



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA: Análisis de la leyenda " La Caja Ronca" como recurso cultural a través de una novela gráfica para rescatar y promocionar los criterios de identidad en la juventud ibarreña.

Plan de Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciado/a en Diseño y Publicidad

AUTORES: Obando Varas Diego Fernando

Terán Ramos Rosario Alexandra

DIRECTOR: Msc. David Ortiz

Ibarra, 2015

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designada por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Director del Trabajo de Grado Titulado: **“ANÁLISIS DE LA LEYENDA DE LA CAJA RONCA COMO UN RECURSO CULTURAL A TRAVÉS DE UNA NOVELA GRÁFICA PARA RESCATAR Y PROMOCIONAR LOS CRITERIOS DE IDENTIDAD EN LA JUVENTUD IBARREÑA”** Trabajo realizado por el/la egresado/a Obando Varas Diego Fernando y Terán Ramos Rosario Alexandra, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Diseño y Publicidad.

Al ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentados públicamente ante un Tribunal que sea designado oportunamente. Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.

Ibarra, 26 de noviembre del 2015



MSc. David Ortiz

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

Al culminar mi carrera universitaria en Diseño y publicidad quiero agradecer principalmente a Dios el ser supremo que me permitió crecer como persona, como compañero de aula y con la fe puesta en el espíritu veo cristalizada mi profesión.

En segundo lugar a mis padres por darme la vida, quienes supieron guiarme por el buen camino, por darme el apoyo, consejos y la fuerza para seguir adelante y a mis hermanas que estuvieron permanentemente dándome su apoyo incondicional.

En tercer lugar a mis grandes amigos que pusieron su granito de arena en el desarrollo de mi tesis.

Diego Obando

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres quienes por ellos soy lo que soy por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles y por todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi hermana y sobrina quienes son ejemplo de lucha diaria en mi vida y por estar siempre presentes quienes han sido una motivación, inspiración y felicidad.

Alexandra Terán

AGRADECIMIENTO

Queremos dejar constancia nuestro eterno agradecimiento a la gloriosa Universidad Técnica del Norte que nos forjo con disciplina y sus valiosos conocimientos generados del talento profesional de nuestros maestros en las diferentes áreas de nuestras asignaturas quienes de manera desinteresada nos permitieron captar, desarrollar y poner en práctica sus valiosas enseñanzas.

Aprovechamos estas palabras para expresar de manera especial a nuestro tutor el Msc. David Ortiz por su paciencia y poder guiarnos en el desarrollo de nuestra tesis.

Alexandra Terán y Diego Obando

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	II
DEDICATORIA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN	IX
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN	XII
CAPÍTULO I	13
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1 ANTECEDENTES.....	13
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.4 DELIMITACIÓN	15
1.4.1 UNIDADES DE OBSERVACIÓN	15
1.5 OBJETIVOS.....	16
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.....	16
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	17
CAPÍTULO II	19
2 MARCO TEÓRICO	19
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	19
2.1.1 DEFINICIÓN DE LEYENDA	19
2.1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA LEYENDA.....	20
2.1.3 TIPOS DE LEYENDA	21
2.1.4 LEYENDAS TRADICIONALES DEL ECUADOR “LA CAJA RONCA”	23
2.1.5 LEYENDA DE LA CAJA RONCA Y SU INFLUENCIA EN LA CIUDADANÍA	25
2.1 NOVELA GRÁFICA	26
2.2.1 CÓMIC	26

2.2.2 CUENTO.-	27
2.2 MEDIO NARRATIVO	28
2.2.1 DEFINICIÓN	29
2.2.1.1 CARACTERÍSTICAS DE LA NARRATIVA	30
2.2.2 DISEÑO GRÁFICO.....	31
2.4.1 ILUSTRACIONES.....	32
2.4.1.1 TIPOS DE ILUSTRACIÓN.....	32
2.4.1.2 TÉCNICAS DE LA ILUSTRACIÓN.....	33
2.4.2 DIAGRAMACIÓN.	34
2.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	35
2.5.1 DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA.....	35
2.5.1.1 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN	35
2.5.2 PUBLICIDAD.....	37
2.5.2.1 DEFINICIÓN DE PUBLICIDAD	37
2.5.2.2 ELEMENTOS DE LA PUBLICIDAD	38
2.5.2.3 TIPOS DE PUBLICIDAD	38
2.6 FUNDAMENTACIÓN CULTURAL.....	40
2.6.1 CULTURA	40
2.6.2 CULTURA Y TRADICIÓN DE IBARRA	40
2.6.3 IDENTIDAD CULTURAL	41
2.6.4 VALORES	41
2.6.4.1 TIPOS DE VALORES.....	42
2.7 GLOSARIO.....	43
2.8 INTERROGANTES.....	44
CAPÍTULO III	47
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	48
3.2 MÉTODOS	48
3.3 TÉCNICAS	49
3.4 POBLACIÓN INVESTIGADA	49
CAPÍTULO IV	52
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	52
CAPÍTULO V	63

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
5.1 CONCLUSIONES.....	63
5.2 RECOMENDACIONES.....	64
CAPÍTULO VI	65
6. PROPUESTA ALTERNATIVA.....	65
6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA.	65
6.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.	65
6.3. FUNDAMENTACIÓN.....	66
6.3.1 PROMOCIÓN.....	66
6.3.2 PROCESO DE CREACIÓN DEL SOPORTE EDITORIAL.....	67
6.3.2.1 DEFINICIÓN DE PUESTOS.....	68
6.3.3 PRODUCTOS EDITORIALES.....	69
6.3.4 DIAGRAMACIÓN Y MAQUETACIÓN	70
6.3.5 ELEMENTOS DE DIAGRAMACIÓN:	70
6.3.6 EQUIPO EDITORIAL.....	71
6.3.7 RETÍCULAS	71
6.3.8 TIPOGRAFÍA.....	71
6.4. OBJETIVOS:	72
OBJETIVO GENERAL:	72
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	72
6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA.	73
6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.	74
6.6.1 SOPORTE EDITORIAL	74
6.6.1.1 EQUIPO EDITORIAL.....	74
6.6.1.2 GRUPO OBJETIVO.....	75
6.6.1.3 CONCEPTO EDITORIAL	75
6.6.1.4 FORMATO	77
6.6.1.5 TIPOGRAFÍA.....	78
6.6.1.6 CROMÁTICA.....	79
6.6.1.7 DIAGRAMACIÓN	80
6.6.1.8 COSTOS Y PRECIOS.....	81
6.6.1.9 METODOLOGÍA DEL DESARROLLO DEL PROYECTO.....	83
6.6.1.10 PROCESO DE ILUSTRACIÓN	84

6.7. DIFUSIÓN	131
6.8. BIBLIOGRAFÍA	133
ANEXOS	137
ÁRBOL DE PROBLEMA	137
MATRÍZ DE COHERENCIA	138
2.8 MATRIZ CATEGORIAL	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la Leyenda.....	20
Tabla 2. Características del Cuento Popular y Literario.....	28
Tabla 3. Características del Género Narrativo.....	30
Tabla 4. Géneros de Ilustración.....	32
Tabla 5. ¿Con que término relacionaría a la leyenda?.....	52
Tabla 6. ¿Conoce usted las leyendas de la ciudad de Ibarra?.....	53
Tabla 7. ¿En qué formato impreso le gustaría disfrutar y conocer sobre las leyendas de Ibarra?	54
Tabla 8. ¿Los docentes de la Unidad Educativa, les dan a conocer sobre las leyendas de Ibarra?	55
Tabla 9. ¿Le parece interesante saber sobre las leyendas de Ibarra?	56
Tabla 10. ¿Con qué frecuencia lee?	57
Tabla 11. ¿Con qué frecuencia le gustaría tener material de lectura sobre las leyendas de Ibarra?.....	58
Tabla 12. ¿Sabe usted que es una novela gráfica?	59
Tabla 13. ¿Conoce usted la leyenda de La caja ronca?	60
Tabla 14. ¿De las siguientes opciones cómo le gustaría que se den a promocionar las leyendas de Ibarra?	61
Tabla 15. Un soporte editorial genera más impacto con:	62

RESUMEN

Esta investigación se realizó en la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre de la ciudad de Ibarra, en los estudiantes segundos y terceros años de Bachillerato General Unificado. Se pudo evidenciar que existe un desconocimiento de la leyenda La Caja Ronca en los estudiantes, se ha ido perdiendo costumbre y tradiciones que son propias y representativas de la Ciudad Blanca. En las Instituciones Educativas, docentes son parte fundamental de la formación integral del aprendizaje y deben impartir a sus estudiantes estas pequeñas reseñas para que se empapen de lo que significa y forma parte de Ibarra, de igual forma se incentivaría al gusto por la lectura ya que es otro de los aspectos que se deben seguir poniendo en práctica dentro de la juventud. Las leyendas son principalmente narraciones de hechos sobrenaturales que dan una característica común a una ciudad y que han sido difundidas desde hace muchos años atrás de generación en generación, pero lamentablemente se ha ido perdiendo, ya los padres de familia no comentan a sus hijos sobre estas historias que son muy llamativas, si se pregunta a un estudiante, adolescente sobre “La Caja Ronca” no sabría describir de que se trata. Debemos rescatar estas costumbres y tradiciones para que Ibarra se dé a conocer en su máximo esplendor no solo con su música, comidas típicas, sino también con sus leyendas que son parte fundamental. Hoy en día contamos con una tecnología muy sofisticada la cual nos permitirá crear materiales en los cuales se pueda dar a conocer sobre las leyendas, historias representativas, sea por medio de videos, revista, folletos, material publicitario para que el estudiante, docente, ciudadanía en general aprenda un poquito más sobre el tema y se siga dando a conocer a las futuras generaciones para que no se quede en el olvido.

ABSTRACT

This research was conducted at the Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre from the city of Ibarra, in the second and third year students of high school, it was evident that there is a lack of legend in La Caja Ronca students; it has been losing custom and traditions that are unique and representative of the White City. At schools, teachers are an essential part of comprehensive apprenticeship training and should teach their students these little reviews to soak what it means and forms part of Ibarra, just as it would encourage the love of reading since it is another aspect that must be followed in implementing youth. Legends are mainly stories of supernatural events that give a common characteristic of a city and have been widely used for many years back from generation to generation, but unfortunately has been lost, and the parents do not tell their children about these stories that are very striking, if a student, teen about "La Caja Ronca" can't describe in question is asked. We must rescue these customs and traditions for Ibarra itself known in its heyday not only with his music, traditional food, but also with their legends that are fundamental. Today we have very sophisticated technologies which allow us to create materials which can raise awareness about the legends, representative stories, either through videos, magazines, brochures, and advertising material for the student, teacher, and citizenship generally learn a little more about the issue and continue to raise future generations to not be forgotten.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de este trabajo de investigación está conformado por 6 capítulos y una Novela gráfica elaborada para estudiantes y docentes que contienen información necesaria sobre la leyenda de La Caja Ronca que lo sustenten.

En el Capítulo I se da a conocer el problema de investigación, antecedentes, causas que generan dicho problema, a su vez de desarrolla el planteamiento del problema, dando a conocer lo que se quiere lograr y lo que se espera del mismo, se hizo un trabajo continuo con la Unidad Educativa para realizar la investigación, se explica cuáles son los objetivos tanto general como específicos.

En el Capítulo II se puede observar los temas que sustentan la investigación, se da a conocer sobre el tema central que es la leyenda de la Caja Ronca, de donde surge, de qué se trata y que problemas podemos encontrar hoy en día.

En el Capítulo III se especifica la metodología de la investigación utilizada, describiendo los métodos, técnicas, población investigada hasta determinar la muestra.

En el Capítulo IV se da a conocer el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas realizadas a estudiantes de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.

En el Capítulo V están establecidas las conclusiones y recomendaciones, datos tomados a partir de los resultados obtenidos de las encuestas.

En el Capítulo VI se presenta la propuesta alternativa, con la creación de una novela gráfica, explicando su fundamentación y los objetivos.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

Las leyendas son principalmente historias, narración de hechos naturales como sobrenaturales creados a través del tiempo y que caracterizan a un sector, comunidad.

Las primeras leyendas aparecen con las primeras tribus, relacionadas con el hombre, los fenómenos naturales, a fin de recordar a sus héroes, sucesos pasados, añadiendo fantasía e imaginación para hacerlas más divertidas.

Pasado de generación en generación, relatados por nuestros abuelos hacia nuestros padres y así a los hijos, hace que cada persona se imagine a su manera el relato y cree en ellos personajes increíbles.

La caja ronca es una de las leyendas urbanas contemporáneas más populares que tiene la ciudad blanca de Ibarra, ubicado en lo que hoy es la Cruz Verde, lugar en donde sucedieron los hechos mitológicos, la gente que pasa por el sector puede observar una pintura en la pared de aquella esquina, que hace referente a la leyenda.

1.2 Planteamiento del Problema

La caja ronca es una leyenda típica representativa de la ciudad de Ibarra que en la actualidad se está olvidando, ya no son como los años pasados que los abuelitos se sentaban con sus hijos después de cenar, aprovechaban la oscuridad para relatar esa leyenda tradicional y ver la reacción que creaba en ellos, el miedo, la tensión y el escuchar papá no puedo dormir.

Cada día se va perdiendo esas tradiciones que representan culturalmente, al preguntar a un estudiante de colegio o a un universitario qué entienden o conocen de la leyenda de la caja ronca, ¿Cuál sería su respuesta?, a lo mejor alguien si sepa la historia pero en otros casos no.

Los docentes son parte fundamental de la formación académica del estudiante, y son quienes promueven el espíritu investigativo por medio de la observación y la investigación para hacerlo más participativo. En la actualidad se está perdiendo temas tan importantes como la identidad cultural en los centros educativos ya que al no existir un buen material ilustrativo el estudiante no muestra interés por conocer o por leer.

La tecnología es muy necesaria en nuestros días pero en la actualidad lamentablemente no se lo usa para fines educativos. Los establecimientos deben aprovechar con la tecnología que en la actualidad cuentan, para fomentar el sentido investigativo y mucho mejor si es relacionado con nuestra identidad cultura.

Es aquí cuando el creativo busca la manera de motivar y desarrollar medios llamativos y originales para genera el interés propicio a este tipo de temas ya casi olvidados.

No hay nada más bonito que nuestra ciudad sea visitada y recordada por costumbres, tradiciones y leyendas, dando a conocer a las futuras generaciones lo que existió y lo que caracteriza a la ciudad Blanca.

1.3 Formulación del Problema

¿Qué importancia e influencia tiene la novela gráfica la Caja Ronca como medio narrativo y recurso de difusión-promoción de identidad cultural en adolescentes de los segundos y terceros años de Bachillerato General Unificado de La Unidad Educativa Experimental Teodoro Gómez de la Torre, en el año lectivo 2014-2015?

1.4 Delimitación

1.4.1 Unidades de Observación

Unidad Educativa Experimental Teodoro Gómez de la Torre.

1.4.1 Delimitación Espacial

Estudiantes segundos y terceros años de Bachillerato General Unificado.

1.4.2 Delimitación Temporal

Año lectivo 2014-2015.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

- Elaborar el análisis de la leyenda " La Caja Ronca" como recurso cultural a través de una novela gráfica para rescatar y promocionar los criterios de identidad en la juventud ibarreña.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Realizar el estudio de mercado correspondiente para el desarrollo de esta investigación.
- Definir la importancia de la leyenda "La Caja Ronca" dentro de la idiosincrasia ibarreña.
- Realizar el estudio de mercado correspondiente para el desarrollo de esta investigación.

1.6 Justificación

La presente investigación tiene la finalidad de dar a los estudiantes de segundos y terceros niveles de Educación Básica General Unificado y a docentes de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre sobre la leyenda popular La Caja Ronca e incentivar a los mismos para mantener las tradiciones de nuestra ciudad y que no se pierdan.

Se presenta en los estudiantes y docentes cierto desconocimiento sobre la leyenda La Caja Ronca debido a que es un tema que ya no es mencionado e incluso se está perdiendo esta tradición.

Existe material bibliográfico sobre la leyenda que permitan informar a los ciudadanos sobre leyendas y tradiciones, de esta forma permitió sustentar la investigación.

La leyenda se promocionará a través de una novela gráfica en la Unidad Educativa, de igual forma por medio de las redes sociales, material gráfico, video y audiovisual.

Con respecto a las técnicas o estilos que se utilizaron para la realización de las ilustraciones son las siguientes:

A pesar de que en el terreno de la ilustración en especial todo la destinada a un público infantil el uso del color es predominante, hay muchos profesionales que trabajan muy bien en blanco y negro, bien por condicionantes técnicos prensa escrita, poco presupuesto o por decisión propia. Hay varias herramientas con las que el ilustrador puede realizar

este tipo de ilustraciones, principalmente quiero hablar del lápiz, con el que se puede conseguir riquísimas gamas de grises, con los que se obtienen ilustraciones exclusivamente en negro pero que, empleando ciertos tramados, se puede conseguir dar la ilusión de que hay gradaciones tonales y posteriormente la utilización del color.

El arte de ilustrar no comprende solamente una buena técnica y dominio de la composición, si bien, estos dos elementos son importantes, el buen manejo y aplicación del color es vital y marca la diferencia entre una excelente ilustración y una que no lo es. Basta decir que nuestra percepción y el mensaje que nos transmita una ilustración cambiará radicalmente solo por hacer variaciones en el esquema del color.

Las mejores ilustraciones tienen siempre un punto o centro de interés principal, y otros puntos de interés más pequeños o secundarios para ayudar a mantener un balance. Es necesario guiar al ojo humano a través de las áreas principales de interés. Por lo que se dio a utilizar los colores más tenues para generar un punto de interés principal para centrar la atención en él.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 Definición de Leyenda

Parte del género narrativo, y constituido por elementos sobrenaturales, de ficción que se van transmitiendo de generación a generación y que forman parte de la cultura de un lugar determinado.

Según el Diccionario de la Lengua Española lo define como: relación de sucesos que tienen más de tradicional que de históricos o verdaderos. (BAQUERO Clara, 1998, p. 24)

En él se incluyen elementos fantásticos producto de la imaginación, los cuales expresados de forma oral permiten que se conozca con mayor detalle acerca de las costumbres representativas de un pueblo.

Para Rogel Sandra (2009). Es una expresión primitiva literaria, incluyen elementos imaginativos, expresados de forma oral, permiten conocer las costumbres que caracterizan a un pueblo.

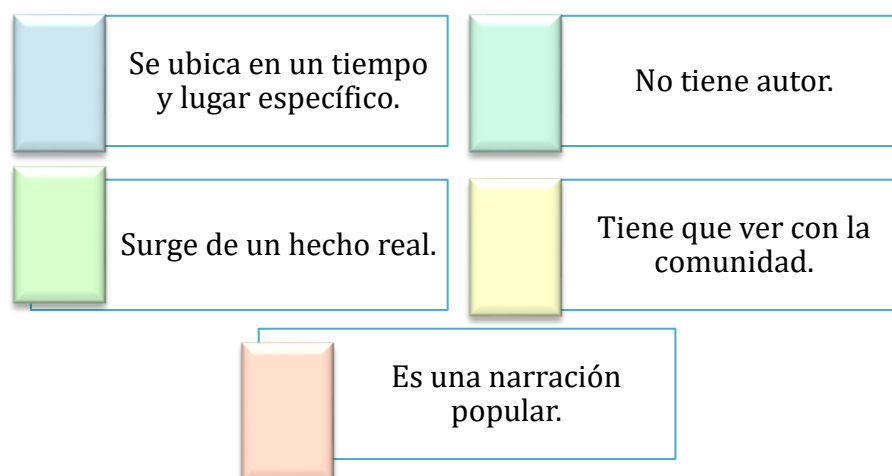
2.1.2 Características de la leyenda

Para Ramos Herlinda (2010). Caracteriza a la leyenda en los siguientes aspectos:

Las características más notables dentro del desarrollo de la leyenda son: narraciones de sucesos inexplicables que incluyen elementos mágicos, fenómenos naturales, hechizos, transmitido de generación en generación.

La literatura es algo muy hermoso, es arte que crece de la mano de la gente que gusta de ella, reactiva esa memoria colectiva que forma parte tan importante del patrimonio intangible de la humanidad, volviéndose un tesoro de aquellos pueblos que mantienen viva esta grandiosa tradición, permitiendo de esta manera que se transmita a través del tiempo con la misma esencia con que fue contada la primera vez.

Tabla 1. Características de la Leyenda



Fuente: (RAMOS Herlinda, 2010, p. 136)

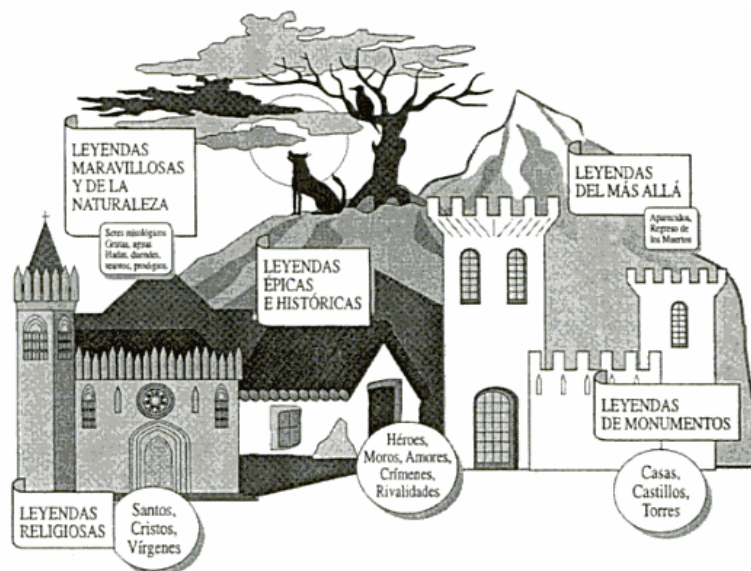
Las características más notables dentro del desarrollo de la leyenda son: narraciones de sucesos inexplicables que incluyen elementos mágicos, fenómenos naturales, hechizos, transmitido de generación en generación.

