



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

PROPUESTA DE UNA HISTORIA DIGITAL, VISUAL E INTERACTIVA CON  
ELEMENTOS DE TOMA DE DECISIONES QUE INCENTIVE EL  
FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD FAMILIAR Y CULTURAL EN LOS  
NIÑOS DE 7 A 12 AÑOS DE LA CIUDAD DE QUITO.

AUTOR

María José Proaño Vallejo

AÑO

2018



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

PROPUESTA DE UNA HISTORIA DIGITAL, VISUAL E INTERACTIVA CON  
ELEMENTOS DE TOMA DE DECISIONES QUE INCENTIVE EL  
FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD FAMILIAR Y CULTURAL EN LOS  
NIÑOS DE 7 A 12 AÑOS DE LA CIUDAD DE QUITO.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Licenciada en Diseño Gráfico e  
Industrial

Profesor Guía

Mgtr. Marcela Cristina Ormaza Acevedo

Autora

María José Proaño Vallejo

Año

2018

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido el trabajo, propuesta de una historia digital, visual e interactiva con elementos de toma de decisiones que incentive el fortalecimiento de la identidad familiar y cultural en los niños de 7 a 12 años de la ciudad de Quito, a través de reuniones periódicas con el estudiante María José Proaño Vallejo, en el semestre 2018-2, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

Marcela Cristina Ormaza Acevedo  
Magister en pedagogía para las artes visuales  
CI: 1712081007

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR**

“Declaro haber revisado este trabajo, propuesta de una historia digital, visual e interactiva con elementos de toma de decisiones que incentive el fortalecimiento de la identidad familiar y cultural en los niños de 7 a 12 años de la ciudad de Quito, del María José Proaño Vallejo, en el semestre 2018-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

Silvia Patricia Andrade Marín Rivadeneira  
Master en Fotografía y Sociología Urbana  
CI: 1717635740

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

---

María José Proaño Vallejo

CI: 1205362377

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres, por darme la educación para completar mis sueños. A mis hermanas por guiarme con sus experiencias y amor. Sobre todo, agradezco a mi novio, Jean Carlo Pérez, por apoyarme y estar a mi lado día y noche, en buenas y malas, dándome las fuerzas y energías para culminar este proyecto.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mi familia, a mi novio y mis amigos que siempre han estado conmigo y que han puesto su fe y confianza en mí. Dedico este trabajo a todas las personas que creyeron en mí y me dieron toda su ayuda cuando más necesitaba. Gracias.

## RESUMEN

El presente proyecto registra y expone la metodología y los procesos realizados para la creación de la novela interactiva “Chulla Alma Dorada”. Dicha iniciativa representa una aplicación móvil que responde a la creciente necesidad de crear un producto que fomente el aprendizaje de elementos culturales ecuatorianos en niños y niñas de Quito de 7 a 12 años de edad; considerados como parte de la etapa de desarrollo denominada “Segunda Infancia”.

La historia es una herramienta que explora la problemática de la construcción identitaria, a la vez que permite exponer elementos culturales e intrafamiliares vinculados al relacionamiento humano y desarrollo personal. Estos parámetros se visualizaron desde una perspectiva contemporánea que contempla el efecto de la influencia de conceptos arraigados en fenómenos socio-culturales históricos como la modernidad, postmodernidad y la digitalización.

Así, el presente trabajo busca incentivar el interés del público objetivo previamente mencionado hacia las historias y elementos que componen parte de la identidad quiteña y familiar, resaltando la importancia de estos parámetros dentro del proceso de construcción de una identidad sólida y segura para el infante. Paralelamente, le enseña al niño sobre la importancia de la toma de decisiones para acciones de corto y largo plazo, utilizando una enseñanza creativa e intuitiva.

**Palabras claves: Identidad, Identidad familiar, Identidad cultural, Identidad quiteña, aplicación, novela interactiva, ilustración digital, aprendizaje creativo.**



## **ABSTRACT**

This Project registers and exposes the method and the processes generated for the creation of the interactive novel "Chulla Alma Dorada". Said initiative represents a mobile application that responds to the growing necessity to create a product that incentivizes the learning of elements that are part of the Ecuadorean culture in boys and girls in Quito of 7 to 12 years of age; this development stage having the name of Second childhood.

The story is a tool that explores the problem of identity construction while making it possible to expose the cultural and intrafamiliar elements that are directly linked to human relationships and personal development. These limits are visualized from a contemporary perspective that contemplates the effect of concepts that have originated from sociocultural historical phenomenon like modernity, postmodernity and digitization.

This way the current work piece seeks to incentive the interest of the public goal before mentioned towards the stories and elements that are part of quiteño and family identity, focusing the importance of these parameters as part of the process of creating a solid and secure identity for the infant. Furthermore, the product teaches the kid about the importance of decision making in short and long terms, using an intuitive and creative teaching system.

**Keywords: Identity, Family identity, Cultural identity, Quito identity, mobile app, Interactive novel, digital ilustration, Creative learning.**

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Formulación del problema.....	1
1.2.justificación .....	1
1.3 Objetivos .....	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivos Específicos .....	3
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>3</b>
2.1 Antecedentes .....	3
2.1.1 Modernidad.....	3
2.1.2 Posmodernidad .....	6
2.1.2.1 Posmodernidad en Latinoamérica.....	7
2.1.2.2 Posmodernidad y Consumismo.....	9
2.1.2.3 Posmodernidad en Ecuador.....	10
2.1.3 Identidad nacional .....	12
2.1.3.1 Origen del concepto “identidad Nacional” .....	13
2.1.3.2 Latinoamérica y lo nacional.....	14
2.1.3.3 Identidad nacional en el Ecuador .....	17
2.1.3.4 Regionalismo en el Ecuador.....	19
2.1.4 Globalización .....	21
2.1.4.1 Consumismo .....	22
2.1.5 Digitalización .....	26
2.1.5.1 Digitalización en el núcleo familiar.....	29
2.1.6 Identidad Cultural .....	31
2.1.6.1 Endoculturación.....	32
2.1.6.2 Concepto Contemporáneo .....	34
2.1.7 Cultura .....	37
2.1.7.1 Cultura contemporánea.....	38
2.1.7.2 La evolución de la cultura.....	39
2.1.7.3 La cultura ecuatoriana .....	40
2.1.8 Aculturación.....	43
2.1.8.1 Aculturación en Latinoamérica.....	44
2.1.8.1 Aculturación en Ecuador .....	45
2.1.9 Hibridación cultural .....	46
2.1.9.1 Imperialismo cultural .....	47
2.1.10 Desterritorialización .....	48
2.1.10.1 Desterritorialización en Latinoamérica .....	48
2.1.11 Realidad contemporánea.....	50
2.1.11.1 Hiperrealidad.....	50
2.1.12 Identidad genealógica.....	53

2.1.12.1	La familia como base de la construcción identitaria social. ....	54
2.1.12.2	Concepto Familia contemporánea.....	55
2.1.12.3	Interacción familiar .....	55
2.1.13	Psicología infantil.....	56
2.1.13.1	impacto digital en los niños. ....	58
2.1.13.2	Impacto digital en el aprendizaje. ....	59
2.1.14	Participación de la familia en los estudios .....	60
2.1.14.1	El rol de la escuela en la estructura social .....	60
2.1.15	Rol de los padres.....	61
2.1.15.1	Limitantes de control .....	62
2.2	Aspectos de Referencia .....	64
2.2.1	Referencias gráficas.....	64
2.2.1.1	“Knite” webcomic de Yuumei.....	64
2.2.1.2	“Axis Powers Hetalia” de Himaruya Hidekazi.....	64
2.2.1.3	“Voltron: Legendary Defenders” de Dreamworks. ....	65
2.2.1.4	“The Sandman” de Vertigo Comics .....	67
2.2.2	Referencias funcionales. ....	67
2.2.2.1	“Rumination” de Yuumei.....	68
2.2.2.2	“Life is Strange” de Square Enix.....	68
2.2.2.3	“Andean Sky” de Carlos Villarreal. ....	69
2.3	Aspectos Conceptuales.....	70
2.3.1	Diseño Centrado en el Usuario (DCU).....	70
2.3.1.1	Diseño centrado en niños.....	71
2.3.2	Diseño cognitivo .....	73
2.3.2.1	Literatura de niños.....	75
2.3.2.2	Conceptos de la mente infantil .....	76
2.3.2.3	Imaginación infantil.....	77
2.3.3	Diseño Intuitivo .....	78
2.3.4	Diseño Interactivo.....	80
2.3.4.1	Interactividad con los niños .....	81
2.3.5	Diseño de la interfase .....	84
2.4	Marco Normativo y Legal .....	86
2.4.1	Derechos de autor .....	86
2.4.2	Políticas de Uso y privacidad.....	88
2.4.2.1	Diferencias entre las políticas de uso y privacidad.....	89
2.4.2.2	¿Qué es una política de uso?.....	89
2.4.2.3	¿Qué es una política de privacidad?.....	89
2.4.2.4	Servicios que generan políticas automáticas .....	90
2.4.2.5	Ejemplos de políticas de uso y privacidad.....	90
2.4.3	Ley de Política de cookies .....	91
2.4.3.1	Tipos de cookies: .....	92

<b>3. DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>92</b>
3.1 Tipo de Investigación .....	93
3.2 Población .....	94
3.3 Muestra.....	95
3.3.1 Edad de Usuario.....	95
3.3.2 Generación Usuario.....	99
3.3.3 Clase Social.....	100
3.3.4 Escuelas (General básica 1ero a 7mo).....	101
5.3.5 Academia Militar del Valle .....	103
3.4 Variables .....	103
<b>4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>108</b>
4.1. Diagnóstico.....	108
4.1.1 Desarrollo de Herramientas.....	108
4.1.1 Encuesta a estudiantes .....	108
4.1.2 Encuesta a profesores guía de estudiante .....	113
4.1.3 Encuesta online a gente quiteña .....	119
4.1.4 Entrevista a psicóloga infantil.....	121
4.1.5 Conclusiones .....	126
4.2 Desarrollo de la propuesta.....	128
4.2.1 Brief de diseño.....	128
4.2.2 Descripción del proyecto .....	129
4.2.3 Objetivos de aspectos del producto.....	130
4.2.4 Usuario .....	131
4.2.5 Desarrollo según la edad.....	132
4.2.6 Enseñanza & Aprendizaje creativo .....	135
4.2.7 Concepto de diseño.....	137
4.2.8 Determinantes de diseño.....	137
4.2.9 Generación de alternativas y evaluación.....	139
4.2.9.1 Historias .....	139
4.2.9.2 Logotipo.....	146
4.2.9.3 Personajes originales .....	149
4.2.9.4 Personajes míticos .....	158
4.2.9.5 Personajes de leyendas .....	160
4.2.9.6 Personajes historicos .....	162
4.2.9.7 Fondos .....	167
4.2.10 Propuesta definitiva .....	178
4.2.10.1 Historia .....	178
4.2.10.2 Isologo.....	180
4.2.10.3 Tipografía .....	182
4.2.10.4 Música.....	186

4.2.10.5	Diseño de Envase promocional del producto .....	190
4.2.10.6	Personajes .....	193
4.2.10.7	Personajes Originales .....	194
4.2.10.8	Personajes Místicos .....	199
4.2.10.9	Personajes Historicos.....	201
4.2.10.10	Personajes de Leyendas.....	205
4.2.10.11	Fondos principales .....	208
4.2.11	Descripción de Finales .....	226
4.2.11.1	Final A- Alma Dorada .....	226
4.2.11.2	Final B- Regreso a la Tierra del Sol .....	228
4.2.11.3	Final C- Indiferencia Caótica .....	229
4.2.11.4	Final D- Desolación abrupta.....	230
4.2.11.5	Premios .....	231
4.3	Plan de producción y distribución. ....	232
<b>5.</b>	<b>VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>244</b>
5.1	Planeación .....	244
5.2	Resultados.....	249
<b>6.</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>268</b>
6.1	Conclusiones.....	268
6.2	Recomendaciones .....	270
	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>272</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>287</b>

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Los niños y jóvenes de 7 a 12 años en la ciudad de Quito han perdido paulatinamente el interés sobre los elementos culturales ecuatorianos, lo que desemboca en una pérdida progresiva de la identidad cultural, que a su vez afecta directamente al desarrollo de una identidad familiar. Esto se establece debido a elementos intrínsecos, como la globalización y digitalización, que han generado una tendencia hacia un aislamiento autoimpuesto que fracciona las relaciones intrafamiliares. Pese a los esfuerzos de los padres para limitar los efectos negativos de la digitalización, esto se torna en una tarea casi imposible debido a elementos externos como el currículo escolar. En el caso del Ecuador, de acuerdo al Ministerio de Educación, se establece a la informática y a las tecnologías como “un componente obligatorio dentro de las distintas materias” (La Hora, 2015)

A partir de esto podemos concluir que, debido a la aculturación y reestructuración de la interacción interpersonal causada por la posmodernidad, se ha sembrado una tendencia de rechazo e indiferencia (Turkle, 2011) . Esta apatía se da, además, al no existir maneras divertidas que consideren la idiosincrasia de estas personas y que apelen hacia incentivar la fundación del interés propio y no forzado en el niño. Esto ha generado un progresivo deterioro de la identidad cultural y familiar, lo que podría crear una generación nihilista, con consecuencias fuertes como el aislamiento, trastornos de personalidad, ansiedad, agorafobia y depresión (Quesada , Ruiz, & Segura, 2009), afectando la cultura y hasta la estabilidad nacional.

### **1.2.JUSTIFICACIÓN**

El proyecto pretende fomentar el desarrollo de la identidad cultural a la par de la identidad familiar en las nuevas generaciones de una manera interactiva y digital.

Tomando en consideración la postura de Lipovetsky, en “La Era del Vacío”, se sostiene que la sociedad tiende a ser personalizada, e individualista. Entre las diferentes variables a lo que esto conlleva está el que “la última moda es la diferencia, la fantasía, el relajamiento: lo estándar, la rigidez ya no tiene prensa” (Lipovetsky, La Era del Vacío, 2002) Debido a esto es imperativo generar un producto que responda a la tendencia y mentalidad del usuario. Adicionalmente, Lipovetsky tiene la idea de que uno de los puntos principales de los movimientos realizados en la posmodernidad es el uso de información interactiva a causa de la digitalización, razón por la que se debe priorizar la implementación digital y fomentar la interactividad.

Es relevante generar en los niños un sentido de pertenencia ya que “Siempre necesitamos saber quiénes somos y tener ciertos arraigos que nos provean certezas”, afirma García Canclini. (Canclini, La globalización imaginada (Vol. 76), 1999)

Al no poder irse completamente en contra de un movimiento tan grande y engranado como es la digitalización, se planea conservar las cosas buenas y utilizarlo para solucionar los problemas que han nacido a partir de éste y otros movimientos, como la globalización, basándose en que “La persona, y no la tecnología, es responsable de su propia intimidad e identidad.” (Rocher, 2007)



Figura 1. Resumen Gráfico De La Justificación

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar una historia digital, visual e interactiva con elementos de toma de decisiones que incentive el fortalecimiento de la identidad familiar y cultural ecuatoriana en los niños de 7 a 12 años de la ciudad de Quito.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar cómo un grupo niños de 7 a 12 años construyen su identidad cultural y familiar en Quito.
- Desarrollar una historia virtual e interactiva en base a la información recabada en el diagnóstico, incorporando elementos culturales ecuatorianos.
- Validar la historia interactiva para la construcción de la identidad cultural y familiar en un focus group de niños de 7 a 12 años en Quito.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES**

#### **2.1.1 MODERNIDAD**

La modernidad es un fenómeno socio-cultural cuyo origen es debatido y cuestionado, el pensamiento más común es el que surge en los ahora denominados "países centrales" (Europa occidental y, más tarde, Estados Unidos); y, desde ahí, se expande hasta volverse mundial y multifacético. Establece con los países "periféricos" una relación de dominación, explotación e intercambio desigual (donde el centro desempeña el papel activo, impone el modo de producción capitalista (MPC) y destruye o íntegra). Se dice que este proceso desemboca en la actual generalización del mundo comercial y en la consolidación de los Estados modernos.



Para tratar de precisar de qué momento exacto nace este pensamiento, se suele ubicar que históricamente se genera en el siglo XV y XVI, en el denominado Renacimiento. El surgimiento del “hombre nuevo” -una antítesis del “viejo” ser humano de la época medieval- que nace del hombre burgués que cree poder “hacerse a sí mismo” saliendo de la nada. Otros relacionan a la modernidad con el descubrimiento de América pues, como menciona Koyré, hablan de que a partir de esto el mundo deja de ser cerrado y se abren las fronteras infinitas. Así mismo, también existen personas que relacionan la modernidad con la revolución industrial del siglo XVIII y que corresponde propiamente al siglo XIX con la consolidación de la Gran Ciudad que tiene lugar entonces.

En fin, se puede llegar a suponer que el inicio de la modernidad da destellos desde tan temprano como la época de los griegos o hasta tan tarde como con la globalización, pero lo que sí se puede saber con certeza es que es lo que conlleva este fenómeno.

“La modernidad es la característica determinante de un conjunto de comportamientos que aparecen desde hace ya varios siglos por todas partes en la vida social y que el entendimiento común reconoce como discontinuos e incluso contrapuestos -esa es su percepción- a la constitución tradicional de esa vida, comportamientos a los que precisamente llama “modernos”. “ (Echeverría, 2008)

Así pues, se dice que la modernidad se presenta como un intento que está siempre en trance de vencer sobre lo tradicional, pero que nunca se llega a cumplir plenamente. En otras palabras, es un fenómeno recurrente que coexiste con las estructuraciones tradicionales del mundo social.

Se presenta la modernidad como una tendencia civilizatoria dotada de un nuevo principio unitario de coherencia o estructuración de la vida social civilizada y del mundo correspondiente a esa vida, de una nueva “lógica” que se encontraría en proceso de sustituir al principio organizador ancestral, al que ella designa como “tradicional”.

A partir de esto se puede especificar que la modernidad conlleva fenómenos y factores importantes que son consistentes en todas sus presentaciones, es decir, se podría desglosar en 3 características principales que definen lo que se considera como modernidad.

Primeramente, aparece una confianza práctica en la “dimensión” puramente “física”, en contra de la “metafísica” que dirigía previamente. Es decir, un cambio de consideración entre el valor del conocimiento religioso a el conocimiento científico. Esta confianza de la capacidad técnica del ser humano simboliza la creencia en una técnica eficiente inmediata (“terrenal”), en contra de las implicaciones mediatas “celestiales” que son inteligible en términos racional-matemáticos.

Este fenómeno moderno, que pone de prioridad el conocimiento, implica un ateísmo o descreimiento de las instancias metafísicas mágicas. El conocimiento de la literatura sobre la modernidad acerca de la “muerte de Dios”, del “desencantamiento” (*entzauberung*) del mundo, según Max Weber, o de la “desdeificación” (*entgötterung*), según Heidegger.

Se puede definir como el segundo fenómeno mayor típicamente moderno tiene que ver con lo que podría llamarse la “secularización de lo político” o el “materialismo político”. En otras palabras, es el apareamiento de la “política económica” sobre todo otro tipo de “políticas” y paralelamente la primacía de la “sociedad civil” o “burguesa”; El nacimiento del estado. Es a partir de esto que nace el tercer aspecto más bien comunitario, cultural, de reproducción de la identidad colectiva, pasa a un segundo plano.

En tercer lugar, lleva consigo el individualismo, un comportamiento social práctico que establece al individuo singular como la realidad humana. Implica cuestiones como el igualitarismo, convicción de que ninguna persona es superior o inferior a otra; el recurso del contrato, primero privado y después público como la esencia de cualquier relación que se establece entre individuos singulares o colectivos. Estos fenómenos llevan consigo una convicción democrática de que, si es necesario un gobierno republicano, éste tiene que ser una gestión consentida y decidida por todos los iguales.



Figura 2. Resumen gráfico modernidad

### 2.1.2 POSMODERNIDAD

“Lo posmoderno no es un talante de oposición, sino de tolerancia aceptación de lo dado.” (Follari, 2006 )

Por posmoderno se refiere a un fuerte cambio de las condiciones culturales, proceso que paralelamente genera una recomposición de las formas de la subjetividad. No es un efecto de moda o temporal, es un procedimiento engranado en la realidad contemporánea. Es una respuesta ante el cansancio de la cultura moderna y la potencialización de la tecnología. Se caracteriza por la aceptación y tolerancia de los resultados de los diferentes efectos y movimientos (Follari, 2006 ).

Se entiende que lo posmoderno nace de una conclusión, a cierto nivel, de la modernidad. Un claro ejemplo de esto se puede visualizar en el concepto de la historia; en la modernidad se visualiza y se habla de la historia como una entidad unitaria, concepción que toma un centro (frecuentemente este centro siendo

Europa), alrededor del cual se reúne los eventos. Una vez que se pasa a la posmodernidad, se vuelve difícil encontrar un centro que abarque los eventos relativos, esto se da porque los temas de importancia cambian y lo que se convierte en *relevante* no son los acontecimientos en sí, sino el modo de vivir y las transformaciones en la realidad. Siguiendo esta línea de pensamiento se sostiene que el sentido de la posmodernidad está ligado a cambios representativos de la sociedad como la comunicación generalizada, también conocida como “la sociedad de los medios de comunicación (*mass media*)” (Vattimo, 1994).

“En el plano filosófico, la posmodernidad tiene una fuerte inspiración en el pensamiento de Nietzsche y de Heidegger, en lo que estos pensadores trajeron en relación a la crítica de la metafísica y a la sustancialización del Ser, a pesar de las diferencias que existieron entre ambos.” (Rey F. L., 2007)

Estos icónicos filósofos cuestionan las producciones humanas y los elementos conectados al lenguaje y la comunicación. Esto, en síntesis, son los puntos principales del orden posmoderno. Principalmente se habla de la desvinculación con el mundo naturalizado considerado como “correcto” específicamente en las prácticas humanas como la lengua. (Rey F. L., 2007)



Figura 3. Modernismo vs Posmodernismo.  
Tomada de staticflickr,2016.

#### 2.1.2.1 POSMODERNIDAD EN LATINOAMÉRICA.

La posmodernidad, usando como fundamentos los textos de Frederic Jameson y Jean François Lyotard, sostiene que las aglomeraciones culturales de nuestra realidad siguen un patrón alegórico, y en lo que Jameson considera el tercer mundo se constituye en una alternativa utópica al quietismo de la posmodernidad del Primer Mundo. Por esto podemos afirmar que en los países de Latinoamérica se vive un posmodernismo activo. (Goya, 2000)

Es más, se puede llegar a la paradójica conclusión de que un subcontinente como Sudamérica posee una gran parte de su población que hasta hoy no ha completado la llegada de la modernidad, pero paralelamente también posee espacios donde se vive una posmodernidad que ha existido mucho “antes de que el concepto mismo de posmodernidad comenzará a esbozarse” (Follari, 2006).

Muchas de las teorías surgidas en Latinoamérica sobre la posmodernidad corroboran y tienden a alimentar la hipótesis de que estas áreas fueron posmodernas “casi desde sus orígenes, en tanto espacio barroco y de mezcla caleidoscópica, como si la modalidad posmoderna de mezcla no fuera específica y diferente de otras que se dieron previamente en diferentes culturas” (Follari, 2006).

¿Por qué se estima lo previamente mencionado? Esto está correlacionado por las diferentes concepciones bajo las cuales nacen estas regiones y bajo las cuales se fundan sus países. Como menciona Vattimo, el “ocaso de la modernidad” nace de una mezcla de la crisis entre el imperialismo y el colonialismo alimentado por la distorsión de los medios de comunicación lo que resultó en la dispersión de “los puntos de vista centrales (lo que un filósofo francés, Jean Francois Lyotard, llama los grandes relatos” (Vattimo, 1994). Es Bajo tal espectro que se comprende la concepción de la influencia del posmodernismo en el nacimiento de estos países pues surgen de la misma crisis hacia el imperialismo.

En Latinoamérica, el concepto de la posmodernidad fue recibido con una bipolaridad característica de la región. Mosqueira lo expresa de una manera puntual en sus apuntes bibliográficos:

“(..) Habría que destacar a los optimistas que ven en la postmodernidad la posibilidad de recuperar y aceptar la heterogeneidad cultural y social, la diversidad de juegos de lenguaje, es decir, ven la alternativa de construir modelos de vida diferentes; y a los pesimistas que perciben, en la influencia y vivencia de la cultura posmoderna, el olvido del cambio o revolución social, de la equidad social, o el abandono de la utopía revolucionaria” (Mosqueira, 2002)

#### 2.1.2.2 POSMODERNIDAD Y CONSUMISMO

“Consumo” es un término que procede del latín y significa gastar hasta agotar. El consumo es indudablemente necesario en una sociedad con producción y comercio, sin los cuales no se podría vivir modernamente. Es el motor de la economía.” (Daros, 2014)

El consumismo es un procedimiento que nace y específicamente se potencializa desde la modernidad, donde “el crecimiento sistemático se ha impuesto como una necesidad indiscutible. Crecer o morir: capitalizar siempre más.” (Daros, 2014) Bajo este lema se ha expandido de manera viral y ha tenido un impacto no solo en el monopolio económico, sino también en las percepciones humanas. Este último siendo potencializado gracias al desarrollo de nuevas comunicaciones y puntos de vista que fueron popularizados y cementados en la posmodernidad.

“El consumismo tiene sus raíces de desarrollo en el mundo Occidental, desde aquí expandiéndose mundialmente gracias a la denominada mass media, y a partir de lo cual se popularizo este término que fue acuñado por la antropología social ‘sociedad de consumo’, referido al consumo masivo de productos y servicios, como un signo de status centrándose en un nuevo nivel social (primer mundo)” (Leandry-Vega, 2013).

La comunidad del consumismo es en la cual la mayoría de las personas son obligadas a estar atentos de los demás. Es decir, que viven en una constante comparación entre lo que tienen y lo que deberían tener. No obstante, esta es una atención forzada, politizada y respondida. El resultado es una situación de emociones e interrelaciones que son orquestadas cuidadosamente con diferentes objetivos en mente (Baudrillard, 1996).

### 2.1.2.3 POSMODERNIDAD EN ECUADOR.

“En la posmodernidad se habla del surgimiento de lo social; la superación de los efectos de la industrialización (modernidad), a partir de lo cual, los seres humanos confrontan la necesidad moral de dejar de existir de forma individual y egoísta, para enmarcar su existencia en lo colectivo, en el bien común, dejar de regular al deber ser, para enmarcar los límites y derechos del ser” (Noboa, 2008)

A partir de esta definición podemos comparar el efecto de la posmodernidad en la Constitución del 2008 y por ende el efecto que posee sobre la realidad estructural de la nación. Se puede decir que, en la actualidad, el Ecuador está siguiendo una reforma política institucional en la cual progresivamente se considera más las diferencias de creencias y se acepta el individualismo de las personas. Esto se puede ver reflejado en la constante búsqueda institucional de lo que se denominó como armonización tres de los campos más fundamentales del derecho: los derechos individuales, los derechos colectivos y los derechos de la naturaleza.

Paralelamente, como explica Noboa en su análisis de la nueva Constitución del 2008, existe un fortalecimiento de las políticas sociales, esto en búsqueda de restablecer el papel principal del estado sobre la política y la economía.

“El ser humano como colectivo construye lo público y, para que exista esta armonía, todos los grupos humanos deben participar en la vida estatal

según sus particularidades, sentido de pertenencia e identidad.” (Noboa, 2008)

Tabla 1.  
Comparación entre Modernidad y Posmodernidad

Modernidad	Posmodernidad
Piezas gráficas detalladas y concretas.	Repetición de los mismos elementos en una pieza gráfica.
Equilibrio.	Caótico-virtual.
Realidades generales y universales.	Micro-realidades
Problema: Reduccionismo	Problema: Anarquía
Énfasis en propósito y diseño	Énfasis en el azar y en la casualidad
Estabilidad en los valores.	Valores transitorios y relativos.
Razón como el medio.	La no-razón (emoción)
Moralidad clara.	Relativismo.
Nación-Estado	Estado-mercado
Individualismo.	Egocentrismo.



Figura 4. Resumen gráfico Posmodernidad.



### 2.1.3 IDENTIDAD NACIONAL

“(...) Es posible decir que mitos como el de Edipo son cuentos dramatizados en los que mucha gente cree, que aluden a acontecimientos pasados pero que resultan útiles para lograr objetivos actuales o metas futuras -o ambas cosas-, las naciones protagonizan uno de los mitos más populares y ubicuos de los tiempos modernos: el mito del nacionalismo.”  
(Smith, 1997)

A partir de esto se puede concluir que la idea principal del nacionalismo como mito nace de la inmortalidad de las naciones, de la percepción que existen desde tiempos inmemorables y, por ende, lo nacional no es sólo lo escrito sino también embarca “la presencia viva de tradiciones que encarnan recuerdos, símbolos, mitos y valores de épocas muy anteriores de la vida de una población, comunidad o área” (Smith, 1997).

La Identidad nacional es un concepto con bases concretas, pero con tantos elementos cambiantes pues depende intrínsecamente de los valores y pensamientos del “individuo”.

En los siglos 19 y 20, como respuesta a la vasta dispersión que se había formado, se trascendieron las visiones aldeanas y campesinas para unificar la identidad de las diferentes naciones modernas. Se auspicia en usar y valorar “lo nuestro” no sólo para guardar tradiciones sino también por la racionalidad económica (*Canclini, Consumidores y Ciudadanos., 1991*)

Con los años se han añadido términos a este concepto, el más recurrente siendo “la etnicidad”, que no es lo mismo que las “comunidades étnicas”. La “eticidad” es un término que ha sido cuestionado sobre sus bases, en los últimos años gracias a las definiciones de la microbiología se ha anclado al término como:

“una cualidad «primordial», pues creen que existe de forma natural, desde siempre, que es una de las cualidades «dadas» de la existencia humana” (*Smith, 1997*).

Paralelamente y en discusión se opone a la naturalidad de la etnicidad, considerándolo como situacional ya que para pertenecer a un grupo étnico se debe compartir actitudes, percepciones y emociones.

Alternativamente, La comunidad étnica es caracterizada por poseer una lista específica de atributos que imparten aun siendo sólo pequeños segmentos de la población la que se sientan comunicados y acepten estas definiciones decididamente. También sobresale que muchos de estos atributos se vuelven más predominantes en ciertas épocas.

#### 2.1.3.1 ORIGEN DEL CONCEPTO “IDENTIDAD NACIONAL”

“El tener raíces identitarias es capaz la necesidad más importante y menos reconocida del ser humano” (Weil, 1987)

Se afirma que ser un ciudadano es más que pertenecer a un territorio en común, implica la existencia de elementos sociales y culturales que generan en la persona un sentido de apropiación y diferencia con los individuos que no comparten los mismos rasgos culturales y manierismos. (Canclini, *Consumidores y Ciudadanos.*, 1991)

El siglo XX se conoce por haber fortalecido varios aspectos identitarios como es la expansión cultural, de estilo y praxis juveniles (Valenzuela, 2009).

Kelman cuestiona las condiciones de la existencia de la identidad nacional relacionándola directamente a los reconocimientos fenomenológicos de los individuos sociales.

“Como fenómeno psicosocial, cada vez es más común entre los científicos sociales el criterio de que la identidad nacional, al igual que cualquier tipo de identidad colectiva, no puede ser descrita como un estado psicológico, sino cuando más como una forma de expresarse” (Kelman, 1983).

La identidad nacional no nace de la mente de un grupo de población específico. Se encontraba definido usando como referencias fronteras tangibles que se

puedan confirmar de una manera objetiva y que sea reconocida por el mundo exterior. Su factor decisivo es la identificación personal del sujeto, grupo o nación. Originalmente se trató de un proceso psicosocial que consideraba a la política, así como a la cultura. La necesidad de la persona de encontrar una identidad con una magnitud superior, según psicólogos sociales, es una constante de la antropología. Se puede considerar que es el estado en la cual el ser humano siempre se aferrara a varios objetos al azar con los que encuentra y genera una identidad en diferentes intensidades.

Pensando en el carácter determinado históricamente de toda identidad, podremos tomar en consideración la visión de E. Erikson y otros, los cuales establecen que cada transformación a raíz de los cambios históricos y sociales puede debilitar e incluso poner en riesgo ciertas identidades. (Erikson, 1959). La reacción del individuo puede reanimarse mediante la protección de su identidad actual o acoplándose a nuevas identidades. El apego a una identidad colectiva se teoriza que nace de un pensamiento grupal de identidad inestable y constantemente dudada, lo que toma un rol esencial para los procesos de identificación social y nacional. En síntesis: La encuesta propia por encontrar una identidad nacional se entabla en el cuestionamiento de las denominadas identidades pasadas y de las tradiciones pasadas de generación a generación, esta crisis pueden ser un componente devenido de la crisis global de la conocida sociedad feudal. (Hroch, 1994)

“Identidad, en términos sociológicos, es el proceso por el cual los actores sociales construyen el sentido de su acción atendiendo a un atributo cultural (o conjunto articulado de atributos culturales) al que se da prioridad sobre otras fuentes posibles de sentido de la acción.” (Castells, Globalización, identidad y estado en América Latina, 1999)

#### 2.1.3.2 LATINOAMÉRICA Y LO NACIONAL.

La línea histórica de los países latinoamericanos, a partir de sus independencias de España, han resultado en un desarrollo común de inserción del sistema

capitalista mundial. Esto ha generado una “realidad estructural similar de dependencia económica neocolonial en todos ellos” (Donghi, 1990).

Como consecuencia, es específicamente en la antropología latinoamericana que el tema de la identidad nacional ha sido frecuentemente discutido. No obstante, en general se ha tenido que excusar el retardo cultural, político y socioeconómico de la población bajo el deficiente sentido de identidad nacional que caracteriza a esta región.

“En nuestro tiempo histórico, las identidades religiosas, nacionales, territoriales, étnicas y de género, aparecen como principios fundamentales de auto-definición, cuyo desarrollo marca la dinámica de las sociedades y la política de forma decisiva.” (Castells, Globalización, identidad y estado en América Latina, 1999)

Se puede afirmar que, el pensamiento latinoamericano de los años 90 (figuras, escuelas, temas, polémicas, etc.) se puede decir que se interrelaciona e influye, hasta cierto nivel, al pensamiento contemporáneo de la región. Sin embargo, se puede fácilmente afirmar que sus niveles de importancia, en el pensamiento individual, han cambiado completamente.

Es importante mencionar los años 90 en Latinoamérica, pues es aquí donde se intensifica y solidifica cambios y avances estudiantiles sobre la ciencia, donde se genera un interés por el conocimiento que, contradictoriamente, comienza a ser retrasado por elementos como la iglesia y el Estado en sí. Paralelamente es importante mencionar que es aquí que se permite expandir el conocimiento de las ciencias sociales reconociéndolo como una ciencia de relevancia para la sociedad. (Devés, 2000)

Una categoría nueva que se presenta a favor del latino americanismo nace de la mente de intelectuales románticos al principio de este siglo, esto se les atribuyen a las venas latinas una idealización en raíz a sus antepasados de Europa. Esta, asimismo, es una reacción directa a la evocación de la alteridad en contra de las corrientes pragmáticas y utilitaristas que aflora en la América anglosajona. En respuesta a estas raíces latinas se conectan el idealismo, la emotividad hacia el

arte y la estética, la creatividad y un apasionado deseo de poseer una formación universalista.

Los intelectuales latinoamericanos mencionan al eurocentrismo con una directa relación con el proceso socializador de los pequeños grupos elitistas que Martí (*Martí & Monso, 1898*) describe como la “América europea”, en contraste con “Nuestra América” que se refiere a la América del mestizo e indígena reducida a ser vista como una herramienta de trabajo y explotada por sus propios proyectos nacionales. Es importante recalcar que estos intelectuales nacen en una línea de pensamiento que conserva la connotación de culto para la cultura del occidente cristiano y categoriza como “bárbaro” o “salvaje” a todo aquello nuevo para ellos. Estos eruditos se han formado en el camino de razonamiento que reserva la connotación de ‘civilizado’ para la cultura occidental y cristiana y la atribución de “bárbaro” y “salvaje” a todo lo que se considera distinto.

“(…) se rehúsa admitir el hecho mismo de la diversidad cultural; se prefiere arrojar fuera de la cultura, hacia la naturaleza, a todo lo que no se conforma a la norma bajo la cual se vive” (*Lévi-Strauss, 1979*)

Hablando sobre la identidad latinoamericana se puede decir que, así como todas las identidades colectivas, es una metáfora o manera de expresarse que cae bajo el discurso de “nosotros” también conocido como “inclusión grupal” (Bauman, 1992), esto en colectivo con la creencia intrínseca frente a “los otros”. En cuestión a lo latinoamericano existen específicos componentes objetivos que alimentan esta mentalidad. Para empezar, es posible mencionar que previo a una conciencia nacional en la región latina, existió una corriente de mentalidad “americana” (el criollismo) como respuesta a lo español. Paralelamente a compartir un lenguaje, existen procesos comunes que han conservado una referencia identitaria durante momentos cruciales de la historia latinoamericana. Hablando sobre el “imaginario” de cada República se puede decir que existe una generalidad abstracta que es aún peor cuando se habla del colectivo latinoamericanista. Se afirma esto pues no se ha transformado de ser una agitación delimitada a expresiones relacionadas con la naturaleza socio afectiva

en el grupo de poblamiento, lo que a su vez es reforzado por los discursos pro latinoamericanistas acuñados principalmente por las élites intelectuales o políticas. Este pensamiento proviene principalmente de las clases medias educadas situadas en la banda política que es posible definir como centro-izquierda. Viéndolo de una posición radical, la misma que repudia la posición de dependencia social y desigualdad social, se puede identificar el “otro” como el imperialismo violento e invasivo promocionado por el poder norteamericano político.

“Intelectuales de izquierda, especialmente, insisten en la posibilidad de la unidad panamericana como contrapeso al imperialismo norteamericano, rescatando como referente de identidad, los orígenes culturales y una común trayectoria histórica de dependencia y expoliación, por parte de las fuerzas colonialistas, primero, y neocolonistas, en tiempos más recientes.” (Yépez, 1998)

### 2.1.3.3 IDENTIDAD NACIONAL EN EL ECUADOR

“Todo esto es más o menos de conocimientos reciente e invisible (sobre todo lo indígena), físicamente sin constatación para la inmensa mayoría, sin posibilidades de fundamentar una identidad básica, la tradición y el orgullo de un origen. Creciendo así, como en el aire, sin una base de sustentación sólida (por desconocimiento), hemos sido fácilmente invadidos por lo externo.” (Estrada, 1977)

Estrada menciona un tema interesante sobre la cultura ecuatoriana; que ésta ha sido un eslabón débil pues carece de una sustentación nacional sólida con la que se sientan completamente conectados los miembros de esta población. Se puede hablar de identidad regionalista de una manera más concreta que una nacional pero lo que sí se puede mencionar es los pensamientos comunes que se pueden encontrar en la población.

Gracias a la investigación de Martha Traverso en su texto “La identidad nacional en Ecuador: un acercamiento psicosocial a la construcción nacional” (Yépez, 1998) podemos notar preferencias grupales en la mayoría de los discursos, específicamente en temas como la elite hegemónica, donde existe una tendencia de hacer referencia a aspectos del entorno social al que pertenecen directamente los sujetos y que consideran relevantes para su identidad y autoestima. Whitbourne destaca que “es en el contexto de la vida cotidiana donde la mayoría de los sujetos obtienen su sentido de identidad social, así como las fuentes posibles de autoestima.” (Whitbourne, 1986)

En Ecuador, al no poseer dificultades de supervivencia, la clase hegemónica no difiere en grande cantidad con la de los países desarrollados. No obstante, si existe una conexión identitaria con los del mismo nivel social y económico, esto se puede expresar haciendo referencia tal dicho común de “cada oveja con su pareja”.

Se puede visualizar una afinidad de relación con las aglomeraciones de categoría profesional, familiar, personas conocidas por amistad o cualquier persona que pueda coincidir o compartir algún aspecto de su vida regular, es decir los niveles de interacción social es relativo un grupo o espacio de referencia compartida. Por esto podemos considerar que, aunque lo que se considera nacional está alejado de poder ser considerado una fuente de identidad positiva, es el entorno social que provee una categoría de filtración para sentirse identificado y para brindar un piso psicológico gratificante.

Algunas de las personas de las entrevistas, específicamente las personas entrevistadas que pertenecen a una clase alta que han realizado sus estudios en Europa o Estados Unidos, corroboran que el momento en el que más se han sentido ecuatorianos ha sido a raíz de la confrontación como extranjeros en el exterior. Sin embargo, mencionan de manera clara que nacionalmente hablando no es la misma situación pues “el otro” no es el extranjero, como por ejemplo se da en Europa. Para la clase media y todos aquellos que se sienten identificados con esta “el otro” es más bien parte del “nosotros” que rechazamos pues es fuente de una autoimagen negativo. Martha Traverso afirma que en algunas respuestas se afirma que las personas ecuatorianas se sienten ofendidos frente

a “esa imagen de exportación del indio de poncho en la choza, que tanto circula en Europa y los países desarrollados, porque ahí sí, consideran que es una imagen sesgada de la realidad” (Yépez, 1998). Para estas personas, aceptar esta identidad es afirmar que no existen otro tipo de personas que pueden ser iguales a cualquiera de un país desarrollado.

En la sociedad postindustrial globalizada que vive el Ecuador, existe un cambio en los actores identitarios de las personas, es decir, las personas se identifican más con la denominación de jóvenes o mujeres que como personas nacionales de un país. (Garretón, 2001)

“La juventud no es una edad sino una estética de la vida cotidiana” (Sarlo, 1994)

#### 2.1.3.4 REGIONALISMO EN EL ECUADOR

En la edificación del nacional ecuatoriano se debe tomar el tema del regionalismo con una particular importancia pues es un aspecto extremadamente fuerte de lo que el ecuatoriano considera suyo. Es a causa de la carencia de métodos de comunicación y de una accesible geografía que se alimentó los sentimientos de pertenencia local a causa de los cuales el Estado tuvo que ejecutar múltiples esfuerzos y proyectos con el fin de unificar el sentimiento de una identidad nacional solidificada.

Halbwachs (Halbwachs, 1987) observó que una de las características de la memoria comunal de un espacio es la de impulsar una reescritura constante de sí mismo y, en consecuencia, de las memorias del pasado en base a los eventos de la actualidad. En la historia, las poblaciones son conocidas por instituir en el tiempo que necesitan su unión, aunque sea intangible, una oposición en contra de todas las agrupaciones externas posibles. (Wallerstein, 1996). Barth reemplazó la estática definición de la identidad étnica con una definición dinámica demostrando que esa identificación, así como una identidad colectiva (o individual) se puede crear y formar utilizando procesos de inclusión y de



exclusión en los entornos sociales, los cuales de esta manera crean límites. (Barth, 2000)

Las elites económicas y políticas frecuentemente han llegado a excusar la carencia de conciencia nacional ecuatoriana bajo el cuestionamiento común de las “diferencias”. Tomando en consideración la posición contra la cual esta justificación es utilizada (Billig, 1987), podemos concretar que las elites hegemónicas, principalmente, apoyan la idea de una identidad categorizada en grupos que consideren similar, igual u homogéneo. Desde el esencialismo de esta perspectiva de la identidad, la igualdad debería ser un ingrediente indispensable para que “nazca” una identidad nacional, a partir de esto se hace énfasis en que la gran cantidad de los factores no son los más populares y estos causan eventualmente distancias entre las personas.

Es un discurso repetido frecuentemente el de que las diferencias regionales profundas ecuatorianas son causadas por la división del país en cuatro espacios claramente delimitados geográficamente. Para la gente que cree esto, es una consecuencia lógica que afloren diferencias naturales sociales basadas en el contexto geográfico-cultural. Existe una gran cantidad de la elite hegemónica que insiste que estas diferencias son las que nos separan como nación. Lo que no se menciona frecuentemente es el aislamiento y antagonismo alimentado por la pelea de poder entre las elites de la Costa y la Sierra desde el siglo pasado.

Son exactamente estas dos regiones que poseen la imagen de que “*son dos países diferentes*” (Yépez, 1998), pero el argumento de fondo se considera que es contra el centralismo y la distribución errónea de los recursos económicos y políticos del país, que según el punto de vista de cada lado respectivamente se dice que son acaparados por los quiteños o por el detrimento de los sectores de la Costa. El discurso bien elaborado del Centralismo convierte prácticamente a las regiones del Ecuador en enemigos y se responsabiliza por la generación del regionalismo patológico, lo cual ha impedido la cristalización de una identidad nacional bien formada. (Yépez, 1998)



Figura 5. Resumen gráfico Identidad

#### 2.1.4 GLOBALIZACIÓN

Mittleman (Mittelman, 1997) expresa que la globalización es una mezcla de procedimientos internacionales que afectan tanto a las naciones como directamente al razonamiento de la persona. Cerdas (Cerdas, 1997) añade que es el acelerado proceso de cambio que ha tenido impacto en los ámbitos humanos, pero específicamente en lo económico, comercial, tecnológico, cultural, etc. guiado por la política. Por ende, se puede concretar que se trata de una reorganización de aspectos masivos como la cultura en el ámbito internacional. Trata de solucionar problemáticas conectadas con la creciente desterritorialización de la economía.

“De acuerdo al Informe denominado ‘Los efectos sociales de la globalización’, publicado por el Instituto de Investigación de las Naciones

Unidas para el Desarrollo Social (UNRISD), este efecto globalizado dentro de lo social se caracteriza por tres parámetros:

En primer lugar, el efecto que tiene la era global al ser dominado por las fuerzas de mercado, que conlleva la integración de economías, el cambio tecnológico acelerado y la presencia masiva de medios de comunicación. Esta era global influencia en el segundo parámetro: la identidad. Temas como la migración y el debilitamiento de fronteras van dentro de este aspecto.

Finalmente, según el informe, la cadena desemboca en una crisis de identidad generalizada que dificulta el estudio de las características representativas de las naciones y grupos sociales, además de propiciar el incremento de nuevas formas de correlación y agrupación.” (UNRISD, 1995)

Tomando en consideración una encuesta realizada por el Banco Mundial en el 2003, “gran parte de los líderes de opinión creen que la globalización es buena para su país, aunque se apresuran a añadir que es buena sólo en cierto modo” (Tiempos del Mundo, 2003) Esto es un reflejo de la incertidumbre ante los resultados del proceso de globalización en los años 90. En respuesta a la “década perdida” de los 80, la globalización se ha encargado de incrementar los niveles de integración económica mundial, incremento el cual resultó en la expansión de nuevas tecnologías que han propulsado un nuevo ciclo de crecimiento económico.

#### 2.1.4.1 CONSUMISMO

“No podemos soslayar el papel tan importante que ha jugado la industria cultural o proceso de industrialización cultural en la conformación de prototipos juveniles, dirigidos fundamentalmente hacia la juventud urbana. Crea puentes de identificación entre jóvenes de distintos niveles socioeconómicos y su función ha consistido en la elaboración y venta masiva de ídolos, música disco, actitudes, etcétera. La influencia de la

industria cultural juvenil desempeña un papel sumamente importante entre la juventud urbana no sólo como un factor de consumo, sino además como creador de roles de comportamiento.” (Valenzuela, 2009)

Para llegar a una comprensión más completa de la tesis sobre el consumismo de Zygmunt Bauman, es indispensable poder correlacionarla con el pilar de su obra: la metáfora de la modernidad líquida.

“Los fluidos se desplazan con facilidad, fluyen, (...), se filtran, gotean, inundan, chorrean, manan, exudan; a diferencia de los sólidos, no es posible detenerlos fácilmente —sortean algunos obstáculos, disuelven otros o se filtran a través de ellos, empapándolos. Emergen incólumes de sus encuentros con los sólidos; tras el encuentro, sufren un cambio: se humedecen o se empapan” (Bauman, El arte de la vida. De la vida como obra de arte, 2009 )

Esta alegoría dictada por el autor polaco se basa en las cualidades de los estados químicos sólido y líquido. Así se explica que, mientras los sólidos poseen una resistencia a la separación debido a las propiedades de sus moléculas, los líquidos no pueden conservar su forma ya que se adaptan al espacio que las contiene: es decir que no se fijan al espacio ni tiempo. En el estado líquido el tiempo pasa a último término, a diferencia del estado sólido que lo detiene y lo neutraliza.

Ya desarrollando la idea del consumismo, estos aspectos de la teoría física son usados por Bauman para hablar sobre la modernidad en su etapa sólida (es decir la época de la creación de las instituciones sociales posguerra), también conocida como la sociedad de productores y la modernidad líquida (que nace a partir del reciente proceso de globalización), la cual también se la puede determinar cómo la sociedad de consumidores.

Se considera que la modernidad sólida estableció un paradigma que se basa fuertemente en la estabilidad de la mayoría de sus aspectos de la vida social (es decir del empleo, la educación, la seguridad social), mientras que la modernidad

líquida resulto en un cuestionamiento y exposición de las nociones e instituciones que eran responsables de proporcionar una certidumbre a la vida pública. Parafraseando a Ulrich Beck (Beck & Zygmunt, 1998), la transición de la primera a la segunda modernidad es un proceso el cual conlleva en varias transformaciones sociales de las cuales la más notoria es el viraje de la sociedad de productores a la sociedad de consumidores.

La noción consumista ha configurado preguntas, tales como si existe algún sentido ético en esta nueva formación social *Sui generis* (Velázquez, 2013). A raíz de lo cual se puede establecer que no se considera que el consumo sea una práctica nueva en nuestras sociedades, pero si es gracias a la normalización de la globalización que su exacerbación ha conllevado a que tengamos incrustada y consideremos como naturalidad- una cultura consumista.

Es exactamente esta desesperación irracional de complacer 'necesidades' nuevas y distintas que ha vuelto rehén a la nueva sociedad contemporánea de los nuevos avances tecnológicos de punta. Pero no son solo los productos que quedan atados a este ciclo consumista. También se puede considerar en el plano individual que esta lógica mantiene a las personas prisioneras. Es por esto que se puede decir que el propio humano se ha convertido en un objeto antes que sujetos. Existe un valor autoimpuesto en la medida de cuanto se ha invertido en sí mismo. Es en el mismo campo donde la apariencia física es tan pesada (y en algunos casos hasta más) que el número de posgrados y cursos realizados para obtener conocimientos que rápidamente se volverán obsoletos gracias a la globalización de información.

Es característica de esta sociedad consumista el extremo al que se ha llegado a engranar el poder adquisitivo en la realidad individual, al punto de que nace una paradoja entre la felicidad y el *hiperconsumismo*. Lipovetsky menciona lo siguiente al respecto:

“Nace un *"Homo consumericus"* de tercer tipo, una especie de turbo consumidor desatado, móvil y flexible, liberado en buena medida de las antiguas culturas de clase, con gustos y adquisiciones imprevisibles. Del consumidor sometido a las coerciones sociales del "standing" se ha

pasado al hiperconsumidor al acecho de experiencias emocionales y de mayor bienestar, de calidad de vida y de salud, de marcas y autenticidad, de inmediatez y comunicación (...) De ahí la condición profundamente paradójica del hiperconsumidor. Por un lado, se afirma como "*consumactor*", informado y "libre", que ve ampliarse su abanico de opciones, que consulta portales y compradores de costes, aprovecha las ocasiones de comprar barato, se preocupa por optimizar la relación calidad-precio. Por otro lado, los estilos de vida, los placeres y los gustos se muestran cada vez más dependientes del sistema comercial. Cuanto más obtiene el hiperconsumidor un poder que no conocía hasta entonces, más extiende el mercado su influencia tentacular, más auto administrado está el comprador y más extrodeterminación hay vinculada al orden comercial." (Lipovetsky, La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo, 2007)

Así el individuo se vuelve influenciado por las dictaciones del propio mercado que define cuáles son sus nuevos elementos de consumo que proporcionan una identidad, elementos que dictan la diferencia entre estar fuera o dentro de la sociedad. Es a partir de esto que se puede decir que, así como los productos perecederos especifican una fecha de caducidad; los programas, instituciones, tecnologías, etc. poseen un valor social dispuesto por las tendencias y los cuales pueden, de cierta manera, funcionar como una fecha de caducidad de venta. (Lipovetsky, La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo, 2007)



Figura 6. Resumen gráfico Globalización

### 2.1.5 DIGITALIZACIÓN

La creación del internet por el Departamento de Defensa de Estados Unidos en 1969 llevó a una revolución tecnológica, revolución que ha promovido el desarrollo y la masificación de nuevos aparatos tecnológicos y que se ha convertido en un fenómeno trascendental denominado la 'digitalización'. Este proceso, a la mano de otros fenómenos como la globalización, ha generado un intercambio global que plantea una modificación de los paradigmas de la comunicación.

“La teoría de la Construcción Social de la Tecnología (también llamada SCOT por sus siglas en inglés) sostiene que esto se debe al proceso evolutivo de la sociedad. Normalmente se piensa que la tecnología y la sociología son dos ramas que, aunque paralelas, no se interrelacionan. Sin embargo, tanto la ciencia como la tecnología son elementos que se desarrollan de acuerdo a parámetros sociales determinantes” (Bijker & Hughes, 2012)

Hablando en términos más recientes, específicamente tras el boom de la globalización, se ha inspirado un discurso de una sociedad de información que nace de la rápida difusión de información y tecnologías de comunicación (*ICTs* por sus siglas en inglés) (Castells & Himanen, 2002)

La adopción de tecnologías digitales en la vida cotidiana ha tenido una influencia profunda en cómo consumimos bienes y servicios. Los productos son cada vez más examinados, comparados, comprados y pagados en el propio espacio del internet y mediante servicios móviles. La información relacionada con el consumo es discutida en fórums y blogs. Los consumidores de auto organizan en sitios de redes sociales y toman roles activos en la producción de procesos mediante las encuestas en masas y otras tecnologías. Uno de los desarrollos más impactantes ha sido el auge del consumo virtual digital: millones de personas alrededor del mundo gastan hoy en día billones de euros y dólares por año en ítems virtuales, personajes y dinero en juegos online, sitios de redes sociales y otros espacios de recreación virtual (Lehdonvirta & Ernkvist, 2017).

Para poder explicar de una manera lo que representa hoy en día las tecnologías o, siendo más exactos, el sistema técnico que han generado se puede recurrir a una metáfora. Formar una metáfora que abarque la complejidad inherente de las actuales condiciones de vida, la cual se debe derivar o hacer referencia a la necesidad y exigencia de la naturaleza con las de los mundos creados por el ser humano. Por las razones previamente mencionadas se puede denominar la metáfora del “hábitat tecnológico”. El concepto de aceptación que se toma en consideración para hablar de esta metáfora es la acuñada por las ciencias ecológicas y no tanto por la geografía humana. Se usa el término “tecnológico” para señalar que el mencionado hábitat del que se habla asume las múltiples variaciones que el sistema técnico introduce en el mismo, pero sin rango de factor único ni suficiente.

Haciendo una aproximación a las definiciones de los términos proporcionado por el diccionario de la RAE (Real Academia de la Lengua), se puede mencionar que el hábitat en el conjunto de “condiciones geofísicas en que se desarrolla la vida de una especie”. Pese a que el término alude a lo local, en la metáfora mencionada se lo adjetiva como tecnológico pues es un fenómeno global pues



en la actualidad este está trabado, en diferentes intensidades, por los artilugios emanados por la tecnología y, por ende, la digitalización.

En la otra mano, utilizando esta metáfora se espera superar la dicotomía entre el «mundo material» y el «ciberespacio», coexistencia que lleva a plantear dualidades tales como la del pensamiento digital contra el analógico o la de autóctonos, es decir los jóvenes que han nacido en la cibersociedad, frente a los inmigrantes temporales. (Lankshear & Knobel, 2003).

“El vertiginoso desarrollo científico-tecnológico del mundo actual está consiguiendo hacer realidad las fantasías de hace sólo unas décadas, con un extraordinario potencial para la transformación de la naturaleza y la satisfacción de las necesidades humanas. Sin embargo, ese desarrollo también ha planteado importantes desafíos sociales, éticos y legales acerca de peligros radicalmente nuevos por su magnitud y naturaleza...”  
(López & Sánchez, 2001)

Ya hace bastantes años Vaizey; economista, académico y asesor de la UNESCO, hizo un planteamiento bastante oportuno para la época. Según el analista la “nueva pedagogía” se basa en los cambios emergentes de la tecnología de la educación, avances cuya evolución es imprevisible y, desde luego, introducirá cambios diversos en la enseñanza. De todas maneras, añade el autor que existe suficiente información científica y experiencias en los países más avanzados en los cuales las técnicas de enseñanza tecnológicas con constituyen “la semilla de una importante revolución de los métodos pedagógicos, similar a la que se operó cuando comenzaron a introducirse los libros de texto con los que se pretendía disponer el material de manera ordenada y atractiva...” (Vaizey, 1967). Desde lo cual, en páginas más adelante plantea una pregunta aún vigente: “¿Se puede concretar qué es en definitiva lo que todas estas nuevas técnicas pedagógicas -mero prólogo a la oleada de renovación técnica que se avecina- representan para la educación de nuestros días?” (Vaizey, 1967).

Preconizado por la UNESCO, varias décadas después aparece el informe coordinado por Delors el cual afirma que *“como instrumentos de educación de los niños y de los adolescentes, las nuevas tecnologías brindan una posibilidad sin precedentes de poder satisfacer con toda la calidad necesaria una demanda cada vez más amplia y cada vez más diversificada”* (Delors, 2001). En respuesta a esto, un poco tiempo más adelante, la Comisión responsable del mismo sugiere que, tomando en cuenta la fuerte revolución digital que aflora en la última década, *“la cuestión del empleo de las nuevas tecnologías en la educación es una decisión de carácter financiero, social y político y debe situarse en el centro de las preocupaciones de los gobiernos y de las organizaciones internacionales”* (Delors, 2001).

#### 2.1.5.1 DIGITALIZACIÓN EN EL NÚCLEO FAMILIAR.

*“Facebook, Twitter, Second life. Teléfonos “Inteligentes”. Mascotas Robot. Amantes Robot. Hace 30 años nos preguntábamos para qué utilizaríamos las computadoras. Ahora la pregunta es para que no las utilizamos. Ahora, mediante la tecnología; creamos, navegamos y emprendemos nuestras vidas emocionales.”* (Turkle, 2011)

Winston Churchill sostenía que nosotros formamos nuestros edificios y después, estos nos forman a nosotros mismos. Basado en el texto de Turkle, se puede decir que lo mismo es verdad para nuestras tecnologías digitales. La tecnología se ha convertido en el arquitecto de nuestras intimidades. Online encaramos el momento de la tentación. Atraídos por la ilusión de la compañía sin la demanda de la intimidad la gente crea relaciones en plataformas como Second Life. Así mismo, se confunde la visualización de publicaciones al azar en el muro de Facebook como una comunicación auténtica. Poco a poco se vuelve menos loca y más real la idea de “robots sociables” que ataran a la compañía con la conveniencia.

