



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE (UTN)**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
(FECYT)**

**CARRERA: DISEÑO Y PUBLICIDAD**

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, EN LA  
MODALIDAD PRESENCIAL**

**TEMA:**

**“El Storytelling como Técnica de Expresión Visual en Adolescentes de  
la ciudad de Ibarra, 2019”**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciatura en Diseño y  
Publicidad**

**Línea de investigación: N° 7 Desarrollo Artístico, Diseño y Publicidad**

**Autor (a): Jimmy Alexander Oviedo Quintana**

**Director (a): Msc. David Fernando Valenzuela Arroyo**

Ibarra, 2022



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	1003275185	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Jimmy Alexander Oviedo Quintana	
DIRECCIÓN:		Huertos Familiares Calle Loja y 13 de Abril, Ibarra	
EMAIL:		<a href="mailto:jaoviedoq@utn.edu.ec">jaoviedoq@utn.edu.ec</a>	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0995570012


DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	El Storytelling como Técnica de Expresión Visual para Adolescentes de la ciudad de Ibarra, 2019
AUTOR (ES):	Jimmy Alexander Oviedo Quintana
FECHA: DD/MM/AAAA	23/02/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Diseño y Publicidad
ASESOR/DIRECTOR:	Msc. David Fernando Valenzuela Arroyo

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 23 días del mes de febrero de 2022

#### EL AUTOR:

  
.....  
Jimmy Alexander Oviedo Quintana



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR**

Yo, Fernando David Valenzuela Arroyo, Docente de la FECYT, certifico que el trabajo de grado titulado: **"El Storytelling como Técnica de Expresión Visual en Adolescentes de la ciudad de Ibarra, 2019"** de autoría del señor Jimmy Alexander Oviedo Quintana con C.I 1003275185 de la carrera de Licenciatura en Diseño y Publicidad, ha sido revisada, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Atentamente,

*MSc. David Valenzuela*

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO**

**C.I.: 1002696027**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo se lo dedico a toda mi familia, los cuales están conformados por mi madre y mis hermanos, pero en especial se lo quiero dedicar a mi madre quien fue la persona que me brindo todo su cariño y su apoyo incondicional pues ha sido y seguirá siendo mi más grande motivación para seguir adelante con mis estudios y convertirme en un excelente profesional de calidad, y a mis hermanos quienes con su afecto y respaldo, nunca permitieron que me diera por vencido hasta culminar mis logros y terminar los estudios de mi profesión.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte por darme la oportunidad de obtener más que un título, una experiencia de vida y educación de calidad permitiéndome cumplir con mis metas profesionales.

Agradezco a mi madre por ser la persona más importante en mi vida y un excelente ser humano, ya que siempre me mostro su apoyo y su cariño en todo momento de mi etapa universitaria y es gracias a ella que existo y que logré todo lo que siempre quise conseguir.

Agradezco a mis hermanos quienes me mantuvieron en pie con sus palabras de ánimo y nunca permitieron que me diera por vencido ante los obstáculos que conllevaron culminar con mi carrera hasta ser un excelente profesional.

Y finalmente, agradezco a mi tutor Msc. David Valenzuela quien me acompañó y me guio con excelentes consejos y me brindo todo su conocimiento lo cual me permitió culminar mi trabajo final de investigación y convertirme en un profesional de calidad.

## RESUMEN

El *Storytelling* o ya sea en español “contar historias” ha sido durante siglos, la esencia de la comunicación humana en su máxima expresión, pues lo hacemos a diario transmitiendo sensaciones que cautivan nuestros sentidos. Este acto de comunicar se puede representar y mostrar de distintas maneras para captar mejor la atención y el interés de cualquier tema, y en este caso se investigó cómo la expresión visual, la cual es toda representación a través de una imagen de ideas o sentimientos, es aplicada al *storytelling* y funciona como una técnica de uso en la comunicación publicitaria y visual dirigida al público adolescente quienes, por tener un panorama más complejo y diverso de la realidad, permiten la creación de propuestas de comunicación innovadoras y originales que sorprendan, sea de su agrado y se adapten de manera más precisa a este tipo de público, ya sea que indirectamente conozcan y entiendan del tema. Para realizar la investigación, se hizo uso del método analítico sintético en el que, a través de todo el proceso, se evaluó la situación y se recolecto los datos y la información más importantes a través de encuestas y entrevistas las cuales permitieron profundizar una parte de la población adolescente de la ciudad de Ibarra frente a la situación del *storytelling* como técnica de expresión visual y descubrir una o varias propuestas alternativas que sean aplicadas y fortalezcan la forma en la que se maneja la comunicación haciendo uso del ingenio y el valor único que estos dos mundos nos ofrece.

**PALABRAS CLAVE:** *Storytelling*, expresión visual, adolescentes, técnica, imagen, comunicación, interés

## **ABSTRACT**

Storytelling, or “telling stories” in Spanish, has been for centuries the essence of human communication at its best, as we do it daily, transmitting sensations that captivate our senses. This act of communicating can be represented and shown in different ways to better capture the attention and interest of any subject, and in this case it was investigated how visual expression, which is all representation through an image of ideas or feelings, is applied to storytelling and works as a technique for use in advertising and visual communication aimed at the adolescent public who, due to having a more complex and diverse panorama of reality, allow the creation of innovative and original communication proposals that surprise, be it their liking and adapt more precisely to this type of audience, whether indirectly they know and understand the subject. To carry out the research, the synthetic analytical method was used in which, throughout the process, the situation was evaluated and the most important data and information were collected through surveys and interviews which allowed to deepen a part of the adolescent population of the city of Ibarra facing the situation of storytelling as a technique of visual expression and discovering one or several alternative proposals that are applied and strengthen the way in which communication is handled making use of ingenuity and the unique value that these two worlds offers us.

**KEYWORDS:** Storytelling, visual expression, teenagers, technique, image, communication, interest

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN .....	I
JUSTIFICACIÓN.....	I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	II
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	IV
DELIMITACIÓN.....	IV
OBJETIVOS.....	IV
CAPÍTULO I.....	1
1.MARCO TEÓRICO.....	1
<b>1.1. Storytelling</b> .....	1
<b>1.1.1. Contexto histórico</b> .....	1
<b>1.1.2. Contexto Social</b> .....	2
<b>1.1.3. El Storytelling en diferentes disciplinas</b> .....	2
<b>1.1.4. Características del storytelling</b> .....	4
<b>1.1.5. Estructura del Storytelling</b> .....	6
<b>1.2. Expresión</b> .....	9
<b>1.2.1. Lenguaje Visual</b> .....	9
<b>1.3. Desarrollo de la comunicación en las generaciones</b> .....	12
<b>1.3.1. Adolescencia</b> .....	13
<b>1.3.2. Desarrollo social en la adolescencia</b> .....	15
CAPÍTULO II.....	17
2.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
<b>2.1. Tipo de Investigación</b> .....	17
<b>2.2. Técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	17
<b>2.3. Preguntas de investigación</b> .....	17
<b>2.4. Participantes</b> .....	18
<b>2.5. Matriz diagnóstica</b> .....	18
<b>2.6. Procedimiento y plan de análisis de datos</b> .....	19
CAPÍTULO III.....	20
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	20
<b>3.1. Encuestas:</b> .....	20
<b>3.1.1. Preguntas de la encuesta</b> .....	20
<b>3.2. Entrevistas</b> .....	28
<b>3.2.1. Jairo Rosero</b> .....	28
<b>3.2.2. Rómulo López Torres</b> .....	30
<b>3.2.3. Iván Guamán</b> .....	33



CAPÍTULO IV .....	38
4. PROPUESTA.....	38
<b>4.1. Tema:</b> .....	38
<b>4.2. Desarrollo de la propuesta</b> .....	38
<b>4.2.1. Título</b> .....	39
<b>4.2.2. Portada</b> .....	39
<b>4.2.3. El concepto de la historia</b> .....	40
<b>4.2.4. Long line</b> .....	40
<b>4.2.5. Sinopsis</b> .....	41
<b>4.2.6. El argumento</b> .....	41
<b>4.2.7. Introducción</b> .....	41
<b>4.2.8. Nudo</b> .....	42
<b>4.2.9. Desenlace</b> .....	43
<b>4.2.10. Los personajes</b> .....	44
<b>4.2.11. Escenario</b> .....	59
<b>4.2.12. Desarrollo visual del escenario</b> .....	60
<b>4.2.13. Formato</b> .....	61
<b>4.2.14. Páginas</b> .....	61
<b>4.2.15. Ejemplos de guion</b> .....	62
<b>4.2.16. Páginas acabadas</b> .....	65
<b>4.3. Estrategias de difusión</b> .....	69
<b>4.3.1. Ventajas de las capsulas</b> .....	69
<b>4.3.2. Objetivo de la difusión en redes sociales</b> .....	69
CONCLUSIONES .....	71
RECOMENDACIONES.....	73
GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	74
BIBLIOGRAFÍA .....	75
ANEXOS .....	77

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Rango de Edad.....	20
Gráfico 2 Conocimiento del Storytelling.....	21

Gráfico 3 Visualización del Storytelling .....	22
Gráfico 4 Interacción con el Storytelling.....	23
Gráfico 5 Nivel de interés en temas generales.....	24
Gráfico 6 Contenidos visuales .....	25
Gráfico 7 Tipos de Dibujo .....	26
Gráfico 8 Respuesta del Storytelling como Contenidos Visuales .....	27

## INTRODUCCIÓN

### JUSTIFICACIÓN

La comunicación ha sido el principal motor de las relaciones humanas y son interesantes las formas en las que es utilizada para cautivarnos, crear relaciones sociales, compartir opiniones e incluso generar valores humanos que construyen el criterio de cada persona para el desarrollo de una mejor sociedad. Una de estas formas es la de contar historias en las cuales hacemos uso de nuestra imaginación y de las experiencias que vivimos para crear relatos asombrosos que al ser contados nos impacten, nos humanicen o simplemente nos entretenga, además en ellas encontramos todo tipo de emociones y personajes con situaciones similares a las nuestras con lo cual crean empatía, generando un cambio de actitud que lleva a una reflexión o una revelación desconocida (Chomski Warcowicki, 2015). Son tan importantes las historias en nuestras vidas que hoy en la actualidad existen varias formas de ser expresada y mostrada ante el público, y una de estas formas es la expresión visual cuya finalidad es transmitir emociones y crearlas, haciendo uso de técnicas visuales que involucran el desarrollo artístico e independiente de las ideas del individuo (Gius, 2016).

La intención del *storytelling* es llegar a las personas, conectándose con ellas y que estas emociones producidas sean visibilizadas, de esta forma deseamos aún más las cosas que hacemos y lo que consumimos (Salmon, 2016). En base a esta realidad es importante profundizar si hay un interés en cuanto a la comunicación que se ha recibido alrededor de este tema en el entorno de los adolescentes ya que su percepción puede determinar cambios y ventajas en las estrategias comunicacionales de empresas, emprendimientos grandes y pequeños, o incluso en el contenido que nosotros mismos creamos y publicamos, y que generen beneficios en las técnicas de comunicación donde la narrativa visual cumpla un papel de suma importancia a la hora de conectar e influir en los comportamientos y sentimientos del público al cual dirigirse.

La investigación plantea medir que tan efectivo es contar historias a través de la expresión visual dirigidas a un público adolescente en donde al descubrir su interés y presunto conocimiento del tema, se planteen nuevas alternativas que pueden ser utilizadas en el ámbito de la comunicación visual y publicitaria mejorando su elaboración, proceso y resultado, mostrando notabilidad al significado del mensaje siendo conscientes de los

cambios en las nuevas tendencias en cuanto a comunicación, y determinar si es relevante, práctica, atractiva y socialmente aceptada frente a otras técnicas comunicacionales dirigidas a este tipo de público. Los adolescentes son más susceptibles a cambios en su entorno porque ellos en esta etapa viven un cambio tanto externo como interno, pues en ella aprenden a tomar decisiones en base a lo que disfrutan, su comportamiento se basa en estímulos externos e internos que forman su personalidad y la convivencia frente a estos estímulos determinan que disfruten y aprendan de aquello que les rodea (Lillo Espinosa, 2004). El estudio del análisis junto a una propuesta que determine la veracidad y efectividad de los resultados nos permitirá ampliar el panorama de la comunicación y proveernos de herramientas con las que afrontemos cambios y alteraciones futuras.

Es factible debido a los recursos tecnológicos y físicos que permiten la exploración e indagación de la técnica, así como un amplio alcance al público objetivo, es decir a quienes está dirigida la investigación, para poner en conocimiento al público en general los resultados de la investigación.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En una sociedad tan globalizada como la de hoy en día, la comunicación a enfrentado cambios importantes en los que intentamos cada vez más sorprendernos innovando las herramientas que ya poseemos y mejorándolas para crear una comunicación precisa, interesante y necesaria, que atribuya de forma importante a nuestra vida.

La comunicación como la conocemos se ha visto afectada por la forma en la que ha sido manejada y transmitida debido a la falta de importancia que se le ha brindado. Crear mensajes es una tarea significativa que requiere de profundizar información para ser comunicada aportando valor en aquel concepto que desconocíamos o mal interpretábamos. Nos encontramos en una era donde la saturación de la información ha hecho borroso el significado de los mensajes en la comunicación provocando que información verdaderamente relevante sea desapercibida generando un desinterés en el público y a la vez que estos se muestren alterados y confundidos. La preocupación de las actividades diarias que posee cada persona no permite que los mensajes sean recibidos de

una forma conveniente y clara, en cambio hacen todo lo posible por evadirlos (Cornella, 2000).

Es claro que dentro de la cantidad de información que recibimos a diario hay información de valor y es muy difícil encontrarla y darse cuenta de que contenidos realmente son necesarios y nos están aportando algo significativo (Domínguez, 2013). El valor de los contenidos y de la información en general se está perdiendo, y esto es algo preocupante ya que la valorización del mensaje es de suma importancia para la comprensión y la reflexión de la información.

En la actualidad el interés por los contenidos visuales que consumimos son diversos y llegar a un público determinado es muy difícil por varios motivos: ya sea que sus gustos cambian o hay temas que son de su agrado manteniéndose firme en una idea y siguiendo el trabajo de quien promueve tales temas. Conseguir el interés proviene de tener un buen conocimiento del tema y de la forma en la que lo transmitamos, por eso es complicado aún más en esta época definir concretamente los contenidos que serían agradables para determinadas personas si no existe un interés mucho más cuando nos enfrentamos a cantidades de contenidos que se manejan de forma incorrecta y que saturan la cabeza del espectador con información innecesaria (Cañadas, 2018).

Por eso en la actualidad crear contenidos es una tarea muy precisa y que debe ser trabajada con cierta responsabilidad, creando una llamada a la acción, esta cualidad tan significativa se está perdiendo. En públicos como los adolescentes es aún más difícil descubrir que llama su atención incluso expuestos muchas veces a técnicas de comunicación diferentes con las que conviven a diario, no habría posibilidad de determinar si una técnica en específico es de su agrado debido a la saturación de información, por ello la investigación planea encontrar si el *storytelling* funciona como técnica de expresión visual en este tipo de público y demostrar que las alternativas de comunicación pueden ser mejoradas y trabajadas de manera creativa, precisa y responsable.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo medir la aceptación y el impacto comunicacional del *storytelling* como técnica de expresión visual en adolescentes y lograr una mejor construcción de la comunicación en el ámbito publicitario, visual y social?

## **DELIMITACIÓN**

### **Unidades de observación**

Adolescentes enfrentados al *storytelling* como técnica de expresión visual

### **Delimitación espacial**

Ibarra, El Sagrario, Ecuador

### **Delimitación temporal**

2019-2020

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Medir la aceptación del *storytelling* en adolescentes para verificar la efectividad en las formas de expresión comunicacional que brinden un diagnóstico social, real y práctico.

### **Objetivos Específicos**

- Examinar el concepto de *storytelling* que brinden los conocimientos respectivos para enfrentar la realidad que manejan los adolescentes con respecto al tema.
- Explicar los resultados de la investigación que determinen la importancia de la técnica del *storytelling* en el campo de la comunicación visual y publicitaria para el público adolescente.
- Diseñar una propuesta creativa que le otorgue importancia a la veracidad de la investigación determinando su validación y su aplicación en formatos publicitarios y visuales.

# CAPÍTULO I

## 1.MARCO TEÓRICO

### 1.1. Storytelling

Una declaración de la *National Storytelling Network* (Network, 2019) define la narración de cuentos como una forma de arte antiguo y una forma valiosa de expresión humana. Sin embargo, como la historia es esencial para muchas formas de arte, la palabra "Storytelling" se usa a menudo de muchas maneras.

El *storytelling* es un término en inglés que significa "contar historias" y es el acto de transmitir relatos considerando que su comunicación impacte de forma poderosa en las emociones de quien las escucha. Es una de las expresiones más antiguas e importantes de las relaciones humanas en las que compartir información se ha convertido mucho más que un hábito por simple instinto humano, ya que sus intenciones deben ser más fuertes y efectivas en todo tipo de ámbitos ya sea culturales, sociales, políticos, etc.

Según (Gray, 2017) cuando escuchamos una buena historia, ocurren cambios químicos en nuestro cerebro. La amígdala genera dopamina, un neurotransmisor que produce placer mientras procesas la información. Cuanto más poderosa sea la historia, más persiste en nosotros.