Morote Pascuala (1990, p. 2):

La literatura oral es algo vivo que crece con el niño, reactiva la memoria colectiva, forma parte del patrimonio intangible de la humanidad y es un gran pequeño tesoro que depende de la voluntad de todos para su permanencia en el tiempo.

2.1.3 Tipos de Leyenda

Gráfico 1. Ambientación de los tipos de leyendas



Fuente: (MARTOS Eloy, 2007, p. 263)

Desde tiempos remotos y en la actualidad las leyendas siguen

presentes y caracterizan a personajes legendarios, a un pueblo, ciudad formando parte de su tradición. Existiendo así diferentes tipos de leyendas que se enfocan en la naturaleza, historia, religión, mitológico.

Cada uno con su magia, con un guión y argumentos maravillosos, siempre con la finalidad de entretener, pero al mismo tiempo enseñar parte de la cultura de un pueblo, hablar de sus raíces de personajes icónicos, que son tan representativos como la leyenda misma.

Leyendas Etiológicas

“Estas leyendas aclaran el origen de los elementos inherentes de la naturaleza, como ríos, lagos y montañas, explican sobre el origen y la creación del universo”. Diccionario de Mitos y Leyendas (15-06-2014).

Leyendas Urbanas

Son leyendas de tradición popular, supersticiones, contiene elementos sobrenaturales, hechos reales acontecidos o ficticios que se transmiten de forma oral.

“Tiene su origen en (1968) por Dorson Richard el padre del folclore Americano quien consideraba a la leyenda urbana como una historia moderna nunca suscitada”. (DORSON Richard, 1981, p. 42).

Leyendas Histórico-Culturales

“Son aquellas leyendas que integran a héroes, próceres, que expresan sus actos heroicos, hechos de valor que proyectan una fuerza legendaria”. (OCAMPO Javier, 2006, p. 35)

Son leyendas de carácter social, interpretadas de forma historiográfica, populares en un Municipio, Ciudad, Provincia, dan a conocer la existencia de antecesores más remotos de la época.

Leyendas Religiosas

Aquellos relatos que hacen referencia a creencias religiosas, incluyen en sus narraciones la devoción a los santos, hablan de demonios, actor religiosos, pero también satánicos, resaltando la justicia divina.

“Son historias relacionadas con justos y pecadores, creencias religiosas, devoción a los santos, justicia divina, demonios, actos satánicos”. (OCAMPO Javier, 2006, p. 36)

2.1.4 Leyendas tradicionales del Ecuador “La Caja Ronca”

Dos grandes amigos, Manuel y Carlos, a los cuales cierto día se les fue encomendado, por don Martín (papá de Carlos), un encargo el cual consistía en que llegasen hasta cierto potrero, sacasen agua de la acequia, y regasen la sementaría de papas de la familia, la cual estaba a punto de echarse a perder.

Ya en la noche, muy noche, se les podía encontrar a los dos caminando entre los oscuros callejones, donde a medida que avanzaban, se escuchaba cada vez más intensamente el escalofriante "tararán-tarán". Con los nervios de punta, decidieron ocultarse tras la pared de una casa abandonada, desde donde vivieron una escena que cambiaría sus vidas para siempre.

Unos cuerpos flotantes encapuchados, con velas largas apagadas, cruzaron el lugar llevando una carroza montada por un ser terrible de curvos cuernos, afilados dientes de lobo, y unos ojos de serpiente que inquietaban hasta el alma del más valiente.

Siguiéndole, se lo podía ver a un individuo de blanco semblante, casi transparente, que tocaba una especie de tambor, del cual venía el escuchado "tararán-tarán".

He aquí el horror, recordando ciertas historias contadas de boca de sus abuelitos y abuelitas, reconocieron el tambor que llevaba aquel ser blanquecino, era nada más ni nada menos que la legendaria caja ronca.

Al ver este objeto tan nombrado por sus abuelos, los dos amigos, muertos de miedo, se desplomaron al instante.

Minutos después, llenos de horror, Carlos y Manuel despertaron, más la pesadilla no había llegado a su fin. Llevaban consigo, cogidos de la mano, una vela de aquellas que sostenían los seres encapuchados, solo que no eran simples velas, para que no se olvidasen de aquel sueño de horror, dichas velas eran huesos fríos de muerto. Un llanto de desesperación despertó a los pocos vecinos del lugar.

En aquel oscuro lugar, encontraron a los dos temblando de pies a cabeza murmurando ciertas palabras inentendibles, las que cesaron después de que las familias Domínguez y Guanoluisa (los vecinos), hicieron todo intento por calmarlos.

Después de ciertas discusiones entre dichas familias, los jóvenes regresaron a casa de don Martín al que le contaron lo ocurrido. Por supuesto, Martín no les creyó ni una palabra, tachándoles así de vagos.

Después del incidente, nunca se volvió a oír el "tararán-tararán" entre las calles de Ibarra, pero la marca de aquella noche de terror, nunca se borrara en Manuel ni en Carlos.

Ojala así aprendan a no volver a rondar en la oscuridad a esas horas de la noche.

Fuente:(Leyendas del Ecuador, 2006)

2.1.5 Leyenda de la Caja Ronca y su influencia en la ciudadanía

En la actualidad al menciona "Caja Ronca", se sabe que pertenece a una leyenda de nuestro país, pero se desconoce la historia, sus personajes y de donde proviene esta leyenda.

Antiguamente los adultos mayores contaban esta leyenda a sus hijos, a sus nietos y sucesivamente se transmitía de generación en generación, una tradición que se ha perdido en nuestros tiempos.

Se evidencia que existe material, textos en internet sobre esta leyenda, pero no hay el interés personal por conocer un poco más de nuestra cultura, pueden aprender por medio de la lectura o de forma ilustrativa y enseñar a futuras generaciones sobre esta leyenda que representa a la ciudad en que vivimos.

2.1 Novela Gráfica

“Considera a la novela gráfica como un tipo de historieta que está dirigida al público adulto, es un derivado del cómic. Puesta de moda en la última década del siglo XX como un sustituto del término Cómic”. (DÍAZ Juan Manuel, 2014, p.51)

La novela gráfica deriva del cómic, puesto que contiene subjetivismo autobiográfico, desarrollo de los personajes principales y secundarios, tiempos, el ambiente y dividido en viñetas que segmentan toda la historia. A todo esto se suman las ilustraciones que recrean de manera más clara lo sucedido, y lo vuelve más entretenido especialmente para quienes no gustan mucho de la lectura monótona.

2.2.1 Cómic

“Es un arte popular por excelencia, diseñada en imágenes secuenciales, diálogos, distribuido en episodios o historias completas”. (MARTIN Michel, 1987, p. 125)

También conocido como historieta, consta de ilustraciones en ciertos casos acompañado de texto que se lo ubica dentro de cuadros o globos, en una nube, o dependiendo del estilo que quiera dar, su finalidad es la

de contar una historia, pero dependiendo del estilo que el diseñador le quiera dar, se lo separa por viñetas.

Ya desde la antigüedad, se contaban historias representadas en jeroglíficos, con casos de la cotidianidad, el más claro ejemplo de ello es la cultura egipcia.

Años más tarde es relacionado con la imprenta y la caricatura, en el siglo XVI salieron las primeras versiones impresas de historietas en Francia, no son otra cosa que relatos conformados por una secuencia de dibujos.

2.2.2 Cuento.-

“Es un género literario, narración basada en el desarrollo del argumento, no tienen ubicación temporal ni espacial, tiene la finalidad de dejar una enseñanza a quien lo lee”. (QUIRÓS Juan, 2007, p. 13)

Es un estilo que se caracteriza por poseer una narración corta y sencilla, es ficticia, que pueden poseer características que los vuelvan tradicionales, folclóricos, como los más comunes que son los infantiles, ciencia ficción o el género que cada lector prefiera; esta es una de las formas más antiguas de expresión literaria.

El cuento se clasifica en dos grandes tipos como son:

Tabla 2. Características del Cuento Popular y Literario

CUENTO POPULAR	CUENTO LITERARIO
Narración tradicional de transmisión oral.	Narración transmitida de forma escrita.
Tiene múltiples versiones.	Se presenta en una sola versión.
Autores desconocidos.	Autores conocidos.

Fuente: (DEL REY Briones Antonio, 2008, p. 11)

El cuento se encuentra estructurado principalmente por tres elementos que comprenden de:

- **Introducción**, es el planteamiento principal de la historia, se dan a conocer a los personajes, son las bases para que la historia tenga sentido.
- **Desarrollo o parte media**, es donde suceden los acontecimientos más importantes de la historia, surge el problema de la historia.
- **Desenlace o conclusión**, donde culmina la historia, se da la solución al problema.

2.2 Medio Narrativo

“La Narrativa es un género muy antiguo, escritas en verso, de forma oral así eran fáciles de recordar, tal es el caso de las epopeyas griegas o medievales”. (MARTÍNEZ José Luis, 2006, p. 201)

Por medio de la narrativa, el narrador da a conocer al lector una gran variedad de historias llenas de fantasía, da a conocer a sus personajes más representativos, quizás relate acontecimientos personales.

2.2.1 Definición

“Es una expresión literaria que permite dar a conocer o relatar historias, sobre sucesos o acontecimientos. Las primeras muestras se producen en Grecia y Roma entre los siglos II a. C y III d. C”. (MARTÍNEZ GARNELO Arturo, 2010, p. 50)

“Es el género literario en el que se relatan organizadamente hechos reales o imaginarios. La situación narrativa implica la existencia de un narrador, un hecho que se narra y un público o lector a quien se le narra”. (Enciclopedia Bilingue)

“Forma literaria que desarrolla la acción de relatar cualquier suceso o sentimiento mediante la utilización de la palabra en prosa, que puede ser de forma tradicional, mito, leyenda o cuento literario”. (ESPINOSA ARANGO Carolina, 1998, p. 59-60)

2.2.1.1 Características de la narrativa

Tabla 3. Características del Género Narrativo

Historia o Argumento	Método Narrativo	Tiempo	Personajes	Narrador
<ul style="list-style-type: none">• Tema• Espacio• Ambiente	<ul style="list-style-type: none">• Principio• Mitad• Final	<ul style="list-style-type: none">• Retrospectivo• Prospectivo• Simultáneo• Intercalado	<ul style="list-style-type: none">• Protagonista• Antagonista• Secundario• Incidental	<ul style="list-style-type: none">• Personaje o protagonista• Omnisciente• Testigo

Fuente: (DEL SOCORRO Flores Herlinda, 2010, p.60)

- **Historia o argumento:** son los sucesos más importantes de la historia, descripción de los personajes.
- **Tema:** asuntos y acciones de los personajes con relación a su desarrollo en la historia, valores y antivalores.
- **Espacio:** son aquellos lugares donde se desarrolla la narración, puede ser de forma interna como externa.
- **Ambiente:** es la descripción que caracteriza al espacio de la narración.
- **Método Narrativo:** forma en que el narrador estructura la historia para ser contada de principio a fin.
- **Tiempo:** en ella se narran hechos del pasado, hechos que

sucedrán, hechos narrados en forma lógica hechos narrados de principio a fin.

- **Personajes:** se pueden encontrar personajes principales que aparecen en toda la narración y otros personajes que varían en el transcurso de la historia.
- **Narrador:** se destacan los narradores que cuentan su propia historia, otros que narran según lo que observan y quienes narran los sucesos.

2.2.2 Diseño Gráfico

“Es la organización armoniosa de elementos gráficos con el objetivo de cumplir una función de comunicación visual, por medio de elementos como el texto e imagen”. (GONZÁLES Luis Alberto, 2002, p. 12)

Como parte esencial de la comunicación visual, dentro del diseño gráfico todos los elementos que en el intervienen deben estar en total armonía, para lo cual el diseñador aporta con su creatividad y la desarrolla a través de las herramientas tecnológicas con la plataforma de diseño.

El diseño gráfico es una profesión en la que intervienen varios factores que agrupan y al mismo tiempo segmentan a la sociedad, gracias a la participación dentro de la publicidad. Requiere de constante innovación y creatividad sin límites puesto que el proceso de diseñar puede resultar

muy complejo.

2.4.1 Ilustraciones

“Es el factor principal que complementa al texto y facilita la comprensión y la comunicación. Es transmitir conceptos, utilizar el lenguaje de la pintura, el dibujo o la creatividad gráfica”. (NIETO MARTÍNEZ Francisco Javier)

Es una disciplina independiente que está vigente desde el siglo XVII, muestra la evolución del hombre que abandona su ingenuidad hasta llegar a ser un conocedor de muchas cosas, combinando en ellas distintas formas y figuras para crear la figura y darle una forma verdadera.

2.4.1.1 Tipos de Ilustración

Tabla 4. Géneros de Ilustración

CONCEPTUAL	PUBLICITARIA	NARRATIVA	CIENTÍFICA	TÉCNICA
Representación visual de un concepto. Se usa en cine, animación, comics, videojuegos.	Presenta un impacto visual inmediato. Como su nombre lo dice, se utiliza en productos publicitarios.	Representación gráfica de un argumento literario, en novelas, humor gráfico, comic, animación.	Es un dibujo detallado en donde se expone información detallada. Se aplica en disciplinas como: medicina, botánica, etc.	Por medio de gráficos, esquemas, diagramas se da a conocer temas sobre avances tecnológicos.

Fuente: (Ane Diseño, 22-08-2012)

<https://anedisenio.wordpress.com/2012/08/22/generos-de-ilustracion/>

2.4.1.2 Técnicas de la ilustración

Las técnicas más comunes para la ilustración son:

Lápiz y carboncillo: El carboncillo es la primera técnica ocupada por el hombre con cual empezó a dibujar, la técnica del carboncillo se fue adaptando a futuras técnicas de la ilustración, otra de las técnicas que se debe dominar es la del lápiz ya que es una de las más sencillas, estas técnicas consisten en trazar las líneas rápidas y sueltas.

Esfero: Originalmente creado para la escritura, es una de las herramientas más utilizadas en el mundo, como el lápiz y el carboncillo es una de las técnicas más accesibles ya que solo se necesita de esfero y papel, es una técnica que al ser sencilla genera buenos resultados.

Pastel: Es una técnica seca de gran calidad, rápida de realizar en la que el artista aplica agilidad y espontaneidad en sus ilustraciones, es una técnica que se puede combinar con acuarela, acrílico, óleo, y otras técnicas secas.

Acrílico: Es una técnica que se puede utilizar sobre algunas bases sin que cambie el resultado final del arte, pero el lienzo es el soporte más adecuado, ya que es una tela lisa con una muy alta resistencia, el acrílico es de secado muy rápido y menos costosa que el óleo, es muy fácil de aplicar, limpiar y el trabajo final tiene una larga duración.

Oleo: El óleo es una de las técnicas más usadas para pintar por los artistas que les permiten crear variedad de tonalidades y colores es muy alta calidad, esta técnica es la mezcla de resinas y aceites con pigmentos.

Aerógrafo: Es una técnica que permite pintar sobre superficies extensas en menos tiempo, la herramienta principal es el aerógrafo, algunas de las ventajas del uso de esta técnica es el detalle que podemos conseguir, algo difícil de lograr con las otras técnicas como son el pincel, el lápiz o las pasteles.

Digital: Esta es una gran técnica en la que se usa la tecnología como son los ordenadores y las técnicas de la pintura e ilustración tradicional, por lo cual se ha convertido en una de las técnicas más usadas en la actualidad en las áreas del diseño gráfico y la ilustración.

2.4.2 Diagramación.

“Es distribuir, organizar los elementos del mensaje en el espacio bidimensional mediante criterios de jerarquización, buscando funcionalidad del mensaje bajo una apariencia estética agradable”.
(GONZÁLES Luis Alberto, 2002, p. 12)

Para realizar la diagramación, es necesario saber cuál es el objetivo principal, a qué público me quiero dirigir, qué quiero lograr, sin este planteamiento no podremos realizar el diseño.

Se debe incluir el diseño o logotipo que queremos presentar, el cual debe causar impacto visual, debe ser llamativo, utilizar colores, texturas. Al tener el logotipo se procede al diseño de la portada o carátula,

transmitiendo el contenido global de la revista.

El diseñador es quien aporta con sus conocimientos, integra diferentes pautas para su diseño como escoger el tipo de letra que se usará dependiendo del concepto que quiere presentar, el diseño de las hojas, imágenes con las cuales da a conocer el mensaje.

2.5 Estrategia de Comunicación

2.5.1 Definición de Estrategia

“Es un proceso de planificación de recursos y acciones que habrán de utilizarse y ejecutarse en el futuro”. (SORIANO Claudio, 1990, p. 4)

“Conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja competitiva”. (MUNUERA José Luis, 2007, p. 34)

“Es el conjunto de los objetivos o metas y de las principales políticas de acción, conducentes al logro de esas metas”. (CEDEÑO GÓMEZ Álvaro, 2005, p. 162)

2.5.1.1 Definición de Comunicación

Transmisión de ideas, pensamientos y significados por parte de una empresa, que conforman un conjunto integral de datos y adoptan la forma de mensajes colectivos o individuales que se emiten por diferentes medios con la finalidad de producir un impacto por parte de quienes lo reciben.

“Es la capacidad que tiene todo ser animado de relacionarse con su entorno, es el intercambio de ideas o pensamientos entre dos o más personas”. (DÍEZ Sara, 2006, p. 7)

Una buena estrategia de comunicación se basa en los siguientes elementos:

- **Enfoque de la comunicación:** aquel que se enfoca directamente en dar a conocer al cliente los servicios que presta o los productos. Es saber lo que se pretende dar a conocer a las personas en el mercado.
- **Creación de un logotipo:** es la imagen gráfica que representa a la empresa o al producto que se quiere dar a conocer en el medio social.
- **Los objetivos de la comunicación de empresa:** se enfocan principalmente en el marketing, desarrollar los objetivos, metas, intereses de la empresa para promocionar el producto dirigido al consumidor.
- **Elaboración de una campaña publicitaria:** son diferentes grupos de ideas que pretenden ser desarrollados publicitariamente en base a los intereses de la empresa y las necesidades de los clientes.
- **Posicionamiento comercial:** tiene que ver con la visión que se proyecta la empresa.
- **El lema publicitario:** es una herramienta comercial básica que proporciona un mensaje común a la sociedad y que influencia para que el producto tenga acogida y sea consumido.

2.5.2 Publicidad

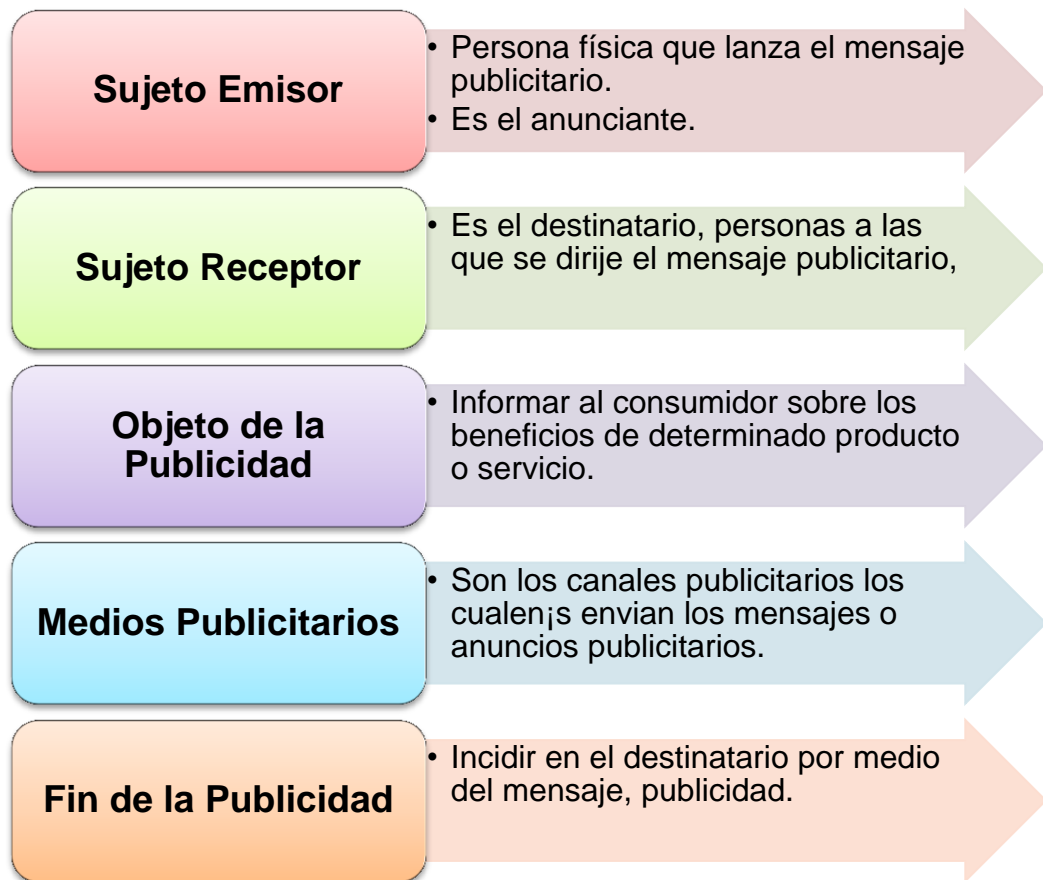
2.5.2.1 Definición de publicidad

“La publicidad es el conjunto de técnicas de comunicación que utiliza el marketing de las empresas para dar a conocer a los consumidores sus productos y sus ofertas”. (MERINERO FERNÁNDEZ Antonio, 1997, p. 105)

“Es la divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios”. (ARCONADA Miguel Ángel, 2006, p. 21)

“Forma de comunicación o transmisión de información efectuada a través de los medios de comunicación de masas, mediante inserciones pagadas por el anunciante y cuyo mensaje es controlado por el mismo”. (PARREÑO SELVA Josefa, 2006, p. 264)

2.5.2.2 Elementos de la Publicidad



Fuente: (GONZÁLEZ LOBO Ángeles, 2009, p. 29)

2.5.2.3 Tipos de Publicidad

En ellos intervienen los distintos medios que permiten realizar la difusión de la publicidad, se clasifican de la siguiente forma:



Fuente: (RIVERA CAMINO Jaime, p. 369)

- **Publicidad de Producto:** utilizado principalmente por las grandes empresas en la creación de productos según las necesidades del consumidor. Entre ellos se destacan productos de consumo personal, maquinaria, servicios prestados por entidades bancarias como tarjetas de crédito, etc.
- **Publicidad de Marca:** es el símbolo o diseño que representa e identifica a una empresa y sobre todo al producto, por medio del cual el consumidor, el cliente identificará la marca a simple vista. Cabe destacar que en el desarrollo de la marca se debe jugar con la creatividad, ver que el nombre llegue al público y su producto sea de impacto.
- **Publicidad Institucional:** son las acciones como medio de comunicación que cumple un fin común, que es promocionar su marca por medio de espacios publicitarios pagados o informar a la ciudadanía por medio de campañas.
- **Medios Publicitarios:** son los llamados medios clásicos en los que el espectador tiene mayor interés en los cuales generen mayor impacto publicitario, entre ellos se destacan: el cine para promocionar nuevos estrenos, otro medio es la radio, que utiliza publicidad auditiva, publicidad en internet que es el más utilizado hoy en día y que ofrece un sin número de información por medio de redes sociales, cabe mencionar la televisión que permite conocer la publicidad por medio de las propagandas.

