulo II

Derechos de supervivencia

Art. 26.- Derecho a una vida digna.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a una vida digna, que les permita disfrutar de las condiciones socioeconómicas necesarias para su desarrollo integral.

Este derecho incluye aquellas prestaciones que aseguren una alimentación nutritiva, equilibrada y suficiente, recreación y juego, acceso a los servicios de salud, a educación de calidad, vestuario adecuado, vivienda segura, higiénica y dotada de los servicios básicos.

Para el caso de los niños, niñas y adolescentes con discapacidades, el Estado y las instituciones que las atienden deberán garantizar las condiciones, ayudas técnicas y eliminación de barreras arquitectónicas para la comunicación y transporte.

Capítulo IV

Derechos de protección

Art. 50.- Derecho a la integridad personal.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que se respete su integridad personal, física, psicológica, cultural, afectiva y sexual. No podrán ser sometidos a torturas, tratos crueles y degradantes.

Art. 51.- Derecho a la libertad personal, dignidad, reputación, honor e imagen.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que se respete:

a) Su libertad, sin más limitaciones que las establecidas en la ley. Los progenitores y responsables de sus cuidados los orientarán en el ejercicio de este derecho.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

b) Su dignidad, autoestima, honra, reputación e imagen propia. Deberá proporcionárseles relaciones de calidez y buen trato fundamentadas en el reconocimiento de su dignidad y el respeto a las diferencias.

Art. 52.- Prohibiciones relacionadas con el derecho a la dignidad e imagen. Se prohíbe:

1. La participación de niños, niñas y adolescentes en programas, mensajes publicitarios, en producciones de contenido pornográfico y en espectáculos cuyos contenidos sean inadecuados para su edad.

2. La utilización de niños y niñas o adolescentes en programas o espectáculos de proselitismo político o religioso.

3. La publicación o exhibición de noticias, reportajes, crónicas, historias de vida o cualquiera otra expresión periodística con imagen o nombres propios de niños, niñas o adolescentes que han sido víctimas de maltrato o abuso.

4. La publicación o exhibición de imágenes y grabaciones o referencias escritas que permitan la identificación o individualización de un niño, niña o adolescente que ha sido víctima de maltrato, abuso sexual o infracción penal, y cualquier otra referencia al entorno en el que se desarrollan.

5. La publicación del nombre, así como de la imagen de los menores acusados o sentenciados por delitos o faltas. Aun en los casos permitidos por la ley, no se podrá utilizar públicamente la imagen de un adolescente mayor de quince años, sin su autorización expresa; ni la de un niño, niña o adolescente menor de dicha edad, sin la autorización de su representante legal, quien sólo la dará si no lesiona los derechos de su representado. (Código de la niñez y de la adolescencia, 2003)

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

LEY ORGÁNICA DE SALUD

CAPÍTULO I

Del derecho a la salud y su protección

Art. 1.- La presente Ley tiene como finalidad regular las acciones que permitan efectivizar el derecho universal a la salud consagrado en la Constitución Política de la República y la ley. Se rige por los principios de equidad, integralidad, solidaridad, universalidad, irrenunciabilidad, indivisibilidad, participación, pluralidad, calidad y eficiencia; con enfoque de derechos, intercultural, de género, generacional y bioético.

Art. 3.- La salud es el completo estado de bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Es un derecho humano inalienable, indivisible, irrenunciable e intransigible, cuya protección y garantía es responsabilidad primordial del Estado; y, el resultado de un proceso colectivo de interacción donde Estado, sociedad, familia e individuos convergen para la construcción de ambientes, entornos y estilos de vida saludables.

CAPÍTULO III

Derechos y deberes de las personas y del Estado en relación con la salud

Art. 7.- Toda persona, sin discriminación por motivo alguno, tiene en relación a la salud, los siguientes derechos:

a) Acceso universal, equitativo, permanente, oportuno y de calidad a todas las acciones y servicios de salud.

- b) Acceso gratuito a los programas y acciones de salud pública, dando atención preferente en los servicios de salud públicos y privados, a los grupos vulnerables determinados en la Constitución Política de la República
- c) Vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación
- d) Respeto a su dignidad, autonomía, privacidad e intimidad; a su cultura, sus prácticas y usos culturales; así como a sus derechos sexuales y reproductivos
- k) Participar de manera individual o colectiva en las actividades de salud y vigilar el cumplimiento de las acciones en salud y la calidad de los servicios, mediante la conformación de veedurías ciudadanas u otros mecanismos de participación social; y, ser informado sobre las medidas de prevención y mitigación de las amenazas y situaciones de vulnerabilidad que pongan en riesgo su vida

Disposiciones comunes

Art. 11.- Los programas de estudio de establecimientos de educación pública, privada, municipales y fiscomicionales, en todos sus niveles y modalidades, incluirán contenidos que fomenten el conocimiento de los deberes y derechos en salud, hábitos y estilos de vida saludables, promuevan el auto cuidado, la igualdad de género, la corresponsabilidad personal, familiar y comunitaria para proteger la salud y el ambiente, y desestimulen y prevengan conductas nocivas.

Art. 12.- La comunicación social en salud estará orientada a desarrollar en la población hábitos y estilos de vida saludables, desestimular conductas nocivas, fomentar la igualdad entre los géneros, desarrollar conciencia sobre la importancia del autocuidado y la participación ciudadana en salud. Los medios de comunicación social, en cumplimiento de lo previsto en la ley, asignarán espacios permanentes, sin costo para el Estado, para la

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

difusión de programas y mensajes educativos e informativos en salud dirigidos a la población, de acuerdo a las producciones que obligatoriamente, para este efecto, elaborará y entregará trimestralmente la autoridad sanitaria nacional.

La autoridad sanitaria nacional regulará y controlará la difusión de programas o mensajes, para evitar que sus contenidos resulten nocivos para la salud física y psicológica de las personas, en especial de niños, niñas y adolescentes.

Art. 13.- Los planes y programas de salud para los grupos vulnerables señalados en la Constitución Política de la República, incorporarán el desarrollo de la autoestima, promoverán el cumplimiento de sus derechos y se basarán en el reconocimiento de sus necesidades particulares por parte de los integrantes del Sistema Nacional de Salud y la sociedad en general.

Art. 14.- Quienes forman parte del Sistema Nacional de Salud, implementarán planes y programas de salud mental, con base en la atención integral, privilegiando los grupos vulnerables, con enfoque familiar y comunitario, promoviendo la reinserción social de las personas con enfermedad mental.

Art. 15.- La autoridad sanitaria nacional en coordinación con otras instituciones competentes y organizaciones sociales, implementará programas para la prevención oportuna, diagnóstico, tratamiento y recuperación de las alteraciones del crecimiento y desarrollo.

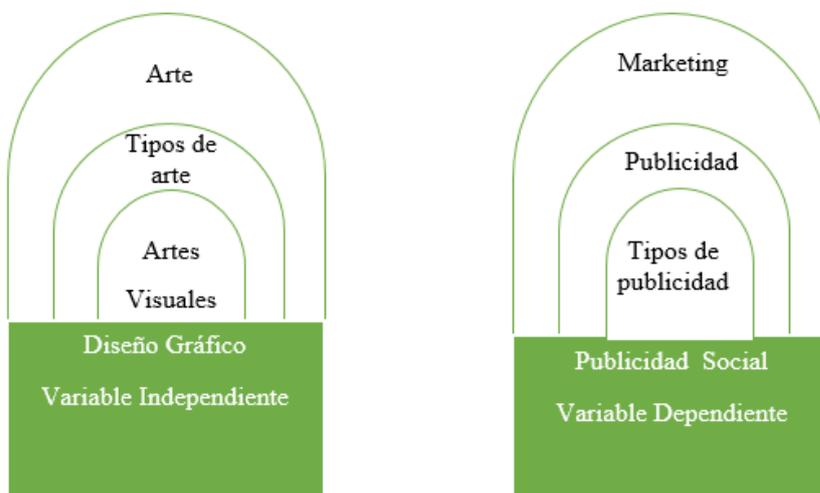
Art. 32.- En todos los casos de violencia intrafamiliar y sexual, y de sus consecuencias, se brindará atención de salud integral a las personas afectadas. El personal de los servicios de salud tiene la obligación de atender los casos de violencia intrafamiliar y sexual.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Art. 33.- La autoridad sanitaria nacional en coordinación con el Ministerio Fiscal y otros organismos competentes implementará acciones para armonizar las normas de atención e instrumentos de registro de los distintos tipos de violencia y delitos sexuales, unificándolos en un manual de procedimientos de aplicación obligatoria en los distintos niveles de salud y en el Sistema Nacional de Salud (Ley orgánica de salud, 2006)