#### 1.1.1. Contexto histórico

Durante miles de años las historias han sido el intermedio que ha encontrado la humanidad para entender al mundo, traspasar el conocimiento y entretenernos, solos o acompañados. Comenzando en las mitologías prehistóricas a las parábolas de la Biblia; a partir los tapices medievales a los libros contemporáneos; desde las historias contadas cerca del fuego a las obras de teatro en un escenario, o las películas que miramos en nuestras casas. Podría decirse que las historias integran nuestro ADN (Uruguay, 2015).

La narración de historias, o lo que los anglosajones denominan *storytelling*, es la base de toda sociedad humana. Carl Jung ha demostrado que todas las culturas tienen un punto en común en sus historias y su manera creativa de contar sus leyendas las cuales poseían arquetipos que son modelos de comportamiento derivados de ideas o conceptos. Hay muchas culturas en la tierra, cada una con ricas tradiciones, costumbres y oportunidades

para contar historias. Todas estas formas de narración son valiosas. Todos son ciudadanos iguales en el diverso mundo de la narración.

### **1.1.2. Contexto Social**

La narración de historias ocurre en muchas situaciones, desde la plática en la mesa de la cocina hasta el ritual religioso, desde la narración en el transcurso del viaje al trabajo hasta las actuaciones para miles de oyentes que pagan. Algunas situaciones narrativas exigen informalidad; otros son altamente formales. Algunos exigen ciertos temas, actitudes y enfoques artísticos. Las expectativas sobre la interacción del oyente y la naturaleza de la historia en sí varían ampliamente.

Entre los investigadores y profesores que trabajan en la universalidad de la historia, *Dan McAdams*, profesor de Psicología y Desarrollo Humano en la *Northwestern University*, cree que el mundo entero puede ser visto como un enorme lienzo creado sobre la base de los relatos: “Las historias que creamos y contamos influyen las historias de otras personas y esas historias promueven la creación de más historias. A través de nuestras experiencias personales y nuestras historias, ayudamos a crear el mundo en donde vivimos, al mismo tiempo que al mundo que nos crea” (Sadowsky, 2013)

La influencia de las historias en el entorno social ha creado una diversidad de sensaciones que dependen de los intereses colectivos e individuales en diferentes ámbitos y edades que pueden darle enfoques característicos y potenciar aún más la comunicación de los relatos. Las historias en el escenario social permiten un desarrollo más enriquecedor en la libertad de las ideas, emociones y expresiones al escuchar relatos.

### **1.1.3. El Storytelling en diferentes disciplinas**

La narración de cuentos se puede combinar con otras formas de arte como el drama, la música, la danza, la comedia, los títeres y muchas otras formas de expresión. El relato o el cuento que vamos a contar puede ser clásico, moderno, cómico, dramático, pícaro, pero indefectiblemente tratará algún tema que incumbe al ser humano: el amor, la vida, la muerte, el deseo, la pasión y, siempre cabe la posibilidad de que se produzca la «catarsis» a través del relato (Severo, 2017).



La utilización adecuada del *storytelling* puede lograr un resultado muy efectivo al momento de comunicar una idea, elaborar lazos afectivos entre las personas, educar, etc., en base a la unión que desde siempre ha mantenido el ser humano con las historias y sus aplicaciones se han extendido a múltiples áreas donde en diferentes combinaciones puede crear un mejor impacto comunicativo.

Enfrentamos una nueva era donde la forma de contar historias no se vincula a la convencional estructura narrativa, y donde la integración de diversos recursos puede enriquecerlas. En este caso, la naturaleza abierta y flexible de técnicas visuales propicia la interacción comunicativa, el desarrollo de la creatividad y la imaginación, utilizando la imagen como estrategia comunicativa.

El *Storytelling* facilita la exposición de ideas, la comunicación o transmisión de conocimientos, mediante un peculiar modo de organizar y presentar la información de carácter multiformato, apoyado en el uso de soportes tecnológicos y digitales de diversa índole. Su proceso de construcción y elaboración de historias brinda oportunidad de generar atractivos escenarios para el aprendizaje, el entretenimiento y la reflexión en los que incluso cada individuo puede adoptar el rol de productor de contenidos y expresar sus propias ideas.

Uno de sus usos es en el campo de la comunicación visual orientado a desarrollar imágenes que ayuden a reforzar la narración y la complementen de diferentes formas visuales en donde el individuo aprecie y disfrute de mayor contenido.

En diferentes edades una historia es mucho más apreciada si se muestra algo más de contenido y el espectador presta más atención, interés y disfruta del recorrido ya que las imágenes hacen que nuestros sentidos se mantengan encendidos permitiendo que el procesamiento de la información se quede por más tiempo en la memoria del individuo. También facilita el aprendizaje y la comprensión, ya que ayuda a los adolescentes a pensar de forma crítica y a entender de una manera más completa los hechos (Abrahamson, 1998).

#### **1.1.4. Características del storytelling**

Las características son elementos con diferentes funciones que ayudan a la creación de una buena historia permitiendo que su estructura adquiera sentido intelectual y emocional con las cuales elevan su significado y su composición. Algunas características que son interpretadas por varios autores se detallan a continuación.

##### **1.1.4.1. Interacción**

La interacción se refiere a acciones dinámicas que promuevan la participación y el interés de las personas al consumir contenidos de valor. Robertson (2002) deja bien claro que se produce interacción cuando existe una actividad cognitiva consciente en el intercambio entre los participantes del proceso comunicativo (Moral, 2014).

Interacción es la creación de varias acciones que permiten una comunicación más cercana con la persona. Se convierte en respuestas al mensaje del cual se hace el uso de alguna acción para crear una potencial conexión con la persona.

##### **a. Acción**

Estas acciones son las partes del lenguaje hablado o manual que no sean palabras. Su uso distingue la narración de historias de la escritura y las interacciones informáticas basadas en texto. No todas las conductas de lenguaje verbal necesitan estar presentes en la narración de cuentos (Network, 2019)

La acción permite crear un vínculo más cercano y real con la persona y canalizar el mensaje de una forma más práctica y convincente, siendo posible que la persona realice algún acto como respuesta al mensaje recibido e involucre sus propias actividades.

##### **b. Entendimiento**

Cuando hablamos de entendimiento, nos referimos a la capacidad del ser humano de procesar la información y darle sentido, cuando escuchamos una historia la procesamos y entendemos todas las características que nos desea transmitir. El conocimiento humano se basa en las historias, y el ser humano por definición posee capacidad cognitiva necesaria para entender, recordar y contar historias. Mientras se narra, los participantes son capaces de imaginar nuevas perspectivas, invitando a una experiencia transformadora y empática (Temporelli, 2014).

El entendimiento nos permite tener la capacidad de comprender la información y las ideas generales de las historias que escuchamos. Estamos rodeados de mucha información con ideas interesantes y entenderlas nos dará la oportunidad de comprender el valor que nos aporta a nuestras vidas potenciando nuestro conocimiento y la capacidad de razonar efectivamente.

#### **1.1.4.2. Creatividad**

La creatividad se define como la capacidad de producir ideas nuevas que, además, resultan efectivas, apropiadas o valiosas (Cohen, 1999) y se relaciona con el pensamiento divergente. Aunque esencialmente se trata de una capacidad cognitiva, puesto que en la activación de la creatividad no solo confluyen aspectos cognitivos, sino también la motivación, las características personales y el contexto que rodea al individuo.

La capacidad creativa puede aplicarse a las artes, las ciencias y a múltiples ámbitos de la vida cotidiana, así como al campo de la educación y a la vez ser estos aplicados a la narración de historias. En las historias, el uso de la creatividad incrementa la motivación del individuo y contribuye al desarrollo de una capacidad en la generación de sus ideas y la libre expresión de su imaginación.

#### **1.1.4.3. Recordación**

La recordación es la variable que evalúa la habilidad de la persona para generar asociación correcta de la historia en la mente del público cuando se menciona la categoría de producto a la cual pertenece, la necesidad que satisface y su relación directa con la categoría en la que participa la historia contada (Cohen, 1999).

La recordación es nuestra capacidad de crear pensamientos fuertes que permanezcan en la memoria si las situaciones que experimentamos nos generan un impacto profundo que podemos replicar al hablar o al hacer algo. En las historias mientras más poderosas e interesantes sean, las recordaremos por mucho tiempo.

#### **1.1.4.4. Atención**

La atención es una función neuropsicológica básica para llevar a cabo toda acción de tipo comportamental, que actúa como un sistema de filtro que permite elegir, priorizar, procesar y supervisar cualquier tipo de información que adquiera el individuo en el desarrollo de su entorno (Carlos Ramos Galarza, 2016).

En las historias, adquirimos atención cuando los temas son interesantes o empatizan con nuestras emociones y nos convertimos en espectadores concentrados. Enfocamos toda nuestra atención a aquello que nos interesa y por lo cual nos puede transmitir un mensaje que repercutirá en acciones.

#### **1.1.4.5. Emociones**

Las emociones son estados afectivos que experimentamos. Reacciones subjetivas al ambiente que vienen acompañadas de cambios orgánicos -fisiológicos y endocrinos- de origen innato. La experiencia juega un papel fundamental en la vivencia de cada emoción. Se trata de un estado que sobreviene, súbita y bruscamente, en forma de crisis más o menos violentas y más o menos pasajeras (Blasco, 2013)

Las emociones son el principal motor de las historias ya que las experiencias compartidas, los relatos imaginarios o cualquier tipo de narración que contenga un mensaje que se identifique con la realidad de cada individuo, permitirá que muchas de nuestras emociones se reflejen en su actitud, comportamiento o decisiones que conlleven acciones. Todos los estados que son estimulados al escuchar el mensaje de una historia son gracias a la variedad de emociones que podemos sentir y poderlas expresar.

#### **1.1.5. Estructura del Storytelling**

Al momento de construir una narración, hay que tener en cuenta su estructura básica que consta de:

- Introducción: Se introducen los personajes y se sitúa al receptor en la historia.
- Nudo: Donde se establece el conflicto al que se enfrentan los personajes y cómo superarlo.

- Punto álgido: Supone el punto crítico de la historia.
- Fin: Aquí se soluciona el conflicto y finaliza la historia.

Para (Núñez, 2007), los relatos deben incluir una serie de recursos como:

- Mitos: Son relatos tradicionales donde suceden hechos asombrosos protagonizados por seres sobrenaturales que buscan darles solución a aquellos sucesos. También reflejan un ejemplo de conducta para el individuo y da sentido a su existencia.
- Ritos: Son las celebraciones de los mitos, por lo que ambos van unidos. Los ritos ayudan a que la audiencia se involucre en la historia.
- Arquetipos: Residuos arcaicos de las vivencias de los antepasados que habitan en el inconsciente colectivo de las personas en forma de experiencias y recuerdos y se manifiestan como un modo de ser. En un contexto cultural determinado la persona adquiere y forma experiencias para manifestar una manera de pensar.
- Metáforas: Son muy importantes en el relato. Es muy recomendable su uso y hacer que los esquemas morales jueguen un papel importante en la historia. Luego es necesario que el relato tenga estructura narrativa, así como situar la historia en un contexto que le resulte familiar al público.

Además, a esto hay que añadir unos elementos básicos que no pueden faltar en la historia (Núñez, 2007).

- Conflicto: Es el hecho que desencadena la acción. Tendrá más capacidad de llamar la atención de la audiencia cuanto más próximo le resulte y más difícil sea.
- Personajes: Son fundamentales para que el espectador se sienta identificado con ellos y se ponga en su lugar en la historia.
- Emociones y sensaciones: La historia debe emocionar y hacer que el espectador la perciba con todos sus sentidos.

Además, cuanto más grande sea el conflicto mayor interés mostrará el espectador en la historia. Fog, Budtz, Munch y Blanchette (2010) sostienen que hay unos elementos básicos que no deben faltar en el uso del *storytelling* en cualquier disciplina y pueden variar o ser aplicados de manera distinta dependiendo del receptor, del contexto o situación en que se cuenta la historia y su finalidad (Fog, 2010).

Son el mensaje, el conflicto, los personajes y el argumento o trama. Para estos autores no se puede hablar de *storytelling* si no se incluyen estos elementos.

- Mensaje: Es lo primero que hay que definir de forma clara. Este elemento trabaja como un tema central a lo largo de toda la historia. Además, es mejor si sólo es uno para no confundir al espectador y éste logra entenderlo a través de la historia.
- Conflicto: Este elemento es muy importante debido a su relación con la naturaleza humana. Las personas evitan situaciones desagradables y sentimientos de estrés o ansiedad por naturaleza. Es por esto que, si se encuentra con algún conflicto, intenta resolverlo para volver al equilibrio, es decir, lo fuerza a actuar. Para cautivar al público, la historia no debe ser completamente caótica ni tampoco estar en completa armonía, tiene que existir un equilibrio.
- Personajes: Se puede utilizar la estructura del clásico cuento de hadas donde encontramos un héroe, que persigue una meta y cuenta con el apoyo de uno o más personajes. También tiene un adversario, el cual puede ser también un villano, que intenta algo contrario al héroe, estableciéndose así el conflicto. Además, hay un benefactor y un beneficiario junto a los anteriores. Cada personaje cumple una función y tiene un papel en la historia.
- Argumento: Se trata de ver cómo se va a desarrollar la historia. Los sucesos que ocurran y cómo progresen en ella son muy importantes para la experiencia del espectador por lo que debe existir una estructura precisa para impulsar el relato y mantener el interés del público.

## **1.2. Expresión**

Es el lenguaje que nos facilita la transmisión de conocimientos, de relacionarnos personal y socialmente. Mediante la expresión podemos pedir y dar, inventar, influir sobre las demás personas, etc. Este tiene como base la intencionalidad comunicativa. Una situación comunicativa es posible si existe un lenguaje o medio de expresión. La expresión es el producto del lenguaje en cada una de las situaciones comunicativas. El mayor o menor desarrollo de las habilidades expresivas va a variar mucho de unas personas a otras según el contexto donde se desarrollen (Gómez, 2018).

La expresión nos permite dar a conocer nuestras ideas en formas de comunicación propias de cada individuo. Con el lenguaje indicado podemos repercutir positivamente en otros sujetos al comunicarnos e intercambiar valor. El mensaje cobra mayor relevancia al momento de expresarnos dando lugar a diferentes tipos de reacción en el receptor y es fuerte cuando hay libertad creativa y consiente.

### **1.2.1. Lenguaje Visual**

El lenguaje visual es toda un área que tiene como proceso el uso de las imágenes para comunicar mensajes y está esta generalmente vinculada al arte. La intervención de todas las funciones y características de la comunicación son las mismas, pero en las que el sentido visual es de vital importancia para una respuesta efectiva en el proceso comunicacional (Gómez, 2018).

Su aplicación en edades tempranas no tiene como objetivo lograr artistas, sino de hacer posible que el dibujo, el modelado, las técnicas con papel y muchos otros recursos sean apreciados como vehículo de comunicación basado en la libertad y creatividad. Hay diferentes áreas donde el lenguaje visual es potencialmente aprovechado y su comunicación tiene diferentes finalidades y con objetivos propios de las ideas de cada persona.

#### **1.2.1.1. Ilustración**

La ilustración busca entregar mensajes y ejercer una comunicación visual que tiene como prioridad la representación de textos, y su lenguaje visual se fundamenta en

la aplicación de técnicas artísticas. Una ilustración requiere aplicar un proceso creativo y artístico más reflexivo y extenso (Andrés E., 2016).

Podemos definir a la ilustración como una representación visual de un texto o concepto mediante el uso de elementos formales de diseño, técnicas artísticas, simbolismos, abstracciones y estilos gráficos variados, que favorecen la transmisión de información entre emisor (ilustrador) y receptor (observador), la cual puede ser comprendida en diferentes rangos de tiempo, y ser entregada de manera inmediata o secuencial, dependiendo de la naturaleza de la obra.

Unas de las características de la ilustración son: la representación de textos, ya sean libros, cómics, guiones o conceptos; expresión y comunicación visual para inducir un pensamiento al observador, uso de técnicas y materiales artísticos para mejorar el aspecto formal de la obra y mejorar la transmisión de información.

#### **a. Tipos de Ilustración**

- **Ilustración editorial**

Es uno de los más fascinantes retos a los que puede enfrentarse un ilustrador. Desde su mesa de trabajo, el ilustrador “absorbe” el contenido de un texto, una historia, una noticia de prensa, “saca” la idea principal y la plasma en imágenes gráficas. La que se emplea en revistas, periódicos, diseño gráfico, portadas de CDs, carteles, diseño de web, etc (Brazell & Davies, 2014).

La ilustración editorial ha permitido darles vida a grandes historias a través de las imágenes permitiendo que en varios medios de comunicación sea visualizada y brindando al espectador más posibilidades de interacción y respuestas antes los contenidos presentados, mucho más cuando tienen un propósito específico en sus mensajes.

- **Ilustración infantil & juvenil**

Entendida como las obras de creación para acompañar a textos en cuentos, libros impresos o digitales para niños y jóvenes (Brazell & Davies, 2014). Abarca un gran campo en el que se toma en cuenta la edad de los lectores y la categoría de las historias.