2.6 FUNDAMENTACIÓN CULTURAL

2.6.1 Cultura

“Son el conjunto de valores, creencias, costumbres y prácticas que constituyen la forma de vida de una sociedad”. (EAGLETON Terry, 2005, p.155)

En la cultura se rigen normas, creencias, se practican los valores, se fomentan y se desarrollan las tradiciones que representan al país, a una ciudad, pero la cultura la conforma toda la sociedad.

2.6.2 Cultura y tradición de Ibarra

Ibarra se encuentra al norte del Ecuador, denominada Ciudad Blanca, rodeada por montañas, que se caracteriza por la amabilidad de sus habitantes, sus increíbles paisajes y por ser una ciudad muy acogedora.

Antiguamente los habitantes de la ciudad tenían la costumbre de contar historias populares que representaban a Ibarra y una de ellas era la popular leyenda La Caja Ronca. Se reunían todos a merendar, a tomar café y al terminar se sentaban a escuchar esta leyenda que causaba temor en las personas más pequeñas e incluso causaba mucho interés por saber que sucedió realmente.

Estas historias se transmitían de generación en generación, pero en la actualidad ya no se escucha mucho de la historia, al preguntar a un niño o

a un joven sobre la leyenda, no sabrían que responder o simplemente solo identificará el nombre mas no la historia.

Se ha perdido esta costumbre y tradición que nos representa como la ciudad de Ibarra, los tiempo no son los mismos, van cambiando, la tecnología avanza y se presta atención a otro tipo de cosas mas no a escuchar una historia.

2.6.3 Identidad Cultural

Es el conjunto de tradiciones, valores y creencias que pertenecen a un país y permiten identificarnos como tal, son elementos que se desarrollan dentro de un grupo social,

2.6.4 Valores

La Fundación Televisa en su página web “Valores-Ten Valor” define:

Los valores son convicciones profundas de los seres humanos que determinan su manera de ser y orientan su conducta, involucran nuestros sentimientos y emociones.

Según Bravo (2001: 4), los valores son:

Son las metas e ideales que puede alcanzar el hombre, son principios que permiten orienta el comportamiento de las personas.

El desarrollo de los valores en las personas es de suma importancia ya que permite conocer como es y lo que sucede con su comportamiento ante la sociedad. Estos son impartidos desde temprana edad ya sea en casa por sus padres o familiares o como en la escuela por parte de sus maestros dando a conocer las buenas costumbres y ponerlos en práctica.

2.6.4.1 Tipos de Valores

Para Valseca Martín María del Pilar (2009: 2), clasifica a los valores en tres grupos:

VALORES FAMILIARES	VALORES PERSONALES	VALORES SOCIOCULTURALES
<ul style="list-style-type: none">• Lo que está considerado dentro de la familia como bueno o malo.	<ul style="list-style-type: none">• Aquellos valores que forman la vida de cada persona y que es indispensable.	<ul style="list-style-type: none">• Aquellos valores que se desarrollan en la sociedad y se vive con ella.

Fuente: (Valseca Martín María del Pilar, 2009, p. 2)

2.7 GLOSARIO

- **Comic:** formas de relato gráfico que se arman en base a dibujos encuadrados en viñetas. Serie de dibujo que constituyen un relato, con texto o sin él, así como al medio de comunicación en su conjunto.
- **Género Literario:** son los distintos grupos o categorías en que podemos clasificar las obras literarias atendiendo a su contenido.
- **Leyenda:** es una narración de hechos naturales, sobrenaturales o mezclados, que se transmite de generación en generación de forma oral o escrita. Generalmente, el relato se sitúa de forma imprecisa entre el mito y el suceso verídico, lo que le confiere cierta singularidad.
- **Mitológico:** Conjunto de mitos, relatos que forman parte de una determinada religión o cultura. También se les denomina mitos a los discursos, narraciones o expresiones culturales de origen sagrado.
- **Viñetas:** es un recuadro delimitado por líneas que representa un instante de la historia. Se la considera como la representación pictográfica del mínimo espacio o tiempo significativo y constituye la unidad mínima del montaje del comic.

2.8 INTERROGANTES

¿Qué herramienta básica será de utilidad para culturizar a los estudiantes?

¿Por medio de la técnica de la encuesta se podrá analizar el grado de conocimiento de la leyenda la Caja Ronca?

¿Cuál es la finalidad de realizar una novela gráfica y Narrativa de la Caja Ronca?

¿De qué manera influirá en los estudiantes el proponer una novela gráfica y narrativa?

Ilustradores que nos inspiraron a la realización de las ilustraciones.

René Córdova

Es un gran artista tapatío de Guadalajara, México, ya cuenta con varios años de experiencia en la ilustración.

Actualmente está desarrollando un libro ilustrado infantil como proyecto personal , y como freelance haciendo trabajos como:

Comic penciler , storyboard, diseño de personajes: videojuego, animaciones, largometraje , comerciales , comic, línea de estampados.

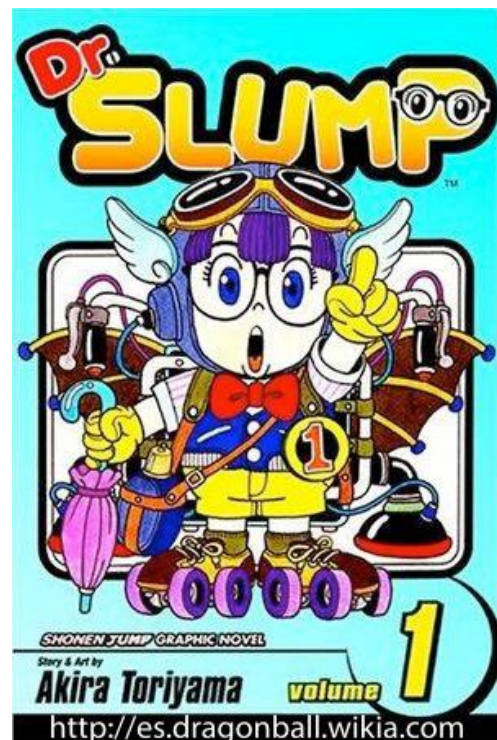


Akira Toriyama

Nació en Nagoya, Japón, 5 de abril de 1955 es un dibujante de manga y diseñador de personajes japonés. Es conocido principalmente por sus obras Dr. Slump y Dragon Ball y por el diseño de personajes de las sagas Dragon Quest y Chrono Trigger.

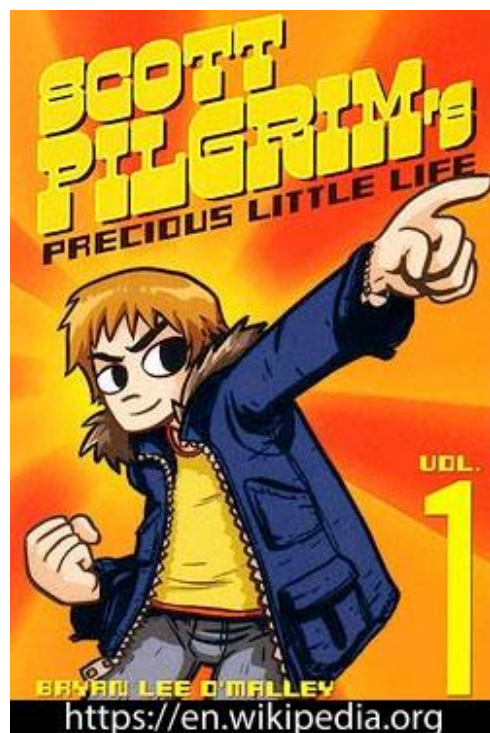
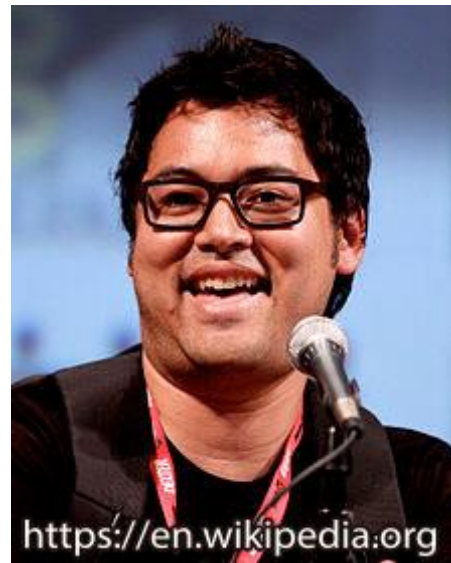
Sus imaginativas historias no carecen de humor absurdo y paródico, mezclando la comedia con la acción y la ciencia-ficción.

Toriyama estudió Diseño Gráfico antes de dar inicio a su trabajo a finales de los años 70 como autor de mangas en la revista Shonen Jump.



Bryan Lee O'Malley

Bryan Lee O'Malley nacido el 21 de febrero de 1979 es un artista de origen canadiense. Su primera novela gráfica original fue *Lost at Sea* (2003) y su serie más conocida *Scott Pilgrim vs. the World* (2004-2010). Todas sus novelas gráficas hasta el momento han sido publicadas por la editorial Oni Press con base en Portland, Oregón, Estados Unidos. O'Malley es también compositor y músico.



CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

Los tipos de investigación que utilizamos fueron el **Descriptivo** y el **Propositivo**, se realizaron diversas formas de investigación a fin de fundamentar el respectivo trabajo y obtener los resultados necesarios.

Fue de **Campo**, porque se realizó en un lugar determinado, donde se encontraron los estudiantes de segundos y terceros niveles de Bachillerato General Unificado y docentes de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.

Y de tipo **Documental**, puesto que se necesitó bibliografía acorde al tema que fundamentó y aportó con la investigación.

3.2 Métodos

De tipo **Inductivo-Deductivo**, por medio del cual se realizó un análisis, y **Analítico** porque con él se pudo conocer la situación real.

3.3 Técnicas

Por medio de la **Entrevista** dirigida a docentes de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.

Las **Encuestas**, fueron aplicadas a los estudiantes de segundos y terceros niveles de Bachillerato General Unificado y docentes de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre, la misma constó de 10 preguntas.

Fichas de Observación, con las cuales se pudo dar conocer los resultados obtenidos del mismo.

3.4 Población Investigada

Para calcular la muestra se tomó como punto principal el total de los estudiantes de segundos y terceros niveles de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre, en el año lectivo 2014-2015, que fueron: 300

De acuerdo a la información facilitada por las autoridades del plantel tomamos 3 paralelos en representación de los estudiantes de los segundos años de bachillerato y tres paralelos como referente de los terceros años del establecimiento como nuestro Universo, luego partimos de allí con la aplicación de la formula; para obtener el tamaño de la muestra, de este modo de manera equitativa obtuvimos resultados de los dos cursos pertenecientes a nuestro grupo objetivo.

Aplicamos la encuesta a 172 estudiantes, escogiéndolos de la siguiente manera: 28 estudiantes de un curso de 50 estudiantes tanto en segundos como en terceros años de bachillerato, y 29 estudiantes de dos cursos de 50 alumnos cada uno, igualmente tanto en segundos como en terceros años de bachillerato.

FÓRMULA:

$$n = \frac{PQ \times N}{(N-1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 \times 300}{(300-1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{75}{(299) \frac{0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{75}{0.186 + 0.25}$$

$$n = \frac{75}{0.436}$$

$$n = 172.01$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

PQ = Varianza de la población, valor constante igual a 0,25.

N = Población/Universo de la investigación, 300.

$(N-1)$ = Corrección geométrica para muestras grandes $>$ a 30.

K^2 = Coeficiente de corrección de error valor constante igual a 2.

E^2 = Margen de error estadísticamente aceptable, igual a 5%
(Recomendado en Educación).

CAPÍTULO IV

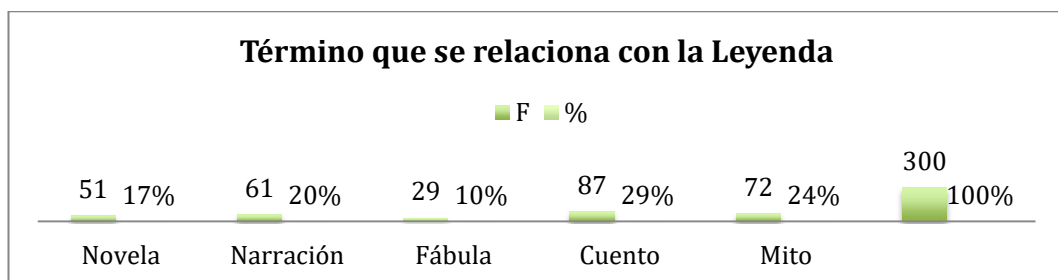
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.- ¿Con que término relacionaría a la leyenda?

Tabla 5

N°	INDICADORES	F	%
1	Novela	51	17%
2	Narración	61	20%
3	Fábula	29	10%
4	Cuento	87	29%
5	Mito	72	24%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



Análisis: El cuento es el término de mayor influencia que los adolescentes relacionan a la leyenda, es aquí donde se debe dar a conocer al estudiante las diferencias de cada una, su relación y sobre todo los diversos tipos de literatura que tenemos.

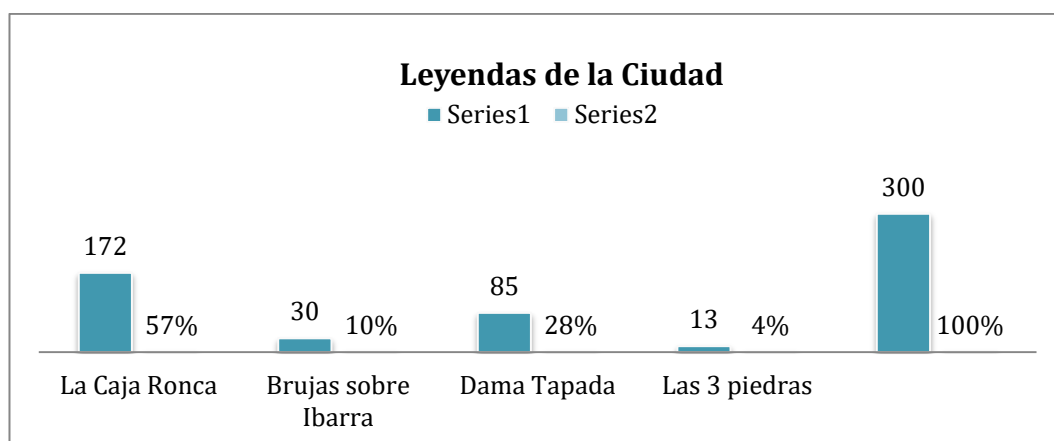
2. ¿Conoce usted las leyendas de la ciudad de Ibarra?

Escoja dos opciones de la siguiente lista que tenga mayor conocimiento.

Tabla 6

Nº	INDICADORES	F	%
1	La Caja Ronca	172	57%
2	Brujas sobre Ibarra	30	10%
3	Dama Tapada	85	28%
4	Las 3 piedras	13	4%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



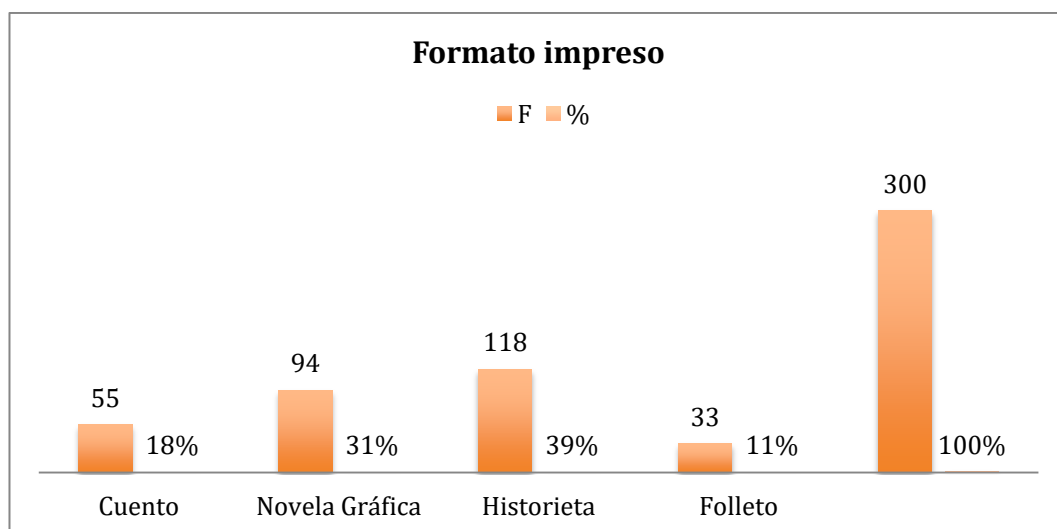
Análisis: Según los resultados obtenidos la caja Ronca y La Dama Tapada son las leyendas más representativas de la ciudad. Se debe culturizar a los estudiantes dando a conocer las tradiciones de la ciudad, no solo enfocarnos en una leyenda sino saber todas las leyendas que forman parte de la Ciudad de Ibarra.

3. ¿En qué formato impreso le gustaría disfrutar y conocer sobre las leyendas de Ibarra?

Tabla 7

Nº	INDICADORES	F	%
1	Cuento	55	18%
2	Novela Gráfica	94	31%
3	Historieta	118	39%
4	Folleto	33	11%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



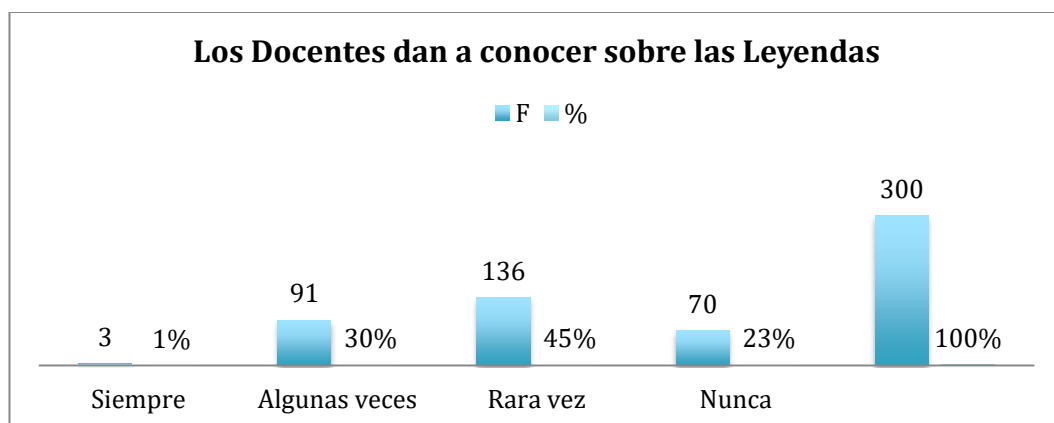
Análisis: Como podemos observar los resultados, la Historieta y la Novela Gráfica llevan los porcentajes más altos de aceptación por los estudiantes. Por esta razón se pretende desarrollar una herramienta educativa que incentivará a los estudiantes al gusto por la lectura con la ayuda de la ilustración gráfica.

4.- ¿Los docentes de la Unidad Educativa, les dan a conocer sobre las leyendas de Ibarra?