2.04. Gráficos de Inclusión

Figura 2: Gráficos de inclusión



Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

2.04.01. Variable Independiente

2.04.01.01. Diseño Gráfico

El diseño Gráfico es una disciplina creativa de las artes visuales que engloba, entre otros ámbitos, la dirección artística, la tipografía, la composición de textos y las tecnologías de la información. En otras palabras, es un campo multidisciplinar en el que cada diseñador se especializa en una o varias áreas. (Ambrose- Harris, pág. 12, 2011)

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.04.01.02. El Arte

El arte es definido como una de las manifestaciones más significativas de la cultura espiritual (Tovar, F. 1988)

2.04.01.03. Tipos de Arte

Arte Abstracto: El origen de este estilo de arte comienza en 1910 y se crea como una contrariedad al arte figurativo, es por ello que el arte abstracto no necesitará ni representar ni mostrar cualquier objeto o persona

Artes Visuales: Las artes visuales son una disciplina del arte en la cual podemos observar es un término relacionado con aquellas obras que pueden apreciarse fundamentalmente por la capacidad de la vista, como la pintura, la fotografía o el cine.

Arte Contemporáneo: Se define como arte contemporáneo a todas las obras artísticas producidas en nuestra época. (Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2011)

2.04.01.04. Artes visuales

Las artes visuales engloban las artes plásticas tradicionales, entre las que se incluyen dibujo, pintura, grabado y escultura, así como las expresiones que incorporan nueva tecnología orientada al arte o elementos no convencionales, y su mayor componente expresivo es visual, también llamado arte de los nuevos medios (Bayo, J. 1987).

2.04.02. Variable Dependiente

2.04.02.01. La Publicidad Social

Se entenderá por Publicidad Social la comunicación publicitaria, es decir, la actividad comunicativa de carácter persuasivo, pagada, intencional e interesada que sirve, a través de los medios publicitarios, a causas concretas de interés social. Por lo tanto, la publicidad social se plantea objetivos de carácter no comercial, buscando efectos que contribuyan, ya sea a corto o a largo plazo, al desarrollo social y/o humano, y formando parte, o no, de programas de cambio y concienciación social. A priori, el elemento más singular de esta definición es su parte final. Estamos hablando de una publicidad que:

- sirve a causas de interés social.
- Se plantea objetivos no comerciales y
- Busca contribuir al desarrollo social.

(Mariola Garía, 2011)

Tipos de Publicidad

La publicidad se clasifica principalmente en: publicidad de producto, publicidad de marca, y publicidad institucional.

Publicidad de Producto

Se trata de la clasificación más importante, puesto que es la más utilizada por las empresas, ya que crean sus productos y la publicidad de estos teniendo en cuenta los gustos y necesidades de sus consumidores. Con este tipo de publicidad, la empresa se dirige a sus compradores para anunciarles un nuevo producto y las cualidades o mejores del mismo, de manera que influya en el comportamiento de compra.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

En este campo debemos distinguir entre:

- Productos tangibles
- Productos intangibles

Publicidad de Marca

Esta se centra en el desarrollo y recordación de la marca a largo plazo, no nos promueve ningún producto en específico sino la marca en general.

Publicidad Institucional

Es aquella publicidad cuyo anunciante son los diferentes organismos de la administración pública, tanto a nivel municipal como a nivel estatal. Generalmente se trata de empresas de sector servicios, instituciones, organismos y entes públicos. Distribuyen sus anuncios en los diferentes medios, televisiones, internet, periódicos, revistas, etc.

a) Publicidad exclusivamente informativa

Se trata de una publicidad sin fines comerciales, que tiene como finalidad influir en la conducta del receptor. Este tipo de publicidad es utilizada en el empleo público con fines preventivos y con fines electorales principalmente.

b) Publicidad con fines comerciales

Es la publicidad más conocida por todos y cuyo fin es la compra del producto anunciado en lugar del producto de la competencia

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.04.02.02. La Publicidad

Es la comunicación no personal estructurada y compuesta de información por lo general pagada y de naturaleza persuasiva, sobre productos (bienes, servicios e ideas) por patrocinadores identificados a través de varios medios (Begoña Gomez Nieto, 2008).

2.04.02.03. Marketing

"Marketing es un sistema total de actividades mercantiles, encaminada a planear, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores potenciales" (John O' Shaughnessy, 1988).

2.05. Hipótesis

2.05.01. Nula

¿El Diseño Gráfico no incide en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: ¿tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito?

2.05.02. Alternativa

¿El Diseño Gráfico incide en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: ¿tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito?

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.06. Señalamiento de las variables de la hipótesis

2.06.01. Variable Independiente

Diseño Gráfico

2.06.02. Variable Dependiente

Publicidad Social

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO III

3.01. Enfoque

Enfoque Predominante Cualitativo

La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

En su más amplio sentido es la investigación que produce datos descriptivos: las palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable. Desde el punto de vista de estos autores, el modelo de investigación cualitativa se puede distinguir por las siguientes características:

La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos y comprensiones partiendo de pautas de los datos y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos. Los investigadores siguen un diseño de investigación flexible, comenzando sus estudios con interrogantes vagamente formuladas.

En la metodología cualitativa el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo. Se estudia a las personas en el contexto de su pasado y las situaciones actuales en que se encuentran.

Enfoque Predominante Cuantitativo

La metodología cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población (Rodrigo Barrantes Echavarría, 1999).

3.02. Modalidad básica de investigación

3.02.01. Investigación de campo

En el presente proyecto de investigación se utilizará la modalidad de investigación de campo ya que permite al investigador adentrarse en la realidad que vive la sociedad, y vivir su propia experiencia con el fin de obtener información real de la situación actual, la cual nos servirá para analizarla y buscar soluciones.

En esta modalidad de investigación, el investigador vive directamente una realidad, se podría decir que la toca con las manos.

La investigación de campo es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social, o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas en un entorno determinado.

3.02.02. Investigación Bibliográfica

En el presente proyecto de investigación se utilizará la modalidad de investigación bibliográfica, ya que se incluirán diferentes soportes literarios, científicos ubicados en libros y textos en generales ya existentes.

Se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes.

3.03. Tipos de Investigación

3.03.01. Asociación de variables

Son los elementos que vamos a analizar en el proyecto y con los cuales trabajaremos a lo largo de la investigación.

3.03.02. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente.

3.03.03. Investigación Explicativa.

Esta investigación se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto, por lo tanto, los estudios explicativos pueden ocuparse del tanto de la determinación de las causas, como de los efectos (Investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de Conocimientos (Oscar Castellero Mimenza, 2017).

3.04. Población y Muestra

En el presente trabajo de investigación la población estará conformada por los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito

El tipo de muestreo que se utilizará el proyecto es el Muestreo probabilístico (aleatorio):

En este tipo de muestreo, todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, tienen probabilidad positiva de formar parte de la muestra. Por lo tanto, es el tipo de muestreo que deberemos utilizar en nuestras investigaciones, por ser el riguroso y científico (Elena Abascal Fernández, 2014).

n =tamaño de la muestra

N =Universo

e = error de estimación

q = probabilidad en contra

Z =Nivel de Confianza

p = probabilidad a favor

n =

$N=2`600.000$

$e= 5\%$

$q=0,50$

$z=1,96$

$p=0,50$

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

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

$$n = \frac{1,65^2 (2\text{'}600.000) (0.50) (0.50)}{5^2 (2\text{'}600.000 - 1) + 1,65^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{(2.7225) (2\text{'}600.000) (0.50) (0.50)}{(25) (2\text{'}600.000) - (25) + (2.7225) (0.50) (0.50)}$$

$$n = 272$$

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

3.05. Operacionalización de las Variables

Tabla 1: Operacionalización de las variables (Variable Independiente)