Este tipo de ilustración debe ser clara y legible además de tener una unidad con el tema o argumento de acuerdo con la obra.

Esta forma de ilustración brinda más comprensión visual en el público más joven y se mantiene al margen de las exigencias y expectativas que este tipo de público puede percibir. La manera en la que es expuesta es muy llamativa y visualmente atractiva y son elementos importantes al momento de narrar un cuento reforzando la narrativa y la atención del espectador.

- **Ilustración publicitaria**

Está destinada a acompañar o a dar forma y personalidad de una marca o producto. Lo importante de este tipo de ilustraciones es el impacto generado y la eficacia visual (Brazell & Davies, 2014).

Se aplica a las etiquetas de los envases y al *packaging* de productos variados, folletos promocionales o carteles, y se usa para ofrecer una información sobre el producto a simple vista.

La importancia de este tipo de ilustración es la función que posee para dirigirse a cualquier audiencia y utilizar estrategias que den a conocer el mensaje. El impacto de la publicidad visual es muy versátil y posee una finalidad ya sea comercial o social, y en una audiencia joven hay más posibilidades de influir en sus vidas.

- **Ilustración técnica**

La ilustración ha ganado un campo importante en los avances tecnológicos y científicos de hoy en día, siendo esencial para explicar el funcionamiento de máquinas, aparatos o sistemas, a través de gráficos, esquemas y diagramas (Brazell & Davies, 2014).

La eficacia de la ilustración técnica es la de representar de manera más compleja el funcionamiento de los objetos convirtiéndose en un campo del cual se pueden sacar ciertas características aplicables en otras áreas o combinarlas para el entendimiento y la aceptación de otro tipo de públicos.

- **Ilustración cómic**

Es la ilustración que interpreta un guion y permite plasmarlo de forma similar a una película de cine y cuenta una historia con personajes plenamente caracterizados por el autor (Brazell & Davies, 2014).

Es el tipo de ilustración más cercano al objetivo general del *storytelling* y que posee todas las características de la comunicación visual para dirigirse a varias audiencias permitiendo una experiencia más completa y efectiva.

- **Ilustración de manga & anime**

El manga es un producto impreso, del mismo modo que las historietas, tiras cómicas o cómics. Y aunque generalmente se utiliza la palabra para referirse a las creaciones propias de Japón, dentro de dicho país se califica con el mismo término tanto a los cómics orientales como los occidentales (Brazell & Davies, 2014).

El uso de los diferentes estilos visuales y culturales nos brinda la oportunidad de conocer y presenciar varias respuestas en diferentes públicos aportando significativamente al lenguaje visual y unificando el sentido de contar historias a más posibilidades comunicacionales.

### **1.3. Desarrollo de la comunicación en las generaciones**

En la actualidad se ha evidenciado el cambio de la comunicación en todas sus áreas en las diferentes generaciones, como por ejemplo en las empresas empiezan a realizar una categorización por similitudes en cuanto a estilos de vida, hábitos, gustos o motivaciones, para dirigirse a un sector en específico independientemente de la edad. Aun

así, sigue siendo relevante y fundamental conocer de manera profunda las características básicas de las generaciones para poder entenderlas y saber cómo conectar con cada una de ellas ya que las edades son relevantes para comprender en qué situación se encuentra el contexto en el que funciona la comunicación siendo importante cada etapa de vida.

### **1.3.1. Adolescencia**

La adolescencia es el período de transición entre la niñez y la adultez. Incluye algunos cambios grandes, tanto en el cuerpo como en la forma en la que un joven se relaciona con el mundo (Brittany Allen, 2019).

En la adolescencia hay muchas más posibilidades para influir y poner en conocimiento sobre la dirección de la comunicación en sus vidas gracias a que están formando su percepción de la realidad y del elegir que desean consumir y que beneficios obtendrán de lo que consumen.

#### **1.3.1.1. Etapas**

La cantidad de cambios físicos, sexuales, cognitivos, sociales y emocionales que ocurren en esta época pueden causar expectativas y ansiedad tanto a los niños como a sus familias. Entender qué se puede esperar en las distintas etapas puede promover un desarrollo saludable durante toda la adolescencia y a principios de la adultez (Brittany Allen, 2019).

Esta etapa es determinante en la vida de un adolescente en cuanto a desarrollar un ambiente comunicacional sano que se ajuste a sus intereses y necesidades y que les aporte significativamente en sus vidas.

##### **a. Inicial**

Es la etapa que va entre los 10 a 13 años. Durante esta etapa, los niños suelen comenzar a crecer más rápido. Estos cambios corporales pueden generar curiosidad y ansiedad en algunos, en especial si no saben qué esperar o qué es normal (Brittany Allen, 2019).

Los adolescentes más jóvenes tienen ideas concretas y extremistas. Las cosas están bien o mal, fantásticas o terribles, sin muchas variantes. En esta etapa es normal que los jóvenes enfoquen su pensamiento en ellos mismos.

Los preadolescentes sienten una mayor necesidad de privacidad. Es posible que comiencen a explorar formas de ser independientes de su familia. En este proceso, es probable que prueben los límites y reaccionen con intensidad si los padres o tutores controlan sus límites.

### **b. Media**

Los cambios físicos que comenzaron en la pubertad continúan durante la adolescencia media. Esta se desarrolla entre los 14 y los 17. El cerebro sigue cambiando y madurando en esta etapa, pero aún hay muchas diferencias entre la forma de pensar de un joven en su adolescencia media y de un adulto (Brittany Allen, 2019).

Los lóbulos frontales desempeñan un papel importante en la coordinación de las tomas de decisiones complejas, el control de los impulsos y la capacidad de tener en cuenta varias opciones y consecuencias. Los jóvenes en la adolescencia media tienen más capacidad de pensar en forma abstracta y tener en cuenta el "panorama general", pero aún no poseen la capacidad de aplicarlo en el momento.

### **c. Plena**

Los jóvenes en la adolescencia plena o tardía por lo general ya completaron el desarrollo físico y alcanzaron la altura definitiva que tendrán como adultos. Para esta edad suelen tener más control de sus impulsos y pueden sopesar los riesgos y recompensas mejor y con más precisión (Brittany Allen, 2019).

Los adolescentes que se convierten en adultos jóvenes tienen un sentido más firme de su propia individualidad y pueden identificar sus propios valores. Se centran más en el futuro y basan sus decisiones en sus ilusiones e ideales.

Las amistades y las relaciones románticas se tornan más estables. Se separan más de su familia, tanto física como emocionalmente. No obstante, muchos restablecen una relación

"adulta" con sus padres, considerándolos personas de su mismo nivel a quienes pedir consejos y con quienes hablar de temas serios, en vez de una figura de autoridad.

### **1.3.2. Desarrollo social en la adolescencia**

Se conoce como la evolución y el mejoramiento en las condiciones de vida de los individuos de una sociedad y en las relaciones que estos individuos mantienen entre sí. Las habilidades sociales ocupan una función importante en el óptimo desarrollo tanto en la infancia como la adolescencia por lo que permiten desenvolverse y relacionarse de una mejor manera logrando una eficaz socialización, el adolescente mediante su aprendizaje consigue integrarse antes los cambios que acontecen fuera y dentro de él, es un agente de cambio social, no se mantiene inmóvil ante los hechos sociales (Barranco, 2013).

Todo en lo que los jóvenes se ven rodeados, ejercen influencia y al mismo tiempo se ven enfrentados a distintos cambios sociales dentro de los que se encuentran los medios de comunicación y la interacción que se está presentando actualmente en este contexto creando estímulos y desafíos que generan respuestas necesarias para su desarrollo personal y social.

#### **1.3.2.1. Medios de comunicación en la adolescencia**

En la actualidad, es imposible negar la influencia de los medios masivos de comunicación en el desarrollo de los adolescentes, es preciso resaltar la influencia que tiene sobre la forma de expresarse, ya que proveen a los jóvenes educación informal que en su mayoría es más atractiva donde contraviene en la dirección comunicacional de las nuevas generaciones, producen gustos y tendencias en públicos de todas las edades e incluso influyen en la manera como se relacionan consigo mismo, y con sus semejantes (García, 2015)

Los medios de comunicación masiva en la sociedad de hoy muestran una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran medida nuestras ideas, hábitos y costumbres. En este momento es posible obtener grandes cantidades de información y noticias con rapidez sin importar el momento en que surgieron.

Es necesario que las empresas, se apoyen utilizando los medios de comunicación, estar al tanto de la forma de operar la tecnología, que sean capaces de interactuar con este tipo de audiencia, donde estén acomodadas las experiencias para lograr un mejor desempeño en la interacción comunicacional.

## **CAPÍTULO II**

### **2.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. Tipo de Investigación**

Para el presente trabajo de grado según el tipo de datos a emplearse se efectuó una investigación cualitativa, la misma que permitirá la obtención de datos no cuantificables basados en las encuestas y entrevistas en el que los resultados expliquen el comportamiento del objeto de estudio. Según la profundización del objeto de estudio, se aplicó la investigación descriptiva ya que permite identificar la realidad del objeto de estudio recolectando los datos más importantes que nos brinde las características más relevantes del caso (Miguel Angel Toledo Castellanos, 2006).

El método planteado es analítico – sintético ya que por medio de este método se pretende abarcar el origen del problema, procesar la información y llegar a una conclusión contundente que analice y determine el estado en el que se encuentra el caso de estudio.

#### **2.2. Técnicas e instrumentos de investigación**

Las técnicas que se utilizaron son las encuestas las cuales fueron aplicadas al grupo objetivo y que permitirán recolectar la información en base al tema de investigación y las entrevistas, que se aplicaron a expertos en los diferentes temas de estudio con el objetivo de profundizar estos conceptos y direccionarlos de la forma adecuada reforzando el proceso y aportando conocimiento a la investigación.

#### **2.3. Preguntas de investigación**

- ¿Es efectivo el estudio del storytelling como técnica aplicada en adolescentes?
- ¿Existen adolescentes interesados en el storytelling como técnica de expresión visual?
- ¿Influye el storytelling como técnica de expresión visual en el comportamiento de los adolescentes?

## 2.4. Participantes

La población en la que se enfocó la investigación fue la Parroquia del Sagrario de la ciudad de Ibarra donde se aplicó el tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia en el que la muestra es tomada a un cierto grupo de personas que cumplan con especificaciones muy precisas que sean importantes y justifique el caso de estudio, es por ello que en la zona se eligieron 3 instituciones para ser encuestadas, y en cada una se eligieron 2 cursos con 30 estudiantes en cada uno que cumplan con los rangos de edad de adolescente siendo 60 encuestas realizadas en cada institución, como resultado se obtiene un total de 180 encuestas. Las instituciones fueron: Unidad educativa Teodoro Gómez de la Torre en el que se encuestó a los adolescentes entre 11 y 13 años. Unidad Educativa 28 de Septiembre en el que se encuestó a estudiantes entre 14 y 17 años de edad. Universidad Técnica del Norte en el que se encuestó a estudiantes entre 18 y 21 años y todas estas instituciones están ubicadas dentro de la zona de la Parroquia el Sagrario de la ciudad de Ibarra. La población es fundamental porque son el grupo objetivo al que se va a dirigir la investigación.

## 2.5. Matriz diagnóstica

Interrogante de investigación	Objeto de investigación	Dimensión	Indicador	Técnica de investigación	Fuente
¿Es efectivo el estudio del <i>storytelling</i> como técnica aplicada en adolescentes?	Medir, analizar, examinar, explicar	<i>Storytelling</i>	Historia, definición, Tipos, áreas, ejemplos	Encuestas, entrevistas	Storytellings, Novelistas, Narradores, Escritores, Dramaturgos
¿Existen adolescentes interesados en el <i>storytelling</i> como técnica de expresión visual?	Investigar, Profundizar, Analizar, explicar	Expresión Visual	Definición, Tipos, Contexto social	Encuestas, entrevistas, Libros	Escritores, Dramaturgos, Ilustradores, Artistas gráficos
¿Influye el <i>storytelling</i> como técnica de expresión visual en el comportamiento de los adolescentes?	Profundizar, analizar, reflexionar	Adolescentes	definición, clases, tipos	Encuesta	Adolescentes estudiantes



## **2.6. Procedimiento y plan de análisis de datos**

La investigación plantea determinar el interés y conocimiento del storytelling como técnica de expresión visual en el grupo de la adolescencia comprendida en las edades de 11 a 21 años. La investigación se realizó en base a encuestas y entrevistas realizadas en instituciones educativas donde se encuentra el grupo objetivo y profesionales de los temas de estudio en los cuales se recolectaron datos cualitativos que generaron resultados que determinaron el panorama en el que se encuentra el storytelling como técnica de expresión visual, para lo cual los fueron transcritos a tablas en Excel en el caso de las encuestas donde se aplicaron filtros obteniendo resultados mas precisos al momento de encontrar un resultado que determino la situación actual y los posibles planteamientos que se pueden aplicar para un mejor manejo de la comunicación en esta área y con estas técnicas.

## CAPÍTULO III

### 3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 3.1. Encuestas:

Los resultados de la investigación fueron recopilados principalmente a través de las encuestas realizadas en las instituciones al público adolescentes en las que se realizó principales preguntas para diagnosticar el estado de conocimiento, interés y posibles acciones a tomar en base al *storytelling* como técnica de expresión visual utilizando un lenguaje claro y comprensible para este tipo de público.

#### 3.1.1. Preguntas de la encuesta

0. Selecciona el rango de edad en el que te encuentras:

Gráfico 1 Rango de Edad



Ref: Elaboración propia, 2019

La muestra indica que se realizaron 60 encuestas en cada rango de edad específico. Para cada institución se encuestó un total de 2 cursos en el que se encontraba 30 estudiantes en cada uno, y así se realizó en todas las instituciones, pero en cada una se eligió un rango de edad específico. En La Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre se encuestó a los adolescentes que comprendían las edades entre 11 y 13 años, en la unidad educativa 28 de Septiembre se encuestó a los adolescentes en edades comprendidas entre 14 y 17 y

en la Universidad Técnica del Norte se encuestó a los adolescentes que comprendían edades entre 18 y 21 años, dando un total de 180 encuestas.

### 1. ¿Conoces que es el *Storytelling*?

Gráfico 2 Conocimiento del Storytelling

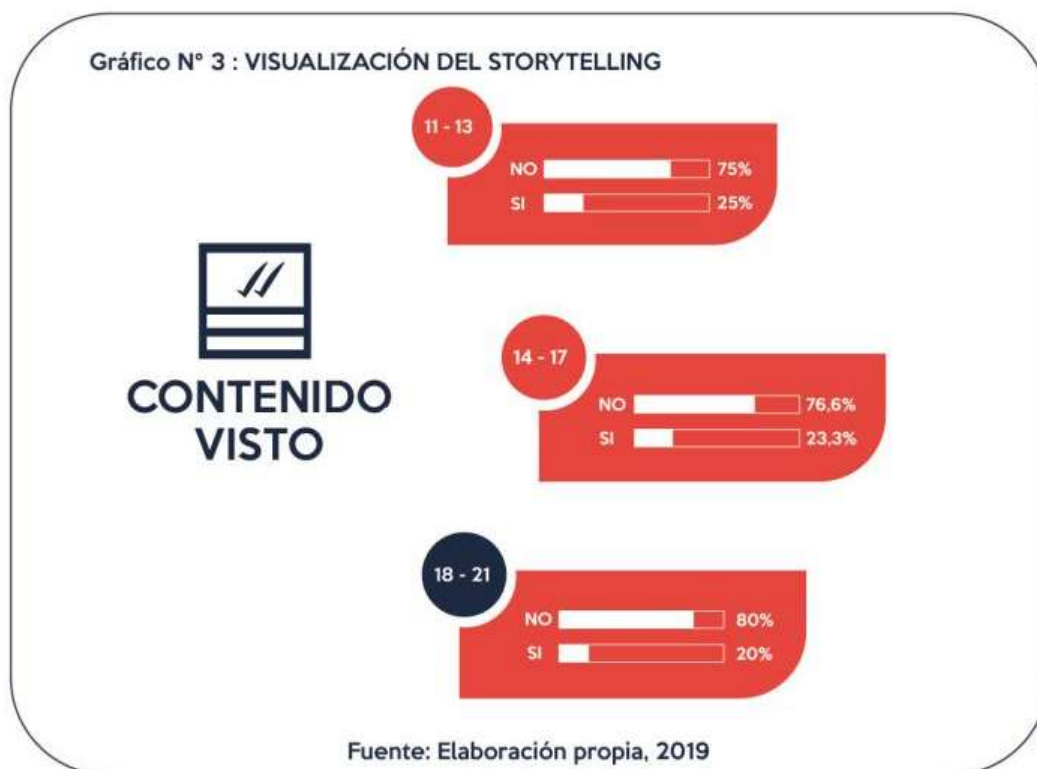


Ref: Elaboración propia, 2019

En los tres rangos de edad, “NO” es la respuesta con mayor porcentaje, lo cual indica que la mayoría de los adolescentes desconocen el significado de *storytelling*. La muestra supone la necesidad de ser expuestos a más ejemplos que contengan *storytelling* para poseer una idea general de su significado y la repercusión que traerá a sus vidas debido a la interacción que desarrollen con recursos que lo posean. También supone la oportunidad de solucionar este desconocimiento generando alternativas de comunicación innovadoras e interesantes aptas para este tipo de público en específico.