Tabla 8

Nº	INDICADORES	F	%
1	Siempre	3	1%
2	Algunas veces	91	30%
3	Rara vez	136	45%
4	Nunca	70	23%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



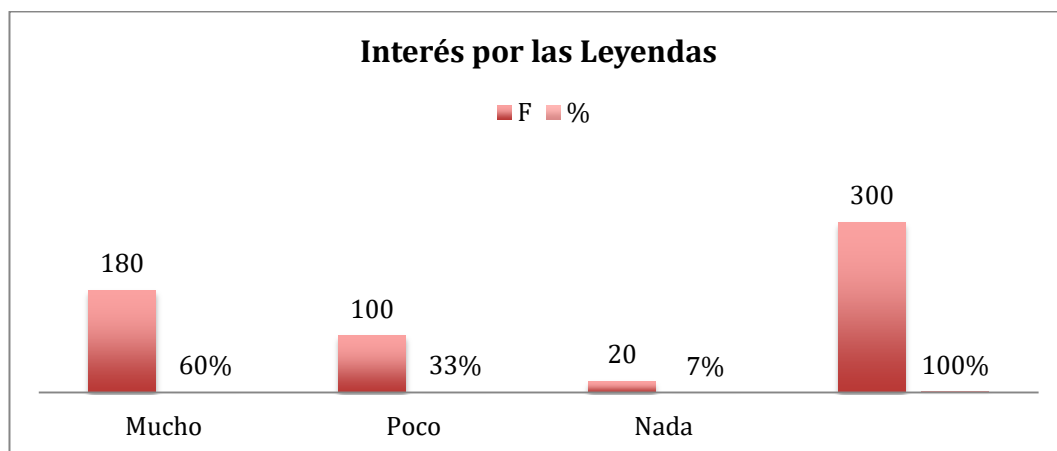
Análisis: Se puede determinar que según los estudiantes los docentes no dan a conocer a menudo sobre las leyendas, lo cual evidencia la existencia del problema. Los Docentes deben informar a sus estudiantes y sobre todo inculcar valores culturales para que conozcan sobre su ciudad y rescatar sus tradiciones.

5.- ¿Le parece interesante saber sobre las leyendas de Ibarra?

Tabla 9

Nº	INDICADORES	F	%
1	Mucho	180	60%
2	Poco	100	33%
3	Nada	20	7%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



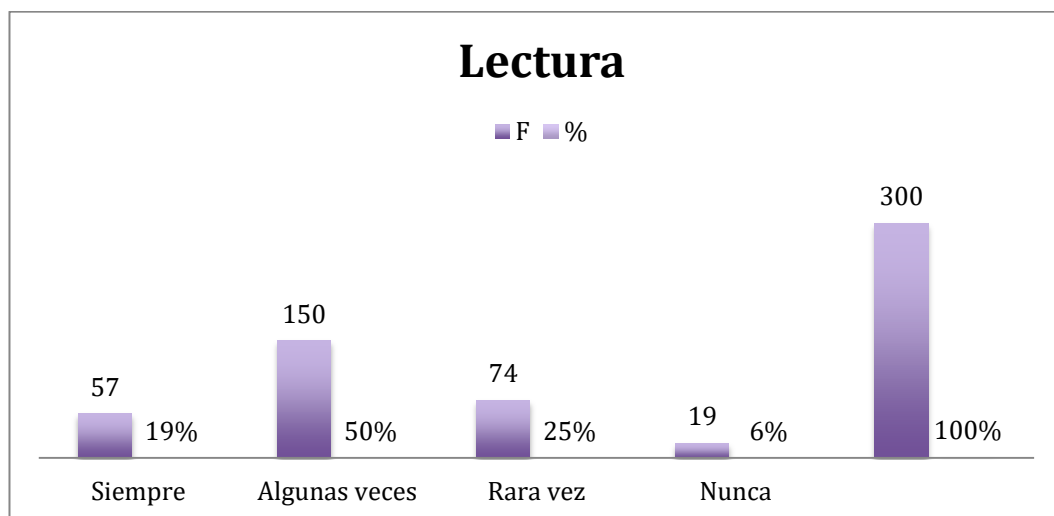
Análisis: Es evidente que un número mayoritario de estudiantes tiene interés por aprender sobre las tradiciones de la ciudad de Ibarra, en este caso sobre las leyendas. Al tener una respuesta positiva la cual nos permite reforzar y estimular un problema ya definido como es la falta de interés a la lectura.

6.- ¿Con qué frecuencia lee?

Tabla 10

Nº	INDICADORES	F	%
1	Siempre	57	19%
2	Algunas veces	150	50%
3	Rara vez	74	25%
4	Nunca	19	6%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



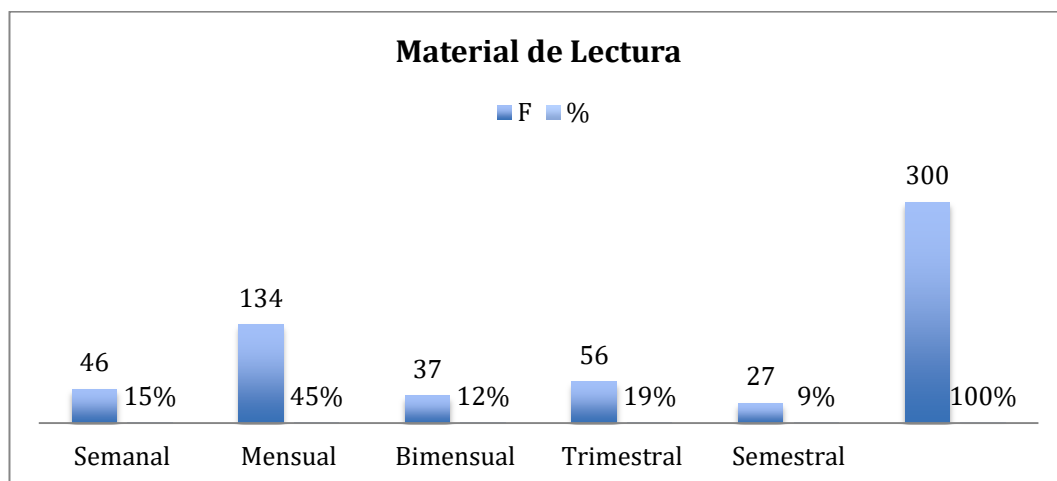
Análisis: Con los resultados obtenidos se puede evidenciar que los estudiantes no llevan una vida de lectura muy frecuente, es por esta razón que se debe buscar herramientas necesarias para despertar el interés y gusto por la lectura ya que es una fuente primordial de conocimiento.

7.- ¿Con qué frecuencia le gustaría tener material de lectura sobre las leyendas de Ibarra?

Tabla 11

Nº	INDICADORES	F	%
1	Semanal	46	15%
2	Mensual	134	45%
3	Bimensual	37	12%
4	Trimestral	56	19%
5	Semestral	27	9%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



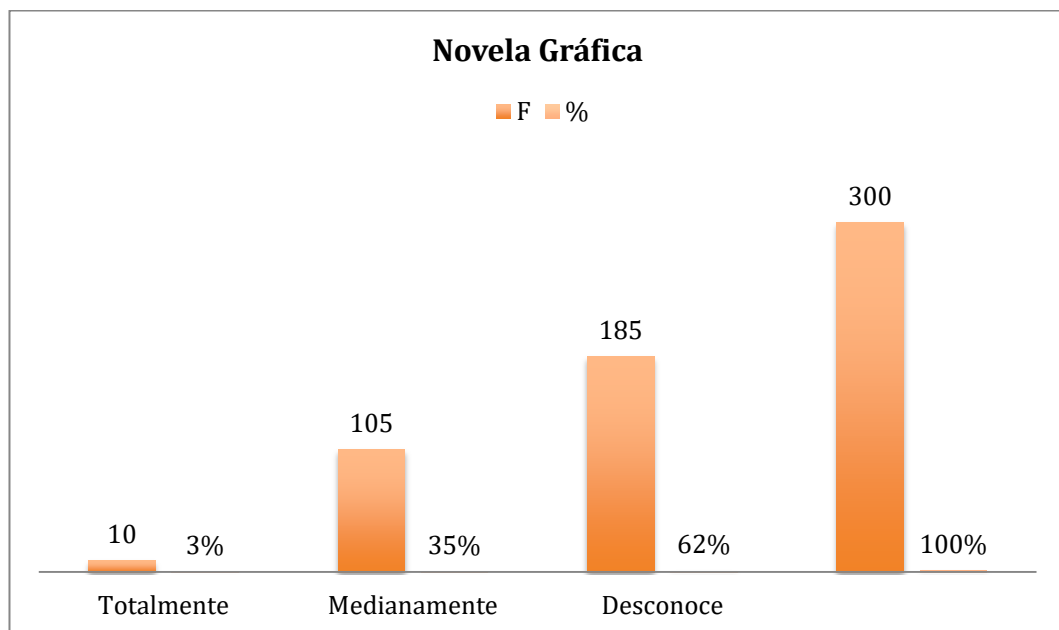
Análisis: Como podemos observar los resultados, los estudiantes tiene mayor inclinación por que se realice material de lectura mensualmente, para poder incrementar la lectura continua y dinámica.

8.- ¿Sabe usted que es una novela gráfica?

Tabla 12

Nº	INDICADORES	F	%
1	Totalmente	10	3%
2	Medianamente	105	35%
3	Desconoce	185	62%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



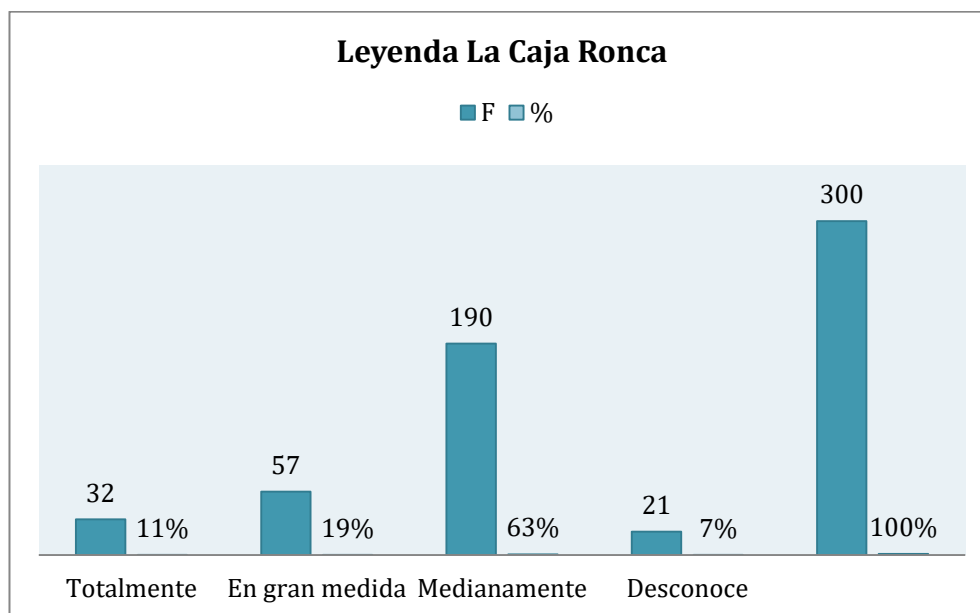
Análisis: Con respecto a la pregunta planteada, se puede observar que desconocen sobre el significado de la Novela Gráfica, se debe reforzar los conocimientos de los estudiantes para que conozcan sobre los estilos literarios y puedan identificar el texto que leen. Mediante la gráfica y la ilustración o dibujos explicativos se pretende llegar a los estudiantes de una manera creativa y dinámica.

9.- ¿Conoce usted la leyenda de La caja ronca?

Tabla 13

Nº	INDICADORES	F	%
1	Totalmente	32	11%
2	En gran medida	57	19%
3	Medianamente	190	63%
4	Desconoce	21	7%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



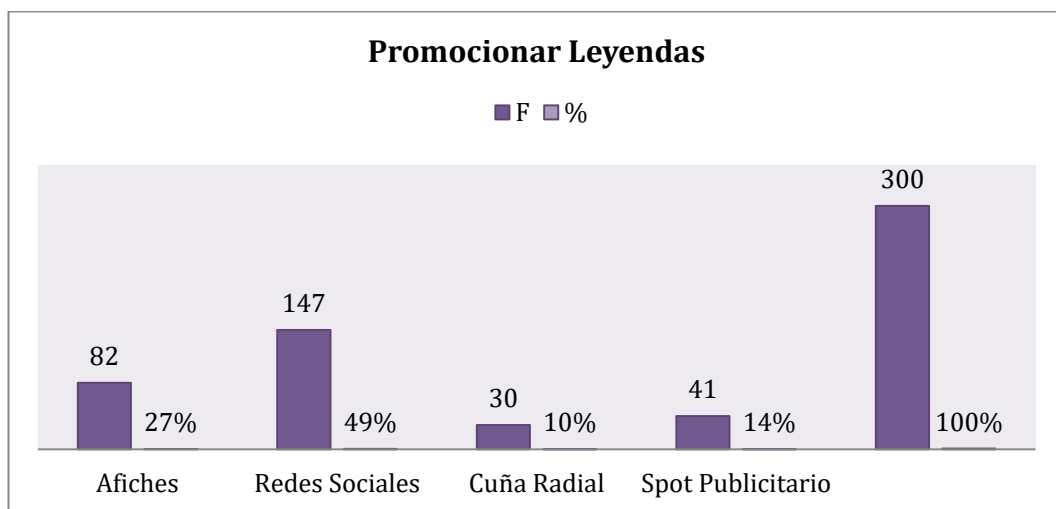
Análisis: Es evidente que los estudiantes conocen medianamente sobre la leyenda La Caja Ronca, debido a diferentes factores y hace necesario inculcar en ellos las tradiciones que caracterizan a su ciudad. Se ha escogido esta leyenda como estrategia de comercialización, por su nombre característico que facilita su acogida.

10. ¿De las siguientes opciones cómo le gustaría que se den a promocionar las leyendas de Ibarra?

Tabla 14

Nº	INDICADORES	F	%
1	Afiches	82	27%
2	Redes Sociales	147	49%
3	Cuña Radial	30	10%
4	Spot Publicitario	41	14%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



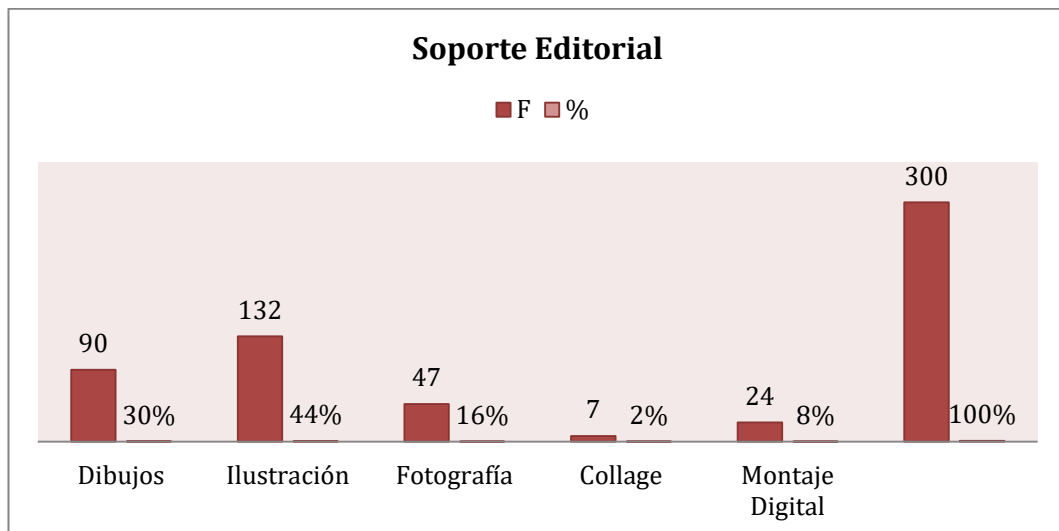
Análisis: Las redes sociales en la actualidad, son el medio de comunicación más utilizado a nivel mundial, tienen mayor acogida en la población, lo que nos permite interactuar directamente con nuestro público meta, creando una nueva forma de marketing y comercialización, reforzado con medios impresos que es otra de las opciones que la encuesta arrojó.

11. Un soporte editorial genera más impacto con:

Tabla 15

Nº	INDICADORES	F	%
1	Dibujos	90	30%
2	Ilustración	132	44%
3	Fotografía	47	16%
4	Collage	7	2%
5	Montaje Digital	24	8%
TOTAL		300	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de 2dos y 3ros de Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.



Análisis: Es evidente que el soporte editorial debe generar impacto en los estudiantes ya que son quienes van a leer y aprender, es por esta razón que se destacan dos elementos importantes para su presentación final, por medio de la ilustración, dibujos y fotografía como recursos de alto impacto visual.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- En la actualidad no se cuenta con herramientas ilustrativas para poder dar a conocer a los estudiantes sobre las leyendas de la ciudad de Ibarra.
- Se evidencia en los estudiantes la carencia de valores culturales y tradicionales de su entorno social.
- Los docentes no dominan el tema de Leyendas de la Ciudad de Ibarra, por lo cual ellos no pueden enseñar a sus estudiantes un tema que no conocen.
- Entre las preferencias de los jóvenes encontramos que ellos se sienten más cómodos con la información que reciben a través de las redes sociales, ellos dan credibilidad a los artículos importantes o páginas con contenidos divertidos, en especial los que tienen ilustraciones.
- La novela gráfica permite transmitir y rescatar valores, satisfaciendo las necesidades de los lectores, mediante el uso de la ilustración, el dibujo y la fotografía.

5.2 Recomendaciones

- Elaborar herramientas ilustrativas llamativas que aporten a la culturización de los jóvenes en temas importantes para la localidad como las Leyendas de Ibarra.
- A los Directivos de la Unidad Educativa apoyar y desarrollar material editorial ilustrativo como medio de aprendizaje de cultura y tradiciones de la ciudad e implementar en la educación diaria.
- Al ser las redes sociales un medio muy utilizado por los jóvenes, lo utilizaremos para llegar a ellos de una manera llamativa a través de ilustraciones y el contenido de fácil entendimiento.
- Aprovechar el interés de los estudiantes por aprender sobre sus leyendas tradicionales, mediante la creación de la novela gráfica, de esta forma incentivar a docentes y a estudiantes al gusto por la lectura y así reforzar los conocimientos.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta.

NOVELA GRÁFICA LA CAJA RONCA LEYENDAS DE IBARRA

6.2. Justificación e Importancia.

Con el paso de los años se ha ido perdiendo ese sentir de ser ibarreños y el valor del amor a nuestra cultura, las actuales generaciones no saben de la historia de Ibarra, desconocen sus leyendas y tradiciones. Por otra parte está el desinterés de los jóvenes por la lectura, o por lo menos la lectura convencional ya no es del agrado de los chicos.

Por lo que nuestra propuesta es una combinación de las dos cosas, al tratarse de una Novela Gráfica, hacemos entretenida la lectura, brindamos el conocimiento referente a historias que conjugan el mito y la realidad en una obra literaria y así logramos cumplir con los dos objetivos.

La Caja Ronca es el enganche con el que nosotros empezamos este proyecto que traerá la edición impresa y la versión digital para esta generación de nativos digitales.

Las ventajas de utilizar las redes sociales son múltiples, pero debemos destacar que entre las más importantes están que podemos interactuar con el lector, y al mismo tiempo tenemos la facilidad de promocionar nuestro producto sabiendo que puede llegar más allá de lo que esperamos.

6.3. Fundamentación.

6.3.1 Promoción

La promoción juega un papel muy importante dentro de la correcta ejecución de esta campaña, para introducir el producto en el mercado. Es una herramienta dentro del marketing mix, que consiste en incentivar a los consumidores a corto plazo, buscando así el incremento de la compra del producto.

Dentro de los objetivos de la promoción tenemos los que hemos considerados los más importantes:

- Influir en el comportamiento del consumidor
- Informar, persuadir y/o recordar:

Informar: Dar a conocer de la existencia del producto a nuestro grupo de posibles compradores, es decir aquí se trabajara con la correcta introducción de la marca dentro del mercado.

Persuadir: Inducir a la acción de compra de nuestro producto a nuestro grupo objetivo, pero la tarea consiste no en que se compre una vez, sino más bien consiste en afianzar una relación producto consumidor,

para crear una relación a largo plazo entre estos.

Recordar: Mantener la marca presente en la mente del consumidor, ser la opción número uno en su lista de opciones, para lo cual es importante que nuestro nombre sea pegajoso para sus mentes.

En los últimos años, las audiencias se han vuelto tan cambiantes y se han fragmentado una y otra vez, y con ellos nos vemos obligados a buscar muchos medios de comunicación, con lo que la planificación encarece tanto, que ningún anunciante se encontraría en capacidad de invertir en ello, es por esta razón que a la hora de medir la eficacia de la campaña, es imprescindible prestar mucha atención a la gestión de medios, poner mucho cuidado y elegir con precisión el medio, la franja horaria y la cantidad de pautas.

6.3.2 Proceso de creación del soporte editorial

Es primordial la optimización de recursos, tanto humanos como materiales, y asignar las tareas al profesional más capacitado para cada labor dentro del proyecto., puesto que esto dará un mejor resultado, es imprescindible el trabajo en equipo.

También es importante que se documente cada proceso en la elaboración del trabajo editorial, desde los primeros trazos hasta el producto final, propiamente dicho, asimismo con lo que a textos se refiere, desde los primeros guiones, hasta la redacción final, todo esto paso a paso. En este proceso también es necesario que se hagan pruebas

ortipográficas.

Cada miembro del equipo de trabajo, deberá fortalecer sus acciones y someter su trabajo a los procesos que elaboran controles de calidad que determinen la integridad del proyecto editorial final. La edición es un proceso muy detallista y sumamente valioso.

6.3.2.1 Definición de puestos

Editor Jefe: El cargo más alto de la revista, y con ello también tiene la responsabilidad más grande en la empresa, ya que es el encargado de representar al grupo editorial.