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
El Diseño Gráfico es un método de comunicación visual la cual nos permite llevar un mensaje a un grupo objetivo en específico, con el fin de persuadir, informar y posicionar un producto o servicio en la mente de los consumidores, también cumple la función de mantener vigente una marca en el mercado sin perder su efectividad.	Método de comunicación Mantenimiento del mensaje	Impresos Digital Mente del consumidor	¿Qué soporte gráfico es el más viable para que el mensaje comunicacional impacte perfectamente al público? ¿Cuáles son los recursos gráficos y estrategias que se emplean para informar al público objetivo?	Encuestas

Tabla 2: Operacionalización de las variables (Variable Dependiente)

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
<p>Las Campañas de Concientización</p> <p>llevan netamente un mensaje de reflexión a la sociedad a diferencia de las campañas publicitarias, que llevan un mensaje más comercial de diferentes productos o servicios, las campañas de concientización buscan soluciones a problemas sociales que están en vigencia en la sociedad, a través de estrategias comunicacionales.</p>	<p>Campaña de Concientización social</p> <p>Campaña publicitaria</p>	<p>Carteles</p> <p>Volantes</p> <p>Vallas</p>	<p>¿Qué medios impresos son los correctos para llegar al grupo objetivo con el mensaje comunicacional?</p> <p>¿Qué herramientas gráficas es la adecuada para realizar el mantenimiento del mensaje en el grupo objetivo?</p>	<p>Encuestas</p>

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

3.06 Plan de Recolección de Información

Para la elaboración del presente proyecto de investigación es necesario contar con la información más precisa y veraz posible y esta detallada a continuación:

Tabla 3: Plan de recolección de información

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Para establecer las causas y dar soluciones
¿A qué personas o sujetos?	Habitantes del Distrito Metropolitano de Quito
¿Sobre qué aspectos?	Sobre problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil
¿Investigador?	Cassa Núñez Dario Alexander
¿Cuándo?	8 de mayo / Diciembre del 2017
¿Lugar de recolección de información?	Distrito Metropolitano de Quito

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 4: Técnicas de Instrumentos de Investigación

FUENTES DE INVESTIGACIÓN	MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS
Fuente Primaria	Bibliográfica	Libros, artículos, tesis, publicaciones. Observación de Campo
Fuente Secundaria	Observación Indirecta	Internet.

Elaborado por: Cassa Núñez, Dario Alexander

El proyecto de investigación que se está presentando, está realizado bajo la recolección y extracción de información tanto bibliográfica en un 80% e información de la web en un 20%.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO IV

4.01. Fuentes de Recolección de Información

El presente proyecto de investigación está destinado a la recolección de información sobre el diseño gráfico y su incidencia en las campañas de concientización social en contra de la drogadicción, tabaquismo y explotación infantil, en la ciudad de Quito, la misma que se recolectará mediante la realización de encuestas.

La Encuesta

En el proyecto de investigación se utilizará a la encuesta como método de recolección de información sobre el grupo objetivo, y nos darán información y resultados reales que nos servirán para la realización de la campaña social y estrategias comunicacionales para transmitir el mensaje deseado al grupo objetivo.

Definición

Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. El método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica. (Malhotra Naresh, 2004)

4.02. Procesamiento y análisis

Excel será la herramienta utilizada en este caso, la cual permitirá la representación gráfica los resultados obtenidos y de los porcentajes de cada pregunta en la encuesta, con esto podremos realizar un análisis profundo de cada pregunta.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabulación

La operación de tabulación, nos servirá después de la realización de las encuestas para resumir y recoger valores parciales y totales de cada pregunta.

Definición

Tabular es llevar los resultados a cuadros para facilitar su proceso y es llevar los cuadros a gráfico para hacer las primeras interpretaciones. Cada pregunta lleva asociado un cuadro y una gráfica. La tabulación se hace dependiendo el tipo de variables (Malhotra Naresh, 2004).

Análisis Estadístico

El análisis estadístico es un componente del análisis de datos. El análisis estadístico requiere recoger y escudriñar cada muestra de datos individual en una serie de artículos desde los cuales se puede extraer las muestras.

El análisis estadístico puede ser dividido en cinco pasos discretos, de la siguiente manera:

1. Describir la naturaleza de los datos a ser analizados.
2. Explorar la relación de los datos con la población subyacente.
3. Crear un modelo para resumir la comprensión de cómo los datos se relacionan con la población subyacente.
4. Probar (o refutar) la validez del modelo.
5. Emplear el análisis predictivo para ejecutar escenarios que ayudarán a orientar las acciones futuras (Margaret Rouse, 2003).

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

4.03. Resultados de las Encuestas

Pregunta 1. ¿Usted considera necesario la elaboración de una campaña que concientice la drogadicción, tabaquismo y explotación infantil?

Tabla 5: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 1

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	250	91%
No	22	9%
TOTAL	272	100%

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

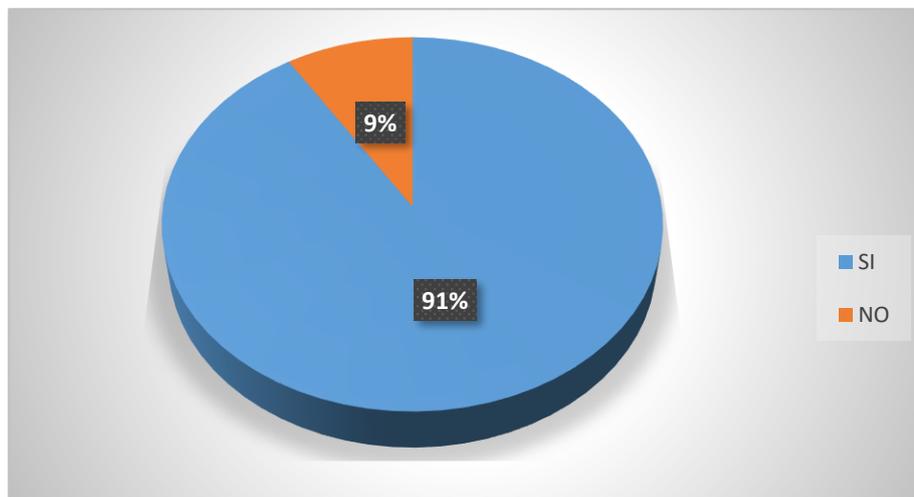


Gráfico 2: Diagrama pastel, Pregunta 1

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Análisis: Podemos determinar que el 91% de las personas encuestadas están de acuerdo con la elaboración de una campaña social en contra de la drogadicción, tabaquismo y explotación infantil, mientras que el 9% discrepó y no creen necesario la creación de una campaña social en la ciudad de Quito.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta 2. ¿En lo personal usted ha sido beneficiado por alguna campaña social en la ciudad de Quito?

Tabla 6: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 2

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	80	29%
No	192	71%
TOTAL	272	100%

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

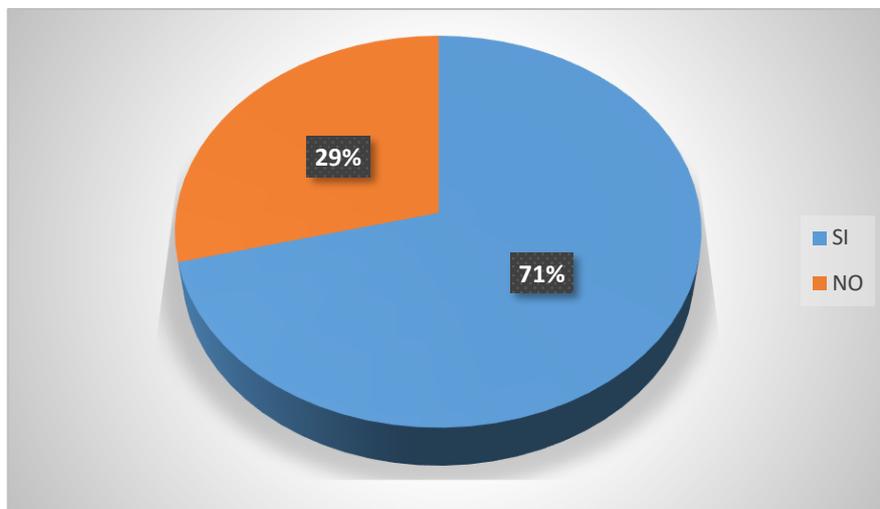


Gráfico 3: Diagrama pastel, Pregunta 2

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Análisis.