2. Has visto este tipo de contenido (si su respuesta fue NO, ve a la pregunta 4)

Gráfico 3 Visualización del Storytelling



Ref: Elaboración propia, 2019

La respuesta “NO” es la que posee mayor porcentaje indicando que la mayoría en los tres rangos de edad no había visto este tipo de contenido justificando la pregunta anterior en la que afirman desconocer sobre el storytelling, aunque debido a una pequeña explicación al inicio de la encuesta los adolescentes intuyeron que el storytelling se trata de contenidos, pero aún así su desconocimiento sigue presente al afirmar que no han visto contenidos relacionados con el tema. Esto supone que los adolescentes necesitan ver más contenidos que posean *storytelling* y despertar su curiosidad e interés dando la oportunidad para crear espacios donde interactuar con estos contenidos.

3. Si tu respuesta anterior fue SI ¿en dónde ha visto este tipo de contenido?

Gráfico 4 Interacción con el Storytelling

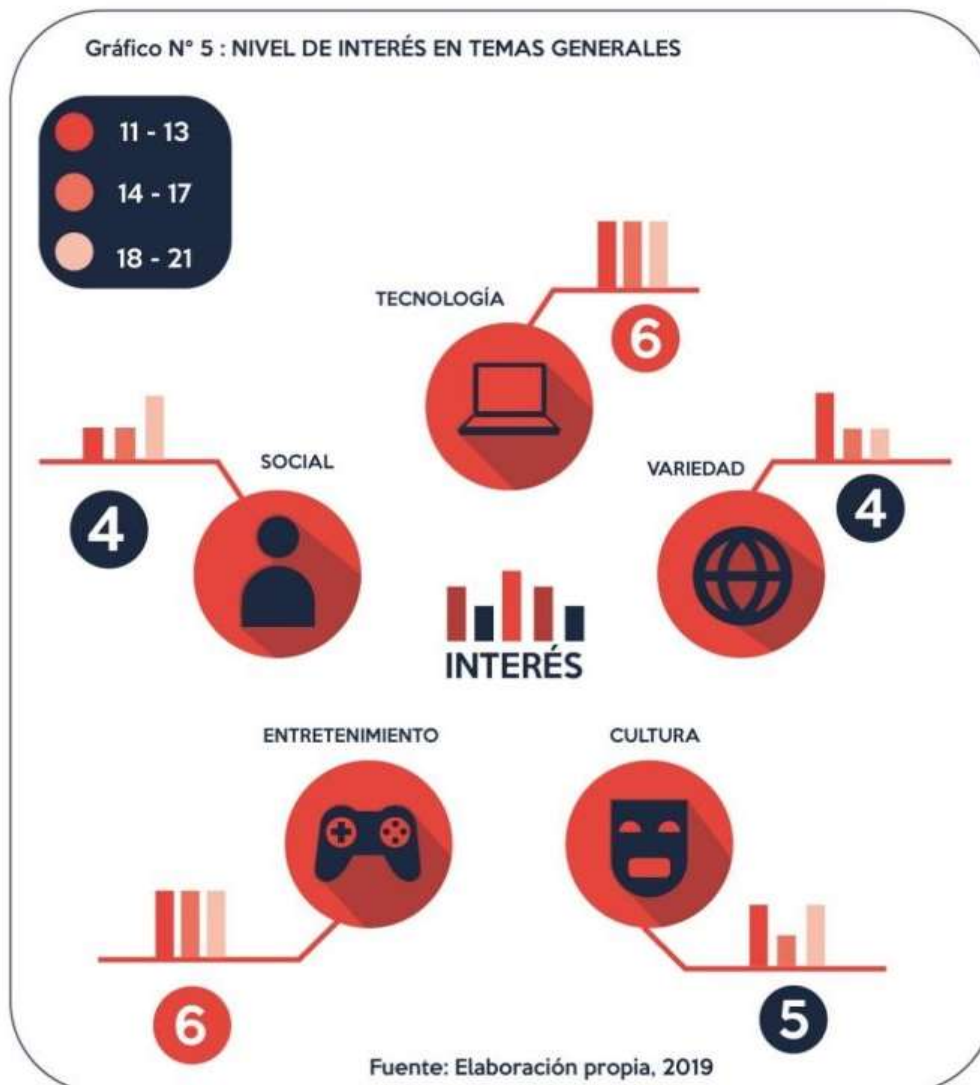


Ref: Elaboración propia, 2019

La contestación de esta pregunta fue en caso de que, en la anterior su respuesta fuese afirmativa. Para ello se excluyó la cantidad de respuestas que no fueron contestadas, centrándose en las que si hubo respuesta y en este caso en todos los rangos de edad se obtuvo la moda la cual es redes sociales, siendo el valor que más se repite. Para quienes contestaron, se determina que son muy pocas las personas que han interactuado con este tipo de contenidos y al parecer no están seguros de si los contenidos con los que han interactuado son sobre *storytelling* y puede que aún no posean una idea clara de este tema y solo lo entienden a su manera. El resultado fueron las redes sociales, con lo cual se determina que los contenidos que poseen *storytelling* si así lo perciben son más aceptados y tienen más interacción en plataformas digitales que en cualquier otro medio para este tipo de público.

4. Selecciona una opción según el interés por cada tema

Gráfico 5 Nivel de interés en temas generales



Ref: Elaboración propia, 2019

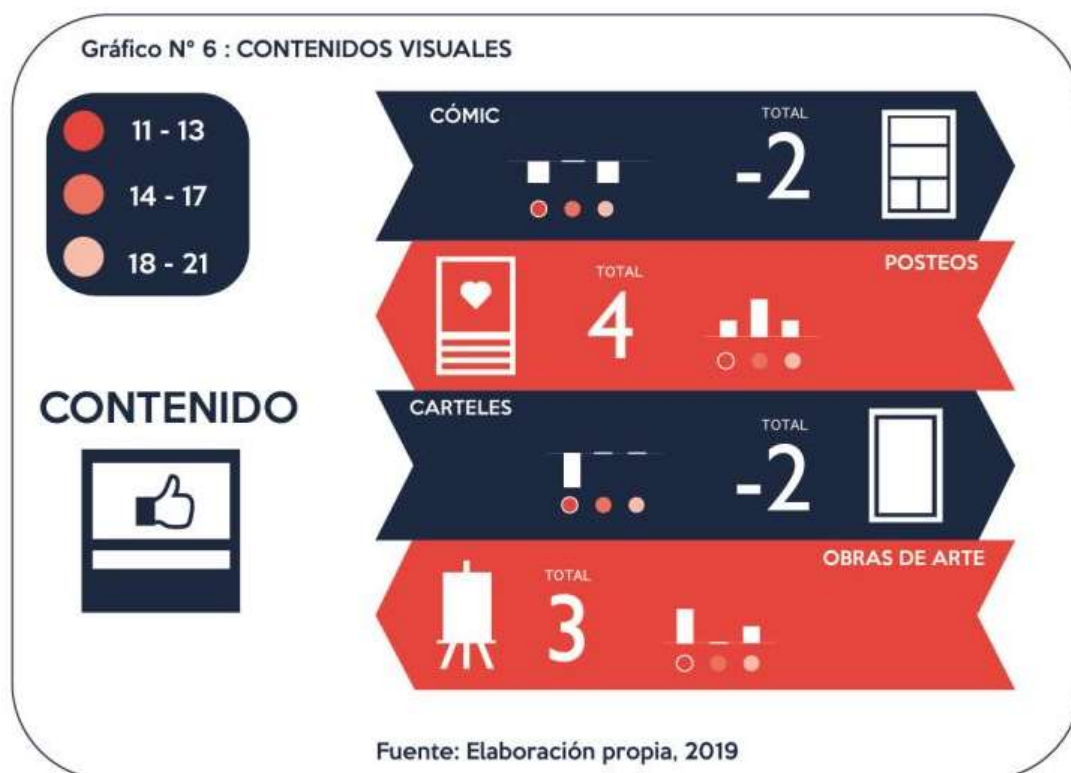
Se muestra un resumen general de los datos recopilados de todos los rangos de edad en cuanto a los temas en los que muestran mayor o menor interés en donde se obtuvo la moda de cada tema. Se determinó que los adolescentes muestran un menor interés en la categoría sociales y varios que son temas como salud, deporte, política, o temas muy generales y por ello sugiere que los adolescentes de esta edad deben estar más

involucrados en este tipo de temas, y que si no poseen ningún tipo de interés se debe a que no hay un buen uso de la comunicación y la persuasión para hacer que estos temas sean más interesantes y de relevancia para este público.

La muestra de manera general indica que los adolescentes muestran un mayor interés por temas de entretenimiento y tecnología, sugiriendo que estas áreas son las más convincentes y de mayor concentración para crear un mejor impacto e interés en los adolescentes convirtiéndose en temas de su agrado y en los que habrá una mejor dirección para dirigir y crear una mejor comunicación.

5. ¿Qué contenidos visuales consumes y con qué tipo de frecuencia lo realizas?

Gráfico 6 Contenidos visuales

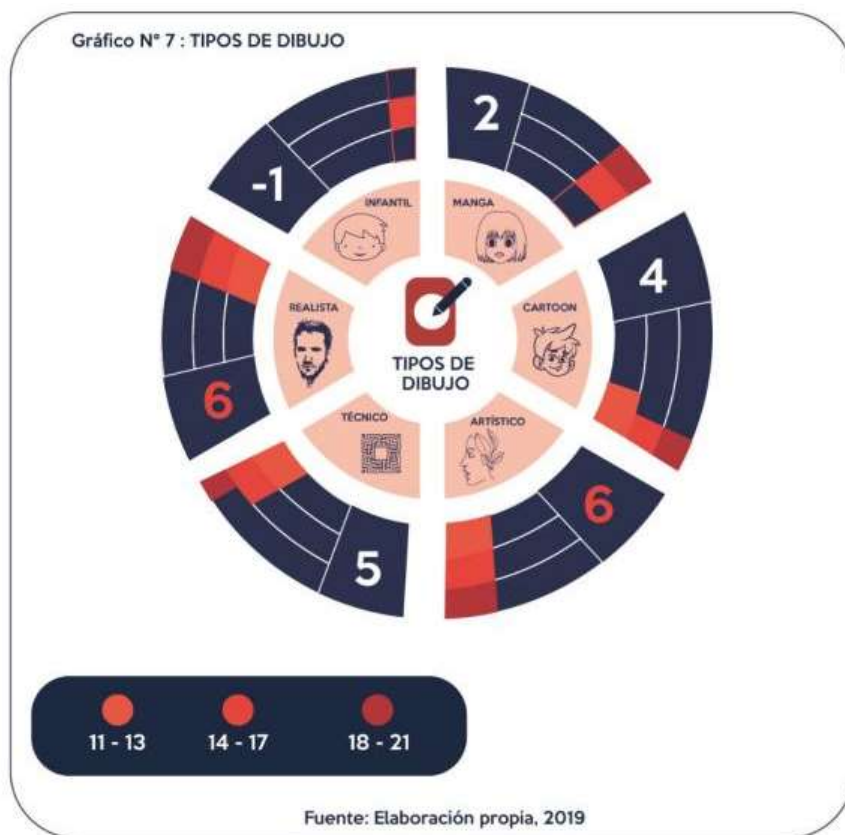


Ref: Elaboración propia, 2019

La categoría que posee mayor cantidad de valor que es la moda y la frecuencia con la que la visitan son posteos en redes sociales que son todo tipo de contenidos de consumo visual en internet presente en los tres rangos de edad, lo que supone que los adolescentes disfrutan y conviven la mayor parte del tiempo con los contenidos visuales que aparecen en redes sociales y otras plataformas en internet. Esto es evidente en cuanto al desarrollo social y tecnológico en el que nos encontramos y por ello es el medio de comunicación más utilizado brindando la posibilidad de generar contenidos más atractivos y adecuados para este tipo de público aprovechando todas las herramientas tecnológicas para posicionar y crear más impacto.

6. Seleccione una opción según el tipo de dibujo que más te guste

Gráfico 7 Tipos de Dibujo



Ref: Elaboración propia, 2019



La gráfica circular muestra todos los tipos de dibujo en el que, la mayor cantidad de valor que es la moda en cuanto al tipo de dibujo que más le gusta al público adolescente en todos los rangos de edad, es el realista y el artístico que son estilos utilizados en todo aspecto de la comunicación visual especialmente en el dibujo. La muestra indicada supone un interés visual con este estilo en varios de los contenidos visuales que consuman y con los que interactúen en su diario vivir. También la oportunidad para crear un estilo creativo y adaptable al panorama de la comunicación en el público adolescente.

7. ¿Te gusta esta manera de presentar historias? (contar historias a través de contenido visuales)

**Gráfico 8** Respuesta del Storytelling como Contenidos Visuales



Ref: Elaboración propia, 2019

La respuesta “SI” es la que posee mayor porcentaje mostrada en todos los rangos de edad quienes aceptan la idea de que el *storytelling* sea visto a través de contenidos visuales

donde las historias sean mostradas por medio de la comunicación gráfica. Esto supone que los adolescentes sienten agrado por la idea de ver al *storytelling* a través de técnicas y expresiones visuales, entre ellas la ilustración siendo el medio más adecuado y apto para dirigirse a este tipo de público y demostrando lo mucho que se puede mejorar en el área de la comunicación visual creando contenidos entretenidos, impactantes y útiles para su consumo.

### **3.2. Entrevistas**

En el siguiente análisis se muestran las principales opiniones sobre las áreas en las que cada entrevistado se especializa y profundizan los conocimientos y experiencias que han manejado en los campos de la comunicación, la narración de historias y la ilustración. Sus opiniones expresadas son importantes para conocer las bases del tema de investigación y recolectar aspectos indispensables que se podrían tomar en cuenta en la construcción de la propuesta y la evaluación de la situación del objeto de estudio brindándonos una perspectiva más amplia y consiente del tema y las características que la componen.

#### **3.2.1. Jairo Rosero**

##### **Docente de Lengua y Literatura con una maestría en literatura hispanoamericana y española**

Actualmente trabaja en la Unidad Educativa José Miguel Leoro Vásquez ubicada en San Antonio de Ibarra cerca de 10 años.

- La narración de historias es contar un acontecimiento, un hecho, un fragmento de una novela, una anécdota, es narrar a través del lenguaje un acto comunicativo desde lo más simple hasta una narración un poco más compleja, entonces tenemos narraciones míticas, tenemos narraciones de la fábula, de cuentos, también está asociado con el registro oral, con la memoria de los pueblos, la memoria ancestral, etc. y al ser una historia también es una comunicación basada en un hecho estético.

- Una de sus principales características es que primero es oral, luego la persona que narra o cuenta la historia pues debe tener ciertas características como por ejemplo debe dominar y saber lo que va a contar, debe tener una coherencia, debe tener afectividad, debe transmitir sensibilidad y sentimientos, debe tener imaginación y organización, y también pienso que al narrar una historia, parte de ser eminentemente oral, también está sujeta a lo que esto involucra, a la improvisación, también al equivoco porque en el plano oral se caracteriza por la espontaneidad y también depende del objetivo porque si es una narración también es algo popular.
- El uso que deberíamos darle sería empezar desde la casa, por ejemplo, un padre debe contar una historia literaria a su hijo o a su hija, en donde aquí ya interviene la creatividad, la fantasía del padre, de la madre que cuentan o narran esta historia. Yo siempre pienso en historias literarias, pero también sé que hay otras historias, en mi caso específico como profesor de lengua y literatura es fundamental, saber cómo llamar la atención a través de un pequeño fragmento, un pequeño detalle de una obra literaria y contarles de una forma animada, en la que los chicos se sientan atraídos por la lectura del libro como tal.
- Todo elemento que se incorpore a la narración de textos ayuda mucho pues, ya no solamente sería el narrador, sino que también aquí ya habría una ayuda visual, auditiva o ambas, todo esto ayuda a fortalecer la comunicación y hacer más atractiva la narración que se está contando pues las fotografías, imágenes, cuadros, todo esto ayuda para la persona quien escucha esa narración, se involucre más en la historia que está contando.

### **Análisis:**

Los principales aspectos que se mencionan en cuanto al concepto de la narración de historias y las áreas en las que son utilizadas refleja la importancia fundamental de la comunicación y su desarrollo en varios contextos también haciendo énfasis en que las

historias poseen un aspecto estético que permiten ser disfrutadas y apreciadas mucho mejor y esto nos demuestra el gran valor de la narración sea cual sea su objetivo.

Hay que tomar en cuenta la variedad de características que adquieren las personas cuando están narrando, dando por hecho que son las que poseen total control de transmitir el mensaje haciendo uso de su ingenio y de sus ideas, aunque también albergan cierta responsabilidad ya sea que quieran lograr un objetivo en específico y beneficiar al oyente permitiendo que compartir una narración sea un acto en el que trabajamos todo el tiempo.

Usar las historias para crear momentos en los que podemos compartir y estar juntos con las personas que queremos crea un vínculo emocional y mantiene el interés mutuo lo que realza la efectividad de su uso en varios aspectos de nuestras vidas haciendo que la comunicación sea más enriquecedora en sentidos sociales, emocionales e incluso espirituales.