Asistente Editorial: En muchos de los casos trabaja conjuntamente con el Editor Jefe en la administración de contenidos, pero sus responsabilidades van más allá de eso, también es quien debe estar en contacto con autores, y trabajar a la par con ellos llevando y trayendo preguntas y respuestas que satisfagan a las dos partes.

Encargado de Soporte Técnico: Trata aspectos técnicos, en el caso de las empresas que ya manejan plataformas de publicación, página web, se encarga de dominio y hosting.

Diseñador o diagramador de textos: Quien será responsable de mantener la línea gráfica que se ha adoptado en la empresa, deberá trabajar con estándares y la mantención de ellos en todo momento, esto

incluye: figuras, tablas y enlaces, además de la elaboración de los trabajos en todos los formatos solicitados.

Corrector de textos: Esta persona se deberá apegar a todos los aspectos gramaticales de la publicación, así como también, a los aspectos de bibliografía y citación de otros autores, apegándose a normas y políticas que lleven por la vía correcta las publicaciones o artículos.

6.3.3 Productos Editoriales

Los productos editoriales tienen fines educativos o comunicativos con temas de interés para todo público.

La estructura de la información es organizada, las páginas están bien definidas en cuanto a contenidos y maquetación. Entre sus clasificaciones más sencillas de acuerdo al número de hojas tenemos:

Hoja Suelta: que lleva entre una y cuatro páginas.

Folleto: Que deberá llevar entre cinco y cuarenta y ocho páginas.

Libro: Deberá tener más de cuarenta y ocho páginas.

6.3.4 Diagramación y Maquetación

La diagramación consiste en la correcta distribución de los elementos, mediante criterios de importancia:

Para ello es necesario saber cuál es el contenido, y como lo queremos organizar, la sencillez siempre es la base de la buena composición.

Dentro de la diagramación hay un elemento que se denomina contra grafismo, las zonas blancas no utilizadas, las cuales también juegan un rol muy importante dentro de la composición de los elementos.

6.3.5 Elementos de diagramación:

Armonía: Equilibrio existente entre el contenido y el diseño, la estética del producto sin dejar a un lado el objetivo de comunicar.

Estructura editorial y gráfica: Secciones y procesos de diagramaciones en cada una de ellas.

Es muy importante también la definición del formato en el que se va a trabajar, los márgenes y las columnas, que finalmente aportan con los límites existentes para saber cuál será el espacio a trabajar.

6.3.6 Equipo editorial

En el desarrollo de un proyecto editorial participan dos tipos de equipos editoriales, El consejo Asesor, que orienta al producto hacia su política científica, e impulsa al mismo hacia su difusión nacional o internacional; y el Consejo de Redacción, conformado por un comité de Dirección y Editores de área, quienes definen la política editorial junto con el Consejo Asesor, su misión es impulsar la mejora continua, control respectivo de los procesos, publicaciones, son quienes reciben en primera instancia borradores originales, y finalmente quienes deciden si un proyecto debe ir o no.

6.3.7 Retículas

Es la base dentro de la diagramación pues de ellas depende la colocación de los elementos, también se la conoce como maqueta y su finalidad es la dar armonía al trabajo final, se apega a la correcta composición del diseño de periódicos, revistas, libros.

6.3.8 Tipografía

La correcta elección del tipo de letra, es una de las claves del éxito dentro de un proyecto editorial, pues así como los otros elementos también debe ser desarrollado tomando en cuenta factores como el público objetivo o el tipo de trabajo que se está realizando, debe ser atractivo pero legible.

6.4. Objetivos:

Objetivo General:

- Promover las estrategias mediante el desarrollo del Proyecto La Novela Gráfica La Caja Ronca Leyendas de Ibarra, mediante la ilustración digital, para afianzar la identidad de los ibarreños y conocer más sobre su cultura.

Objetivos Específicos:

- Investigar ampliamente para dominar el tema de leyendas de Ibarra y elaborar un guión claro y con lenguaje de fácil comprensión.
- Realizar ilustraciones llamativas, con personajes fáciles de recordar, y que vayan acorde con la idiosincrasia de nuestra gente.
- Elaborar la Novela Gráfica La Caja Ronca Leyendas de Ibarra, como material didáctico y de apoyo para docentes y estudiantes de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.
- Promocionar la Novela Gráfica la Caja Ronca, Leyendas de Ibarra mediante impreso como afiches, volantes, etc. referentes a la novela y una gama amplia de souvenir aplicando un concepto uniforme referente al proyecto como : Muñeco de colección, separadores de libros, reglas, agendas, cuaderno, mochilas, camisetas, cojines, etc.

Aportes

Tendrá aportes de tipo tecnológico, cultural, pero sobre todo pedagógico. Tecnológico en cuanto a la revolución de las tecnologías que nos obligan a utilizar medios que les resulten llamativos a los jóvenes, es más fácil llegar a ellos a través de blogs o redes sociales, ya que al ser esta una generación de nativos digitales sienten familiaridad con el uso frecuente de estos.

Cultural, porque, tiene la finalidad de alimentar los conocimientos de las tradiciones de la ciudad, e incluso enseñar a quienes no saben nada del tema es posiblemente el objetivo en que más énfasis pongamos durante el desarrollo de este proyecto.

Y pedagógico, puesto que los contenidos deberán tener un lenguaje claro y entendible, pero sobre todo llamativo, para captar la atención del grupo objetivo, el mismo que debe ir acorde a la edad de los muchachos con los que se pretende trabajar, sin descuidar el detalle de la parte gráfica el cual es el complemento para realizar un trabajo editorial de calidad.

6.5. Ubicación sectorial y física.

Ubicación física: Ciudad de Ibarra

Población beneficiada: Estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre de la Ciudad de Ibarra.

6.6. Desarrollo de la Propuesta.

Elaborado por: Alexandra Terán y Diego Obando

Teléfono: Fijo: 062 650 446, Cel.: 0997458736

Dirección: Sánchez y Cifuentes 25 22 y Reinaldo Chávez

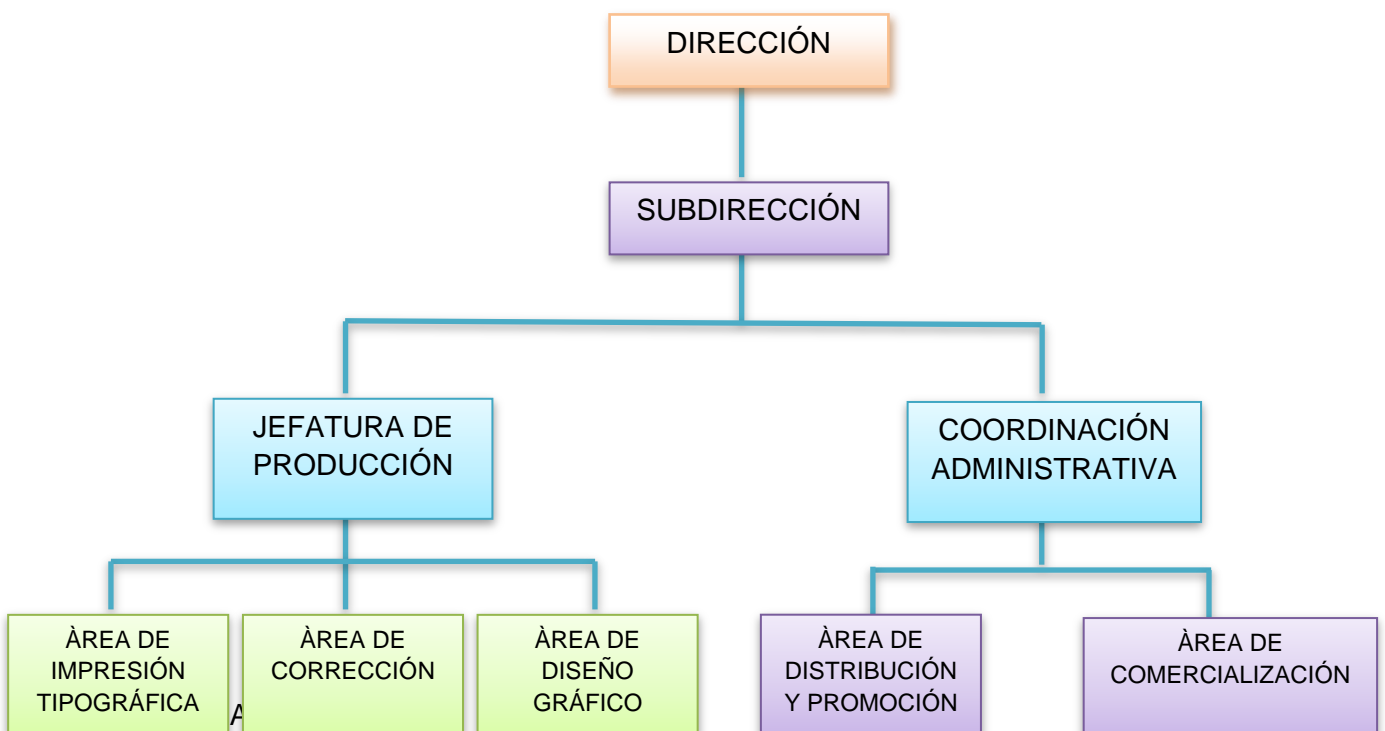
Email: alex_teranramos@hotmail.comdiegoxtreme@hotmail.com

Lugar de ejecución del Emprendimiento:

Región Sierra, Provincia Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Las Cuatro Esquinas Sector Yacucalle.

6.6.1 Soporte Editorial

6.6.1.1 Equipo Editorial



6.6.1.2 Grupo Objetivo

Estudiantes de Bachillerato de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre de la Ciudad de Ibarra.

6.6.1.3 Concepto Editorial

Los géneros literarios nos permiten clasificar las obras de acuerdo a su contenido, siendo la más tradicional y conocida categorización:

Épico: Relata suceso que le han ocurrido al protagonista. Es de carácter sumamente objetivo, su forma de expresión fue siempre el verso, ahora se utiliza la prosa.

Lírico: Los textos líricos expresan el mundo subjetivo del autor, sus emociones y sentimientos, o una profunda reflexión. Suele escribirse en verso pero también se utiliza la prosa.

Dramático: Obras escritas en forma de diálogo y destinadas a la representación. En ellas el autor plantea conflictos diversos. Pueden estar escritos en verso o en prosa.

Estos son los géneros más representativo, pero con el tiempo se los ha ido combinando y esto ha dado paso a nuevas categorías, las que se las ha denominado como subgéneros. La evolución de los gustos y modas estéticas ha provocado que en muchos textos modernos resulte

difícil fijar rígidamente los límites entre lo puramente lírico, lo narrativo o lo dramático.

Entre los subgéneros de la Épica tenemos:

La epopeya, poema épico, el romance, la fábula, la epístola, el cuento, apólogo, la leyenda y la novela.

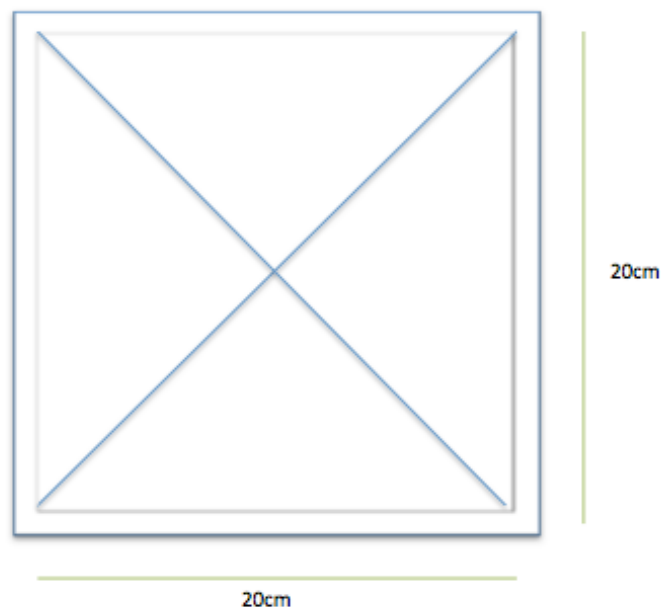
La Novela Gráfica La Caja Ronca Leyendas de Ibarra se deriva de este género del que hemos venido hablando Épico, pues dentro de sus categorías están tanto la novela como la leyenda, dos subgéneros que los hemos combinado de una manera estratégica, acotando también dentro de la parte gráfica al comic, una variación no considerada como literaria por su naturaleza informal, pero que adaptada a las anteriores han dado origen a este proyecto innovador.

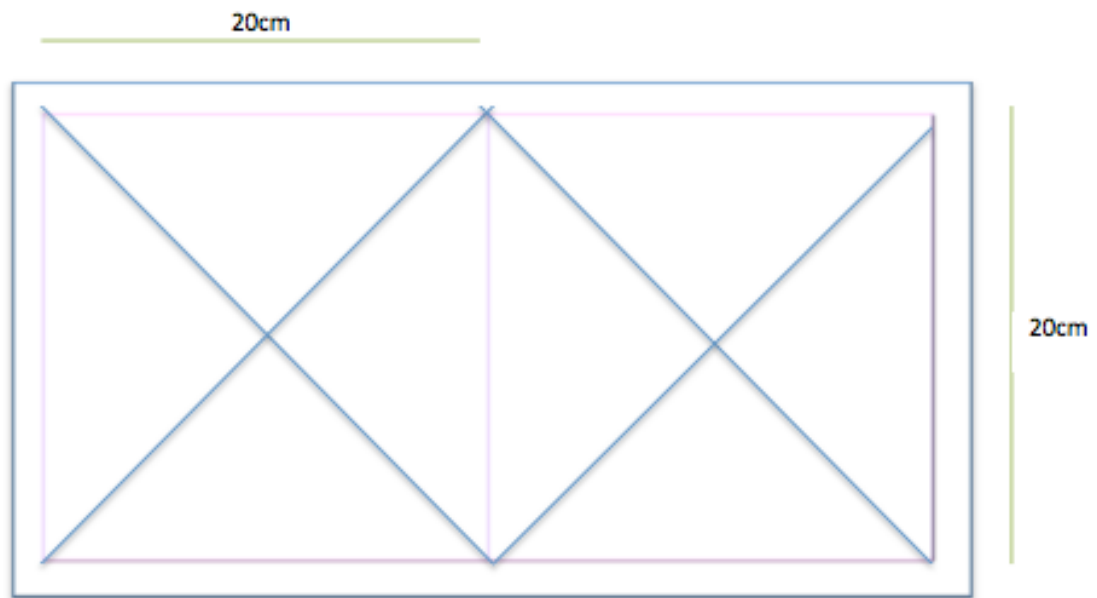
La Novela Gráfica es una narración que combina hechos naturales con la fantasía y se van transmitiendo de generación a generación. Son relatos bastante singulares puesto que se adaptan el mito y sucesos reales en una misma historia lo cual las vuelve embriagantes a los lectores, incluso a aquellos que no gustan mucho de la lectura. Quienes habiendo leído una y otra vez la misma historia sienten la necesidad de conocer más acerca de la cultura de alguna ciudad o población, lo que los lleva a investigar para conocer más y más leyendas.

6.6.1.4 Formato

El formato seleccionado para la Novela Gráfica la Caja Ronca es: tapa interna externa y cada página es de 20cm X 20 cm., 2 grapas internas sujetan las hojas y portadas.

Tendrá este tamaño por varias razones: en primer lugar es un formato cómodo para el target seleccionado, el campo visual para las ilustraciones es el adecuado Otra de las razones es que la historia es algo corta y si el formato es más grande las ilustraciones también deberían serlo, esto provocaría un desequilibrio entre tipografía, ilustración y formato. Es un tamaño adecuado para llevar a todas partes, no se perdería en las estanterías ya que por su tamaño tendrá un lugar privilegiado.





6.6.1.5 Tipografía

La tipografía seleccionada para el título es la ROYAL VANITY, ya que posea claridad para la lectura, la dinámica necesaria complementaria a la historia una tipografía de enganche. La tipografía complementaria al título es la CHALETCOMPRIME, por su fuerza y por su complemento perfecta.

Para la tipografía interna PLEASEWRITEMEASONG MEDIUM, el tamaño de la tipografía depende de la estructura grafica de la novela gráfica y de las acciones de cada una de las escenas.

El color de la tipografía depende de la cromática predominante en las páginas, el color es contrastante con el fondo en el que va el párrafo, para evitar confusiones en la lectura.

ROYAL VANITY-CHALETCOMPRIME (titulo, complemento)

*La Caja
Ranca*
Leyenda de Ibarra

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn

ñopqrstuvwxyz

1234567890

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn

ñopqrstuvwxyz

1234567890

PLEASEWRITEMEASONG MEDIUM



ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

6.6.1.6 Cromática

Los colores elegidos son con un cuidado especial, ya que al ocupar grandes espacios y ser colores planos influyen en todo el contexto de la Novela Gráfica. Es por esto necesario mantener presente los contrastes, la luz y saturación, los colores presentes están en gama dependiendo de los niveles de luminosidad y/o oscuridad algo muy importante en la ilustración.

Es de considerar la importancia y significado del color:

El color es fácilmente asociable con la realidad que expresa sentimientos de pena, furia, alegría, amor etc.



6.6.1.7 Diagramación

El orden de los elementos en el espacio está de acuerdo a la narrativa de la historia y la importancia de los hechos en la misma, especificados en los textos. En cada uno de las escenas existen protagonistas y escenarios que están ilustrados acorde y en forma coherente al relato. La idea no es contar la historia solamente con la ilustración sino mostrar los acontecimientos principales apoyados en el texto. Es relevante destacar las emociones, los escenarios la vestimenta, las facciones, las costumbres. Etc., ya que es lo mas importante dentro de la temática, narrativa y comprensión de la historia.

Existe una relación en los elementos de cada una de las páginas ya que son equilibradas y coherentes para generar una atmósfera que nos permita apoyar el texto y así estimular al lector.



6.6.1.8 Costos y precios.

Para poder dar un precio objetivo se hizo varias indagaciones y solicitud de cotizaciones en diferentes empresas de la ciudad que dan servicio de imprenta en diferentes materiales y cantidad de ejemplares a desarrollar.



**Nueva Imagen
Imprenta Offset**

D | Borrero 6-68 entre Olmedo y Bolívar
T | 2 954 874
C | 0991 659 566
E | nuevaimagen2076@yahoo.es
Ibarra | Ecuador

PROFORMA N° 000965

NOMBRE O INSTITUCIÓN: DIEGO OBANDO
DIRECCIÓN: IBARRA
TELÉFONO: 0988507678
FECHA : 03 DE JULIO 2015

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1000	FOLLETOS 20x20cm MATERIAL COUCHE	1,237	1237,00
1000	FOLLETOS 20x20cm MATERIAL BOND	1,128	1128,00
1000	FOLLETOS 20x20cm MATERIAL PERIODICO	1,052	1052,00
300	AFICHES A3 COUCHE 150g	0,27	81,00
500	SEPARADORES COUCHE 150g+UV	0,19	95,00
TOTAL			

NOTA:
**NUESTROS VALORES DETALLADOS NO GRABAN IVA YA QUE SOMOS
ARTESANOS CALIFICADOS**

ATENTAMENTE
LUIS LLANO

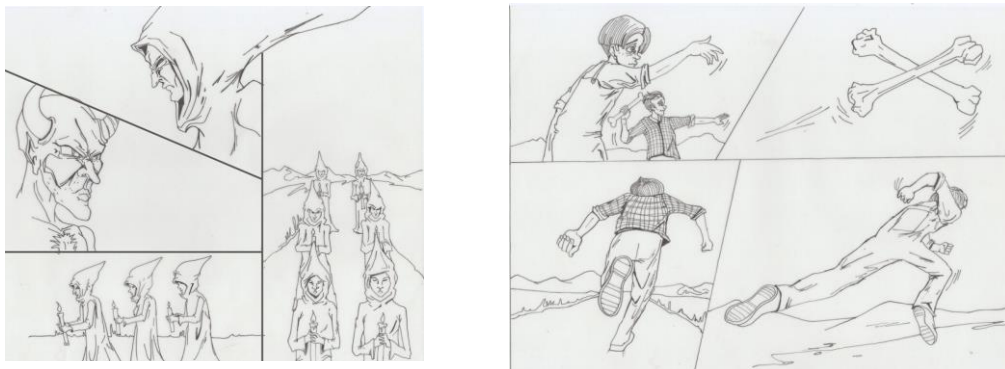
6.6.1.9 Metodología del desarrollo del proyecto

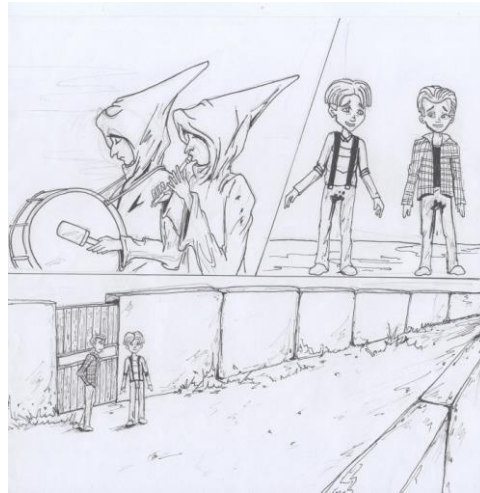
La Técnica

Lo más importante del proyecto fue la técnica a utilizar ya que es el resultado de la investigación y el producto, su conclusión en la primera etapa del mismo, para poder cumplir con los objetivos planteados en él.