Podemos determinar que la mayoría con un 71% no han sido beneficiados de alguna manera por una campaña social en la ciudad, mientras que la minoría con un 29% si han sido beneficiados de alguna manera por una campaña social que se haya realizado.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta 3. ¿Usted, que nivel de impacto considera que causa la publicidad social en la ciudad de Quito?

Tabla 7: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 3

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Baja	200	73%
Media	50	18%
Alta	22	9%
TOTAL	272	100%

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

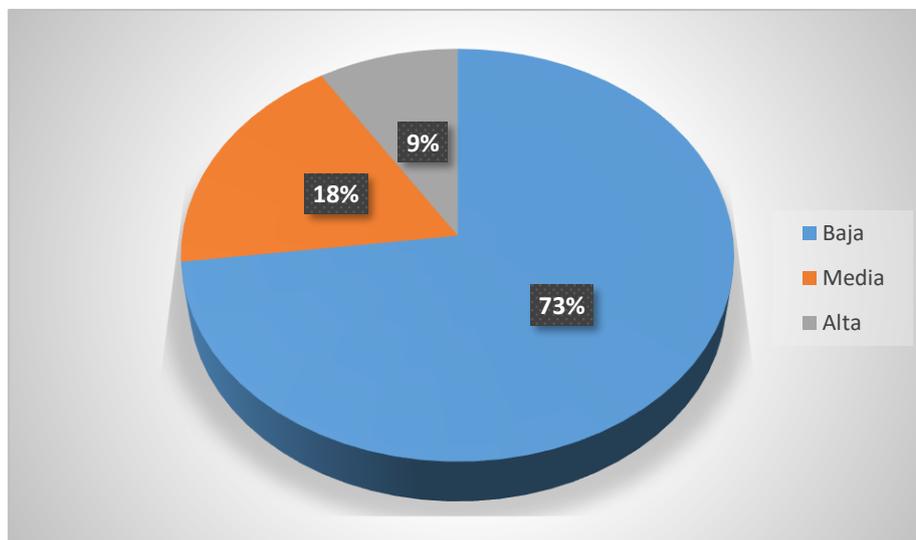


Gráfico 4: Diagrama pastel, Pregunta 3

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Análisis.

Podemos determinar que la mayoría con un 73% respondió que el impacto de la publicidad social en la ciudad es un nivel bajo, el otro grupo de encuestados con un 18% y 9% respondieron que el impacto es de nivel medio y alto respectivamente.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta 4. ¿Tiene conocimiento sobre algún índice de muerte en la ciudad a causa de las drogas o el tabaco?

Tabla 8: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 4

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	120	44%
NO	152	56%
TOTAL	272	100%

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

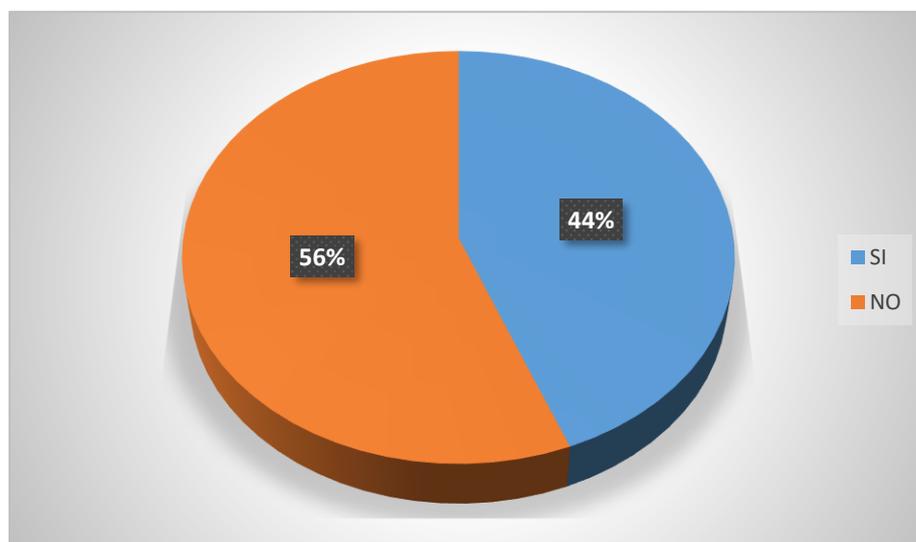


Gráfico 5: Diagrama pastel, Pregunta 4

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Análisis.

Podemos determinar que la mayoría con un 56% desconoce de datos o índices de muertes debido a las drogas o al tabaco, mientras que un 44% si conoce y posee información de índices de muerte en la ciudad causados por estas problemáticas.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta 5. ¿En qué sector usted considera que existen más problemas de drogadicción, tabaquismo y explotación infantil?

Tabla 9: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 5

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SUR	220	80%
CENTO	30	11%
NORTE	22	9%
TOTAL	272	100%

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

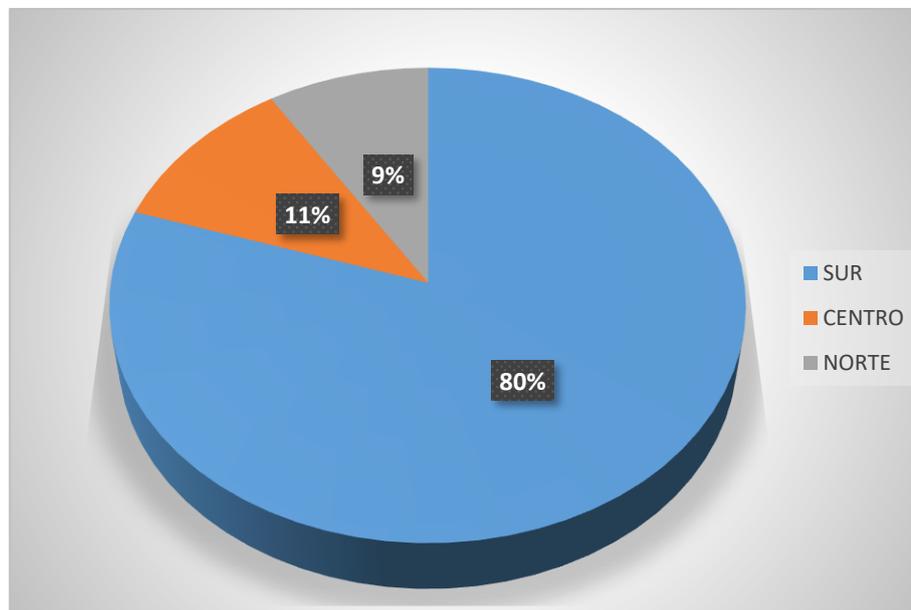


Gráfico 6: Diagrama pastel, Pregunta 5

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Análisis.

Podemos determinar que la mayoría con un 80% manifiesta que en el sector sur de Quito existe más drogadicción, tabaquismo y explotación infantil, mientras que la minoría con un 11% y 9% manifiestan que estas problemáticas se dan más en los sectores del Centro y Norte de Quito.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta 6. ¿Considera usted que una campaña social en la ciudad es de gran ayuda a estas problemáticas sociales?

Tabla 10: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 6

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	260	95%
NO	12	5%
TOTAL	272	100%

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

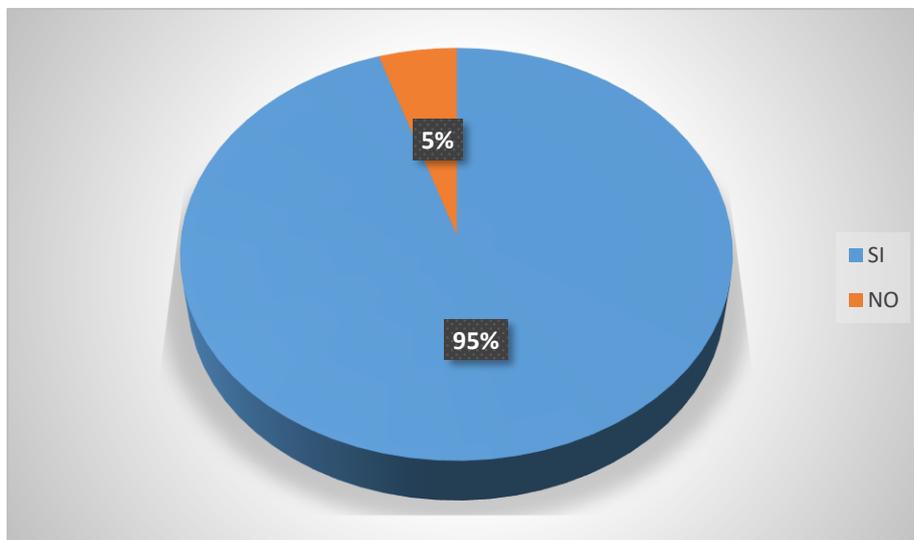


Gráfico 7: Diagrama pastel, Pregunta 6

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Análisis.