Desde esta perspectiva más literaria, el uso del lenguaje es tan indispensable sin importar las áreas o usos que se hagan de la misma y es por ello que la existencia de cualquier herramienta que potencialice la narración de las historias permitirá que la participación de las personas se convierta en una experiencia más significativa y siempre será así.

### **3.2.2. Rómulo López Torres**

**Storyteller profesional. Productor de contenidos para sitios web, e-commerces, portales, blogs y redes sociales. Redactor Publicista. Editor de Libros. Licenciado en la carrera de Letras – Lingüística, Idiomas y Literaturas – por la Universidad Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) – Porto Alegre – Brasil.**

Actualmente trabaja y es *co-founder* de *Letrada Communication*. Agencia de Marketing de contenido con casi 10 años de actuación en el mercado de Brasil y ahora en Ecuador, la cual está enfocada en la producción de contenidos para diversos medios con el objetivo de potenciar ventas, ofreciendo consultoría estratégica para innovación y expansión de empresas por medio de una comunicación inteligente.

- El *Storytelling* es el acto de contar historias. Pero no una historia cualquiera, sino las mejores. Si tomamos por base la naturaleza humana, es una de nuestras actividades más antiguas. Nuestra especie, el Homo Sapiens, es un animal narrativo. Nuestra relación con el lenguaje es narrativa.
- Necesitamos tener contacto con historias (escucharlas, contarlas, compartirlas), para que podamos aprender y compartir nuestros conocimientos. *Storytelling* es contar las mejores historias con objetivos bastante claros: 1. Mantener la atención de la audiencia; 2. Transmitir algún conocimiento vital por medio de metáforas y 3. Generar identidad de grupo.
- Los elementos que no pueden faltar son: 1. Personajes marcantes; 2. Lugares pintorescos; 3. Conflictos inescapables ('*clif hanger*' - término técnico); 4. Acontecimientos emocionantes y 5. Acontecimientos improbables (fantásticos). Si lo logras combinarlos, perfecto. Pero, quizás, dependiendo del objetivo, ni siempre aparezcan todos estos elementos. No es una regla.
- El *Storytelling*, como una asignatura, son técnicas para la generación de historias. La definición de *core messages*, la elaboración de metáforas adecuadas, el manejo y creación de guiones, desarrollo de los elementos de una narrativa (personajes, contexto – tiempo y espacio -, enfoque narrativo, clímax etc.)
- El *Storytelling*, por manejar no tan sólo una tendencia, sino la esencia de la comunicación de la naturaleza humana, contar historias, puede servir para todas las aplicaciones que estén relacionadas con la comunicación humana en todas sus etapas independiente de su formato, sea escrito, hablado, en formato visual o en cualquier otro.

## **Análisis:**

Los aspectos planteados por el especialista en *storytelling* son técnicos y son importantes de aplicar en diferentes áreas de la comunicación partiendo del principio fundamental que posee la narración, estas funciones con el tiempo se han logrado adaptar al sistema de comunicación existente.

Hace recalcar la relevancia en los objetivos de contar historias para ser escuchadas, disfrutadas y compartidas para aprender y transmitir estos conocimientos en los que la claridad al momento de conseguir determinada finalidad al narrar sea primordial para que una historia logre elevar su nivel de potencia en su significado.

Tomar en cuenta los aspectos técnicos al narrar historias para impulsar el impacto que puede generar en distintas audiencias en los que quizás no se puedan incluir todos los que menciona, pero siempre mantiene la alternativa de combinarlos para que la historia eleve las expectativas de quien la escucha y sea la mejor que se haya escuchado, siempre que los objetivos sean claros para que esto se logre de manera más acertada.

El *storytelling* de por sí ya es una técnica utilizada en varias áreas de la comunicación, dentro de la misma se mencionan varias características que construyen un formato el cual es fundamental a la hora de crear una historia, en lo que es importante prestar atención y no descuidarlos si queremos dirigir de manera correcta y precisa hacia una historia que al escucharse nos cautive y genere cambios tanto internos como externos. Sin estos elementos que gracias a la evolución de cómo son percibidas las historias y el avance de la forma en como es manejada la comunicación, probablemente sería aún más difícil crear historias efectivas que alcancen un nivel alto nivel de profundidad en varias audiencias, así que lo mejor que podemos tener son estas características que perfeccionan cada vez más el arte de contar historias.

Finalmente se recalca una vez más la necesidad de usar recursos o herramientas tanto teóricas como físicas que le provean de valor a las historias que se están contando y realcen su comunicación logrando atrapar al público. Nunca dejaran de ser indispensables las herramientas que poseemos hoy en día para involucrarnos más en este tipo de

comunicación que cada vez más avanza y nos permite sorprender, emocionar y aprender mutuamente.

### **3.2.3. Iván Guamán**

#### **Docente especializado en Diseño Gráfico, Ilustración y Producción Audiovisual**

Actualmente está dedicado a su propio emprendimiento, trabajando freelance y dando capacitaciones.

- Los estilos visuales es parte que más me agrada en la que se pone alma al dibujo ósea investigar un poquito antes y apropiarme de la temática, esto me sirve para hacer composiciones que no se sientan sueltas, que tengan un contenido y traten de comunicar algo.
- Me gustan corrientes como el surrealismo, el suprematismo ruso y lograr combinaciones bastante ingeniosas solamente con figuras geométricas, el estilo minimalista en los colores. Ya en esta época moderna, soy de investigar y apropiarme de los temas y me gusta ahora mismo esto de experimentar y mezclar ciertas cosillas, me fijo mucho en la obra de muchos personajes. Me gusta mucho la obra de este ilustrador francés que se llama Benjamin Lacon, Alex Trochu un catalán que hace tipografía, y las obras de ellos son bastante sofisticadas y a la vez tradicionales.
- Al momento de digitalizar se abre una cortina gigantesca y básicamente es una mezcla y un experimento que incluyo en la ilustración es la representación gráfica de un dicho por ejemplo hay otras ocasiones en que trato de narra, la ilustración básicamente se trata de narrar, decir algo.

- Lo que me agrada también a veces es hacer cosas que simplemente salen de la pura imaginación, aunque ya de por sí esto es complicado que uno haga cosas por pura inspiración porque en realidad uno está viviendo, mirando alrededor, teniendo experiencias, mirando películas, a veces tergiversando la realidad y pues de toda esa suma quedan ideas en el inconsciente y se termina haciendo dibujos que quizá uno mismo se sorprende de donde salieron, pero también es interesante como resultan cosas así.
- Los intereses de los adolescentes en esta época son bastante diversos porque ninguno tiene el mismo interés que el anterior por el hecho mismo de estar en el internet, las redes sociales mismo ya juegan ese papel increíble que hace que ciertas personas de un cierto sitio o de un cierto medio estén relacionadas o tengan una cercanía a los intereses.
- Me parece en esa parte habría que estudiar un poquito a fondo sobre los intereses que tienen los muchachos en esta época, sin embargo yo creo que existen factores en común que pueden resaltarse, ahora mismo los chicos y chicas tienen la tendencia a verse bien, son bastante narcisistas, también se puede mencionar que utilizan el internet para divertirse y este mismo hecho ya es un buen indicador para llevar quizá una ilustración que se pueda inclinar hacia ellos o quizá el tono en el que se vaya a utilizar los copys al mostrar una ilustración.
- Yo creo que al diseñador en general le cuesta bastante dar con una idea de esas en las que el mensaje se mueva y llegue a miles en cuestión de instantes, ósea uno ve un meme que está bueno y enseguida se ve que lo compartieron mil veces en cambio en una ilustración o diseño uno tiene que realizar pautaje para tener un poco más de reacción, entonces sería bueno usar la ilustración para mostrar estas cosas en la que los chicos están interesados, que sean cosas útiles y que sin embargo tengan este tono de diversión, quizás usar este lenguaje de memes pero con ilustraciones más capacitadas que tengan más apego.



- El asunto ahorita mismo es estar familiarizado y mostrar contenidos que la gente se apropie, que la gente no piense que es algo inalcanzable si no que la gente lo vea y diga es mío y listo, entonces eso creo que son las cosas que los adolescentes desde mi punto de vista quizá podrían tomar en cuenta y las cosas que posiblemente disfrutarían al ver una ilustración ósea algo divertido y pues por otro lado hay que diferenciar que eso es lo que se les recomendaría a ellos que vieran y cosas que necesiten y sean super interesantes porque eso es lo que la gente busca ahora.
- Las ventajas pueden ser la oportunidad de aclarar ciertas ideas que quizá resultan complejas de explicarse en un texto o en un discurso, y al mismo tiempo la oportunidad de registrar en un lenguaje práctico y entretenido información relevante que históricamente ha constituido también una acción importante para delimitar sucesos de ciertas épocas. Además, una ventaja importante es satisfacer la necesidad de expresión en cualquier grado en los soportes que sean necesarios.
- Las desventajas de una imagen serían que tienen un período corto de vida si no se realiza de manera consciente, técnica y empática, es decir cualquier persona ve una obra que puede ser hermosa en su cromática y composición, pero si no se apropió de la obra la olvidará pronto. Ahora mismo el problema con las imágenes tal vez sea el acceso a plataformas para obtener ilustraciones u obras de forma automática, no por estar en contra de la tecnología, si no por el hecho de que se crea en la mente del consumidor que desarrollar imágenes es algo muy sencillo y no requiere mayor preparación para conseguir una imagen, hablamos del menosprecio a la actividad precisamente.
- En cuanto al futuro de la ilustración, lo veo como una verdadera etapa de digitalización del dibujo no solo por el hecho de poder graficar por computador, sino porque se pretende generar nuevas experiencias con la ilustración y ahí está el llamado a usar nuevos formatos como la realidad virtual, la realidad aumentada, la animación, la interactividad, el vídeo *mapping*, el 3d, los hologramas, entonces

se trata de adaptar la ilustración a cada época y eso es lo que personalmente veo al futuro basado en cosas ya existentes pero la tecnología es universo en extensión y seguro habrá algo nuevo por aprender.

### **Análisis:**

La entrevista estuvo dirigida a recolectar toda la información relacionada con el campo de la comunicación visual y más precisamente de la ilustración el cual se ha convertido en un medio muy importante en la nueva era de la comunicación que estamos afrontando. Desde entender el punto de vista general en cuanto a la profesionalización del área que maneja a revelarnos desde su perspectiva la influencia de este medio en las vidas de los adolescentes y como pueden ser un canal de muchas oportunidades y posibilidades creativas, útiles y transformadoras en la comunicación de hoy en día.

Los estilos visuales en un dibujo recalcan la gran importancia de elevar el interés y el significado de los mensajes en una comunicación de imágenes para darles un sentido pertinente al tema y proporcionarles de valor único. A partir de ciertos ejemplos de corrientes artísticas y temas de relevancia cultural que menciona y han sido una influencia importante en su trabajo, es de donde nace la temática y esto permita potenciar mil veces mejor las historias y por ende la comunicación, ya que permite alinearnos al contexto y darle seguimiento, creando recordación y sentimiento de apego que generará una conexión con quien se involucre y permita dejar que la historia se desenvuelva en su inconsciente.

Las influencias nos han dado por mucho tiempo altos niveles de conciencia en cuanto a aquello que disfrutemos y la mayor ventaja de muchos creadores de contenido quienes deben considerar la responsabilidad de elegir a sus influencias para desarrollar un trabajo que atrape a cierto tipo de público o genere uno nuevo ya que la base de toda la comunicación atractiva es un estilo que provenga de las mejores influencias que hasta el día de hoy dominan el mercado creativo, así es importante reflexionar en esta cuestión.

Al crear imágenes como lo manifiesta el entrevistado, hace énfasis en el proceso creativo que realiza para conseguirlo, y es interesante pensar que viene de cualquier lado y

cualquier momento, puede que a veces las situaciones más insignificantes de nuestro diario vivir se pueden convertir en un poderoso mensaje y aquí hay un punto en el que las historias narradas y las imágenes comparten un vínculo significativo y complementario. La interdisciplinariedad de ambas hace mil veces mejor la comunicación.

El punto de vista del entrevistado en el que menciona la percepción de los adolescentes de este medio lo describe como un aspecto en el que debe ser profundizado de forma más amplia ya que la existencia de gustos e intereses por parte de este público es muy compleja como para definir en que basar sus intereses y al final ser complacidos de manera precisa cuando esto es una incertidumbre. Lo que si es cierto es encontrar una necesidad esencial dentro de todo en cúmulo de tendencias y manifestaciones que estamos viviendo en la actualidad con esta evolución que ha presenciado la comunicación con las redes sociales, prestar atención en ese aspecto es lo que le dará a la comunicación el valor único que necesita para trascender en la vida de este tipo de público.

Existe la posibilidad de que el panorama en el que se encuentran la comunicación visual prevalezca durante mucho más tiempo gracias al amplio espectro laboral que encontramos en diferentes profesiones, ya que gracias a ello la imagen como fuente visual de atracción, atención y mensaje representativo predomina y se ha manifestado como un elemento indispensable para nuestra profesión y para lo que se desee comunicar de lo cual el entrevistado está convencido y así lo plantea.

## CAPÍTULO IV

### 4. PROPUESTA

#### 4.1. Tema:

Creación de una novela gráfica aplicando la técnica del *storytelling* como expresión visual dirigida al público adolescente.

#### 4.2. Desarrollo de la propuesta

En medio de la abundancia de información que existen en las redes sociales, es difícil que nuevas ideas con contenido visual creativo e incluso quienes realizan nuevo contenido se den a conocer y se posicionen en una audiencia con intereses y propósitos específicos.

Una comunicación sin imágenes es monótona y conlleva a que las personas, en este caso los adolescentes evadan información poco interesante, para ello crear contenido visual es fundamental y más aún cuando se cuentan con historias, pero haciéndolo de una forma interactiva, impactante y entretenida, sobre todo en este público que son muy visuales y perciben el entorno encontrando cosas que llamen su atención.

En base al análisis de los datos obtenidos se propone como caso práctico la creación de una novela gráfica dirigida al público adolescente donde se presenten las principales características que compondrán el producto final y se transforme en un proyecto alternativo para la comunicación actual y su desarrollo mediático, también se propone sus estrategias de difusión y alcance del público al cual se dirige.

#### 4.2.1. Título

“En otra realidad”

#### 4.2.2. Portada

La portada es la pieza visual que muestra una imagen que engloba toda la historia y también el inicio de un capítulo. Está compuesta de la escena más relevante del capítulo y el nombre de este. Las portadas ayudan a iniciar un nuevo capítulo en la historia y le brindan al espectador un indicio de lo que puede tratar aumentando su interés y curiosidad por saber más de la historia.



#### **4.2.3. El concepto de la historia**

La historia se desarrolla en base al tema de la tecnología y el entretenimiento, los cuales son elementos con los que el público adolescente está relacionado y son de su preferencia. La idea está basada en contar las ventajas y oportunidades de la tecnología y como su desarrollo puede ayudar o alterar la realidad en la que vivimos hasta el punto de elegir y construir nuestra propia alternativa de vida según los cambios y decisiones que tomamos durante el camino. Para ello se va a contar la historia de un joven atrapado en una realidad virtual subalterna que hará todo lo posible por escapar de ahí y descubrir cómo fue que terminó en aquel lugar.

#### **4.2.4. Long line**

Daniel, un muchacho introvertido, curioso y apasionado por los videojuegos y la tecnología se aventura para escapar de un mundo subalterno de realidad virtual donde habitan personas del pasado al que fue transportado por medio de una misteriosa aplicación de celular.

#### **4.2.5. Sinopsis**

Daniel es un muchacho que le gustan los videojuegos y la tecnología así que un día decide navegar en internet a través de su celular y encuentra una aplicación similar a un videojuego, al abrirlo e ingresar su huella dactilar es transportado a un mundo de realidad virtual en el que con mucha curiosidad desea explorar y se percató de que las personas que habitan ahí no existen en el mundo real, ni son controladas por un videojuego e incluso algunas pertenecen a épocas pasadas. Desconcertado y angustiado se embarca en una aventura por regresar a su mundo real gracias a la ayuda de las personas que conoce y descubrir la extraña razón de la aplicación que lo trajo a aquel mundo subalterno.

#### **4.2.6. El argumento**

La historia engloba toda la novela gráfica que tendrá un principio y un final. Cada acto describe de manera muy general los acontecimientos de la historia que se va a contar para comprender el universo en el que van a desarrollarse los personajes, la trama y los giros o situaciones inesperadas que se vayan desarrollando o adaptando según se muestre en la historia.

#### **4.2.7. Introducción**

Daniel es un muchacho con una gran afición por los videojuegos. Un día al llegar a su casa, navega en internet a través de su celular, y ahí descubre una aplicación de juegos que quiso probar y que le pidió insertar su huella dactilar. Esto hizo que inmediatamente se transportara a un mundo virtual desconocido. Al estar en aquel lugar se siente algo desconcertado, entonces inesperadamente es sorprendido por una joven llamada Zoé que transitaba en su patineta por el lugar y accidentalmente golpeo su cabeza. Ella se disculpa, se conocen y le explica como es este mundo y la prisa que llevaba era debido a que fue avisada de una amenaza interna que está sucediendo en su realidad. Zoé se va rápidamente y Daniel se percatan de que unas naves lo persiguen, así que muy asustado trata de huir y esconderse. Preocupado por su situación intenta pensar la manera de salir de aquel lugar cuando de pronto es interceptado y encadenado sorpresivamente por un ser extraño con capa llamado “el espía” pero en ese momento Zoé los persigue y ayuda a Daniel y ambos huyen del espía hasta que logran despistarlo y escapan de él.