La tecnología promete dejarnos hacer todo en cualquier lugar con cualquier persona, pero también cansa a la persona al convencerle que puede intentar

hacer cualquier cosa en cualquier lugar. Al saturar las vidas de las personas con posibilidades, nace la inconformidad y sobresaturación constante. Capaz existe la posibilidad de que la persona trabaje de donde sea, pero también existe la tendencia de sentirse solo en todo lugar. En un giro sorpresivo, la conexión constante ha conllevado a la soledad en todo lado, factor que se ve específicamente claro en las crecientes actitudes individualistas de las nuevas generaciones o del autóctono de la vida virtual. Las personas buscan a las nuevas tecnologías para llenar el vacío, pero mientras más importante se vuelve la tecnología más difícil es controlar los aspectos emocionales de la realidad. “Nos conectamos porque estamos demasiado ocupados, pero terminamos pasando más tiempo con la tecnología y menos con otras personas” (Turkle, 2011)

Es con esto en mente que podemos considerar uno de los factores más importantes del cambio de la interacción familiar: la brecha digital generacional. Los niños y adolescentes hoy en día son considerados “nativos digitales” y es un caso muy seguido que ellos sean los que eduquen y enseñen a sus padres en esta área. En resultado de esto se ha generado una alteración en las jerarquías familiares que ha dejado que los menores estén expuestos a un riesgo de uso que los padres no pueden regular al no poseer estrategias adecuadas de supervisión y monitoreo.

En los jóvenes es la masiva popularidad de la comunicación virtual que ha provocado reacciones y respuestas encontradas. El centro de las preocupaciones se concentra en el posible desarrollo de relaciones superficiales con extraños, el riesgo de la adicción y la creciente probabilidad de convertirse en víctimas del ciberacoso. Viéndolo desde una perspectiva alternativa cabe recalcar que se puede considerar al internet como una oportunidad de conservar y profundizar las relaciones instituidas de manera presencial, para poder crear y establecer su propia identidad, encontrar apoyo en problemas de temas sensibles, etc.

Es gracias a que los medios digitales han generado nuevos contextos que sirven para expresar y explorar su propia identidad. Según cómo se utilice la comunicación online, se la puede utilizar para brindar a los individuos una

cantidad de espacios distintos donde se puede crear diversas identidades que van cambiando de manera veloz y que pueden resultar en experiencias enriquecedoras o destructivas. (Arab & Díaz, 2014)

No hay que tachar que mediante el internet se puede transmitir mensajes claros y seguros que produzcan oportunidades enriquecedoras para el desarrollo propio de la persona y su propia identidad.



Figura 7. Resumen gráfico digitalización

### 2.1.6 IDENTIDAD CULTURAL

No se puede establecer un concepto exacto del término identidad cultural, pero se puede decir que encierra un sentido de pertenencia a un grupo social en el cual se comparten rasgos culturales, tales como los valores y las creencias. Esta identidad se forma de manera individual y colectivamente siendo constantemente alimentada por elementos de influencia exterior e interior.

Según estudios antropológicos y sociológicos, es a raíz de diferenciarse y de poder reafirmarse frente al otro que surge la identidad. Aunque en la realidad

globalizada existen casos donde la identidad trasciende las fronteras, el origen de este concepto es frecuentemente vinculado a un territorio.

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad” (González-Varas, 1999)

Se puede añadir que la identidad está ligada a la historia y a patrimonio cultural. Sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios o que la persona ha apropiado no existe la identidad cultural.

#### 2.1.6.1 ENDOCULTURACIÓN

La endoculturación es un proceso que al contener tantas variantes de estudio no tiene una definición exacta dependiendo la rama que genere la investigación, cabe recalcar que reiteradas veces se le considera como, el desarrollo del individuo en sus primeros años de vida el cual marca modelos y pautas de comportamiento al grupo de pertenencia, de manera consciente al llevar el aprendizaje de manera parcial e inconsciente cuando el individuo relativamente menor es “obligado” a adoptar una ideología llevada por una generación anterior e inclusive su manera de comportarse tradicionalmente.

Estos parámetros que exigen un estilo de vida a la sociedad, se ven afectados directamente por el proceso que involucra intrínsecamente al individuo a mantener un perfil establecido, que se mantiene gracias a la endoculturación.

De esta manera, es como se suele moldear la conducta y comportamientos de una generación nueva, siendo el caso más repetitivo el control sobre los niños. En donde comúnmente se premia y castiga sus formas de actuar. Siendo así

como se adopta una manera de pensar que está directamente vinculada a la repetición de conducta de la generación anterior, que al conocer la experiencia del premio y castigo comprende cual es el estándar que debe tener como un individuo de su sociedad.

### Relativismo Cultural

El proceso de endoculturación también genera una variante de “respeto” donde el individuo comprende que su manera de pensar, actuar y comportarse ante los suyos no es la única. Dando como resultado una pauta de dignificación a lo diferente con un estándar aceptable que para muchos antropólogos marca una pauta conocida relativismo cultural.

“La visión de un salvaje desnudo en su tierra nativa es un hecho que nunca se olvida. Nunca olvidaré el asombro que sentí al ver por primera vez una partida de fueguinos en una orilla indómita y agreste, puesto que de inmediato me vino a la mente la reflexión de que aquellos eran nuestros antepasados. Aquellos hombres iban desnudos y embadurnados con pinturas; su largo pelo estaba enmarañado; echaban espuma por la boca de excitación y su expresión era salvaje, asustada y desconfiada. Apenas disponían de artes y como animales salvajes, vivían de lo que capturaban; no tenían gobierno y se hallaban a merced de cualquier otro que no perteneciera a su pequeña tribu” (Darwin , 1872)

### Ejemplo de Endoculturación

Como se explicó anteriormente, el proceso de transmitir las pautas, maneras de actuar y relacionarse emitido por la generación anterior crea la endoculturación; y aunque existen muchas formas de entenderlo, algunos de sus ejemplos son de clara referencia para el estudio de esta.

Casos como el japonés, que por tradición deberán de comer con palillos, o el ecuatoriano que aún mantiene como “tradición” pedir la bendición a sus padres

antes de salir de casa, o dígase el caso histórico donde el niño ecuatoriano crece aborreciendo a sus compatriotas peruanos por una guerra del pasado.

Estos y muchos otros casos son parte de la endoculturación.

### Limitaciones de la Endoculturación

Según algunos antropólogos las pautas y estándares de la sociedad no siempre suelen tener efecto en las generaciones nuevas; debido a la globalización de la misma. Que genera para estos investigadores un concepto conocido como: abismo generacional.

*Como dijo Margaret Maud:*

"Hoy en día, en nuestra sociedad al menos, no hay ancianos que sepan lo que los niños saben; En el pasado siempre había ancianos que sabían más que cualquier niño en razón de su experiencia dentro de un sistema cultural. No se trata sólo de que los padres ya no sean guías, sino de que no existen guías, por lo que a endoculturación puede explicar la continuidad de la cultura, pero no puede explicar la evolución de la cultura." (Mead, 2002)

#### 2.1.6.2 CONCEPTO CONTEMPORÁNEO

"El poder de la identidad destruye la legitimidad del Estado como fuente de sentido. Sometido a las presiones contradictorias de la globalización y las identidades culturales comunitarias, el estado-nación soberano y la sociedad civil constituida en torno a él, entran en un proceso de declive histórico que pareciera ser irreversible." (Castells M. , Globalización, identidad y estado en América Latina, 1999)

Actualmente existe un concepto contemporáneo de la identidad cultural que se distingue por el nivel de intensidad con la que se expresan y definen utilizando actividades que son una parte común de sus vidas cotidianas. Actividades que se consideran son, por ejemplo; el ritual de las procesiones, la danza, la música,

etc. Es el factor que la propia UNESCO registra estas representaciones culturales de gran repercusión pública como “patrimonio cultural inmaterial” (Cevallos, 2005) que hace que directamente estas caigan bajo la categoría de elementos de identidad cultural.

“La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. Es la sociedad la que, a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad” (Bákula, 2000)

Tal identidad implica que, por lo tanto, las personas, aglomeraciones o comunidades se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social. No obstante, hay que recalcar que contemporáneamente hablando el individuo puede sentirse conectado y reconocer históricamente como su propio entorno el entorno de otro espacio que ni si quiera ha visitado. De todas formas, es gracias al constante reconocimiento y apropiamiento que le otorga un activo a la identidad cultural.



Figura 8. Resumen gráfico identidad el problema nacional



“El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos” (Bákula, 2000)

*Tabla 2.*

*Comparación entre tipos de identidad.*

### **IDENTIDAD**

#### **Genealógica**

Nace de la relación con la familia: tiene que ver con los elementos que comparten en común un hogar de su linaje.

Tiene que ver con el núcleo familiar y varía entre generaciones y uniones. Es compartido por grupos aún más pequeños que comparten un vínculo familiar.

Da una identidad más personal y habla de los aspectos icónicos que se han pasado de generación en generación.

#### **Nacional**

Nace de la inmortalidad de las naciones: Tiene que ver con las tradiciones, valores y mitos de una nación.

Tiene que ver con la “etnicidad” y la nacionalidad. Es una concreta que puede relacionarse con todas las personas dentro de una nación.

Da poder a la nación y es un factor importante para el patriotismo.

#### **Cultural**

Nace del concepto de cultura: es decir, viene definida históricamente a través de varios aspectos dónde se plasma la cultura como el lenguaje, relaciones sociales, ritos, etc.

Tiene que ver con la identidad de la comunidad a la cual la persona pertenece. Puede haber varias en una misma nación.

Da poder a la comunidad cultural y proporciona hábitos compartidos con explicaciones de los mismos.

Sirve como una goma Político; tiene que ver Sirve como un punto en para dar un con la nación cómo un común para gente que sentimiento de espacio terrenal definido comparten los mismos conexión con el núcleo por fronteras políticas. aspectos culturales. familiar.

### 2.1.7 CULTURA

“La concepción de cultura directamente ligada con la sociedad es generalmente vinculada con un lugar o época determinada. Creencias, valores, comportamientos e ideales son relacionados a poblaciones determinadas. Una de las bases de las características del término cultura es el que, al hablar de rasgos culturales determinantes, éstos deben ser comunes dentro de un grupo de personas o una población específica” (Ember & Ember, 2003)

“La cultura histórica de un pueblo implica su cultura espiritual reflejada en la objetividad de los hechos humanos” (Vargas & Castelo, 1965)

Originarios de los siglos XVIII y XIX, los términos; cultura, patrimonio cultural y su relación con el territorio son relativamente nuevos, pero son conceptos que siempre han formado parte de la identidad territorial, nacional y cultural sin siquiera saber cómo llamarlos.

Es inicialmente en Alemania que el concepto de cultura nace con una similaridad al concepto de civilización (*civilisation*) en Francia, pero es con el tiempo y desarrollo que a este se le va introduciendo matices (derivadas de años de discusiones filosóficas) que termina dándole un significado diferenciador a las dos palabras. Se puede afirmar que esta diferenciación es acuñada de la relación con el peligro que los alemanes temían para las diferentes culturas locales en respuesta a la conceptualización de la civilización transnacional francesa.

Según la lógica alemán la civilización era considerado como algo externo, universal, racional y progresista, y la cultura daba referencia al espíritu local, a

una atadura imaginaria interna al territorio. “Se dice que el término se tomó de Cicerón quien metafóricamente había escrito la cultura animi (cultivo del alma). Kultur implicaba una progresión personal hacia la perfección espiritual.” (Verhelst, 1994)

Frecuentemente al hablar sobre la cultura existe una diversidad de conceptos para la misma esto es debido a que entre 1920 y 1950 los científicos sociales norteamericanos crearon no menos de 157 definiciones de cultura (Kuper, 2001). Es en el siglo XIX que numerosos intelectuales reconocen al concepto de cultura como un plural, lo cual es lo mismo que reconocer la inexistencia de una cultura universal y sus diferencias de ver y vivir la vida por parte de los diferentes pueblos del mundo. Con el paso de los siglos y aún hoy, se niega este avance y se ha tratado de imponer una creencia de que existe una cultura superior que está atada al término civilización y progreso, la cual debe ser impuesta como deber, considerando así al resto de culturas como inferiores.

Como agrega Germán Rey, “La cultura no es lo valiosamente accesorio, el cadáver exquisito que se agrega a los temas duros del desarrollo como el ingreso per cápita, el empleo o los índices de productividad y competitividad, sino una dimensión que cuenta decisivamente en todo proceso de desarrollo, tanto como el fortalecimiento institucional, la existencia de tejido y capital social y la movilización de la ciudadanía” (Rey G. , 2002)

“La cultura es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de sí mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo” (Verhelst, 1994)

#### 2.1.7.1 CULTURA CONTEMPORÁNEA.

“Las creencias de las personas y sociedades no se basan en el mundo en sí, sino sobre cómo el mundo parece a cada uno.” (Nagel, 1989)

Al hablar de la cultura contemporánea hay que su característica principal: ser subjetiva. Al atravesar las barreras delimitadas por los gobiernos e insertar a la sociedad en un espacio global conocido como el internet el sentido de cultura comienza a ser un aspecto elegible por el individuo, por esto Nagel menciona que “Tanto el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho y las costumbres son aspectos cambiantes. No se puede observar la realidad objetivamente ya que la perspectiva siempre estará marcada por una serie de ideas preconcebidas que se han generado en las personas.” (Nagel, 1989)

El sentido de individualismo y la necesidad de originalidad que vino con la globalización ha dado una base para que la cultura se desprege de lo necesariamente territorial físico, sino también, como lo llama Gallegos en su texto “Construcción de valor territorial en el imaginario urbano” (Gallegos, 2012), lo *territorial imaginario*. Es decir, puede existir una persona francesa que se sienta más identificada con el espacio virtual en su computadora que con la propia de su región territorial, es más, esta misma persona puede llegar a rechazar su propia cultura de nacimiento y a vivir bajo los espectros culturales generalizados de la web. (Arab & Diaz, 2014)

Con los años y cada vez más el término de cultura va cambiando y mutando a algo más subjetivo, dando la libertad de unir mezclar o excluir; ya ha dejado de ser un concepto que se ligaba y era impuesto por el territorio sino más bien se ha tornado en un aspecto personal que, compartido por varias personas, puede generar una comunidad propia. “Esto se da, en base, porque el punto de vista de cada persona dependerá de la consciencia, y la consciencia, a su vez, se ve determinada por los diferentes factores característicos de lo que consideran cultura o de la experiencia de cada individuo.” (Turkle, 2011)

#### 2.1.7.2 LA EVOLUCIÓN DE LA CULTURA.

Se puede segmentar la evolución cultural del hombre en tres aspectos memorables. Bruno Estañol en su artículo, denominado “La Evolución cultural del hombre, ¿Una forma de transmisión darwiniana?” (Estañol, 2009), nos menciona que este desarrollo se puede agrupar dentro de diferentes memorias

inscritas históricamente. Estas memorias son: la memoria biológica, memoria individual y la memoria cultural.

Se dice que la primera se basa en la estructura de ADN y es compartida por todos los seres vivos, es decir que esta habla de una memoria colectiva global que ha cambiado y afectado a los seres vivos de diferentes maneras para llevar a la realidad que se vive.

La segunda memoria es determinada mediante la experiencia individual de cada ser humano, esta se localiza y almacena en la parte del cerebro que llamamos memoria, esta también está directamente ligada no sólo a los recuerdos sino también influye en los aspectos de personalidad de cada persona.

La tercera memoria, y la que se considera la más completa, se sustenta por los elementos culturales que representa a cada individuo o a un grupo de individuos que tiene que ver con la relación entre las dos memorias ya mencionadas. A su vez, esta memoria también está relacionada cercanamente con la identidad cultural. Es una memoria que puede ser consciente o inconsciente que se refleja en diferentes aspectos del diario vivir de la propia persona.

Como proceso se puede definir que es la memoria biológica la primera en desarrollarse después de la cual, con el nacimiento del ser humano, nace la memoria individual a partir de la cual se origina la memoria cultural. Las dos últimas memorias son consideradas como las más subjetivas, pudiéndose decir que existe una por cada persona y que seguirán desarrollándose mientras exista la humanidad.

### 2.1.7.3 LA CULTURA ECUATORIANA

Hablando sobre un país tan complejo como lo es el Ecuador, es difícil determinar exactamente cuál es la cultura de este país en general, más bien, es por esto que normalmente los historiadores y sociólogos se agarran del regionalismo para poder definir este concepto de una manera más simple. Aun así, nace la pregunta si es lo más fiel hablar sobre la propia cultura de un país aferrándose de un aspecto de la misma. Es decir, es parte de la propia cultura nacional decir que cada región tiene sus características y su propio estereotipo.

“La diversidad humana del Ecuador se da en medio de una variedad de climas, espacios geográficos y realidades ambientales. Esta no es sólo una singularidad del país, sino también la base de la formación de identidades regionales muy caracterizadas (...) Esos espacios territoriales tienen poblaciones que han desarrollado identidades, con su historia, sus costumbres, su manera de hablar, su comida muy característica. Esta realidad no se da sólo en la diversidad de serranos y costeños, sino también en culturas regionales configuradas y fuertes como la manabita y la lojana, para solo citar dos ejemplos.” (Mora, 2014)

Hay que entender que previo a poder reconocer e incorporar la multiculturalidad en el Ecuador existía una búsqueda por llegar a ser un ente homogéneo que nunca se logró. Es debido a esto que por años este país tuvo a la religión católica como la religión del Estado, llegando inclusive a exigir al ciudadano ecuatoriano a ser católico en la propia constitución. Es gracias al advenimiento del Estado laico que se permitió una libertad de conciencia y derecho a la diversidad religiosa pero aun así quedó incrustado en la memoria cultura ecuatoriana (y en la memoria individual de muchos ciudadanos) la fuerte influencia de los principios católicos.

Es bajo los ideales católicos instituidos que se generó un machismo cultural que ha generado desigualdades y se ha empeñado en mantenerlas. Pese a que las mujeres han luchado por una igualdad por ya muchos años, solamente en los últimos tiempos (apoyado además por los pensamientos que vinieron con la globalización) se ha comenzado a aceptar este nuevo ideal, pero aun así todavía hay un largo camino por recorrer. Paralelamente existe mucho que hacer por borrar aspectos referentes a la tolerancia y garantía del derecho a la diversidad sexuales, perseguidas y hasta criminalizadas aún en nuestros días.

Como resultado de la diversidad de etnias ecuatorianas y mezclado con la importancia familiar presente en la cultura, no es sorprendente que “Ecuador es uno de los países de América con la más alta proporción de jóvenes.” (Mora,

2014) Es una característica icónica ecuatoriana mantener al niño en la casa hasta que este decida casarse, sin importar los años que tenga. No necesariamente significa que, porque la familia intenta quedarse juntos por el mayor tiempo posible, estas relaciones son de las más profundas, en lo contrario el respeto hacia el mayor es un tema recurrente. Es por esto que en la actualidad la diversidad generacional que se ha generado ha sido muy escasamente tomada en cuenta o aceptada. La visión dominante es de un país de adultos donde los jóvenes son vistos como adultos pequeños quienes están encargado del “futuro” y no del presente. “Pero la verdad es que la juventud no solo tiene grandes valores, sino que ha generado una suerte de culturas propias que deben ser consideradas como valores del país.” (Mora, 2014)

“La corrupción es considerada como un mal endémico nacional, no sólo en la política, sino en todas las instancias de la vida del país. Insisten en que no hay valores morales y hay un criterio institucionalizado de hacer dinero sin trabajar, no dudando en conseguirlo por medios fraudulentos.” (Yépez, 1998)



Figura 9. Resumen gráfico Cultura

### 2.1.8 ACULTURACIÓN

Una definición autoritativa de la “aculturación” fue dada por un subcomité en aculturación apuntado por el consejo de investigaciones sociales en la mitad de 1930 para analizar y reportar las dimensiones de este campo de estudio que es tan importante para la cultura antropológica. Este grupo especial consistiendo de antropólogos distinguidos como Robert Redfield, Ralph Linton y Melville J. Herskovits declararon que la aculturación “comprende esos fenómenos que resultan cuando un grupo de individuos que tienen diferentes culturas se encuentran en un constante contacto de primera mano con los cambios subsecuentes en los patrones de la cultura original de cualquiera o los dos grupos.” (Gordon, 1964)

“(…) es importante afirmar el significado invariante de la partícula formativa que, tanto en latín como en inglés y en castellano denota cercanía, unión contacto. Aculturación, por tanto, significa contacto de culturas. En inglés consecuentemente, acculturation y culture contact son sinónimos, como también lo son en español aculturación y contacto cultural.” (Redfield, Linton , & Hertskovits, 1936)

Posteriormente Berry et al (Berry, Phone, Sam, & Vader, 2006) agregan que la aculturación es como un proceso de resocialización que contiene factores psicológicos como el cambio de actitudes y valores, la adquisición de nuevas habilidades sociales y normas, así también posee cambios en referencia a la afiliación con un grupo y el ajuste o adaptación a un ambiente diferente. Es por esto que la aculturación, a raíz de la expansión de la digitalización y globalización, ha llegado a convertirse en un fenómeno cada vez más común y con un rango más grande de afectados. Es decir, gracias al contacto constante con nuevos aspectos culturales en el internet, las personas viven en una constante aculturación, algunos más que otros, que define y marca de diferentes maneras sus propias identidades.



### 2.1.8.1 ACULTURACIÓN EN LATINOAMÉRICA.

Por aculturación se puede entender “*todo tipo de fenómenos de interacción que resultan del contacto de las culturas*” (Heise, Tubino, Ardito, & del Pozo O, 1994) pero también se la puede considerar como un proceso social de encuentro de dos culturas en términos desiguales (enfaticando la desigualdad), donde no existe un intercambio balanceado sino más bien se refiere a que una de ellas deviene dominante y la otra dominada.

Por un lado, es dominante porque la cultura invasora actúa imponiéndose por la fuerza o la violencia, una interacción como una conquista involuntaria y muchas veces desapercibida que se vale de múltiples recursos de subsistencia para esparcirse y ganar fuerza. (Wachtel, 1989)). Eso es un fenómeno recurrente en la contemporaneidad pues con el nuevo espacio virtual, es el individuo que decide y forma su propio híbrido de identidad. Hay que recalcar que, pese a la fuerza con la que se puede insercionar una cultura, la que interviene no logra una dominación total sobre la otra, sino más bien la cultura “intervenida” pierde parte de sus patrones culturales para dar espacio a la nueva cultura. Es a partir de las imágenes de los otros y de sí mismos que las relaciones de aculturación toman fuerza.

Para la lógica de los conquistadores en la historia latinoamericana los “nativos” eran casi siempre tachados como *salvajes, paganos y bárbaros, esto porque los consideraban seres “sans roi, sans loi, sans foi”* (Rowe, 1964) (sin rey, sin leyes, sin cordura). Es la fuerte necesidad de “racionalizar” a las personas de este continente que los colonizadores impusieron su cultura sobre la gente, esto es un buen ejemplo de aculturación pues aun siendo forzados a tomar una cultura extraña el ecuatoriano nunca ha sido idéntico en comportamiento y valores al español.

En la actualidad latinoamericana, sin embargo, muchas de estas discriminaciones españolas se han mantenido a menor escala. Es más, la aculturación fundamentalmente etnocéntrica que presenta el internet la cual ha tomado fuerza y sigue siendo vigente, ahora se observan generalidades como el pensamiento que todo árabe es un “terrorista” o que todo latino es “infiel”.

### 2.1.8.1 ACULTURACIÓN EN ECUADOR

Existen muchos países latinoamericanos, como Argentina y Brasil, que presentan una identidad nacional firme que han apoderado como suyas, este no es el caso del Ecuador. La ya mencionada diversidad y bifurcación dentro del propio país ha conllevado a que se vuelva extremadamente susceptible a la aculturación. Es más, el tema de este país es interesante porque, así como varios otros países latinoamericanos (Colombia, Bolivia, etc.), Ecuador nace de un proceso fuerte de aculturación, proceso que en muchas ocasiones ha generado problemas internos pues, sin tener un punto concreto en común, ha habido casos en las que ciudades como Guayaquil han querido volverse independientes.

“El mismo hecho que los jóvenes ecuatorianos prefieren aprender más sobre elementos culturales extranjeros que de los de su patria representa un argumento a la apropiación cultural. Otro término entra dentro de este proceso: aculturación que, en base, se define como la adopción de una persona o grupo de los elementos culturales de otra” (Gordon, 1964)

Es esta falta de apropiación cultural que ha dado nacimiento a la gran aculturación que viven los jóvenes hoy en día, proceso el cual se es mucho más notorio en la cantidad masiva de culturas urbanas que existen en el propio espacio ecuatoriano.



Figura 10. Resumen gráfico Aculturación

### 2.1.9 HIBRIDACIÓN CULTURAL

Mientras que en la aculturación existe una cultura dominante y una dominada donde una debe ceder para la otra, en la hibridación cultural existen cambios o uniones entre procesos socioculturales que se mezclan para crear nuevos elementos.

La hibridación cultural es una respuesta directa a la expansión informática que se dio con los procesos de la digitalización y la globalización. Nace la necesidad de un término explicativo que embarque las consecuencias culturales que vienen del individualismo. Con la búsqueda constante de sentir original, el individuo contemporáneo sigue listas de patrones que consideran importantes (sea porque en su entorno se ha vuelto popular o porque lo ha considerado especial). Estos patrones de acciones generan un cambio en la cultura de la persona en sí. Un ejemplo de la hibridación cultural es la mezcla de personas ecuatorianas que practican yoga; el yoga es un concepto que proviene de la cultura hindú y aun así existen personas ecuatorianas que practican el yoga todos los días pero que al mismo tiempo alaban a la Pachamama y no celebran semana santa.

“Entre los cambios que se generan dentro de las culturas se encuentra la hibridación cultural. Se habla de hibridación en el sentido en que practicas o procesos socioculturales se mezclan, creando nuevos elementos socioculturales” (Canclini & Piedras, Las Industrias culturales y el desarrollo de México, 2008)

#### 2.1.9.1 IMPERIALISMO CULTURAL

Se refiere al imperialismo cultural al poder procesado y entregado a la cultura “superior”, se instituye que la cultura, al mover grandes masas de personas e influenciar directamente los pensamientos de las personas, otorga un poder no visible. Es decir, al imponerse una cultura “superior” se deja a un lado la cultura “local” y esto es definido según el poder que posee dicha cultura. Es decir, “el imperialismo cultural define una parte de la dominación cultural que se realiza mediante la comunicación” (Castells M. , Comunicación y Poder. , 2009 )

“Está probado que, en los procesos de dominación, no es solamente el poder de coerción a física el que se impone, sino que, paralelo a la fuerza física, está el mundo de las ideas que se convierten en fuente de argumentación permanente generalmente mucho más efectivas en el a proceso de imponerse y consolidar las relaciones de poder sobre la vida y mentalidad de un conglomerado social” (Foucault, 1985)

Es decir que dentro del propio pensamiento de la persona puede existir procesos de dominación entre las ideas y aspectos de influencia mediante los cuales sigue su vida. Un ejemplo del imperialismo cultural se puede encontrar en el propio Ecuador, es decir, es posible y muy común encontrar personas vestidas con la moda americana, pero en Estados Unidos es muy raro y difícil encontrar a personas que se vistan como cucuruchos.



Figura 11. Resumen gráfico Hibridación Cultural

## 2.1.10 DESTERRITORIALIZACIÓN

"La realidad hoy se ha expandido en el espacio al tejer una red de relaciones entre las naciones y se ha vuelto más compleja, más densa, al vincular más estrechamente las diversas esferas de la sociedad (...) La realidad ha crecido a lo ancho y a lo largo, en lo geográfico y en su complejidad" (Galindo, 2003)

### 2.1.10.1 DESTERRITORIALIZACIÓN EN LATINOAMÉRICA

Guattari y Deleuze plantean que "El territorio se puede desterritorializar, esto es, abrirse, en líneas de fuga y así salir de su curso y se destruye. La especie humana está sumergida en un inmenso movimiento de desterritorialización, en el sentido de que sus territorios 'originales' se rompen ininterrumpidamente con la división social del trabajo, con la acción de los dioses universales que ultrapasan las tablas de la tribu y la etnia, con los sistemas maquínicos que llevan

a atravesar, cada vez más rápidamente, las estratificaciones materiales y mentales” (Deleuze & Guattari , Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia., 1997) América Latina es un ejemplo de un espacio que se ha construido a partir de la mezcla cultural, es debido a la gran cantidad de culturas que han sido impuestas; algunas por el regionalismo, algunas por la digitalización y otras por procesos violentos como ocurrió durante el colonialismo.



Figura 12. Resumen gráfico Desterritorialización

Esta deterritorialización en Latinoamérica, a causa de la globalización y la agrupación que el exterior ha dado a esta región, ha tenido varios efectos en la propia sociedad. Se considera como espacio de tránsito a la literatura pues son los escritores y críticos que se exilian o se desexilian de una realidad conceptual desencabezada y, por ende, influyen a sus seguidores a seguir y buscar lo mismo. Es también a partir de este apego de las masas hacia la literatura que se insertó de manera más fácil el concepto de un espacio virtual influyente y que consideran fidedignos, concepto que no es necesariamente lo mejor para poder asegurar una interacción segura. (Ángel & Montoya Juárez, 2011)

Tabla 3.  
Comparativa entre términos relacionados a la cultura

<b>Aculturación</b>	<b>Hibridación Cultural</b>	<b>Desterritorialización</b>
El aprendizaje de la conducta adecuada de una cultura anfitriona o dominante que reemplaza la cultura propia.	La hibridación o combinación de ciertos elementos culturales externos con los propios.	La realidad ha llevado a una relación entre naciones, vinculándolas y dando un sentimiento de eliminación de fronteras.
Ej.: La colonización Española.	Ej.: La salsa: Hibridación entre el Jazz y la música de Puerto Rico.	Ej.: Los tratados Internacionales (Derechos humanos, derecho del comercio internacional, etc.)
La desterritorialización ha dado fuerza a la aculturación pese a que esta ha existido desde antes que la desterritorialización.	El termino nace con la Posmodernidad pero es expandido y enfatizado por la digitalización y la globalización.	Es una consecuencia directa de la globalización que ha tomado fuerza gracias a la digitalización.

#### 2.1.11 REALIDAD CONTEMPORÁNEA

“Latinoamérica vive un cambio de tipo societal predominante que se ha venido dando desde la mayor parte del siglo pasado. Este cambio es definido por dos procesos: La interpretación entre la industria nacional con la globalizada, y la desarticulación entre Estado, representación y sociedad civil.” (Garretón, 2001)

##### 2.1.11.1 HIPERREALIDAD

La creciente diversidad en las posibilidades actuales de manipulación de la imagen nos obliga a reconsiderar las relaciones entre verdad y mentira, existencia y ficción, falsedad y autenticidad, realidad e hiperrealidad.

La representación mediática (esencialmente) ha disuelto a la realidad: el mapa borró al territorio. Se puede decir que los medios en general huyen directamente del silencio pues en el silencio no existen.

Umberto Eco (Eco, 1973) propone el concepto de “hiperrealidad” para referirse a las construcciones que pretenden ir más allá de lo real por el simulacro, como los parques temáticos de Reino Aventura o *Six Flags, DisneyWorld* y *Futuroscope*. Las Vegas es un espacio hiperreal que imita los grandes monumentos del mundo en una ciudad del desierto de Nevada. Y, sin embargo, *Disneyworld* y Las Vegas existen, son reales y auténticas falsificaciones de pueblos del Oeste Americano, de la Estatua de la Libertad o la esfinge de Guiza, que ostentan incluso, por escala y acabado, el hecho de ser falsificaciones.

Para Baudrillard el simulacro de Disneylandia:

“existe para ocultar una simulación de tercer orden: Disneylandia es presentada como imaginaria con la finalidad de hacer creer que el resto es real, mientras que cuanto la rodea, Los Ángeles, América entera, no es ya real, sino perteneciente al orden de los hiperreal y de la simulación. No se trata de una interpretación falsa de la realidad (la ideología), sino de ocultar que la realidad ya no es la realidad y, por tanto, de salvar el principio de realidad.” (Baudrillard, 1978)

En *Cultura y simulacro*, Baudrillard explica dos categorías analíticas fundamentales para entender su pensamiento: La Masa y La Mayoría Silenciosa. Se trata de la simulación en el caso de las masas y del disimulo en el caso de las mayorías silenciosas, es decir, las masas simulan tener lo que no tienen y ser lo que no son. Las mayorías silenciosas disimulan tener o ser individuos y se camuflan en masa.

Estas masas vacías de sentido, como bien señala Baudrillard, no son buenas transmisoras ni de sentido ni de lo social y cual esponjas absorben toda la



energía de lo social hasta caer por su propio peso. Agujeros negros del sentido. Así, mientras que las masas son individuales simulando ser individuos, las mayorías silenciosas están compuestas por individuos disimulando serlo como forma de protección, es decir se encuentran en resistencia para preservar su identidad y utilizan el silencio como arma poderosa para desestabilizar el orden que los ha convertido en caricatura de la ciudadanía y que cree que ejerce un poder político sobre ellos, cuando en realidad simula ejercerlo pues no es ni reconocido, ni otorgado por dicha mayoría.

#### 2.1.11.2 Realidad contemporánea en Ecuador.

"Las culturas juveniles no son visibles per se, se las puede comprender e interpretar a través del análisis de los consumos culturales y de las formas de expresión adscritas a estos; en la manera de vestirse, de ver televisión, de escuchar música o ir a la discoteca" (Cervino, Chiriboga, & Tutivén , 2001)

En la realidad contemporánea ecuatoriana existen dos grandes fenómenos que han cambiado la manera que funciona el propio país, hablamos de la globalización (específicamente el consumismo) y la digitalización. Se vive una realidad donde el territorio virtual se lo considera más fidedigno que el propio gobierno y el cual establece, hasta cierto punto, el valor individual en la sociedad. Se fortalece además las tendencias virtuales y es la fama un sinónimo de éxito. (Yépez, 1998) Paralelamente existe lo que se llama "consumos culturales", consumos que afirman que la persona es parte de la producción y apropiación del sentido social, en palabras más simples existen materiales que sus consumos se han vuelto parte de la aprobación social o como un símbolo de status en la sociedad.



Figura 13. Resumen gráfico Realidad Contemporánea

"Dentro de las tendencias globalizantes del modernismo, las industrias culturales han desempeñado un papel relevante, pues apuntan hacia la estandarización de pautas culturales para luego cambiarlas en una lógica enfebrecida donde prevalece la búsqueda de la ganancia, montada en una incesante transformación de modas, estilos y expresiones" (Valenzuela, 2009)

#### 2.1.12 IDENTIDAD GENEALÓGICA

Para poder comprender qué es la identidad genealógica se debe primero establecer el concepto de familia; este término puede ser conceptualizado como una agrupación permanente y socialmente autorizada de padres e hijos. A esto se debe añadir que la familia contemporánea no solo se delimita a las personas con las que se comparte sangre o ADN sino a cualquier persona que se considere como una guía indispensable que sirve de apoyo y cuidado (como lo harían una "familia" ideal).

Los sociólogos condensan su atención “En la actividad genómica de la familia, porque han advertido que, en todos los tiempos y lugares, trascendiendo las vicisitudes y eventualidades del cambio de costumbres, los hombres han regularizado e institucionalizado la actividad generadora por medio de la familia, constituyendo esto lo que los antropólogos americanos llaman un *pattern universal* de cultura.” (Gustavikno, 1987) Es decir, que es desde el núcleo familiar que se forma muchas de las características morales de las nuevas generaciones. La identidad genealógica tiene que ver con las personas que el propio niño considera como “familia” y sus características compartidas que reconoce como icónicos y parte de sí mismo.

#### 2.1.12.1 LA FAMILIA COMO BASE DE LA CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA SOCIAL.

La familia es la más antigua de las instituciones humanas, es un elemento importante para el propio funcionamiento de la sociedad y un fantasma siempre presente en la vida social. Es a través de ella que, “la comunidad no sólo se provee de sus miembros, sino que se encarga de prepararlos para que cumplan satisfactoriamente el papel social que les corresponde. Es el canal primario para la transmisión de los valores y tradiciones de una generación a otra” (Gustavikno, 1987)

“La familia es considerada como el gran pilar de la construcción identitaria social, pero no es el único factor. Valenzuela explica que, “En un mundo definido por importantes procesos globales, donde se manifiestan elementos intensos de conectividad, cercanía y simultaneidad, las relaciones de otredad y alteridad se densan y se convierten en referentes de auto y hetero identificación” (Valenzuela, 2009)

En la realidad contemporánea es imposible decir que las instituciones tradicionales son las únicas que afectan al individuo, pues el individuo es afectado de todo lo que le rodea. Es al final la misma persona, utilizando los

morales y pensamientos que generalmente cosechan de la familia, que forma y decide sus propias identidades.

Por lo que las identidades juveniles se vuelven algo relacionales, a diferencia de lo que “piensan algunos teóricos de las posmodernidades, de los neotribalismos y de los particularismos” (Valenzuela, 2009) solo tienen sentido en un ámbito social del cual conforman sus estilos y formaciones de vida.

#### 2.1.12.2 CONCEPTO FAMILIA CONTEMPORÁNEA.

“En la actualidad, la diversidad de la vida familiar es considerable, hasta el punto que no parece que exista una norma estándar de forma familiar ni de un prototipo de familia contemporánea.” (Jadue, 2013)

A raíz de la mayor incorporación de la mujer en el mundo laboral, y la creciente necesidad de un sueldo doble, ha revolucionado completamente el rol en la familia.

Es gracias a la disminución de tiempo compartido por los miembros de la familia que ha conllevado, poco a poco, a generaciones más individuales y solitarias. Esto es porque “Dentro y fuera de la familia el ser humano, el individuo, se convierte en actor de la segurización de su existencia y de la planificación de su vida para acceder al mercado laboral, con lo que da prioridad a sus propias metas y define su identidad propia en términos de atributos personales más que de identificación con su grupo familiar y social.” (Valenzuela, 2009)

No obstante, es imposible negar completamente el rol familiar en el crecimiento del niño, si fuera así no existirían tantas diferentes personas, pero es posible afirmar que, en la actualidad, con la sobresaturación de información e influencias, los individuos crecen como un canvas lleno de colores y trazos.

#### 2.1.12.3 INTERACCIÓN FAMILIAR

“La fragilidad del vínculo conyugal ha dado como resultado unos vínculos más basados en el afecto y la búsqueda del bienestar emocional que en la reproducción de un patrimonio, mientras, por otra parte, la recomposición familiar ha dado lugar a la generalización de unos vínculos, que, si bien existían, eran concebidos de otra manera. “ (Gomila, 2011)



Figura 14. Resumen gráfico Identidad genealógica

Es así que la interacción familiar se torna hacia lo que el padre considera “correcto” para el niño y lo que el niño comparta con el padre, es decir que se basa en la confianza que ambos integrantes proporcionen.

Al tornarse en una interacción mucho más hacia lo emocional y lo “correcto” (correcto según lo que se considere socialmente aceptable), la relación familiar se convierte en un tema delicado y sorpresivamente frágil donde la soledad se ha convertido en un tema recurrente.

### 2.1.13 PSICOLOGÍA INFANTIL

Las pautas marcadas principalmente por las normativas relacionadas con la edad ha sido lo que ha marcado el ritmo del desarrollo psicológico (Baltes, 1998

); mediante la edad se puede realizar predicciones sobre su desarrollo. Existen patrones cronológicos que proporcionan una pauta evolutiva del crecimiento del niño de acuerdo a determinantes biológicos y ambientales. (Rodríguez, y otros, 2007) La psicología infantil usa estos patrones normativos para poder notar alteraciones, realizar el diagnóstico diferencial y determinar si se trata de alguna entidad patológica o son adaptaciones evolutivas a acontecimientos vitales estresantes.

Según la Organización Mundial de la Salud, “la prevalencia de trastornos psicológicos en la infancia oscila entre el 10 y el 20%” (OMS, 2001), es en estas cifras que existe una variabilidad entre el 7 y 30,2%. Sobre la cual, Valero y Ruiz señalan que, “del total de la muestra, un 8,5% presentaba trastornos de inicio en la infancia y la adolescencia, y el diagnóstico más frecuente era el trastorno del comportamiento y de las emociones (F90-98 de la CIE-10), con una incidencia del 66,1%” (Valero & Ruiz, 2003). En la mayoría de los casos las problemáticas de los niños se las podrían describir como problemas de conducta.

En otro estudio, siguiendo la clasificación de la Décima Revisión de la Clasificación Internacional de Enfermedades (CIE-10) (OMS, 1993) “se observa que son los trastornos de conducta los diagnosticados con más frecuencia (un 23%), seguidos de los depresivos (14,6%), los de ansiedad (13,3%), los específicos del desarrollo (12,7%) y los de eliminación (9,7%)”. (Aláez, Martínez-Arias, & Rodríguez-Sutil, 2000)

Se descubrió que mientras mayor la edad, menos existen trastornos de conducta y eliminación, pero más problemas de ánimo y alimentación. (Baeyens, Roeyers, Walle, & Hoebeke, 2005)

Paralelamente se concluyó que en los varones de 6 a 12 años existen “porcentajes más elevados de indicadores psicopatológicos externalizantes que en niñas” (López-Soler, Castro, Alcántara, Fernández, & López, 2009) . De la misma manera se volvió claro que los niños obtienen calificaciones más altas en alteraciones externalizantes y más bajas en internalizantes.



Figura 15. Resumen gráfico Psicología Infantil

### 2.1.13.1 IMPACTO DIGITAL EN LOS NIÑOS.

“Al nuevo *Homo informaticus* se le exige no sólo unas nuevas habilidades (el *Know-how*), sino, además, una nueva conciencia. Esta presión puede conducir a dos consecuencias negativas: a aumentar la fosa o desnivel de información y de poder entre los ciudadanos de status socioeconómico alto -capaces de telematizar sus empresas y sus hogares- y los ciudadanos pobres preinformáticos, que suelen padecer además por similares razones una discriminadora marginación massmediática, pues carecen de magnetoscopio, cablevisión, antena parabólica, etcétera.” (Gubern, 1991)

Los niños y adolescentes- de una clase media hacia arriba- viven expuestos constantemente con los nuevos sistemas de comunicación (televisión, juegos

electrónicos, etc.) al punto de que viven en los ciberespacios como naturales y se socializan en sus códigos, formando aquí valores de formas cognitivas.

"El 'tiempo libre' se vive al ritmo de la tecnología del video, computadora, parabólicas o cable, y otros procesos electrónicos de socialización, entre los cuales se incluyen las máquinas de juego. El mercado y las pautas de consumo uniforman el guardarropa urbano" (Valenzuela, 2009)

Podemos darnos cuenta que esto es un problema que es poco atendido pues en la mayoría de los casos escolares, al adquirir un taller de computación se asegura la contratación de un técnico operativo que se encargue del aparato, más no toman en consideración la necesidad de que exista una guía educada que se encargue de educar a los niños en los posibles escenarios que podrían encontrar. Es decir que” sus directivos deben ser conscientes de que es necesario no sólo comprar equipos, el hardware y el software y contratar aún técnico informático para el control del taller, sino también debe capacitar a todo el equipo docente de una manera adecuada como para conducir el proyecto educativo que incluya a la informática con objetivos planteados pedagógicamente” (Schuster, 1993)

#### 2.1.13.2 IMPACTO DIGITAL EN EL APRENDIZAJE.

“(.) El *e-learning* denomina “objeto” a cualquier recurso digital útil para el aprendizaje, pero su calidad está determinada por la forma de operativización, disposición, indexación y utilización en la práctica educativa. Con la estandarización se pretende facilitar la reutilización e interoperabilidad entre los elementos digitales de contenidos y los sistemas de gestión de aprendizaje LMS. En cuanto a los metadatos son etiquetas descriptivas para localizar “objetos” en la red o repositorio. Incorporan rasgos del material como la forma de implementarlos. Se denomina empaquetamiento al conjunto de instrucciones que contienen la descripción, localización de los materiales en línea y sus características tecnológicas” ( Aretio, Corbella, & Figaredo, 2007)



Es la incorporación de la "Tecnología" y, en particular, las nuevas tecnologías de la información como elementos básicos y comunes en los medios de aprendizaje y alrededor del propio niño que ha llegado a contribuir a una mayor vinculación entre los contextos de enseñanza y las culturas que se desarrollan más allá del ámbito escolar. Es importante esta vinculación pues es gracias a esta que se ha llegado a sembrar el interés propio del niño por el aprendizaje.

Es una reacción engranada en las nuevas generaciones donde le otorgan el rol de suministrador de información a las tecnologías y no a las personas alrededor de ellos, esto puede ser bueno y malo. Del lado bueno, "Hoy los medios de comunicación, especialmente la radio, la televisión y el internet, al alcance de la mayoría de la población, presentan de un modo atractivo información abundante y variada" (Litwin, 2000). Pero por el lado malo, esta misma sobresaturación de información puede llegar a tener impactos negativos en el propio desenvolvimiento del niño.

#### 2.1.14 PARTICIPACIÓN DE LA FAMILIA EN LOS ESTUDIOS

"Las investigaciones sobre el papel de los padres en el desarrollo moral del niño sugieren que las pautas de comunicación paterna pueden favorecer o bloquear este desarrollo. Los padres afectivos que utilizan estrategias inductivas de comunicación y con tendencia a tratar abiertamente temas morales tendrán con mayor probabilidad hijos con un razonamiento moral más maduro." (Berkowitz, 1992)

La participación familiar en los estudios tiene una influencia enorme en la manera que el niño se desenvolverá, esto es debido a que el ambiente familiar afecta en el comportamiento y actitud del propio individuo. Como se ha expuesto previamente en otros puntos, el niño es como una esponja que absorbe todo de sus alrededores consciente e inconscientemente.

##### 2.1.14.1 EL ROL DE LA ESCUELA EN LA ESTRUCTURA SOCIAL

"La escuela desempeña un papel insoslayable, aunque limitado, como parte de la formación cultural juvenil, entendida como el conjunto de procesos que participan en la definición de sentidos y significantes de la vida" (Valenzuela, 2009)

Es en el siglo XIX que nace la educación escolar con la finalidad de alfabetizar a la clase trabajadora para poder incrementar la calidad de procesos productivos, además fue la respuesta de los estados nacionales a la democratización del conocimiento. "Ello implicó un modelo de escolarización que en sus formas organizativas y metodológicas imitaba los modos de producción industrializada en masa" (Moreira, 2005 )

#### 2.1.15 ROL DE LOS PADRES

El rol de los padres, progenitores o figuras paternas son importantes en el crecimiento del infante, desde el lenguaje hasta sus maneras de reaccionar hacia problemas son aspectos de la personalidad del niño que se desarrollan basándose en el ejemplo que refieren de estas figuras.

Es el estilo de lenguaje y la cantidad de frecuencia con la que los padres conversan con sus hijos que es uno de principales predictores del lenguaje y aprendizaje temprano infantil. Es a partir de la forma de hablar del adulto que el niño forma una forma de expresión, es beneficiario para ellos hablar con un adulto con un lenguaje variado y con bastante información sobre los acontecimientos de su medio ambiente. Adicionalmente, "los padres que reaccionan contingentemente frente a las iniciativas exploratorias y verbales de sus niños a través de descripciones y preguntas verbales tienden a tener niños con mayores avances productivos y receptivos en lenguaje, conciencia fonológica y habilidades de comprensión de historias." (Tamis-Lemonda & Rodriguez, 2008)

No obstante, es con la inserción de la digitalización en la vida cotidiana y la fomentación del individualismo que ha conllevado a una generación de infantes

que determinan, desde una edad mucho más temprana, lo que es relevante y lo que no. Aun así, está claro que es la imagen y el estilo parental de crianza que influye en cómo se desarrollará el niño.

#### 2.1.15.1 LIMITANTES DE CONTROL

Existen limitantes que se salen fuera del control de los propios padres, es decir aspectos que influyen directamente al niño y que se sale de las propias manos. Entre estas podemos mencionar el factor de la digitalización y globalización, estos movimientos han llegado a ser tan inmersos en la realidad actual que, al menos de que se separe al niño de la sociedad, es casi imposible evitarlos.

La exposición del niño a la tecnología es un aspecto que es respaldado por muchos gobiernos como método para fomentar el aprendizaje, este es el caso de Ecuador, donde la computación se ha vuelto parte del conocimiento general y más bien se implementan tecnologías para ayudar a fomentar el estudio particular.

Aparte de esto, Tamis-Lemonda y Rodríguez hicieron una investigación sobre los padres y sus características y cómo influyen estas al niño, de estas sacaron las siguientes conclusiones: Mencionan primero sobre la edad de las madres, dicen que “comparadas con madres mayores, las madres adolescentes despliegan menores niveles de estimulación verbal y participación, mayores niveles de intrusismo, lenguaje menos variado y complejo. Las madres con menores niveles de educación les leen a sus hijos menos frecuentemente y demuestran un lenguaje más simple y menores habilidades de alfabetización, lo cual afecta la cantidad y calidad de las interacciones verbales madre/hijo.” (Tamis-Lemonda & Rodríguez, 2008)

La educación de los padres resultó ser relacionada con el ingreso familiar, es decir que “los padres que viven en la pobreza tienen niños en riesgo de presentar problemas socioemocionales, académicos y cognitivos. El estatus socioeconómico bajo está asociado a un lenguaje proveedor de experiencias más limitado durante los años de preescolar.” (Tamis-Lemonda & Rodríguez, 2008)

Como ultima característica mencionan que “las madres hispanas y africanas, en promedio, son menos proclives a leerles a sus hijos que las de raza blanca y no hispanas y las familias hispanas que hablan español tienen menos libros para niños disponibles en el hogar que sus contrapartes no hispanas.” (Tamis-Lemonda & Rodriguez, 2008)



Figura 16. Resumen gráfico Rol de los padres

Para concluir, el rol paterno es uno de los trabajos más difíciles que existen pues consciente o inconscientemente tendrá un efecto en la crianza y crecimiento social y moral del propio niño. Aun así, al contrario de lo que los espacios digitales tratan de vendernos, los humanos no podemos controlar todo a nuestro alrededor ni de nosotros mismos.

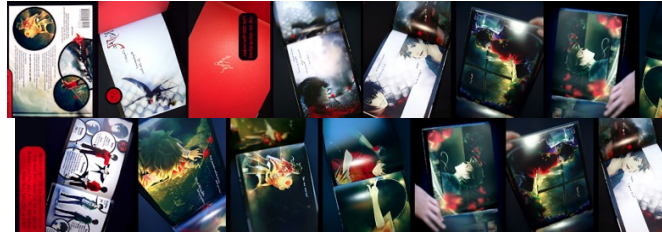


Figura 17. Resumen general de Antecedentes

## 2.2 ASPECTOS DE REFERENCIA

### 2.2.1 REFERENCIAS GRÁFICAS

#### 2.2.1.1 “KNITE” WEBCOMIC DE YUUMEI



*Figura 18.* Previsualización de primer tomo "Knite".

Tomado de Yuumei, 2013.

Lo interesante por recalcar de Knite, es su incorporación de pequeñas animaciones y el impresionante uso del simbolismo en la historia. Desde el diseño de personajes hasta los elementos de interacción son símbolos y representaciones de diferentes iconos de la cultura China, es más, Yuumei (la creadora) dedica esta historia a su país natal. Es la incorporación de una historia mística, con referencias culturales chinas y personajes únicos por el simbolismo usado en su diseño.

#### 2.2.1.2 “AXIS POWERS HETALIA” DE HIMARUYA HIDEKAZI.



*Figura 19.* Hetalia Axis Powers Vol.4.

Tomado de Himaruya, 2010.

Lo interesante de esta serie es el concepto en general, aunque no lo parece a primera vista, Hetalia es una serie sobre los eventos mundiales históricos tales como las guerras mundiales. ¿Cómo? Pues Himaruya tuvo la loca idea de humanificar los países, es decir, usando los estereotipos y diferentes aspectos culturales manifestó a cada país como una persona.

Así, se tiene personajes serios y fríos como es Alemania, hasta personajes heroicos y ruidoso como es Estados Unidos.



Figura 20. Hetalia Character expression Sheet.

Tomado de Himaruya, 2008

### 2.2.1.3 “VOLTRON: LEGENDARY DEFENDERS” DE DREAMWORKS.



*Figura 21.* Voltron arte Promocional.

Tomado de Top Animation, 2016.

Voltron es una adaptación de la serie del mismo nombre de año de 1984. El punto de la serie es demostrar la historia original, pero haciéndolo más llamativo para los niños de hoy en día. Siendo una adaptación con el propósito de apelar a audiencias actuales, nos sirve como referente para tener en consideración la tendencia de animación que existe hoy en día.



*Figura 22.* Comparación Voltron 2017 & Voltron 1984.

Tomado de Top Animation, 2015.

#### 2.2.1.4 "THE SANDMAN" DE VERTIGO COMICS



Figura 23. The Sandman banner.

Tomado de Vertigo Comics, 2009.

#### 2.2.2 REFERENCIAS FUNCIONALES.



Figura 24. Resumen gráfico Referencias funcionales

Adaptado de (Square Enix, 2015), (Yuumei, 2011), (Villarreal,2010.)



### 2.2.2.1 “RUMINATION” DE YUUMEI.

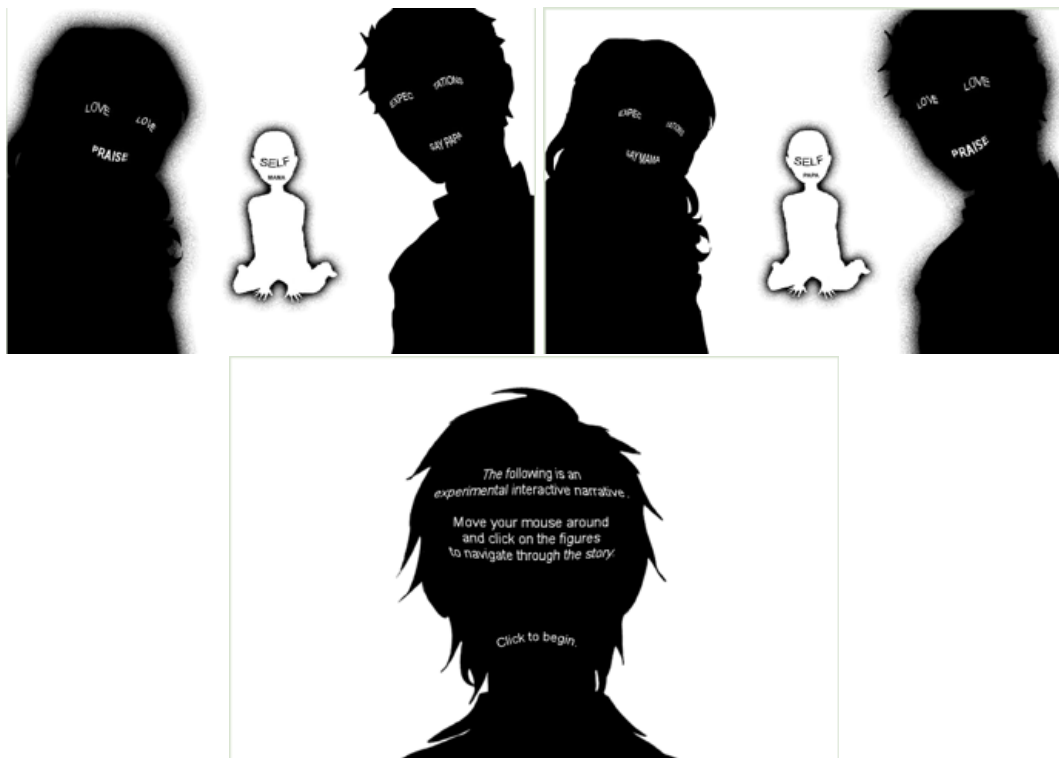


Figura 25. Rumination Screenshots.

Tomado de Yuumei, 2011.

Rumination es un trabajo experimental. La historia se torna según las decisiones, pero, en este caso, no importa lo que decidas llega al mismo final.

La temática de la historia es el divorcio y el punto es comunicar que el pasado no puede ser cambiado, de aquí el nombre (ruminate- reflexionar o arrepentir). Su punto es hacer reflexionar al lector para que deje el pasado atrás y mire adelante a las cosas por venir.

### 2.2.2.2 “LIFE IS STRANGE” DE SQUARE ENIX

Lo interesante de *Life is Strange* es el mapeo de su historia, con la gran cantidad de finales basados en las decisiones que realizas, dan a comunicar muchos temas que, de otra manera, sería difícil de comprender. El mensaje más grande que comunica este extenso juego, es que, aunque tengas el poder de cambiar el

tiempo, no es necesariamente lo mejor hacerlo, a la par también llega a la conclusión que muchas veces por salvar una persona mueren muchas más. El poder de enseñanza indirecta se ve claramente en este ejemplo.



Figura 26. Fotografías "Life is Strange".

Tomado de Square Enix, 2015.

### 2.2.2.3 "ANDEAN SKY" DE CARLOS VILLARREAL.

El espectacular uso y relación entre animaciones y un comic estático es destacable. A la mano con el uso de simbolismo y representación cultural en una realidad alternativa antiutópica, da como resultado una pieza única.



Figura 27. Panecillo comic "Andean Sky" vol.1.

Tomado de Villarreal, 2010.



*Figura 27.* Entidad Comic "Andean Sky".

Tomado de Villarreal, 2010.

## 2.3 ASPECTOS CONCEPTUALES

### 2.3.1 DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO (DCU)

“El Diseño Centrado en el Usuario (DCU) es el término general que se utiliza para describir el diseño en el que el usuario influye en el resultado final. Es, al mismo tiempo, una filosofía y un proceso. Una filosofía, una orientación estratégica, que sitúa a la persona en el centro con la intención de desarrollar un producto adecuado a sus necesidades y requerimientos, y un proceso de diseño que se centra en los factores cognitivos de las personas y como éstos intervienen en sus interacciones con los productos.” (Norman & Draper, 1996)

También considerado como una metodología, el diseño centrado en el usuario se trata de una filosofía de diseño en la cual las necesidades, metas y el éxito con el usuario final son consideradas como prioridad. Una de las claves para el DCU es crear una interfaz de producto que sea intuitiva y que vaya de la mano con el modelo mental del usuario y sus objetivos propuestos para el uso del producto. El proceso de Diseño Centrado en el Usuario muchas veces incluye el análisis de las acciones típicas y frecuentes del usuario, se trata también de

identificar los diferentes grupos de usuarios basados en sus necesidades y prioridades.