Podemos determinar que la mayoría con un notable 95% está consciente que una campaña social es la solución a estos problemas que vive la sociedad hoy en día, y un bajo 5% cree que no es la solución una campaña social.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta 7. ¿Por cuál medio informativo usted suele recibir información a diario?

Tabla 11: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 7

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	72	26%
TWITTER	10	3%
PUBLICIDAD IMPRESA	190	71%
TOTAL	272	100%

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

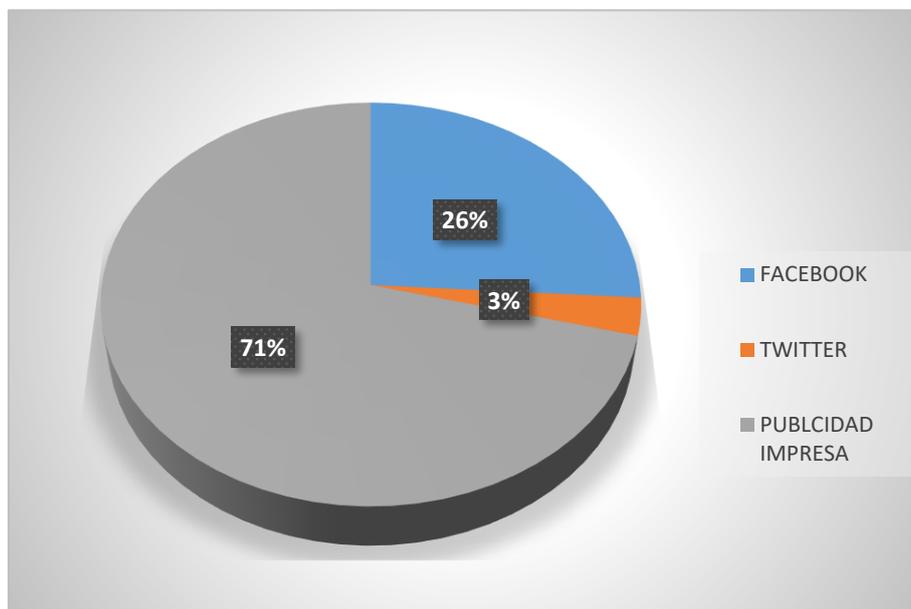


Gráfico 8: Diagrama pastel, Pregunta 7

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Análisis.

Podemos determinar que la mayoría con un 71% contestaron que reciben información a diario mediante publicidad impresa, mientras que la minoría con un 26% y 3% contestaron que reciben información mediante las redes sociales como Facebook y Twitter

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta 8. ¿Algún familiar suyo se ha encontrado inmerso en uno de estos círculos viciosos en la actualidad?

Tabla 12: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 8

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	140	51%
NO	132	49%
TOTAL	272	100%

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

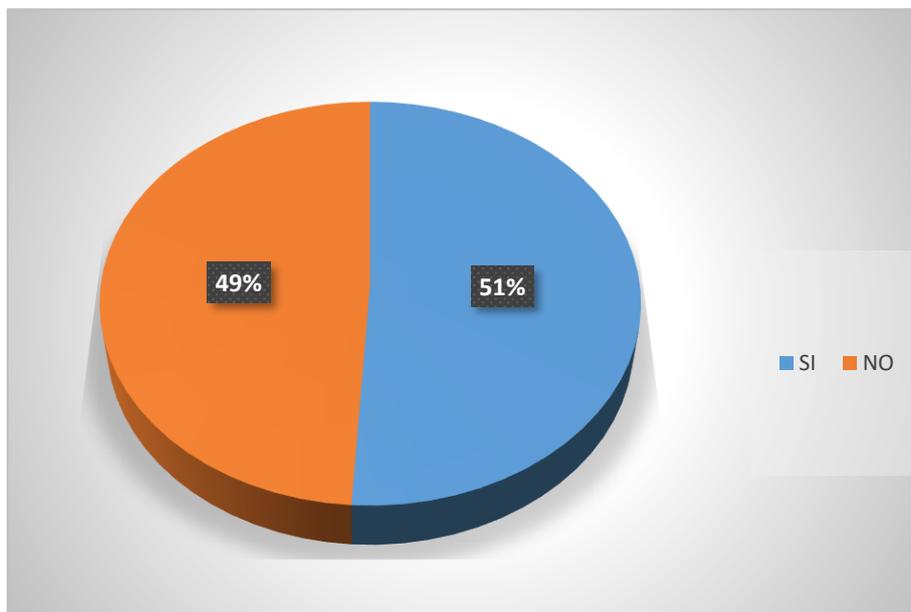


Gráfico 9: Diagrama pastel, Pregunta 8

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Análisis.

Podemos determinar en esta pregunta que los resultados fueron muy similares, aun así, la mayoría se impuso con un 51% respondiendo a que si han tenido un familiar inmerso en uno de estos círculos viciosos como la drogadicción o tabaquismo, y la minoría fueron un 49% solamente.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta 9. ¿Considera usted que la campaña debe contener publicidad interactiva con las personas (btl)?

Tabla 13: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 9

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	92	33%
NO	180	67%
TOTAL	272	100%

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

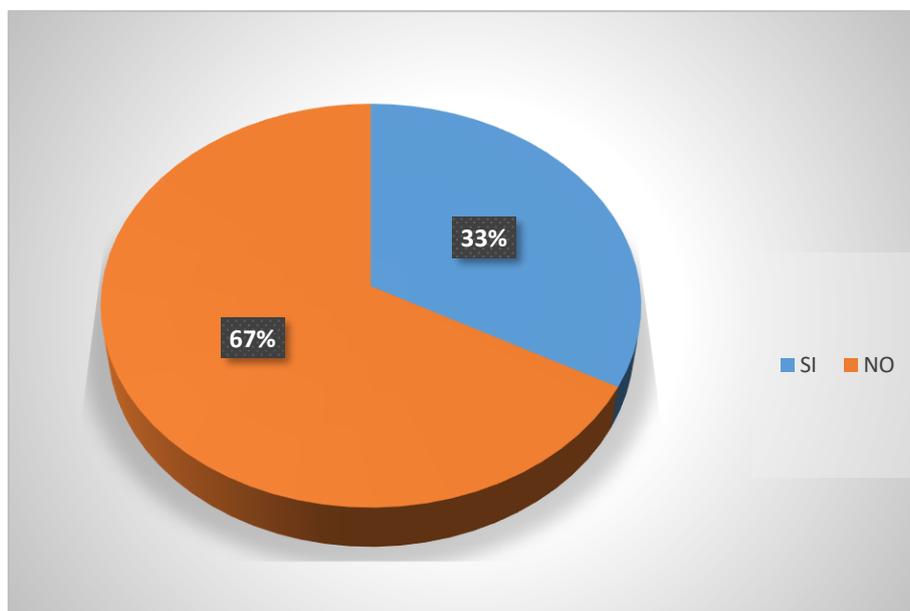


Gráfico 10: Diagrama pastel, Pregunta 9

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Análisis.

Podemos determinar en esta pregunta que la mayoría con un 67% contestó que no debería existir en esta campaña social publicidad btl, mientras que la minoría con un 33% consideró que sí debería existir publicidad btl interactiva con las personas.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Pregunta 10. ¿Cree usted que la campaña ayude a la reducción de los índices actuales de muerte debido a estos problemas sociales?