#### 4.2.8. Nudo

En un lugar llamado “la Fortaleza” Zoé habla con Daniel vuelven a encontrarse y aclaran la situación en la que Daniel está involucrado advirtiéndole que este mundo está en peligro de desaparecer y él está siendo buscado para ser investigado y encerrado. Para regresar a su mundo tendrán que ir a la central, un gran edificio que los conectará con el mundo real y donde se encuentra la información de todos los habitantes de esa realidad. Zoé lo convence de ayudarlo a regresar a su mundo si él también la ayuda a visitar el mundo real en el que ella siente mucha curiosidad y emoción por volver a conocer. Entonces hacen un trato y van a buscar a Klever quien es un niño inteligente que sabe de programación y posee un mapa que los puede guiar hasta la central donde se encuentra la información de todos los habitantes de aquella realidad. Daniel aún no sabe que los habitantes de esta realidad son personas del pasado que fallecieron y su información genética fue guardada antes de morir para preservar su existencia. Los tres viajan a través de los conductos subterráneos que conectan con portales a otras realidades alternativas. La seguridad los encuentra y son perseguidos por muchas naves pequeñas volviendo a la superficie y en el preciso momento en el que van a disparar logran escapar de a través de un portal túnel que los lleva a un lugar casi en ruinas y un gran edificio en forma de árbol en el que al entrar conocen a alguien llamado “el consejero” quien los ayuda con una nave que agiliza el viaje y les advierte de los peligros de ir a la central y la frágil línea que divide este mundo del verdadero. Además, es por él que Daniel se entera en ese momento que las personas que habitan en esta realidad son personas que el mundo real ya fallecieron y que su información genética es la que fue guardada para poder sobrevivir en este mundo. El consejero les explica que pueden existir maneras de regresar al mundo real, la primera es si la información genética de quien quiere regresar existe en la vida real y tomar su lugar y otra forma es si en caso de no existir herencia genética, podrá encontrar un ADN compatible sin embargo sus probabilidades de vida son escasas y pueden dejar de existir.

Los tres consideran estas opciones y continúan su camino. Durante el trayecto al viajar hacia la central y se encuentran por accidente con un chico llamado Alfonso quien no encuentra su realidad y ya lleva perdido mucho tiempo así que se une a ellos para ayudarlo a encontrar su hogar. De repente escuchan un disparo fuerte que destruye una de las alas de su nave, entonces se percatan de que “el espía” los está persiguiendo y va en busca de



Daniel. Ellos aterrizan la nave en un lugar muy iluminado y despistan al espía. En aquel lugar deciden descansar para continuar su camino hacia la central. Ahí cada uno cuenta su historia y que sueños les gustaría cumplir. Luego de descansar ven a lo lejos que la central está altamente protegida, de pronto Daniel es raptado por el espía y es perdido de vista por los demás, y al intentar ingresar a la central, miles de naves intentan atacarlos, pero en ese momento el consejero llega en un robot mecánico y con sus amigos los defienden e intentan ingresar a la central y rescatar a Daniel.

Daniel estando algo inconsciente despierta poco a poco en un salón de color blanco en el que finalmente ve al espía y este le confiesa que necesita de su información genética para volver al mundo real y para ello toman su información y se suben a una máquina que los transporta con la tecnología de realidad aumentada al mundo real. El espía tiene que encontrar el cuerpo de Daniel y revivir en él, pero toma su información y huye a la realidad aumentada en el mundo real y trata de esconderse del espía. Mas tarde llegan los amigos de Daniel y se percatan de que no se encuentra entonces Zoé se sube a la maquina y va a buscarlo mientras sus amigos son capturados por la seguridad de la central.

#### **4.2.9. Desenlace**

Al llegar a aquella realidad que es muy parecida al mundo real va en busca de su amigo, de repente escucha fuertes ráfagas, en ese momento es secuestrada por el espía, mientras tanto Daniel intentando resguardar su información escucha los gritos de Zoé y la voz del espía quien le dice que acabara con la vida de su amiga ya posee la información de ella también. El acepta darle su información a cambio de salvar a Zoé, pero en ese momento una ráfaga de luz se desprende del espacio revelando la identidad de un ser desconocido para ellos quien se hace llamar “La Gobernante” quien es la creadora de las realidades virtuales existentes en aquel lugar. Ella explica que las realidades se han visto alteradas debido a que las mecánicas moleculares han chocado y desestabilizado el sistema ya que hay una persona viva en la realidad virtual. También afirma que ella fue quien mando las naves y la seguridad para atraparlo y devolverlo a su mundo. El espía afirma que fue el quien engaño a Daniel con la aplicación y creo todo solo para que pueda volver al mundo real y fue quien provoco toda la desestabilidad en el sistema. Se descubre que hace mucho tiempo él y un amigo programador crearon una aplicación que permitía comunicarse con

personas del pasado y se lo iban a vender al Gobierno, pero su ambición hizo que su amigo lo asesinara y así es como despertó en esta realidad ya que su amigo había guardado su información. Su único objetivo es volver al mundo real y destruir la aplicación y todos los proyectos tecnológicos y así hacer justicia de su muerte y encontrar a alguien vivo fue la única manera. La gobernante le explica que ella es la hija de su amigo y que ella direcciono mejor el propósito de estas realidades, pero el espía no entiende razones y huye con la información de Daniel y Zoé, pero la gobernante lo detiene y se enfrentan en una batalla en la que gana. El espía intenta destruir la información de todos, pero destruye la suya por error y desaparece debido a que la gobernante durante la batalla las recupero y le dio otras que eran falsas. La gobernante, Daniel y Zoé regresan a la central en la que encuentran a sus amigos. Alfonso decide quedarse con ellos ya que considero que su hogar está en donde estén los amigos que ha hecho. Daniel está listo para regresar a su realidad sin embargo a consecuencia de ello jamás podrá regresar a esta realidad, así que con mucho dolor se despide de sus amigos y sobre todo de Zoé. Daniel regresa a su mundo actual en el momento exacto en el que se encontraba con su celular navegando en internet y empieza a recordar los momentos que vivió en la otra realidad. Pasan los días y se lo puede ver en su computadora jugando un videojuego el cual uno de los personajes es muy parecido a Zoé, esto lo hace pensar que aún hay una esperanza de que en alguna parte existan y él pueda volver a ver a sus amigos.

#### **4.2.10. Los personajes**

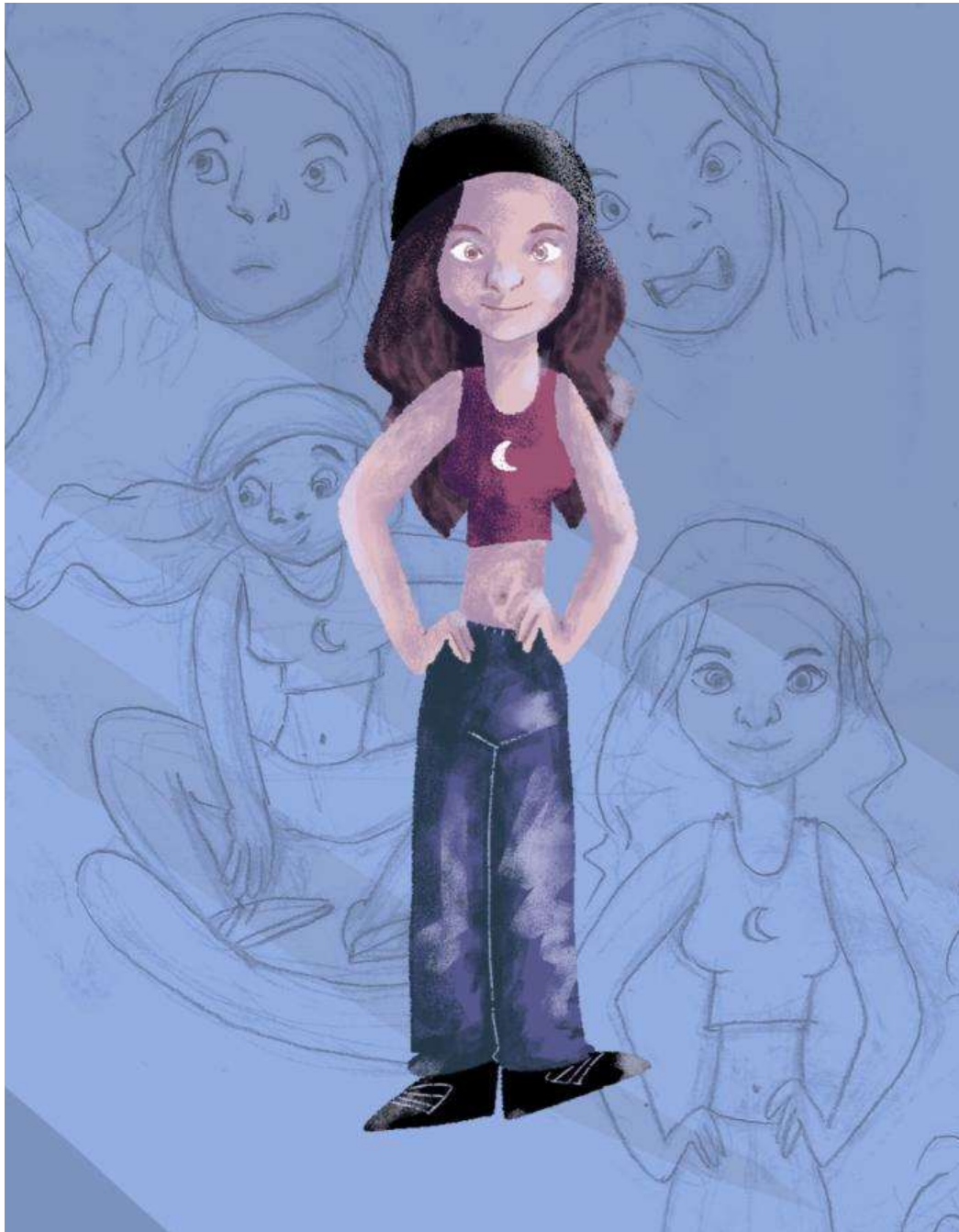
Se realizo la construcción de los personajes principales que compondrán la trama y para cada uno se elaboró una ficha de personajes en los que se detalla la mayor cantidad de características para que los personajes tengan un nivel alto de profundidad y realismo dentro de la historia ayudando a conectarse con el público y encontrando rasgos con los cuales se van a sentir identificados. Se mencionan aspectos básicos que construyen cada personaje, pero de manera progresiva irán cambiando y evolucionando para mostrar un crecimiento y aprendizaje que complementen la historia.

**Daniel**



<b>Concepto</b>	Es el protagonista de la novela que a través de una aplicación ingreso a otra realidad y su objetivo es salir de ella.		
<b>Aspecto externo</b>			
<b>Aspecto físico</b>	Alto, ojos cafés, cabello corto lacio color café y despeinado, color piel claro, complexión física promedio.		
<b>Modo de vestir</b>	Zapatos <i>convers</i> , Pantalones de camuflaje negro, sudadera azul, gorra negra puesta hacia atrás.		
<b>Personalidad</b>			
<b>Virtudes y defectos</b>	Es carismático, curioso, alegre y soñador. Es impaciente, algo imprudente e ingenuo.		
<b>Sueños y miedos</b>	Sueña convertirse en un programador para crear sus propios videojuegos. Teme no tener dinero.		
<b>Que ama y que odia</b>	Ama los videojuegos, las películas y la tecnología. Odia la esperar, es muy puntual.		
<b>Deseos y necesidades</b>	Le encantaría tener los videojuegos más recientes y probar las consolas más actuales.		
<b>Biografía</b>			
<b>Nombre completo</b>	Daniel Santos	<b>Raza</b>	Blanco
<b>Apodo</b>	Dany	<b>Familia y amigos</b>	Vive con su madre y su hermana mayor y tiene dos amigos con los que juega a diario en línea.
<b>Edad</b>	17 años	<b>Relaciones sentimentales</b>	Ninguna.
<b>Sexo</b>	Hombre	<b>Profesión</b>	Estudio en la secundaria.

Zoé



<b>Concepto</b>	Es el personaje secundario de la novela que acompaña a Daniel a la central y lo ayuda a escapar de la realidad y también a visitar el mundo real a través de la realidad aumentada.		
<b>Aspecto externo</b>			
<b>Aspecto físico</b>	Alta, ojos morados, cabello largo lacio color café, color piel claro y luminoso, complexión física delgada.		
<b>Modo de vestir</b>	Zapatos deportivos, calentador azul, blusa lila con estampa de luna, gorro negro.		
<b>Personalidad</b>			
<b>Virtudes y defectos</b>	Es determinada, valiente, arriesgada y soñadora. Es enojona, algo grosera y despistada.		
<b>Sueños y miedos</b>	La realidad en la que vive solo le permite disfrutar de su afición que es patinar y conocer el mundo real a través de la realidad aumentada. Teme dañarse y dejar de existir.		
<b>Que ama y que odia</b>	Ama el skate, volar por el cielo y viajes largos a lugares desconocidos. Odia que las cosas no salgan como las planeo.		
<b>Deseos y necesidades</b>	Le gustaría explorar más el mundo real, aunque sea en realidad aumentada ya que le trae recuerdos de haber vivido alguna vez ahí.		
<b>Biografía</b>			
<b>Nombre completo</b>	Zoé Martínez	<b>Raza</b>	Blanca
<b>Apodo</b>	Zoé	<b>Familia y amigos</b>	Vivía con sus padres, hizo pocos amigos antes de morir y los que tiene son de la realidad en la que vive.
<b>Edad</b>	23 años	<b>Relaciones sentimentales</b>	Ninguna.
<b>Sexo</b>	Mujer	<b>Profesión</b>	Estudiaba entrenamiento deportivo.

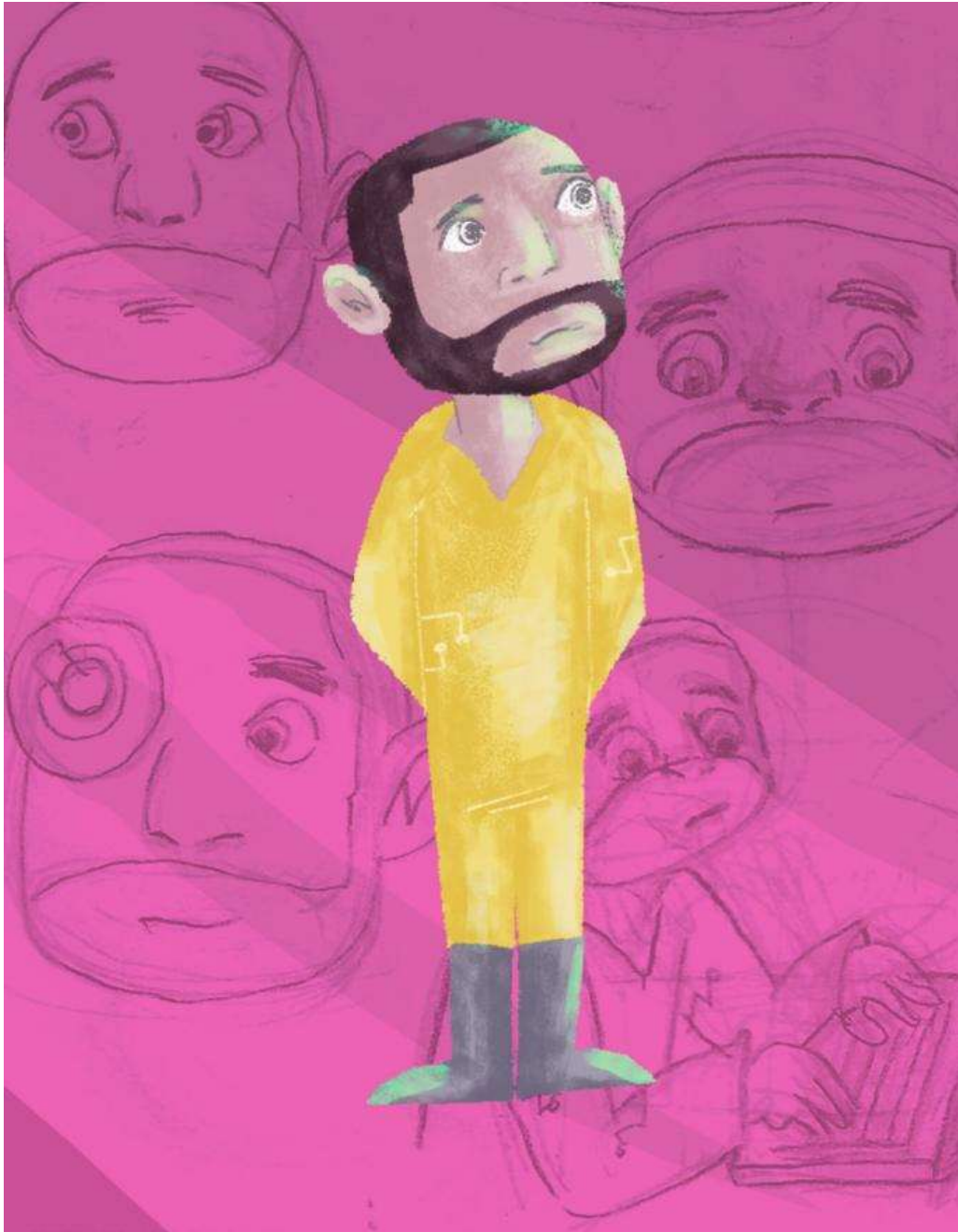
**Klever**



<b>Concepto</b>	Es el personaje secundario de la novela que ayuda a Zoé y a Daniel a encontrar la central y los acompaña en su trayectoria.		
<b>Aspecto externo</b>			
<b>Aspecto físico</b>	Bajo, ojos cafés, cabello corto lacio color café, color piel claro, complexión física promedio.		
<b>Modo de vestir</b>	Zapatos <i>convers</i> , Pantalones y chaqueta de mezclilla color azul, rodilleras negras, anteojos grandes color café, mochila negra.		
<b>Personalidad</b>			
<b>Virtudes y defectos</b>	Es pragmático, perspicaz, atento e intuitivo. Es algo arrogante, perfeccionista y asustadizo.		
<b>Sueños y miedos</b>	Sueña con armar su propio software interactivo para navegar en distintas realidades, pero teme no tener que los cálculos y planes realizados no funcionen ya que los hará de nuevo.		
<b>Que ama y que odia</b>	Ama la programación, la tecnología de búsqueda y ubicación y todo sobre experimentos tecnológicos. Odia ser contradicho cuando está completamente seguro de algo.		
<b>Deseos y necesidades</b>	Desea crear nuevas tecnologías que lo lleven a dimensiones desconocidas y sentirse realizado.		
<b>Biografía</b>			
<b>Nombre completo</b>	Klever López	<b>Raza</b>	Blanco.
<b>Apodo</b>	Klev	<b>Familia y amigos</b>	Vivía con su padre y por su corta edad no hizo muchos amigos.
<b>Edad</b>	11 años	<b>Relaciones sentimentales</b>	Ninguna.
<b>Sexo</b>	Hombre	<b>Profesión</b>	Estudio en la primaria.