Tanto la tipografía y las ilustraciones fueron desarrolladas paralelamente ya que tienen que ser coherentes y complementarias unas de otras. Inicialmente se experimentó con lápiz, para posterior dar color, contraste y volumen digitalmente ya que esto nos permite una limpieza gráfica y un código de comunicación limpio y claro. Por ser un proceso digital nos permite otorgar una gran carga expresiva a las ilustraciones ya que el inicial fue desarrollado a mano.

La primera etapa fue realizar el boceto a mano cada una de las escenas de la narrativa. Luego de digitalizarlo en Photoshop y hacer varias pruebas de color y efectos respectivos de sombra, profundidad y contraste.

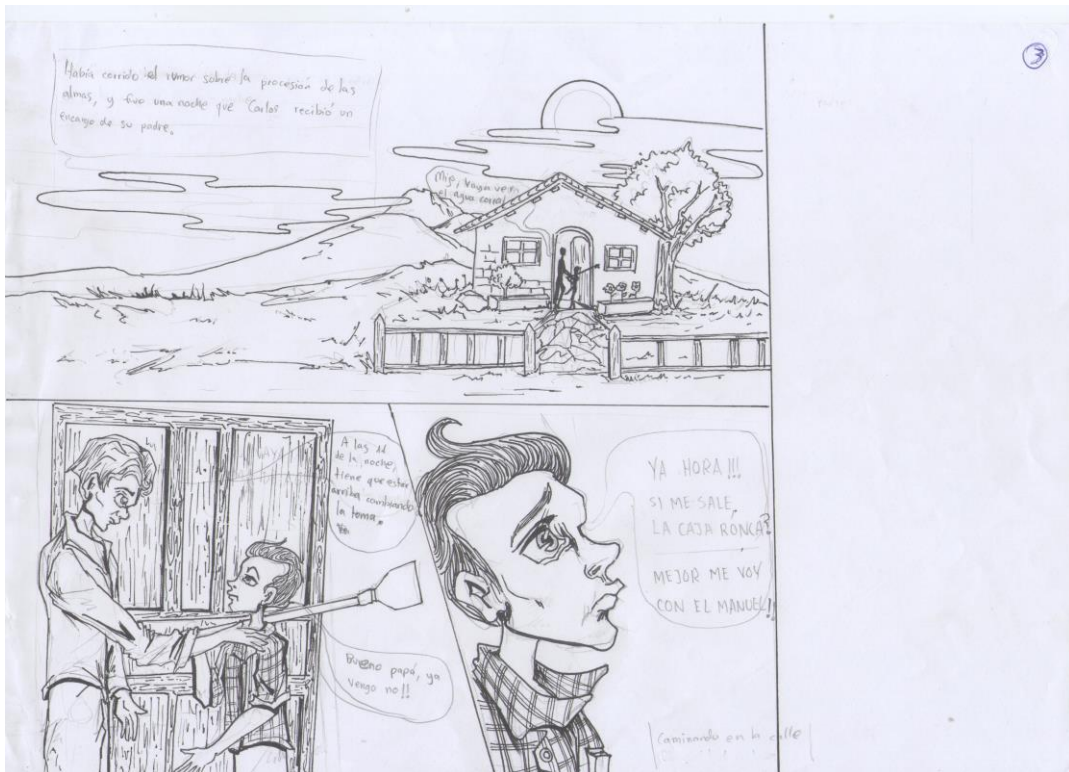


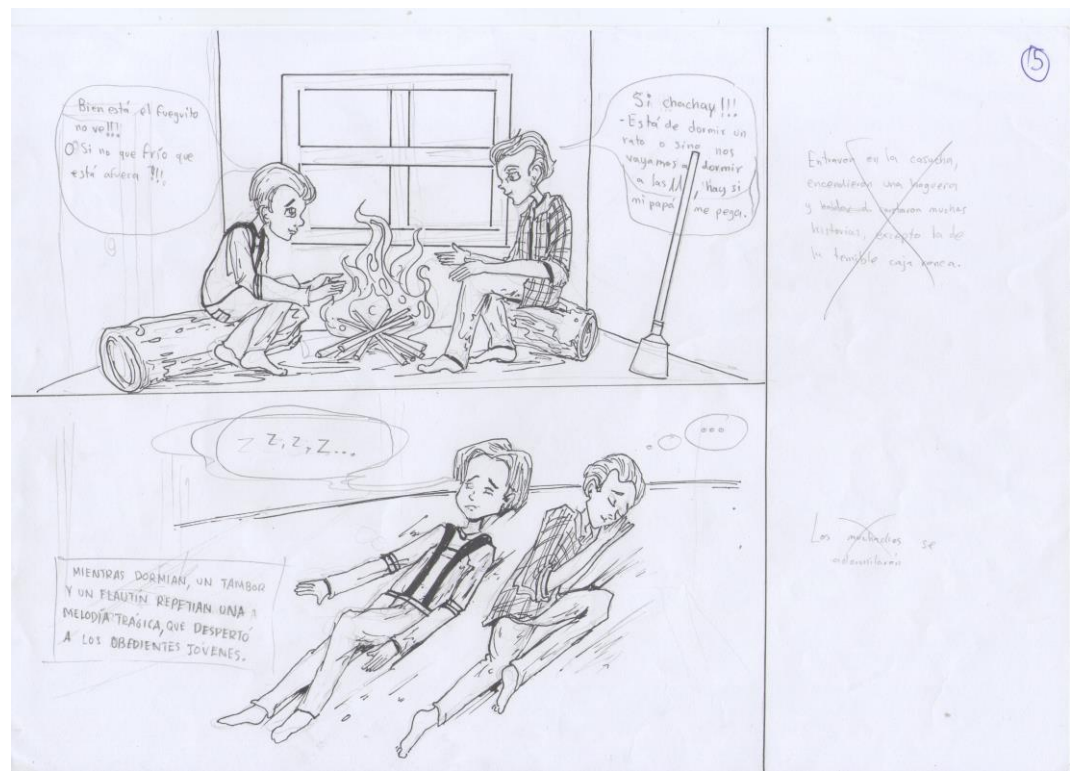
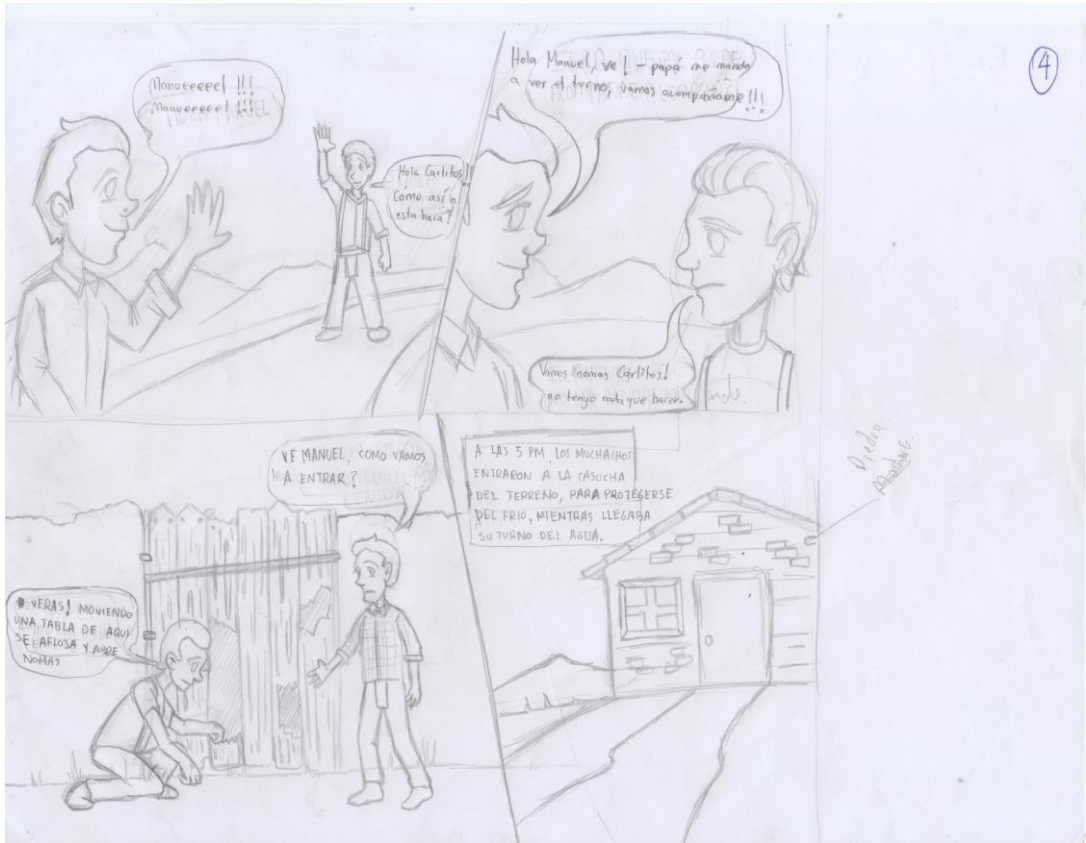


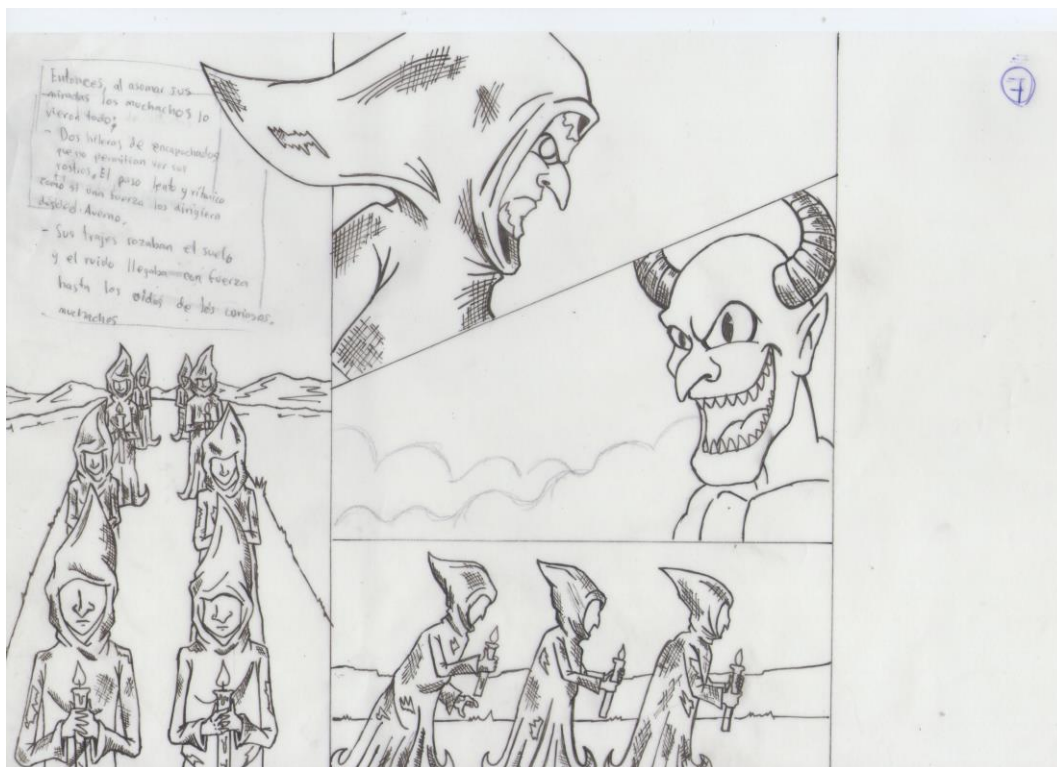
6.6.1.10 Proceso de Ilustración

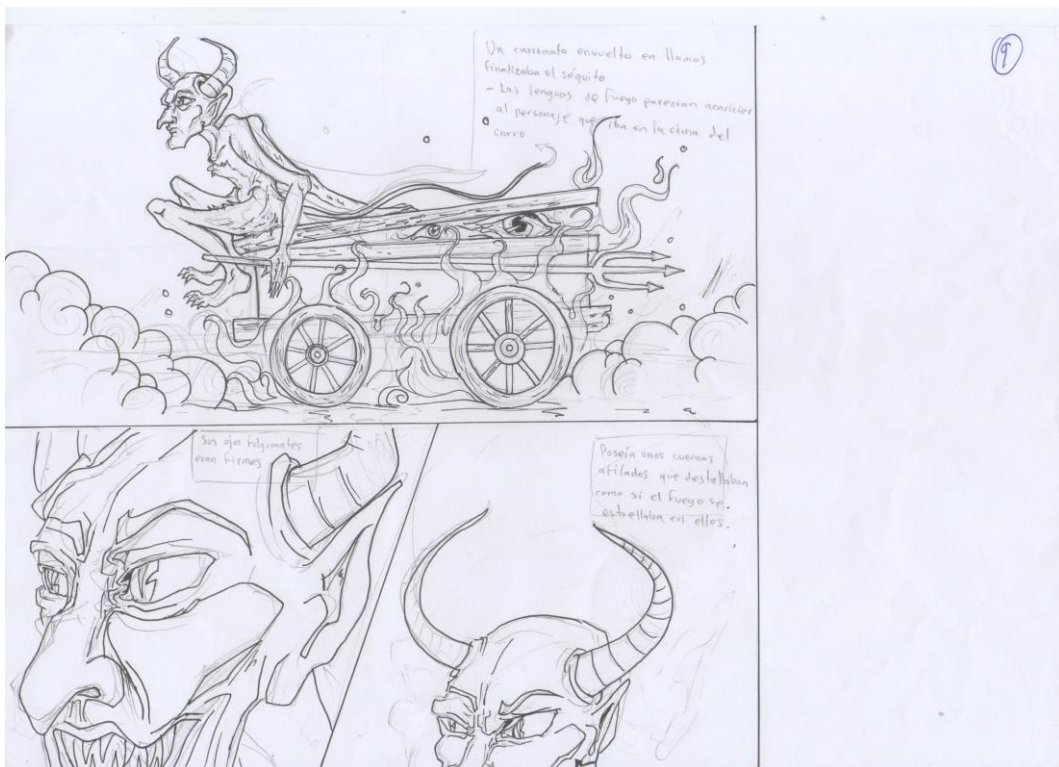
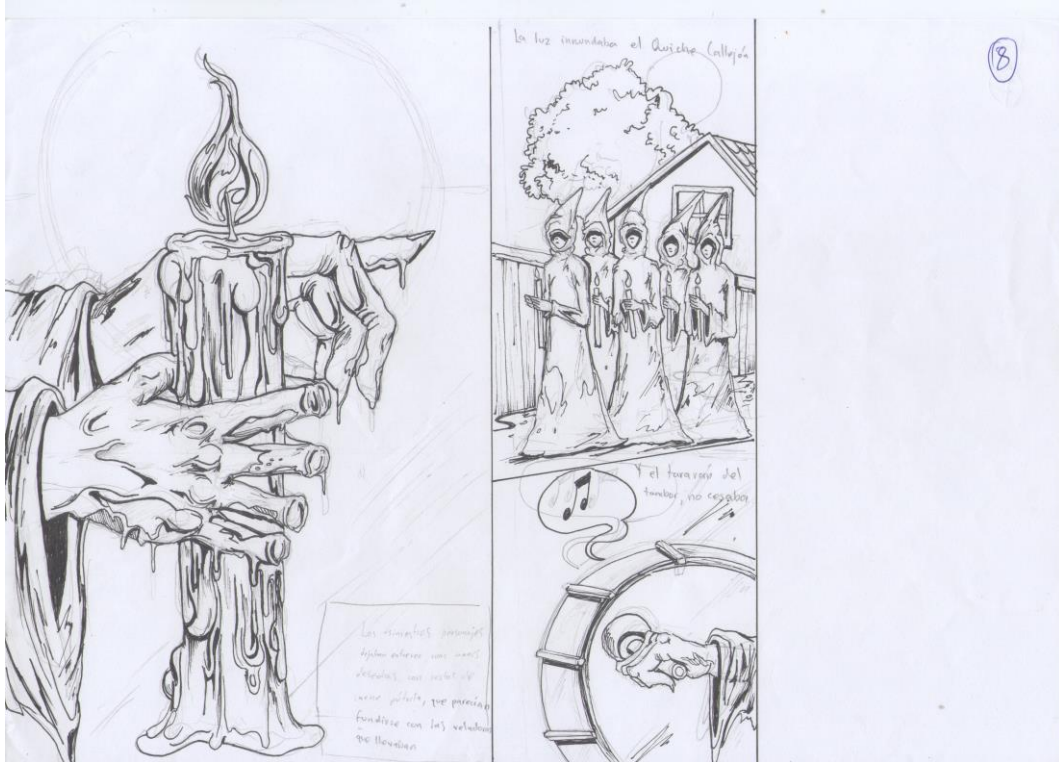
Antes de iniciar con las ilustraciones de la historia está la elaboración del storyboard, consiste en separar o segmentar la historia, cada uno con su narrativa correspondiente teniendo clara la idea de las escenas que se van a ilustrar. Aquí es donde se distribuyen las etapas más importantes de la historia y el número de páginas que vamos a necesitar. Este guión en una guía para el desarrollo de la Novela Gráfica y permite una visualización rápida del producto final. También se toma en cuenta el número de páginas que van antes y después de la novela gráfica, es decir, los datos editoriales, los créditos, el precio, etc.

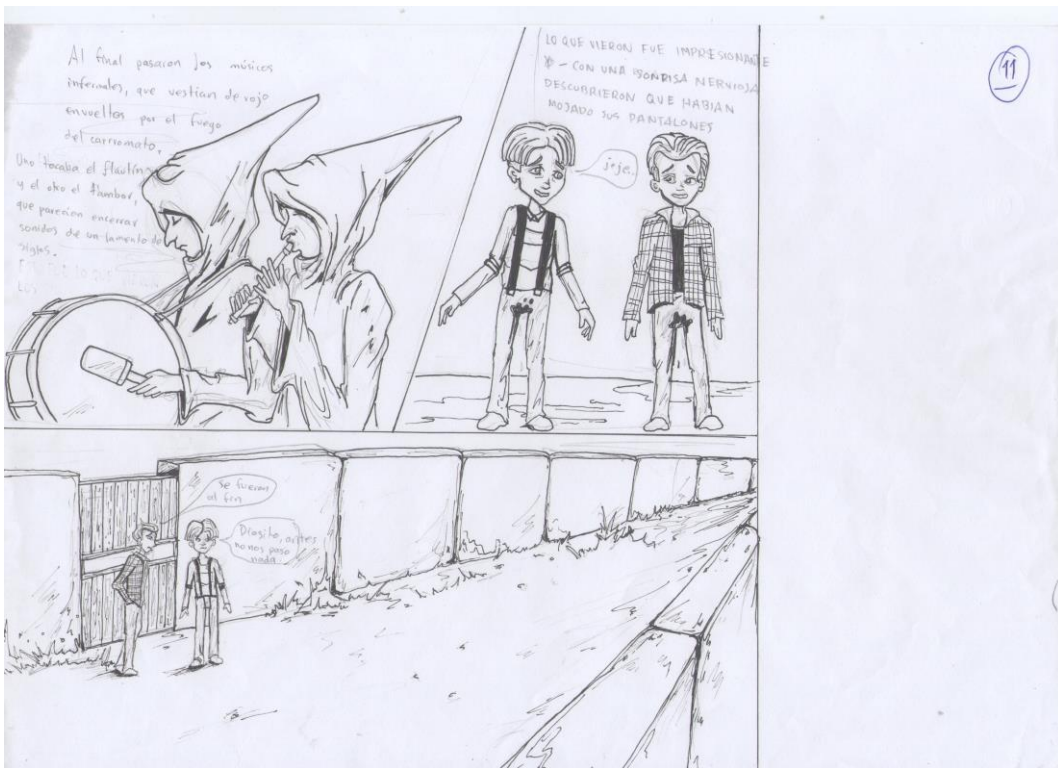




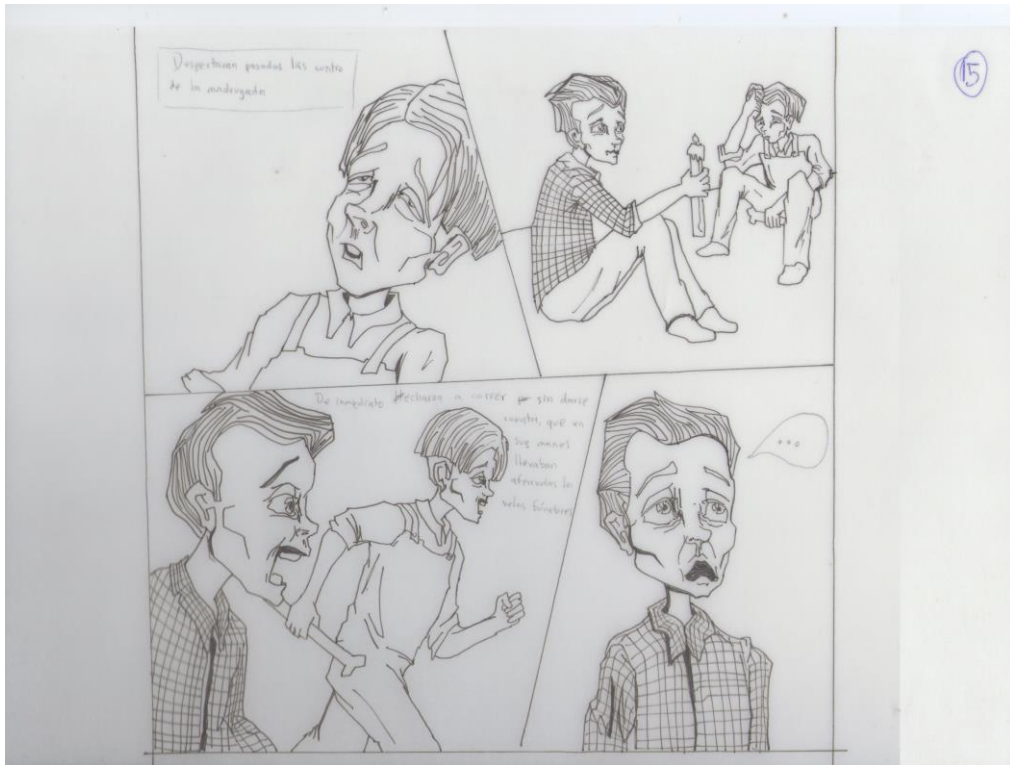
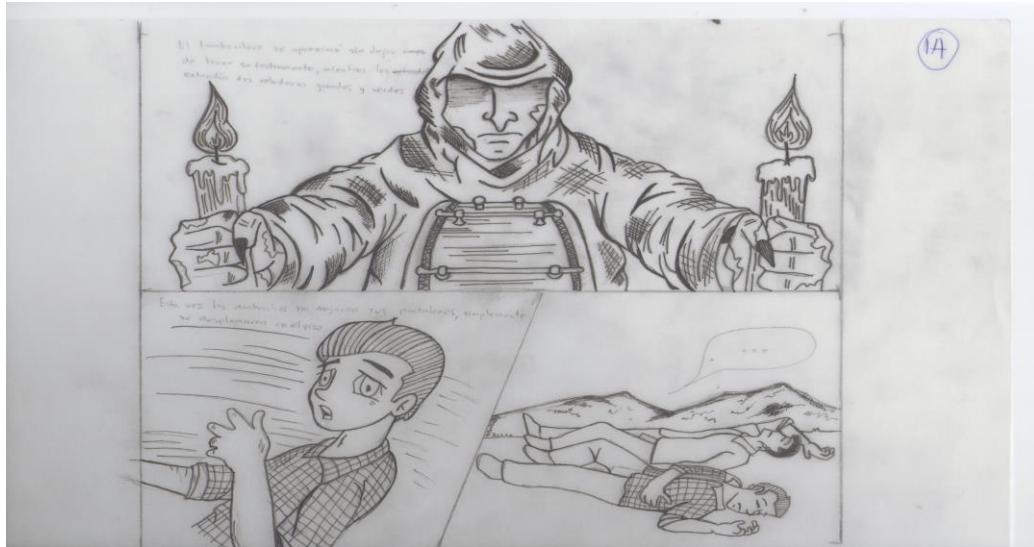