Tabla 14: Representación porcentual de la encuesta aplicada, Pregunta 10

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	240	88%
NO	32	12%
TOTAL	272	100%

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

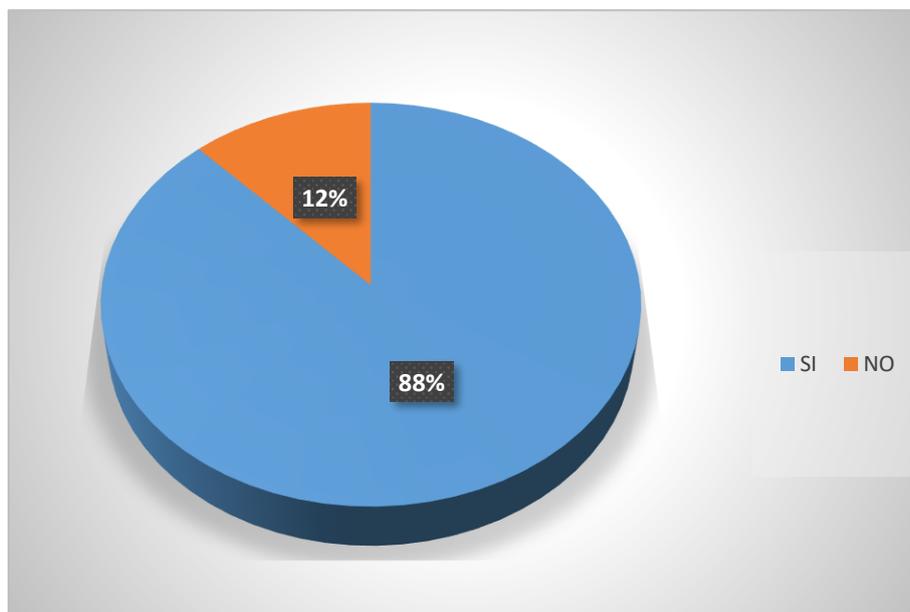


Gráfico 11: Diagrama pastel, Pregunta 10

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Análisis.

Podemos determinar que la mayoría con un 88% estuvieron de acuerdo en que una campaña social si reduciría los actuales índices de muerte debido a estos problemas sociales, mientras que la minoría con un 12% no creen que esta sea la solución definitiva.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.01. Tema

“El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.”

5.02. Introducción

El proyecto de investigación tiene como propósito la recopilación de datos los cuales nos indiquen una realidad de como el Diseño Gráfico incide en la Publicidad Social para lo cual se va a optar a la realización de piezas gráficas con mensajes de conciencia en la ciudad de Quito.

Se transmitirá el mensaje de la campaña, mediante ideas creativas y contenido visual eficiente los cuales nos permitan generar contacto con el grupo objetivo, y así saber sus necesidades y en que podemos enfocarnos en las piezas gráficas, esto nos ayudara a comprender mejor a la persona que vaya dirigido el mensaje.

Se aplicará y se realizaran todos los artes graficos con el uso de softwares para diseño gráfico como es Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, etc , mediante la difusión en publicidad impresa se busca llegar a cada rincon de la ciudad y así que nuestro mensaje de concientización sea acogido por todos y todas.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

5.03. Descripción de la herramienta.

Para la elaboración de las piezas gráficas que se van a utilizar e implementar en la campaña de concientización se utilizaron varios programas de Adobe, los cuales facilitan el proceso de diseño y construcción de las piezas, gráficas, edición de fotos, etc.

Los programas utilizados son:

- Adobe Illustrator Cs6
- Adobe Photoshop Cs6

5.03.01 Adobe Illustrator Cs6

Adobe Illustrator es una aplicación informática dedicada al dibujo vectorial y al diseño de elementos gráficos casi para cualquier tipo de soporte y dispositivo, pudiendo ser usado tanto en diseño editorial, dibujo profesional, maquetación web, gráficos para móviles, interfaces web, o diseños cinematográficos. (Antonio L Carretero, 2014)

5.03.02 Adobe Photoshop Cs6

Photoshop es uno de los programas más famosos (o el que más) de Adobe, enfocado principalmente al tratamiento de imágenes digitales, pero que abarca desde la manipulación fotográfica hasta la pintura digital pasando por el diseño web, edición de videos (Antonio L Carretero, 2014).

5.04 Formulación del proceso de aplicación

Campaña de concientización social en contra de la drogadicción, tabaquismo y explotación infantil dirigida a niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

5.04.01 Grupo Objetivo

- **Género**

Masculino / Femenino

- **Edad**

20 – 45 años

- **Nivel Socioeconómico**

Bajo - Medio

- **Ubicación Geográfica**

Distrito Metropolitano de Quito.

- **Ocupación**

Padres de Familia / Trabajadores en general

5.04.02 Problemas comunicacionales

- **Información**

El grupo objetivo desconoce las problemáticas sociales vigentes que nos rodean en la actualidad.

- **Persuasión**

El grupo objetivo no concientiza sobre los diferentes problemas sociales por el hecho de que no que existe una publicidad adecuada.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

- **Mantenimiento**

El deficiente manejo de campañas existentes en la ciudad ha provocado que ningún mensaje de conciencia llegue completamente a las personas.

5.04.03 Objetivos comunicacionales

- **Información**

Brindar la información suficiente al grupo objetivo, sobre el mensaje de la campaña a través de afiches informativos en puntos estratégicos.

Persuasión

Atraer al grupo objetivo a través de soportes gráficos como micro perforados que estarán ubicados en las ventanas de los corredores sur oriental y el trolebús que son el transporte más usado dentro de la ciudad, y también se colocaran adhesivos informativos alusivos a los temas tratados dentro de las unidades.

Mantenimiento

Generar que el grupo objetivo recuerde el mensaje de la campaña a través de vallas publicitarias ubicadas principalmente en el sur y centro de la ciudad de Quito, y así mantener el mensaje de conciencia en las personas.

5.04.04 Estrategia Creativa

- **Beneficio**

Concientización

- **Mensaje Básico:**

Todo Vicio y abuso es malo.

- **Tono:**

Agresivo

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

- **Estilo:**
Semi-formal / informal
- **Insight:**
Deterioro de la vida de los niños y jóvenes

5.04.05. Reason Why

- **Beneficio**
Los artes gráficos están enfocados en que el grupo objetivo capte el mensaje y reflexione sobre los diferentes problemas sociales.
- **Mensaje Básico**
Reducir el porcentaje de niños y jóvenes que caen en estos problemas: la drogadicción y tabaquismo, y también disminuir el trabajo y la explotación infantil.
- **Tono**
Para generar impacto en el grupo objetivo
- **Estilo**
Los artes están enfocados para niños y niñas de 9 a 18 años, y personas adultas de 20 a 45 años
- **Insight**
Quede constancia el deterioro que sufre la vida de los niños y jóvenes inmersos en estos problemas
- **Eje de Campaña**
Entender y analizar información acerca de estos problemas sociales y tomar acciones para disminuir las cifras que hay en el país de drogadicción, tabaquismo y explotación infantil.

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

- **Slogan**

Salva tu vida

5.04.05. Plan de Medios

- **Medios Principales**

Información: afiches

- **Medios Secundarios**

Persuasión: Micro perforados / adhesivos informativos

- **Medios Auxiliares**

Mantenimiento: vallas publicitarias

5.05. Presupuesto de campaña

Tabla 15: Presupuesto de Producción

MEDIOS PRINCIPALES	DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	VALOR
Afiches	Creación de piezas gráficas	2	\$ 80
MEDIOS SECUNDARIOS			
Micro perforado	Creación de piezas publicitarias	3	\$ 210
Adhesivos	Creación de piezas publicitarias	2	\$120
MEDIOS AUXILIARES			
Vallas	Creación de piezas publicitarias	3	\$250
TOTAL \$660			

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 16: Presupuesto de afiche

FORMATO	VALOR DE IMPRESIÓN UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
A3	\$0.60	100	\$60

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Tabla 17: Presupuesto de Microperforados

MEDIDA DE PUBLICACIÓN	VALOR DE IMPRESIÓN UNITARIO	VALOR MESUAL DE COLOCACIÓN	CANTIDAD	TOTAL
2,50 x 1,75 mi	\$50	\$120	2	\$340

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Tabla 18: Presupuesto de Adhesivos

FORMATO	VALOR DE IMPRESIÓN UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
A3	\$1,50	50	\$75

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

Tabla 19: Presupuesto de Vallas

MEDIDA DE PUBLICACIÓN	VALOR DE IMPRESIÓN UNITARIO	VALOR MESUAL DE COLOCACIÓN	CANTIDAD	TOTAL
8 x 4 mi	\$80	\$300	\$2	\$760