## El consejero



<b>Concepto</b>	Es el personaje secundario de la novela que ayuda a Zoé, Daniel y Klever con una nave para viajar a la central, también los ayuda casi al final.		
<b>Aspecto externo</b>			
<b>Aspecto físico</b>	Bajo, ojos cafés, cabello y barba muy corto color café, color piel claro, compleción física promedio.		
<b>Modo de vestir</b>	Botas color moradas, traje de látex color amarillo.		
<b>Personalidad</b>			
<b>Virtudes y defectos</b>	Es intuitivo, determinado, extrovertido y sensato. Es exigente, suspicaz y desordenado.		
<b>Sueños y miedos</b>	Sueña con tener su propia colección de armas biotecnológicas. Le aterra estar en lugares vacíos.		
<b>Que ama y que odia</b>	Ama la comida rápida, las naves y los objetos con muchas piezas Odia a las personas abusivas y que hagan daño a sus amigos.		
<b>Deseos y necesidades</b>	Desea viajar a otras dimensiones y crear una línea de naves que transporten a las personas a varios lugares.		
<b>Biografía</b>			
<b>Nombre completo</b>	Mario Brown	<b>Raza</b>	Blanco.
<b>Apodo</b>	Consejero	<b>Familia y amigos</b>	Vivía con su esposa y no tuvo hijos, trabajaba en una empresa del gobierno donde conoció importantes científicos.
<b>Edad</b>	54 años	<b>Relaciones sentimentales</b>	Casado.
<b>Sexo</b>	Hombre	<b>Profesión</b>	Se graduó en la universidad de ingeniero mecánico.

Alfonso



<b>Concepto</b>	Es el personaje secundario de la novela que accidentalmente cae en la nave donde viajaban Daniel, Zoé y Klever porque se perdió y no recuerda su verdadero hogar.		
<b>Aspecto externo</b>			
<b>Aspecto físico</b>	Alto, ojos cafés, cabello largo lacio color café, bigotes cortos y barba larga trenzada color café, color piel claro, compleción física promedio.		
<b>Modo de vestir</b>	Zapatos deportivos, Pantalones de gabardina negro, bividi de color morado con estampa de corazón, cadenas plateadas, mochila negra, guitarra color amarillo.		
<b>Personalidad</b>			
<b>Virtudes y defectos</b>	Es volátil, optimista, persuasivo y cortés. Es algo torpe y despistado.		
<b>Sueños y miedos</b>	Sueña con tener su propia banda musical y componer sus propias canciones de rock. Le aterra que su instrumento se pierda o se destruya ya que le tiene un gran cariño.		
<b>Que ama y que odia</b>	Ama la compañía y las buenas amistades. Odia la desconfianza y las traiciones.		
<b>Deseos y necesidades</b>	Desea tener un hogar donde vivir y seguir haciendo feliz a muchas personas con su música.		
<b>Biografía</b>			
<b>Nombre completo</b>	Alfonso Lin	<b>Raza</b>	Blanco de ascendencia oriental.
<b>Apodo</b>	Alf rock	<b>Familia y amigos</b>	Vivía con sus amigos músicos, pero viajo a occidente para lograr mejores oportunidades.
<b>Edad</b>	35 años	<b>Relaciones sentimentales</b>	Ninguna.
<b>Sexo</b>	Hombre	<b>Profesión</b>	Músico.

**El espía**



<b>Concepto</b>	Es el personaje antagonista de la novela que va en busca de Daniel para robar su información y volver al mundo real.		
<b>Aspecto externo</b>			
<b>Aspecto físico</b>	Medio alto, ojos cafés, cabello corto lacio color café, color piel claro, complexión física promedio.		
<b>Modo de vestir</b>	Botas color azul, traje antilfluidado y guantes color morado oscuro, capa azul, tapabocas con estampa de rayo color morado, lentes de contacto especiales color blanco.		
<b>Personalidad</b>			
<b>Virtudes y defectos</b>	Es decidido, astuto, directo y arriesgado. Es traidor, impulsivo, arrogante y desconsiderado.		
<b>Sueños y miedos</b>	Sueña con crear proyectos tecnológicos. Y estar con su familia. Le aterra la soledad y la vida infinita.		
<b>Que ama y que odia</b>	Ama la vida real, la tecnología, la libertad y el dinero. Odia que alguien se interponga y arruine algo que tenga planeado.		
<b>Deseos y necesidades</b>	Desea volver a la realidad para estar con su familia y vivir lo que le queda de vida junto a ellos y dándoles lo que les haga falta.		
<b>Biografía</b>			
<b>Nombre completo</b>	Marcos García	<b>Raza</b>	Blanco.
<b>Apodo</b>	El espía	<b>Familia y amigos</b>	Vivía con su esposa y sus dos hijos. Su amigo fue su compañero en el desarrollo de la aplicación y también quien lo asesino.
<b>Edad</b>	37 años	<b>Relaciones sentimentales</b>	Casado.
<b>Sexo</b>	Hombre	<b>Profesión</b>	Master en Programación y tecnología avanzada.

**La Gobernante**



<b>Concepto</b>	Es el personaje secundario de la novela quien dirige todas las realidades existentes y aparece al final para enfrentarse al espía, explicar cómo funciona la realidad y regresar a Daniel al mundo real.		
<b>Aspecto externo</b>			
<b>Aspecto físico</b>	Alta, ojos café claros, cabello corto lacio color negro, color piel claro y luminoso, complexión física delgada.		
<b>Modo de vestir</b>	Botas color amarillo, traje de látex color rosado, guantes color amarillo, sombrero color morado con listón color amarillo.		
<b>Personalidad</b>			
<b>Virtudes y defectos</b>	Es comprensible, respetuosa y responsable. Es autoritaria, inflexible e imponente.		
<b>Sueños y miedos</b>	Desea mantener la estabilidad de las realidades y proteger a todos sus habitantes. Teme perder el control de la situación.		
<b>Que ama y que odia</b>	Le gusta la tecnología y la salud médica. Odia los sistemas que quieren controlar y alterar la paz de las realidades que dirige.		
<b>Deseos y necesidades</b>	Le gustaría cambiar el paradigma de vida diferente a la del mundo real y crear cosas avanzadas que ayuden a mantener una mejor calidad de vida para sus habitantes.		
<b>Biografía</b>			
<b>Nombre completo</b>	Aura Salinas	<b>Raza</b>	Blanca.
<b>Apodo</b>	La Gobernante	<b>Familia y amigos</b>	Vivía con su padre y este guardo su información para que pueda dirigir esta realidad.
<b>Edad</b>	30 años	<b>Relaciones sentimentales</b>	Ninguna.
<b>Sexo</b>	Mujer	<b>Profesión</b>	Estudio Máster en Nanotecnología.



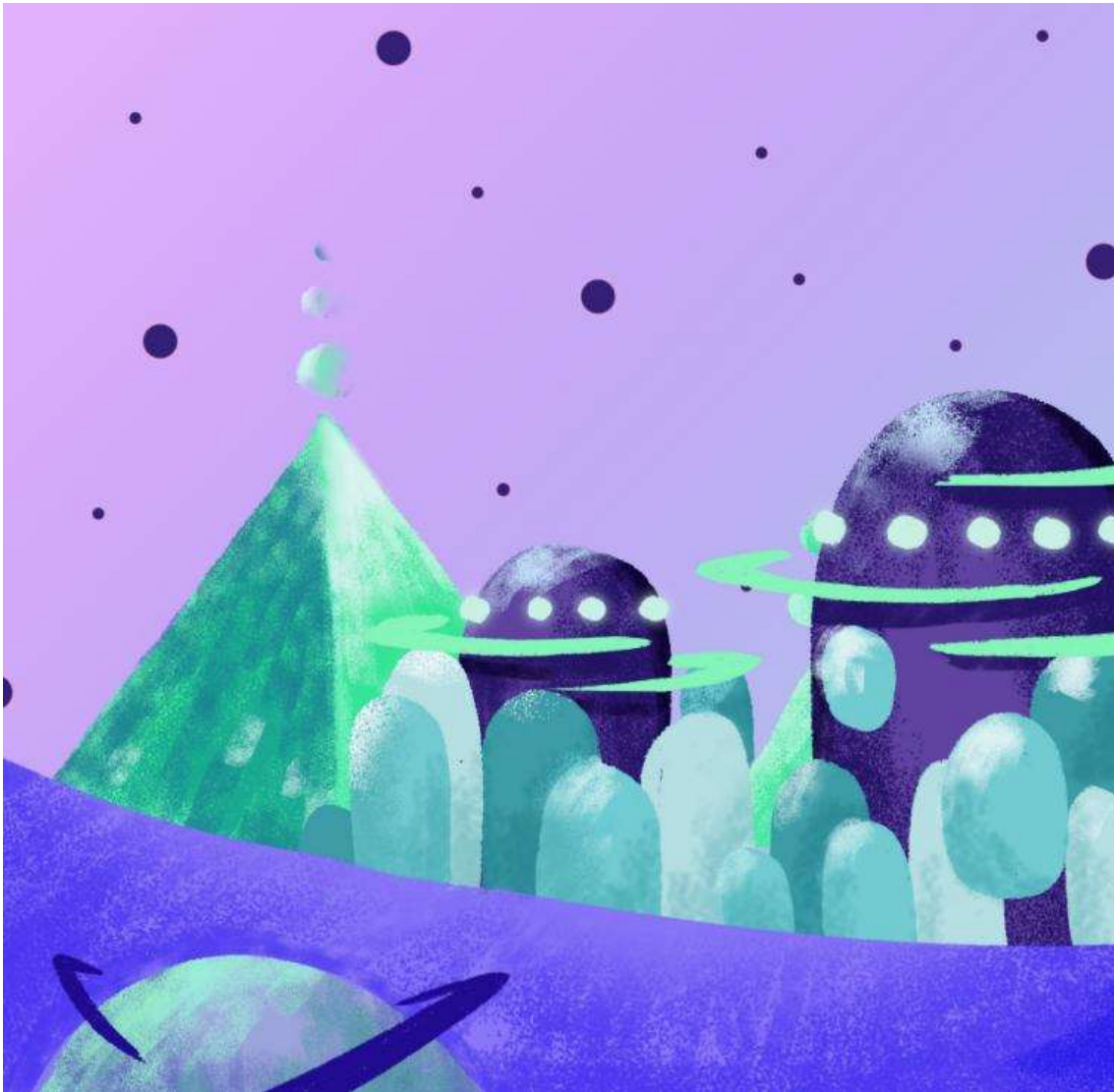
#### **4.2.11. Escenario**

El escenario en el que se va a desarrollar es una realidad ficticia llamada “*Us*” que en español significa “nosotros” y fue producto de un proyecto que intento preservar la vida humana después de la muerte en base a la tecnología más avanzada donde solo personas con capacidades tecnológicas avanzadas serian rescatadas. Esta posee las siguientes características:

- Los habitantes son personas que fallecieron en el mundo real y simulan el aspecto de un humano ya que su ADN es la información genética restaurada y guardada en esta realidad así que su forma y apariencia se mantienen exactamente como el momento en el que fallecieron y carecen de las funciones naturales de vida.
- El aspecto de las construcciones y viviendas donde se habitan son modernas y funcionan de manera puramente tecnológica.
- El sistema de vida de los humanos en esta realidad es similar al sistema de vida del mundo real, sin embargo, el trabajo que ejercen se basa en funciones tecnológicas.
- No existe vida natural y existen varios portales a diferentes realidades dentro del mismo universo.

#### 4.2.12. Desarrollo visual del escenario





#### **4.2.13. Formato**

Se realizará en formato *comic book* de 3 tomos de 24 páginas entre 5 y 6 viñetas en cada una. Su forma de lectura será de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo manteniendo el formato de occidente.

#### **4.2.14. Páginas**

El espacio de la página será manejado en un estilo libre en donde los márgenes de las viñetas no son totalmente rectos e incluso la imagen ocupa el espacio sin tener margen. Algunas imágenes sobresalen los márgenes al igual que los bocadillos.

#### 4.2.15. Ejemplos de guion

La construcción de la narrativa visual parte del guion que se realizó para las 3 primeras páginas de la novela las cuales poseen una estructura diferente a la de un audiovisual ya que es narrativa gráfica y se tomó en cuenta otro tipo de aspectos. A continuación, se muestra la manera en la que se manejara el guion de la historia.

#### Página 1



Viñeta 1 / Plano medio / Daniel se encuentra en su habitación sentado frente a su computadora jugando un videojuego en línea con su amigo.

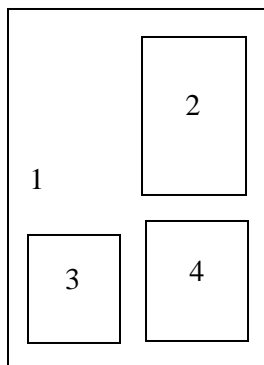
#### **Cuadro de dialogo: Esa tarde Daniel jugaba con su mejor amigo**

Viñeta 2/ Primer plano / Se enfoca el rostro y los hombros de Daniel donde mira hacia el frente fijamente con una expresión de astucia.

#### **Daniel: Ya te gané**

Viñeta 3/ Primer plano / Se muestra a Daniel de espaldas sentado frente a su computadora jugando un videojuego en línea con su amigo muy concentrado.

#### **Cuadro de dialogo: Podría estar horas y nunca aburrirse**



Viñeta 1 / Plano general / Daniel se encuentra llegando a su casa y abriendo la puerta para entrar en ella.

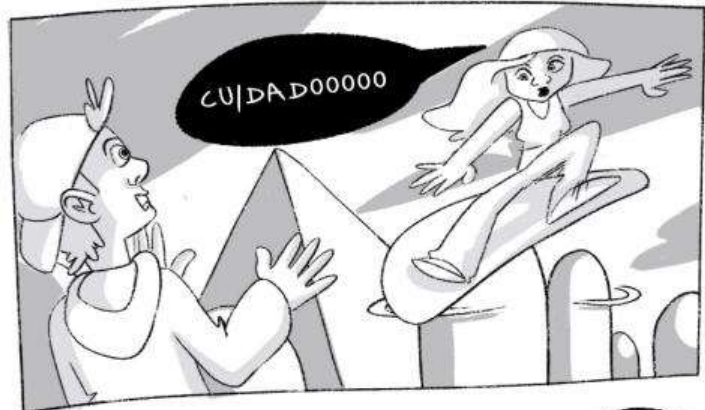
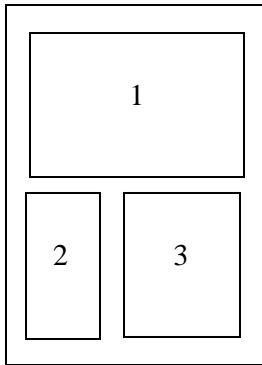
Viñeta 2 / Plano medio / Daniel sostiene su mochila y mira el bolsillo del cual saca su celular.