#### 2.3.1.1 DISEÑO CENTRADO EN NIÑOS

Los niños representan hoy en día un grupo de usuarios importantes para la tecnología y los softwares, como resultado de esto ha nacido la idea y tendencia de darle atención a los específicos de como diseñar para niños, esto paralelamente yendo de mano con los conceptos básicos de DCU.

Este grupo de usuarios es único en muchas maneras: sus objetivos mientras usan las computadoras son típicamente o de educación o entretenimiento encima de la productividad; poseen una lista grande de habilidades y destrezas; y sus experiencias con las computadoras comienza desde una temprana edad y les acompaña por toda su vida.

Como menciona Druin en su libro "*A Place called Childhood*" (Druin, A Place Called Childhood, 1996), los niños no son adultos miniatura y los principios de diseños formulado con adultos en mente no puede solo ser escalado en estatura- los niños tienen sus propias necesidades y metas que no necesariamente pueden ser resueltas con herramientas adultas.

Estas diferencias dan razón a la necesidad para diseños diferentes. Por ejemplo, un producto cuyo fin es la educación o el entretenimiento la motivación del usuario y el apego del mismo son tan importante como la eficiencia del mismo producto. Su valor solo se gana si los usuarios pasan tiempo propios con el producto y este conserva su atención.

Los diseñadores de la tecnología para niños deben concentrarse no solo en la mecánica de sus interfaces sino también en los aspectos que mantendrán al niño enganchado con el producto. Similarmente, así como productos que son para adultos usualmente hacen asunciones sobre sus usuarios- como la habilidad para leer, escribir, tipear y comprender conceptos abstractos- los productos creados para niños deben tener cuidado tomando en consideración muy de cerca su audiencia a la que se dirigen.

La etapa de crecimiento del niño dictara que se puede esperar razonablemente de ellos en términos de interacción.

Cualquier producto sobresaliente necesitara ser adaptado a las necesidades particulares de sus usuarios, incluyendo modos de comunicación, métodos de entendimiento, tareas y apariencia.

Alisson Druid y Morgan Kaufmann exponen en su libro *"Children as Our Technology Design partners"* (Druin & Kaufmann, Children as Our Technology Design Partners, 1999) que los primeros diseñadores asumieron que tomando una interfaz que funciona para adultos, añadiendo algunas animaciones y colores brillosos, automáticamente hace que el contenido sea apropiado para menores de edad, y raramente se tomaba en consideración al niño para la creación de sus productos. Aun así, recientemente, los diseñadores han reconocido la diferencia en diseñar para estos usuarios y han trabajado para dar una voz a los niños en el proceso de diseño. Como resultado existen hoy en día un número considerable de guías de diseño específicamente para niños.

Pero estos principios han sido difíciles de encontrar. La investigación del diseño para infantes conlleva muchas disciplinas; interacción humano-computadora, educación y estudios psicológicos han hecho contribuciones significantes en esta área.

Esta nueva distribución de información significa que es difícil encontrar conocimiento relevante cuando se comienza a diseñar un nuevo producto. El problema resuena por el factor de que algunos aspectos aceptados para interfaces deben ser 'reformadas' o adaptadas para niños.

Para que el diseñador pueda usar bien la información, debe concentrar las fuentes y organizarlas. No obstante, a continuación, está expuesto un catálogo inicial y básico de los principios de diseño para la tecnología para los niños.

"El desarrollo de los niños puede ser categorizado en 3 áreas principales: Cognitivo, físico y social/emocional. El desarrollo cognitivo toma en consideración el crecimiento mental e intelectual del infante. El crecimiento físico trata con el desarrollo de las habilidades de las habilidades motrices finas y gruesas al mismo tiempo que la coordinación

del niño. El crecimiento social y emocional están atados el uno con el otro: el desarrollo social trata sobre la formación de relaciones con los demás y el desarrollo emocional se refiere a la habilidad de entender, regular y expresar sus propios pensamientos del niño, as también como la capacidad de sentir empatía y compasión. Para poder cumplir las necesidades y expectativas del niño, la tecnología debe tomar y apoyar el crecimiento de estas áreas.” (Chiasson & Gutwin, 2005)

### 2.3.2 DISEÑO COGNITIVO

Con el término cognición se refiere a todos “los procesos mentales que el hombre lleva a cabo para entender el mundo que le rodea. De tal entendimiento las personas obtienen información que le permite resolver los problemas de la vida y establecer los significados de su entorno.” (Ford & Courtois, 2005)

Con esta definición en mente, podemos comprender el punto de partida para captar la relación existente entre el diseño y la cognición, comienza reconociendo que gran parte de “...*las cosas que bombardean nuestros sentidos todos los días no son piezas de información sino simples datos.*” (Wurman, 1989)

Es por esto que es necesario comprender el proceso que se lleva a cabo para transformar datos en información y conocimiento útil.

Nathan Shedroff en su libro “*Information interaction design: A unified field theory of design.*” (Shedroff, 1994) y Gui Bonsiepe en “*Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño*” (Bonsiepe, 1999) dividen este desarrollo en etapas relacionadas con el diseño:

Primera etapa: los datos. Es considerado la materia prima de la comunicación. No poseen organización lo que hace que no sentido. Son presentadas como entidades incompletas, vagas y poco entendibles.

Segunda etapa: la información. Una vez puesto los datos en organización o contexto, estos se vuelven en información ya que los conceptos les proporcionan sentido y utilidad. El diseño en esta etapa presenta los datos

para que puedan ser correctamente interpretados y leídos. Siendo específicos las acciones que llevan son: la organización, jerarquización y establecimiento de categorías.

Tercera etapa: el conocimiento. “El conocimiento se adquiere a través de la experiencia” (Shedroff, 1994) Este Es el resultado de la comunicación y repartición de la información con otras personas o artefactos. Es de vital importancia la forma en que la información es expuesta pues de esto se basara su interpretación y uso. Aquí se diseña la interacción para darle sentido a las acciones.

Cuarta etapa: la sabiduría. Después de evaluarse e interpretar los conocimientos se puede mencionar la presencia de lo que se llama sabiduría. Esta es imprecisa por lo que esta etapa es poco conocida. De acuerdo con Nathan Shedroff “...se trata de un “meta –conocimiento” y es el resultado de la contemplación, evaluación, retrospección e interpretación, los cuales son procesos personales”. (Shedroff, 1994). Este procedimiento *es un desarrollo personal del usuario, el cual no puede ser controlado.*” (Bonsiepe, 1999)

La previa explicación tiene como objetivo mostrar el proceso cognitivo por el que debe pasar la información. Se define por lo importante que es la forma en que los datos son presentados. Si un apropiado manejo el proceso quedaría incompleto y desviaría el proceso comunicativo deseado.

Es al frente del importante rol que tiene la presentación y estructuración de los datos que surge la relevancia del diseño para poder hacer llegar la información a un usuario de la mejor manera posible

En resumen, de la gran cantidad de estudios que comparan los productos visuales animados y estáticos para abarcar extensos conceptos para niños, se recomienda que los aspectos visuales conformen dos principios generales:

“Según el principio de Congruencia, la estructura y contenido debe responder directamente a la representación mental de la misma. Según el principio de la Aprehensión, el contenido y estructura debe ser preparado,

percibido y comprendido puntualmente según lo que se quiere enseñar”  
(Tversky, y otros, 2006)

### 2.3.2.1 LITERATURA DE NIÑOS

La mayoría de las interfaces direccionadas hacia el adulto asumen que sus usuarios son eficientes lectores con un vocabulario extenso y refinado: la mayoría de los niños, en la otra mano, no han llegado a este nivel de lectura. Los niños mayores tienden a no entender completamente las instrucciones basadas en textos, mientras que niños más pequeños capaz ni conocen el alfabeto todavía. Interfaces convencionales que poseen menús y funciones de ayuda basados en textos, hacen que sean inapropiadas para usuarios jóvenes. Las Interfaces que necesitan una respuesta textual y exacta también pueden llegar a ser problemáticas si no se explica de una manera simple, concisa y entretenida. Druin, Bederson, Hourcade, Sherman y otros nos ayudan a entender en su libro *“Designing a Digital Library for Young Children”* (Druin, y otros, 2001) que los niños pueden ser escritores muy creativos, y que, por esto, se puede volver extremadamente difícil controlar y asegurarse de que funcione correctamente una interfaz que reconozca los textos de respuesta. Ya que los niveles de leer y escribir varían significativamente en los niños, las interfaces para niños deben ser diseñadas con un grupo de edad específico para poder entenderlos de una manera más clara y proporcionar un producto con el cual se sientan cómodos. Steiner y Moher concluyeron en su escrito *“Graphics StoryWriter: An Interactive Environment for Emergent Storytelling”* (Steiner & Moher, 1992) que las metáforas gráficas son una gran ayuda en una interfaz para niños. Su interfaz que asimilaba un libro de cuentos ayudo a que los niños de 4 a 7 años puedan entender el propósito y cómo funciona el software que funciona como un libro de cuentos. Los niños pueden crear imágenes en la porción superior de la página del libro digital y en la parte inferior pueden escribir una historia que vaya con el dibujo. La diagramación similar a un libro de cuentos ayudo a que los niños puedan aprender cómo utilizar el software de una manera rápida e intuitiva.



Más reciente, Druin y otros en su libro *“Designing a Digital Library for Young Children”* (Druin, y otros, 2001) investigaron las librerías digitales para niños de 5-10 años y descubrieron que una estructura típica basada en textos fue insuficiente para las necesidades de los jóvenes usuarios. En respuesta a esto, ellos desarrollaron SearchKids, una interfaz de búsqueda gráfica que permite buscar, preguntar y dar comentarios sobre los resultados de sus búsquedas mediante gráficos. Usa metáforas específicas del contenido, tal como un zoológico de información navegable sobre los animales, el cual permite que los niños formen preguntas arrastrando iconos. Con SearchKids, los niños pueden navegar exitosamente con un espacio grande de información que previamente era inaccesible para ellos. Su investigación refuerza la idea de que las metáforas de contenido específico son representaciones apropiadas para niños y que las interfaces visuales con texto mínimo son las más útiles.

En el texto *“The Role of Usability Research in Designing Children’s Computer Products”* (Hanna , Risdén, Czerwinski, & Alexander, 1999) presentan algunas interfaces diseñadas con líneas de guía basadas en años de experiencia en la creación de plataformas para niños. Para poder funcionar con los diferentes niveles de literatura, sugieren presentar instrucciones en un formato apropiado para la edad que incluya la opción de que se lean las instrucciones por audio ya que la mayoría de los niños no están acostumbrados a leer las instrucciones en la pantalla. También sugieren que las instrucciones deben ser fáciles de recordar and deben evitar el uso de conceptos que no sean familiares para los niños (por ejemplo, refiriéndose a las porciones izquierdas y derechas de la pantalla para niños jóvenes). Alternativamente, los personajes en pantalla deberían poder narrar instrucciones correspondiendo a las animaciones. Este método se lo utiliza específicamente pues direcciona la atención y ayuda a la comprensión.

#### 2.3.2.2 CONCEPTOS DE LA MENTE INFANTIL

Los niños menores tienen dificultad con los conceptos abstractos y pueden carecer del conocimiento de contenido profundo requerido para poder navegar en interfaces complejas. Usualmente la interacción es un acercamiento de

prueba y error: una vez que se encuentra un método que funciona, es poco probable que se busque una estrategia más eficiente u opciones más avanzadas. En el trabajo "*Designing a Digital Library for Young Children*" (Druin, y otros, 2001) de Druin y otros con la interfaz SearchKids sobresale como los niños de 5 a 10 años piensan sobre los espacios de información y como organizan mentalmente tal información. Mientras que pensar en un término específico para una búsqueda puede resultar difícil o navegar en una estructura categorizada, los niños si entienden efectivamente los iconos representando lo que los animales comen, dónde viven y su apariencia física. Utilizando una representación visual de las características animales, los niños pudieron crear preguntas y búsquedas complejas, permitiéndoles así navegar en un espacio de información grande y complejo.

Así mismo podemos concluir de estas observaciones que los niños son más responsivos a estímulos gráficos que textuales, por esta razón se prioritaria el uso de gráficos para tratar conceptos y términos, además poder usarlos para explicar de manera clara las instrucciones a seguir.

#### 2.3.2.3 IMAGINACIÓN INFANTIL

Los niños son buenos jugando con su imaginación y la mayoría tienen la tendencia de poder incursionarse activamente en situaciones creadas por la imaginación, actuando acorde como si se les presentara la situación en la vida real. La plataforma "Woods Visit" (Strommen, 1994) de Strommen permitió que los niños de 6 a 8 años puedan explorar un bosque virtual desde un punto de vista de primera persona. Así observó que los niños se agachaban físicamente cuando pasaban debajo de las ramas bajas virtuales en el recorrido digital. Hubo hasta una ocurrencia dónde un niño dejo de jugar y se sentó en silencio en su silla; al preguntarle que paso ella explico que estaba siendo silenciosa para ver si alguno de los animales apareciese. Los niños acepan a los personajes en la pantalla, tal como esto animales, como actores sociales e interactuaran con ellos en una manera social sin titubear y de una manera concreta.

Cuando se usan metáforas, los niños esperan que los objetos de la pantalla reaccionen de manera cómo lo harían en la vida real. Rader, brand Clayton

exploraron el razonamiento de los niños en un ambiente de programación visual en su libro *“Degrees of Comprehension: Children’s Understanding of a Visual Programming Environment.”* (Rader, Brand, & Lewis, 1997). Los niños de 6 a 11 años fueron capaces de crear objetos y asignarles reglas para controlar sus comportamientos, ellos pensaron desde un principio que sus objetos tengan propiedades parecidas a las de la vida real. Por ejemplo, cuando un objeto era una gota de agua, los niños esperaban que este caería al piso, aunque la regla correspondiente dictaba lo contrario. Danesh y otros en su estudio *“Geney: Designing a Collaborative Activity for the Palm Handheld”* (Danesh, Inkpen, Lau, Shu, & Booth, 2001) lograron utilizar exitosamente la metáfora de un lago en su diseño de Geney, un juego colaborativo donde los niños de 10 a 13 años utilizan computadoras portátiles para aprender sobre la genética. El objetivo del juego es reproducir pescados con diferentes características para producir crías que tengan un maquillaje genético específico. Los niños fácilmente captaron la metáfora del lago que les ayudo a navegar en el sistema y comprender el proceso.

### 2.3.3 DISEÑO INTUITIVO

Los niños esperan ver resultados de sus acciones inmediatamente. Si nada sucede después de la acción, es muy probable que el niño repita la acción hasta que algo suceda (posiblemente causando una cadena de eventos inesperados y no deseados). Pese a que una respuesta constante visual y auditiva constante puede ser molesto para usuarios adultos, los niños lo esperan instintivamente. Poder utilizar el sistema sin instrucciones o con las mínimas es importante para el buen funcionamiento de las interfaces de niños. No se debe asumir que el niño pueda siempre regresar a leer un manual extensivo de cómo utilizar el producto; es decir que este debe ser mayoritariamente intuitivo o debe proveer algún tipo de guía gráfica que le enseñe que debe hacer.

Los niños tienen la tendencia de olvidarse como realizar un objetivo que requiera muchos pasos que se realizan raramente o en situaciones específicas. Danesh y otros en su libro *“Geney: Designing a Collaborative Activity for the Palm*

*Handheld Computer*” (Danesh, Inkpen, Lau, Shu, & Booth, 2001) mencionan la necesidad del andamio, que apoya y guía a los niños mediante los pasos necesarios. En su creación de Geney, ellos encontraron que los niños de 10 a 13 años se olvidaban de cómo transportar información entre dispositivos móviles y necesitaban ser recordados que debían acercar los dispositivos uno diagonal al otro. Para esto usaron una interfaz con elementos de magia para recordarles las instrucciones y disminuir la necesidad de compartir información entre usuarios.

Hanna y otros añaden en su texto *“The Role of Usability Research in Designing Children’s Computer Products”* (Hanna, Risdén, Czerwinski, & Alexander, 1999) que las actividades deben comenzar simples, y después incrementar en dificultad una vez que el niño se acostumbre y domine las habilidades requeridas. Retroalimentación también es muy importante y debería guiar al niño para que aprenda nuevos conceptos.

Sedighian y Klawe en *“An Interface Strategy for Promoting Reflective Cognition in Children”* (Sedighian & Klawe, 1996) encontraron que quitando gradualmente la retroalimentación y las pautas en un juego educacional incentiva a que los niños tomen una responsabilidad cognitiva y estimula la interacción con los conceptos matemáticos escondidos. Los niveles iniciales de su juego Super Tangrams proveen muchas pautas visuales para ayudar a predecir el resultado de las acciones del usuario; las pautas fueron después gradualmente disminuyendo mientras los niños avanzaban en el juego, lo que requirió que piensen sobre los conceptos y predecir los resultados por su cuenta.

El trabajo de Steiner y Moher en *“Graphics StoryWriter: An Interactive Environment for Emergent Storytelling”* (Steiner & Moher, 1992) demuestra la necesidad de una retroalimentación inmediata. Su sistema inicial no poseía ninguna retroalimentación visual o auditiva para señalar que un objetivo ha sido apropiadamente seleccionado. Como resultado, niños de 4 a 7 años repitieron la acción de selección en esperanzas de que algo sucediera. Paralelamente a esto también presionaban los botones múltiples veces, lo cual conllevó a resultados inesperados con una serie de comandos ejecutados involuntariamente. Las versiones subsecuentes incluyeron retroalimentación que sea más fácil para el

uso del niño. Said menciona en *“An Engaging Multimedia Design Model”* (Said, 2004) que también se puede concluir que los niños de 9-14 años esperan que sus acciones reflejen inmediatamente en la pantalla y que la retroalimentación debe ser proporcionada en el momento correcto.

Los iconos en la pantalla necesitan representar objetos familiares para poder ser intuitivo para los niños. Por ejemplo, utilizas un símbolo de pare para parar actividades and darle una apariencia 3D a los botones para que el usuario sepa que puede hacerles clic. Retroalimentación auditiva y visual debe estar presente cuando el mouse se mueva encima de los botones y espacios seleccionables. La retroalimentación también debe demostrar de manera clara cuando se está procesando una acción para que el niño entienda que debe esperar para que algo suceda. Esto se puede conseguir mediante iconos en la pantalla y audios de retroalimentación que sean fáciles de entender. Así mismo, si la computadora está esperando una acción del niño por un tiempo extendido debe comunicarle usando un sonido de retroalimentación que indique esto (como un zumbido o el sonido de pasos)

#### 2.3.4 DISEÑO INTERACTIVO

“Interacción, en pocas palabras, es dos o más individuos teniendo un intercambio—de ideas, de emociones, de objetos físicos, de palabras. En la computadora, la interacción es todavía dos o más actores teniendo un intercambio, la excepción en este caso es que esta interacción es mediada por la tecnología que toma parte como un actor en la misma. Las interacciones en la computadora son muy seguido consideradas como tan complejas como las interacciones físicas y, por ende, es importante entender ambas.” (Doubleday, 1990)

Teniendo claro que el objetivo del diseño de la interacción es presentar experiencias útiles, satisfactorias y usables para los usuarios, es interesante tener en cuenta las acciones a través de las cuales se puede cumplir su cometido y los elementos implicados durante su desarrollo.

“El diseño de interacción incluye estas actividades:

1. Identificación de las necesidades y establecimientos de requisitos.
2. Desarrollo de bocetos.
3. Construcción de prototipos.
4. Evaluación de los resultados.” (Preece & Lazar, 2002)

Es mediante la realización de estas fases que el diseño de interacción se dedica a investigar, proponer y evaluar el desempeño de los artefactos en relación a sus usuarios.

Paralelamente el diseño de interacción toma en consideración varios factores que tienen relación con el proceso.

De acuerdo a Gui Bonsiepe (Bonsiepe, 1999), los factores implicados son:

- El usuario
- La tarea a realizar
- La herramienta
- La interface

Basado en el estudio del usuario y sus comportamientos se basan una gran gama de disciplinas, esto debido a que se debe abordar y analizar las diferentes perspectivas, así como los contextos. “Algunas de las áreas que aportan conocimientos de este factor se encuentran, la ergonomía cognitiva, interacción humano-computadora (*Human-Computer Interaction HCI*), la ingeniería cognitiva y los factores humanos” (Preece & Lazar, 2002)

#### 2.3.4.1 INTERACTIVIDAD CON LOS NIÑOS

Las interfaces de los adultos usualmente tratan de ayudar para que sus usuarios sean tan eficientes y productivos como sea posible. Se asume que poseen el conocimiento y habilidad básica para utilizar la computadora y que tienen un objetivo en mente donde la computadora funciona como el medio para realizarlo. Los niños, en la otra mano, utilizan la tecnología para propósitos educativos, sociales y de entretenimiento. Para ser exitoso, un producto necesita mantener

el interés y la atención de estos usuarios. Esto puede significar sacrificar la eficiencia o alejarse de los principios de diseño para adultos que promueven interfaces simples y básicas. Una manera de poder diseñar para niños es aceptar la idea de que los niños necesitan sentirse en control de la interacción.

Reeves y Nass concluyeron que las interacciones “individuales’ con computadoras, televisiones y nuevos métodos mediáticos son fundamentalmente social y natural, tal como las interacciones en la vida real” (Reeves & Nass, 1996) Una de las cosas más interesantes que encontraron es que, aunque suene raro, somos cordiales con las computadoras (o en situaciones computarizadas).

Investigadores como Druin e Inkpen en “*When are Personal Technologies for Children? Personal and Ubiquitous Computing*” (Druin & Inkpen, *When are Personal Technologies for Children? Personal and Ubiquitous Computing*, 2001) concuerdan que las interfaces que han tenido éxito con los niños les proporcionan control sobre el ambiente y les dejan proporcionar un ritmo de la interacción. Proporcionando a los niños el poder de hacer decisiones en un ambiente limitado les ayuda a aprender sobre las consecuencias de sus acciones en un ambiente seguro.

“*An Engaging Multimedia Design Model*” (Said, 2004) de Said también encontró que los niños preferían ambientes que les dejaran estar en control, que les den y puedan lograr metas, y les deje ser parte de la acción. Muchos sistemas para niños aspiran enseñar o proveer practica para destrezas particulares. En estos casos, el valor proveniente de los sistemas solo es conseguido cuando los niños pasan tiempo y prestan atención a las metas en cuestión. Varias maneras de motivar a los niños mediante los sistemas de computadoras han sido investigadas. Uno es el de proporcionar entretenimiento mediante el diseño de novelas con metas o incursionando aspectos divertidos para que el niño pueda distraerse del objetivo principal. Otra manera de motivar es proporcionando agentes de guía animados en la pantalla que apoyen o entretengan al niño mediante el objetivo. Tercero, recompensas incentivan al niño a seguir trabajando para conseguir la meta. Una manera concreta que han encontrado los investigadores para motivar a los niños es mediante el uso de entretenimiento

mediante clics (o también conocidos como ‘hotspots’). Estas regiones activas en la pantalla premian a los usuarios que hacen clic en estas con animaciones, efectos de sonidos u otras respuestas de multimedia. Los niños pasan un monto significativo de tiempo buscando y revisitando opciones para hacer clic. Super y otros en *“Design Issues Involving Entertainment Click-ons.”* (Super, Westrom, & Klawe, 1996) estudiaron el éxito del entretenimiento mediante ‘Click-ons’ en un juego educacional matemático llamado Counting on Frank. Concluyeron que los niños de 8 a 12 años usan los espacios para hacer clic para relajarse después de actividad enfocada en matemática. Los ‘Click-ons’ que ofrecen múltiples respuestas, humor y multimedia son las más populares y apreciadas por el usuario. También determinaron que la posición de la pantalla and el tipo de objeto afecta la posibilidad de encontrar interacciones.

Tabla 4.  
*Comparativo entre tipos de diseño.*

## DISEÑO

### Cognitivo

Se basa en lo cognitivo: *“los procesos mentales que el hombre lleva a cabo para entender el mundo que le rodea”*

Productos que piensen sobre el nivel cognitivo de su usuario y que estimule el mismo.

Da enseñanzas sobre el mundo que le rodea al usuario.

### Intuitivo

Se basa en lo Intuitivo: *“procesos mentales a los cuales no se accede mediante la conciencia”*

Productos fáciles de entender sin necesitar una guía extra o conocimientos extra.

Fomenta la diversión, excluyendo el stress de

### Interactivo

Se basa en la Interacción: *“Es un intercambio—de ideas, de emociones, de objetos físicos, de palabras.”*

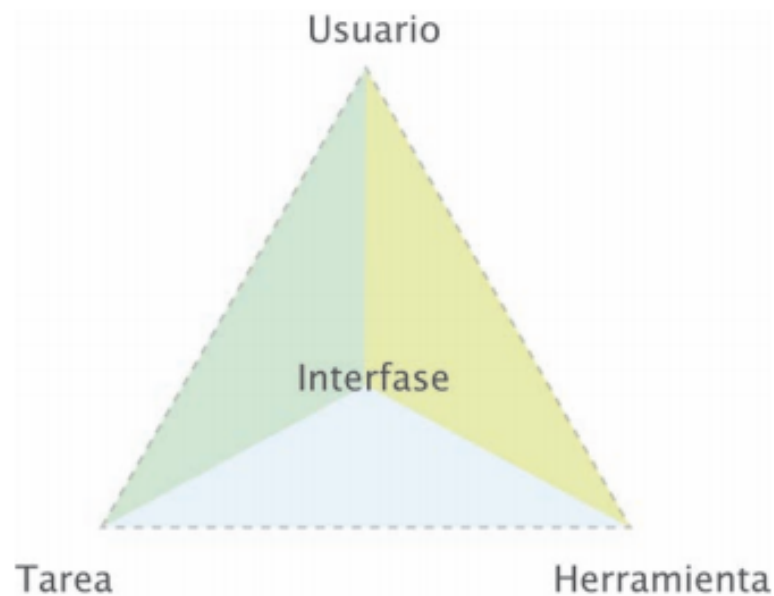
Productos que se comunican con el usuario mediante el uso de acción-reacción.

Enseña al niño que sus acciones causan una reacción y mantiene la



no comprender el atención del niño,  
 funcionamiento de algo. estimulando la  
 La mejor manera de curiosidad.  
 enseñar sin decir que se  
 está enseñando.

### 2.3.5 DISEÑO DE LA INTERFASE



*Figura 28.* Esquema de la interfase.  
 Tomado de Thissen, 2004

Para Frank Thissen “La interface es el vínculo que conecta una herramienta y la persona que la está utilizando para hacer algo” (Thissen, 2004)

Para Jennifer Fleming y Richard Koman “La interface es el intermediario entre los usuarios y el contenido, un intérprete y guía de las complejidades de un sitio.” (Fleming & Koman, 1998)

“La interface convierte los objetos en productos. La interfaz convierte los datos en información entendible” (Bonsiepe, 1999)

“la interface que despliega información en forma de imágenes, textos, sonidos, etc. Su papel, en este caso, es la provisión de estímulos sensoriales. La provisión de estímulos tiene, al menos, dos dimensiones

que deben considerarse en el diseño de ambientes virtuales para niños: la dimensión atencional y la dimensión motivacional.

a) La dimensión atencional se refiere a la potencialidad que tiene la interfaz para centrar la atención del aprendiz en los estímulos relevantes. Esta potencialidad puede manifestarse a través de dos formas: al enfatizar los aspectos relevantes de la información o, al inhibir los ruidos e interferencias del entorno.

b) La dimensión motivacional se refiere a la potencialidad de la interfaz para estimular o mantener la motivación del niño hacia el objetivo.”

(Batista, 2006)

Por esto, es importante tomar en consideración diferentes aspectos del propio desarrollo del niño para poder lograr un buen diseño de interfase.

El control de las actividades motrices finas del niño se va desarrollando con el tiempo. Hasta llegar a estar completamente desarrolladas es posible que existan dificultades controlando el mouse y en la precisión para poder seleccionar áreas pequeñas de la pantalla. Por ejemplo, las actividades que requiere que el niño presione el botón del mouse mientras lo arrastra o las que requieren que se mantenga presionado los botones del mouse por un largo periodo de tiempo son acciones pesadas y difíciles para el niño. Tipiar puede ser un obstáculo para los niños ya que su estrategia usual es el de cazar y tocar, lo cual convierte has las oraciones más simples en acciones que consumen mucho tiempo. Una opción alternativa es usar interfaces que se basen en el uso de esferos, aunque, como menciona Read, ¡MacFarlane y Casey en “Oops! *Silly Me! Errors in a Handwriting Recognition-based Text entry Interface for Children.*” (Read, MacFarlane, & Casey, 2002), estas tecnologías son propensos a reconocer erróneamente la escritura de los niños. Para niños pequeños que su coordinación no ha sido desarrollada en un 100%, las pantallas son una buena opción sobre el mouse y el teclado; pero esta solución no es siempre factible por lo que interacciones que simplifique el uso del mouse y el teclado se las consideran muy deseables.

Los niños pueden aprender a utilizar el mouse como un sistema para poder proporcionar una respuesta articulada, pero interfaces simplificadas son mucho

más fácil para ellos. Por ejemplo, las interfaces de un clic son mucho más populares y fáciles que las que requieren doble clic o arrastrar cosas. Es más, existe la posibilidad que los niños confundan los botones del mouse o no entiendan cual es cual. Este problema es más prominente en niños de preescolar, pero los niños mayores pueden experimentar también la frustración de hacer clic en el botón equivocado y generar un resultado no deseado.

Por esto y tomando en consideración la posición de Druin en *“Designing a Digital Library for Young Children”* (Druin, y otros, 2001) y de Hourcade en *“A. Preschool Children’s Use of Mouse Buttons”* (Hourcade, Bederson, & Druin, 2004), las interfaces de niños deben mantener la misma funcionalidad para el botón del mouse dónde sea posible. Arrastrar items en la pantalla puede ser problemático para los niños. Una alternativa para esto es; hacer clic para sostener en el cursor y volver a hacer clic para dejar ir al objeto (sticky-dragand-drop). Strommen en *“Children’s use of mouse-based interfaces to control virtual travel”* (Strommen, 1994) descubrió que los movimientos continuos son más fáciles para los niños (e 6 a 8 años) cuando hacen clic una vez para comenzar el movimiento y otro clic cuando quieran que pare, en vez de tener que mover continuamente el mouse o sostener un botón.

El impacto de tener interacciones de mouse simplificadas puede ser considerable. Inkpen en *“Drag-and-Drop Versus Point-and-Click Mouse Interaction Styles for Children.”* (Inkpen, 2001), concluyó que mientras jugaban el mismo juego, niños de 9 a 14 años eran más motivados y resolvían más acertijos utilizando una interfaz de apuntar y hacer clic versus una de arrastrar y soltar.

## **2.4 MARCO NORMATIVO Y LEGAL**

### **2.4.1 DERECHOS DE AUTOR**

Según Delia Lipszyc “...es la rama del derecho que regula los derechos subjetivos del autor sobre las creaciones que presentan individualidad resultante de su actividad intelectual que habitualmente son enunciadas como obras

literarias, musicales, teatrales, artísticas, científicas y audiovisuales...” (Lipszyc, 2007)

Similarmente Rengifo menciona que “...El derecho de autor es una moderna disciplina jurídica que regula la particular relación del autor con su creación intelectual y de ésta con la sociedad...”. (Rengifo, 1997)

Así mismo Wilson Ríos explica que “...la Asamblea General de las Naciones Unidas, por medio de la declaración universal de los derechos del hombre de 1948, elevó a la categoría de derecho humano el derecho de autor...” (Ríos, 2009)

Siendo el derecho de autor un derecho humano que regula los derechos que tienen los artistas, dueños o autores sobre sus obras. Se consideran de tipo moral y patrimonial.

“Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes: novelas, poemas, obras de teatro, periódicos, programas informáticos, bases de datos, películas, composiciones musicales, coreografías, pinturas, dibujos, fotografías, obras escultóricas, obras arquitectónicas, publicidad, mapas, dibujos técnicos, obras de arte aplicadas a la industria.” (IEPI, 2010)

Generalmente el Ecuador protege los derechos patrimoniales toda la vida del autor y 50 años después de fallecido, esto establecido en la Decisión 351 de la CAN y en el convenio de Berna. No obstante, en la legislación ecuatoriana la protección dura la vida completa del autor y 70 años después de morir. Los derechos morales se protegen indefinidamente.

Este derecho protege al trabajo del autor por el solo hecho de haber sido creado por el mismo. Aun así, es recomendable registrar el producto en la Unidad de Registro del IEPI, de esta manera el autor obtendrá beneficios de la presunción de autoría que la ley otorga a su favor.

“La protección del régimen de Derecho de Autor se basa en la potestad de autorizar o prohibir el uso de la obra por parte del autor o el titular según corresponda, los principales derechos morales y patrimoniales son:

#### MORALES

Divulgación o no de la obra.

Mantener la integridad de la obra.

Exigir el reconocimiento de la paternidad de la obra.

Derecho de arrepentimiento o retracto.

#### PATRIMONIALES

La reproducción o fijación de cualquier medio o por cualquier procedimiento de la obra.

La comunicación pública de la obra.

La distribución de ejemplares de la obra.

La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra.” (IEPI, 2010)

#### 2.4.2 POLITICAS DE USO Y PRIVACIDAD

“La política de uso y privacidad es un tema que cada vez se hace más formal y necesario en los sitios web, principalmente cuando empresas como Google lo están exigiendo como parte del contrato que se tiene con ello al momento de utilizar su publicidad en nuestros sitios.” (Aroche, 2008)

Los sitios web y aplicaciones telefónicas deben seguir la política de uso y privacidad, esto debe ser claro y estar bien identificado, para que sea accesible y comprensible por los usuarios del mismo. Por esto es una tendencia general aclarar las políticas de uso con la privacidad ya que ambas son igual de importantes y un requisito claro para que el usuario pueda utilizar el sitio web o aplicación digital. Así mismo, esto demuestra una transparencia de honestidad entre el servidor y el usuario.

El objetivo de este espacio escrito es exponer de manera clara los términos y condiciones de uso que el usuario puede tener con los contenidos del mismo, también expone los servicios y herramientas que dispone para poder utilizar efectivamente el espacio digital. El uso y manejo que se le dará a la información que proporcione el usuario se deja establecido en el mismo para evitar cualquier preocupación de privacidad.

#### 2.4.2.1 DIFERENCIAS ENTRE LAS POLÍTICAS DE USO Y PRIVACIDAD

Los aspectos de política de uso y de privacidad pueden ser tratados individualmente, pero la mayoría de sitios las agrupan y mencionan conjuntamente pues están relacionadas y co-funcionan en un mismo espacio. Es importante mencionar que no hay problema en manejar ambas políticas en un mismo espacio o paralelamente ya que esto facilita el acceso a la información y garantiza menos clics realizados por el usuario.

#### 2.4.2.2 ¿QUÉ ES UNA POLÍTICA DE USO?

La política de uso aclara al usuario, mediante un texto claro y bien redactado, los términos de uso que puede hacer del contenido, ilustraciones, fotografías, herramientas y servicios que ofrece el sitio.

También deja claro el uso de licencias y derechos de autor, la manera aprobada y adecuada para promover o mencionar los contenidos del sitio o aplicación en otros medios. Su fin es aclarar todas las dudas y lo más importante que debería tener en cuenta el usuario con respecto al uso correcto que puede darle al producto digital.

#### 2.4.2.3 ¿QUÉ ES UNA POLÍTICA DE PRIVACIDAD?

La política de privacidad deja claro los aspectos de uso que le darán los encargados del sitio con la información que proporcione el usuario. Principalmente sirve para asegurar al usuario que la información que proporcionen no será usada de una manera que ellos no deseen.

Aclara sobre el uso de datos para garantizar que no se mandara spam ni información no solicitada por el usuario. Si el sitio tuviese publicidad, en este espacio se proporcionará al usuario sobre la misma, es decir de qué forma se usa y cuando la encontrará.

Bbbonline menciona que un aviso de privacidad es una promesa entre el usuario y el sitio o medio digital. Las disposiciones de un aviso de privacidad deben ser aplicado plenamente para evitar posibles problemas con el usuario.

#### 2.4.2.4 SERVICIOS QUE GENERAN POLÍTICAS AUTOMÁTICAS

Existen servicios en el internet que proporcionan una guía para realizar una correcta política de uso y privacidad, algunos de estos informan sobre la importancia de la política y mencionan los aspectos que se deben considerar para realizarlo de manera adecuada. Otras utilizan un cuestionario guía que generan de manera automática la política de uso con los patrones que consiguen de las respuestas otorgadas.

the-dma.org: servicio en ingles que crea una política de uso y privacidad según las respuestas de un cuestionario. Genera de manera automática, lista para ser incluida en el sitio digital.

csi.map.es: Sitio que indica la importancia de estas políticas de uso y privacidad guiando al usuario en cuanto a los aspectos que se debe incluir y características del servicio.

#### 2.4.2.5 EJEMPLOS DE POLÍTICAS DE USO Y PRIVACIDAD

Para poder realizar correctamente el texto de políticas de uso y privacidad existen páginas que se pueden tomar de referencia y otras que simultáneamente

expone las pautas específicas para crear un buen texto de políticas de uso y privacidad.

Entre estos ejemplos esta la página [bbbonline.org](http://bbbonline.org), presenta un buen ejemplo que es fácil de encontrar, leer y explica en su totalidad los aspectos importantes que debe saber el usuario.

En [Online.com.es](http://Online.com.es) presenta un texto muy completo, que detalla los aspectos necesarios para desarrollar y dejar claro los servicios del sitio.

Paula's Choice detalla en español, de manera simple y organizada, el uso que se le dará a la información del usuario mientras que expone los servicios que se emplean en el sitio.

Finalmente, Andrea Durán es autora de un ejemplo de políticas de uso y privacidad en cual puede ser utilizado y publicado por quien quiera, pero cumpliendo con la licencia de Creative Commons que la espalda mencionando al blog, por ejemplo: Política realizada por [uLoVe-TeCh](http://uLoVe-TeCh).

#### 2.4.3 LEY DE POLÍTICA DE COOKIES

Las cookies son pequeños paquetes de información que se envían y almacenan en el disco duro de la computadora del usuario mediante el navegador cuando está conectado a un sitio web. Se pueden usar para facilitar los servicios solicitados por el usuario, almacenando datos de interés para el mismo. Pueden ser propios del sitio o de terceros.

“Sus principales funciones son:

- Llevar el control de usuarios: cuando un usuario introduce su nombre de usuario y contraseña, se almacena una cookie para que no tenga que estar introduciéndolas para cada página del servidor. Sin embargo, una cookie no identifica solo a una persona, sino a una combinación de computador-navegador-usuario.
- Conseguir información sobre los hábitos de navegación del usuario, e intentos de spyware (programas espía), por parte de agencias de publicidad y otros. Esto puede causar problemas de privacidad y es



una de las razones por la que las cookies tienen sus detractores.”  
(Política de Cookies, 2012)

El uso de cookies debe cumplir la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información la cual establece la prioridad de informar al usuario sobre el uso de información relacionada al mismo y recibir una previa aceptación antes de usarlos.

#### 2.4.3.1 TIPOS DE COOKIES:

Cookies técnicos: facilitan la utilización de las diferentes opciones que ofrece la web al identificar una sesión, permitir acceso a áreas específicas, facilitar pedidos, compras, cumplimiento de inscripciones, seguridad y facilitar funcionalidades (conexión a redes sociales, videos, etc.)

Cookies de personalización: Permite acceder a servicios según sus preferencias (navegador, configuración, idioma, etc.)

Cookies de análisis: que permiten el análisis anónimo del comportamiento de los usuarios de la web y que permiten medir la actividad del usuario y elaborar perfiles de navegación con el objetivo de mejorar los sitios web.

### 3. DISEÑO METODOLÓGICO

Con el fin de crear un producto que resuelva la problemática exacta que mencionamos se propone utilizar un método basado en el diseño centrado en el usuario (DCU).

DCU o UCD (siglas en inglés) originó en las manos del científico Donald Norman el año 1980 en la Universidad de California de San Diego, concepto que fue desarrollado de manera extensa en el libro del mismo autor denominado “The Psychology Of Everyday Things (POET)” (Norman D. A., 1988). Paralelamente es una serie de procesos y una filosofía de base. Como filosofía es una guía

estratégica que da prioridad a la persona (usuario) para enfatizar el desarrollo de un producto que cumpla simultáneamente las necesidades y requerimientos para crear una interacción fluida e intuitiva. (Donald & Norman Drapper, 1986).

Siguiendo esta lógica, se deben seguir 3 pasos importantes que consisten en escuchar, crear y entregar para el usuario.

Para la recopilación de información real, es decir para la formación del diagnóstico inicial; se ha decidido hacer encuestas a niños de 7 a 12 años de 10 paralelos de 2do a 7mo de básica en la Academia militar del Valle, institución que posee más de 2000 estudiantes de diferentes partes de Quito. Paralelamente se realizará una encuesta a cada uno de los profesores guías de los diferentes paralelos, es decir 10 profesores, para poder tener una segunda opinión sobre el tema, así expandiendo la información recopilada. En esta primera parte de la investigación lo que se pretende hacer es escuchar lo que el usuario principal tiene que decir al respecto.

Acorde a las conclusiones sacadas del primer acercamiento se resuelve y trazara la línea de la historia interactiva para poder crear un producto que responda a los puntos principales encontrados y concluidos en la primera parte. Diseñar según lo que el usuario nos ha comunicado.

### **3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que se realizará para poder clasificar los elementos y comprender de una manera amplia los aspectos que conforman el tema se ha decidido utilizar una modalidad mixta entre cualitativa y cuantitativa.

Es decir, para poder comprender de una manera mucho más amplia se buscará información que nos dé un entendimiento directo y puro de la perspectiva del niño en frente a los temas a tratar. De esta manera queremos encontrar datos que se puedan medir, pero también opiniones propias con las palabras del propio niño. Por esto, se considera que la metodología a utilizar sería explicativa para llegar a un punto de entendimiento más profundo.

Siguiendo la metodología propuesta, esta etapa se la considera como escuchar al usuario y observar paralelamente elementos principales para poder concluir datos críticos para la realización y direccionamiento del proyecto.

### 3.2 POBLACIÓN

La población para tomar en cuenta para esta investigación será niños de 7 a 12 años (edad elegida pues, según Piaget, es a partir de los 7 años que los niños tienen un sentido formado de la lógica y paralelamente (Piaget & Inhelder, Psicología del niño (Vol. 369), 1997) , hasta los 12 años, es la etapa cuando se crean estructuras lógicas y coherentes, es además aquí cuando el niño comienza a entender sobre las relaciones proyectivas y perspectivas (Piaget J. , La evolución intelectual entre la adolescencia y la edad adulta, 1970)) que residen en Quito.

Según el censo del INEC del 2010, existen los siguientes valores:

Tabla 5.

*Población de de niños de 7 a 12 años en la zona metropolitana de Quito.*

	<b>EDAD</b>	<b>HOMBRE</b>	<b>MUJER</b>	<b>TOTAL</b>
	7	15,196	14,675	29,871
	8	15,082	14,809	29,891
	9	14,502	14,431	28,933
	10	15,350	14,898	30,248
	11	14,410	13,959	28,369
	12	14,486	13,663	28,149

Adaptado de INEC, 2010.

**Total de población de niños de 7 a 12 años en Quito: 175,461**

Para poder realizar una investigación más concreta y explicativa se ha decidido basar el grupo de investigación sobre los estudiantes de 10 paralelos desde 2do a 7mo de básica y sus profesores guías respectivos de la Academia Militar del Valle, institución que cuenta con un número estimado de 2000 alumnos en primaria y secundaria y 500 solo en primaria.

### 3.3 MUESTRA

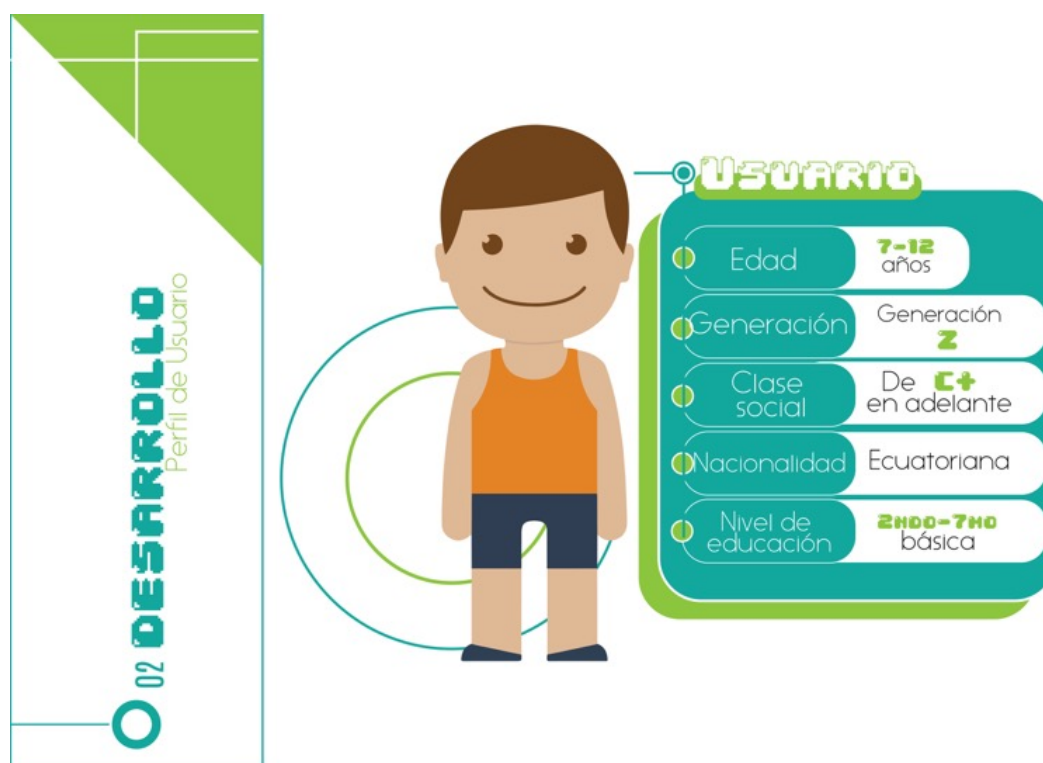


Figura 29. Resumen gráfico de características del usuario.

#### 3.3.1 EDAD DE USUARIO

Según la teoría de Koffka, el desarrollo humano se basa en dos procesos inherentemente distintos pero relacionados entre sí, que se influyen mutuamente. Por un lado, está la maduración, que depende directamente del desarrollo del sistema nervioso; por el otro, el aprendizaje, que, a su vez, es también un proceso evolutivo. (Koffka, 2013)

El lenguaje surge en un principio, como un medio de comunicación entre el niño y las personas de su entorno. Solo más tarde al convertirse en lenguaje interno,

*“contribuye a organizar el pensamiento del niño, es decir se convierte en una función mental interna”* (Piaget J. , 2002) . Piaget y otros han demostrado que el razonamiento se da en grupo de niños como argumento, para probar el propio punto de vista, antes de convertirse en una actividad interna, cuyo rasgo definitivo es que el niño comienza a percibir y a examinar la base de sus pensamientos. (Piaget J. , 2002)

Así como las interacciones entre el niño y las personas de su entorno ayudan a formar el lenguaje interno y el pensamiento reflexivo del niño, dichas interacciones proporcionan la fuente de desarrollo de la conducta voluntaria de los criterios de su auto y autovaloración. Piaget ha puesto de manifiesto que la cooperación suministra las bases del desarrollo del razonamiento, moral del niño. Se encontró en las primeras investigaciones que el niño adquiere primero la capacidad de subordinar su conducta a las reglas del juego en equipo, y solo más tarde es capaz de autorregular voluntariamente su comportamiento; es decir, convierte dicho autocontrol en una fuente interna.

La investigadora americana Dorothea McCarthy mostró que entre los niños de edades comprendidas entre los tres y los cinco años había dos grupos de funciones: las que los niños poseen ya, y las que pueden realizar con ayuda, en grupo, o en colaboración con otros, pero que no dominan independientemente. Todo aquello que no podían llevar a cabo sin ayuda, sin colaboración o en grupos, a la edad de tres años a cinco años, podían hacerlo perfectamente por sí solos al alcanzar la edad de cinco a siete años. (McCarthy, 1930) Así mismo, los niños de 5 a 7 años pueden prestar mayor atención o concentrarse de forma más rápida que los niños de 3 a 4 años. Esto se debe según Vigotsky, a que el juego es un instrumento y un recurso socio-cultural, el papel gozoso de ser un elemento impulsor del desarrollo mental del niño, facilitando el desarrollo de las funciones superiores del entendimiento tales como la atención o la memoria voluntaria. (Vigotsky, 1988)

Según el reporte del 2014 sobre La niñez y adolescencia en el Ecuador contemporáneo, se establece que a la edad de 7 años los niños que asisten

regularmente a una institución de educación ya leen de manera fluida y comprendiendo con facilidad lo escrito. Esto es dado a que para esta edad el niño requiere poder leer por sí mismo para realizar sus tareas escolares. (UNICEF, 2014)

En diversas culturas el periodo de edad de 5 a 7 es conocido como el inicio de la “edad de la razón” (Rogoff, Sellers, Pirrotta, Fox, & White , 1975). Se asume que los niños desarrollan nuevas habilidades en esta edad y son asignados roles y responsabilidades en sus familias y comunidades. La niñez media ha sido diferenciada de la adolescencia cross-cultural, mayoritariamente por la previa de la pubertad. El énfasis reciente en las diferencias cognitivas entre la nueva tendencia de adolescentes relativamente maduros ha contribuido a las diferencias populares y escolares entre la niñez media y la adolescencia.

Los niños entre 6 a 12 años están en el periodo de edad conocido como la niñez media. Como un grupo de edad, estos niños son separados de infantes, adolescentes y hasta niños preescolares de una manera menos obvia. Aun así, el agrupamiento implícito de las edades de 6 a 12 años se da pues marcan un periodo distintivo universalmente entre grandes puntos de desarrollo. (National Research Council (US) Panel to Review the Status of Basic Research on School-Age Children, 1984)

La media infancia también es conocida como los ‘años olvidados’ del desarrollo pues la mayoría de las investigaciones se concentran en la niñez temprana o en el crecimiento adolescente. No obstante, la niñez media es rica en potencial para crecimientos cognitivos, sociales, emocionales y físicos. Durante este periodo, el cerebro esta activamente pasando por un crecimiento sináptico y, como tal, constantemente se vuelve más refinado, un proceso que depende pesadamente en el ambiente del niño. Este descubrimiento abre la puerta para experiencias óptimas para las necesidades del niño y para proporcionarles una fundación fuerte para la adultez. (Ford-Jones & Mah, 2012)

La campaña “First Five Years of Life” ha concientizado el impacto que tiene la niñez temprana en el futuro del niño, así es igual de importante reconocer el valor

de la niñez media, Durante este tiempo, el cerebro del niño se adapta rápidamente. Mientras se están volviendo físicamente más fuertes y más coordinados, se están convirtiendo cognitivamente abstractos en sus procesos de pensamientos y más conscientes de sus propios sentimientos y del mundo alrededor de ellos. Es un tiempo rico en potencial para aprovechar especialmente la creación de la identidad.

Sigmund Freud asignó a los años entre 7 y la adolescencia la meta vital del desarrollo de habilidades y la consolidación de los logros psicosexuales de tiempos más tempranos. Este aspecto de la formulación de Freud también es capturado por el énfasis de Erik Erikson en el desarrollo de un sentido de industria y la interpretación de importancia de relaciones interpersonales en este periodo según Harry Stack Sullivan.

En Estados Unidos, la mayor parte de los niños de 6 a 12 años proporcionan un estimado de 3-4 horas diarias de su tiempo libre para interactuar con aparatos digitales (computadora, televisión, videojuegos, etc.). Esto representa la porción más grande en los fines de semana. (Medric, Roizen, Rubin, & Buckley, 1982)

En las edades de 6 a 12 años, la habilidad de adoptar perspectivas de otros, y reconocer los propósitos de otras personas y sus reacciones probables incrementa. (Selman & Byrne, 1984). Parcialmente como consecuencia de esta mejora de entendimiento, se mejoran considerablemente las habilidades de comunicación referencial del niño. (Krauss & Glucksberg, 1979). Esto es que son más capaces de seleccionar y expresar la información crucial y necesaria para que se pueda entender el mensaje que el niño quiere comunicar.

Cerca del tiempo de entrada a la escuela, los niños comienzan a ganar la habilidad de verse a sí mismo desde afuera, desde una perspectiva exterior. Al mismo tiempo, los niños comienzan a definirse a sí mismos en términos con atributos de apariencia, posesiones o actividades.

La niñez media es el tiempo cuando los controles sociales se convierten en co-reguladores en naturaleza. En contraste con la regulación adulta del comportamiento del niño en la infancia temprana, niños de 6-12 asumen una responsabilidad más grande y propia de su comportamiento en coordinación con sus padres, compañeros y otros. (Maccoby, 1983)

En la niñez media la familia tiene un rol crucial en socialización, aunque su rol no sea tan predominante como en los años de niñez temprana. En estos años los profesores, los compañeros y otros afuera de la familia tienen más contacto con el niño y poseen niveles variantes de influencia. Durante este tiempo, los padres negocian por el niño con estos otros agentes de negociación, pero sus funciones como padres se concentran en la interacción con el niño.

Esta fase es importante para el desarrollo de los aspectos de comportamiento del niño. El proceso de co-regulación, si es exitoso, debe ser cooperativo con la claridad de comunicación entre el padre y el niño. Los padres tienen más tareas en este tiempo; Primero, deben monitorear, guiar y apoyar a sus hijos en la distancia- es decir, cuando el niño se encuentra en sus propios asuntos; segundo, deben estimular y buscar tiempos para fomentar la interacción en primera persona con el niño; y tercero, deben reforzar las habilidades de identidad y moralidad de sus hijos para que puedan monitorear sus propios comportamientos, para adoptar estándares aceptables de buen y mal comportamiento y para que sean conscientes de que necesitan soporte y guía parental sobre todo. Es importante estimular la relación padre-hijo para que exista una comunicación constante entre ellos para que el niño considere importante y valore su relación familiar.

### 3.3.2 GENERACIÓN USUARIO

La generación Z se refiere a los niños nacidos desde 1995 hasta el 2010. Sucesores de los Millennials, son estos los primeros nativos del internet (nativos en el aspecto que es la primera generación que ha sido expuesta al internet desde la infancia temprana). Al año 2017, los niños más jóvenes de esta generación tienen 7 años y los mayores 22.

Estos jóvenes son devotos a cantidades grandes de tiempo dedicadas a navegar la web. (Levin & Arafeh, 2002). Tienen la tendencia de no ponerse límites de tiempo. Pasan mucho tiempo buscando en el internet pues no han aprendido de manera efectiva como utilizar la web puntualmente, paralelamente se añade que para ellos el ciberespacio es el lugar donde se sienten más cómodos, por lo cual



no les molesta pasar excesivas cantidades de tiempo en estas. Existe evidencia que corrobora que estos estudiantes pasan una gran cantidad de su tiempo en actividades sociales online que les parecen relevantes.

Esta generación, en muchos de sus casos, comenzaron a utilizar el internet antes de tener alguna instrucción formal de cómo evaluar y localizar páginas web. Pero aprendieron rápidamente mediante la prueba y error, utilizando mayoritariamente los primeros resultados que se encuentren en la parte superior de la página. Es más, raramente buscan en la parte inferior de la página o las siguientes páginas de google. Esta estrategia les ha proporcionado información no necesariamente legítima pero que, para ellos, debido a su extrema confianza a lo digital, es importante.

Estos jóvenes creen en la información del internet como lo que necesitarían para completar un deber o responderse a sus propias preguntas. Es decir, miran a lo digital como un oráculo accesible y gratis de la verdad.

Según Pew Internet y American Life Project, una organización que estudia el comportamiento digital, este grupo de edades relacionan a lo digital y al internet con la educación y fuente de información más fidedigna. (Levin & Arafeh, 2002)

### 3.3.3 CLASE SOCIAL

Estratos C+ en adelante, que representa el 35,9% de la población nacional y se considera a la población de un estrato medio, medio-alto y quienes tienen mayor exposición y accesibilidad al medio digital con acceso al internet.

Se consideran estas clases las óptimas para poder facilitar el uso realista del producto, pero la clase C-, al tener un 43% de hogares que tienen acceso al internet y un 11% que posee una computadora de escritorio podría ser considerada, en parte, como un estrato que podría acceder.

Según el Telégrafo, en promedio se considera que los hogares del estrato C+ ganan entre \$1,200 y \$1,400 dólares al mes. En el mismo artículo se menciona que en un estimado, la gente de este estrato paga una pensión de máximo \$300 dólares, un promedio de \$150 y un mínimo de \$90, variando según la cantidad de hijos que poseen. Esto es entendible ya que, según una encuesta masiva

realizada en el 2012 por la revista Ekos, un hogar promedio de la clase media en Quito gasta en esenciales básicos \$869.04, dependiendo de la zona donde habita y el tamaño de la familia.

### 3.3.4 ESCUELAS (GENERAL BÁSICA 1ERO A 7MO)

#### **Quito**

Colegio/ escuela Americano de Quito

Pensión: \$696,78

Colegio Particular Intisana

Pensión: \$633,48

Escuela internacional SEK

Pensión: \$801,76

Colegio Alemán

Pensión: \$642,47

Colegio/ escuela Particular San Gabriel

Pensión: \$274,25

Unidad educativa Alberto Einstein

Pensión: \$1012,9

Unidad educativa Casa de la cultura

Pensión: \$38,5

#### **Sangolquí**

Academia Militar del Valle

Pensión: \$144,22

La Salle

Pensión: \$ 81,94

Unidad educativa Antares

Pensión: \$360,72

Unidad Educativa San Luis Gonzaga

Pensión: \$ 205,70

Liceo Naval

Pensión: \$137,12

Unidad Educativa Angel Polibio Chavez (APCH)

Pensión: \$233,67

### **Cumbayá**

Colegio/escuela Spellman

Pensión: \$384,78

Colegio menor san francisco de Quito

Pensión: \$1083, 55

Unidades educativas cuyas pensiones entran entre \$90 y \$300 (presupuesto de clase social C), de mayor a menor precio y con sus porcentajes de donde viven sus estudiantes. Se busca la institución que tenga la población más variada de sectores y que entre en el presupuesto.