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

5.06. Flow Chart

Tabla 20: Flow Chart

MEDIOS	INVERSIÓN
Medios Principales	
Afiches	\$60
Medios Secundarios	
Micro perforados	\$340
Adhesivos	\$75
Medios Auxiliares	
Vallas	\$760
Subtotal de medios	\$1.245
Total medios / Producción	\$1.905
10% IMPREVISTOS	\$190,50
TOTAL	\$1.969,05

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

5.07. Proceso y aplicaciones gráficas



Gráfico 12: Fotografías originales para afiches

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

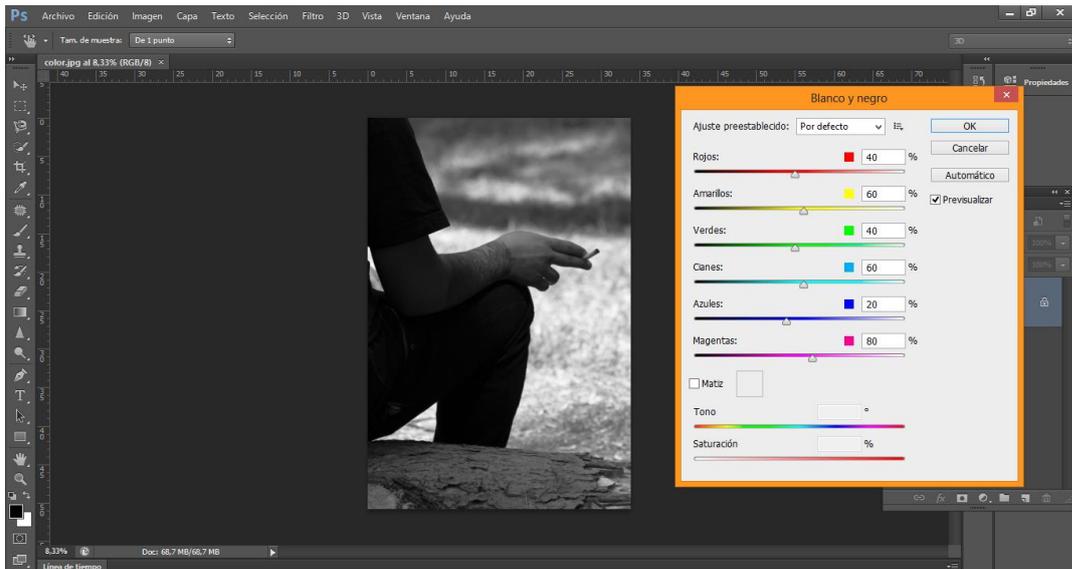


Gráfico 13: Proceso de edición para las 3 fotografías

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander



Gráfico 14: Afiches terminados

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.



Gráfico 16: Proceso de diseño de adhesivos

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander



Gráfico 15: Implementación de textos

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.



Gráfico 18: Adhesivo 1 terminado

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander



Gráfico 17: Fotografía editada para adhesivo 1

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.



Gráfico 19: Fotografía para adhesivo 2

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander



Gráfico 20: Construcción de adhesivo 2

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.



Gráfico 21: Implementación de textos

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander



Gráfico 22: Adhesivo 2 terminado

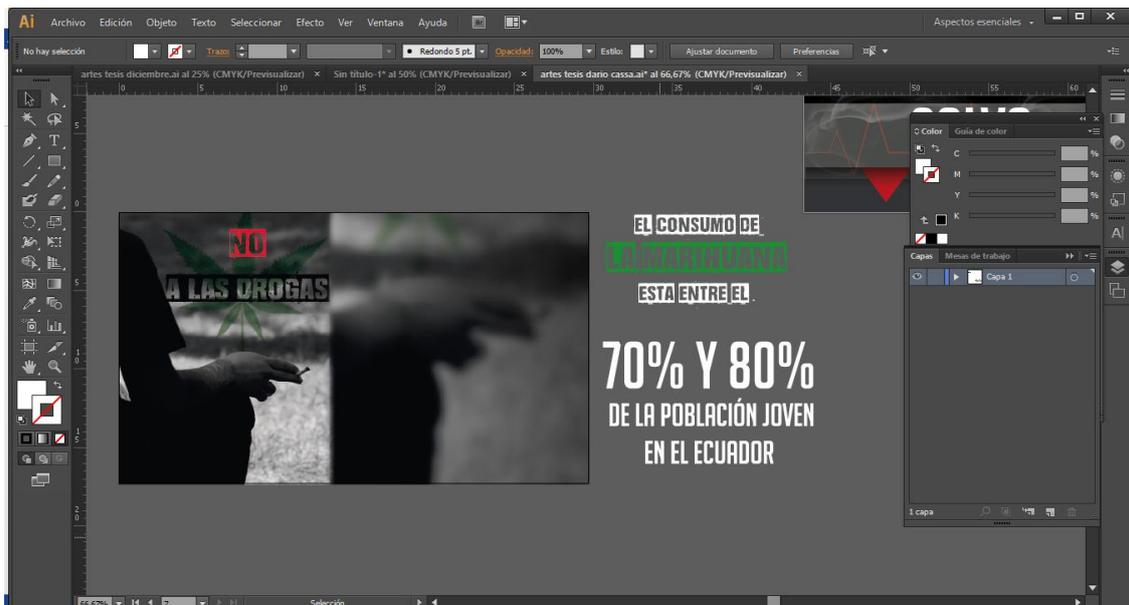
Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.



Gráfico 23: Fotografía editada para adhesivo 3

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander



r

Gráfico 24: Elementos de texto que van a ser utilizados

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.



Gráfico 25: Adhesivo 3 terminado

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander



El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.



Gráfico 26: Fotografías para vallas y microperforados

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.



Gráfico 27: Proceso de construcción de microperforado y vallas

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander



Gráfico 28: Microperforado y valla terminado

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.



Gráfico 29: Proceso de construcción, microperforado y valla 2

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander



Gráfico 30: Microperforado y valla 2 terminada

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.



Gráfico 31: Microperforado y valla 3 terminada

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01. Recursos

6.01.01. Recursos Materiales

Son considerados objetos que se incorporan en los productos y son objeto de procesos, para llevar a cabo las distintas operaciones que se planifica (OLE, M. 1997).

Tabla 21: Recursos Materiales

Descripción	
Internet	Hojas
Perforadora	Lápiz
Impresora	Resaltador
Carpetas	Marcadores
Esferos	Grapadora
laptop	Calculadora
Flash Menor	cuaderno
Borrador	Copias

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

6.01.02. Recursos Humanos

Es el conjunto de previsiones, medio y ejecutorio que se orientan a procurar justicia y armonía dentro de los ámbitos de trabajo, así como lograr el mayor grado de eficacia interna y externa a cualquier tipo de organización. (MORA, 1996)

El equipo humano que realizará la investigación:

- Sr. Cassa Núñez Dario Alexander

6.01.03. Recursos Institucionales

Un conjunto de servicios o recursos que una institución ofrece a su comunidad para la gestión y difusión de los contenidos o servicios que ofrezcan. (Clifford Lynch)

- Administración Municipal de Quito
- Instituto Tecnológico Superior Cordillera

6.01.04. Recursos Económicos

Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. (Julián Pérez Porto y María Merino, 2010)

Tabla 22: Recursos Económicos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Suministros de Oficina	16	50	50
Transporte	30	0,25	7,50
Alimentación	10	2,50	25
Anillados	2	1,80	3,60
Empastado	1	20	20
Impresiones	100	0,15	15
Total			\$121.10
Flow Chart			\$1.969,05
SUBTOTAL			\$2.090.15
10% Imprevistos			\$209.015
TOTAL			\$2.299.17

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

6.02. Cronograma

De forma general podríamos dar la siguiente definición de cronograma: Documento que muestra ordenadamente las diferentes tareas e hitos que forman el proyecto, las relaciones de precedencia y antecendencia entre ellas, su duración, y el inicio y fin del proyecto. (Aunque a la hora de hacer el control y seguimiento podemos incluir otras informaciones.). (Albert Garriga)

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 23: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA																				
ACTIVIDAD	MES																			
	MAYO																			
	1ra semana					2da semana					3ra semana					4ta semana				
CAPITULO I	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
Problema de investigación			x																	
Tema de investigación	x																			
Planteamiento del problema								x												
Justificación									x											
Objetivos														x						
Revisión, corrección y aprobación																	x			
ACTIVIDAD	MES																			
	JUNIO																			
	1ra semana					2da semana					3ra semana					4ta semana				
CAPITULO II Marco Teórico	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
Antecedentes			x																	
Fundamentación Filosófica					x															
Fundamentación Legal							x													
Categorías Fundamentales							x													
Hipótesis												x								
Señalamiento de variables															x					
Revisión, corrección y aprobación																	x			