**Daniel: Creo que veré que puedo encontrar en mi celular**

Viñeta 3 / Primer plano / Daniel se encuentra acostado en su cama navegando en su celular por internet con una expresión de aburrimiento

Viñeta 4 / Primer plano / Se muestra un acercamiento de la cara de Daniel con una expresión de desconcierto.

**Daniel: ¿Qué es esto?**



Viñeta 1 / Contrapicado - Plano general / Daniel con una expresión de sorpresa ve que hacia lo lejos se acerca Zoé quien va en su patineta con una expresión asustada.

**Zoé: Cuidadooooo**

Viñeta 2/Primer plano/ Se muestra el impacto de la patineta contra la cabeza de Daniel en el que muestra una expresión de dolor.

Viñeta 3/ Contrapicado - Plano medio / Las manos de Zoe se posan en los hombros de Daniel quien se soba la cabeza por el dolor.

**Zoé: ¿estás bien? Disculpa, iba deprisa y no me fije en ti**

**Daniel: me duele la cabeza**

4.2.16. Páginas acabadas









SABES QUE NO HARÉ  
LO MISMO QUE HIZO MI PADRE  
QUE PRETENDES LOGRAR

VOLVER AL MUNDO  
REAL ES LO ÚNICO  
QUE QUIERO Y ACABAR  
CON TODA ESTA  
MENTIRA QUE AMBOS  
CONSTRUIMOS



### **4.3. Estrategias de difusión**

La planificación para el lanzamiento de la novela está dirigida y presente en la comunicación digital para lo cual se plantea subir este proyecto a una plataforma online llamada *webtoon* en la que varios creadores de comics independientes pueden dar a conocer su trabajo, sin embargo, maneja un formato diferente que se adapta a la tecnología que hoy en día se está utilizando. Para dirigir a los usuarios y dar a conocer este proyecto, se plantea crear una página en Facebook en la que se publiquen capsulas ilustrativas sobre diferentes temas como tecnología, música y entretenimiento, y de esta manera enlazar al contenido en la plataforma en la que se encuentra la novela para que la conozcan y sean enganchados con la historia.

#### **4.3.1. Ventajas de las capsulas**

Las capsulas actúan como pequeñas dosis de información que llamen rápidamente la atención de quien las está consumiendo y además sea un contenido de que le aporte valor, y deben ser rápidas y eficientes permitiendo que quien lo está consumiendo se apropie del contenido. Estos minicontenidos pueden convertirse en una gran ayuda que dé a conocer algo importante y además les proporcione algo de utilidad al público al que se dirija, convirtiéndose en una gran fuente que les permita crear una audiencia y esta misma dará un seguimiento a las novedades que se vayan aconteciendo.

#### **4.3.2. Objetivo de la difusión en redes sociales**

La principal razón de la creación de estos contenidos es su alta participación y aceptación que tendrán por parte del público adolescente ya que refleja temas diversos que no se limitan y son parte de las nuevas tendencias en cuanto a información y consumo para este público. Estas propuestas que se conectan con la novela llevaran al público a saber más de las mismas y serán redirigidos para que conozcan la historia y la consuman, de esta forma se une la difusión y el uso de las redes sociales con el contenido creado en plataformas digitales. La promoción de contenidos independientes o proyectos específicos utilizando todas las herramientas de estudio planteadas en la investigación pueden generar una cantidad infinita de posibilidades donde crear contenidos permita que las nuevas generaciones tengan más acceso al conocimiento a la vez que disfrutan de sus

intereses haciendo que las técnicas se complementen y ayuden a crear una mejor comunicación.

## CONCLUSIONES

- La comunicación en la adolescencia aún es un panorama complejo como para descifrar lo cada persona siente y disfruta en varios espectros de esta y por ello se da por hecho que las opciones en cuanto a la forma en la que se maneja la comunicación de distintas maneras y en distintas áreas siempre van a funcionar y a permitir que la creatividad, las ideas y los mensajes que se estén transmitiendo se conecten con quien consume la comunicación, mucho más cuando dos herramientas fundamentales como imagen y *storytelling* se unen y se complementan entre sí para cambiar los paradigmas de la comunicación y hacer que evolucione determinando su completa capacidad usada en muchas áreas de nuestras vidas, sobre todo en las de este público.
- La profundidad de la información recolectada en cuanto al tema de estudio nos brindó en la investigación la capacidad de responder con efectividad a las dudas que existían alrededor del público adolescente enfrentados a este tipo de propuesta de comunicación permitiendo abarcar conceptos importantes y desconocidos que generaban especulaciones y que gracias a las fuentes informativas relacionadas con el tema de investigación se logró validar con más seguridad la realidad a la que nos enfrentamos entendiendo que el conocimiento y su indagación es lo que nos ayudara a defender las posibles ideas de próximas investigaciones, como sucedió en este caso.
- Los resultados de la investigación determinaron la aceptación general de los adolescentes frente a esta propuesta de comunicación que abarca ciertos aspectos específicos para obtener los resultados más precisos y honestos que fueron obtenidos de un cierto grupo de adolescentes, los cuales han permitido formular variedad de opciones que emprendan futuras acciones con el objetivo de jugar con la comunicación y mejorarla. También se determinó que el amplio conocimiento brindado por expertos en las áreas que se investigaron fortaleció y enriqueció el objeto de estudio profundizando a nivel de conciencia el significado de crear cambios en las alternativas de comunicación que aporten productivamente al desarrollo de esta.

- La propuesta planteada determina lo relevante del proceso de construcción de un mensaje en todos los aspectos de la técnica de comunicación que se estudió y la clara importancia de trabajar con responsabilidad y conciencia el contenido en el que se aplique esta técnica permitiendo que el trabajo sea un amplio lugar para analizar, experimentar y determinar el resultado de un producto de calidad y se muestre como una de muchas alternativas que el camino de la industria creativa o empresas deberían tomar en cuenta como ejemplo para mejorar sus objetivos de comunicación y evidenciar la combinación de dos fuentes muy poderosas conectadas a nuestras vidas en todos los aspectos de la misma.

## RECOMENDACIONES

- Establecer un grupo específico y más amplio en el que a diferencia de abarcar el amplio espectro de intereses por una técnica de comunicación, hacer elección de un grupo en particular y elegir un solo rango de edad evitando complejidades innecesarias y haciendo de la investigación lo más precisa, detallada y también para valorar y medir otras características y obtener otro tipo de resultados igual de útiles que los que se encontraron en esta investigación.
- Hacer uso de materiales de apoyo que brinden al público al cual va dirigida la investigación una referencia que los conecta con su uso y convivencia cotidiana para de esta manera obtener resultados más prácticos, útiles y exploratorios que den al descubierto conocimientos nuevos que se den con este tipo de instrumentos didácticos y que funcionen al momento de aplicarlos en el desarrollo de la propuesta de investigación.
- Utilizar preguntas más dirigidas a descubrir lo que se necesita usando un lenguaje visual y sencillo de entender que sea aplicado en las herramientas de la metodología con el objetivo de hacer más ágil y directa la recolección de muestras que también se aplique en la recolección de resultados, mostrando un mejor manejo y control en la investigación.
- Llevar a cabo la realización de la propuesta poniéndola en práctica y haciéndola funcionar para obtener una base de datos que nos brinde un diagnóstico de la situación y establezca parámetros específicos y evidentes en tiempo real con lo cual la efectividad es mayor y los resultados de su aplicación nos proporcionaran datos relevantes que sean tomados en cuenta para próximas investigaciones.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Storytelling:** Es el arte de contar una historia. La creación y aprovechamiento de una atmósfera mágica a través del relato.

**Imagen:** Una imagen (del latín *imago*) es una representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario.

**Expresión:** Representación, con palabras o con otros signos externos, de un pensamiento, una idea, un sentimiento, etc.

**Técnica:** Es el conjunto de procedimientos, reglas, normas o protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo, ya sea en el campo de la informática, las ciencias, el arte, el deporte, la educación o en cualquier otra actividad.

**Contenido:** En distintas ramas del arte o de la expresión, se entiende como forma al modo de presentar o difundir un mensaje, mientras que el contenido es el mensaje en sí mismo.

**Interés:** Valor o utilidad que en sí tiene una cosa.

**Aceptación:** Consideración generalizada de que algo es bueno o válido.



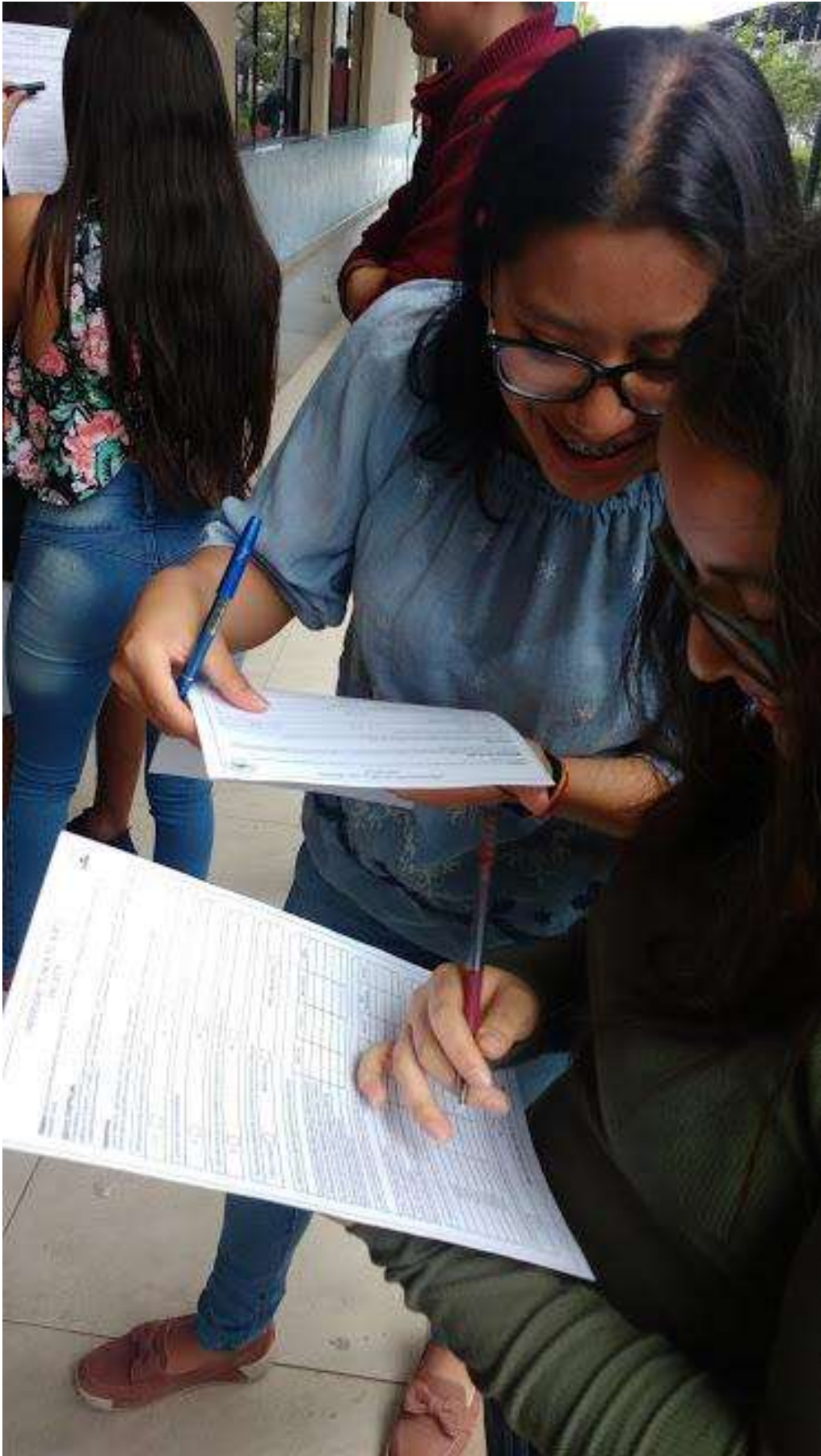
## BIBLIOGRAFÍA

- Abrahamson, C. E. (2019 de Julio de 1998). "Storytelling as a pedagogical tool in higher education." *Education*, vol. 118. *Gale Academic OneFile*, 440. Obtenido de Gale Academic OneFile: <https://go.gale.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA20494609&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=fulltext&issn=00131172&p=AONE&sw=w&authCount=1&isAnonymousEntry=true>
- Andrés E., E. L. (2016). La ilustración, dilucidación y proceso creativo. *Revista KEPES*, 278-280.
- Barranco, A. y. (2013). En Educación Infantil . En A. y. Barranco, *En Educación Infantil* (pág. p. 110). Madrid: CEP S.L.
- Blasco, P. G. (2013). Educar las emociones para promover la formación ética. *Persona y Bioética*, 28-48.
- Brazell, D., & Davies, J. (2014). *Cómo ser un buen ilustrador*. México : Blume.
- Brittany Allen, M. F. (3 de Julio de 2019). *healthy children*. Obtenido de healthy children: <https://www.healthychildren.org>
- Cañadas, E. M. (10 de Mayo de 2018). *Repensando la infoxicación, y la función informativa*. Obtenido de <http://www.cobdc.net/>: <http://www.cobdc.net/15JCID/wp-content/uploads/2018/05/Exp6.pdf>
- Carlos Ramos Galarza, L. P. (2016). Sistemas de Atención Focalizada, Sostenida y Selectiva. *Revista Ecuatoriana de Neurología*, 35-37.
- Chomski Warcowicki, D. (2015). EduStorytelling: el arte de contar historias para la vida cotidiana y los aprendizajes. En D. Chomski Warcowicki, *EduStorytelling: el arte de contar historias para la vida cotidiana y los aprendizajes* (pág. 14). Barcelona: Editorial UOC.
- Cohen, L. M. (1999). Adaptation and Creativity. En L. M. Cohen, *Adaptation and Creativity* (págs. 9-22). San Diego: M.A. Runco & S.R. Pritzker.
- Cornella, A. (2000). Cómo sobrevivir a la infoxicación. *Infonomia.com*, 8.
- Domínguez, D. C. (2013). Nuevas Tecnologías - 'RadioFriends' - Infoxicación – Internet. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 34-56. Obtenido de <file:///C:/Users/V/Downloads/7-Texto%20del%20art%C3%ADculo-218-1-10-20140829.pdf>
- Fog, K. B. (2010). *“Storytelling: Branding in Practice”*. Copenhagen: Springer.
- García, L. S. (2015). La influencia de los medios de comunicación en los jóvenes. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 29.
- Gem Global Entrepreneurship Monitor*. (2017). Recuperado el 10 de enero de 2018, de <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- Gius, L. &. (2016). *Diseño y Comunicación Visual*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

- Gómez, F. A. (2018). *Expresión y comunicación*. Anda Lucía: IC Editorial.
- Gray, P. A. (2017). ¿que es el storytelling? . *STORYTELLING, aprende a seducir con tu historia*, 4-6.
- Lillo Espinosa, J. L. (2004). Crecimiento y comportamiento en la adolescencia. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 57-71.
- Miguel Angel Toledo Castellanos, R. A. (2006). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. México: INTERAMERICANA EDITORES, SA DE C.V .
- Moral, L. V. (2014). Digital storytelling. *Revista Complutense de Educación* 117 Vol. 25 Núm. 1, 115-132.
- Mueses, D. (7 de Mayo de 2016). *El Arte en el Ecuador*. Recuperado el 1 de Febrero de 2019, de <http://davidmueses1989.blogspot.com/>
- Network, N. S. (18 de Julio de 2019). *National Storytelling Network*. Obtenido de National Storytelling Network: <https://storynet.org/what-is-storytelling/>
- Núñez, A. (2007). *¡Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramientas de comunicación*. Barcelona: Urano.
- Sadowsky, J. (2013). *Las siete reglas del storytelling: inspire a su equipo con liderazgo auténtico*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Salmon, C. &. (2016). *Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Península.
- Severo, H. J. (2017). *La narración oral, artística y escénica: técnicas y recursos para iniciarse*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Temporelli, W. (2014). El storytelling digital con fines educativos, y como forma de construcción de subjetividades. *I Jornadas Nacionales de Humanidades*, 7.
- Uruguay, E. P. (17 de Julio de 2015). Más allá del storytelling. *El País*, págs. 16-18.

## ANEXOS











Entrevistado: .....

Entrevistador: Jimmy Oviedo

### **Storytelling**

¿Cuál es su profesión?

¿Qué es el storytelling para usted?

¿Qué características cree usted que posee el storytelling?

¿Qué uso o técnicas le daría al storytelling?

¿Usted cree que el storytelling puede funcionar como técnica de expresión visual en adolescentes?

### **Expresión Visual**

¿Cuál es su profesión?

¿Qué estilos visuales le gusta más?

¿Qué temas son los que más le gusta ilustrar?

¿Qué temas cree que los adolescentes disfrutarían o les interesaría ver en imágenes?

Desde su experiencia ¿Qué estilos visuales cree que los adolescentes disfrutan más?

¿Qué medios de comunicación son de su agrado o han funcionado mejor para dar a conocer su trabajo?

¿Qué ventajas y desventajas cree que posee las imágenes?

¿Qué opina sobre el pasado, presente y futuro de la ilustración?