**San Gabriel:** \$274,25

76% Quito            14%Valle            10% Cumbayá

**APCH:** \$233,67

06% Quito            70% Valle            24% Cumbayá

**Gonzaga:** \$205,70

60% Quito            10% Valle            20% Cumbayá

**Academia militar del valle:** \$144,22

35% Quito            40%Valle            25% Cumbayá

**Liceo Naval:** \$137,12

28% Quito            51% Valle            21% Cumbayá

Tabla 6.

*Comparación de escuelas primarias.*

<b>Precio</b>	<b>Nombre</b>	<b>Quito</b>	<b>Valle</b>	<b>Cumbayá</b>
\$274,25	<b>San Gabriel</b>	76%	14%	10%
\$233,67	<b>APCH</b>	6%	70%	24%
\$205,70	<b>Gonzaga</b>	60%	10%	20%
<b>\$144,22</b>	<b>Academia</b>	<b>35%</b>	<b>40%</b>	<b>25%</b>
	<b>Militar</b>			

\$137,12      Liceo Naval    28%                      51%                      21%

### 5.3.5 ACADEMIA MILITAR DEL VALLE

Específicamente como muestra hemos decidido tomar los niños de 7 a 12 años que asistan regularmente a la Academia Militar del Valle, es decir que se realizarán 250 encuestas en los horarios de clase divididas en los diferentes paralelos y dirigidas por sus profesores guía. Adicionalmente se harán encuestas también a 10 profesores guía de los paralelos escogido para poder tener un campo de información variado y de diferentes perspectivas.

---- **Muestra total:** 260 personas-----

Se planea validar el producto generando un focus group de 6 niños que fueron parte de nuestra muestra, 1 por cada edad de nuestra investigación. En primera instancia se les hará interactuar con el producto y en segunda se generará un diálogo como retroalimentación para hacer cambios.

## 3.4 VARIABLES

Tabla 7.  
*Definición de las variables.*

<b>Definición operacional de las variables</b>			
<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Tipo de variable</b>	<b>Posible valor</b>
<b>Edad</b>	Tiempo que ha vivido una persona	Cuantitativa	7-12 años

<b>Género</b>	Condición biológica de nacimiento	Cualitativo	Femenino Masculino
<b>Etnia</b>	Origen y linaje con el que se representa.	Cualitativo	Caucáseo Afroecuadoriano Mestizo Indígena
<b>Apego a padre, madre o hermanos</b>	Con quien se siente más apegado el niño.	Cualitativo	Padre (1/2/3) Madre (1/2/3) Hermanos (1/2/3)
<b>Frecuencia de interacción con padres por día</b>	Nivel de interacción por día entre el niño y los padres.	Cuantitativo	1-12 horas
<b>Cantidad de personas en el hogar</b>	Número de integrantes del hogar.	Cuantitativo	1-10 personas
<b>Horas por día que se pasa en la casa.</b>	Cantidad de horas pasa el niño en el hogar.	Cuantitativo	1-24 horas
<b>Horas al día que pasa en la escuela.</b>	Cantidad de horas pasa en el instituto los niños.	Cuantitativo	1-24 horas
<b>Horas por día que pasa el padre en la casa.</b>	Cuántas horas en el día pasa el padre en el hogar-	Cuantitativo	1-24 horas

<b>Horas de uso de internet por día.</b>	Cuántas horas al día usa el internet el usuario.	Cuantitativo	1-12 horas
<b>Frecuencia de uso digital.</b>	De 1 a 10, 1 siendo el menos frecuente y 10 siendo siempre, con qué frecuencia se usan medios digitales como la computadora, teléfono, tablet, etc.	Cuantitativo	En una escala de 1-10
<b>Aparato digital más usado.</b>	Medio digital que usa con más frecuencia el usuario.	Cualitativo	-Computadora - Tablet - Teléfono - 3Ds - Xbox - Playstation -Wii Switch
<b>Conocimiento de cultura ecuatoriana.</b>	Cuanto se estima que se conoce elementos que conforman la cultura ecuatoriana.	Cualitativa	En una escala de 1 a 10

<b>Número de aplicaciones multimedia usadas frecuentemente</b>	Cuántas aplicaciones multimedia usa con frecuencia.	Cuantitativa	Número de aplicaciones.
<b>Tipo de aplicaciones que utiliza regularmente.</b>	Qué tipo de aplicaciones (app) utiliza con regularidad.	Cualitativo	Informativas juegos interactivos de videos
<b>Cuántos libros lee por mes por su cuenta.</b>	Número de libros que termina de leer por mes por su propio interés.	Cuantitativo	- 1-100
<b>Cuántos libros de cultura ecuatoriana ha leído.</b>	Número de libros que tratan sobre la cultura ecuatoriana que haya leído en su vida.	Cuantitativo	- 1 -100
<b>Interés sobre la cultura ecuatoriana</b>	Cuánto interés tiene el usuario sobre la cultura ecuatoriana, 1 siendo lo mínimo de interés y 10 siendo lo máximo.	Cualitativa	- En una escala de 1 a 10.

<b>Conocimiento de la cultura ecuatoriana.</b>	Cuánto conoce el usuario sobre la cultura ecuatoriana , 1 siendo lo mínimo de conocimiento y 10 siendo lo máximo.	Cuantitativo	- En una escala de 1 a 10.
<b>Tipo de historias que prefieren.</b>	Los tipos de historias y temas que les interesa y llame la atención al propio usuario.	Cualitativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aventura</li> <li>• mágico</li> <li>• Tecnológico</li> <li>• Romántico</li> <li>• cultural</li> <li>• terror</li> <li>• Otro</li> </ul>
<b>Tipo de libros que prefieren leer.</b>	Qué tipo de plataforma de libros prefieren.	Cualitativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradicional</li> <li>• Digital</li> <li>• Historieta (Comic)</li> <li>• Con títeres</li> <li>• Con palabras cortas</li> <li>• Sin palabras</li> <li>• Otro</li> </ul>
<b>Tipo de ilustración que prefieren.</b>	Qué tipo de ilustración les llama la atención.	cualitativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pokemon</li> <li>• Digimon</li> <li>• Hora de Aventura</li> <li>• Gravity Falls</li> <li>• Ben 10</li> </ul>



			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dragonball</li> <li>• Steven Universe</li> <li>• El extraño mundo de Gumball</li> <li>• Un show más</li> <li>• Teen Titans</li> <li>• Otro</li> </ul>
--	--	--	--

## 4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

### 4.1. DIAGNÓSTICO

#### 4.1.1 DESARROLLO DE HERRAMIENTAS

Para poder diagnosticar de una manera clara el estado del problema y los aspectos alrededor del usuario se decidió utilizar Encuestas físicas, online y entrevistas a especialistas. Las encuestas fueron direccionadas hacia los diferentes actores alrededor del niño, por esto se obtuvo 3 diferentes encuestas: 1 a 250 niños de 7 a 12 años de la Academia Militar del Valle, 1 encuesta a 10 profesores guías de la misma institución y una encuesta online a 200 personas sobre la cultura ecuatoriana.

Se realizó una entrevista a una psicóloga infantil que posee 15 años de experiencia en el campo para corroborar y tener un mejor entendimiento de la psiquis del niño en esta edad.

#### 4.1.1 ENCUESTA A ESTUDIANTES

**Tamaño de muestra:** 250 estudiantes

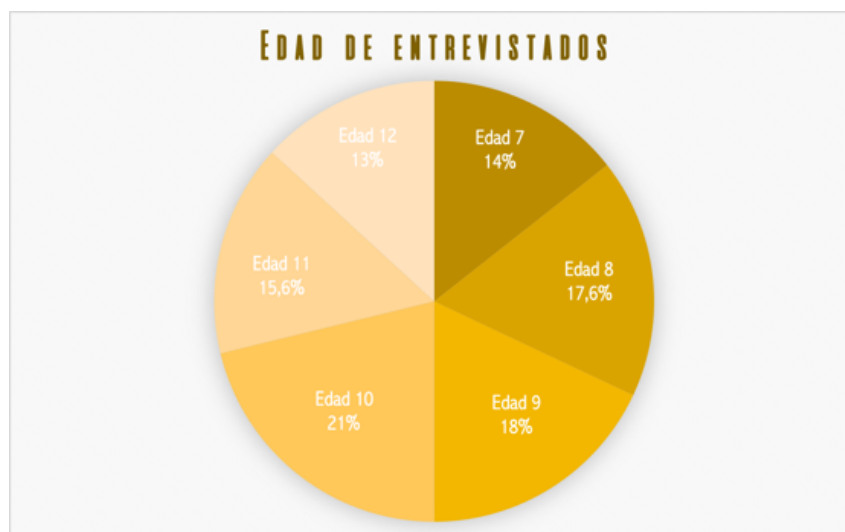


Figura 30. Edad de Entrevistados.

La edad más frecuente de los entrevistados es de 10 años (21% de los niños). Entre los porcentajes de los niños de 12, que son los que tienen el porcentaje menor entre los demás, y los niños de 10, que poseen el porcentaje más grande de los entrevistados, existe una diferencia de 8%.

Según la primera pregunta se puede definir que los niños en este rango de edad usan aparatos digitales mayoritariamente de 1 a 3 horas al día, pero hay que notar que ninguno menciona no utilizar aparatos digitales. También se presenció que mientras mayores son, el uso de aparatos digitales llega hasta un máximo de 10 horas de uso por día.

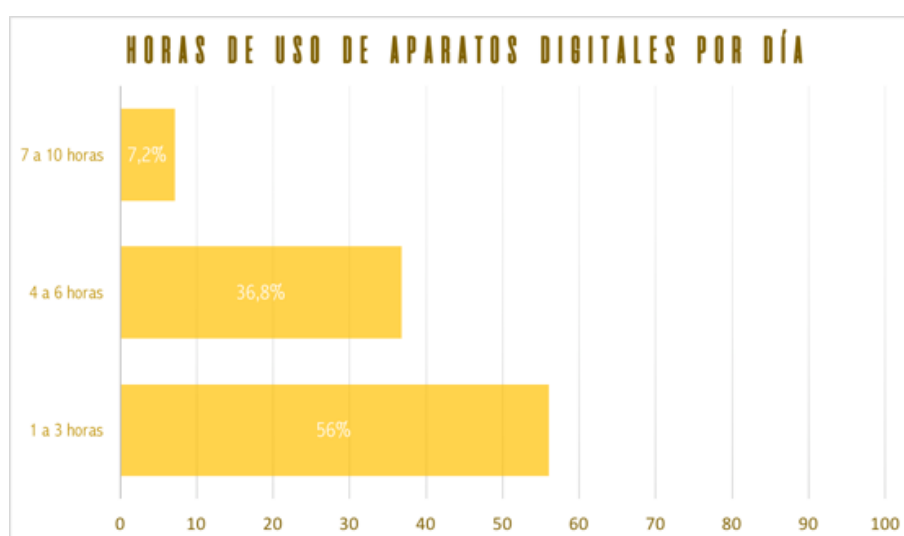


Figura 28. Horas de uso de aparatos digitales por día

A partir de estas estadísticas podemos definir que, el largo total de la historia interactiva debe estar en el rango de 1 a 3 horas. Además, se confirma el golpe de la digitalización en las nuevas generaciones y se evidencia que los aparatos digitales juegan una parte grande en la rutina diaria del usuario, específicamente se puede observar que varían entre el uso de la Tablet y del ordenador, pero mayoritariamente, un 47% de los encuestados, utilizan las computadoras sobre las demás plataformas digitales. Cabe recalcar que muchos de los entrevistados usan la Tablet y la computadora en los mismos porcentajes, pero al pedirles que escojan uno de los dos, prefieren la computadora.

De esta manera se puede determinar que la plataforma para la que debe ser diseñada la historia interactiva debe ser la computadora y considerando el uso del mouse.

Se puede confirmar la separación y falta de apego familiar e interacción entre el padre e hijo pues al preguntarles sobre cuanto, de 1 a 10, interactúan con sus padres a la semana la respuesta más seguida fue 2.

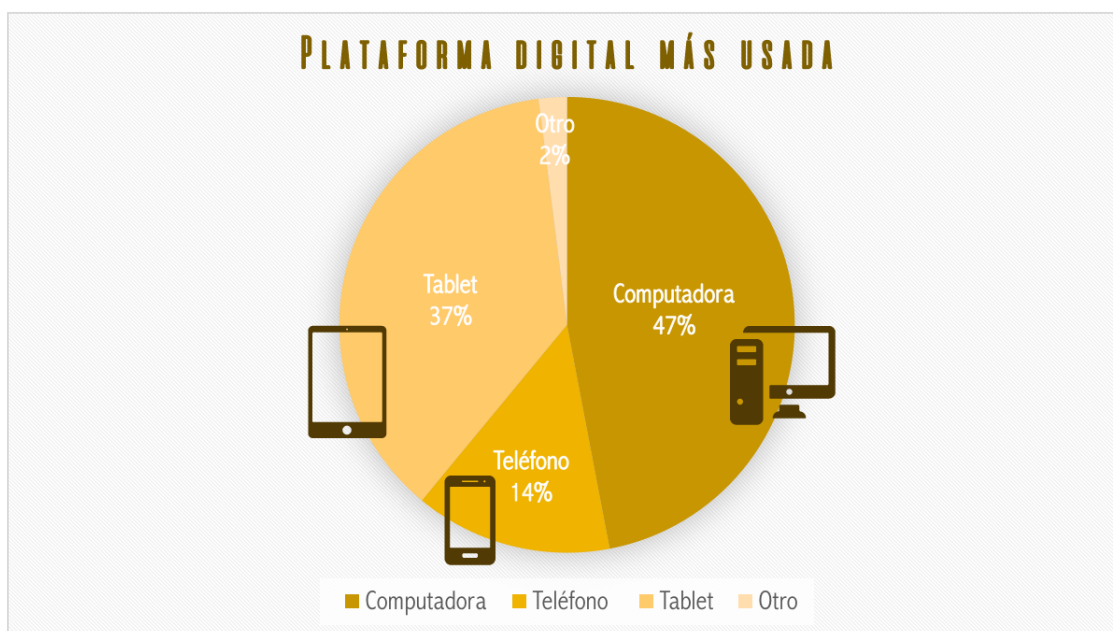


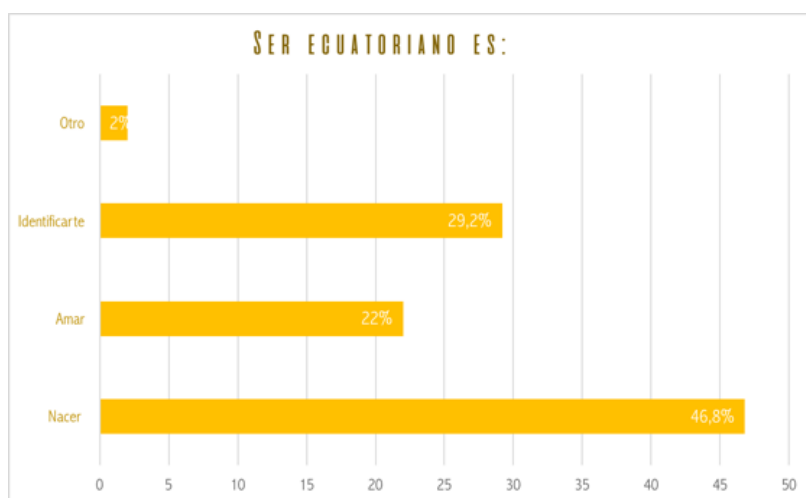
Figura 32. Plataforma digital más usada

Es más, la mayor parte de los niños expresaron que no les gusta hablar con sus padres y que se sienten incomodos interactuando con ellos. Esto señala un

problema de empatía y de confianza hacia la figura paterna/materna, conclusión que se respalda con las respuestas de la pregunta: “¿Sobre que les gusta hablar con sus padres?”, pregunta la cual tuvo como respuesta más seguida el “No hablo mucho con mis padres”

Sobre la identidad nacional de los niños se puede concluir que existe un gran problema pues comenzando desde el concepto en sí de ser ecuatoriano para el usuario es un 46,8% el “nacer en el Ecuador” más que “sentirte identificado con el mismo” o “amar al Ecuador”. Esto es debido a que el usuario ni si quiera considera a las raíces nacionales como posible parte de su propia identidad.

Esto nos da un indicio de que en el producto se debe primeramente impulsar la idea de la importancia de crear una identidad propia y que parte de esta tiene que ver las raíces nacionales. Al mismo tiempo, también nos indica que es importante hacer entender al niño la importancia y porque debería sentirse orgulloso de ser parte de la cultura en la que ha nacido.



*Figura 33.* Ser ecuatoriano según el usuario.

Dando esto como confirmación la existencia y gravedad del problema planteado, la siguiente parte de la encuesta tiene que ver con las tendencias y preferencias del propio niño al respecto del producto que se propone producir. Para esto, lo primero que se les pregunto a los niños es sobre el soporte en el cual les interesaría leer una historia.

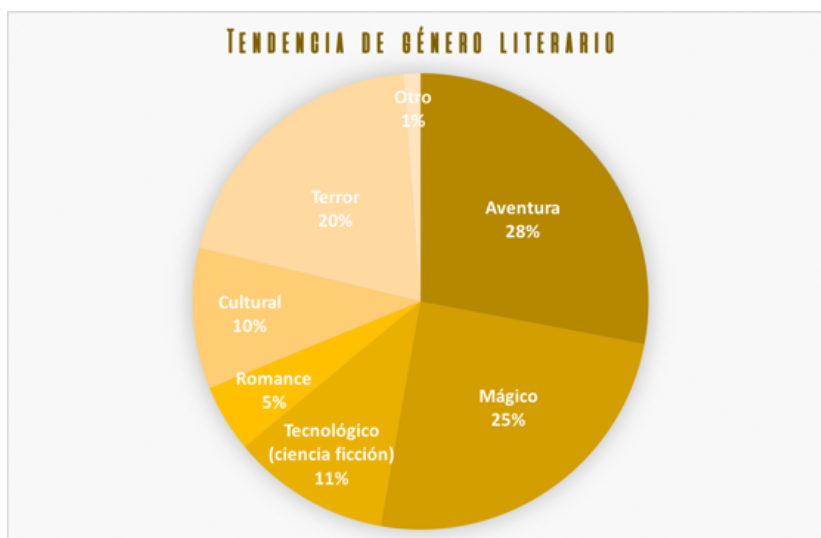


Figura 34. Tendencia de soporte para historia.

A partir de esta pregunta se puede ver un porcentaje mucho mayor hacia lo digital (36%) y gráfico (animado 24% y cómic 24,4). El tipo de soporte que menos le interesó al usuario fue el que funciona con títeres. Se puede visualizar de una manera concreta el efecto de la digitalización según estas respuestas pues los soportes físicos y tradicionales fueron los menos escogidos con una diferencia de 20% con el cómic. Esto también nos refleja que la mentalidad de los niños de esta edad es más gráfica que textual pues les entretiene más algo con imágenes que con solo palabras.

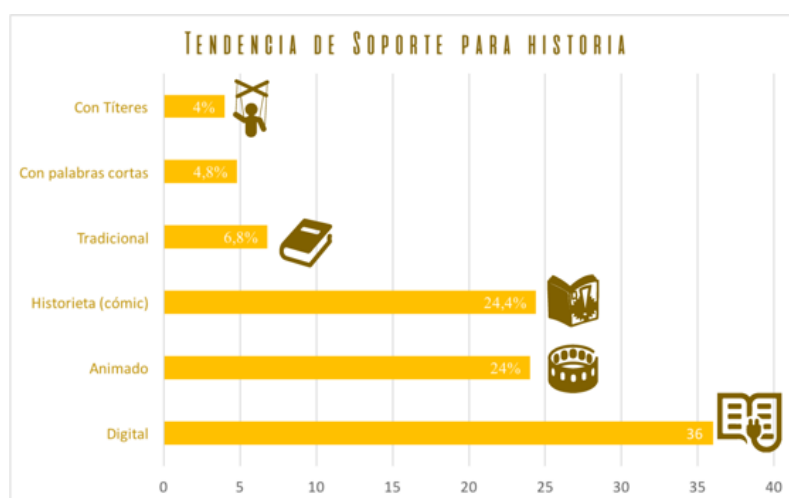


Figura 35. Tendencia de género literario.

Sobre sus preferencias en géneros literarios existieron una gran variedad de respuestas, pero las más populares y escogidas fueron aventura (28%) y Mágico (25%). Con estos resultados podemos definir que la historia debe ser una aventura con mucha fantasía.

La siguiente pregunta que se realizó fue sobre las tendencias gráficas que más les llama la atención. Se les colocó una gran cantidad de opciones de diferentes shows direccionados para su grupo de edad y los resultados muestran que el estilo que más les interesa es el Amerimanga. Este estilo gráfico se deriva de una mezcla entre en Anime Japonés y el Comic Americano. Se caracteriza por el expresionismo encontrado en la animación japonesa mezclado con los rasgos de líneas gruesas y de una coloración plana y simplificada del comic.

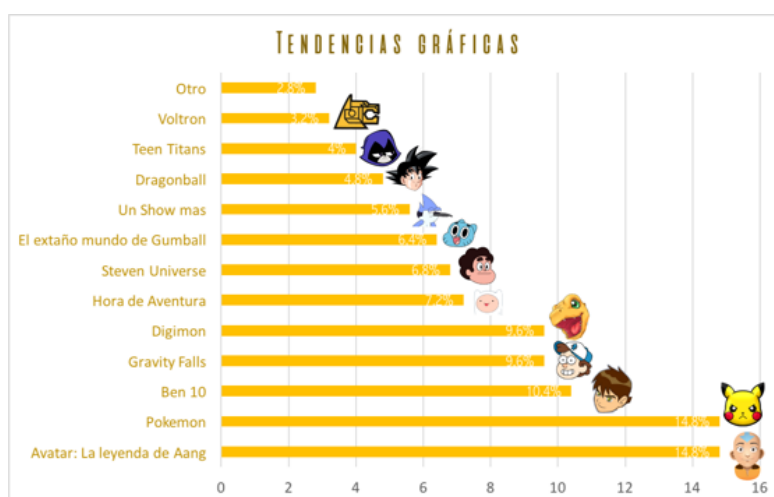


Figura 36. Tendencias gráficas.

A partir de esto podemos definir que la historia interactiva debe poseer estas dos cualidades, es decir que posea un estilo de Amerimanga principalmente parecido al estilo de arte del ilustrador y director de animación Bryan Konietzko, creador de Avatar: la Leyenda de Aang y La Leyenda de Korra.

#### 4.1.2 ENCUESTA A PROFESORES GUÍA DE ESTUDIANTE

**Tamaño de muestra:** 10 profesores

Tabla 8.  
*Edad de entrevistados.*

Edad de profesores	Años de experiencia
48	20
35	13
36	15
31	9
29	7
39	4
43	12
48	28
40	17
57	29
406	154
<b>40,6</b>	<b>15,4</b>

El promedio de edad de los entrevistados es de 40 años y 15 años de experiencia es el promedio de años ejerciendo como profesores. El profesor con más años de experiencia tiene 29 años en la profesión. Y el que menos años tiene es de 4 años de experiencia. Con esto podemos comprobar que los entrevistados tienen una experiencia muy grande en el área de cuestión y han lidiado con muchos niños en estas edades.

Tabla 9.  
*Uso de elementos digitales interactivos.*

Uso de elementos digitales interactivos	
9	<b>% Sí = 90%</b>

1

**% No = 10%**

Aun siendo gente con una edad de más de 30 años, el 90% de estos utilizan elementos digitales interactivos para incentivar el aprendizaje de los niños. Al preguntarles por qué lo hacen, la mayoría respondió que es porque los niños prestan atención por un tiempo más prolongado cuando pueden interactuar, es decir cuando una acción genera una reacción, o teniendo un programa digital hacia lo gráfico.

Tabla 10.  
*¿Qué es ser ecuatoriano?*

¿Qué es ser ecuatoriano?	% PROMEDIO
<b>Nacer en el Ecuador</b>	10
<b>Amar al Ecuador</b>	30
<b>Sentirse identificado con la cultura ecuatoriana.</b>	60

Durante la realización de la encuesta se puede también mencionar que al preguntarles sobre que significa ser ecuatoriano, estas personas respondieron el 60% que es sentirse identificado con la cultura ecuatoriana. Esto nos dice que las generaciones mayores si tienen este sentido de que la cultura es parte de la identidad. Al cuestionar la razón de cómo han llegado a esta conclusión la gran mayoría respondió que, con los años y con las tradiciones e historias que se inculcaban desde pequeños, era mucho más fácil sentir un apego nacional.

Tabla 11.  
*Conocimiento de niños sobre la cultura ecuatoriana.*

**Nivel de conocimiento de los niños sobre la cultura ecuatoriana**



5  
7  
6  
2  
4  
6  
3  
5  
6  
5  
49

**4,9**

Al ser preguntados sobre el conocimiento del usuario sobre la cultura ecuatoriana y/o quiteña (del 1 a 10) resulta que, en promedio, los estudiantes conocen un 4,9 sobre 10 de la cultura. Pero esto no significa que sea porque exista una total indiferencia. En su defecto la mayor cantidad de respuestas de la siguiente pregunta demuestra que un 7/10 de los niños les interesa la cultura ecuatoriana pero el problema se da en que no hay suficiente material direccionado hacia este nicho que capte su atención y que les permita aprender por su cuenta.

Tabla 12.  
*Interés de los niños sobre la cultura ecuatoriana.*

#### **Nivel de interés de los niños sobre la cultura ecuatoriana**

7  
9  
7  
8  
8  
6  
5

7  
8  
5  
70  
**7**

Muchos de los profesores mencionaban que uno de los problemas por los cuales los niños no conocen mucho de la cultura quiteña es debido a que sus padres (el padre moderno) no toman el tiempo para enseñarles. Paralelamente esto causa que el niño no contacte al padre al menos que tenga una razón para ello.

Tabla 13.  
*Porcentaje de padres que asisten regularmente a las reuniones.*

### Porcentaje de padres que asisten regularmente a las reuniones

90%  
80%  
95%  
60%  
75%  
70%  
80%  
80%  
70%  
60%  
7,6  
**0,76**

Pero, aunque este no es necesariamente un problema de tiempo, pues al preguntar a los profesores el porcentaje de padres que asisten a las reuniones respondieron dándole un 76%. Lo que concluye con el existente el interés y el tiempo del padre para poder dar a su hijo. El problema viene en que el padre no

se comunica con el hijo y el hijo no se comunica con el padre porque no tienen puntos en común. Dando como resultado la indiferencia del padre hacia la identidad y comportamiento del propio niño en clases.

Tabla 2.  
*Interés de los padres sobre estado emocional.*

<b>Porcentaje de padres se preocupan sobre el comportamiento de su hijo en el aula</b>	
60%	
50%	
75%	
10%	
65%	
25%	
70%	
80%	
10%	
25%	
4,7	
<b>0,47</b>	

Esto podemos notarlo ya que solo un 47% de los padres de los estudiantes les importa el comportamiento de su hijo en la escuela. Cabe recalcar que estos datos reflejan el desapego de las nuevas generaciones con los padres, creando así una apatía entre el niño y su familia.

Tabla 3.  
*Asistencia con las tareas.*

<b>% PROMEDIO</b>	<b>SUMA</b>
-------------------	-------------

<b>Padres que ayudan a sus hijos con sus tareas.</b>	17,2	172
<b>Padres que hacen las tareas de sus hijos</b>	18,3	183
<b>Estudiantes que hacen solos sus deberes.</b>	64,5	645

Según los profesores hay un 64,5% de los estudiantes que hacen solos sus deberes y solo un 17,2% comparte este tiempo con sus padres. No existe una relación e identidad familiar porque no existe un incentivo que empuje al niño a interactuar con el padre o viceversa.

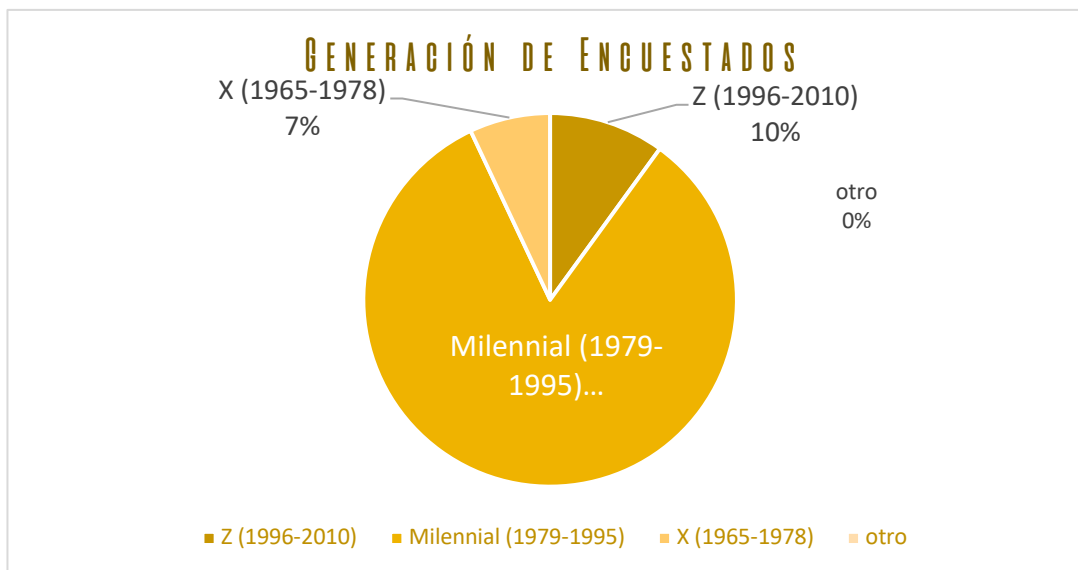
#### 4.1.3 ENCUESTA ONLINE A GENTE QUITAÑA

**Tamaño de muestra:** 200 personas

El propósito de esta encuesta es el poder determinar los factores endoculturales de las personas en el Ecuador, específicamente de la generación millennial y x pues estos son los 'adultos' en la vida diaria de nuestro usuario. Paralelamente de esta manera se recopiló datos para incorporar en la historia interactiva, como nombres, leyendas y fondos que se podrían utilizar.

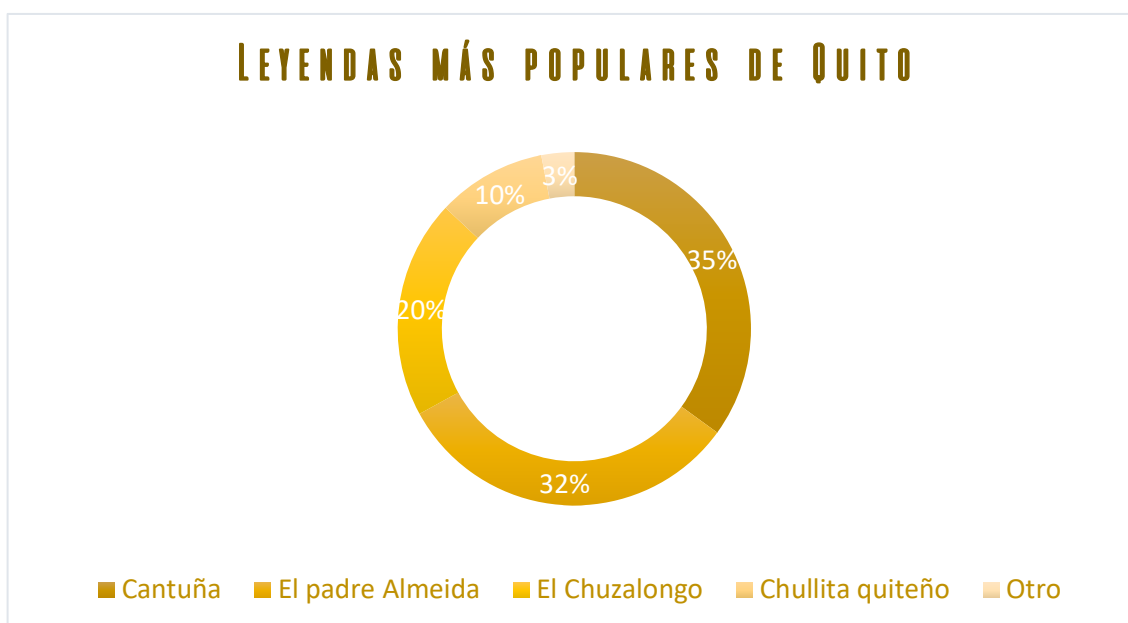
Mayoritariamente los encuestados pertenecen a la generación millennial, es decir son nacidos de 1979 a 1995.

De los entrevistados la gran mayoría se relaciona con la etnia mestiza, esto nos da un indicio de que Quito está mayoritariamente compuesta de mestizos.



*Figura 37.* Generación de encuestados

Al preguntarles sobre cual consideran que es la iglesia más icónica de Quito un 64% que coincidió es que es la San Francisco de Quito y por ende se puede decir que el estilo y detalles de esta representan el cómo las personas ven a Quito.



*Figura 40.* Leyendas más populares de Quito.

Esta pregunta tiene como propósito darnos un banco de leyendas quiteñas que sean conocidas para poder incluir en la fabricación de la historia interactiva. El

punto es incorporar información nueva e información ya conocida para que el niño pueda interactuar con el padre en un punto nuevo de intercambio de información simultáneo.

Paralelamente se preguntó a las entrevistas que mencionen el nombre más icónico de Quito, sorprendentemente el nombre más mencionado fue Francisco, seguido por Jorge y Juan.

De la misma manera se preguntó cuál es el nombre femenino más icónico de Guayaquil y el 85% dijo María, seguido por Carla y Adriana.

#### 4.1.4 ENTREVISTA A PSÍCOLOGA INFANTIL

La doctora Marta Gallo es una psicóloga infantil dedicada específicamente en niños que pertenecen a la edad de la segunda infancia, tiene 15 años ejerciendo su carrera en distintos establecimientos privados como públicos. Actualmente trabaja en la fundación Virgen de la Merced, fundación con 21 años de dedicación al trabajo con la comunidad.

Se realizó un banco de 15 preguntas a la doctora sobre las nuevas generaciones y los diferentes factores alrededor de la problemática del proyecto.

Pregunta 01: “En sus años como psicólogo, ¿Cuál es la edad de sus pacientes más frecuente?”

Esta pregunta fue direccionada para confirmar el espacio específico donde se encuentra principalmente la experiencia de la profesional. A esta pregunta nos respondió que ella se dedica a tratar con niños de 6 a 12 años pues psicológicamente hablando este tiempo se considera como la “segunda infancia”. Menciono paralelamente que sus compañeras de trabajo se encargan de niños más pequeños mientras que ella y otra doctora más se especializan en niños pasando por esta etapa de edad.

A partir de esta respuesta podemos confirmar que la psicóloga tiene experiencia tratando con los usuarios hacia los cuales esta direccionado el proyecto de titulación y, por ende, es de relevancia para nuestro diagnóstico.

Pregunta 02: “Psicológicamente hablando, ¿Qué desarrollan los niños en las edades de 7 a 12 años?”

Habiendo mencionado previamente que esta etapa de edad se denomina como la segunda infancia, la doctora paso a explicar que sucede en este rango de edades. Explicó que esta edad es conocida como el limbo entre la niñez y la adolescencia, es decir, en esta edad el niño tiene una mentalidad mucho más racional que la de un niño pasando por la primera infancia, pero todavía no ha generado los grandes conceptos que los jóvenes que pasan a la adolescencia ya poseen. Es conocido como un tiempo de crecimiento principalmente psicológico, en el cual el niño comienza a entender y racionalizar lo que ve y pasa a su alrededor. Es en este tiempo exacto que el niño por fin tiene una noción de lo abstracto y comienza a desarrollar conceptos mucho más profundos como sus propios valores e intereses. Principalmente es la etapa de la creación de la identidad propia del individuo.

Esta afirmación coincide con lo que se ha mencionado previamente en el proyecto de titulación, es decir, que esta edad sirve como parte clave para tomar en consideración en nuestra muestra pues es el momento clave para generar y estimular la creación de una identidad concreta y firme que conserve aspectos culturales nacionales y valore los aspectos familiares.

Pregunta 03: ¿En qué edad desarrolla o comienza a desarrollar el niño su identidad familiar?

Como respuesta para esta pregunta, la psicóloga respondió que la creación de conceptos de identidad es un factor icónico de la segunda infancia, efectivamente es en este tiempo que el niño se comienza a formular preguntas más profundas y a generar su vista del mundo que le rodea. Es en este tiempo que se cambia de “la flor es amarilla” a “la flor me gusta porque es amarilla”. Así mismo, recalca que la identidad familiar es un concepto bastante complejo que antes de esta etapa ya comienza a tener una importancia grande en la mente del niño, pero no es hasta este tiempo que el niño conscientemente comienza a formar y crear opiniones concretas y abstractas sobre sus padres y el mismo.

Pregunta 04: Psicológicamente hablando, ¿Cuál es la edad en la que los niños se comienzan a distanciar de sus padres y que es lo que lo causa?

La profesional se tomó un largo tiempo en pensar en una respuesta para esta pregunta y menciona que es porque existe un cierto debate sobre esta cuestión. Muchos psicólogos piensan que es en la adolescencia que se fractura esta relación, pero ya mucho antes de este punto existe el comienzo de la distancia padre-hijo. Especialmente con los cambios en las nuevas generaciones, este distanciamiento comienza cada vez desde una edad más temprana.

Aun así, la psicóloga explica que para ella este distanciamiento consciente del niño con el padre comienza en la segunda infancia pues el niño no necesita al padre en un 100% como previamente lo hacía, es decir, la interacción entre el padre y el hijo es afectada debido a que el niño en esta edad tiene la necesidad de una excusa o razón para acercarse al padre, ya no es un instinto intuitivo inevitable como lo era antes. Paralelamente, el niño no comparte puntos en común con el padre que incentive la creación de un diálogo entretenido para ambos, o viceversa. Es decir, el niño siente que con el padre se debe hablar lo que sea necesario, esto es lo que suele causar que los niños actúen de maneras incorrectas para llamar la atención, es decir para poder tener algo de qué hablar con sus padres.

Con esto en mente podemos confirmar la otra parte de la problemática, existe el comienzo del distanciamiento padre-hijo a esta edad, pero podemos añadir a esto que el problema nace por la falta de incentivos y razones para que el niño reaccione con el padre. Es decir, el niño no considera a sus padres como amigos o parte importante emocional de su vida sino más bien como un personaje al cual se debe acercar para cuestiones claves.

Pregunta 05: ¿Cuáles son los cambios más visibles (en sus maneras de actuar, hablar, etc.) de las nuevas generaciones?

La doctora respondió esta pregunta con un gesto de tristeza pues aclaró que de su experiencia ha presenciado un masivo cambio en estas nuevas generaciones desde que la digitalización se volvió algo fuerte acá en Ecuador. Explica que los niños cada vez más tienen un apego más fuerte a lo extranjero que a lo nacional,



que las relaciones cara a cara se vuelven cada vez más difíciles para el niño pues este ha comenzado a preferir la interacción virtual antes que la física. Así mismo, existe una masiva reducción de experiencias compartidas entre el niño y el padre pues el aparato virtual se ha convertido en el guía más grande del niño desde edades muy tempranas.

Esto, recalca, no es problema de la digitalización en sí sino de la creciente distancia entre padre e hijo en el crecimiento. Fenómeno que resulta de la decisión consiente del padre de apaciguar al niño con el aparato virtual y de la falta de importancia que se le da al padre en las propias aplicaciones y espacios que utiliza el niño.

Pregunta 06: ¿Considera usted que las nuevas generaciones se vuelven más independientes emocionalmente más rápido?

La entrevistada respondió que ella considera que las nuevas generaciones tienen una nueva tendencia de desenvolverse de manera independiente mucho más rápido pues es una característica que se demanda de ellos en la propia escuela y hasta en el propio manejo de los aparatos digitales.

Esta independencia temprana se comienza a dar por la falta de importancia que el niño le da a la opinión de sus propios mayores o propia sociedad, el niño busca al internet o a lo virtual para encontrar respuesta e influencias sobre lo que debe hacer, cada vez más esto comienza a alimentar de una manera dañina la seguridad del propio niño y genera, a largo plazo, personalidades inestables e inseguras que no comprenden ni a sus alrededores ni a la gente que les rodea.

Pregunta 07: ¿A qué edad comienza el contacto con los aparatos electrónicos hoy en día?

Como previamente ya se había mencionada, el contacto de los niños con lo virtual comienza cada vez en una edad más temprana, hoy en día la doctora nos explica que ha tenido casos desde niños de 3 años con problemas de autoridad causado por el uso incontrolado y no supervisado de los aparatos digitales y del internet. Cabe recalcar que, pese a que el uso de estos aparatos es cada vez

desde una edad más joven, la mayor parte de los niños comienzan a usar de manera diaria estos elementos a la edad de 7 a 8 años.

Pregunta 08: ¿Considera usted que los niños de 7 a 12 años aprenden más rápido de una manera visual/gráfica o textual?

Para esta respuesta nos afirmó la especialista que los niños hoy en día aprenden definitivamente más rápido de manera visual que textual, esto es debido a que de manera gráfica se puede explicar de manera más divertida temas y elementos que se son complejos. En la otra mano, esto también se da pues el niño puede simpatizar con lo visual de una manera más instintiva que con lo textual pues es más fácil de imaginar, relacionar y recordar.

Tomando en consideración esta respuesta, es necesario que el producto a realizarse siga una línea gráfica más que textual para mantener la atención del niño y poder enseñarle sobre historias y relatos complejos de manera simple y divertida.

Pregunta 09: ¿Considera usted que los niños hoy en día poseen una identidad cultural?

La psicóloga respondió que no pues considera que los niños hoy en día no tienen un apego hacia lo “nuestro”, es más, no lo consideran como parte de ellos pues no les llama la atención. Parte del gran problema es que existe el sentimiento que lo cultural no es dirigido hacia el niño pues no se les enseña mediante el idioma grafico o tendencial que ellos conocen y les gusta. Es decir, existe la tendencia de enseñar que lo cultural es algo que ya paso y que no define lo que se vive hoy en día.

Pregunta 10: ¿Considera usted que los niños hoy en día se interesan más sobre la cultura nacional que la cultura extranjera?

La doctora enfatiza que el interés propio hacia lo nacional ha ido degradándose con el tiempo. No es cosa del “ahora” sino que es cuestión que, con los años, y alimentado por la globalización, se ha vuelto algo ya pasado y externo del yo. Clara muestra de esto es que los niños desde edades tan tempranas como los 3

años ya conocen y admiran a Peppa Pig o al Hombre Araña, pero no saben de Atahualpa o Simón Bolívar. Definitivamente esto tiene que ver con los medios y como reciben información los niños, factor que parece pasar desapercibido por las piezas culturales nacionales diseñadas para niños.

Pregunta 11: ¿Cuáles cree usted que son los limitantes más grandes para los padres hoy en día?

Los limitantes más grandes para los padres hoy en día han sido instigadas por el padre mismo, respondió la profesional. Es por la falta de interacción y valoración que tiene el propio niño sobre la familia, las figuras paternas y de su entorno en sí que el infante genera inseguridades e incertidumbres. En la otra mano, existe también un problema de comunicación que se genera a partir de la falta de interacción social que posee el niño en edades más tempranas.

Pregunta 12: *Según su experiencia, ¿Cuáles son los problemas más grandes que afrontan los niños de 7 a 12 años?*

La psicóloga concluye la entrevista respondiendo de manera concreta que ella considera que cada vez existen más y más problemas que vamos ignorando pues queremos aferrarnos a lo que ha existido por años, pero el mundo es cambiante y también las nuevas generaciones.

Concretamente los niños de 7 a 12 años están pasando por una generación difícil llena de información y sin afirmaciones de su entorno. De todos los problemas ya mencionados en la entrevista el más grande es la inseguridad personal que se genera por la falta de elementos que construyan una identidad sintetizada. En estos elementos se puede atribuir la falta de interacción familiar que resulta en una identidad familiar inexistente, la carencia de identidad cultural nacional, la priorización de lo extranjero sobre lo nacional, y todos los elementos que generan incertidumbres dentro de la generación de una personalidad e identidad del individuo.

#### 4.1.5 CONCLUSIONES

Se concluye principalmente los siguientes puntos:

Edad: La “segunda infancia” es la etapa en la cual el niño comienza a crear una imagen propia de lo que es el mundo, la generación de su identidad. Por esta razón, se concreta que el producto debe ser dirigido a hacia usuarios de esta edad, es decir de 7 a 12 años.

Interacción Familiar: De los padres de los niños, les interesa a un 76% las notas del niño, no obstante, solo el 47% se preocupa por el comportamiento del niño en la escuela. Teniendo esto en cuenta, no resulta sorprendente que el 66,4% de los niños realizan sus tareas solos y que los niños consideren que pasan un 2 sobre 10 con sus padres a la semana. He aquí el corazón del problema en la interacción familiar, al niño se le enseña a acercarse al padre solo teniendo una razón importante y, al no tener puntos de interés compartidos, llegan a no interactuar o formar una relación.

Digitalización: Según la psicóloga infantil, en un promedio los niños comienzan a usar regularmente las plataformas digitales desde los 3 años de edad. Para la segunda infancia ya los utilizan regularmente y mientras más crecen más horas pasan en estos medios. 56% de los niños utilizan las plataformas digitales de 1 a 3 horas por día. Prefieren el uso de la computadora (47%), seguido por la Tablet (37%). También existe un impulso hacia este fenómeno en el aula pues 90% de los profesores entrevistados utilizan elementos de multimedia lo más seguido posible. De esta digitalización surge el problema que el niño crea una identidad insegura basada en lo que ve desde lejos y no en los factores concretos que lo rodean y deberían ser parte de él.

Identidad cultural: El niño no considera que lo cultural o nacional es direccionado hacia él, es más, ni si quiera piensa que el ser ecuatoriano significa sentirse identificado con el Ecuador, más bien el 46,8% cree que ser ecuatoriano es nacer en el Ecuador. En resultado de esto, los niños solo conocen un 4,9/10 de la cultura ecuatoriana, no obstante, su interés por ella es de un 7/10. Es decir que, al niño le interesa, pero no existen métodos que le enseñen de manera dirigida hacia ellos.

Endocultura: De las 200 personas quiteñas que se les encuestó, el 81% de ellos se sienten identificados con la etnia de “mestizo”, esto refleja que principalmente los quiteños están compuestos de mestizos. El nombre masculino más quiteño

fue Francisco con un 77% de los votos, paralelamente la iglesia más icónica de la ciudad fue la San francisco de Quito (64%) seguido por la Compañía (20%). Esto nos da n indicio que lo quiteño tradicional es barroco y con muchos detalles. Las leyendas más populares fueron Cantuña y El padre Almeida, esto refleja el lado supersticioso quiteño, es decir, el hombre y su interacción viva con lo místico.

Preferencias para la historia interactiva: El usuario prefiere historias que involucre magia y aventura, prefieren plataformas gráficas (cómo el comic) y digitales que contengan movimiento y colores vivos. Principalmente un 36% prefieren historias digitales y, según sus elecciones gráficas, prefieren dibujos expresivos y heroicos con un estilo de Amerimanga específicamente como el estilo del director de arte Bryan Konietzko, director de la serie Avatar: La Leyenda de Aang que gana en tendencia con un 14,8%. La historia debe durar un máximo de 3 horas pues el usuario posee de 1 a 3 horas para usar la plataforma digital. Aprenden de una manera más rápida cuando es entretenido y grafico la plataforma de la historia. Debe ser diseñado para una pantalla ancha como es la de la computadora y la Tablet pues el usuario prefiere estas plataformas.

## **4.2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **4.2.1 BRIEF DE DISEÑO**

Desarrollar una historia digital interactiva que sea gráfica, estilo “Amerimanga” con toma de decisiones y animaciones. Diseñada para la computadora o Tablet. La historia debe incentivar la creación de una identidad cultural e interacción familiar. Debe tener una duración de hasta 3 horas, esto determinado según el tiempo de atención que tiene el usuario. Su interactividad debe ser definida por la toma de decisiones incorporando por lo menos 3 diferentes finales.

Compilación de elementos de referencia para la temática principal de la historia del producto: La identidad quiteña.



Figura 41. Moodboard de la propuesta.

#### 4.2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Con el rápido crecimiento y avance de fenómenos mundiales como la globalización y la digitalización, la identidad de las nuevas generaciones se ha vuelto un proceso basado en lo lejano y extranjero resultando así en jóvenes inseguros e inestables. Inseguridad que puede conllevar en un sentimiento de rechazo hacia lo que poseen tangiblemente a sus alrededores, esto puede llegar a conllevar en una generación apática y retraída como es la de los *Hikikomoris* japoneses.

Las nuevas generaciones viven en un mundo lleno de iconos y símbolos, donde lo digital se sobrepone sobre lo físico, pero es aquí donde yace el problema, al no existir incentivos y piezas de información digital que sean direccionadas hacia este grupo de personas y que llamen la atención a lo que existe alrededor de ellos las nuevas generaciones pueden llegar a perderse y rechazar todo lo real. Es importante recalcar que la digitalización es un fenómeno irreversible que tiene muchas cosas buenas, el problema no es lo digital sino el mal uso de este. Por

ende, la mejor estrategia no es rechazar la digitalización sino, más bien, utilizarla para solucionar los problemas causados por la misma.

La identidad en sí es un concepto bastante difícil de explicar, pero para poder crear una identidad concreta es importante que el individuo se base en lo suyo, en su cultura, en su familia, en lo que le de certezas cercanas para confirmar su identidad. Por esto es necesaria la creación de un producto digital que abarque esta problemática, que mediante su historia empuje al niño a desarrollar conceptos familiares y que le lleve a ver a su alrededor y a querer aprender de este.

El producto es idealmente direccionado para los niños quiteños de diferentes zonas con una clase financiera de C+ en adelante, para poder diagnosticar de una manera clara, el proyecto utilizó una escuela que sea accesible monetariamente y que posea una población de estudiantes de diferentes sectores de Quito, así se llegó a tomar en cuenta la Academia militar del Valle. Los quiteños son mestizos y su cultura es igual, es decir, el quiteño no es español ni inca, es una mezcla de los dos y de muchas más historias únicas. Desde el heroico Atahualpa, a la intrépida Manuela Saénz hasta el divertido Chullita quiteño, Quito es multifacético, colorido y brillante; es un vitral de historias, monumentos y experiencias.

La estrategia del producto es enseñar al niño sobre la cultura quiteña, creando así un punto en común con el padre, y paralelamente incentivando al niño a apreciar y a sentir un apego con su familia que lo lleve a interactuar con sus padres. Todo esto mediante la creación de una historia gráfica, animada, digital y con elementos de toma de decisiones para conservar y fomentar una identidad firme en el niño.

Para lograr los objetivos planteados la historia es dirigida hacia los niños en la etapa de la segunda infancia, es decir niños de 7 a 12 años, pues es en este tiempo donde el niño comienza a crear su identidad propia y del mundo a su alrededor. Es clave este momento pues aquí comienzan los grandes problemas futuros de identidad.

#### 4.2.3 OBJETIVOS DE ASPECTOS DEL PRODUCTO

Ilustración:

Demostrar elementos icónicos de los diferentes personajes y lo que representan. Generar un estilo gráfico que incorpore los elementos de preferencias graficas del usuario pero que preserve elementos como colores brillantes y sólidos para sobresalir.

Animación:

Generar un estilo de animación que comunique el concepto de cruzar la línea de espectador y sentirse parte de la historia. Para lograrlo utilizar movimientos constantes naturales que se esperaría encontrar en estos lugares.

Conservar cierta relación con la realidad mezclado con el estilo gráfico. Demostrar elementos representativos y siguiendo un concepto.

Plataforma:

Incorporar los elementos en una plataforma que genere la visualización más exacta del producto. En este caso llegar a lo más cercano posible a una aplicación.

Brindar los elementos necesarios para poder generar una experiencia optima entre el usuario y el producto, es decir brindar las opciones suficientes para poder explorar y retomar el juego.

#### 4.2.4 USUARIO

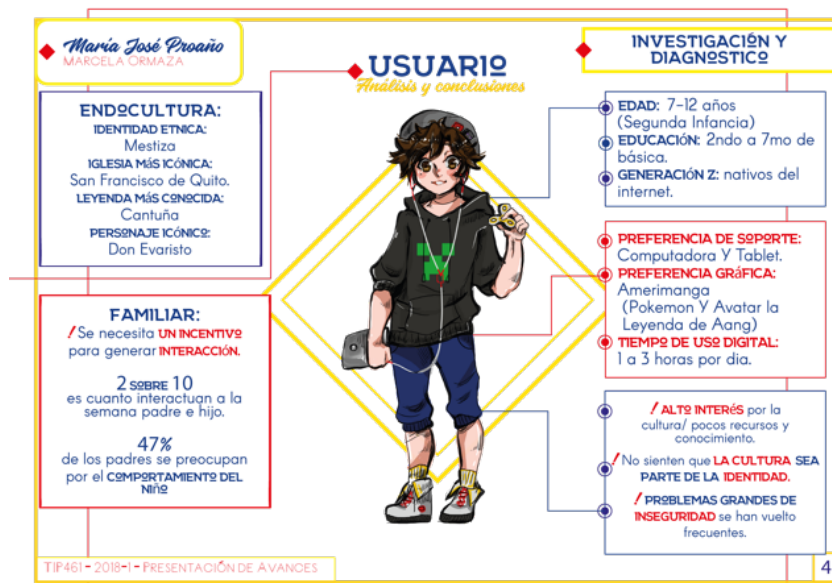


Figura 42. Resumen de diagnóstico del usuario.



Según la investigación previamente realizada para el diagnóstico y la muestra se puede definir que el usuario directo hacia el que está direccionado el producto son los niños quiteños que están pasando por la denominada segunda infancia, es decir niños de 7 a 12 años, y que asisten regularmente a clases por lo que se define que pertenecen al estrato socio económico de C+ en adelante.

Étnicamente hablando el usuario se considera mayoritariamente mestizo, pero no consideran que su cultura e historia sea parte de su identidad. Se puede definir que este es un problema generalizado por la falta de elementos que les interesen y que les enseñen sobre la cultura y la importancia de lo que les rodea. Estos niños son parte de la Generación Z, esta generación es conocida por ser los nativos del internet, es decir que tienen contacto con elementos electrónicos como computadoras y celulares desde una edad temprana. Pasan tanto tiempo en los elementos electrónicos que sienten la necesidad de tener un incentivo para relacionarse con sus padres, esto también se debe a la tendencia de ambos padres profesionales que carecen de tiempo.

#### 4.2.5 DESARROLLO SEGÚN LA EDAD

Como ha sido mencionado previamente, el usuario principal al que está dirigido el producto pertenece a la etapa conocida como la segunda infancia. En este grupo de edades los niños crecen de más de una manera, principalmente en el aspecto de pensamientos y percepciones de su alrededor.

Para entender de una manera más profunda los elementos desarrollados en esta etapa del niño se decidió examinar los elementos que se van desarrollando por edad y finalmente sacar conclusiones resumidas de los elementos comunes que se obtengan de los procesos de desarrollo en el rango de edad determinado, es decir de 7 a 12 años.

Toda la información presentada a continuación es basada en los libros *Yardsticks Children in the Classroom Ages 4-14* y *Ages and Stages: Teaching Children at Each Level*.

7-8 años:

“Los niños de 7 años pueden ser extremadamente sentimentales, encaprichados y algunas veces depresivos. Prefieren pasar la mayor parte de su tiempo solos por decisión en sus cuartos leyendo, escuchando música o jugando con sus juguetes.” (Wood, 2007)

En esta edad los niños son guiados por su curiosidad y su fuerte deseo de exploración y descubrimiento. Comienzan a tratar y entender conceptos complejos como el tiempo y el espacio de una manera más sofisticada. Su interés por el mundo exterior y el que los rodea se ve alimentado por los temas tratados en Ciencias naturales y sociales. Los siete años es una edad de intensa actividad individual y de la consolidación de estructuras y sentimientos cognitivos. Es aquí donde se genera una importancia sobre la creación de una dirección propia más grande y definida por el propio niño.

“El niño de ocho años explora su potencial. Puede tener sentimientos de inferioridad al pasarse desviando entre diferentes áreas de actividades nuevas mientras se vuelve consciente del extenso mundo en el que vive.” (Wood, 2007)

Al expandir su mundo los niños en esta edad se concentran en ganar control sobre los elementos que se presentan como herramientas necesarias para ellos, especialmente educacionalmente hablando. Pueden sentirse frustrados e inferiores si sus logros no vienen de manera fácil o rápida. Prefieren los elementos que son cortos y concisos. Están explorando sus potenciales que serán parte de sus identidades concretas. Estas son las edades donde el niño está concentrado en sí mismo, funcionan mejor en parejas o grupos pequeños y aprenden de la mejor manera cuando mediante la exploración.

9-10 años:

“Nada es justo para el niño de nueve años pues este esté concentrado en la tarea de entender las cuestiones y comportamientos éticos de la sociedad.” (Wood, 2007)

En esta edad, especialmente en los 9 años, los niños comienzan a tener un sentido de la individualidad y de la importancia de los grupos. Se generan hábitos como el de morder las uñas para poder liberar tensiones de los grandes cambios emocionales por los que pasan en esta edad.

“A los 10 años los niños parecen ser los aprendices más activamente perceptibles sobre información factual. Es el momento perfecto para aprender las tablas de multiplicación que han sido una dificultad hasta esta edad.” (Wood, 2007)

Al enfrentarse a cambios emocionales los niños en estas edades comparten fácilmente su información con sus compañeros y esto les ayuda a trabajar bien en grupo. Poseen un instinto de calma y cooperatividad. Tienen una capacidad de retención de memorias mucho mayor que la de un niño de 6 o 5 años, esto es dado gracias al concepto de la importancia del conocimiento para la interacción académica. Esta es una edad donde el niño posee una estabilidad en conocimiento y pensamiento, elementos que son cuestionados de una manera activa en las edades de 11 y 12 años. Es la edad donde se encargan de organizar el mundo que les rodea.