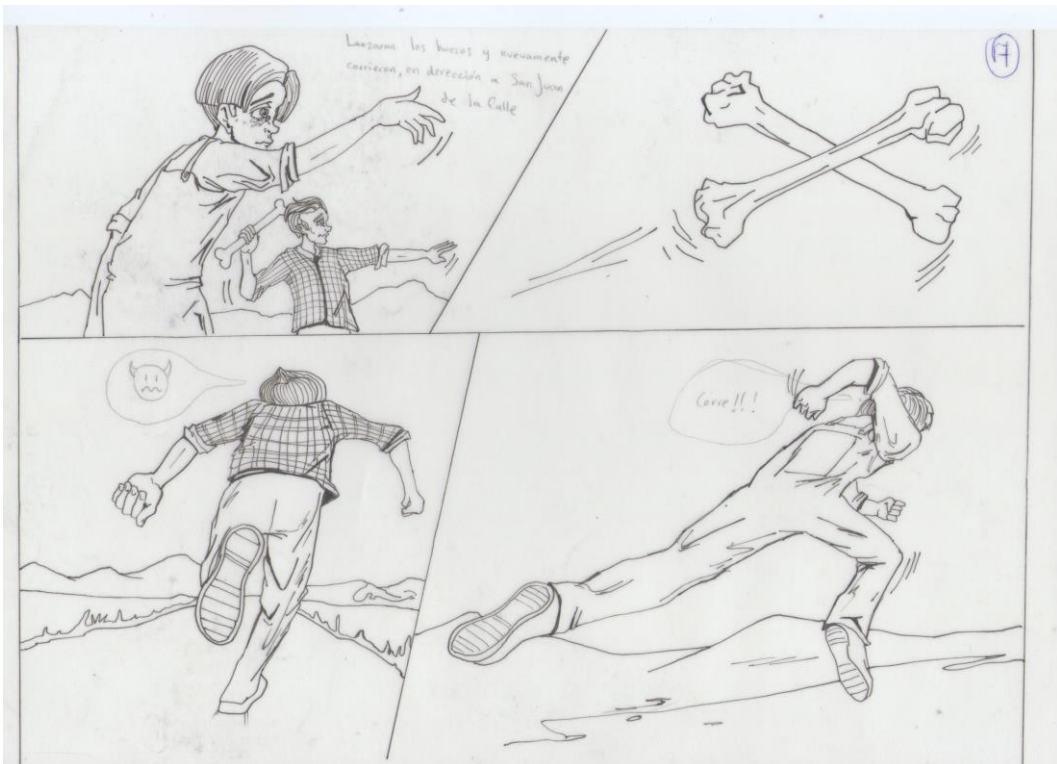
















Una vez definidos cada uno de los contenidos de las páginas, comienza la prueba con varios dibujos hechos a lápiz, se visualiza los contenidos, tomando en cuenta siempre en espacio donde irá el texto. Todo este proceso se hace página por página apoyado cada paso con el storyboard, el cual permite imaginar la atmósfera de la situación que irá acompañada de formas y colores coherentes con esta.

Por último teniendo una visión clara y más exacta del que sería el resultado final si es el caso se corrigen posiciones y distribución. La última visualización será la impresión a tamaño original previamente seleccionado.

A continuación cada una de las páginas ilustradas de nuestra novela gráfica, en su orden correspondiente:





Primera Edición 2015

LA NOVELA GRÁFICA

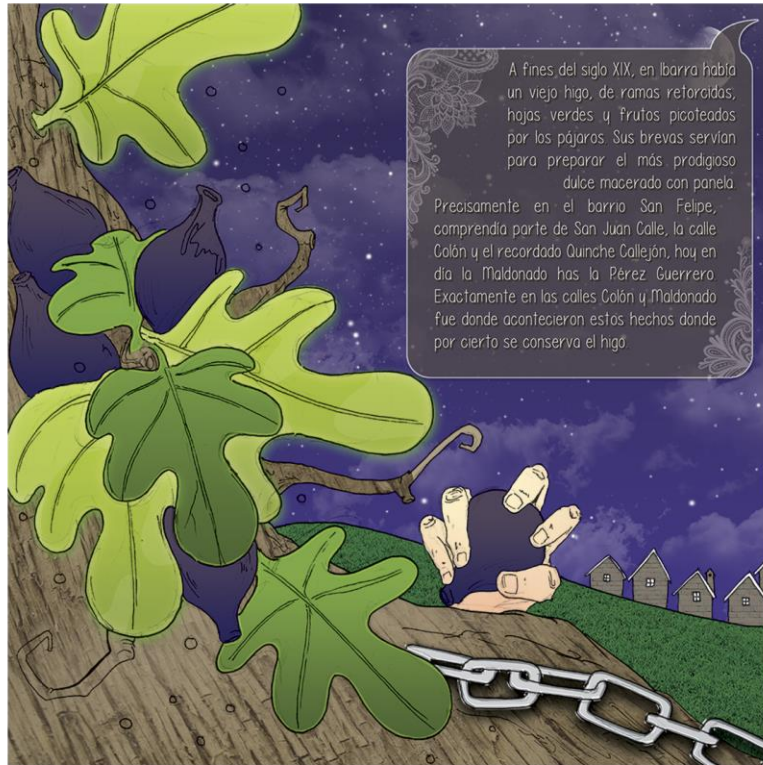
La Caja Ronca "leyenda de Ibarra"

Textos: Libro Leyendas de Ibarra
Ilustraciones: Diego Obando y Alexandra Terán

20 páginas. Tamaño 20 x 20 cm.

A la venta el 28 de septiembre

CONTACTOS:
lacajaroncaleyendadeibarra@gmail.com



A fines del siglo XIX, en Ibarra había un viejo higo, de ramas retorcidas, hojas verdes y frutos picoteados por los pájaros. Sus brevas servían para preparar el más prodigioso dulce macerado con panela. Precisamente en el barrio San Felipe, comprendía parte de San Juan Calle, la calle Colón y el recordado Quinche Callejón, hoy en día la Maldonado has la Pérez Guerrero. Exactamente en las calles Colón y Maldonado fue donde acontecieron estos hechos donde por cierto se conserva el higo.



Cuantos higos en este árbol vecinita!!! venga, venga, apure!!!



No hay que demorarnos vecina, porque ya mismo sale la caja ronca

Cierto!!! eso si ni he sabido, qué miedo!!! vamos nomas mejor.

Habia corrido el rumor sobre la procesion de las almas y fue una noche que Carlos recbio un encargo de su padre.

Mijo, vaya ver el agua... corra!!



A las 11 de la noche, tiene que estar arriba cambiando la toma...

bueno papá, ya vengo noll

ya hora!!! si me sale la caja ronca? mejor me voy con el manuel



Hola Carlitos!!! Cómo así a esta hora?

Manueeeell!!! Manueeeell!!!

Hola Manuel, ve!! papá me manda a ver el turno, vamos acompañame!!!

Vamos no mas Carlitos. I no tengo nada que hacer



Ve manuel, como Vamos a entrar

Verás! moviendo una tabla de aquí se afloja y abre nomas

A las 5pm los muchachos entraron a la casucha del terreno, para protegese del frio, mientras llegaba su turno del agua.







Entonces, al asomar sus miradas los muchachos lo vieron todo

Dos hileras de encapuchados que no permitían ver su rostro, el paso lento y rítmico como si una fuerza los dirigiera desde el averno
Sus trajes rozaban el suelo y el ruido llegaba con fuerza hasta los oídos de los curiosos muchachos



Manos desechas, con restos de carne podrida, que parecían fundirse con las veladores que llevaban

La luz inundaba el quiche callejón

y el tararán del tambor no cesaba





Al final pasaron los músicos infernales, que vestían de rojo envueltos por el fuego del carrmato

Con una sonrisa nerviosa descubrieron que habían mojado sus pantalones

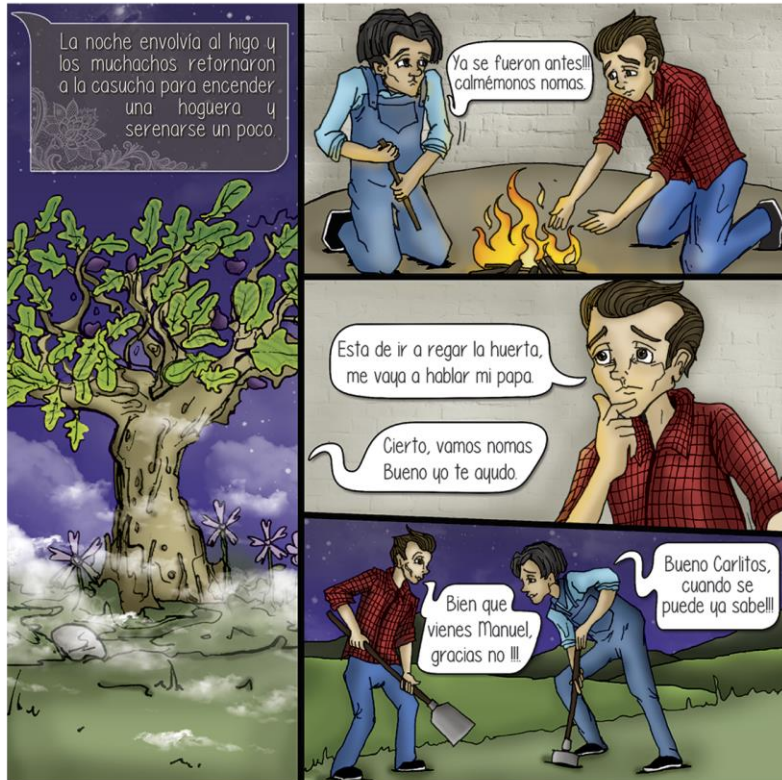
Uno tocaba el flautín y el otro el tambor, los sonidos parecían encerrar un lamento de siglos

jeje!!



Se fueron al fin

Diosito antes no nos paso nada.



La noche envolvía al higo y los muchachos retornaron a la casucha para encender una hoguera y serenarse un poco

Ya se fueron antes!!! calmémonos nomas.

Esta de ir a regar la huerta, me voy a hablar mi papa.

Cierto, vamos nomas Bueno ya te ayudo.

Bueno Carlitos, cuando se puede ya sabelll

Bien que vienes Manuel, gracias no !!!











El famoso árbol de higo



Calle Maldonado 12-13 y Colón (El recordado Quinche Callejón)







EMPAQUE NOVELA GRÁFICA LA CAJA RONCA, LEYENDAS DE IBARRA.

Para el empaque de nuestra Novela Gráfica La Caja Ronca, Leyendas De Ibarra, ser parte de esta gran proeza de intentar no contaminar nuestro medio ambiente ni dañar nuestro planeta , por esta razón nuestro empaque es un afiche en papel impreso que nuestros consumidores reciclaran, aparte tendrán un plus para decorar sus habitaciones moda que esta de generación en generación.

Esto aparte de ser una idea genial nos da la ventaja de que nuestro grupo adolescente objetivo se motive con pequeños detalles a la lectura y por ende a conocer más sobre sus raíces culturales.

A continuación la presentación:



MATERIAL PROMOCIONAL

FIGURA DE COLECCIÓN Y SU EMPAQUE .



SEPARADOR DE LIBROS

ANVERSO 1



ANVERSO 2



REVERSO

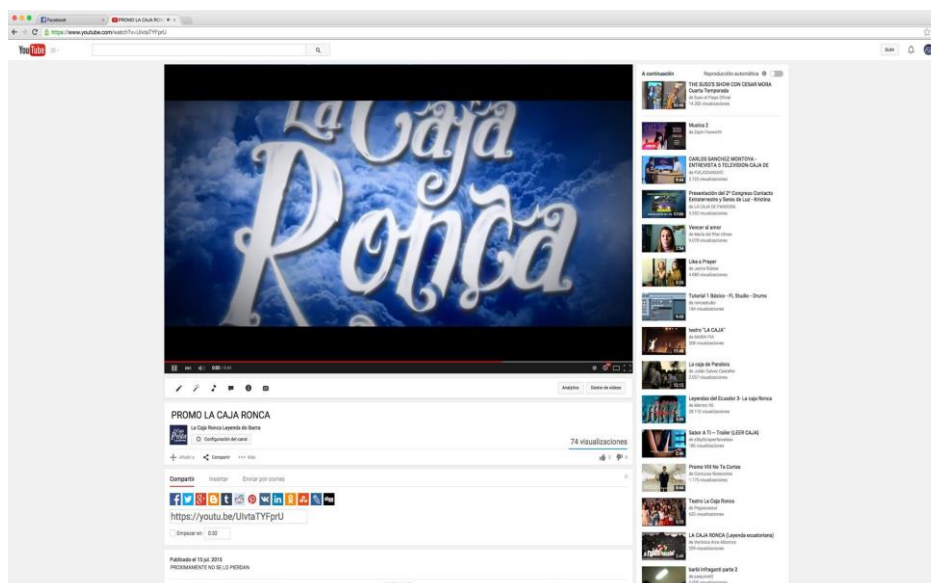


Los separadores de libros se entregarán a la ciudadanía como parte de la introducción de la campaña, durante la primera semana de este proceso, la finalidad de ellos es generar expectativa en la gente, puesto que en ellos estará un código QR el cual los direccionará a nuestra página de Facebook.

PÁGINA DE FACEBOOK



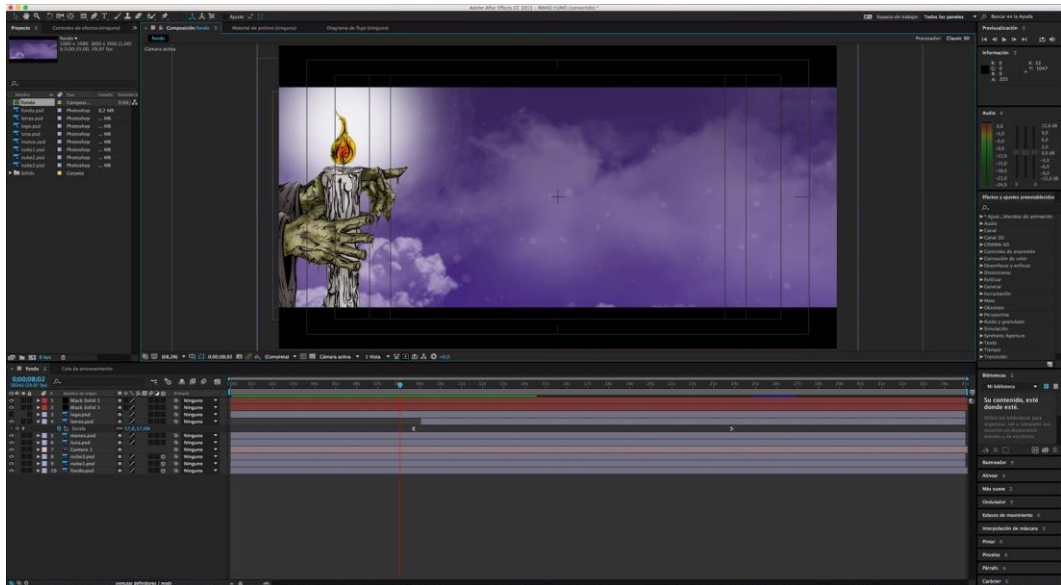
Dentro de la misma línea de expectativa, aquí encontrarán material audiovisual, imágenes y frases referentes al tema. El primer video que presenta imágenes y relatos que generan suspenso y causan curiosidad, dejando a quienes lo vean con ganas de saber que pasará después.