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

ACTIVIDAD	MES																			
	JULIO																			
	1ra semana					2da semana					3ra semana					4ta semana				
	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
CAPITULO III Metodología																				
Enfoque de la Investigación			x																	
Modalidad Básica de la investigación					x															
Nivel o tipo de investigación					x															
Población y Muestra									x											
Operacionalización n de variables													x							
Plan de recolección de información																	x			
Revisión, Corrección y Aprobación																			x	
ACTIVIDAD	MES																			
	JULIO																			
	1ra semana					2da semana					3ra semana					4ta semana				
	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
CAPITULO IV Procesamiento y Análisis																				
Procesamiento y Análisis		x																		
Fuentes de Información			x																	
Encuesta							x													
Revisión, Corrección y Aprobación									x											
CAPITULO V Propuesta												x								
Tema												x								
Introducción														x						
Descripción de la Herramienta														x						
Formulación del proceso de aplicación														x						
Proceso y Aplicaciones Gráficas															x					
Presupuesto de campaña															x					
Revisión, Corrección y Aprobación																	x			

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

ACTIVIDAD	MES																			
	AGOSTO																			
	1ra semana					2da semana					3ra semana					4ta semana				
	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
CAPÍTULO VI Aspectos Administrativo																				
Recursos						x														
Cronograma						x														
Revisión, corrección y aprobación								x												
CAPÍTULO VII Conclusiones y Recomendaciones												x								
Conclusiones												x								
Recomendaciones												x								
Bibliografía													x							
Anexos													x							
Revisión, corrección y aprobación																	x			
ACTIVIDAD	MES																			
	DICIEMBRE																			
	1ra semana					2da semana					3ra semana					4ta semana				
	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
Presentación Final																				
Defensa del Proyecto						X	X													

Elaborado por: Cassa Núñez Dario Alexander

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01. Conclusiones

En el presente proyecto se estableció las siguientes conclusiones:

- Se investigó y determinó el alto impacto que tiene una campaña de concientización social en contra de problemáticas sociales de hoy en día
- El diseño gráfico cumple un papel importante en todo tipo de campaña ya que es el medio por el cual brindamos información al grupo objetivo
- Se genera impacto en el grupo objetivo mediante el uso de piezas gráficas que contengan imágenes cercanas a la realidad y que creen impacto y comuniquen el mensaje principal
- Se determinó los medios de comunicación más viables para transmitir el mensaje al grupo objetivo, teniendo así efectividad en la campaña social
- Se propone el diseño de los artes comunicacionales realizados bajo una misma línea gráfica, respetando y siguiendo parámetros.
- La realización de piezas gráficas comunicacionales de alto impacto, en su mayoría teniendo relevancia lo gráfico como son fotos o ilustraciones transmitiendo la realidad y el mensaje que se quiere difundir.

7.02. Recomendaciones

- Realizar piezas gráficas con nuevas técnicas de comunicación, con el objetivo de tener un alto impacto en el grupo objetivo.
- Incentivar a la creación de campañas sociales más a menudo para así ir disminuyendo paulatinamente estas problemáticas sociales

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

-
- Mantener continuidad con la campaña social, y brindar información actualizada a la comunidad.
 - Utilizar apropiadamente los canales comunicacionales, siempre cumpliendo la función de transmitir el mensaje hacia el grupo objetivo
 - Indagar y realizar estudios periódicamente para así obtener información actualizada sobre cuál es la situación de la comunidad frente a estas problemáticas sociales.
 - Analizar y determinar un presupuesto fijo para la realización de la campaña social

7.03. Bibliografía

- Bayo, J. (1987). *Percepción, desarrollo cognitivo y artes visuales*. Barcelona- España: Anthropos
- García M. (2011). *Las claves de la publicidad*. Madrid- España: ESIC .
- González, A. (2012/ 19/ Junio). *La evolución de la publicidad*. Recuperado de : <http://www.consultoriainnova.com/blog/marketing-y-publicidad/la-evolucion-de-la-publicidad/>
- Carretero, L. (27 de Agosto de 2014). *Adobe Illustrator: Que es y para que sirve*. Recuperado de: <https://www.creativosonline.org/blog/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>
- Gomez, B (2008). En *Fundamentos de la publicidad*. Madrid- España: ESIC EDITORIAL
- Código de la niñez y adolescencia. (2003). *Código de la niñez y adolescencia*. Ecuador: República del Ecuador.
- Fernández, E. (2014). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid- España: ESIC.
- Shaughnessy, J. (1988). *Marketing Competitivo*. Madrid - España: Diaz de santos S.A.
- Alvarado, J. (2016). *Diseño Actual en el Ecuador. EL COMERCIO*.
- Pérez , J. y Merino, M. (2011). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de>
- Kotler, P. (1999). *Marketing Versión para latinoamerica*. New Jersey : Octava Editorial.
- Ley orgánica de salud. (2006). *Ley orgánica de salud*. Ecuador República del Ecuador.
- Ley Orgánica de comunicación. (2013). *Ley Orgánica de comunicación*. Ecuador: República del Ecuador.
- Naresh, M. (2004). En *Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado* PEARSON .
- Rouse, M. (2003). *análisis estadístico de datos*. Roma- Italia: IPGRI
- Olle, M. (1997). *El plan de empresa*. Barcelona - España: Vanguard Grafic S.A.
- Philip, B M. (1983). *Historia del diseño gráfico*. México: MCGRAW-HILL.

Barrantes, R. (1999). *Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cualitativo y cuantitativo*. Euned.

Sanchez , J. (2015). *freelancer*. Obtenido de www.freelancer.es

Telégrafo, E. (05 de Enero de 2016). Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/medios/1/la-publicidad-cae-el-13-9-en-los-medios-tradicionales-pero-aumenta-en-sitios-web>).

Tovar, F. (1988). *Introducción al arte*, Bogotá - Colombia: D` vinni Editorial Ltda.

Wikipedia. (2011). *Pepsi*. Obtenido de <http://www.wikipedia.com>

7.04. Anexos

Anexo 1 Modelo de encuesta

1 ¿Usted considera necesario la elaboración de una campaña en contra de la drogadicción, tabaquismo y explotación infantil?

SI___ NO___

2 ¿En lo personal usted ha sido beneficiado por alguna campaña social en la ciudad de Quito?

SI___ NO___

3 ¿Usted, que nivel de impacto considera que causa la publicidad social en la ciudad de Quito?

Baja___ Media___ Alta___

4 ¿Tiene conocimiento sobre algún índice de muerte en la ciudad a causa de las drogas o el tabaco?

SI___ NO___

5 ¿En qué sector usted considera que existe más problemas de drogadicción, tabaquismo y explotación infantil?

Sur ___ Centro___ Norte___

6 ¿Considera usted que una campaña social en la ciudad es de gran ayuda a estas problemáticas sociales?

SI___ NO___

7 ¿Por cuál medio informativo usted suele recibir información a diario?

Facebook___ Twitter___ Publicidad Impresa___

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

8 ¿Algún familiar suyo se ha encontrado inmerso en uno de estos círculos viciosos en la actualidad?

SI___

NO___

9 ¿Considera usted que la campaña debe contener publicidad interactiva con las personas (btl)?

SI___

NO___

10 ¿Cree usted que la campaña ayude a la reducción de los índices actuales de muerte debido a estos problemas sociales?

SI___

NO___

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis Dario Cassa.docx (D30285067)
Submitted: 2017-08-29 21:26:00
Submitted By: william.ortega@cordillera.edu.ec
Significance: 6 %

Sources included in the report:

Proyecto Investigacion.docx (D26652919)
<http://www.consultoriainnova.com/blog/marketing-y-publicidad/la-evolucion-de-la-publicidad/>
<https://www.creativosonline.org/blog/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>

Instances where selected sources appear:

7

El Diseño Gráfico y su incidencia en la publicidad social, para disminuir y concientizar las problemáticas sociales como: tabaquismo, drogadicción y explotación infantil, en niños y jóvenes de 9 a 18 años en el Distrito Metropolitano de Quito.