11-12 años:

“Especialmente en las edades de 11 y 12 años los niños reconstruyen sus pensamientos y conocimientos. Es muy común que se cuestionen las decisiones de los adultos que previamente aceptaban tranquilamente. Los profesores en esta edad encontrarán retos en casi todos los temas escolares.” (Wood, 2007)

En estas edades se generan muchos cambios cognitivos, así como físicos en los niños, esto lleva a la reconstrucción de los conceptos que antes habían llegado a aceptar de la manera más pacífica. Se genera una disputa contra la autoridad adulta que, si no se controla o enseña de manera correcta, puede conllevar en

un rechazo y aislamiento hacia los padres y familiares del niño. La mayor parte del tiempo se sienten incómodos, por lo que responden con sinceridad cruda que puede llevar a conflictos especialmente con las figuras de autoridad como padres y profesores. Son frágiles y pueden ofenderse fácilmente. Les llama la atención nuevas expresiones artísticas como la música y el dibujo, mayoritariamente es en este aspecto que les llama la atención lo extranjero.

Esta es la edad clave para la identidad, es aquí donde se crean las bases de personalidad que les acompañarán en la pre-adolescencia y adolescencia.

Conclusión:

Los niños pasando por la segunda infancia se caracterizan por un desarrollo continuo cognitivo sobre conceptos que previo a esta etapa eran abstractos. Se puede concluir que la creación de la identidad es uno de los aspectos principales de este grupo de edades. Para la creación de la misma se ve un incremento de atención a conceptos que previamente eran olvidados como el de la importancia de la interacción y el rol de las reglas y expectativas del mundo que les rodea. Esto es una segunda confirmación sobre los aspectos que hay que tomar en cuenta y hacia donde se debería dirigir el contenido del producto.

Paralelamente podemos concluir que para llegar a este grupo de edad se debe generar una conversación amistosa que les enseñe sin obligarles a pensar de una manera específicamente, esto especialmente en los últimos años donde el usuario se comienza a cuestionar todos los conceptos previamente aprendidos. Además, se puede observar la importancia de llamar la atención del niño hacia sus alrededores y certidumbres de la cultura a la que pertenecen para evitar un aislamiento y rechazo. Esta etapa se caracteriza por sus cambios alocados de pensamientos y emociones a raíz del desarrollo cognitivo por el que el niño está pasando, por esto se debe tratar con el niño de la manera más amistosa posible, dándole la opción al niño de guiarse y tomar el camino que desee.

#### 4.2.6 ENSEÑANZA & APRENDIZAJE CREATIVO

“La creatividad es el estado de mente en el que todas o varias de nuestras inteligencias trabajan juntas. Involucra ver, pensar e innovar. Pese a que

mayoritariamente la creatividad es encontrada en el arte, esta puede ser utilizada en cualquier aspecto académico como personal.” (Craft, Jeffrey, & Leibling, 2001)

La enseñanza ha sido reconocida como un desempeño creativo donde se debe buscar la manera más óptima para que el estudiante pueda aprender, por esto es importante siempre buscar nuevas maneras de enseñar e incentivar el aprendizaje del niño sin que este lo rechace. Como cualquier otro tipo de enseñanza, la enseñanza creativa es una disciplina que tiene como objetivo el de enseñar al estudiante mediante la comprensión y no la repetición forzada. La mejor manera de hacer esto es usando los intereses del propio niño para enseñarle de manera explicativa e intuitiva.

No es ningún secreto que vivimos en el siglo de la tecnología, las nuevas generaciones prácticamente nacen con los aparatos tecnológicos en mano y esta es una realidad que no se puede evitar. Según Prensky (Prensky, Don't Bother Me Mom-I'm Learning, 2003) las generaciones hoy en día al llegar a los 21 años habrán jugado un estimado de 5,000-10,000 horas en la computadora o en otras plataformas virtuales, por esto es imposible no tomar en cuenta la influencia del mundo virtual en el propio niño.

“Nuestros estudiantes han cambiado radicalmente. Los estudiantes de hoy en día ya no son las personas para los que fue diseñado el sistema educativo actual.” (Prensky, Digital Natives, Digital Immigrants, 2001)

Los videojuegos y novelas online poseen una característica importante que se debería destacar y explotar en la enseñanza creativa; el aprendizaje mediante el entretenimiento. Al comprender y sacar conclusiones con sus propios pensamientos y exploraciones el niño se siente dueño de la información lo cual hace que esta sea mucho más fácil recordada que si la hubiera escuchado en una clase normal con un profesor procesando la información a su manera.

Prensky menciona en su libro '*Digital Natives, Digital immigrants*' un punto clave e importante para el aprendizaje en los niños de las nuevas generaciones,

este es que viven en un mundo donde un gráfico genera una impresión mucho más grande que un texto o palabras.

En conclusión, para enseñar y transmitir mensajes a los niños de hoy en día se debe proporcionar la información de la manera más interactiva y gráfica que se pueda hacer. Por esta razón el producto propuesto debe abarcar los puntos previamente mencionados, como el uso de gráficos explicativos y narrativos incorporados con la tecnología interactiva que les llama tanto la atención a los nativos digitales.

#### 4.2.7 CONCEPTO DE DISEÑO

Entre los conceptos que se quieren reflejar en el proyecto está el de la toma de decisiones, es decir toda acción o reacción tiene una consecuencia. Mientras tanto también se quiere crear un incentivo hacia la interacción familiar mediante el fortalecimiento de puntos en común y conceptos culturales. Demostrar el concepto de la diferencia entre quien creo que soy, quien quieren que sea y lo que soy. La armonía y la identidad concreta con arraigos cercanos al propio niño. La digitalización como un instrumento de fomentación de elementos educativos. Usando como moraleja final el: Así como tú eliges quien eres, no puedes ignorar de dónde vienes.

#### 4.2.8 DETERMINANTES DE DISEÑO



Figura 43. Determinantes en el proceso de diseño.

Tabla 4.  
*Descripción de determinantes de diseño.*

<b>Determinante</b>	<b>Descripción</b>
<b>Literario</b>	
Ritmo	Debe tener un paso entendible, interesante y llamativo para mantener la atención del usuario.
Coherencia	Debe existir una secuencialidad en la historia y no debe confundir con conceptos que no hayan sido explicados previamente.
Cognitivo	Debe poseer conceptos y un lenguaje que sea entendible para el usuario.
Aplicabilidad	La historia debe considerar el concepto de interacción y dar la posibilidad a varios finales de acuerdo a la toma de decisiones.
Afinidad con el usuario.	La historia debe apelar al gusto del usuario tomando en consideración la etapa de desarrollo del niño. (ver subcapítulo Esta de desarrollo)
<b>Gráfico</b>	
Composición	Los elementos de las ilustraciones deben tener una lógica y deben funcionar de manera comprensible entre sí.
Armonía	Las piezas gráficas deben poseer una concordancia en el estilo de dibujo y coloreo para generar armonía.
Semántica	Los atributos demostrados en la pieza deben connotar un mensaje semántico mediante símbolos e iconos.
Aplicabilidad	Que tan aplicable son las piezas gráficas para la historia interactiva.
<b>Animación</b>	
Contenido	Se demuestra un movimiento llamativo y coherente según la historia para mantener la atención del niño.
Técnica	Se usa la misma técnica de animación para las piezas gráficas secuenciales, conservando así la armonía.

Fluidez	Existe una transición bien realizada entre cuadros de animación.
<b>Plataforma</b>	
Contenido	La plataforma tiene la capacidad y herramientas necesarias para poder presentar las piezas gráficas y animaciones de manera correcta.
Intuitivo	La dinámica en la plataforma es intuitiva para el usuario, es decir no existe posibilidades de que el niño no sepa que hacer.
Peso	El tamaño del producto en la plataforma no es excesivamente grande ni reduce excesivamente la calidad gráfica ofrecida.
Fluidez	Existe un flujo lógico y con una velocidad adecuada en la historia.

#### 4.2.9 GENERACIÓN DE ALTERNATIVAS Y EVALUACIÓN

##### 4.2.9.1 HISTORIAS

A partir de la lectura de 3 recopilaciones: “Cuentos, leyendas, mitos y casos del Ecuador” de Abdón Ubida, “Mariangula y otros aparecidos” de Laura Hidalgo A. y “Quito: Tradiciones y memoria” recopilado por Édgar Freire Rubio-, se concretó y escogió los siguientes relatos para incorporarlos en la historia principal del producto. Esto se decidió tomando en consideración diferentes aspectos principales que conforman la identidad quiteña, esto basándose en las reflexiones de los autores en las introducciones de las compilaciones.

Tabla 5.  
*Historias por incorporar en el producto.*

#### Historias por Incorporar en el producto



Míticas	Tsunki	Pacha Mama	Tyapachi Tanatu	Huagra- puma y tigre	Pacha Salva sus hijos del diluvio.	Los a truen os.
Pre-Incas	Cotocolla os	El gran diluvio		Volcanes (guagua Tungurah ua)	Chuzalun gus y Apus.	
Incas	El imperio	Atahua lpa y Huasc ar	Guerra civil Inca	General Quisquis		
Españoles	Coloniza ción		Los Españole s en los busca del Dorado.	Atahualp a contra los españole s.	¿Y sí Huascar y Atahualp a peleaban juntos?	
Iconos nacionales	Las 3 Manuelas	Don Evarist o	Padre Almeida			
Leyendas	Cantuña	Chullita quiteño .		Gallito de Quito.	Entes míticos (el duende, la caja ronca, etc.)	

Contemporáneo	Tradiciones Ecuatorianas	Quito Arte y Música	Quito supersticioso.	Festividades Quito (cucuruchos, desfiles, etc.)	Quito carita de Dios, etc.
Finales	Final Bueno	Final medio	Final Malo		

Teniendo en consideración las historias por incorporar se decidió generar ideas de historias originales que encapsulen estos elementos y los transmitan de sus diferentes maneras. De esta manera se construyó 4 diferentes historias originales que de alguna manera guíen la historia para transmitir de manera interactiva las historias.

La primera idea de historia que nació fue la de un niño robot enviado del futuro para recuperar la identidad quiteña que ha sido perdida completamente en su tiempo. Junto con su amiga, una chica muy feliz y trabajadora, recorren la ciudad de Quito y sus historias. Se la denominó 'Robotizado'.

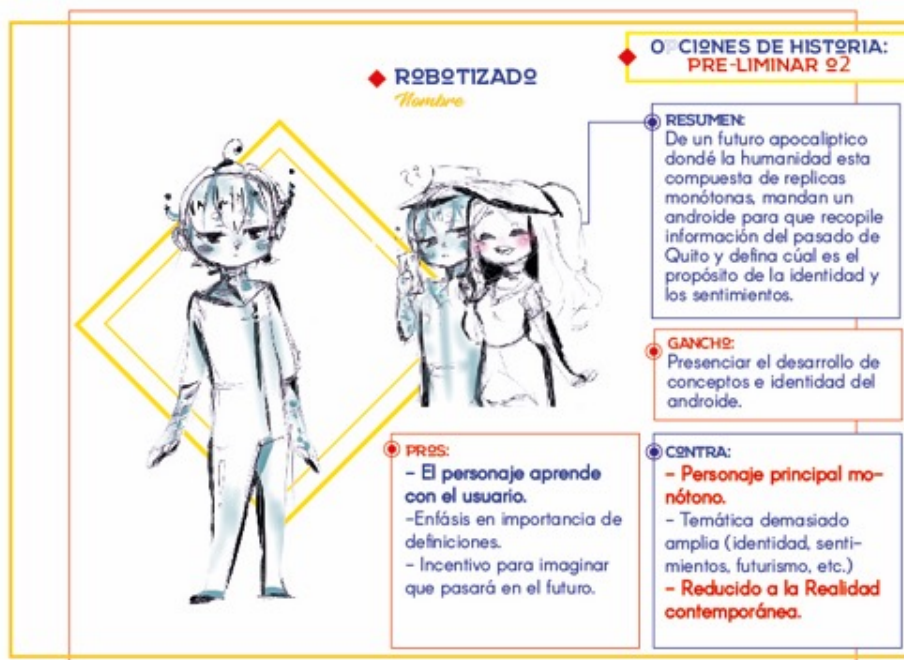


Figura 29. Opciones de historia "Robotizado"

Como segunda opción se decidió centrarlo alrededor de las fiestas tradicionales, el concepto de la guerra de festividades viene del conflicto que se ha creado hoy en día entre las festividades nacionales y las extranjeras. Esto como una reflexión de la influencia de lo exterior sobre lo nacional que existe en la realidad contemporánea.



Figura 30. Opciones de historia "Guerra de festividades"

Pese a que la idea de Guerra de Festividades es muy divertida, pero toma un tema muy amplio que no se reduce a una sola ciudad, sino que mayoritariamente son festejados nacionalmente. Por esta razón se vuelve una historia que no se centraliza en la identidad cultural específica, sino que en la identidad nacional del país.

Como tercera opción esta la historia de Jorge Lags, con esta historia se quiere enseñar la manera que existen personas que viven rechazando tanto tus raíces que hasta llegan a negar sus nombres y familias. Para darle una lección se le presenta el duende quien le lleva en un viaje por las historias quiteñas para enseñarle que uno debe ser orgulloso de donde viene para poder vivir bien en el futuro.

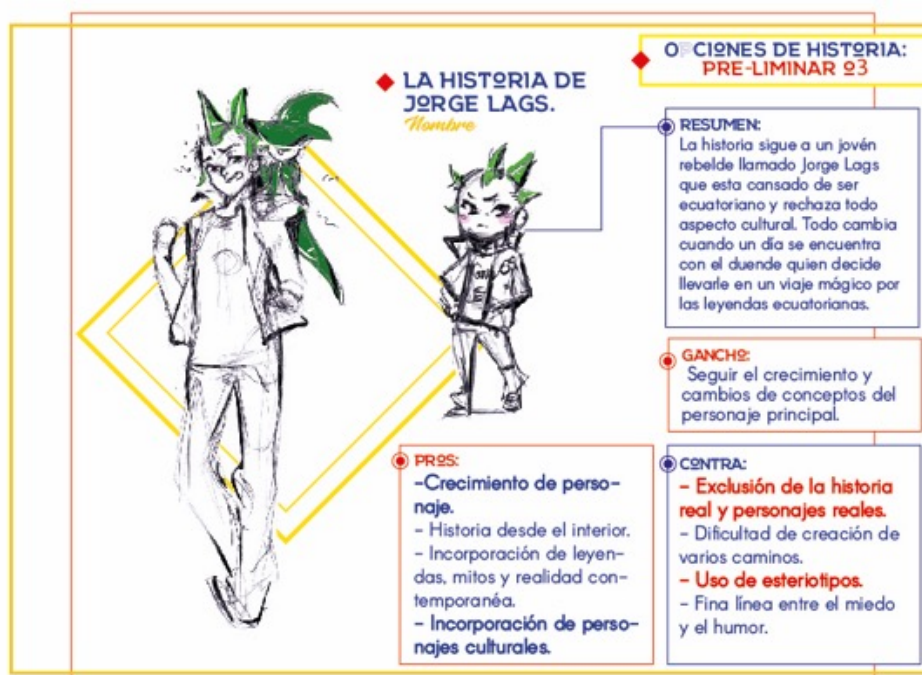


Figura 31. Opciones de historias "La historia de Jorge Lags"

El problema de esta historia es que, pese a que cuenta la historia desde el interior y con una vista contemporánea, tiene un tono oscuro y es reducido a historias donde el personaje principal pueda ser parte de la misma, eso significa que las leyendas y mitos son las que mejor encajan.

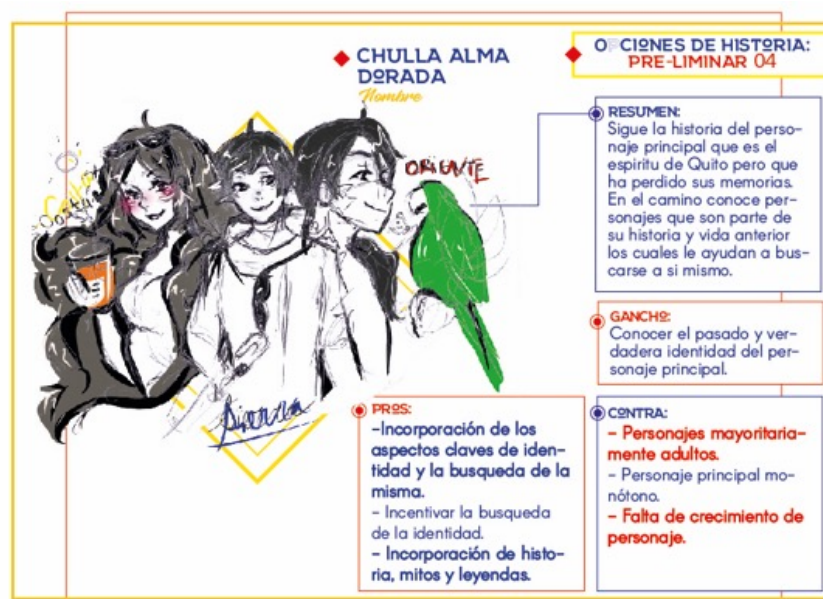


Figura 32. Opciones de historia "Chulla Alma Dorada"

Como última idea esta Chulla Alma Dorada, en esta historia se sigue a los espíritus representantes de las diferentes regiones del Ecuador. Cada uno de estos comparte experiencias y ayudan a enfatizar la importancia de concretar la identidad y de ser orgulloso de las raíces de cada uno.

Para poder escoger la mejor historia para interpretar se decidió analizarlas según los determinantes previamente planteados.

Tabla 6.  
*Comparación de historias según determinantes*

<b>Nombre</b>	<b>Ritmo</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Cognitivo</b>	<b>Aplicable</b>	<b>Afinidad con el usuario.</b>
Guerra de Festividades	-	-	++	-	+
Resumen:	La historia sigue las aventuras de los espíritus ecuatorianos del “Día de los difuntos” y del “Día de la bandera” en contra de la invasión de las festividades exteriores como “Halloween”.				
Jorge Lags: El quiteño que perdió la chauchera en el extranjero	++	+	+	+	-
Resumen:	La historia sigue a un joven rebelde llamado Jorge Lags que está cansado de ser ecuatoriano y rechaza todo aspecto cultural. Todo cambia cuando un día se encuentra con el duende quien decide llevarle en un viaje mágico por las leyendas ecuatorianas.				
Chulla Alma Dorada	+	++	+	++	++

Resumen: Sigue la historia del personaje principal que es el espíritu de Quito pero que ha perdido sus memorias. En el camino conoce personajes que son parte de su historia y vida anterior los cuales le ayudan a buscarse a sí mismo.

Una vez teniendo dos ganadores, se decidió desarrollar mejor la historia e incluir las mejores características de las otras opciones para así tener dos historias mucho más completas.

Tabla 7.  
*Comparación de historias preliminar.*

Nombre	Ritmo	Coherencia	Cognitivo	Aplicable	Afinidad con el usuario.
Jorge Lags: El quiteño que perdió la chauchera en el extranjero	++	+	+	+	+
Resumen	Jorge Lags se disculpa con su familia y amigos por haberles				
Buen final:	siempre tratado mal y haber rechazado sus raíces.				
Chulla Alma Dorada	+	++	++	++	++
Resumen	Francisco descubre lo que significa ser quiteño y se vuelve parte				
Buen final:	de la ciudad de Quito. Como un fantasma que incentiva a las personas a conocer sobre la hermosa ciudad de Quito y su identidad.				

Para poder comparar de mejor manera las historias se decidió equiparar las dos historias pre-finales según el contexto de sus buenos finales. Al hacerlo se decidió que, pese a que la trama de historia de Jorge Lags tiene un ritmo más fluido y fácil de entender, Chulla Alma Dorada puede tener una afinidad más profunda con el usuario y una coherencia más lógico que puede abarcar más aspectos de la identidad quiteña.

#### 4.2.9.2 LOGOTIPO

“Un logo es como una “firma”. Es un elemento gráfico cuyo propósito es guiar al usuario para que identifique una compañía/servicio/producto. El logo es una representación visual y gráfica del deseado concepto original.”  
(Adir, George, & Nicoleta, 2013)

Según el escrito creado a partir de lo consolidado en la 2nda Conferencia de Diseño, Artes y Educación del año 2013 existen 3 tipologías del logo:

**El icónico** (representación netamente gráfica)

**El logotipo** (letras ó palabras)

**Y el logo complejo** (mezcla de letras y símbolos juntos)

Actualmente estas tres tipologías son denominadas como Isotipo, logotipo e Isologo. El uso de uno de los ya mencionados depende del propósito que tenga el diseñador con el proyecto.

Al tener que crear un logo representativo para una historia gráfica se consideró cuales elementos son los que se quiere transmitir al usuario. Considerando que los usuarios que utilizarán la historia interactiva son niños y niñas en la segunda infancia, se necesita comunicar el nombre del proyecto en conjunto con elementos visuales que llamen la atención hacia el mismo conservando la identidad de la historia. Por esta razón se decidió utilizar la tipología de un Isologo.

Ya establecido que tipo de logo se iba a crear, se tomó referencias de isologos ya existentes dirigidos hacia la audiencia establecida. Para esto se realizó una

pequeña entrevista a 4 niños de 7 a 12 años sobre los títulos de sus juegos favoritos y de estos los siguientes títulos se repitieron más de una vez:

*Minecraft, Pokemon, Mario Odyssey y Roblox.*

Tabla 8.

*Análisis de referencias de logo.*



- + Letras con personalidad
- + Sombras dando la impresión de 3D
- +Elementos representativos del juego (cara de personaje en la A)
- +Colores llamativos y representativos de la temática del juego.



- + Contraste de formas en las palabras.



- + Mezcla de tipos de elementos gráficos en las palabras.
- + Diferentes ejes de palabras
- + Elementos gráficos representativos del juego específico.



- + Simplicidad
- + Identidad en la tipografía
- + Colores llamativos y relacionados al juego.
- + Elementos lineales en representación de la temática del juego.

A partir de los elementos encontrados en los referentes gráficos se decidió considerar los elementos claves que se deberá compilar en el isologo.



Entre estos se quiere demostrar contraste entre orgánico y lineal para representar la temática de cambio entre lo contemporáneo y lo tradicional. Formas representativas hacia lo místico y lo sólido coexistiendo. Formas representativas hacia Quito como territorio.



Figura 33. Paleta de colores del logo.

Como paleta de colores se quiso usar los colores de la bandera de Quito en armonía con el dorado que se menciona en el título de Chulla Alma Dorada. Tomando estos elementos en mente se generó 3 diferentes bocetos conservando la paleta y una mezcla de tipografías que conserven la legibilidad pero que representen las formas deseadas.



Figura 34. Opciones de logo.

Para poder escoger la mejor opción para representar al proyecto se decidió hacer una encuesta a 15 niños de 7 a 12 años y 10 padres de familias respectivamente.

En la encuesta se preguntó cuál de las opciones les parece mejor según las preguntas. Los determinantes escogidos fueron los siguientes: Legibilidad, Atractivo, composición y armonía visual.

Tabla 9.  
*Comparación de opciones con usuario.*

	<b>OP.01</b>	<b>OP.02</b>	<b>OP.03</b>
<b>Legibilidad</b> (¿En cuál puedes leer mejor lo que dice en el centro?)	7 niños 6 padres	5 niños 3 padres	3 niños 1 padre
<b>Atractivo</b> (¿Cuál te parece el más bonito?)	9 niños 7 padres	3 niños 1 padre	3 niños 2 padres
<b>Composición</b> (¿Cuál te parece que tiene los objetos mejor ordenados?)	6 niños 5 padres	4 niños 1 padre	5 niños 3 padres
<b>Armonía Visual</b> (¿Cuál te llama más la atención?)	12 niños 8 padres	2 niños 1 padre	1 niño 1 padre

Según estos resultados se concluyó que la opción con más afinidad hacia el usuario primario (el niño) y secundario (el padre) es la primera opción, por esta razón se decidió arreglar la composición del mismo con una retícula y generando así una mejor legibilidad.

#### 4.2.9.3 PERSONAJES ORIGINALES

Hablando en general, los determinantes principales para que los personajes se ajusten de la mejor manera en la historia fueron decididos según los elementos principales que se necesitan para optimizar el diseño de personajes.

Los determinantes escogidos, y ya escogidos previamente en el capítulo de determinantes del proyecto, son los siguientes: Composición, Armonía, Semántica y Utilidad.

La composición del personaje debe ser ordenada y debe representar correctamente los elementos clave de personalidad e iconicidad. El diseño debe tener armonía y coherencia entre sus elementos para generar confianza en el usuario. La pose y expresiones del personaje deben ser acorde a la personalidad y paralelamente debe dar la opción de poder enseñar de la mejor manera las expresiones y movimientos de los personajes para enfatizar el dialogo.

El propósito principal de los personajes originales de la historia es brindar elementos con mensajes escondidos que hagan referencia a diferentes aspectos de lo que representan.

Según el periódico El Universo 78% de los quiteños se sienten representados con la raza de mestizos. Es decir, generalmente, tez trigueña clara y cabello oscuro (El Universo). En la creación del personaje principal se decidió tomar como prioridad tratar de generar una conexión entre el personaje principal y el usuario. Para esto se apeló a las estadísticas mayoristas para incorporar un elemento recurrente en el entorno del usuario.


Como personalidad hay que tomar en cuenta que la primera aparición del personaje principal es cuando esta pequeño y perdido. Para incentivar el flujo óptimo de la historia es esencial que el guía (en este caso el personaje principal) demuestre una personalidad simpática y positiva, evadiendo arrebatos fuertes e irritantes para el usuario.




Hay un dicho popular que expresa que los ojos son la ventana al alma, este concepto es demostrado de una manera literal en el diseño de los personajes originales, por esta razón Francisco posee los ojos dorado, haciendo referencia a la constancia presencia del oro y conexión al sol que se le ha dado a la ciudad de Quito.

El personaje pasa por tres diferentes partes en las cuales él se apropia de dos diferentes nombres y 3 diferentes personalidades. En un principio estando confundido y perdido se conoce a un Francisco sin nombre que eventualmente se denominara como "Niño" pues es lo único que es claro y evidente hasta el momento.

**ELECCIÓN DE BOCETO**  
*Francisco niño*

**BOCETO ELEGIDO:**



DETERMINANTES	OP. 01	OP. 02	OP. 03
			
	Genera la impresión de superioridad y desconfianza hacia los demás.	Dá la impresión de un personaje demasiado relajado y quemimportista.	Enseña las características tímidas y relajadas del personaje.
COMPOSICIÓN	++	+	++
ARMONÍA	-	+	++
PERSONALIDAD	--	-	++
UTILIDAD	++	+	++

MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--

Figura 50. Elección Francisco Niño.

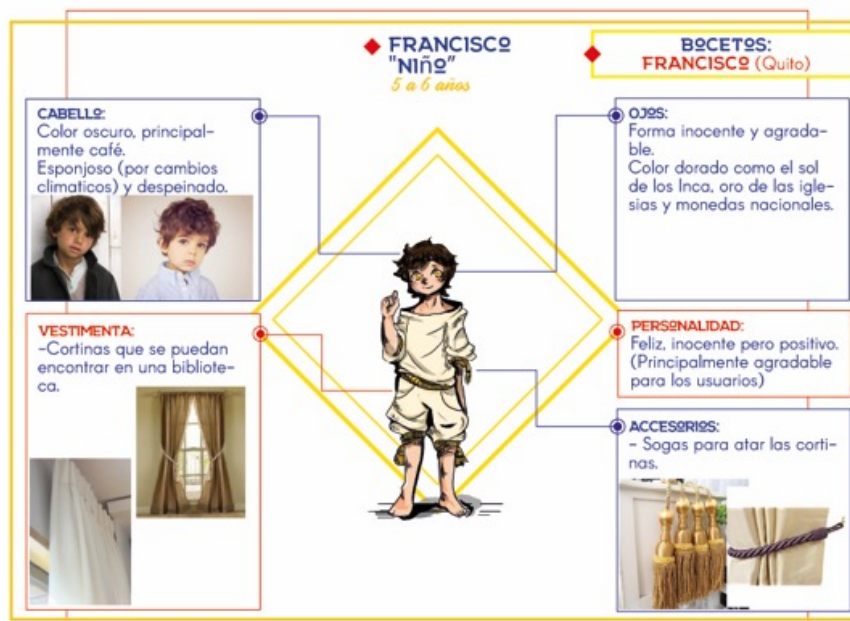


Figura 51. Inspiración Francisco "Niño"

Después de analizar las opciones de bocetos se decidió ir por la opción número 1 pues esta es la que resalta especialmente por su exactitud en el mensaje semántico que se quiere connotar, la personalidad denotada funciona armoniosamente con la aplicabilidad necesaria de la manera más óptima.


Después de analizar las opciones de bocetos que se generó como alternativa para demostrar al personaje principal se decidió escoger la primera opción pues es esta que se apega más a las características que se quiere demostrar con el personaje principal, un personaje tímido y amistoso.




Al pensar en un personaje que apareció de la nada y que tiene prácticamente ningún recuerdo se posa la pregunta de cómo se vestiría o como haría para encontrar un traje. Francisco aparece en la Biblioteca Dorada y por esto lo más fácil que se podría pensar que se usaría como ropa serían las cortinas y sus agarraderas.

Elementos que cambian la segunda vez que el usuario se vuelve a encontrar con el personaje principal. Al tomar la personalidad de 'Guayanay' se vuelve más expresivo y fuerte en sus creencias, haciendo preguntas y por primera vez dando respuestas sobre todo lo que ha podido encontrar sobre su propia vida. Paralelamente existe la pequeña espina de la duda e incertidumbre en el personaje, algo típico de un pre-adolescente que está formando su propio mundo y personalidad.

**ELECCIÓN DE BOCETO**  
*Francisco Guayanay*

**BOCETO ELEGIDO:**



	OP. 01	OP. 02	OP. 03
<b>DETERMINANTES</b>	 Esta en una pose fuerte y desafiante que genera contraste con su personalidad.	 Su composición visual comunica honestidad e inocencia.	 Se demuestra una personalidad insegura y pensativa.
<b>COMPOSICIÓN</b>	++	++	+
<b>ARMONÍA</b>	-	++	++
<b>PERSONALIDAD</b>	--	++	-
<b>UTILIDAD</b>	++	++	--

MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--

Figura 52. Elección de boceto Francisco Guayanay.

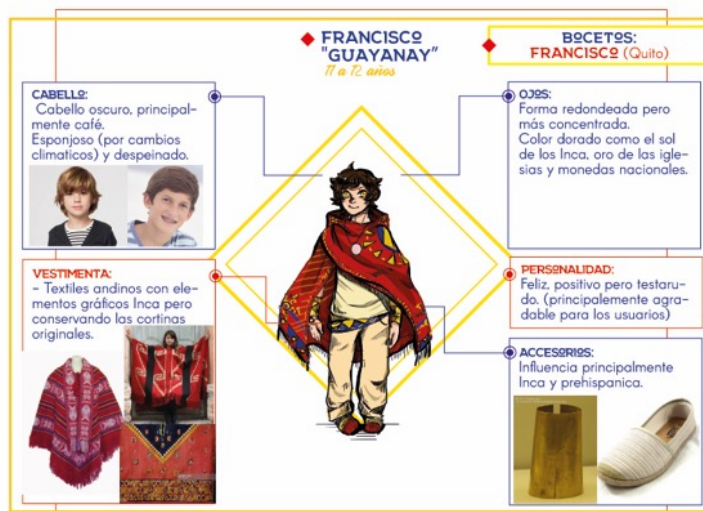


Figura 53. Inspiración Francisco "Guayanay"

Pese a que las tres opciones comunican conceptos diferentes de maneras coherentes, la tercera opción es la que se encaja de la mejor manera con el conjunto de características que se buscan enseñar con el diseño de personaje.

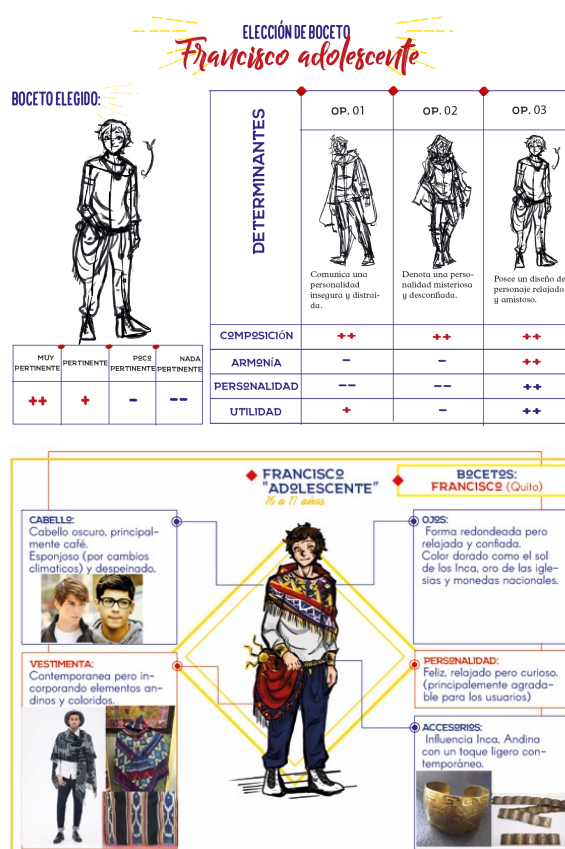


Figura 54. Inspiración Francisco adolescente

Es decir que comunique confianza en el usuario para generar un sentido de amistad que impulse el interés en el niño para seguir con el hilo de la historia.

Como vestuario se añade un poncho rojo con elementos dorados y accesorios de oro siguiendo las referencias de vestuarios utilizados por los Incas y las civilizaciones previas a estas. Todo estos son elementos retomados como hitos de la identidad cultural tradicionalista que se intenta imponer en las nuevas generaciones.

La tercera vez que aparece el personaje ya está mucho más grande y formado. Lo vemos con un aire de confianza y mucho más relajado, lleno de preguntas, pero ya acostumbrado a estar sin respuestas. Es un joven alegre y con ansias de explorar el mundo y sus elementos.

El momento en el que el nombre de Francisco llega a la historia con María se marca un tercer arco argumental donde vemos un personaje más aventurero pero que al mismo tiempo ya no posee la confianza ciega que tenía cuando era pequeño. En resumen, se busca demostrar una personalidad confiada, alegre y aventurera, llena de preguntas y decisión.

La tercera opción de las listadas poseía la personalidad más deseada para el personaje en esta edad. Al ser un adulto adolescente se presenta un Francisco que ya ha dejado de cuestionar sus orígenes pero que aún estaría dispuesto de salir en una aventura para encontrarse. Principalmente es importante en este punto enseñar un personaje que está abierto a posibilidades ya que al llegar a este punto el usuario podría conseguir el final A o el final B de las mismas maneras.

Al tener una pose que demuestra dinamismo y confianza se quiere presentar un atuendo que lleve una mezcla de detalles nuevos y otros que se han utilizado previamente. Vemos un poncho colorido y con muchos detalles que sirve como accesorio complementario del atuendo y no como una capa grande como era la que utilizaba Guayanay.

Uno de los detalles que se añaden a esta etapa es que el personaje principal llega a tener contacto con tendencias y con el internet al encontrar un teléfono, esta apertura de conocimiento se ve reflejado en el atuendo que posee un diseño

más moderno y sofisticado, parece ropa normal y no un atuendo formado con retazos de cortinas.


Uno de los conceptos iniciales de Chulla Alma Dorada es el de mostrar las diferencias entre diferentes regiones, pero como si fueran una familia. Al existir un espíritu que representa Quito se deja abierta la puerta a que existan las representaciones de diferentes identidades del Ecuador.




En este concepto nace Kunturi, este personaje representa la capital de la provincia más grande del sector amazónico y ese es el Puerto Francisco de Orellana. Al no poder utilizar este nombre directamente se habla en la historia de que el personaje principal (Francisco) le otorgo el nombre de Kunturi que significa 'Representante de los dioses' en quechua.

Kunturi es un hombre relajado y divertido, con sabiduría más allá del entendimiento. Posee una personalidad ligera y casi como si tuviera la mente por otros lados, pero a pesar de eso tiene momentos de seriedad donde tiene pensamientos profundamente poéticos.

**ELECCIÓN DE BOCETO**  
*Kunturi*

**BOCETO ELEGIDO:**



	OP. 01	OP. 02	OP. 03
<b>DETERMINANTES</b>	 Se denota una personalidad misteriosa y desconfiada.	 Transmite un sentimiento de confianza y honestidad, pero con un toque juguetón	 Da la impresión de un personaje descuidado.
<b>COMPOSICIÓN</b>	++	++	++
<b>ARMONÍA</b>	-	++	+
<b>PERSONALIDAD</b>	--	++	--
<b>UTILIDAD</b>	-	++	-

MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--

Figura 55. Elección de boceto Kunturi.

La tercera opción es la que sobresale entre las opciones de bocetos, es un personaje que carga elementos típicos de la región, como lo es las sansas y la hoja de bijao, pero que se viste de manera contemporánea y con elementos que



facilitarían ir en aventura. El personaje posee elementos de nativos de la zona, pero mezclado con el estilo de las nuevas generaciones que habitan en el sector

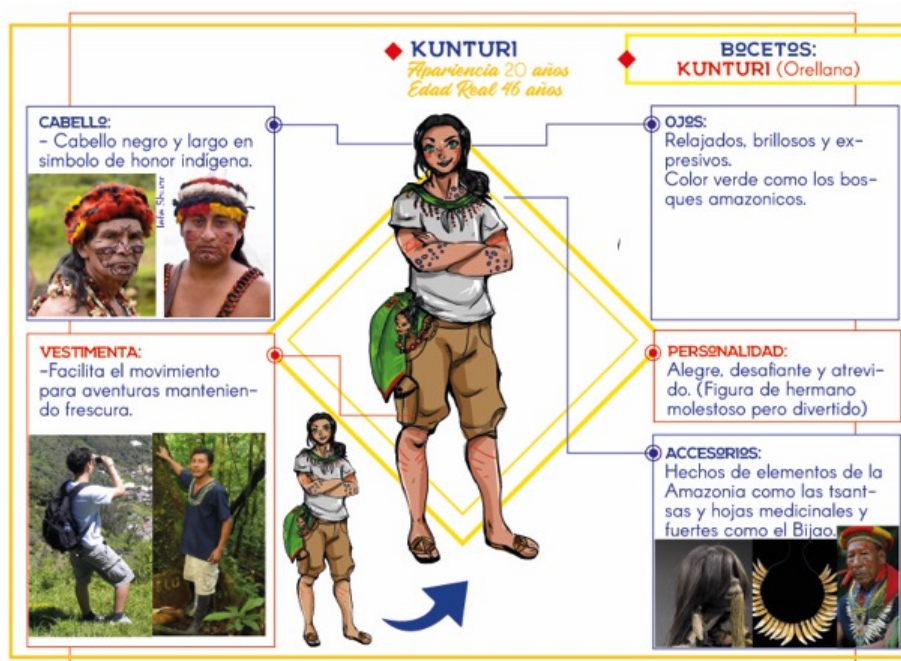


Figura 56. *Inspiración Kunturi*

Para el diseño de los tatuajes que tiene el personaje se hizo una entrevista en la unidad militar de la Shell con uno de los shamanes más antiguos que conocen los nativos que son parte del escuadrón IWIA. En esta reunión y con un traductor, el Shaman Shiwiar explicó que los tatuajes y marcas que poseen los nativos Shiwiar hacen referencia a los animales feroces que existen en la selva, es una manera de mostrar la fuerza que posee la persona que los carga.

El jaguar es un símbolo de fuerza de la Amazonía, pero también es considerado un guía espiritual. Siguiendo este concepto Kunturi posee sus tatuajes en representación del jaguar, con sus manchas marcando sus brazos y representación de colmillos rojos a los lados de la cara.

María es el personaje que representa la costa, específicamente Guayaquil. Posee labios grandes, cabello voluminoso y una figura con muchas curvas en representación del canon de belleza que el ecuatoriano tiene de las mujeres costeñas, así como lo define Juan E. Guarderas en su artículo Mujeres de la

Costa publicado en el diario El Comercio el 14 de enero del 2018. Su personalidad es fuerte pero alegre, audaz y llena de confianza. Es la hermana mayor que es dulce pero fuerte cuando tiene que serlo.

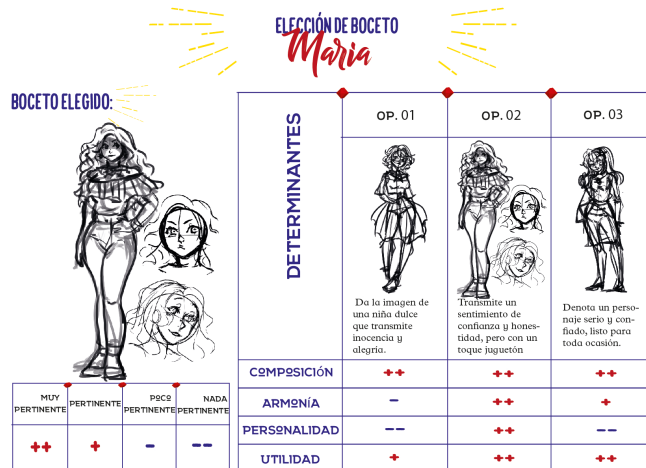


Figura 57. Elección de boceto María

El nombre 'María' nace de la encuesta que se realizó para el diagnóstico donde los usuarios respondían sobre aspectos de la cultura ecuatoriana como los nombres más representativos y los edificios más conocidos.

La tercera opción de bocetos encapsula de la manera más armoniosa la personalidad fuerte y confiada del personaje con la belleza que es característica de las mujeres de la costa.

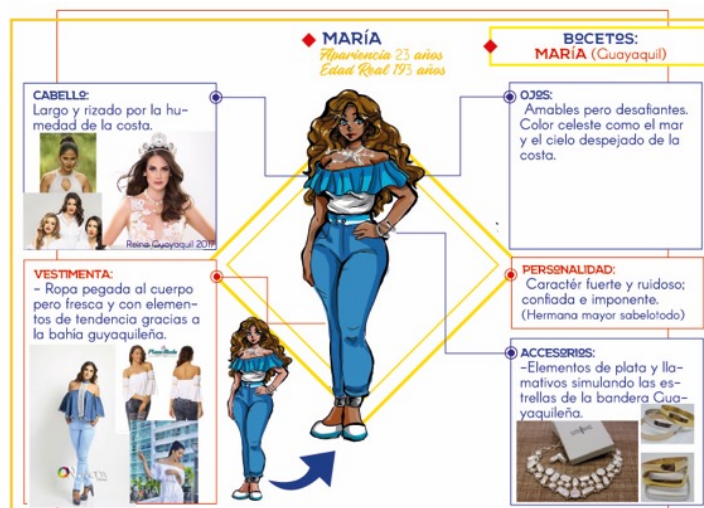


Figura 58. Inspiración María.

Desde el cabello rizado hasta la posición de las manos, el personaje desprende la seguridad de una persona que piensa siempre estar correcto. Una vez con el boceto se decidió incorporar colores como el azul y blanco, que son icónicos de la ciudad de Guayaquil, sin que parezca forzado.

#### 4.2.9.4 PERSONAJES MÍTICOS

Los personajes míticos nacen de conceptos y descripciones con las que las personas les han definido. Al no existir una referencia tangible de cómo se verían, aparte de las descripciones textuales, se decidió diseñar según los conceptos. Para decidir sobre cual opción de boceto funcionaria de la mejor manera se utilizó un cuadro de pertinencias que responda a que tan efectivamente se relaciona cada determinante con el concepto deseado y el demostrado en la opción.

Los grados de pertinencia son los siguientes y serán demostrados de la siguiente manera:

Tabla 10.  
*Tabla de Pertinencia*

<b>Muy Pertinente</b>	<b>Pertinente</b>	<b>Poco Pertinente</b>	<b>Nada Pertinente</b>
<b>++</b>	<b>+</b>	<b>-</b>	<b>--</b>

Tsunki es el Dios del agua y, paralelamente, el espíritu primordial de la cultura Shuar y Achuar. Se lo conoce como un espíritu de vida que se encuentra en todas las manifestaciones del agua y por esta razón es el más poderoso. En las leyendas sobre Tsunki se habla de que estos espíritus tienen personalidades humanas y que muchas veces este ente tomaría una forma humana para llevarse a los guerreros más fuertes al agua. Tomando esto en consideración se quiere demostrar una mujer atractiva y amistosa, al ser el espíritu más fuerte y reconocido, Tsunki actuaba como un controlador de los demás dioses, pero es notorio por sus habilidades para inspirar confianza y amor.

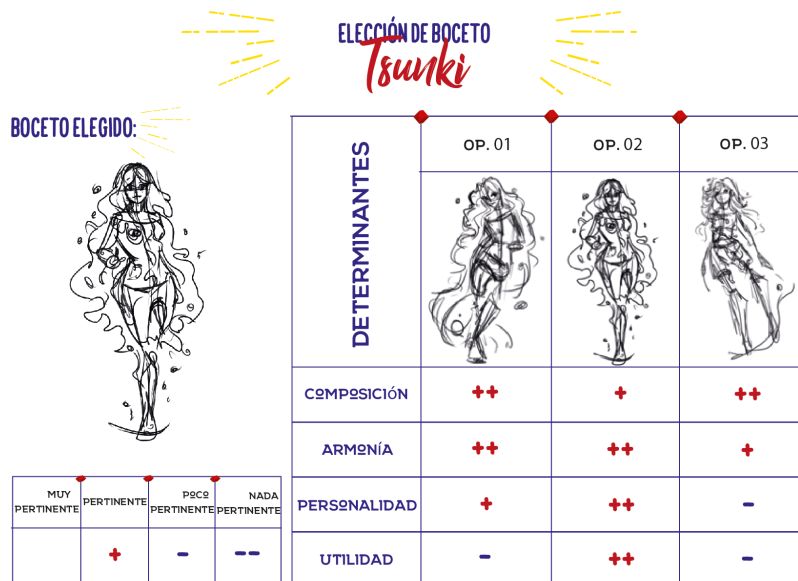


Figura 59. Elección de boceto Tsunki.

El segundo dios que se encuentra en la plataforma universal es Tyapachi Tanatu, este es como Atlas, pero de los Cayapa. Su gente cree que el mundo está dividido por 3 óvalos planos que se posan sobre pilares de oro y plata que están posados en la mano del gran Tyapachi Tanatu.

Al pensar en un ente que puede controlar y cuidar dimensiones en la palma de sus manos se espera un hombre grande y fuerte pero este ente también es descrito como justo y noble.

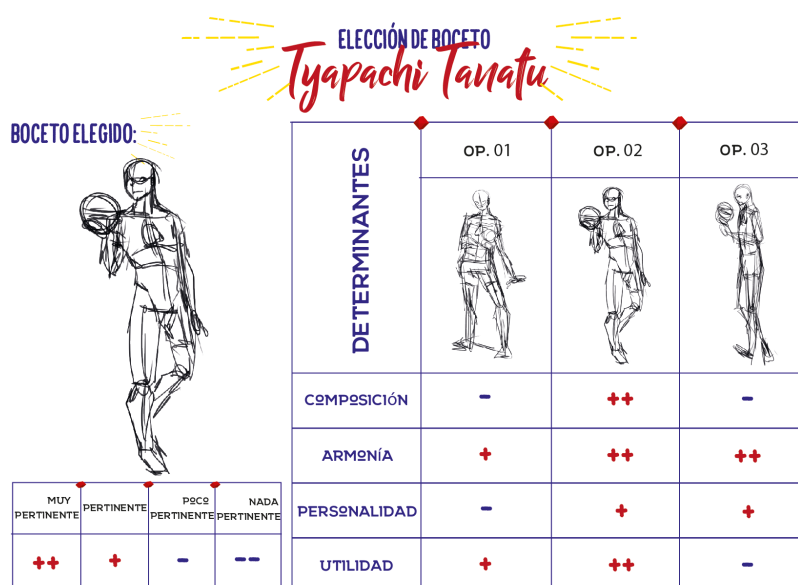


Figura 60. Elección de boceto Tyapachi Tanatu.

La Pacha mama es conocida como la madre de la tierra. Se la ha denominado como una madre fuerte y sabía que puede otorgar fertilidad hasta a la tierra más seca. Por estos elementos se debe demostrar esta conexión con lo natural, pero conservando la personalidad confiada y segura del personaje.

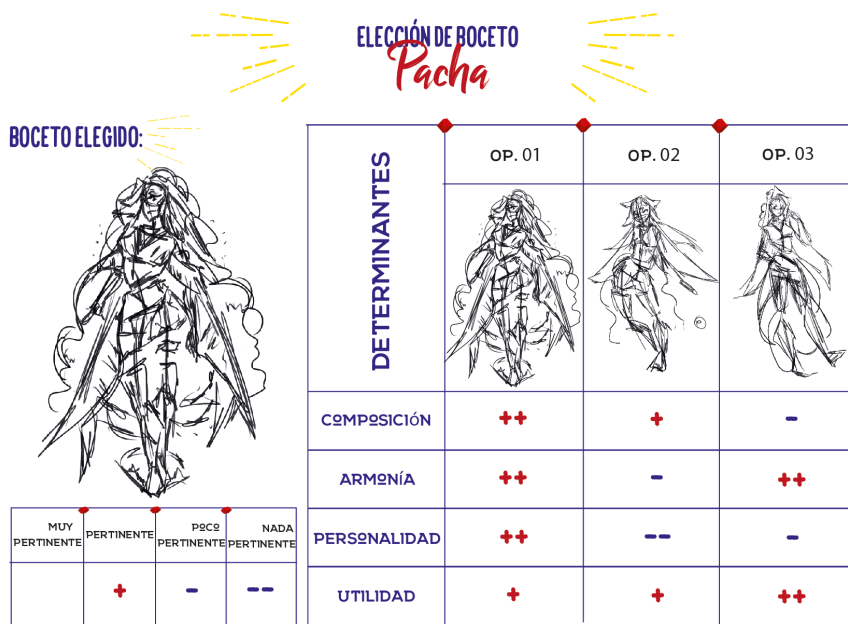


Figura 61. Elección de boceto Pacha

#### 4.2.9.5 PERSONAJES DE LEYENDAS

El diseño de los personajes de leyendas fue una mezcla entre diseñar con referencia y añadiendo aspectos conceptuales de personalidad. Todos estos personajes son mezcla de personalidad con características o partes que fueron reales en su época.

Para decidir sobre cual opción de boceto funcionaria de la mejor manera se utilizó un cuadro de pertinencias que responda a que tan efectivamente se relaciona cada determinante con el concepto deseado y el demostrado en la opción.

Los grados de pertinencia serán demostrados de la siguiente manera:

Tabla 11.  
Tabla de pertinencia de personajes de leyendas.

<b>Muy Pertinente</b>	<b>Pertinente</b>	<b>Poco Pertinente</b>	<b>Nada Pertinente</b>
++	+	-	--

El Padre Almeida era un padre franciscano que se metió a la vida católica pero que era muy joven por lo que no tomaba en serio su pacto con Dios. Mucho como la historia de los fantasmas de navidad, le padre llega a tener que ver su propia muerte para cambiar de personalidad. De por sí se tiene un padre con ropa franciscana, con una personalidad calmada con la que esconde su lado fiestero.

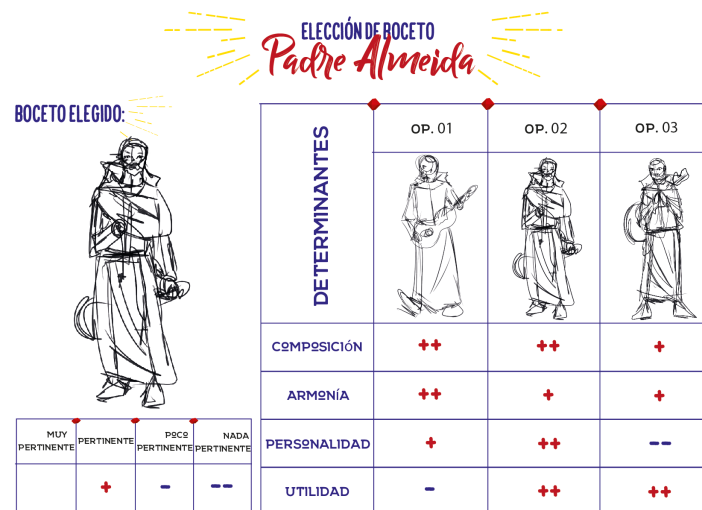


Figura 62. Elección de boceto Padre Almeida

Cantuña es una leyenda interesante que juega entre la realidad y lo místico pero que conserva temas tangibles como el de procrastinar. Cantuña era un albañil indígena que era conocido por su trabajo, pero no por su puntualidad. Se le podría considerar de cierta manera torpe pero atento.

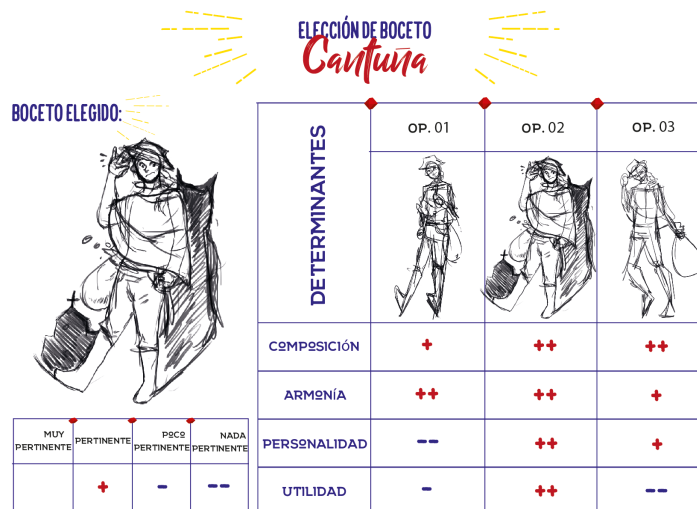


Figura 63. Elección de boceto Cantuña

Solo vasta pasar una fiesta de Quito en la capital para quedarse con la canción en mente. El Chullita quiteño es una representación del estereotipo quiteño, un hombre divertido y coqueto que pasa su vida despreocupado solo cantando. Es una canción sobre el Quito colonial pero que hasta ahora representa un hito a la cultura de esta ciudad. El traje de los chullas quiteños está compuesto de una traje elegante, un sombrero y un bastón.

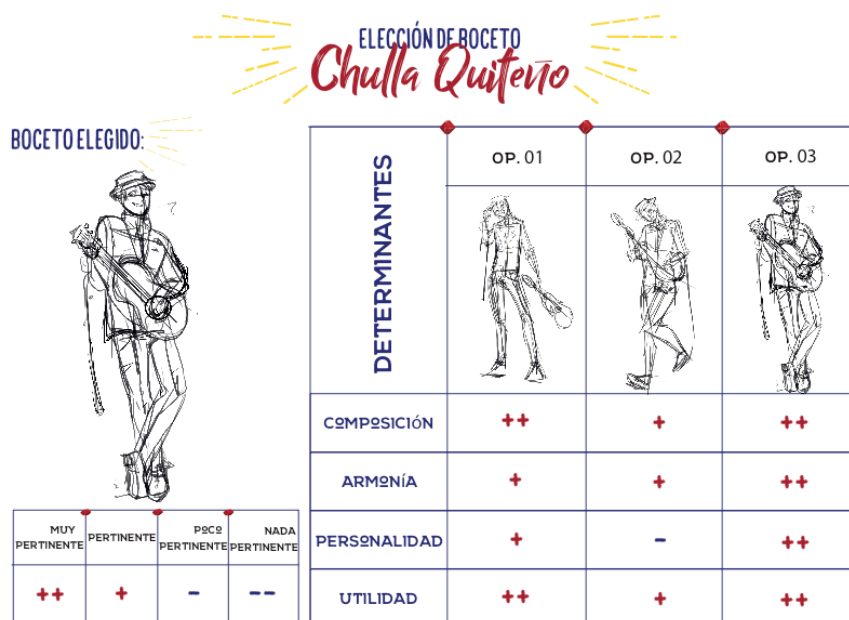


Figura 64. Elección de boceto Chulla Quiteño

#### 4.2.9.6 PERSONAJES HISTORICOS

El diseñar un personaje histórico es menos conceptual que el diseñar un personaje desde textos e historias. Al ser personajes que han existido, tienen retratos y algunos hasta videos de cuando aún vivían, estos elementos proporcionan características físicas y hasta de personalidad por considerar. Lo que más importa en estas composiciones es representar al personaje según lo que se quiere comunicar en la historia, pero manteniendo las características icónicas del mismo.

Para decidir sobre cual opción de boceto funcionaria de la mejor manera se utilizó un cuadro de pertinencias que responda a que tan efectivamente se relaciona cada determinante con el concepto deseado y el demostrado en la opción.

Los grados de pertinencia son los siguientes y serán demostrados de la siguiente manera:

Tabla 12.  
Tabla de pertinencia de personajes históricos.

<b>Muy Pertinente</b>	<b>Pertinente</b>	<b>Poco Pertinente</b>	<b>Nada Pertinente</b>
<b>++</b>	<b>+</b>	<b>-</b>	<b>--</b>

Manuela Sáenz, también conocida como la “libertadora del libertador” era una hermosa mujer trigueña que tenía el poder de decisión de un guerrero. Era una dama de la sociedad, pero también era parte del proceso de libertad, guio gente y tropas y hasta salvo al propio Bolívar. Al ser la primera general mujer, debería ser un orgullo feminista para las nuevas generaciones. En el contexto del producto, las ‘manuelitas’ son la muestra del coraje e importancia de las mujeres en la historia quiteña, por esto se la quiere presentar a Sáenz como una mujer fuerte pero hermosa y femenina.