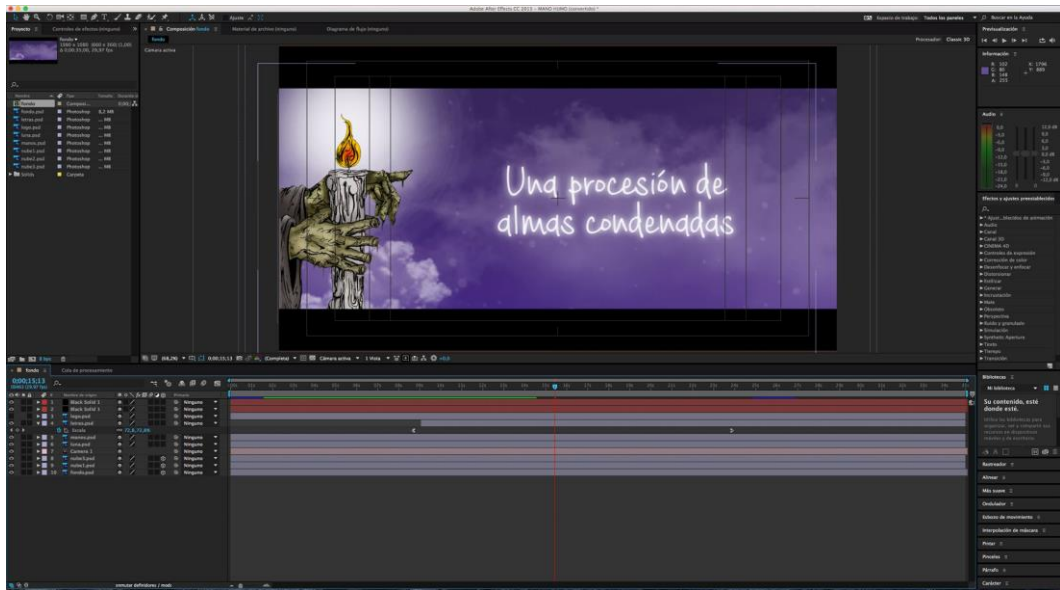




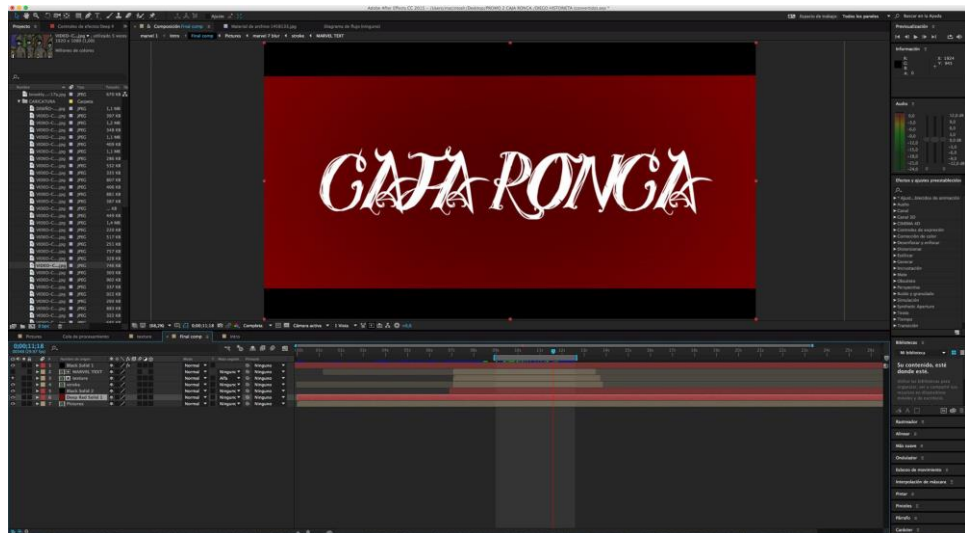


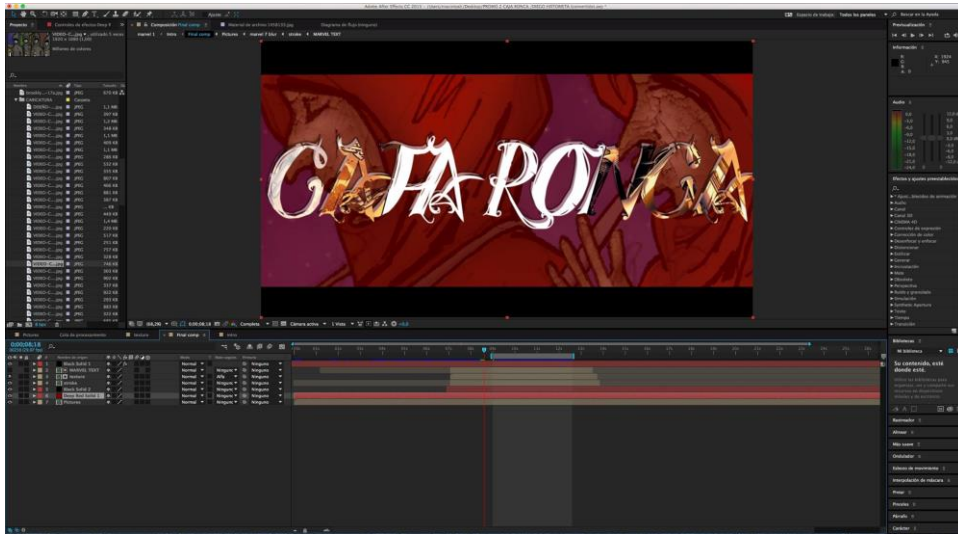
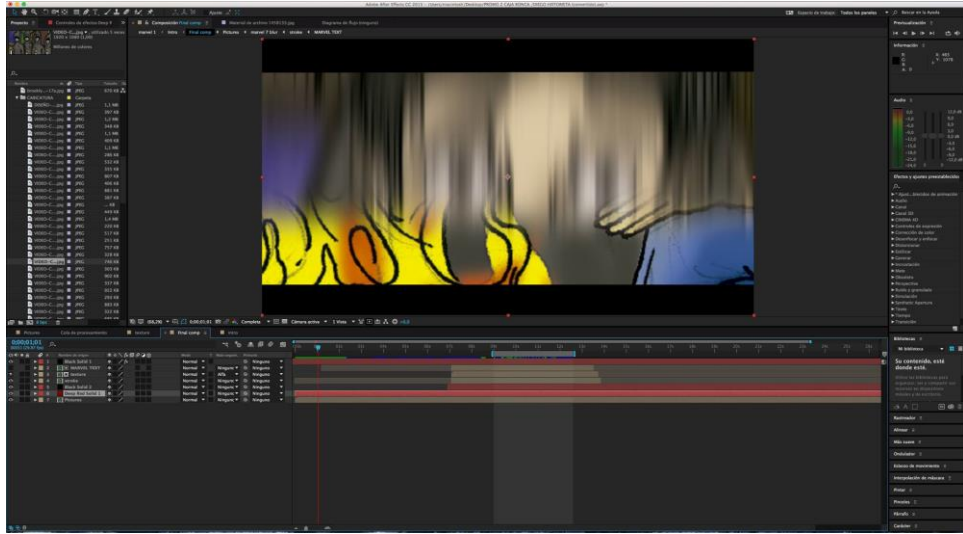
Segundo video promocional para la tercera semana de lanzamiento, Novela Gráfica La Caja Ronca, Leyendas de Ibarra.





Lanzamiento oficial en nuestra página de facebook del tercer video promocional y material impreso de La Novela Gráfica la Caja Ronca Leyendas de Ibarra, figura de colección y souvenirs referente a nuestra Novela.





AFICHE



PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

CAMISETA



BOLSO



JARRO



ALMOHADA



CUADERNO



ESFEROS



BOLSOS PARA COMPRAS



GORRA



LLAVEROS



MANILLA



MOCHILA



REGLAS



6.7. Difusión

	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
DIA 1	Entrega a la ciudadanía especialmente a los jóvenes estudiantes un separador de libros con la imagen identificativa de la Leyenda la Caja Ronca, el mismo que contiene un código QR, que los lleva a nuestra página de Facebook	Página oficial Facebook, con temas referentes a la Novela Gráfica La Caja ronca, Lanzamiento del primer video expectativa.	Lanzamiento del segundo video expectativa La Caja Ronca leyendas de Ibarra, mas fotografías del lugar de los hechos y personas con sus relatos	Lanzamiento oficial impreso de La Novela Gráfica la Caja Ronca Leyendas de Ibarra, figura de colección y souvenirs.
DIA 2	Entrega de separadores de libros. Generación de Expectativa.	Primer video expectativa Novela Gráfica La Caja Ronca, Leyendas de Ibarra.	Lanzamiento del segundo video expectativa La Caja Ronca leyendas de Ibarra, mas fotografías del lugar de los hechos y personas con sus relatos	Lanzamiento oficial impreso de La Novela Gráfica la Caja Ronca Leyendas de Ibarra, figura de colección y souvenirs.
	Entrega de separadores de libros.	Primer video expectativa Novela	Lanzamiento del segundo video	Lanzamiento oficial impreso de La Novela

	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
DIA 3	Generación de Expectativa.	Gráfica La Caja Ronca, Leyendas de Ibarra.	expectativa La Caja Ronca leyendas de Ibarra, mas fotografías del lugar de los hechos y personas con sus relatos	Gráfica la Caja Ronca Leyendas de Ibarra, figura de colección y souvenirs.
DIA 4	Entrega de separadores de libros. Generación de Expectativa.	Primer video expectativa Novela Gráfica La Caja Ronca, Leyendas de Ibarra.	Lanzamiento del segundo video expectativa La Caja Ronca leyendas de Ibarra, mas fotografías del lugar de los hechos y personas con sus relatos.	Lanzamiento oficial impreso de La Novela Gráfica la Caja Ronca Leyendas de Ibarra, figura de colección y souvenirs.
DIA 5	Entrega de separadores de libros. Generación de Expectativa.	Primer video expectativa Novela Gráfica La Caja Ronca, Leyendas de Ibarra.	Lanzamiento del segundo video expectativa La Caja Ronca leyendas de Ibarra, mas fotografías del lugar de los hechos y personas con sus relatos.	Lanzamiento oficial impreso de La Novela Gráfica la Caja Ronca Leyendas de Ibarra, figura de colección y souvenirs.

6.8. Bibliografía

- Arconada Miguel Ángel (2006). *Cómo trabajar con la Publicidad en el Aula. Competencia comunicativa y textos publicitarios*. Barcelona. Editorial GRAÓ.
- Bravo Donoso Nina (2001). *Valores Humanos: por la senda de una ética cotidiana*. Chile. Editorial Copyright.
- Casas Narciso (2013). *Historia y Análisis de los personajes del Comic*. España. Editorial Burguesa.
- Cedeño Gómez Álvaro (2005). *Administración de la Empresa*. Costa Rica. Editorial Universidad Estatal a Distancia San José.
- Del Rey briones Antonio (2008). *El Cuento Literario*. Madrid-España. Editorial Aka.
- Días de Santos (1996). *Comunicación Eficaz con la Clientela*. Madrid. Edición MAPCAL.
- Díaz Juan Manuel (2014). *Hacia un Cómic de Autor*. España. Editorial Universidad de Deusto.
- Diccionario de Mitos y Leyendas (15-06-2014) Creencias Populares y Santos Religiosos: *Clasificación de las*

Leyendas. Disponible en URL:
http://www.cuco.com.ar/clasificacion_leyendas.htm
[Consulta 16 de diciembre de 2014].

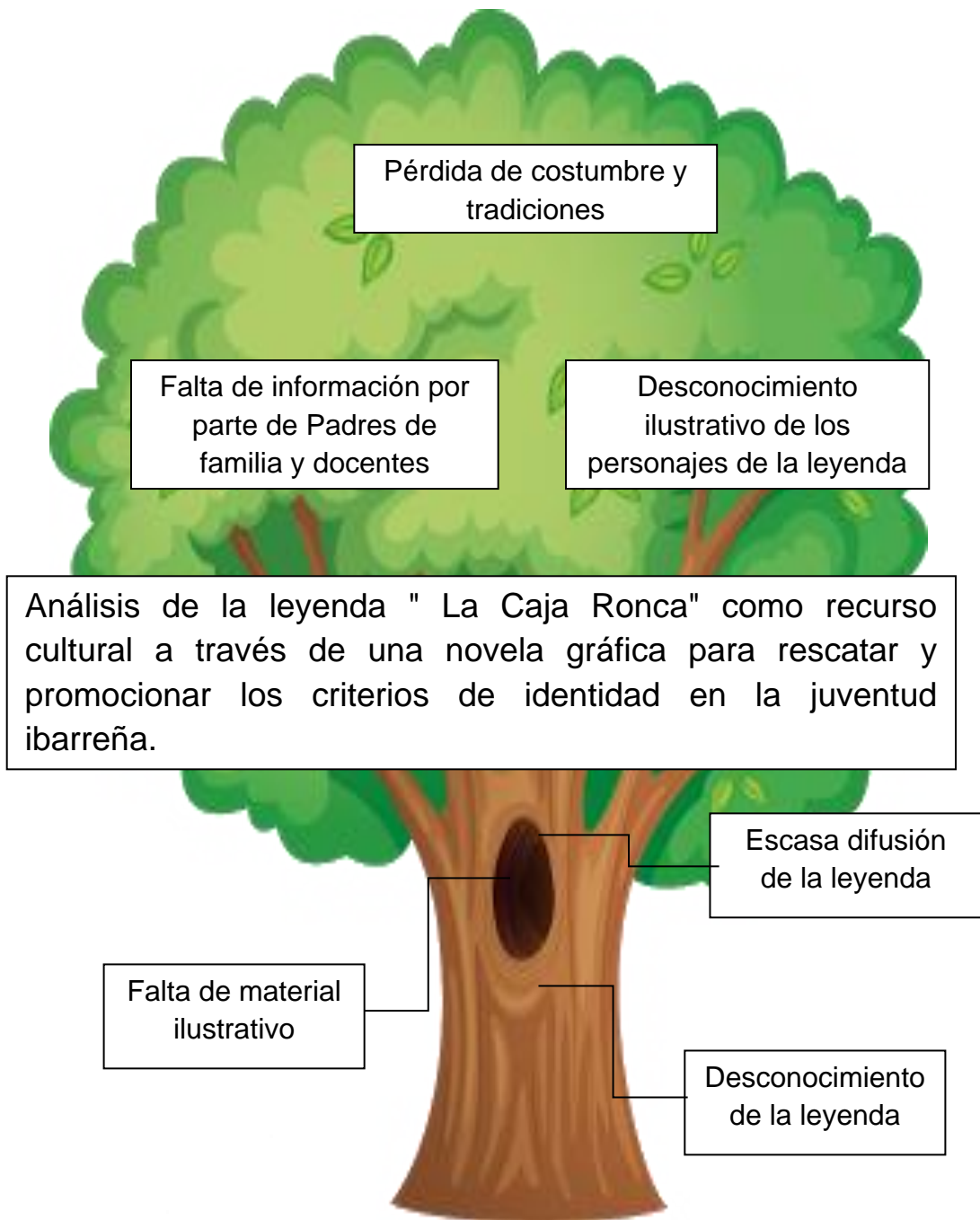
- Dorson Richard (1981). *Land of the Millrats*. Estados Unidos. Edición Copyright.
- Eagleton Terry (2005). *La Novela Inglesa*. España. ediciones Akal.
- Espinosa Arango Carolina (1998). *Literatura y Escritura, Teorías y Promoción*. Argentina. Editorial Novedades Educativas.
- González Lobo Ángeles (2009). *Manual de Publicidad*. MADRID. Editorial ESIC.
- Ramos Flores Herlinda del Socorro, Raygoza Cuevas Karla Georgina, Robles Cortéz Karla Beatriz (2010). *Literatura I*. España. Editorial CENGAGE LEARNING.
- Martínez Arteaga José Luis (2006). *Literatura*. México. Editorial Umbral.
- Martínez Garnelo Arturo (2010). *Literatura I*. España. Editorial CENGAGE LEARNING.
- Merinero Fernández Antonio (1997). *Marketing y ventas en la oficina de farmacia*. Madrid. Ediciones Díaz de Santos.

- Michel Martin (1987). *Semiología de la Imagen y Pedagogía*. Madrid. Ediciones Narcea.
- Moreno Rodríguez Carlos (2014). *Apuntes sobre Diseño gráfico. Teoría, Enseñanza e Investigación*. Editorial CESAL. Bélgica.
- Morote Pascuala (1990). *Cultura Tradicional de Jumilla. Los Cuentos Populares*. Murcia. Edición Real Academia Alfonso X el Sabio.
- Munuera José Luis (2007). *Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid. Editorial ESIC.
- Ocampo López Javier (2006). *Leyendas Populares Colombianas*. Bogotá. Editorial Colombia.
- Parreño Selva Josefa (2006). *Dirección Comercial. Los Instrumentos del Marketing*. España. Editorial Club Universitario.
- Quirós Juan Santiago (2007). *Cuentos Guanacastecos*. Costa Rica. Editorial Universidad de Costa Rica.
- Rivera Camino Jaime (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y Aplicaciones*. España. Editorial ESIC.
- Soriano Claudio (1990). *La Estrategia Básica de Marketing*. Estados Unidos. Edición Marketing Publishing Center.

- Valseca Martín María del Pilar. *Revista Digital. Los Valores en la Educación*. Granada.

ANEXOS

ÁRBOL DE PROBLEMA



MATRÍZ DE COHERENCIA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿Qué herramientas pueden ayudar a difundir y promocionar la novela gráfica en los estudiantes?</p>	<p>Difundir y promocionar la novela gráfica La Caja Ronca como medio narrativo de identidad cultural dirigido a los estudiantes de los segundos y terceros niveles de Educación Básica General Unificado de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.</p>
SUBPROBLEMAS/ INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>¿Por medio de la técnica de la encuesta se podrá analizar el grado de conocimiento de la leyenda la Caja Ronca?</p> <p>¿Qué herramienta básica será de utilidad para culturizar a los estudiantes?</p> <p>¿Cuál es la finalidad de realizar una novela gráfica y Narrativa de la Caja Ronca?</p>	<p>Analizar el grado de conocimiento de la leyenda la Caja Ronca en los estudiantes de segundos a terceros niveles de Bachillerato General Unificado del Teodoro Gómez de la Torre.</p> <p>Culturizar a los estudiantes por medio de la elaboración de la novela gráfica.</p>

<p>¿De qué manera influirá en los estudiantes el proponer una novela gráfica y narrativa?</p>	<p>Diseñar el soporte cuyo contenido principal se determinará a través de la novela gráfica y narrativa de la caja ronca.</p> <p>Promocionar la novela gráfica y narrativa a los estudiantes de segundos a terceros niveles de Bachillerato General Unificado del Teodoro Gómez de la Torre.</p>
---	--

MATRIZ CATEGORIAL

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>Puede referirse tanto a un formato de publicación, como a un tipo moderno de historieta para adultos, es una historia de ficción que se presenta en formato de cómic.</p>	<p style="text-align: center;">Novela Gráfica</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Comics – Manga – Fotonovela – Caricatura 	<ul style="list-style-type: none"> – Diseño Editorial – Ilustración – Fotografía
<p>Es una expresión literaria que se caracteriza por relatos de historias imaginarias o ficticias tanto</p>	<p style="text-align: center;">Medios Narrativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Leyendas – Leyendas Populares – Leyendas Urbanas 	<ul style="list-style-type: none"> – La Caja Ronca

<p>sucesos o acontecimientos que constituyen una historia ajena a los sentimientos del autor.</p>			
<p>Ubicada en la Región Norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca"</p>	<p>Ibarra</p>	<p>Cantón</p>	<p>Se podría comercializar una novela grafica</p>
<p>Consiste en definir con claridad quiénes somos y qué ofrecemos.</p>	<p>Estrategias de Comunicación</p>	<p>Publicidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Logotipo - Producto - Medios de comunicación - Campaña Publicitaria



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TEGNOLOGÍA

ENCUESTA

Estimado estudiante a continuación se le presentará una encuesta que nos va a permitir saber el grado de conocimiento sobre las leyendas tradicionales de la Ciudad de Ibarra.

DATOS INFORMATIVOS.

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad: ()

Instrucciones:

Marque con una (X) sobre la opción que más se apegue a sus conocimientos.

1.- ¿Con que término relacionaría a la leyenda?

- a) Novela
- b) Narración
- c) Fábula
- d) Cuento
- e) Mito

2. ¿Conoce usted las leyendas de la ciudad de Ibarra?

Escoja 2 opciones de la siguiente lista que tenga mayor conocimiento.

- a) La Caja Ronca
- b) Brujas sobre Ibarra
- c) Dama tapada
- d) Las 3 piedras

3. ¿En qué formato impreso le gustaría disfrutar y conocer sobre las leyendas de Ibarra?

- a) Cuento
- b) Novela Gráfica
- c) Historieta
- d) Folleto

4.- ¿Los docentes de la Unidad Educativa les dan a conocer sobre las leyendas de Ibarra?

Siempre Algunas veces Rara vez
Nunca

5.- ¿Le parece interesante saber sobre las leyendas de Ibarra?

Mucho Poco Nada

6.- ¿Con qué frecuencia lee?

Siempre Algunas veces Rara vez
Nunca

7.- ¿Con qué frecuencia le gustaría tener material de lectura sobre las leyendas de Ibarra?

- a) Semanal
- b) Mensual
- c) Bimensual
- d) Trimestral
- e) Semestral

8.- ¿Sabe usted que es una novela gráfica?

- Totalmente
- Medianamente
- Desconoce

9.- ¿Conoce usted la leyenda de La caja ronca?

- a) Totalmente
- b) En gran medida
- c) Medianamente
- d) Desconoce

10. ¿De las siguientes opciones cómo le gustaría que se den a promocionar las leyendas de Ibarra?

Escoja 2 opciones de la siguiente lista:

- a) Afiches
- b) Redes Sociales
- c) Cuña radial

d) Spot publicitario

11. Un soporte editorial genera más impacto con:

Escoja 2 opciones de la siguiente lista:

a) Dibujos

b) Ilustración

c) Fotografía

d) Collage

d) Montaje digital



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0603352543		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Terán Ramos Rosario Alexandra		
DIRECCIÓN:	Av. Miguel de Leoro y Calixto Miranda		
EMAIL:	alex_teranramos@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL	0997458736

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ANÁLISIS DE LA LEYENDA " LA CAJA RONCA" COMO RECURSO CULTURAL A TRAVÉS DE UNA NOVELA GRÁFICA PARA RESCATAR Y PROMOCIONAR LOS CRITERIOS DE IDENTIDAD EN LA JUVENTUD IBARREÑA.
AUTORA (S):	TERÁN RAMOS ROSARIO ALEXANDRA
FECHA: AAAAMMDD	2015-11-30
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciado en Diseño y Publicidad
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. David Ortiz

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

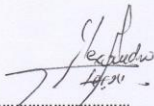
Yo, Terán Ramos Rosario Alexandra con cédula de identidad Nro. 0603352543 en calidad de autora (s) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora (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 2 días del mes marzo de 2016

EL AUTOR:



(Firma).....
Nombre: Terán Ramos Rosario Alexandra
C.C. 0603352543



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Terán Ramos Rosario Alexandra, con cédula de identidad Nro. 0603352543 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: "ANÁLISIS DE LA LEYENDA LA CAJA RONCA COMO RECURSO CULTURAL A TRAVÉS DE UNA NOVELA GRÁFICA PARA RESCATAR Y PROMOCIONAR LOS CRITERIOS DE IDENTIDAD EN LA JUVENTUD IBARREÑA." que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciada en Diseño y Publicidad en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 2 días del mes marzo de 2016

(Firma).....
Nombre: Terán Ramos Rosario Alexandra
C.C. 0603352543



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1715239602		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Obando Varas Diego Fernando		
DIRECCIÓN:	Sánchez y Cifuentes 2522 y Reinaldo Chávez		
EMAIL:	diegoxtreme@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2-650-446	TELÉFONO MÓVIL	0988507678

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ANÁLISIS DE LA LEYENDA " LA CAJA RONCA" COMO RECURSO CULTURAL A TRAVÉS DE UNA NOVELA GRÁFICA PARA RESCATAR Y PROMOCIONAR LOS CRITERIOS DE IDENTIDAD EN LA JUVENTUD IBARREÑA.
AUTORA (S):	OBANDO VARAS DIEGO FERNANDO
FECHA: AAAAMMDD	2015-11-30
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciado en Diseño y Publicidad
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. David Ortiz

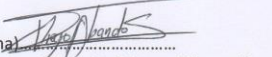


UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Obando Varas Diego Obando, con cédula de identidad Nro. 1715239602 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: "ANÁLISIS DE LA LEYENDA LA CAJA RONCA COMO RECURSO CULTURAL A TRAVÉS DE UNA NOVELA GRÁFICA PARA RESCATAR Y PROMOCIONAR LOS CRITERIOS DE IDENTIDAD EN LA JUVENTUD IBARREÑA." que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciado en Diseño y Publicidad en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 2 días del mes marzo de 2016

(Firma) 
Nombre: Obando Varas Diego Fernando
C.C. 1715239602

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD


Yo, Obando Varas Diego Fernando con cédula de identidad Nro. 1715239602 en calidad de autora (s) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. 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 2 días del mes marzo de 2016

EL AUTOR:

(Firma) 

Nombre: Obando Varas Diego Obando
C.C. 1715239602