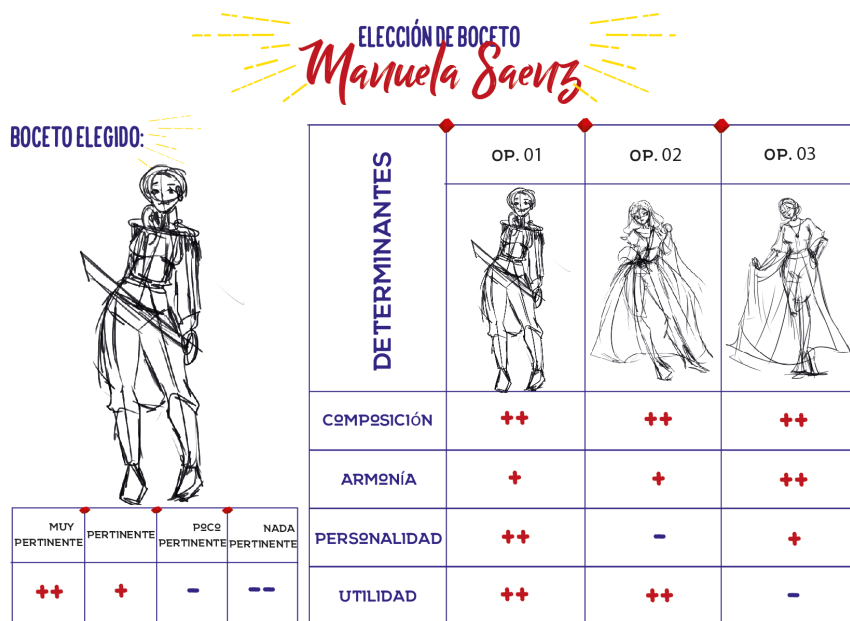


Figura 65. Elección de boceto Sáenz

Se dice que Manuela Espejo era una mujer tímida pero decidida. Ella decidió cambiar el mundo de la enfermería y medicina con sus libros e iniciativas. Se caracteriza por ser una luchadora escondida bajo los modales y vestidos de una dama. La personalidad que se quiere demostrar es suave pero amistosa para demostrar que no necesitas ser osada o ruidosa para generar un cambio en la realidad.

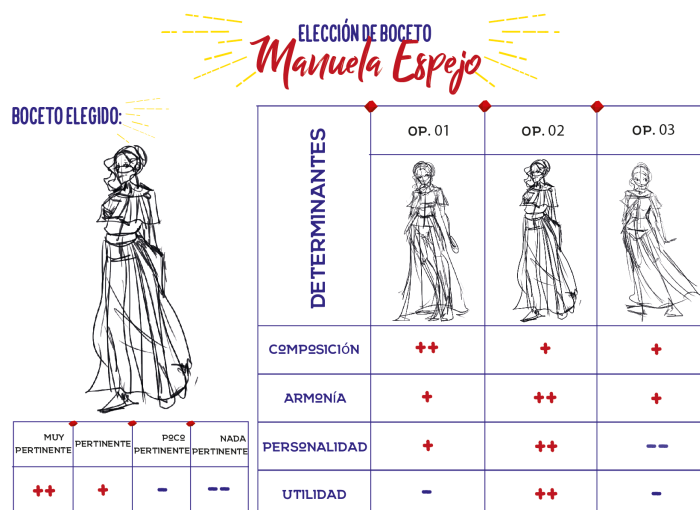


Figura 66. Elección de boceto Espejo.

Manuela Cañizares, conocida por su frase “¡Cobardes! hombres nacidos para la servidumbre! ¿De qué tenéis miedo? ¡No hay tiempo que perder!”, fue una mujer fuerte que tuvo el valor para incentivar e impulsar la independencia. Sus palabras transmiten una personalidad segura y audaz, lista para hacer lo necesario para conseguir sus objetivos.

De sus retratos se puede observar una mujer delgada con cabello ondulado negro y una expresión desafiante.

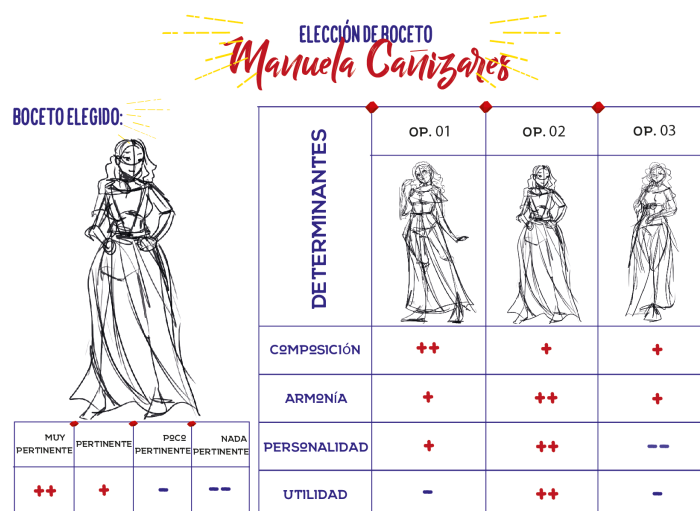


Figura 67. Elección de boceto Cañizares

Ernesto Albán también conocido como Evaristo Corral y Chancleta o simplemente Don Evaristo, es un actor que dio a luz a uno de los personajes más icónicos de la identidad quiteña.

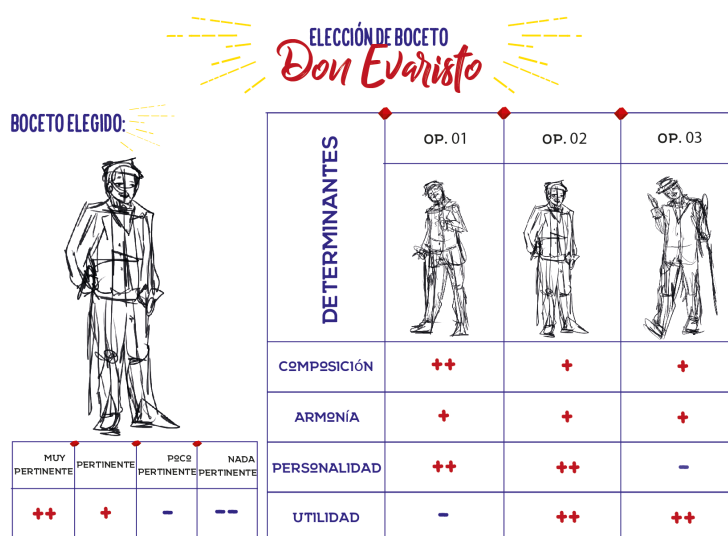


Figura 68. Elección de boceto Don Evaristo.

Así como el Chulla quiteño, Don Evaristo es una representación de la gente quiteña que habla con modismos y un acento único. Tiene una personalidad cordial y alegre, y nunca se calla si tiene algo que decir.

Atahualpa fue el primer rey Inca ecuatoriano, hijo de Huayna Capa y la princesa Pacha de Pillaro fue el último soberano del gran imperio Inca. Era un guerrero fuerte que logro pelear por las tierras del Tahuantinsuyo pero fue derrotado por los colonizadores españoles. En los textos sobre Atahualpa, siempre se lo enseña como un hombre orgulloso y confiado que nunca se rendía.

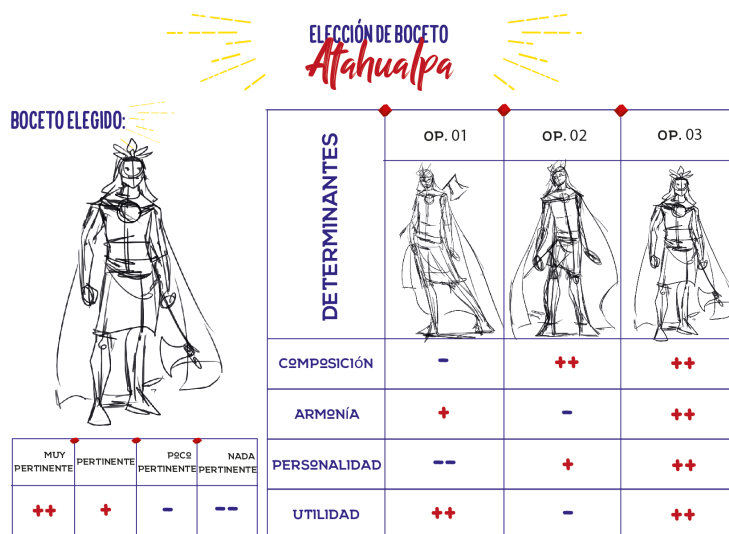


Figura 69. Elección de boceto Atahualpa

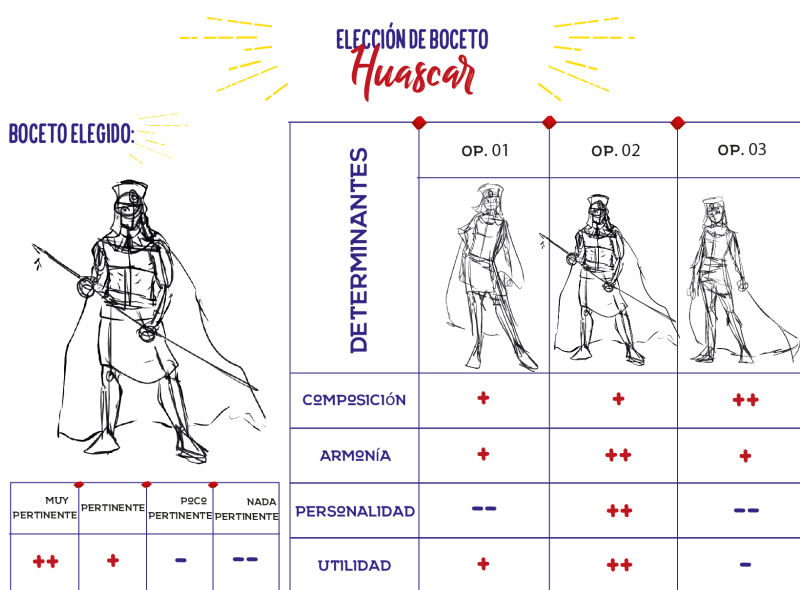


Figura 70. Elección de boceto Huascar

Huascar era el hermano peruano de Atahualpa. Era querido por la gente de la elite del Tahuantinsuyo y de ahí saco su apoyo para pelear por el trono con Atahualpa. Siempre a la defensiva, Huascar estaba listo para hacer lo que fuese necesario para ganar lo que él consideraba como suyo.

#### 4.2.9.7 FONDOS

Los fondos de las escenas del producto son mezclas de elementos reales y aspectos conceptuales que se quiere comunicar. Cada uno tiene un fin y un concepto alrededor del cual se fue creando una composición artística.

Para decidir sobre cual opción de boceto funcionaria de la mejor manera se utilizó un cuadro de pertinencias que responda a que tan efectivamente se relaciona cada determinante con el concepto deseado y el demostrado en la opción.

Los grados de pertinencia son los siguientes y serán demostrados de la siguiente manera:

Tabla 13.

Tabla de pertinencia de los fondos.

**Muy Pertinente**      **Pertinente**                      **Poco Pertinente**      **Nada Pertinente**  
 ++                              +                                      -                                      --

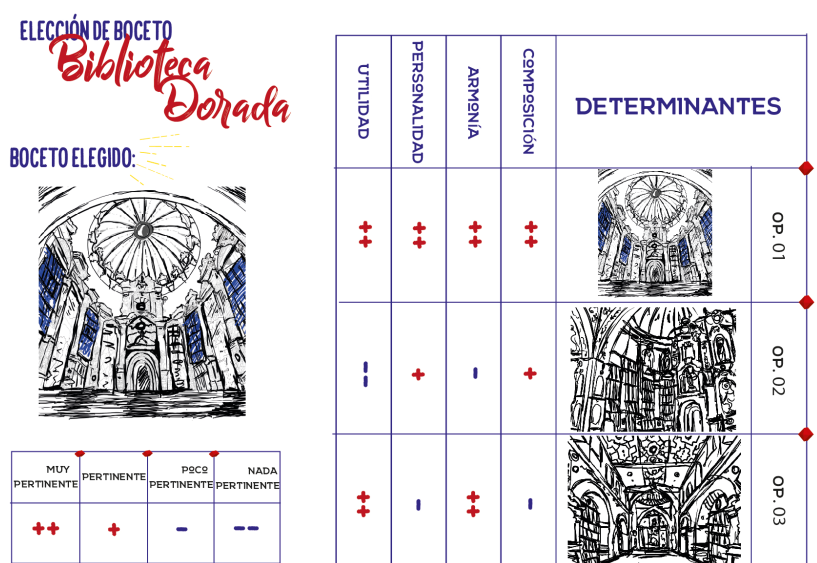



Figura 71. Elección de boceto Biblioteca Dorada

Las principales influencias de referencia para la biblioteca dorada son las iglesias barrocas La Compañía y San Francisco de Quito. En la historia se lo define como un lugar mágico lleno de toda la información relacionada con la ciudad de Quito. Nadie sabe su locación ni cómo transcurre el tiempo en este edificio, pero solo gente de corazón puro puede verla completa y con todos sus brillos.

**ELECCIÓN DE BOCETO**  
*Entrada Dorada*

**BOCETO ELEGIDO:**



MUY PERTINENTE	PERTINENTE	PQRS PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--




UTILIDAD	PERSONALIDAD	ARMENIA	COMPENSACION	DETERMINANTES	
++	++	++	++		OP.01
-	+	-	+		OP.02
++	-	++	-		OP.03

Figura 72. Elección de boceto Entrada Dorada.

La entrada para la biblioteca dorada toma como referencia directa a las grandes puertas que se utilizaba en el tiempo colonial para mantener a los indígenas fuera de la iglesia en momento de la misa. La referencia principal de este elemento es la puerta principal de la iglesia la Compañía. Se quiere conservar elementos como los detalles abundantes mezclado con la fuerte madera utilizada para una puerta de tal magnitud. Otro aspecto para tomar en consideración que, pese a que la referencia es una puerta de la iglesia, debe tener elementos que denoten el factor de que es una biblioteca llena de libros e información.

Este espacio, aparte de ser una biblioteca, se supone que es el lugar desde dónde Francisco guarda los elementos que son parte de la identidad quiteña. Por esta razón, se necesitaría una silla para poder leer y descansar. Siguiendo el estilo barroco de la biblioteca se decidió generar una silla estilo trono que tenga muchos detalles y decoración pero que demuestre el concepto de tierra del sol y centro del mundo.

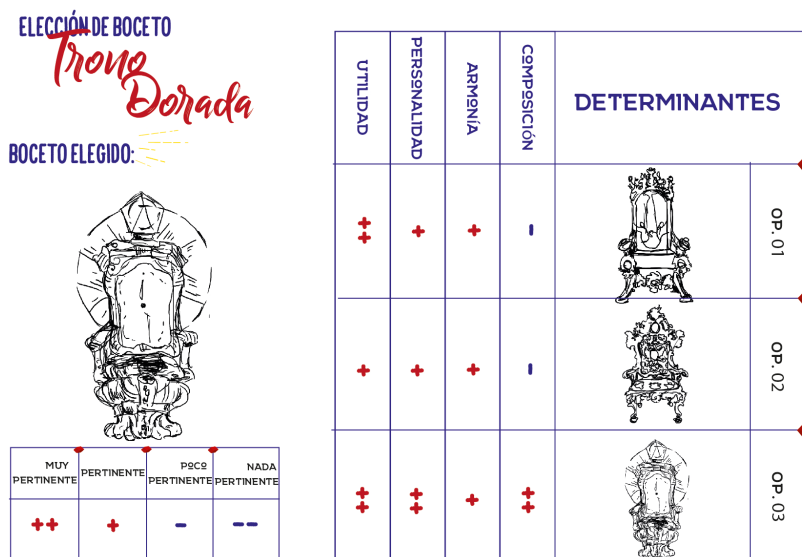


Figura 73. Elección de boceto Trono Dorado

El segundo fondo principal de la historia se llama ‘Plataforma Universal’, en este espacio viven los entes poderosos y místicos que controlan elementos del mundo humano. El punto es enseñar un espacio místico, lleno de colores celeste y morados. La plataforma universal es como un espacio perdido en el espacio exterior donde se ven estrellas y planetas. Es un concepto de ‘cielo’ más realístico y moderno.

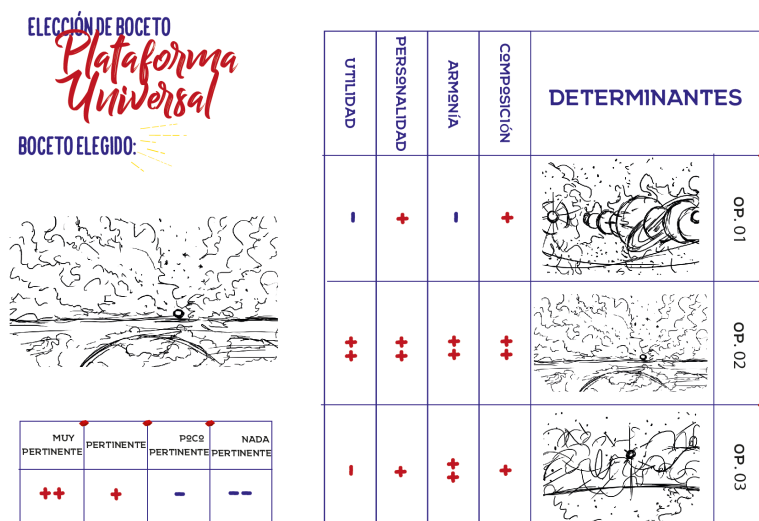


Figura 74. Elección de boceto Plataforma Universal

Como tercer fondo grande está el lugar más icónico del centro de Quito, la plaza grande. En esta escena el personaje principal conoce leyendas y personajes icónicos de la ciudad de Quito. Al ser un lugar real, debe conservar los elementos icónicos de la locación, pero enseñándolo de la manera más mágica posible, es decir exaltando los detalles más armoniosos de la composición.

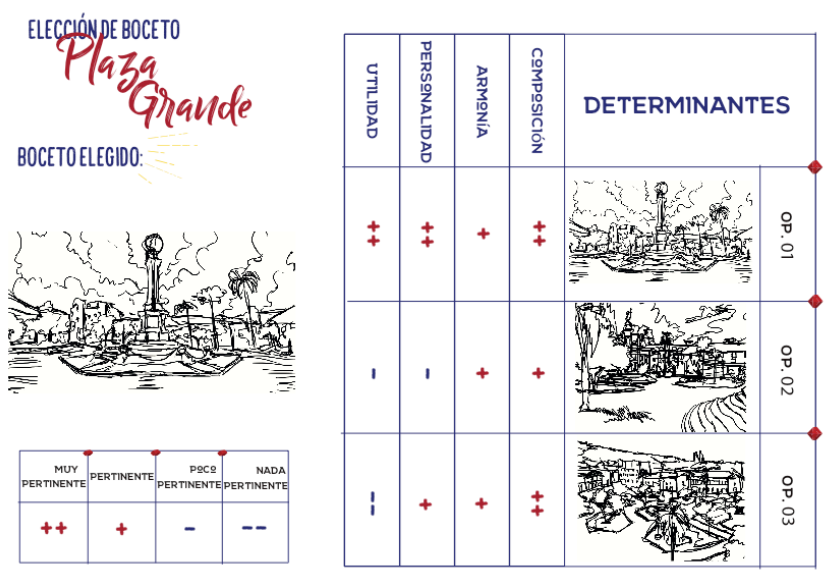


Figura 75. Elección de boceto Plaza Grande

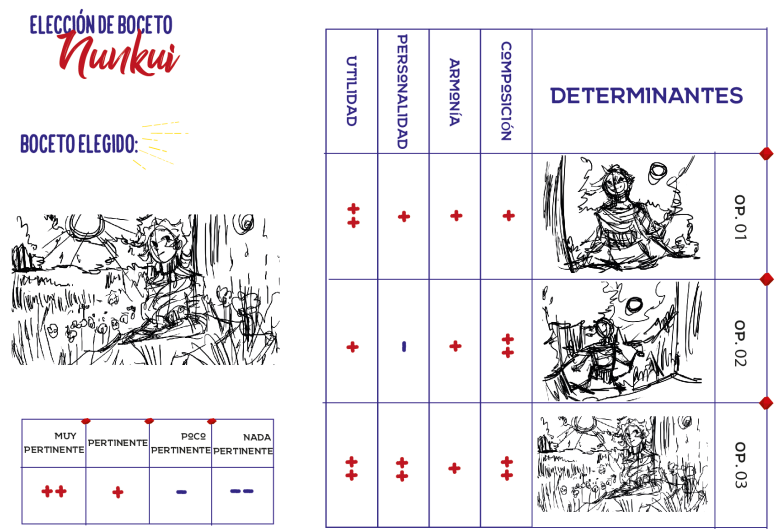


Figura 76. Elección de boceto Nunkui


Cuando Tsunki relata su historia cuenta sobre sus hermanos y hermanas que también están a cargo de diferentes elementos que componen el mundo. Nunkui es el espíritu protector de la tierra, su leyenda cuenta que él vive bajo tierra con

los entes mágicos que le ayudan con el cuidado de la naturaleza. Es un ente compuesto de flora y con una personalidad juguetona.

Etsa es el espíritu del sol que guía el calor del mismo hacia los diferentes lugares de la tierra. Es un guerrero fuerte que vive en las nubes y que muchas veces es confundido con un gran destello de sol.

**ELECCIÓN DE BOCETO**  
*Etsa*

**BOCETO ELEGIDO:**



MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--



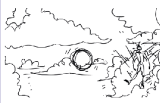
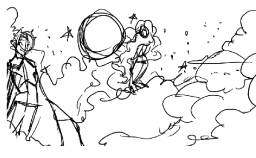
UTILIDAD	PERSONALIDAD	ARMONIA	COMPOSICIÓN	DETERMINANTES	
				OP. 01	OP. 02
+	+	+	+		OP. 01
-	+	+	-		OP. 02
++	++	++	++		OP. 03

Figura 77. Elección de boceto Etsa

Nantu es el ente encargado del direccionamiento de la luz de la luna hacia la tierra para ayudar los funcionamientos de la tierra que dependen de la luna. Nantu está acompañada de los hombres estrella que son los espíritus de los grandes guerreros que ascienden al cielo antes de morir para proteger al espíritu protector Nantu.

**ELECCIÓN DE BOCETO**  
*Nantu*

**BOCETO ELEGIDO:**



MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--




UTILIDAD	PERSONALIDAD	ARMONIA	COMPOSICIÓN	DETERMINANTES	
				OP. 01	OP. 02
++	++	++	++		OP. 01
+	-	+	+		OP. 02
-	-	+	+		OP. 03

Figura 78. Elección de boceto Nantu



En la historia de Pacha se menciona cómo originalmente en el espacio dónde es Quito era una laguna que nació en resultado de un gran diluvio. El diseño de la laguna es parecido a la de Yaguarcocha, con colores brillosos y destellos, con aire mágico y místico.

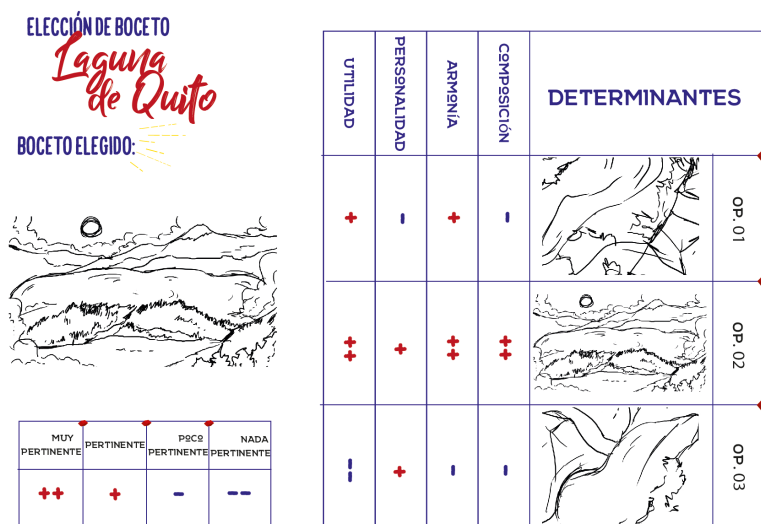


Figura 79. Elección de boceto Laguna de Quito

Los Cotocollao son los primeros habitantes del espacio donde ahora es Quito. En el fondo de esta civilización se quiere demostrar los elementos principales que definen a este. Elementos como sus viviendas y el uso de las obsidias que era un recurso muy abundante en este territorio.

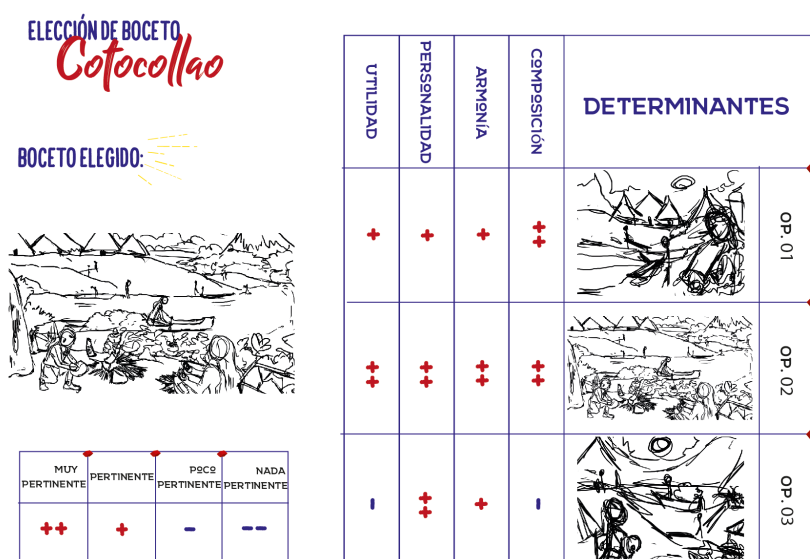


Figura 80. Elección de boceto Cotocollao

El volcán Pululahua es el más grande en la historia de Quito, este era inactivo pero la historia cuenta que erupcionó de sorpresa y arrasó con la civilización de los Cotocollao.

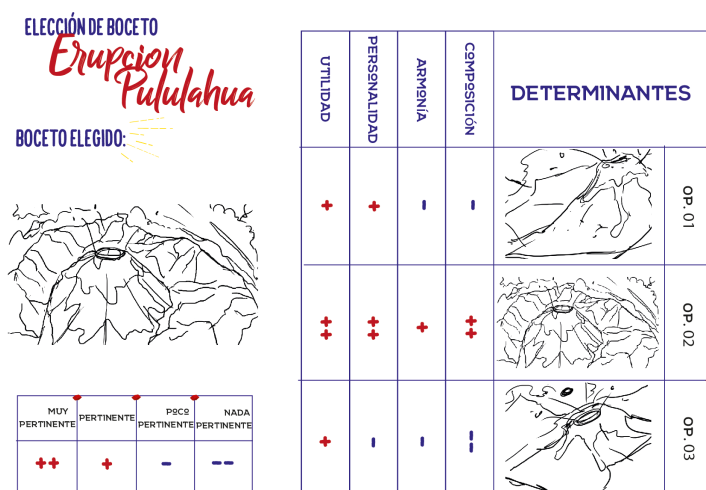


Figura 81. Erupción Pululahua

Parte importante de demostrar la importancia de la familia para la persona es demostrar cómo hasta las familias más complicadas han sido pila para la creación de grandes personajes de la historia. Por esta razón se quiso demostrar el lado familiar del gran rey Huayna Capac. Otro elemento importante por demostrar es las riquezas del imperio Inca, esto se demuestra con la pared de oro en el fondo.

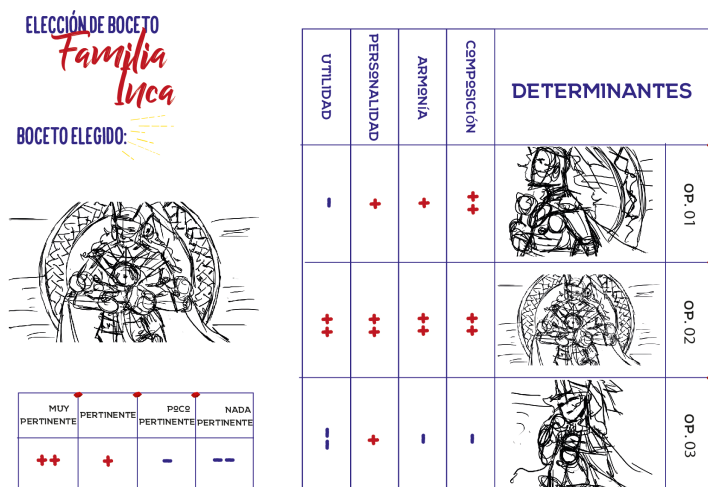


Figura 82. Elección de boceto Familia Inca

En segunda instancia se debe representar la rivalidad entre Huascar y Atahualpa. Rivalidad que eventualmente se desenlazaría en una guerra entre ellos. Esta guerra nace de las diferencias, al no poder reinar juntos el Tahuantinsuyo se generó una disputa por quién debería reinar.

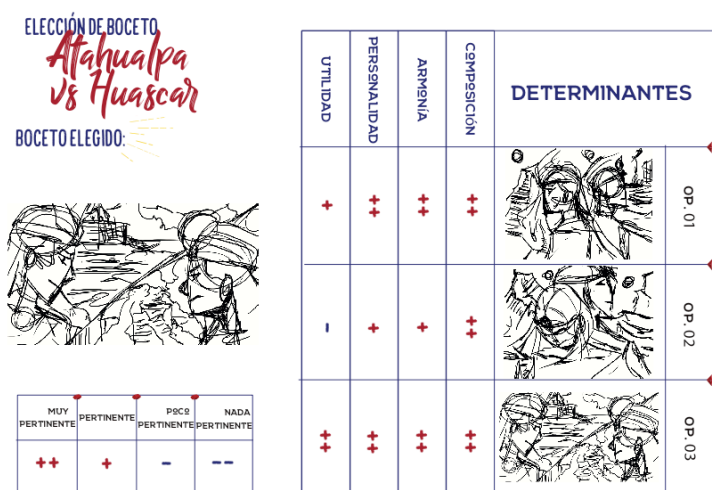


Figura 83. Elección de boceto Atahualpa vs Huascar

Después de la guerra entre Atahualpa y Huascar está la llegada de los colonizadores. Aquí se marca una diferencia en tiempos, en un inició se quiere demostrar una llegada ostentosa, pero algo civil. Se espera una relación política armoniosa y es una escena llena de esperanza y nuevos comienzos.

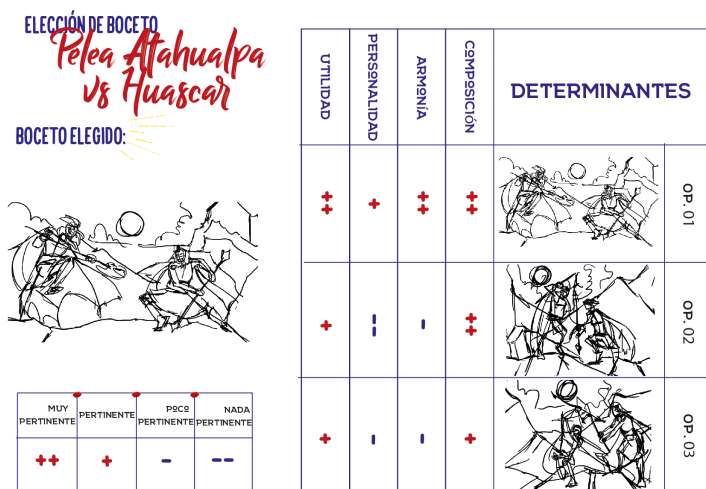



Figura 84. Elección de boceto Pelea Atahualpa vs Huascar

Para demostrar de una manera clara cómo la conquista no fue el trato pacífico de intereses comunes, sino más bien una apoderación de la tierra de Atahualpa y su gente. La composición de esta pieza debe demostrar la nueva era que para bien o para mal cambió la realidad del país.

ELECCIÓN DE BOCETO  
*Llegada Españoles*  
BOCETO ELEGIDO:



MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--





UTILIDAD	PERSONALIDAD	ARMONÍA	COMPOSICIÓN	DETERMINANTES	
				OP. 01	OP. 02
++	+	++	++		OP. 01
++	+	+	+		OP. 02
-	+	-	-		OP. 03

Figura 85. Elección de boceto Llegada Españoles

La sección de las manuelitas habla sobre las mujeres fuertes ecuatorianas que han marcado la historia de Quito. Como fondo se quiere demostrar los elementos cotidianos e importantes donde existían cada una de estas mujeres.

ELECCIÓN DE BOCETO  
*Casa Canizares*  
BOCETO ELEGIDO:



MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--





UTILIDAD	PERSONALIDAD	ARMONÍA	COMPOSICIÓN	DETERMINANTES	
				OP. 01	OP. 02
+	+	--	-		OP. 01
++	+	++	++		OP. 02
-	+	+	+		OP. 03

Figura 86. Elección de boceto Casa de Sáenz

Como principal personaje de las manuelitas esta Manuela Sáenz que es la primera mujer general. Aun, así como personaje se quiere demostrar dos lados

importantes de esta mujer. El lado fuerte revolucionario, pero conservando su lado femenino y noble. Por esto, como fondo se quiere demostrar un lugar más íntimo como lo es la casa de Manuela Sáenz.

ELECCIÓN DE BOCETO  
*Casa Espejo*  
BOCETO ELEGIDO:



MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--





UTILIDAD	PERSONALIDAD	ARMONÍA	COMPENSIÓN	DETERMINANTES	
				Sketch	Op.
-	+	-	-		op. 01
+	+	+	+		op. 02
+	+	+	-		op. 03

Figura 87. Elección de boceto Casa Espejo

Manuela Espejo en la otra mano fue una mujer emprendedora y decidida. Se encargó de expandir la medicina para todas las personas y de comunicar a la gente sobre la realidad de las mujeres. Pese a que Espejo tiene una apariencia tímida y débil, como fondo se quiere completar el concepto enseñando el espacio de trabajo de este personaje.

ELECCIÓN DE BOCETO  
*Casa Cañizares*  
BOCETO ELEGIDO:



MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--




UTILIDAD	PERSONALIDAD	ARMONÍA	COMPENSIÓN	DETERMINANTES	
				Sketch	Op.
+	+	-	-		op. 01
+	+	+	+		op. 02
-	+	+	+		op. 03

Figura 88. Elección de boceto Casa Cañizares.

Cañizares fue una mujer fuerte y decidida que tuvo el coraje para impulsar a los hombres revolucionarios a hacer lo correcto. Al ser su momento más icónico se decidió poner como fondo las reuniones con los revolucionarios que normalmente sucedían en la casa de Manuelita.

Hay dos puntos principales que suceden en la leyenda del Cantuña, la petición de la construcción de la iglesia y el pacto con el demonio que hace el personaje principal en la desesperación de no lograrlo a tiempo por su falta de consistencia y buen uso del tiempo. Para el fondo de la propuesta se quiere demostrar la manera calmada con la que los franciscanos hicieron la petición a Cantuña para que construya la iglesia.



Figura 89. Elección de boceto Cantuña propuesta

Como fondo del pacto con el demonio se quiere demostrar un ente oscuro y malicioso, pero con el aspecto de un empresario corrupto que solo le interesa sus ganancias.

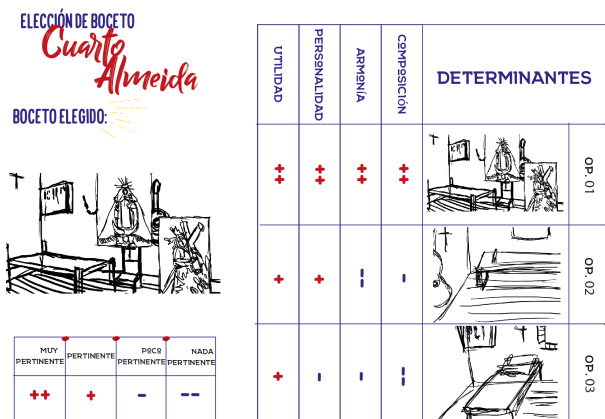


Figura 90. Elección de boceto Cuarto Almeida

El padre Almeida fue un franciscano que salía a la fiesta escondido del convento. El fondo de esta historia debe demostrar el concepto compartido de la vida católica contrastada con los elementos fiesteros y juveniles del padre Almeida. Este contraste es el punto de la historia y por esto es importante demostrarlo en el fondo mientras el personaje principal relata la historia.

ELECCIÓN DE BOCETO  
*La Guaragua*  
BOCETO ELEGIDO:

UTILIDAD	PERSONALIDAD	ARMENIA	COMPENSIÓN	DETERMINANTES	
++	++	+	++		OP.01
-	-	+	++		OP.02
-	+	+	-		OP.03

MUY PERTINENTE	PERTINENTE	POCO PERTINENTE	NADA PERTINENTE
++	+	-	--

Figura 91. Elección de boceto La Guaragua

#### 4.2.10 PROPUESTA DEFINITIVA

##### 4.2.10.1 HISTORIA

**CHULLA ALMA DORADA**  
*Nombre*

**HISTORIA: FINAL**

**RESUMEN:**  
Francisco es un niño que vive en una biblioteca mágica llena de oro y libros con sus recuerdos. Él solo ser el espíritu de identidad de Quito pero después de un misterioso accidente perdió su identidad y memorias. Con tu guía él podrá llegar a encontrarse a si mismo para bien o para mal.

**GANCHE:**  
Seguir el crecimiento del personaje principal mientras busca recuperar su identidad en un viaje mágico

**GUERRA DE FESTIVIDADES:**  
- Se agregó **la empatía** que otorga un personaje principal que tenga una edad parecida a la de los usuarios.  
- Se agregó **dinamismo y simbolismo** en el diseño de personajes de la historia.

**GERGE LAGS:**  
- Se incorporó el factor de **crecimiento y evolución** de personalidad especialmente en el personaje principal.  
- Incentivar la importancia de la **busqueda de la identidad**.

**REBETIZADO:**  
- Se añadió el crecimiento del personaje mediante la **interacción con el usuario y la historia**.  
- Agregar el **aprendizaje conjunto** entre el personaje principal y el usuario.

Figura 92. Resumen de historia final y sus referencias.

La historia final Chulla Alma Dorada sigue la misma premisa que se presentó inicialmente, pero agregando los elementos positivos y principales de las otras opciones de historia.

De 'Guerra de Festividades' se agrega más empatía en el personaje principal y por esta razón vemos un Francisco tan pequeño y perdido al principio de la historia. Además, se añadió más dinamismo y simbolismo en los personajes, especialmente en los principales como son María y Kunturi. Es más, de este concepto nace la idea de incorporar todo este mundo de personajes representativos que cargan la historia e identidad de su gente.

La historia más corta que se pensó como idea para el producto fue 'Robotizado' pero aun así este demuestra aspectos que brillan por si solos y que añaden a la historia. Por esta razón se decidió incorporar la premisa de la interacción del personaje en la historia directamente, es decir que el niño sepa que parte de tomar decisiones es el encarar las consecuencias.

Finalmente, 'Jorge Lags' es una historia compleja y que quedo en segundo lugar por sus temas muy satíricos y controversiales que se salían fuera de la identidad y temas del niño. De esta historia se rescata y añade el sentimiento de crecer y aprender a la mano del personaje, sin ir a extremos como los de esta historia, pero si conservando el concepto de que las decisiones que tomamos en nuestra vida nos llevan a diferentes puntos y lugares. Otra cosa de Jorge Lags que funciona como una influencia directa para la última composición de Chulla Alma Dorada es su búsqueda por la identidad, inicialmente se planteaba que el personaje genere una personalidad sin darse cuenta de esto, pero con 'Jorge Lags' se volvió claro que está bien que el personaje se dé cuenta de su camino y que es normal no solo aceptarlo a la primera.

Chulla Alma Dorada no es solo una historia, también es un viaje mágico que te presenta la historia de una manera más personal y viva. Trata sobre un niño que, pese a que resulta ser un ente mágico, es tan humano como cualquiera de nosotros. Demuestra que las emociones están en todas las personas y así mismo nuestras elecciones tienen consecuencias no solo en nosotros sino también en nuestra realidad social. Comunica un mensaje que muchas veces los niños no aprenden hasta mucho más grandes y es que, pese a que se tenga



miles de personas alrededor, uno construye su identidad por sí solo, recogiendo y pegando pensamientos y certezas.

#### 4.2.10.2 ISOLOGO

Finalmente se ordenó los elementos de la propuesta según dos ejes principales (señalados con rojo en la siguiente cuadrícula), el eje central vertical y central horizontal. A partir de estos se organizó la palabra del medio en el centro y las dos palabras arriba y abajo conservando las mismas distancias hasta el final del círculo principal



Figura 93. Reticula final Isologo.

Las líneas que aparecen desde el círculo hacia los fillos de la retícula representan los rayos del sol y están situados según una simetría invertida. La parte inferior del isologo pierde un poco de atención al tener un color similar al de su fondo, por esta razón se añadieron líneas azules abajo del mismo para poder llamar atención a la palabra y generar una mejor legibilidad de la palabra.

Para generar un sentimiento de movimiento se generó sombras en los elementos como los rubí y la palabra 'Dorada'. Además, se desfaso ligeramente hacia arriba los rubí alineados en el eje central horizontal para crear el sentimiento de rotación de los detalles alrededor del círculo central. De esta manera se llama la atención del usuario y se comunica la dinámica interactiva y poco estática del producto.



Figura 94. Isologo final a color.

Así llegamos al isologo final, un sol llamativo como el que alababan los Incas combinado con los detalles y joyas que añadían los colonizadores a toda pieza de arte, es decir el estilo barroco colonial, pero conservando la sobriedad de lo contemporáneo y la manuscrita adornada que se enseñaba en las escuelas hace una generación atrás. En total, este isologo captura la esencia que quiere presentar el producto sobre la identidad quiteña; una composición con piezas tan diferentes pero que de alguna manera se han vuelto complementarias para generar un todo inesperadamente armonioso.



Figura 95. Isologo en positivo y negativo.

Para maximizar el uso del isologo siempre se debe crear una versión positiva y negativa del mismo. En este caso se quiso conservar los contrastes iniciales que

se pueden visualizar fácilmente con los diferentes colores. El objetivo del positivo y negativo es comunicar los mismos aspectos claves que se transmiten con el color, pero utilizando blanco y negro respectivamente.

#### 4.2.10.3 TIPOGRAFÍA

La tipografía es una parte clave del diseño de cualquier producto visual. De acuerdo a las decisiones tomadas, la fuente tipográfica puede facilitar la lectura o complicarla. Al ser parte clave de la composición debe conservar la legibilidad mientras demuestra la personalidad de la historia, entreteniendo y conservando la atención del usuario.

“La tipografía puede cumplir la función interpersonal de posicionar al usuario en un punto de vista específico y personal hacia un evento”  
(Pantaleo, 2014)

La buena elección de una tipografía permite que el usuario escuche directamente con sus ojos. Lupton lo puso en palabras claves ‘Tipografía es la apariencia física del lenguaje’. (Lupton, 2004)

Paralelamente la tipografía juega un punto importante en guiar la lectura del niño según niveles de importancia y concentración de información. Por esta razón es importante proporcionar niveles de tipografía según las necesidades del producto. En el producto para crear una jerarquía correcta se necesitan dos tipos de tipografía; una de carácter principal, para los elementos principales como nombres y guías de la plataforma, y otra de carácter secundario, para textos de diálogo más largos y explicaciones secundarias en la plataforma.

La tipografía Primaria debe ser fuerte y bold para llamar la atención sobre el diálogo, debe presentar una personalidad concreta e intangible que sirva como un ancla para guiar al usuario. Se espera de la tipografía Secundaria un aire más suave y divertido pero que conserve su legibilidad intacta.

Tabla 14.  
Elección tipográfica de tipografía primaria.

Elección tipográfica: Tipografía Primaria

Cafe Francoise.otf

**CDEFGHIJKLI**  
**PQRSTUVWXYZ**  
**CDEFGHIJKLI**  
**PQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

Esta es una Calificación:  
tipografía fuerte que 10/10  
se asimila a los La tipografía  
sellos de cargo posee el  
encontrados en balance  
cajas de exportación. perfecto entre  
Se recalca su grosor fuerza,  
determinado pero confianza y  
que es suavizado por legibilidad que  
sus curvas que dan se quiere  
una impresión de transmitir con  
fuerza y confianza. la tipografía  
Estilo: Palo Seco primaria.

Grosor: Black

Al ser Serif, la Calificación:  
tipografía denota un 5/10  
concepto de La tipografía  
importancia. Es una posee  
tipografía que podría personalidad  
ser relacionada a las y claridad de  
utilizadas para lectura, pero  
periódicos y papeles falla en llamar  
importantes, esto la atención y  
debido a su demostrar  
sobriedad y confianza  
elegancia. concreta.

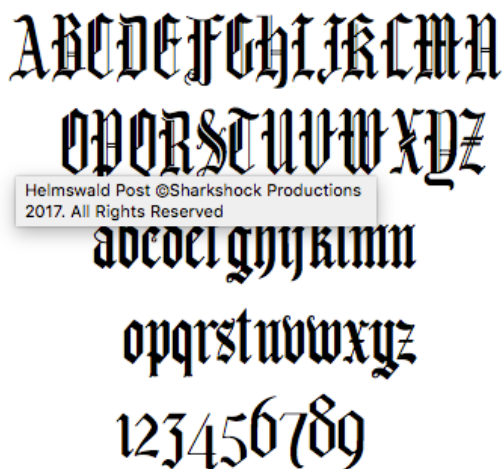
Estilo: Serif

Grosor: Roman

Palatino.ttf

**BCDEFGHIJKLM**  
**[OPQRSTUVWXYZ;**  
**abcdefghijklmn**  
**ñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Helmswald Post.otf



La decoración de la tipografía en 7/10  
 conjunto con sus Peses a que la  
 letras gruesas y tipografía  
 poderosas llaman cumple con el  
 efectivamente la objetivo de  
 atención, pero llamar la  
 denota un tiempo atención,  
 antiguo. Dentro de pierde puntos  
 tanto detalle pierde por los  
 la legibilidad. problemas de  
 Estilo: Serif legibilidad que  
 Caligráfico podría causar  
 Grosor: Heavy en el usuario.

Tabla 15.

*Pre-elección tipográfica de la tipografía secundaria.*

Pre-elección tipográfica: Tipografía Secundaria.

Kg ways to say Goodbye.otf



La tipografía está  
 diseñada para simular  
 una letra escrita a  
 mano, utilizando bucles  
 grandes y decorados.  
 Para mostrar  
 completamente los  
 bucles la tipografía es  
 mayoritariamente  
 pequeña lo cual causa  
 problemas de  
 legibilidad,

Calificación:  
 6/10  
 Pese a que la  
 tipografía  
 denota el  
 sentimiento de  
 ser escrito a  
 mano, los  
 detalles y  
 bucles tan  
 exagerados  
 generan un  
 problema de

Aiden.otf

ABCDEFGHIJKLM  
 NOPQRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLM  
 NOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

Comic Sans.ttf

ABCDEFGHIJKLMN  
 ÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmn  
 ñopqrstuvwxyz  
 1234567890

especialmente con las minúsculas. visualidad en textos largos.

Estilo: Palo seco  
 manuscrito

Grosor: Medium

Calificación:

10/10

Esta fuente tipográfica es lo suficientemente única que genera la impresión de un texto escrito directamente por una persona con una personalidad amigable y divertida.

Es interesante ya que usa la forma para denotar singularidad, y de esta manera genera una armonía sin muchos detalles agregados.

Estilo: Palo Seco

Grosor: Medium

Esta tipografía funciona muy bien en textos largos y cortos, posee la suficiente personalidad para dar la idea de que fue escrito por una persona, pero es suficientemente sólida para llamar la atención del usuario sin sobrecargarle.

Calificación:

6/10

Esta tipografía es icónica por sus curvas y el aspecto infantil que tiene. Es muy legible por el grosor y fuerza de la letra, pero causa un sentimiento de

Pese a que esta tipografía brilla por su legibilidad, no es óptima por

repetitividad al verla su tendencia a  
 muy seguido, denotar  
 especialmente alado de desorden al  
 muchos elementos con estar alado de  
 detalles. muchos objetos  
 Estilo: Palo Seco detallados o en  
 Grosor: Bold textos largos.

En primera instancia Aiden parecía la mejor opción como tipografía secundaria, pero al implementarlo en la aplicación resultó tener un efecto bastante fuerte y algo ruidoso al parecer primariamente una tipografía compuesta completamente de caracteres mayúsculos.

Para poder tomar una mejor decisión al respecto de una tipografía cómoda y óptima para la narración de los diálogos en la novela interactiva se investigó de una manera más profunda. Al profundizar, se encontró el artículo redactado por la psicóloga Ilene Strizver denominado “Tipografía para niños”- En este texto, Strizver explica los puntos más llamativos para buscar en una tipografía para el nicho ya mencionado. Enfatiza que la legibilidad es la característica más importante y especialmente el conservar elementos como arcos redondos y gruesos, espaciados adecuados y un grosor no tan brusco. Al terminar el artículo la psicóloga hace una lista de las tres fuentes más populares e idóneas que han sido diseñadas específicamente para incentivar la lectura en los niños.

Teniendo estas tres opciones se decidió generar una encuesta a tres niños de la muestra para que brinden claridad hacia la decisión de la tipografía secundaria. En los resultados de esta encuesta se determinó que 2 de tres niños prefieren la tipografía denominada Plantin Infant sobre Gill Sans Infant y Bembo Infant.

Tipografía Primaria: Café Françoise

Tipografía secundaria: Plantin Infant

#### 4.2.10.4 MÚSICA

La música es un aspecto importante para denotar sentimientos y ambientes en la historia de cualquier historia, esto es debido a que los usuarios se sienten llamados a prestar atención hacia los sonidos. Paralelamente el uso de música

va en mano con el concepto de inmersión del usuario con la historia y sus escenas.

“Doctor Kraus, y otros investigadores alrededor del mundo, han identificado a la música como un gran contribuidor en el desarrollo cerebral, cognitivo y de funciones fisiológicas.” (Berger, 2016)

Para poder dirigir de manera óptima la selección del compositorio musical se pidió ayuda a la escuela de música de la UDLA, los cuales redirigieron con el Profesor Alejandro del Pozo quien está a cargo de una clase especializada específicamente hacia la musicalización de juegos y productos digitales.

Por cuestiones de tiempo y accesibilidad del profesor, se realizó una reunión de tutoría en la cual se compartieron los elementos principales para una buena elección de musicalización. Los elementos principales para una canción de fondo es su capacidad de guiar y atraer al usuario sin intervenir con la concentración o flujo de la historia. Esto quiere decir que la música debe ser principalmente instrumental y relajante para poder escuchar las voces e historias que van encima de estas. La música, animación e historia deben complementarse de manera fluida y con la misma finalidad de representar y guiar.

Para la plataforma, la música de los fondos debe ser corta para generar un ‘loop’ o bucle infinito. Esto sucede para darle el tiempo que necesité al niño para leer y tomar las decisiones. Al no ser una historia compuesta de videos que visualizar, la música es un complemento que debe ajustarse al usuario, es decir, debe seguir reproduciéndose por 1 segundo, así como también por varios minutos.

Paralelamente la música comparte información con el usuario de manera indirecta, genera sentimientos y transmite elementos cognitivos de las diferentes situaciones: La Biblioteca Dorada es inspirada en las iglesias católicas quiteñas como San Francisco y la Compañía, lleno de oro y detalles, pero debería denotar diferentes sentimientos según en qué edad este el niño. De pequeño debe tener un tono infantil y curioso pues esto es lo que siente el personaje principal y se quiere transmitir en esta primera etapa, mientras que de más grande lo vemos más confiado, lleno de energía y preguntas, pero conservando un poco de la inocencia de niño. Una vez ya grande, el personaje es más relajado, pero



conserva su curiosidad, pero mezclado con preguntas más profundas sobre la vida y sus pensamientos.

Los dos fondos principales que siguen son la Plataforma Universal y la Plaza Grande, los dos tienen objetivos claros. La Plataforma Universal es un lugar místico, con misterios y respuestas sobrenaturales. La Plaza Grande en la otra mano es la imagen del Quito colonial que sigue aún vivo hoy en día en la propia capital, por esta razón debe denotar elementos complementarios de la época e icónicos de la ciudad.

Como la música debe presentar un ancla mental hacia temas y conceptos que se quieren representar. Don Evaristo entra y marca un punto de cambio crucial para el proyecto, por esta razón se decidió agregarle una canción para marcar su llegada. El Chullita Quiteño es un caso específico pues el personaje nace directamente de la canción denominada de la misma manera, por esta razón su historia sigue la letra de la canción y el fondo debe ser la música de la canción para que el niño reconozca la composición instrumental.

Existen tres instancias recurrentes en la historia donde se debe usar música específica que se encontraría con esas representaciones gráficas. El personaje principal es el que narra la historia y se menciona varias veces en la historia que el usuario está interactuando desde un lugar distante que le permite estar presente pero que no puede controlar. Por el poco control el usuario pierde conexión con el mundo de la historia y en cuestión de segundos ya han pasado semanas o meses. Para representar esa pérdida de señal se decidió utilizar la estática que se vería en una televisión, pues es un concepto común y que el niño puede relacionar. Aquí el sonido debe denotar esta circunstancia exacta. Seguido a la estática se escucha lejanamente un poema antes de volver a concretar la conexión con la historia, como fondo de este se necesita un tono suave y relajante que al mismo tiempo denote el pasar del tiempo. Como tercer y último punto específico existen los momentos cuando los personajes usan sus poderes para 'teletransportarnos' a diferentes lugares y puntos de la historia para contarnos o presentarnos personajes. Para la secuencia de teletransportación se debe denotar un movimiento de aire y espacio como si se estuviera viajando en un avión mágico.

En la segunda parte de la historia, donde se conoce a Guayanay, se aprende de los orígenes de los Incas, sobre la pelea de Atahualpa y Huascar y sobre la colonización de los españoles. Esta parte está llena de los momentos clave de la historia que casi todos los niños conocen y que se enseñan en la escuela, pero con elementos extra que normalmente son excluidos. Para la parte de origen se necesita una canción natural, que tenga aspectos de la naturaleza pues en este tiempo era con lo que estaban más conectados. En cambio, para la parte de la familia Inca se necesita los tonos más fuertes e icónicos de una civilización más formada, canción que debe tornarse a una mucho más fuerte en la parte de guerra entre Atahualpa y Huascar. Finalmente, la sección de los colonizadores debe ser intimidante y fuerte pues es un momento clave de engaños y venganzas.

Los diferentes finales denotan diferentes conceptos, mientras A enseña que Quito es hermoso y que es posible formar una identidad compleja manteniendo los arraigos de esta, B trata el tema de que existen personas que deciden cerrarse y creer que lo quiteño es solo lo pasado, C demuestra que al rechazar completamente lo nuestro nos volvemos replicas sobresaturadas de lo mismo repetido una y otra vez, y D comunica que muchas veces es posible solo ignorar e huir.

#### Resumen de lista de música para el producto:

Menú Principal= Composición original de Paúl Villavicencio.

Biblioteca Dorada:

- Niño= Composición original de Ivan M.
- Guayanay= *'San Camilo de Sal y Mileto'*
- Francisco= *'San Camilo de Sal y Mileto'*

Plaza Grande= *'3vol- Caldo de calavera'*

Plataforma Universal= *'Jazz the roots- Ojos en la arena'*

Temas de personajes:

- Chullita Quiteño= *'El Chulla Quiteño instrumental de Alfredo Carpio Flores'*
- Don Evaristo= *'Bolarezca de Jodamassa'*

Sfx:

- Intervalos de tiempo= *'Cessio de Sal y Mileto'*
- Transportación=
- Estática= *'Radio Static de Soundbible'*

Finales:

- Final A: Alma Dorada= *'Quenesca de Guardarraya'*
- Final B: Regreso a la Tierra dorada= *'Albazo Kapshik de Curare'*
- Final C: Caótica indiferencia= *'El Inca y 6 de 3vol'*
- Final D: Desolación= *'Bolarezca de Jodamassa.'*

Historias Inca: *'Mi Llakta de Sal y Mileto'*

Historias extra:

- Truenos= *'Thunder Sound FX Sound de Grant Evans.'*
- Pumas y Jagures= *'Jaguar de Kevin Rhode.'*
- Generales Inca= *'Fireplace de LeoSalom'*
- Volcanes= *'Footsteps on volcanic gravel (La Palma, Canary Islands) de FonotecadeCanarias'*
- Sucre= *'Change falling de Cookie'*
- Gallito= Mix de *'pedestrian area city NL 03 160319\_00.flac de Klanbeeld'* y *'Rooster Crow Sound de Mike Koeing'*

Tiempos:

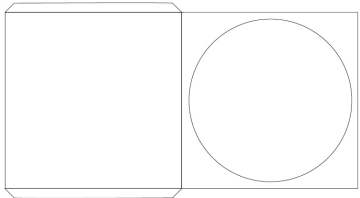
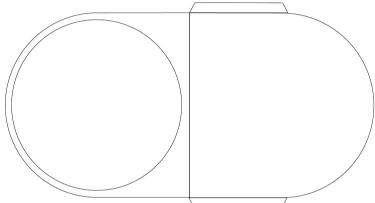
- Francisco conflicto interno= *'Mi Llakta de Sal y Mileto'*
- Francisco revelación= *'Bolarezca de Jodamassa.'*

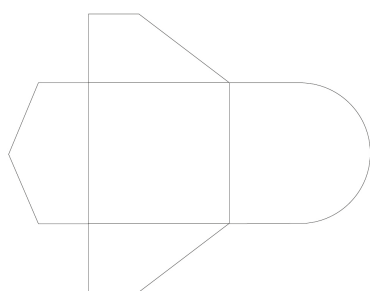
#### 4.2.10.5 DISEÑO DE ENVASE PROMOCIONAL DEL PRODUCTO

El producto normalmente no necesita un envase para ser distribuido pues para eso se lo sube a las plataformas de app store y play store, pero en eventos promocionales donde se podría repartir un demo del producto como estrategia de publicidad sería indispensable un empaque que proteja al CD y comunique al público lo que deben saber del mismo.

Para la generación del empaque se definió 3 determinantes que son importantes para un empaque óptimo: Estética, Información y función. Como estética de forma se refiere a que tan llamativa y original es la composición visual del envase. Por espacio se refiere a si el envase proporciona un espacio suficiente para poder añadir la información del producto. Finalmente, por función se habla de que tan funcional es la forma del envase, es decir, si encapsula bien el producto.

Tabla 16.  
*Elección de troquel de envase.*

	<b>Estética de forma</b>	<b>Espacio</b>	<b>Función</b>
	Demasiado común. --	Buen espacio para información. +	No protege correctamente al CD. --
	Orgánico, demasiado simple. -	Buen espacio para información. +	No protege correctamente al CD. --



Demasiadas

formas distintas en cada parte del envase.

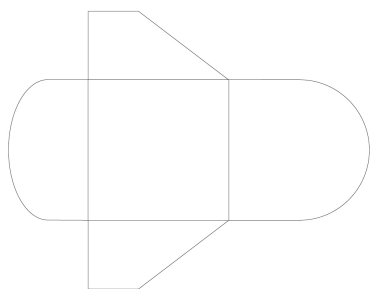
Amplio espacio para información.

++

Cubre y protege el CD.

+

-



Uso de simetría y contraste entre lineal y orgánico.

Amplio espacio para información.

++

Cubre y protege el CD.

+

++

Al final se escogió la opción 4 pues era la más única y con más espacio para texto. No obstante, se mejoró el troquel y la seguridad del envase en general añadiendo un seguro para que cuando se cierre proteja completamente el disco. Se visualiza que para obtener un empaque rígido que dure y sirva, se lo produciría en un soporte de couche de 150gr. impreso a laser directo en el soporte.

Como información importante por comunicar en el envase es el resumen de la historia del producto y los nombres de los creadores.

Con el diseño gráfico del envase, se quiso utilizar la misma paleta de color utilizada en la plataforma, así también como los elementos gráficos principales. Se decidió aludir a una forma que se parezca a la de un cofre o carpeta, es decir, que sea seguro para la transportación pero que al mismo tiempo use los espacios estratégicamente para llamar la atención del usuario.

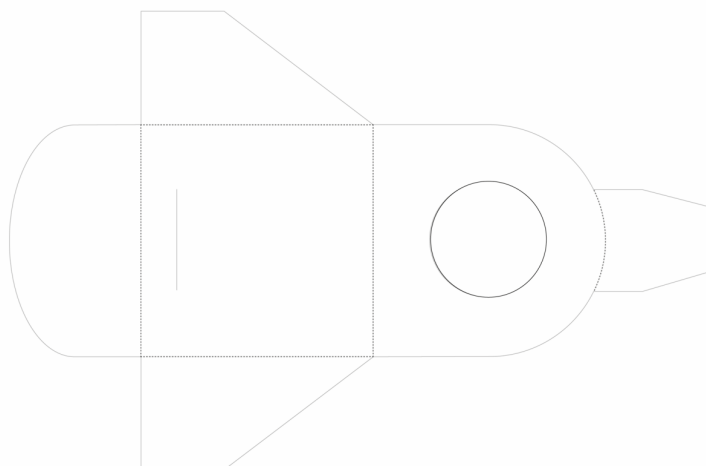


Figura 96. Troquel de envase promocional



Figura 97. Diseño de envase promocional.

#### 4.2.10.6 PERSONAJES

Chulla Alma Dorada guía al usuario por una experiencia profunda pero amigable en la que se exploran diferentes aspectos e historias que forman parte de la identidad quiteña. Desde personajes originales hasta personajes históricos,

todos tienen su relación con la identidad quiteña. Son un grupo de personajes que asimilan personalidades que reflejan en sus poses, así como en sus respuestas, ninguno es igual al otro pues este es un elemento que es tangible en el Quito contemporáneo.

“La pluriculturalidad debe ser entendida como la existencia de diversas culturas dentro de un mismo territorio debida a migraciones, y que deben convivir en él, aunque no estén obligadas a relacionarse” (Díaz, 2009)

Los quiteños son tan variados como sus climas, de personas alegres a serios, de alzados a tímidos, todos son parte de un conjunto más grande que comparten las mismas raíces. Es como que el mestizaje es parte intrínseca de la sociedad. Por esto se quería demostrar con el conjunto de personajes que ninguno es igual al otro, transmitir desde lo interno hasta lo físico el concepto de pluriculturalidad. Inicialmente los personajes eran mayoritariamente de los mismos colores bajos y ‘lavados’, esto se iba en contra del concepto de pluriculturalidad y por esta razón se cambió sus colores de tez para que ninguno comparta el mismo color que el otro.



Figura 98. Paleta de colores de piel de los personajes.

#### 4.2.10.7 PERSONAJES ORIGINALES

##### Francisco- San Francisco de Quito

Francisco es un personaje que va desarrollando según el avance de la historia. De pequeño es un niño que brilla con inocencia, que es un poco tímido y bastante cordial. Su atuendo es diseñado a partir de cortinas y sus correas son los sostenedores que se usan en las casas para ajustarlas. Sus ojos brillan en

dorado como simbolismo de su alma dorada que proviene de la influencia del sol y construcciones quiteñas. Es por este concepto que nace el nombre de la historia “Chulla Alma Dorada”.

El cabello de Francisco es voluptuoso y desordenado con puntas alzadas para arriba. Su color es café oscuro y tiene una composición entre liso y ondulado, esto es una manera de representar el clima bipolar de Quito y el mestizaje que se ve en el mismo.

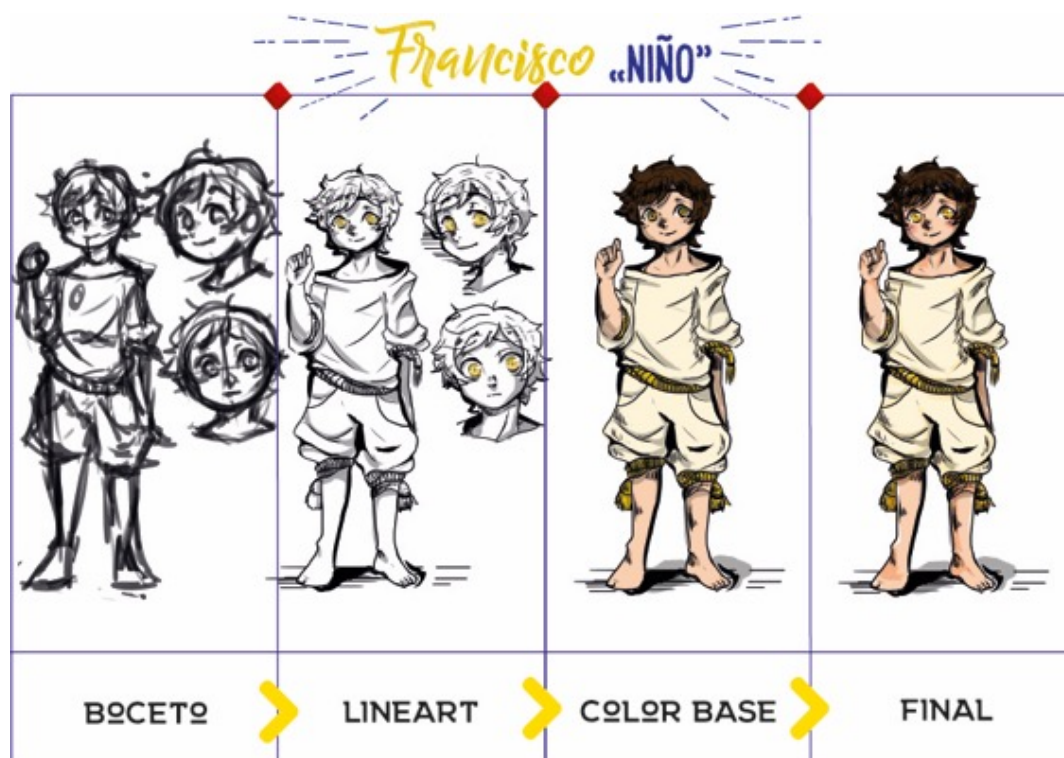


Figura 99. “Niño” edad 5-6años-Proceso

En la segunda ocasión que se presenta Francisco, se lo conoce como Guayanay. Físicamente posee un cabello más revoltoso debido a las noches largas de investigación tratando de encontrarse a sí mismo. Sus ojos son más pequeños y enfocados que previamente, esto debido a la madurez incrementada en esta edad.

Como atuendo todavía hay rastros del traje con tela de cortinas debajo del poncho llamativo que posee El poncho es de color rojo fuerte pues este es el más común en los tiempos inca y de civilizaciones antiguas. El bordaje en el



poncho demuestra elementos como el sol, la luna y las montañas que son muy presentes en la región de la ciudad de Quito.

Como zapatos tiene alpargatas rojas, en el mismo estilo que el largo poncho que utiliza el personaje. El poncho tiene una mezcla de estilo entre un poncho normal, pero siendo tan largo como una capa.

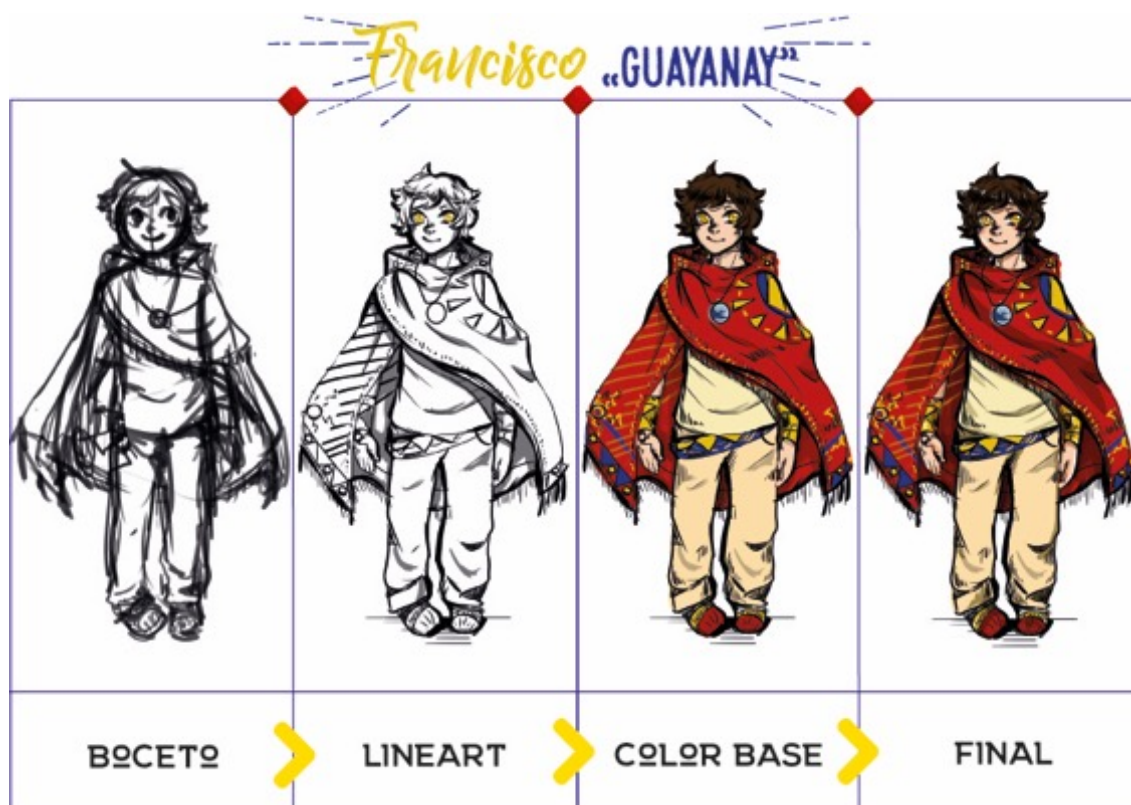


Figura 100. "Guayanay" edad 11-12 años-Proceso

En la tercera instancia que aparece el personaje vemos un joven mayor y mucho más relajado. Tiene una personalidad confiada y aventurera. Como atuendo vemos un traje mucho más moderno y complicado, con zapatos de cuero blanco y un poncho mucho más pequeño y lleno de detalles. En el bolsillo del personaje vemos que carga su poncho antiguo como accesorio y utiliza el collar de sol, pero conserva los otros tres collares que se encontraron al inicio del producto. Su cabello es corto y alocado, conservando la misma consistencia que al principio, pero mucho más calmado. Sus ojos son más concentrados y determinados. Su expresión es la de un personaje confiado y alegre. Pese a que

en esta instancia vemos un personaje más maduro y crecido, al conservar los elementos que cargaba antes denota que aún no esté listo para dejar ir todo lo que ha aprendido y concluido.

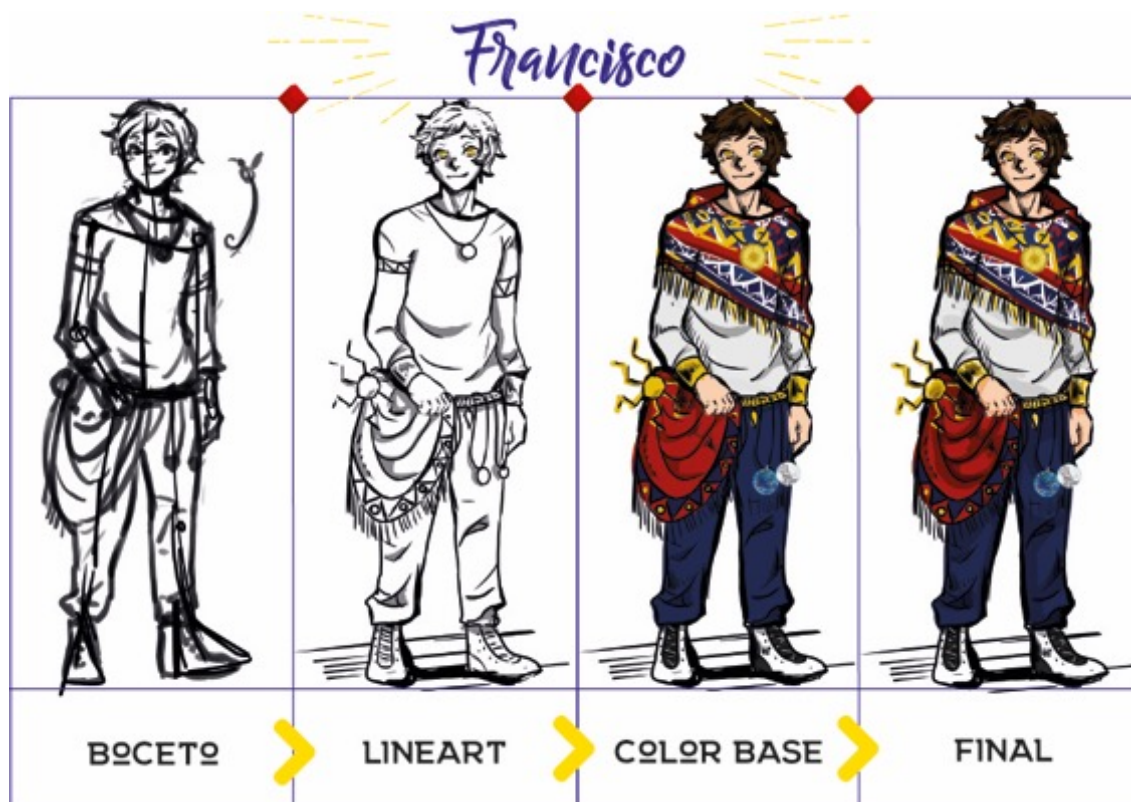


Figura 101. "Francisco" edad 17-18años-Proceso

### Kunturi- Orellana

Kunturi es un personaje sabio y amistoso, es un hermano mayor para Francisco y un guía espiritual. Su personalidad es fuerte y confiada, llena de seguridad y madurez. El personaje entra en la historia como un guía que intenta enseñarle al personaje principal sobre los misterios del mundo.

Sus tatuajes representan al jaguar, desde manchas hasta los colmillos, pues este es el animal más feroz y sabio de la cultura Achuar. Kunturi como representante de Orellana lleva consigo los elementos culturales de su gente como sus tatuajes, accesorios y largo cabello, pero conservando una estética contemporánea.

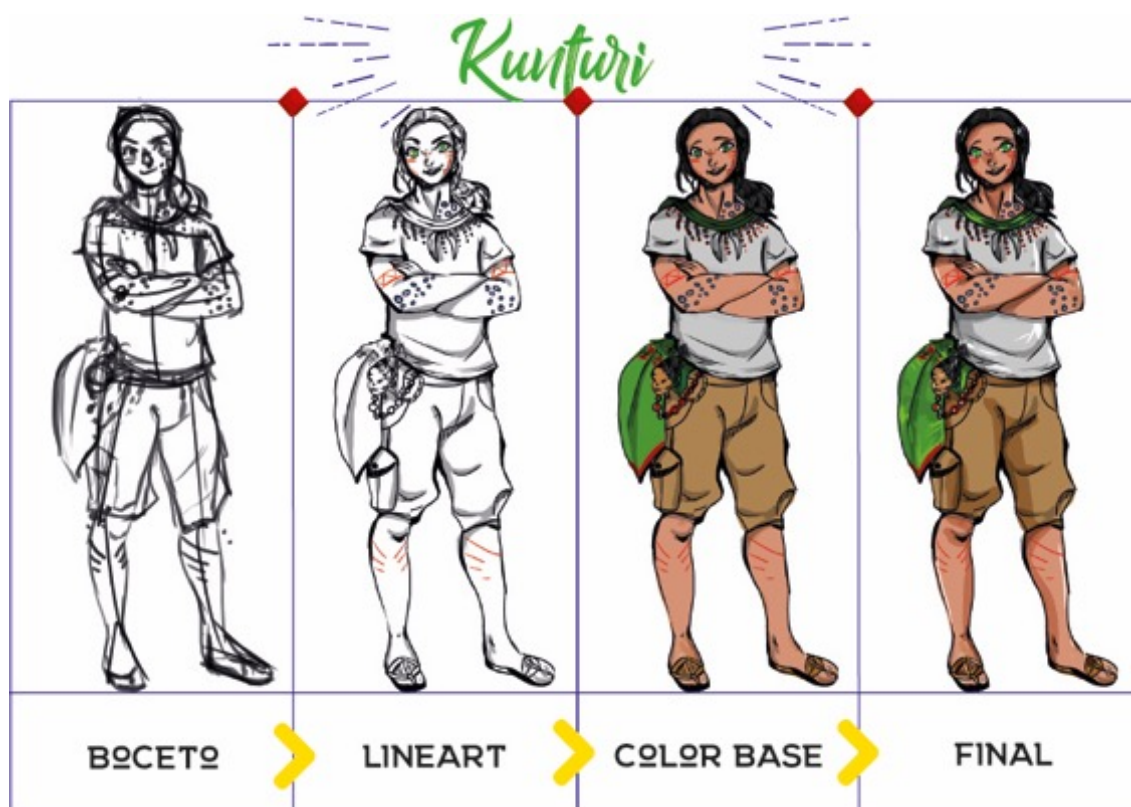


Figura 102. Kunturi-Proceso

### María- Guayaquil

María es una mujer confiada y con una personalidad decidida. Posee un atuendo en tendencia que usa como referencia elementos de la moda en la bahía de Guayaquil. Las reinas de esta ciudad de la costa tienen elementos en común que concuerdan a un canon de belleza; el cabello largo y rizado, figura voluptuosa y joyas plateadas con elementos de estrellas.

Sus ojos poseen unas pestañas largas y rizadas de color negro intenso que llaman la atención a los ojos claros que posee el personaje. El color celeste es el preferido de María pues este es el icónico de la bandera de Guayaquil. El conjunto de blanco, azul y plateado combina de la mejor manera en contraste con la piel oscura del personaje.

El maquillaje de María resalta sus labios voluptuosos y dan la idea de un personaje que esté interesado por la belleza estética y la opinión que los demás tienen de ella.

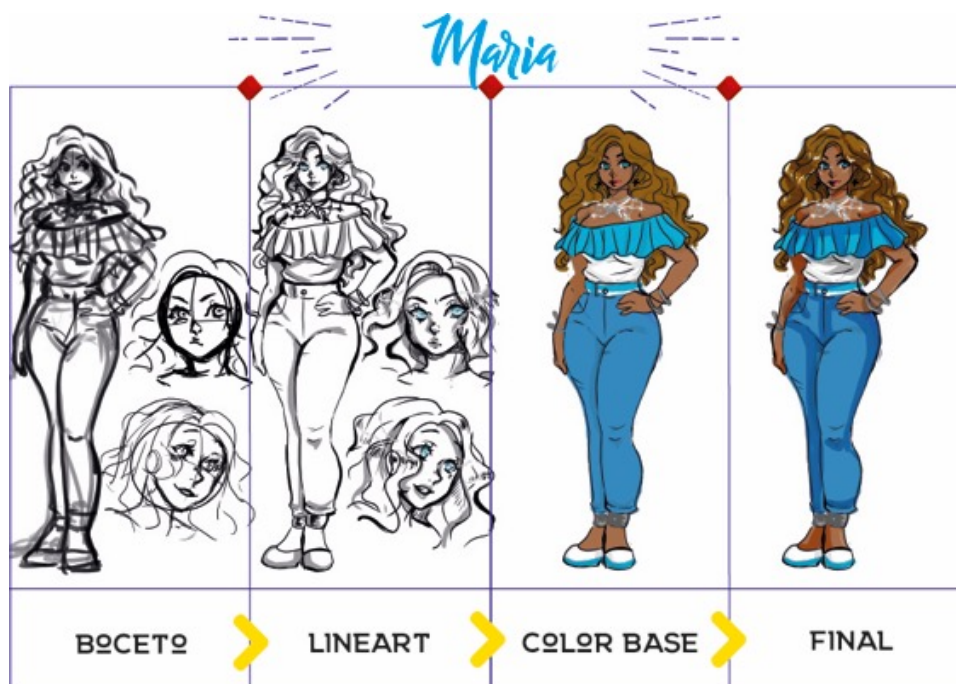


Figura 103. Maria-Proceso

#### 4.2.10.8 PERSONAJES MÍSTICOS

##### Tsunki

Tsunki es un ente de agua que controla todos los elementos que están relacionados a este líquido vital de la tierra. La coloración del personaje denota la composición de su cuerpo mientras conserva su figura y aspecto femenino y positivo.

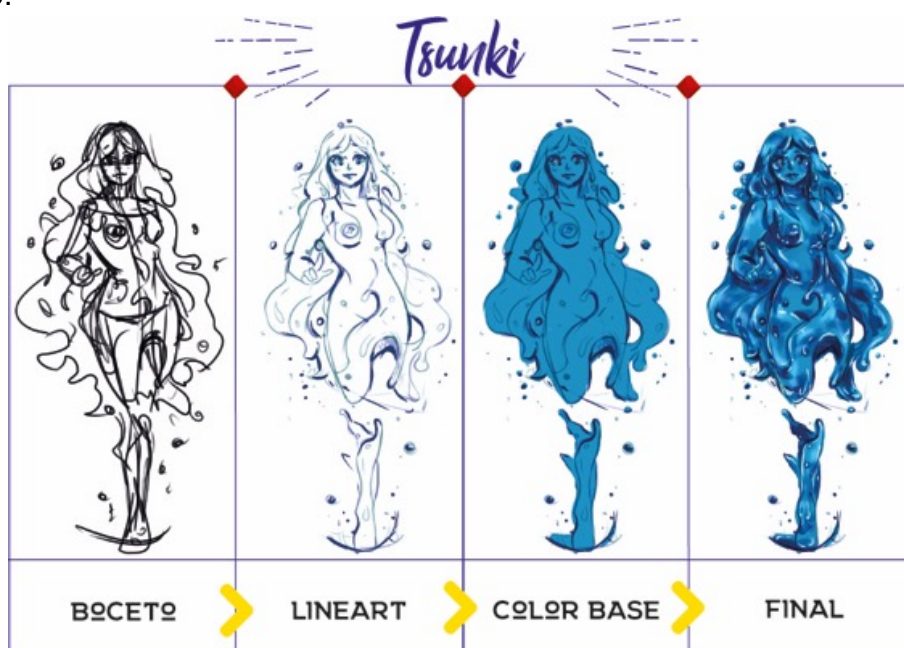


Figura 104. Tsunki- diosa del Agua- Proceso

### Tyapachi Tanatu

Al ser un personaje grande y lo suficientemente fuerte para cargar al mundo en sus manos debe denotar la estabilidad y sabiduría de un titán. Como coloración se decidió añadir un color gris que se camufle con el color de las nubes. Los diseños en su torso vienen de las ilustraciones de la civilización Cayapa. Su posición estable del cuerpo y pies flotantes comunican el concepto de un ente místico que flota desde el espacio sosteniendo las dimensiones.

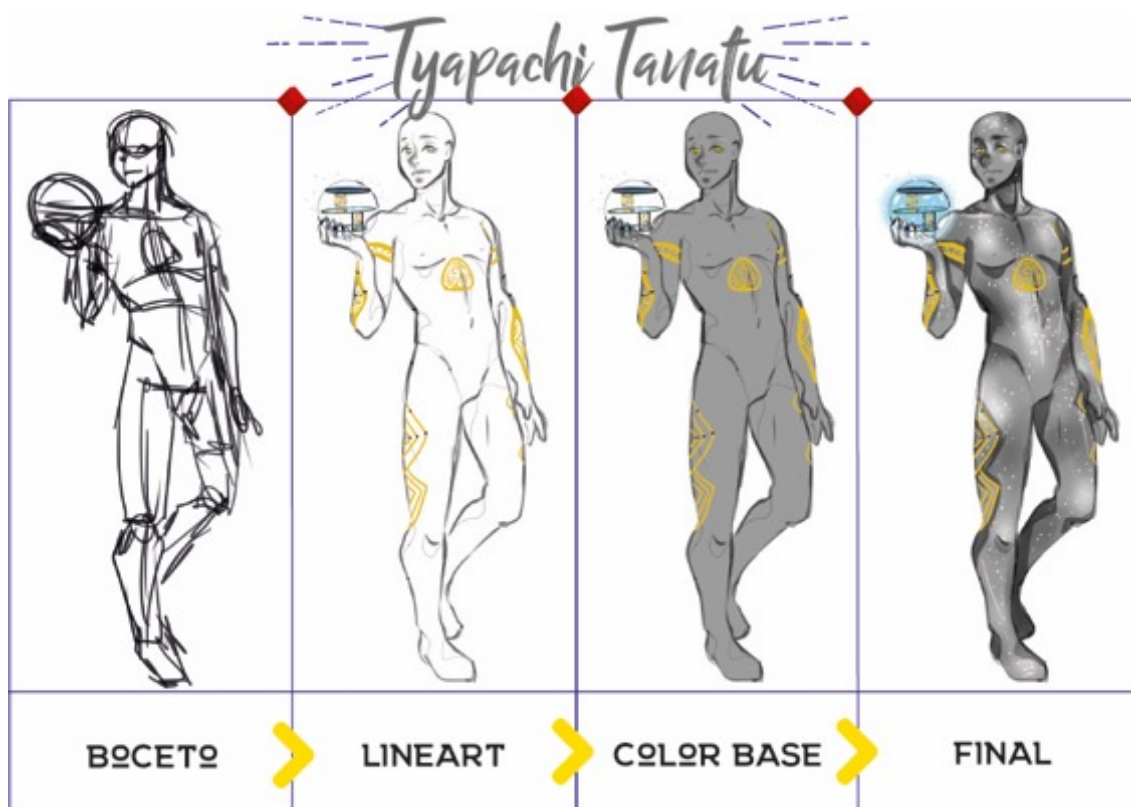


Figura 35. Tyapachi Tanatu-Sostenedor de la tierra- Proceso

### Pacha

Pacha es el ente que controla las plantas y la tierra, es la madre del mundo y por esta razón y vigila a sus seguidores con una firme pero comprensible mano.

El cuerpo del personaje este compuesto de madera flotante con elementos de plantas y flores a su alrededor. El cabello de Pacha está compuesto de capas de hojas y vides largas. Su pose es confiada y fuerte, llena de personalidad sabia.

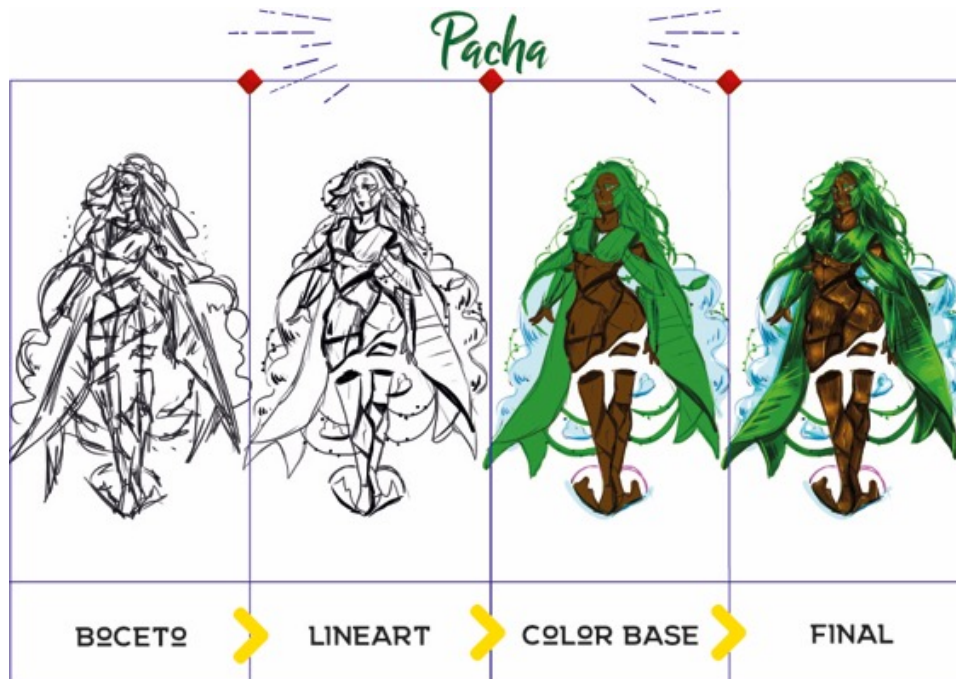


Figura 106. Pacha o Pachamama- Diosa de la flora y fauna-Proceso

#### 4.2.10.9 PERSONAJES HISTORICOS

##### Atahualpa

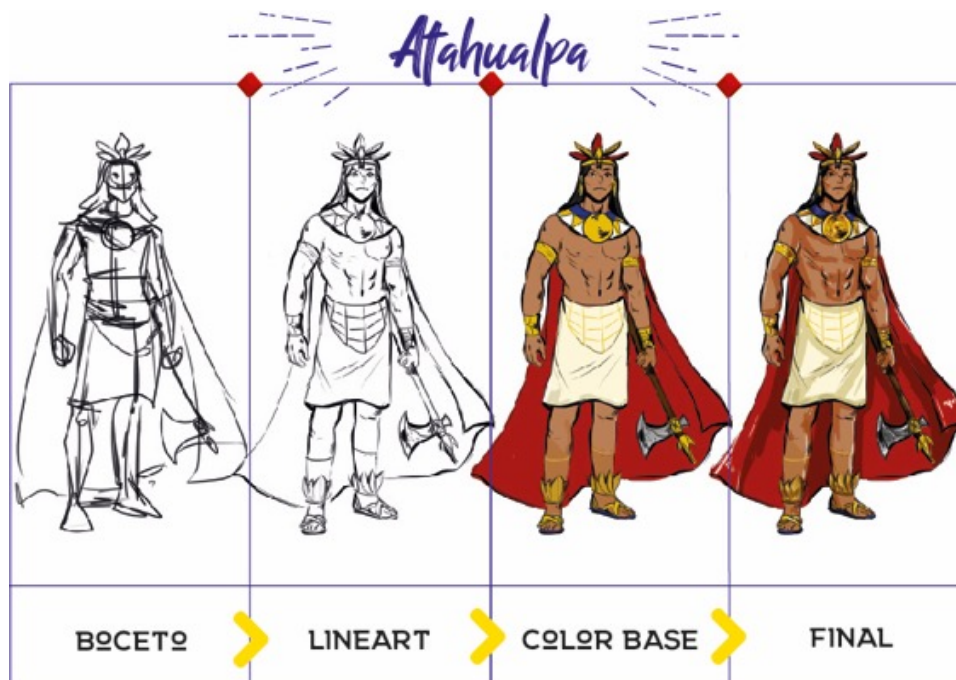


Figura 107. Atahualpa proceso

La pose del personaje comunica la confianza del rey Inca. Su atuendo está basado en las pinturas y dibujos que existen sobre la moda de los incas en este

tiempo. Al ser realeza los Incas consideraban a la realeza como descendientes directos del dios que adoraban, el sol. Por esta razón los reyes y príncipes Inca se vestían en rojo significando la sangre humana y el dorado del sol.

### Huascar

Así como Atahualpa, Huascar usaba colores rojos y dorados para su vestimenta, pero él era más apegado a la realeza del Tahuantinsuyo y por esta razón tenía una personalidad más feroz y decidida. En las pinturas donde Huascar aparece armado siempre se le representa con lanzas con detalles en oro o báculos largos, por esta razón se lo represento con una lanza larga.

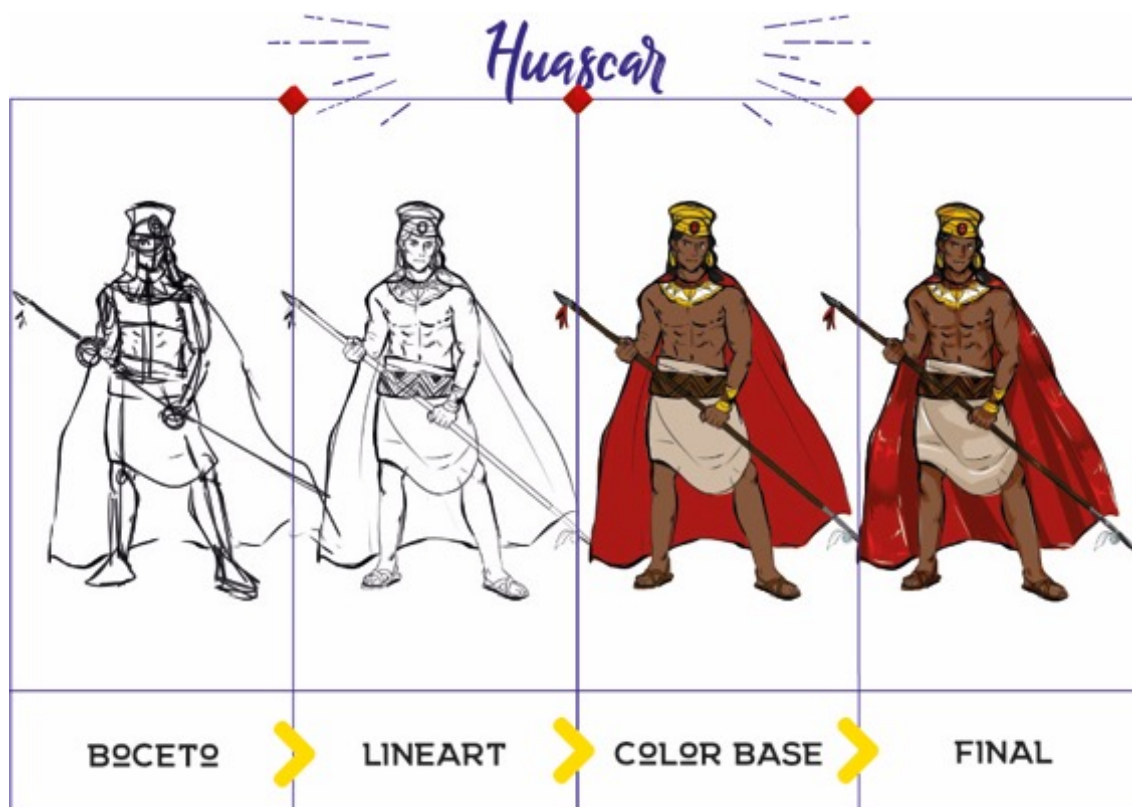


Figura 108. Huascar proceso

### Manuela Sáenz

Manuelita Sáenz es conocida en la historia como una mujer hermosa, de alta clase, pero con una fuerza de voluntad más grande que la de cualquier hombre. Para representar al personaje se lo quiso presentar como la mezcla entre una mujer guerrera y una mujer elegante.

Se decidió ponerla en su traje militar junto con su sable para comunicar su fuerza, pero al mismo tiempo se le agregó un cabello trenzado elegante y con un maquillaje sutil que le da el encanto del que se conoce sobre ella. Su pose es confiada y abierta, como desafiando al usuario.

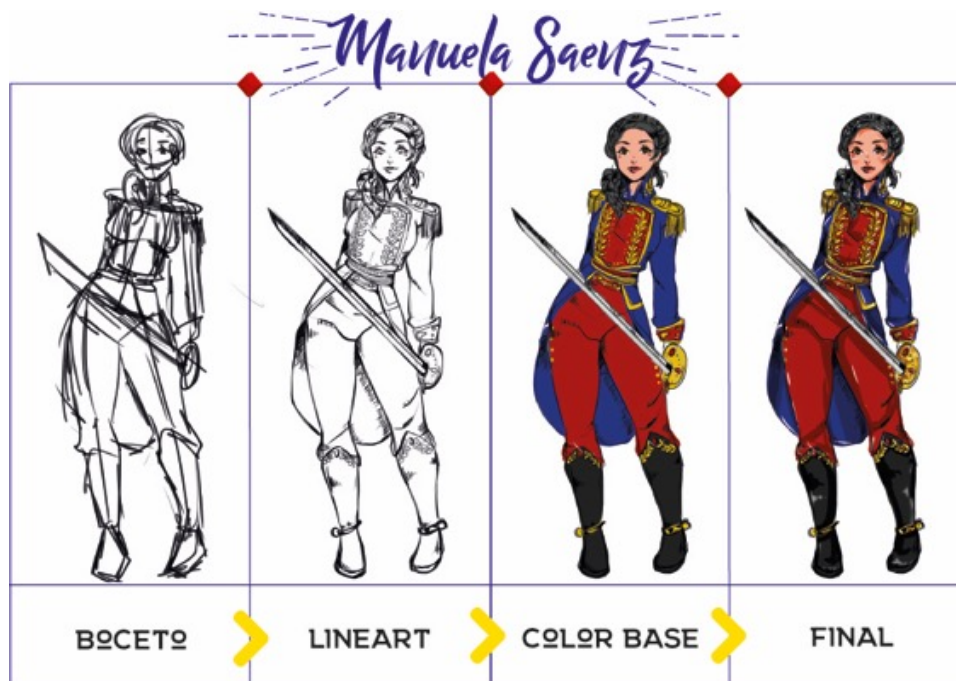


Figura 109. Manuela Saenz proceso

### Manuela Espejo

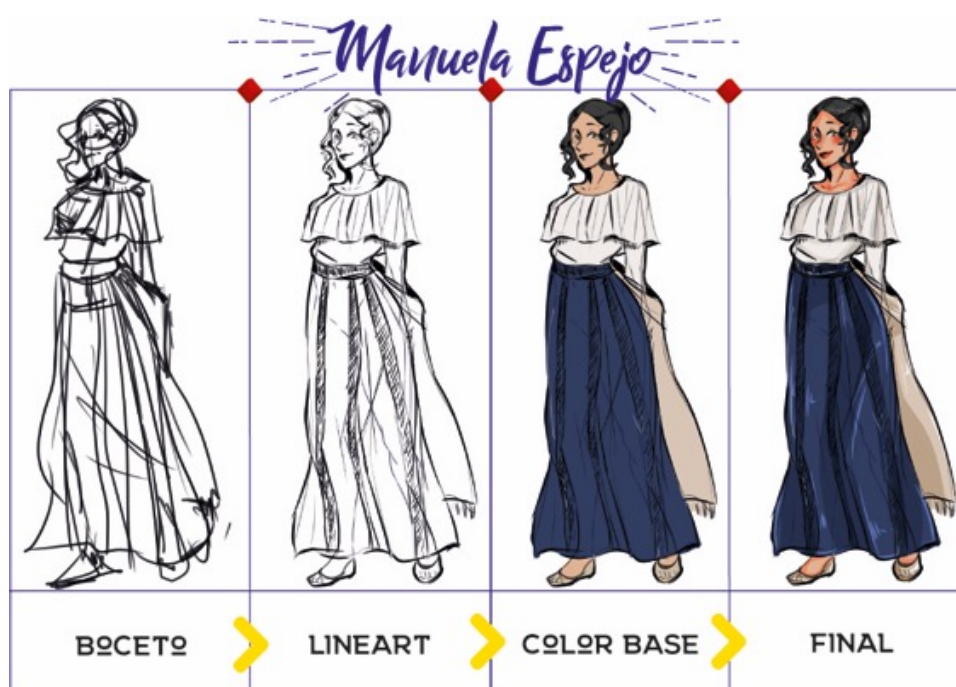


Figura 110. Manuela Espejo proceso



Manuela Espejo es siempre representada como una persona tímida pero extremadamente inteligente. La pose y su maquillaje leve comunican estos aspectos de su personalidad. El diseño de su atuendo y cabello está basado en la réplica en cera que existe de ella en el museo Eugenio Espejo situado en la ciudad de Quito, Ecuador.

### Manuela Cañizares

Cañizares es una mujer fuerte y elegante, era conocida por sus atuendos llamativos. Para representar su personalidad confiada la pose del personaje es una de fuerza y confianza. Su cabello era negro y rizado, esto según los pocos retratos que existen de ella.

Era una mujer de la clase alta que utilizaba collares de plata, vestidos coloridos y maquillaje sutil. El vestido en el que se ha dibujado a este personaje es basado en el que utiliza en la postal representativa de la noche del 10 de agosto.

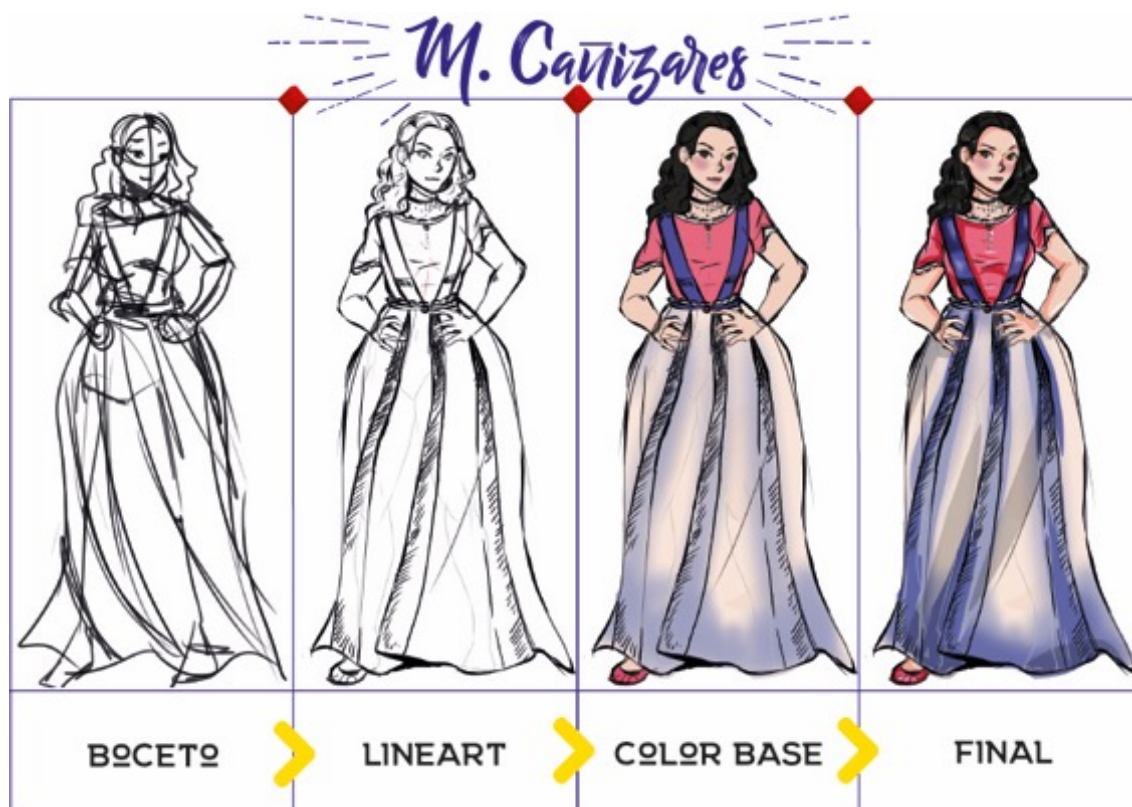


Figura 111. Manuela Cañizares proceso

### Don Evaristo

Don Evaristo es un personaje amado por la gente quiteña. Comenzó como un personaje creado por un actor y después de su muerte fue inmortalizado como una caricatura quiteña que pedía lo mejor de la gente. Para representar a este personaje se debe capturar las características icónicas de la persona para transmitir las y que las personas puedan reconocer al personaje.

Los elementos principales de Don Evaristo son su frondoso cabello y bigote gris, su traje negro con sombrero y bastón, y su personalidad picara, divertida y amistosa.

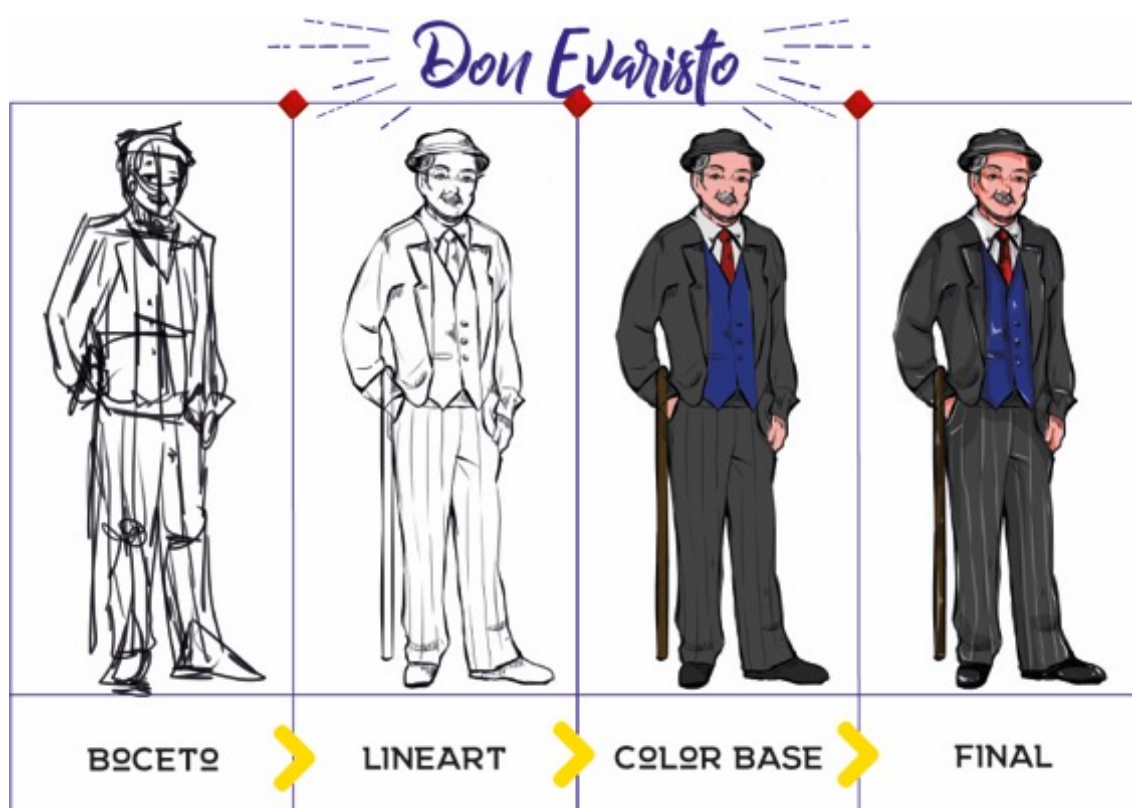


Figura 112. Don Evaristo proceso

#### 4.2.10.10 PERSONAJES DE LEYENDAS

##### Cantuña

Cantuña es un personaje de raíces indígenas que era conocido como el mejor constructor de Quito, su única falla era su mal manejo del tiempo. Los albañiles en el tiempo colonial eran mayoritariamente de familias indígenas pues estos sabían más de construcción y arte que los propios españoles.

El traje de cantuña es basado en cómo se vestían las personas trabajadoras en el tiempo colonial, en especial los nativos usaban poncho y sombrero. Su cabello es largo y trenzado para coincidir con las referencias de personas con descendencia indígena en el tiempo colonial.

Conceptualmente se añadió la sombra del diablo atrás de Cantuña para representar la presión que sentía el personaje al haber hecho un pacto con este y saber que podría perder su alma por una iglesia.

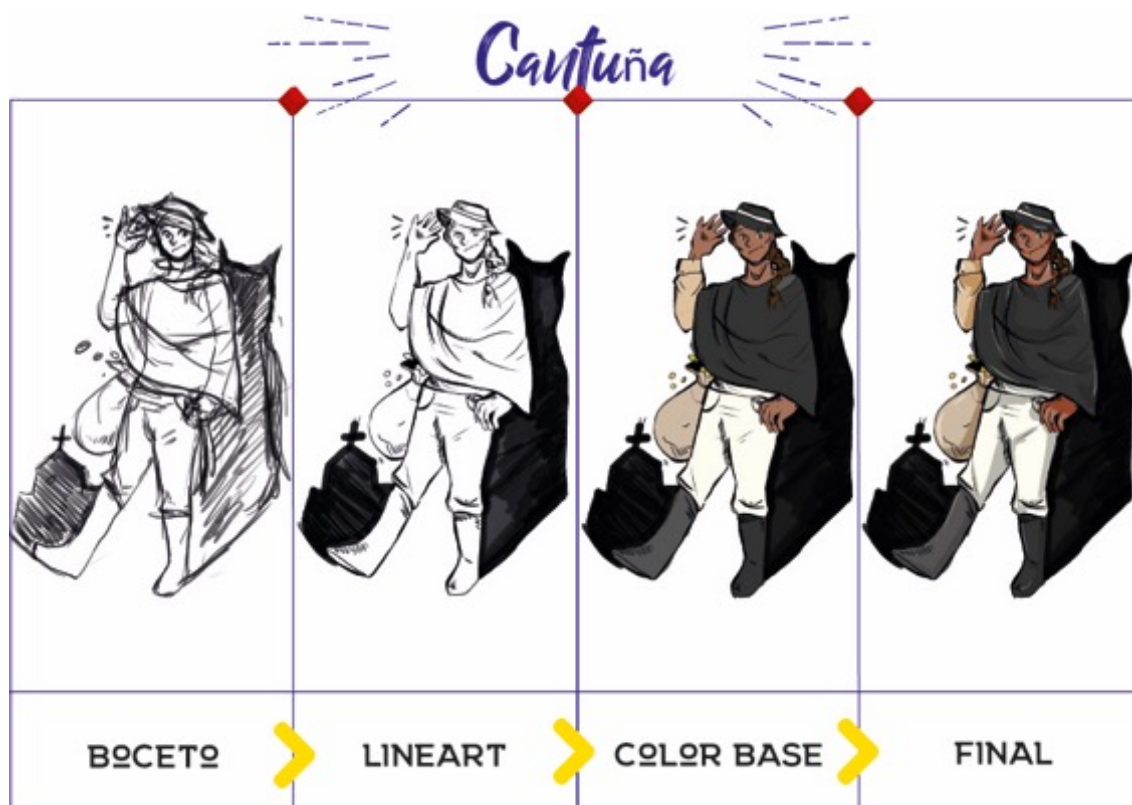


Figura 113. Cantuña- Proceso

### Chullita Quiteño

El Chullita quiteño es un personaje representativo de la gente quiteña, es alegre y fiestero, “la vida se pasa cantando”. Su traje es el atuendo típico de los hombres en el tiempo colonial, es decir un sombrero con el traje y acompañado de un bastón.

El diseño del Chulla comparte elementos con los del personaje principal Francisco, esto porque esencialmente los dos podrían estar relacionados al ser ambas representaciones de la identidad de Quito. Los colores del traje del

Chullita hace referencia a los colores de la bandera quiteña y las flores en su bolsillo connotan su lado coqueto y romántico.

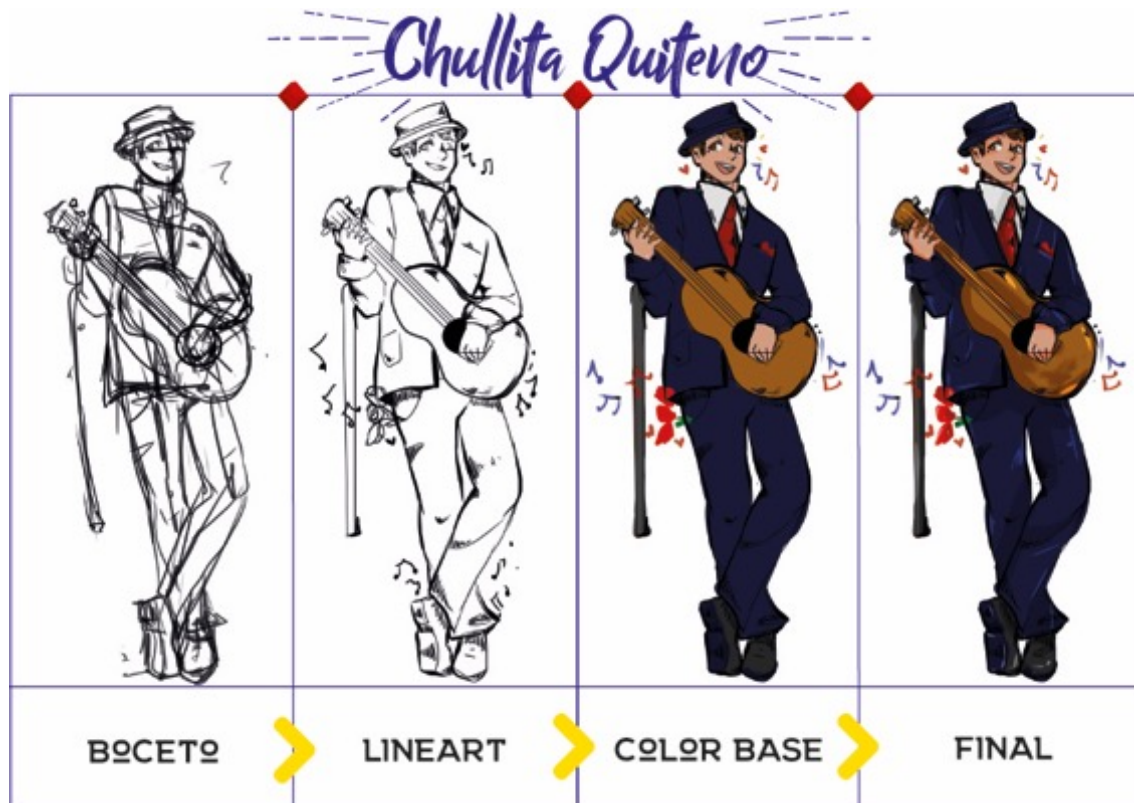


Figura 114. Chullita quiteño proceso

### Padre Almeida

El padre Almeida es un personaje que es parte de la iglesia católica y por lo cual es bastante seguro que era de etnia mezclada pero mayoritariamente europea. En el tiempo colonial para ser parte de cualquier puesto en la iglesia católica se necesitaba poder leer lo cual era más común en las clases sociales altas que eran personas con descendencia mayoritariamente extranjera. Por esta razón este personaje posee la tez blanca y los ojos claros.

Para comunicar su gusto por la parranda se la añadió un tinte rosado en la nariz y cachetes para poder insinuar un estado alcoholizado. Su traje es el de los padres franciscanos que eran supuestamente a donde pertenecía el padre Almeida. Su posición, escondiendo la guitarra atrás y sosteniendo un rosario

adelante, demuestra la manera en que escondía su gusto por la música y diversión por su estilo de vida religioso.

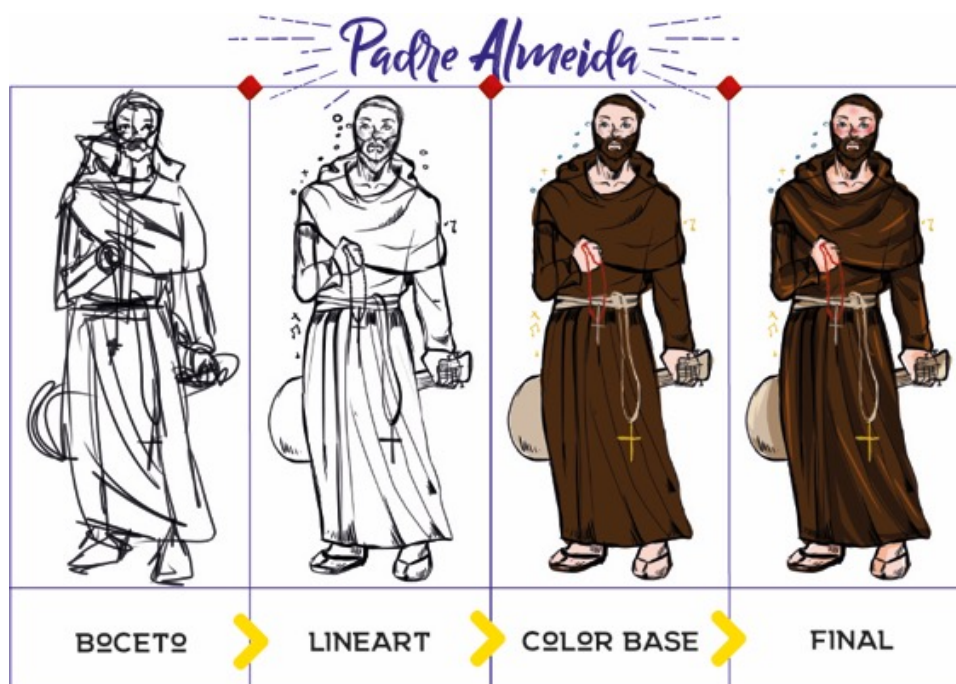


Figura 115. Padre Almeida proceso

#### 4.2.10.11 FONDOS PRINCIPALES

##### 4.2.10.11.1 BIBLIOTECA DORADA



Figura 116. Entrada dorada

La biblioteca dorada y los elementos que forman parte de la misma, poseen un estilo barroco referenciado de la arquitectura colonial de Quito. Los destellos y reflejos son muchos pues son piezas construidas de pan de oro y localizadas en un espacio lleno de sol.



Figura 117. Francisco infante en la biblioteca.

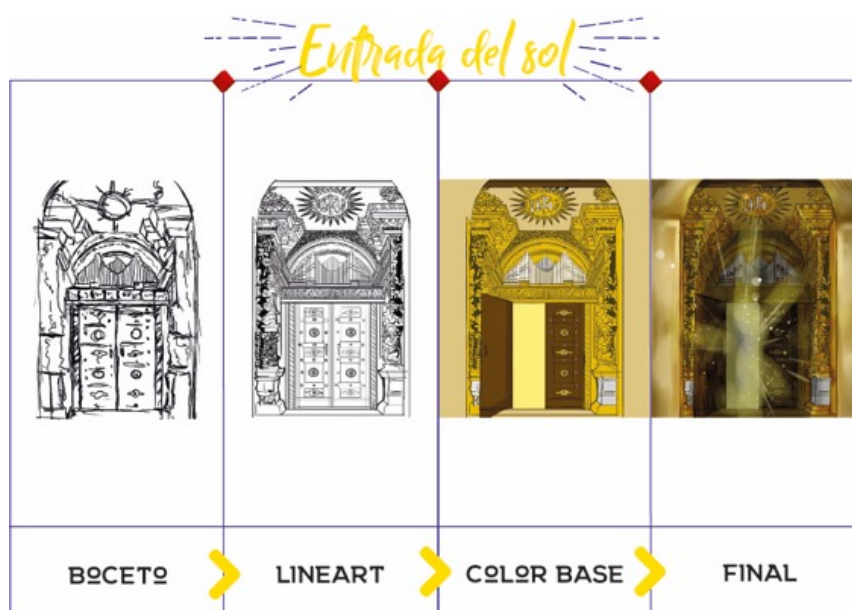


Figura118. Entrada dorada



*Figura 119.* Francisco Adulto en la biblioteca.

#### 4.2.10.11.2 PLATAFORMA UNIVERSAL

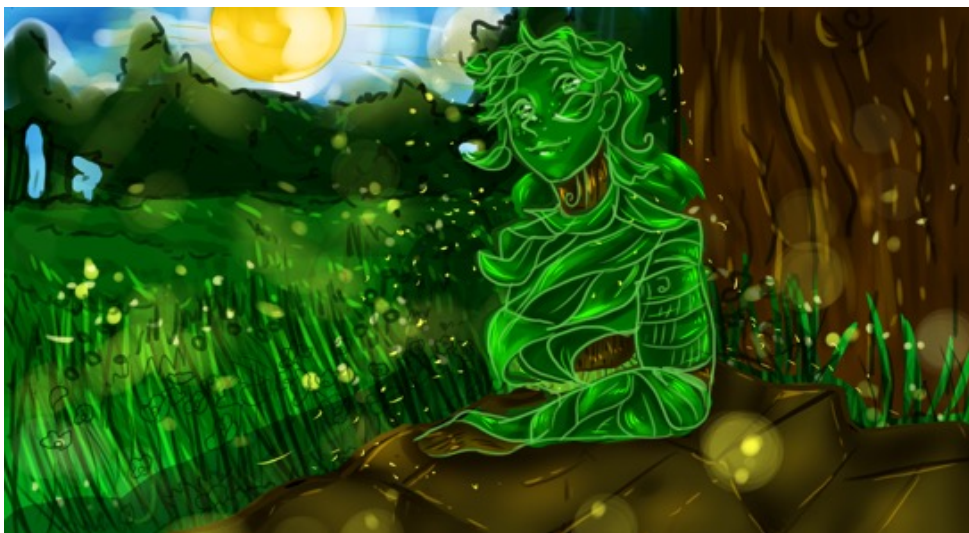


*Figura 120.* Plataforma Universal Fondo

La plataforma universal es un lugar místico situado en el espacio exterior. Usa

una paleta de colores brillantes como son el celeste y el morado. Brilla con los colores de las estrellas y en su base se puede visualizar el planeta tierra.

### Tsunki



*Figura 121. Nunkui*



*Figura 122. Nantu*

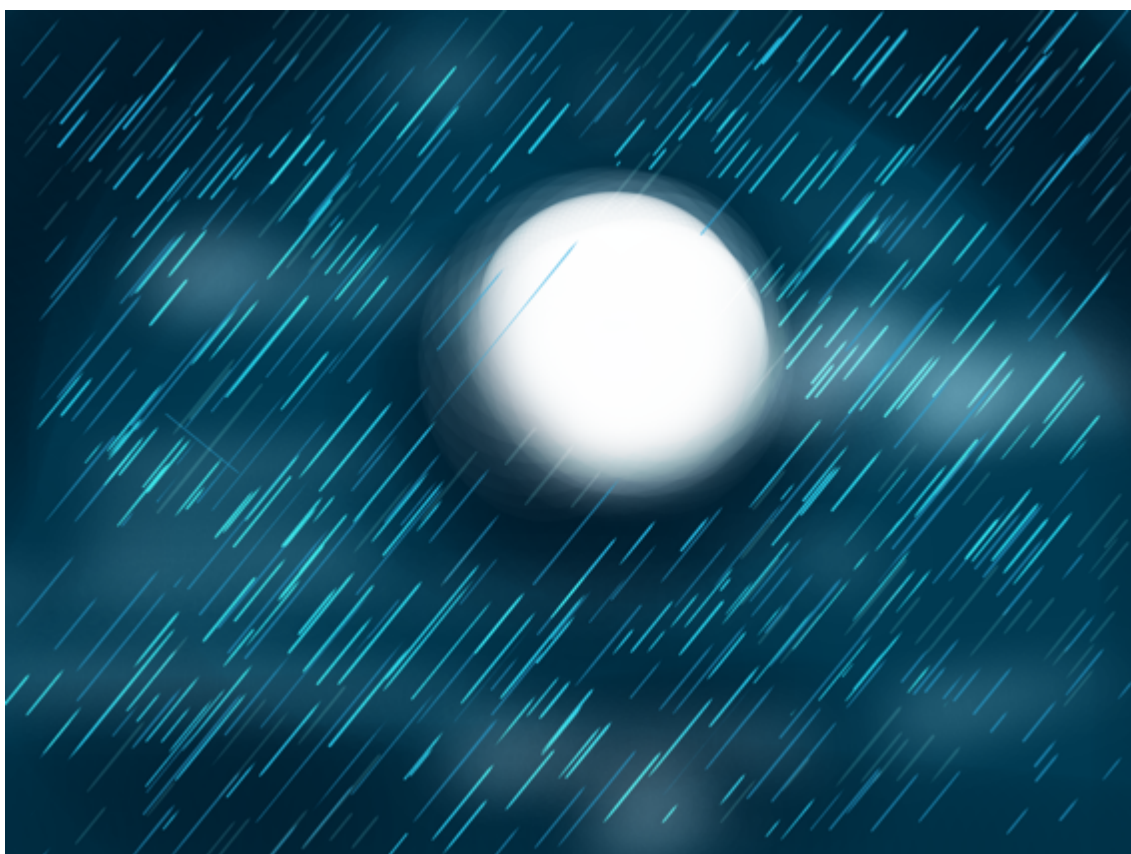
La historia de Tsunki está llena de entes mágicos que controlan grandes partes del funcionamiento de la tierra.



Aun así, se conserva el concepto de que todos estos entes son familia pues trabajan el uno con el otro para sacar adelante la tierra. Los colores utilizados son vivos y llenos de destellos de luz. Combinando el concepto de la realidad a la mano de lo mágico.

### Pacha

La historia de Pacha se trata del diluvio de Quito y de cómo la Pachamama siempre ha estado pendiente de su gente. El realismo a la mano con colores oscuros que resaltan los destellos de luz comunica el aire triste y místico de la historia. Como si estuviera pasando mientras el personaje lo relata.



*Figura 123. Lluvia*

#### 4.2.10.11.3 PLAZA GRANDE

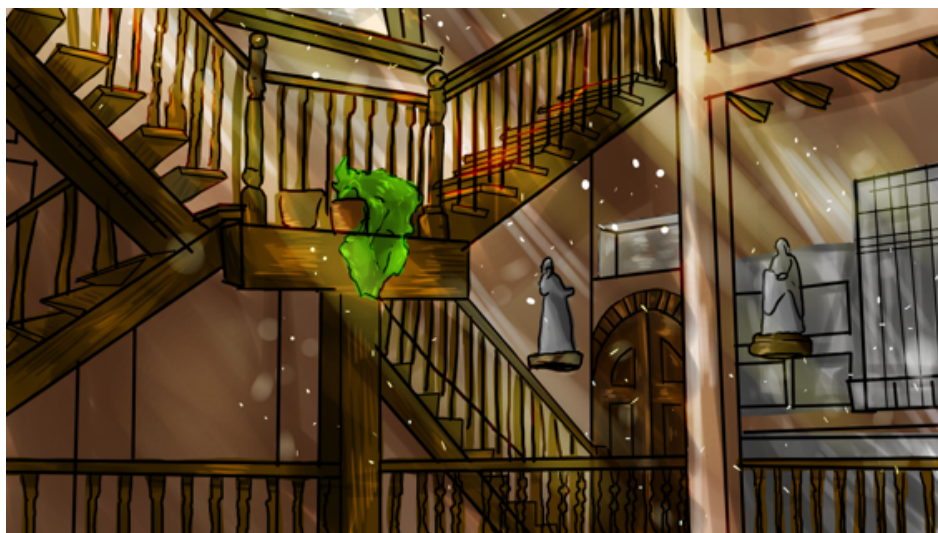
La plaza grande es el escenario más real de todos los ya mencionados, siendo

un lugar que existe en la vida real se quiso conservar el aspecto de realismo e iconicidad, pero al mismo tiempo se quiso añadir un sentimiento mágico con el brillo del sol encima de las superficies y reflejados en los personajes.



*Figura 124. Plaza grande*

### Las Manuelas



*Figura 125. Manuela Saénz*

Los fondos de las manuelitas tienen como objetivo comunicar y enseñar aspectos importantes de cada uno de estas mujeres. Por ejemplo, las reuniones

para la libertad con Manuela Cañizares y el estudio de Manuela espejo con sus papeles importantes. En estos fondos se quiso representar de manera realista las escenas, manteniendo el estilo gráfico.



*Figura 126.* Manuela Espejo



*Figura 127.* Manuela Cañizares

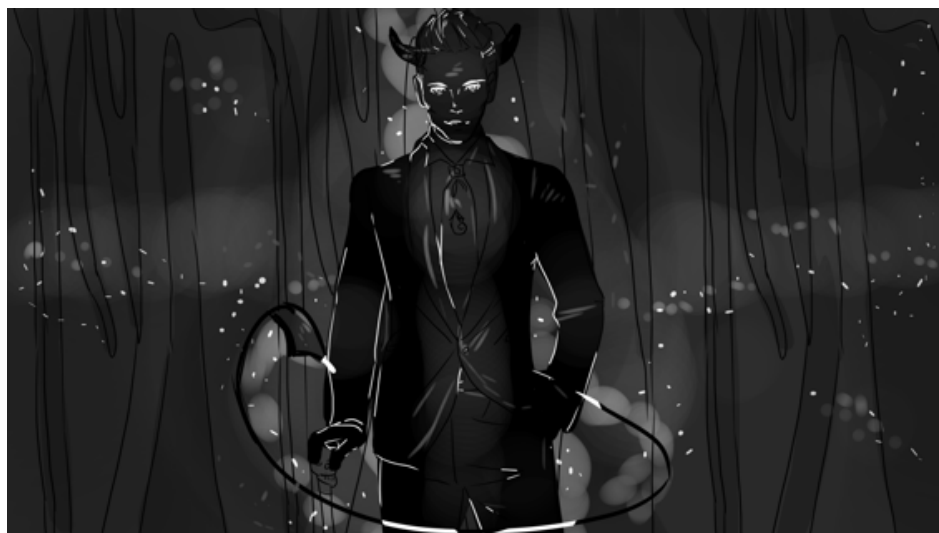
### Cantuña

La leyenda de Cantuña es una que toma aspectos bastante oscuros y los une

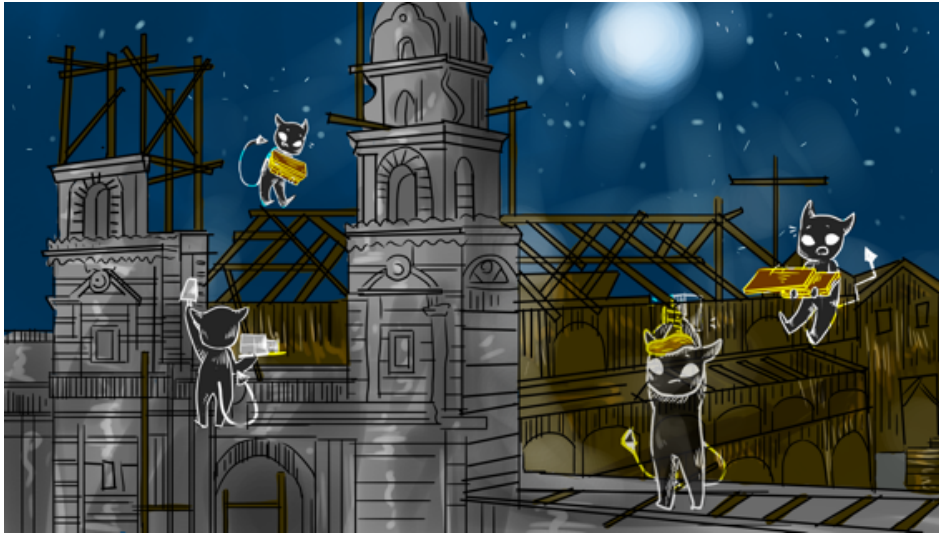
con una situación real que es la de la construcción de una iglesia. Con estas imágenes se quiso guiar al usuario por la historia mediante gráficos. Estos gráficos tienen tonos imaginarios y conceptuales pues el punto era comunicar la historia como la vio Cantuña.



*Figura 128. Petición de iglesia*



*Figura 129. Demonio propuesta*



*Figura 130. Construcción iglesia*

### Chullita Quiteño

En la parte del Chullita quiteño se escucha la canción completa del mismo y se van enseñando los diferentes aspectos sobre los que habla la canción y que son icónicos de fiestas de Quito. El tiempo es situado en la noche y todas las escenas sobresalen por colores vivos y brillosos, como los que se vería en una fiesta.



*Figura 131. La Guaragua*



*Figura 132. La Guaragua y la chiva*



*Figura 133. La Guaragua y los fuegos artificiales*



*Figura 134. La Guaragua y la música*



*Figura 135. La Guaragua y las muchachas*

Padre Almeida



*Figura 136. Habitación padre Almeida*

La habitación del padre Almeida es basada en la que se vería en un convento, pero tomando elementos que un padre joven tendría. Mientras el personaje explica su historia se presentan en el fondo imágenes complementarias a la historia; como el cristo sobre el que escalaba para salirse del convento. Los colores usados para estos fondos son oscuros y sin mucho brillo para connotar

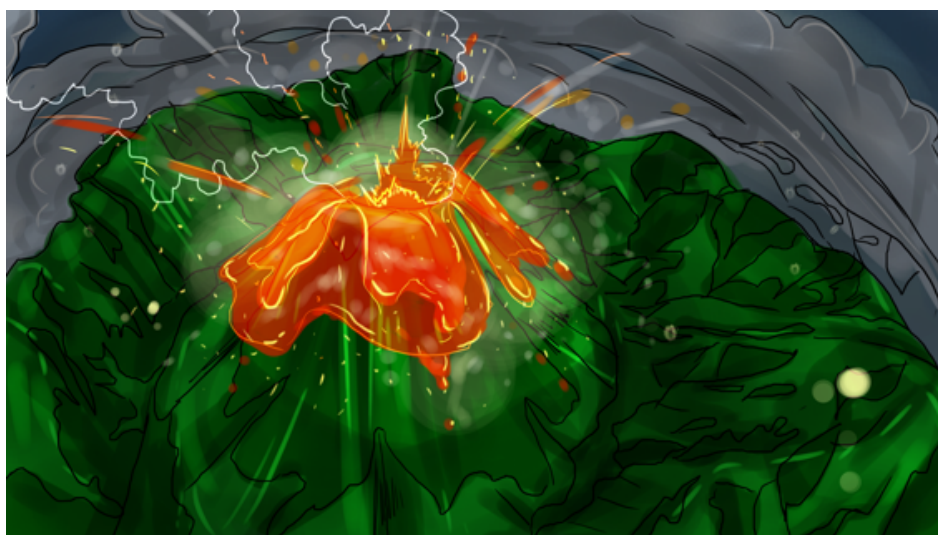
la realidad de la historia, algo sobre lo que el padre Almeida se da cuenta al final de su historia.

#### 4.2.10.11.4 HISTORIA DE LOS ANTEPASADOS



*Figura 137. Cotocollaos*

En esta sección de la historia Guayanay lleva al usuario por un viaje al pasado para explicarle sobre los elementos del origen de Quito.



*Figura 138. El Volcán Pululahua*



En este viaje se presentan momentos de la historia, pero de la manera que Guayanay quisiera exponerlo, es decir componiéndose de los elementos principales y claves para comprender con mejor claridad la historia. Sus colores no son tan vibrantes como en las otras piezas graficas pues el punto es de destacar ciertos elementos principalmente.

#### 4.2.10.11.5 HISTORIA DE LOS INCA

Al hablar de los Incas se quiere demostrar de una manera clara el poder y auge de su imperio, por esta razón se ve un Huayna Capac cubierto en oro, pero aun así feliz de poder tener a sus hijos en sus manos.



*Figura 139. Atahualpa vs Huascar*

Después siguen dos piezas graficas que hablan sobre el conflicto entre Huascar y Atahualpa, en estas vemos fondos bastante elaborados, pero con colores bajos para centrar la atención en los personajes y sus expresiones. En esto se usa el concepto de la figura y fondo, enfatizando la importancia en la figura.



*Figura 140. Llegada de los Españoles*

Después de pasar por la pelea entre los hermanos sigue la parte de los colonizadores. Estas piezas siguen el mismo concepto de Figura y fondo, pero poniendo más énfasis en los tiempos del sol. La última imagen no contiene destellos de luz que se ven en todas las otras piezas, esta es una forma representativa de demostrar la coherencia de magia en el momento.



*Figura 141. Conquista Española*

#### 4.2.10.11.6 HISTORIAS COMPLEMENTARIAS

Estas historias son contadas por objetos que están presentes en el juego, son historias poco conocidas que son interesantes y que suceden paralelamente a los eventos de las historias principales de los personajes.

##### Generales Inca

Los generales Inca no son tan conocidos como su líder Atahualpa pero aun así son partes importantes de la historia. Para la historia de Quisquis se quiso demostrar su avanzada edad y rol como líder de grandes batallones. Rumiñahui se quiso demostrar como el líder que era. Se usa un halo blanco alrededor de cada personaje principal para que el niño no desvíe su atención de sobre quienes se está hablando.



*Figura 142.* Rumiñahui & Quisquis

##### Los Truenos

Los truenos es una leyenda poco conocida sobre el origen de estos sonidos fuertes de las nubes. Se usó una paleta de colores oscura para generar un contraste con los destellos de electricidad que se reúnen alrededor de estos personajes.



*Figura 143.* Los entes llamados truenos

### Huagra Puma

Este mito habla sobre personas que se podían convertir en pumas y jaguares para cazar. Se usó colores brillantes y una relación entre personaje y animal para comunicar el concepto de la historia. Se colocó muchos destellos de sol para denotar el aspecto mágico de esta leyenda.



*Figura 144.* Huagra Puma & Jaguar

### La historia de los volcanes

Ecuador es una tierra llena de volcanes, especialmente Quito que está rodeada de ellos. Lo interesante de esta historia es las humanificaciones que se les da a estas grandes montañas. Esta leyenda se basa sobre las relaciones y comportamientos de los volcanes, por esta razón se decidió representar con los reales atrás y los personajes de las leyendas adelante. Cada uno de los personajes posee un atuendo basado en la paleta de colores que cada uno de sus volcanes tiene.



*Figura 145. Papa Chimborazo, Guagua Pichincha & mama Cotopaxi.*

### El Sucre

La historia del sucre es la más reciente de todas, pero una que lamentablemente muchos jóvenes hoy en día no conocen. Se habla de una decisión difícil por la que tuvo que pasar el Ecuador, por esta razón se decidió poner un fondo gris oscuro que llame la atención hacia los colores más fuertes presentados encima del mismo.



*Figura 146. Monedas y Mahuad*

### El Gallito de la Catedral

El gallito de la catedral es una historia centrada completamente sobre una pieza de ornamento de una iglesia en el centro de Quito. Para hacer la relación entre el gallito existente de metal y en el que se convierte, se decidió tener como fondo al uno y al frente al otro. Los destellos brillantes del sol dan la impresión de que fuera una ilusión que se está viendo y es esto exactamente lo que se quiere comunicar.



*Figura 147. Gallito de la catedral*

#### 4.2.11 DESCRIPCIÓN DE FINALES

##### 4.2.11.1 FINAL A- ALMA DORADA

El Final A se denomina Alma Dorada pues simboliza el final dónde el personaje principal llega a construir una identidad completa y precisa, se da cuenta que su Quito es mucho más que solo historias y leyendas, son personas y creencias que llenan de magia las calles y espacios de la misma ciudad pues:

*“Puede existir un Quito sin quiteños pero no puede haber un quiteño sin Quito.”*

(Don Evaristo, 1989)



*Figura 148.* Quito ciudad fondo

Se decidió enseñar en primera instancia la ciudad actual, con elementos que se viven en el día diario como manera de transmitir que el Quito en el que vivimos hoy en día es el mismo del que se habla en el producto, pues este es solo una recopilación de todos los elementos de su historia en una sola ciudad hermosa. Después una toma de la iglesia San Francisco de Quito bajo el resplandeciente sol quiteño. Esta iglesia es clave pues el Francisco nace del nombre de esta misma. Se dice que esta iglesia es la más bella e icónica de la ciudad del Quito.



*Figura 149.* Iglesia de San Francisco



*Figura 150.* Francisco iglesia San Francisco

Y termina con una mirada del personaje principal como un adulto bien formado y por fin feliz, recorriendo confiadamente en la ciudad que por fin reconoce como

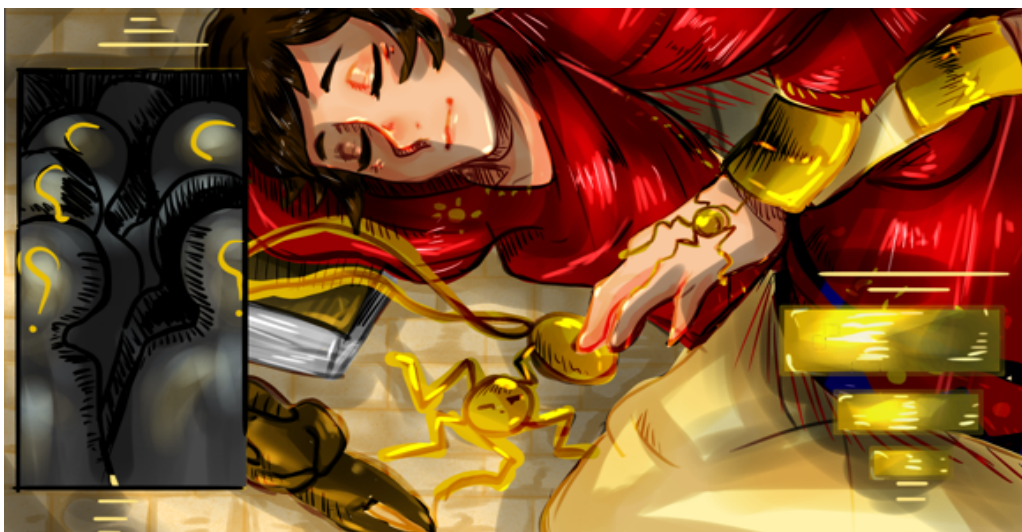


la suya. Esta escena también significa que Francisco esta siempre con todos, es decir el espíritu de Quito vive en las calles, construcciones y cielo de esta hermosa ciudad.



*Figura 151.* Sol de fondo

#### 4.2.11.2 FINAL B- REGRESO A LA TIERRA DEL SOL



*Figura 152.* Francisco olvidando su misión

Este segundo final representa el pensamiento cerrado de que el ser ecuatoriano en general significa algo antiguo y muy lejos del presente. Es algo que se lee en libros y se escucha en recuerdos pero que no existe en la contemporaneidad. Es el cerrarse al mundo y solo coger una historia mágica e interesante porque tiene tonos más “llamativos”.

#### 4.2.11.3 FINAL C- INDIFERENCIA CAÓTICA

Este tercer final trata sobre la indiferencia y vida monótona que se puede generar al volverse indiferente sobre las raíces y elementos que rodean a las personas. En primera instancia se observa una imagen gris y cuadrada, donde ni el cielo, ni los monumentos dan indicios de algo más que una masa de réplicas repetitivas. Los edificios carecen ventanas grandes pues prefieren ver hacia dentro de sus casas que hacia fuera.



*Figura 153. Quito perdida su identidad*

Después vemos personalidades que parecen estereotipos llenos de marcas que se juntan en masas de repeticiones similares. Por un lado, vemos la personalidad

‘Yankee’ y agresiva que llevan marcas específicas hasta en el cabello. Al otro lado vemos personas “normales” que siguen las mismas características físicas y carecen de expresiones.



*Figura 154. Población de Quito sin identidad*

Finalmente vemos al personaje principal, completamente cambiado, con una expresión de “quemeimportismo” y alejado de las personas. El único ente afuera de las viviendas, pero lleno de propagandas en la ropa como si fuera un anuncio andante.

#### 4.2.11.4 FINAL D- DESOLACIÓN ABRUPTA

Este final es activado cuando el niño decide tomar la decisión de irse, es decir le dice al personaje principal que se tiene que ir. Al tomar esta ruta sale estática y un texto que dice que nunca supiste más del niño ni del mundo donde este vive. El punto de este final es mostrarle al niño que sus decisiones tienen

consecuencias y para que así se anime a explorar de manera más activa el producto y su historia.

#### 4.2.11.5 PREMIOS

Para poder incentivar al usuario a jugar varias veces la novela interactiva y buscar sus diferentes líneas de historias se decidió buscar una manera de comunicar desde el menú principal. Por esta razón se agregó una galería desbloqueable que se gana al terminar cada diferente final con un puntaje específico.

Para la generación de cada premio se decidió añadir elementos extra de los puntos principales que se enfatizan en cada línea de historia. Por esto, el final A da una imagen de los tres personajes originales felices y confiados viendo a la cámara, para el final B está el personaje principal aislado y encerrado en el centro de una vieja Biblioteca Dorada, y del final C vemos un Francisco solitario en una ciudad gris y fría donde hasta las imágenes más icónicas de Quito están viejas y desgarradas.



Figura 155. Premio desbloqueable A



Figura 156. Premio desbloqueable C

### 4.3 PLAN DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

Un producto digital se encuentra entre la línea de servicio y producto pues no tiene una forma física tangible. Pese a que esto significa que su distribución será diferente a la tradicional, no quiere decir que no existen maneras de hacerlo. Es más, existen varias posibilidades para la distribución de este producto.

Para poder tener una guía correcta en el tema, se pidió la asistencia y tutoría de la ingeniera en negocios internacionales Beatriz Patton y la ingeniera en finanzas Cecilia Carvajal. Al tratar el tema con las dos especialistas se concordó que existen dos posibles modelos que podrían funcionar para la producción y distribución del producto; una producción independiente y una producción en alianza.

Para qué un producto sea considerado como un éxito en el mercado debe haber recuperado su inversión inicial para antes de los 4 primeros años, este es el objetivo clave además de representar una rentabilidad. Para poder generar una proyección óptima de la distribución y producción del producto se calculó los precios de inversión inicial y se utilizó diferentes estrategias para poder financiar

el producto de la manera más óptima y realista posible, comprobando la rentabilidad del producto y la realidad del mismo.

#### Público objetivo

Los niños quiteños de 7 a 12 años que asisten regularmente a clases, es decir que son parte del estrato socio económico C+ en adelante, esto fue determinado por el INEC cómo el 36% de la población.

El estrato económico C+, como ya ha sido definido en la parte de la muestra de la población en el diseño metodológico, constituye la parte de la población que reciben más del básico mensualmente y que por ende pueden costear una educación para sus hijos.

Según el censo del INEC del 2010 existen 175,461 niños entre la edad de 7 a 12 años en la parte urbana de la ciudad de Quito. Para poder determinar el número del público objetivo exacto debemos definir el 36% que pertenecen al estrato económico de esta cifra. Por lo que se habla de 52,638 niños.

#### Público indirecto (secundario)

Como público indirecto se refiere a los padres de nuestro público objetivo. Mientras que el público objetivo interactúa con el producto, el público indirecto son los que tienen el poder adquisitivo sobre los productos que consumen los niños.

#### Público potencial

Todas las personas interesadas en aprender sobre diferentes aspectos de la identidad cultural ecuatoriana de una manera interactiva, digital e intuitiva.

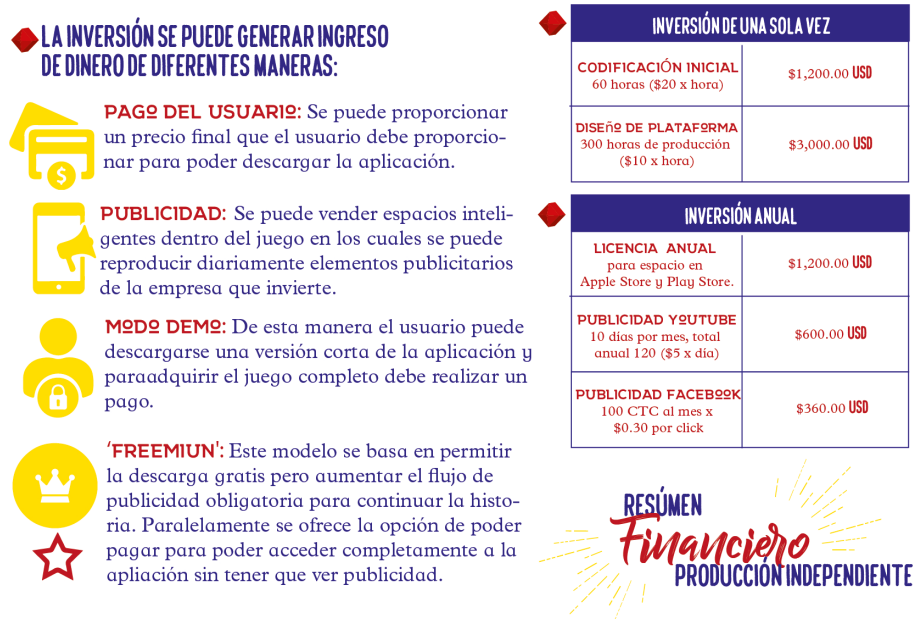


Figura 157. Resumen financiero (producción independiente)

### Producción Independiente

Para poder calcular de manera adecuada los gastos iniciales se generó un contacto guía con el jefe de la empresa informática Nirai Kanai, Byron Ajila, quién redirigió a el programador Josué Ortiz quién está a cargo del desarrollo y mantenimiento de aplicaciones y sitio web. Con este contacto establecido se definió los precios estándar de codificación y los tiempos necesarios para la generación y mantenimiento del proyecto.

Por la codificación se cobra un estimado de 20 dólares la hora, para poder codificar y adecuar los elementos necesarios para la aplicación (espacios para publicidad, conexión a internet, restricción de plagio, etc.) se requiere 60 horas de trabajo, esto nos da un primer valor de inversión \$1,200.00 el primer año y 10 horas de mantenimiento por año. En el diseño de la plataforma e ilustraciones se ha invertido un estimado de 300 horas de trabajo, por lo que se calcula según el estimado de \$10 por hora que cobran los diseñadores en la empresa referencial por un proyecto grande, esto nos da un valor de \$3,000.00 en diseño inicial y \$100 cada año por elementos publicitarios y mantenimiento de la plataforma.

El canal de distribución de esta propuesta sería definitivamente en las plataformas de descarga de aplicaciones como lo es el Apple store y el Play store. Se define estos medios pues son los que directamente están en contacto con las plataformas digitales móviles como la Tablet y celulares inteligentes. Para conservar al producto en estas plataformas, se necesita pagar anualmente \$1200 USD por la licencia.

Para conseguir compradores se necesita una publicidad constante en medios que estén incentivando diariamente a la compra de la misma. Según el Universo (El Universo, 2015), las dos páginas web más visitadas por los ecuatorianos son Youtube y Facebook, por esta razón este será nuestro canal de publicidad para dirigirnos hacia nuestro usuario indirecto e directo. Youtube cobra \$5 dólares por día de publicidad, como estrategia se sabe que la publicidad debería estar presente en días festivos donde el usuario directo puede verlo también o días donde es más frecuente el flujo del usuario en la plataforma. Como Youtube es la página más navegada en el Ecuador, con 10 días por mes se puede auspiciar todos los fines de semana que es el tiempo donde los niños y padres acceden con más frecuencia al internet. Esto representa \$50 dólares por mes y \$600 dólares al año.

Para Facebook, depende de la cantidad de dinero invertida por día para el tráfico y la frecuencia de veces que será promocionado el producto. Según un análisis realizado por AdEspresso, el promedio de CPC (costo por click) de una persona entre 25 y 54 (nuestro público indirecto) es de 0.30 ctvs por click. Para poder conseguir 100 clicks garantizados por mes, se necesita pagar 30\$ dólares, lo que al año representa \$360 dólares al año.

Tabla 17.

*Producción independiente: Inversión de una sola vez.*

#### **Inversión de una sola vez**

Codificación Inicial (60 horas x \$20 la hora de codificación)	\$1,200.00
Diseño de plataforma e ilustraciones (300 horas de producción x \$10 la hora)	\$3,000.00



Costo de lanzamiento	\$155
----------------------	-------

Tabla 18.  
*Producción Independiente: Inversión Anual*

<b>Inversión anual</b>	
Publicidad Youtube (10 días por mes x \$5 por día)	\$600 (monto anual)
	\$360
Publicidad Facebook (100 CTC al mes x \$0.30 por click)	(monto anual)
Licencia para espacio en Apple Store y Play Store.	\$1,200.00

Financieramente hablando las ingenieras me explicaron que se debe tener una ganancia de un mínimo de 10% de la inversión inicial y una cifra optima de 20% de ganancia de la inversión inicial.

Tabla 19.  
*Producción Independiente: Inversión Inicial Total.*

<b>Inversión Inicial total</b>	
Licencia para espacio en Apple Store y Play Store.	\$1,200.00
Codificación Inicial (60 horas x \$20 la hora de codificación)	\$1,200.00
Diseño de plataforma e ilustraciones (300 horas de producción x \$10 la hora)	\$3,000.00
Publicidad Youtube (10 días por mes x \$5 por día)	\$600
Publicidad Facebook (100 CTC al mes x \$0.30 por click)	\$360

Costo de evento de lanzamiento.	\$155
<b>Sub-Total</b>	<b>\$6,515.00</b>
<b>20% de ganancia.</b>	<b>\$1,303.00</b>
<b>Total Final</b>	<b>\$7,818.00</b>
<b>Total por recuperar por mes</b>	<b>\$651.50</b>

#### Recuperación por pago del usuario

Para poder calcular el precio unitario del producto se debe tomar dos aspectos en consideración, la Inversión inicial total y el número de usuarios estimados por año. Sabemos que existen 52,638 niños quiteños que entran en el rango de posibles usuarios, de estos quitamos la mitad pues según los datos de la situación de los niños de Latinoamérica del Unicef (UNICEF, 2013) se considera que en cada familia urbana ecuatoriana existe un promedio de 2 niños. Esto nos da una cifra estimada de 26,319 usuarios por año.

**Precio Unitario=** Total por recuperar / número de estimados usuarios por año.

**Precio Unitario=** \$7,818.00 / 26,319

**Precio Unitario del producto=** \$0.29 ctvs

Este precio unitario es pensando en el mejor de los casos y con uno de los más altos números de clientes. Pero de la misma manera se lo puede pensar en un número más realístico dividiendo el número de usuarios para 3. Esto nos da un monto de 8,685 usuarios.

**Precio Unitario=** \$7,818.00 / 8,685

**Precio Unitario del producto=** \$0.90ctvs

Tratando de recuperar la inversión meramente con la compra del usuario se puede vender a 1 dólar y de esta manera hasta existiría una ganancia de 10ctvs por producto. Esto daría un monto total de ganancia de \$868.50.

Tomando en consideración juegos y aplicaciones con contenido educativo y dirigido hacia nuestra audiencia tenemos los siguientes referentes: '*Adventures of Poco Eco*' (\$2.99), '*Adventure Time Game Wizard*' (\$4,99), '*Minecraft*' (\$7,49), '*Cytus*'(\$1.90), etc. El precio estimado por una aplicación sin compras internas es de \$4,69, esto coincide con la opinión de los padres de cuanto pagarían por un producto con los conceptos que ofrece la propuesta. Aun así, en el Ecuador

el concepto de compra de apps es todavía relativamente nueva, por lo que se intenta mantener el precio más bajo con el que podría comenzar. Al lanzar el producto al precio de \$1.00usd estaríamos pagando la inversión inicial en el primer año de lanzamiento y con una ganancia neta total de \$2,171.05 USD (pensando en solo 8,685 usuarios). Esta ganancia puede ser aumentada con el uso de auspiciantes. De esta ganancia se calcula el 15% correspondiente de regalías de la música, esto quiere decir \$325.72

#### Recuperación por pago del usuario

Otra manera para poder generar ingresos económicos con una aplicación es con el uso de auspiciantes que quieran expandir su publicidad hacia el usuario para el que ha sido realizado la aplicación.

Según una investigación realizada por Thinkmobiles.com, los auspiciantes pagan un estimado de \$7 a \$12 dólares por día de auspicio. Pesando en cobrar un monto de \$8 al día (por ser un producto nuevo), es decir \$248 dólares al mes, pagarían un monto de \$2,976.00 al año. Esto quiere decir que a este precio se necesitarían 3 auspiciantes para cubrir la inversión inicial y generar una ganancia. En total se generaría \$8,928.00USD, los cuales al reducir la inversión inicial queda una ganancia de \$1,110.00USD, lo que al sumar el 20% previamente ya considerado da un monto neto de \$2,413.00Usd. Esto significa que las regalías musicales serían de \$361.95USD.

Esta opción es bastante insegura pues es apostar de que se tendría por lo menos los auspiciantes necesarios para pagar la inversión inicial, esto significa que se necesitaría por lo menos 3 auspiciantes.

#### Modelo 'Freemium'

Existe otro modelo de aplicación que se llama la '*Freemium*', esta quiere decir que es "gratis" pero al descargarla te pide un pago para poder visualizar el contenido completo o por mejoras y elementos extra. Psicológicamente hablando es tedioso para el niño y el padre hoy en día tener que pagar poco a poco por algo, especialmente para los padres ya acostumbrados a este modelo de aplicación o juego. No obstante, si se lo quisiera hacer de esta manera, se

daría el juego en demo “gratis” y para poder continuar la historia completa tendría que haber un pago de por lo menos \$0.33ctvs y después ofrecer las historias alternativas como mejoras extras por las que se debe pagar un estimado por cada una.

Al haber pagado completamente la inversión en el primer año, en el segundo año los valores iniciales son mucho más bajo por lo que la ganancia resulta más alta.

Tabla 20.  
*Inversión por años consecuentes.*

<b>Inversión por años consecuentes.</b>	
Licencia para espacio en Apple Store y Play Store.	\$1,200.00
Codificación Mantenimiento (10 horas x \$20 la hora de codificación)	\$200.00
Diseño de Actualización de elementos de la historia. (50 horas x \$10 la hora)	\$500
Diseño y mantenimiento gráfico (10 horas de producción x \$10 la hora)	\$100.00
Publicidad Youtube (10 días por mes x \$5 por día)	\$600
Publicidad Facebook (100 CTC al mes x \$0.30 por click)	\$360
<b>Sub-Total</b>	<b>\$2,760.00</b>
<b>20% de ganancia.</b>	<b>\$552.00</b>
<b>Total Final</b>	<b>\$3,312.00</b>
<b>Total por recuperar por mes</b>	<b>\$276.00</b>

La diferencia de inversión por recuperar es de \$3,312.00, es decir que esta cifra se convierte en parte de la ganancia. Esto sucede porque los gastos a realizar son mucho menos pues no es la creación, sino solo mantenimiento.

Los porcentajes de ganancia y de regalías se mantienen en relación a la primera inversión y el precio se mantiene en el mismo y por esto se genera una mayor ganancia.

Paralelamente al estar mucho más establecido en el mercado que el año de inversión inicial se puede subir el número de auspiciantes al doble y el precio del espacio sube. Por esta razón subiendo el precio del espacio por 2 dólares, sería \$10.23 por día y \$306.90 por el mes. Esto da un total de 3,682.8 por año por auspiciante. Teniendo 4 auspiciantes estamos hablando de \$14,731.2.

En total el siguiente año de vigencia se tendría una ganancia total de \$20,103.2, habiendo cubierto completamente la inversión de mantenimiento del año.

#### Lanzamiento en producción independiente

Lo bueno de producir independientemente es que al generar ganancias no hay que distribuir o repagar un porcentaje grande a un organismo más grande y establecido. Lo difícil viene para empezar bien, en un lanzamiento se debe buscar el espacio correcto para distribuir la información y afiches de la manera más informativa y llamativa posible.

Por esto se decidió que la mejor manera sería distribuir información alquilando un espacio en un evento alternativo que llame la atención a mayores como a más jóvenes. Al no existir una abundancia de ferias de elementos culturales donde atiendan nuestro nicho directo e indirecto. Se decidió simularlo adquiriendo un espacio en una convención alternativa y ya establecida como es el ComicFest de la organización Ichiban, en un evento así un espacio compartido de distribución cuesta \$50.

Tabla 21.

*Producción Independiente: Elementos para el lanzamiento*

<b>Elemento</b>	<b>Precio x 1000</b>
Afiches tamaño A5 impreso en couché en tiro y retiro. Full color.	\$25
Afiches tamaño A6 impreso en couché en tiro y retiro. Full color.	\$35

Dummies de un personaje y logo el rigido.	\$45
<b>TOTAL</b>	<b>\$105</b>

<b>Elemento</b>	<b>Precio</b>
Impresiones	\$105
Espacio en la convención.	\$50
<b>Total de lanzamiento</b>	<b>\$155</b>

### Producción en Alianza

Otra manera de distribuir y producir el producto es formando una alianza estratégica con un ente grande que podría estar interesado como el ministerio de educación o el ministerio de cultura. De esta manera la empresa aliada se encargaría de la distribución y de cubrir las inversiones iniciales del proyecto, pero la propiedad intelectual del mismo permanecería bajo el nombre del director del producto. El aliado gana toda ganancia generada por el precio del producto mientras que el director del juego gana las ganancias de auspiciantes y el 10% de ganancia.

Un proyecto de este tipo les interesaría a entes como ministerios para poder publicitar su interés por la cultura y el desarrollo de la misma. Al tener los contactos de los diferentes centros educacionales que tratan cuestiones de cultura y educación podrían utilizar el producto para venderles como un complemento de estudio para los niños y recaudar fondos con el precio que establezcan.

En este caso cambiaría el canal de distribución pues pasaría de ser una aplicación en las tiendas de las mismas a ser un CD que contenga el producto. Es decir, se vuelve un canal directo y tangible.

Lo interesante de pensar en una alianza estratégica de este tipo es la posibilidad de expandir el juego a diferentes regiones y crear una línea de juegos con la misma temática, pero de diferentes zonas e historias.

Para distribuir de manera directa se necesita generar un envase tangible que cargue y proteja el disco con el producto. Se cotizó con 3 diferentes empresas, pero los precios más convenientes fueron con A.N.D publicidad ubicado en el sector El Batán en Quito Pichincha.

Tabla 22.

*Producción en Alianza: Inversión Inicial*

<b>Inversión Inicial</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
26,000 unidades.	Cajas para CD en cartulina couché 120g con impresión a color.	\$0.12	\$3,120.00
26,000 unidades	CD con impresión a laser de gráfico.	\$0.08	\$2,080.00
60 horas	Codificación Inicial	\$20 por hora	\$1,200.00
300 horas	Diseño de plataforma e ilustraciones (\$10 la hora)	\$10 por hora	\$3,000.00
10 días por mes/ 120 días en total	Publicidad Youtube (\$5 por día)	\$5 por día	\$600
100 CTC al mes	Publicidad Facebook (100 CTC al mes x \$0.30 por click)	\$0.30 por CTC	\$360
	<b>Sub-Total</b>		<b>\$10,360.00</b>
	<b>20% de ganancia.</b>		<b>\$2,072.00</b>
	<b>Total Final</b>		<b>\$12,432.00</b>

**Total por** **\$1,036.00**  
**recuperar por mes**

**Precio Unitario=** Total por recuperar / número de estimados usuarios por año.

**Precio Unitario=** \$12,432.00/ 26,319

**Precio Unitario del producto=** \$0.47ctvs

El precio unitario es más alto que en la producción independiente, pero, aun así, en comparación con las aplicaciones referenciales el precio es considerablemente bajo por lo que hay una gran posibilidad que los padres estén dispuestos a comprarle el producto al niño.

Después del año inicial, como en la primera propuesta de producción, se recibe una ganancia más grande pues bajan los precios de diseño y codificación y sube el número de usuarios y publicidad que conocen sobre el mismo.

#### Lanzamiento en producción en Alianza

Para poder tener una idea de cómo se podría lograr el lanzamiento del producto en alianza estratégica se intentó tomar contacto con el ministerio de Cultural. El ministerio no tuvo mucha responsividad directa por la línea telefónica, pero en el sitio web del mismo dan un formulario direccionado hacia propuestas de proyectos e inversiones que podrían interesarles. Para este formulario se pide información bastante detallada como una razón social y empresa.

Para conseguir una idea más concreta se pidió la información relevante a la casa de la cultura, establecimiento que pudo dar información más detallado al respecto. Al preguntar proporcionaron la información que normalmente el ministerio proporciona la inversión inicial y el espacio para lanzar el producto (usualmente en forma de distribución de afiches o elementos promocionales en espacios pertenecientes al estado). Después de recuperar su inversión, de las ganancias consecutivas se apropian del 40% de las ganancias.

Tomando esto en cuenta se decidió diseñar dos afiches publicitarios; uno más extensivo y otro más pequeño y conciso con el código QR para descargar el



producto. Para estimar el precio del lanzamiento se cotizó el precio de impresión por mil con la empresa FastPrint de Quito.

*Tabla 23.*

*Producción en alianza: Inversión de lanzamiento*

<b>Elemento</b>	<b>Precio x 1000</b>
Afiches tamaño A5 impreso en couché en tiro y retiro. Full color.	\$25
Afiches tamaño A6 impreso en couché en tiro y retiro. Full color.	\$35
<b>TOTAL</b>	<b>\$60</b>

## **5. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

### **5.1 PLANEACIÓN**

#### Focus group 01

Para poder validar la eficacia del producto desarrollado se decidió generar un focus group con 10 niños que hayan sido parte del proceso de diagnóstico, es decir, estudiantes de edades de 7 a 12 años de la Academia militar del valle. Paralelamente, se decidió realizar un segundo focus group con los padres de dichos niños para analizar aspectos de opinión y alcance de los objetivos inicialmente planteados.

Para poder lograr esto, primeramente, se solicitó a la institución escala una lista de contacto de los niños de los paralelos encuestados para el diagnóstico. Con dicha lista se realizó llamadas a los números proporcionados para preguntar cuales niños podrían ser parte del focus group.

De esta forma se llegó a una lista de 10 niños con sus respectivos padres, de edades variadas en el rango preestablecido que serían parte de la validación. Surgió un problema sobre la viabilidad del tiempo, al no poder encontrar un

tiempo en común con todos los integrantes se decidió hacer 3 grupos en diferentes horas el mismo día.

Finalmente quedó fijada la fecha de la validación para el día jueves 28 de diciembre, en 3 diferentes horas con los niños; comenzando desde medio día, 3pm y finalizando con el último grupo de niños a las 5pm. Para el focus group de los padres se les pidió que regresen a las 7pm uno de los dos representantes y se les brindo un café por la colaboración.

Se decidió separar al padre del niño para poder conseguir las respuestas más honestas del usuario y asegurar un ambiente de confianza entre los niños. No obstante, el lugar dónde se realizó la validación fue en una oficina la cual posee vidrios semi-transparentes para que los padres puedan observar desde lejos las reacciones de sus hijos sin la necesidad de comunicarles a los niños la presencia de los mismos.

Como cronograma, primero se les proporciono dos computadoras a los niños para que prueben el prototipo individualmente, seguido a esto se le trasladó a la sala de reuniones dónde se realizó el focus group general con ayudas visuales para mantener la atención de los integrantes y compartiendo no solo preguntas y respuestas, sino también opiniones y sugerencias directas del mismo usuario. Para poder conseguir información sobre todos los aspectos del producto se hizo un banco de preguntas guiadas hacia lo que se quería verificar, de esta manera se consiguió un banco de 16 preguntas.

#### Historia

1. ¿Una palabra para definir a el personaje principal?
2. ¿Te aburraste en alguna parte? (¿Alguna historia te pareció aburrida?) ¿Por qué?
3. ¿Hablarías con tus padres sobre las historias usadas en la aplicación?
4. ¿Cuál es el personaje que más te gusta?
5. ¿Con cual personaje te sientes identificado?
6. ¿Prefieres aprender sobre historia de esta manera?

#### Plataforma

7. ¿De 1 a 10, que tan entendibles son las palabras (términos) que usa la historia?
8. ¿Preferirías jugarlo en la computadora o Tablet?
9. ¿Pedirías a tus padres que te compren esta aplicación?
10. ¿Qué te parece de tener varios finales a una historia?

#### Animación

11. ¿Qué te parece que siempre este algo en movimiento?
12. ¿Pudiste apreciar los movimientos o estuvieron muy rápidos?

#### Dibujos

13. ¿Te atraen los dibujos de la historia?
14. ¿Te recuerdan a algún show de televisión en específico?
15. ¿Sí fuera un show de televisión lo verías?
16. Si cada personaje original de la historia representa una parte de Ecuador, ¿de donde son cada uno?

El banco de preguntas para los padres tenía un objetivo diferente; entender los aspectos de opinión, importancia y de confirmar el cumplimiento de los objetivos planteados originalmente por lo cual se hizo un banco de preguntas mucho más puntual.

#### Preguntas padres:

1. ¿Le parece importante que se realicen productos como este que incentiven el conocimiento de la cultura nacional y la interacción familiar?
2. ¿Aprendió algo nuevo de la cultura ecuatoriana del producto?
3. ¿Lo leería con su hijo?
4. ¿Personaje favorito? Porque.
5. Si cada personaje original de la historia representa una parte de Ecuador, ¿de donde son cada uno?

#### Focus group 02

Al pasar tiempo y desarrollar de una manera más profunda el producto se decidió planear un segundo focus group con el fin de poder validar la eficacia del producto. Se decidió tomar contacto con 5 niños que hayan sido parte del proceso de diagnóstico, es decir, estudiantes de edades de 7 a 12 años de la Academia militar del valle. Paralelamente, se decidió realizar un segundo focus group con los padres de dichos niños para analizar aspectos de compra, venta y demanda.

Nuevamente me puse en contacto con los niños de la lista de contacto que previamente me habían facilitado la propia institución donde se realizó el diagnóstico. Después de varias llamadas y conversaciones pude generar una cita con 5 niños diferentes a los utilizados en la primera validación.

Para reunirnos se consiguió encontrar una hora común para reunir a todos los niños y padres. Así quedó fijada la fecha de la validación para el día jueves 31 de mayo, desde las 3pm hasta las 5pm con los niños y de 5pm a 6pm del mismo día con los padres.

Se decidió separar al padre del niño para poder conseguir las respuestas más honestas del usuario y asegurar un ambiente de confianza entre los niños. También se les hizo tomar turnos a los niños para que prueben y proporcionen sus opiniones sobre las diferentes partes del juego.

Primero se realizó la prueba del producto con los niños, en esta prueba no se les proporcionó más información que la computadora y el juego abierto para poder probar la intuitividad de la plataforma. Después de 2 horas de prueba se decidió invitarles a los niños a sentarse en una mesa para poder compartir las opiniones y respuestas entre todo el grupo.

Para poder conseguir información sobre todos los aspectos del producto se hizo un banco de preguntas guiadas hacia lo que se quería verificar, de esta manera se consiguió un banco de 13 preguntas.

Preguntas Niños:

Historia

1. ¿Te parece entretenida la historia?
2. ¿Pudiste seguir la historia?
3. ¿Cruzarías el juego varias veces para poder ver todos los finales?

#### Animación

4. De 1 a 10, ¿Pudiste apreciar los movimientos o estuvieron muy rápidos?
5. ¿Cuál fue tu animación favorita?
6. ¿Te pareció más fácil aprender con estos movimientos?

#### Plataforma

7. ¿El tamaño de la letra fue claro?
8. De 1 a 10, ¿Que tan fácil fue entender como seguir la historia?
9. ¿Cuál es tu final favorito? ¿Porqué?
10. ¿Qué es lo que más te gusta de este producto?

#### Dibujos

11. ¿Qué te parece sobre contar la historia con este estilo?
12. ¿Te parecen entretenidos los dibujos de la historia?
13. ¿Qué es lo que más te atrae de los dibujos del juego?

El banco de preguntas para los padres tenía un objetivo diferente; entender los aspectos de compra, venta y afinidad del padre con el producto. Por esto se hizo un banco de preguntas mucho más puntual.

#### Preguntas Padres:

1. ¿Le compraría a su hijo este producto?
2. ¿Cuánto pagaría por el producto?
3. ¿Cuál es el aspecto que más le gusta?
4. ¿Conocía usted todas estas historias?

## Entrevista con Especialista

Para poder conseguir un especialista que sepa sobre la codificación y el proceso de diseño por el que se pasa para construir una aplicación viable, se decidió tomar contacto con el jefe de la empresa informática Nirai Kanai, Byron Ajila, para preguntarle si conoce algún especialista que este familiarizado con esta rama. Nirai Kanai es una empresa que se dedica al mantenimiento y creación de páginas web, aplicaciones, diseño corporativo, etc. donde realice la mitad de mis horas de pasantías. Positivamente el jefe compartió el contacto de uno de sus trabajadores que se encarga principalmente del área de codificación de elementos web, el ingeniero en programación Josué Ortiz.

Para poder comunicarse con el especialista se le tuvo que llamar para generar una entrevista cara a cara, pero, al tener un horario tan ocupado, después de varias horas de conversación y planeación se quedó de acuerdo con una reunión el día miércoles 6 de junio del 2018.

Para la entrevista con el especialista el objetivo principal fue conseguir sus opiniones al respecto de: La plataforma del producto, la idea del producto y Las mejoras que se podrían incluir en un futuro.

## 5.2 RESULTADOS



*Figura 158. Validación con niños*

Para poder tener una extensa idea de la opinión de los niños, se les pidió en primera instancia ir respondiendo las preguntas determinadas en el banco de cuestionario previamente.

Los niños se sintieron bastantes apegados al personaje principal, al punto que 7 de 10 lo escogieron como su personaje favorito del juego y todos lo escogieron como con el que más se sienten identificados. Esto comprueba el objetivo del diseño del personaje principal, es decir, que sea amigable para los usuarios.

Los niños afirmaron que no hubo parte que les pareciera aburrida pero que preferirían música de fondo para ayudarles a imaginar de manera más completa las diferentes escenas de la historia.

Sobre el incentivo para interactuar con los padres, 80% de los niños afirmaron que después de utilizar el producto quisieron contarles a sus padres al respecto de los nuevos conocimientos.

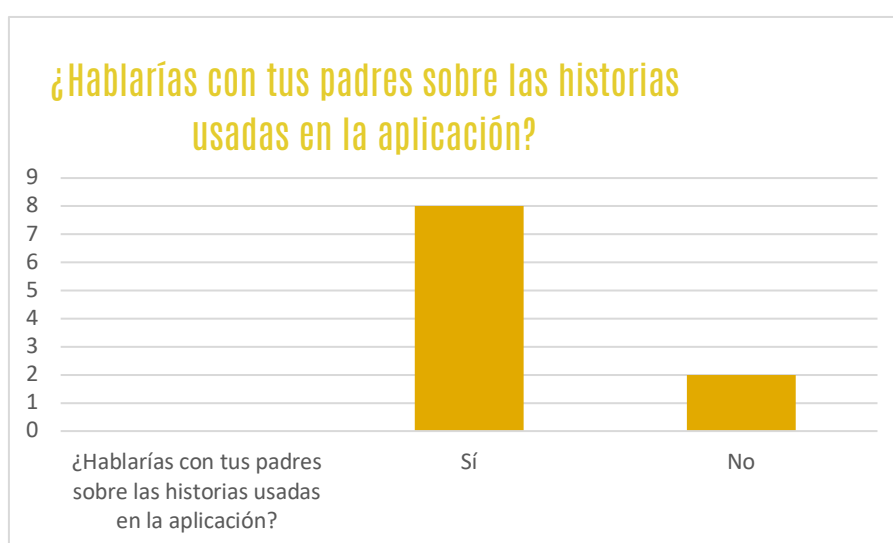


Figura 159. Relación padre e hijo

Al preguntarle al 20% de los niños porque no hablarían con sus padres al respecto, estos respondieron que si lo harían pero que sienten que ellos no tendrían tiempo para escucharles. Aun así, los dos infantes confirmaron que en un fin de semana relajado tomarían la información del juego como un buen punto de conversación con sus padres.

Parte del concepto del juego es que enseñe mediante el niño se divierte, por esta razón se les pregunto a los niños si preferían aprender de esta manera.

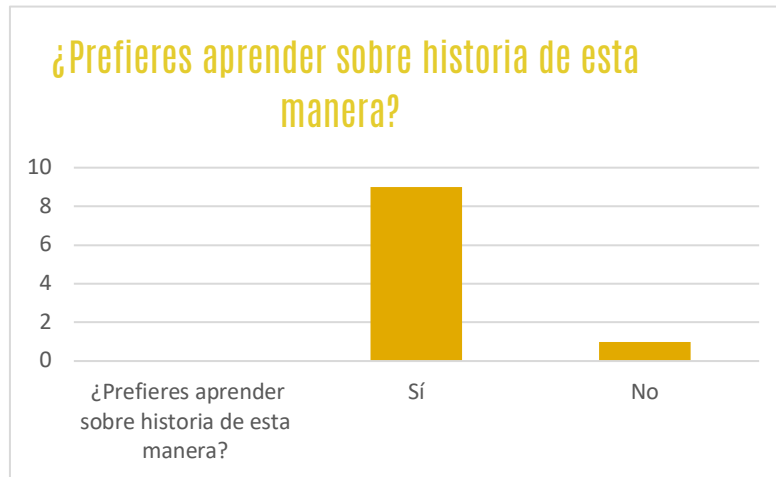


Figura 160. Relación usuario-cultura

A esta pregunta no es sorprendente que el 90% de los niños respondieron que sí preferirían y solo un 10% dijo que no. Esto confirma la premisa que el producto debe entretener y enseñar al niño para poder crear un entendimiento más profundo de temas tan complicados como lo que es la historia nacional.

El punto de generar una investigación tan extensa y centralizada en el usuario principal era llegar a un producto que sea adecuado y entendible para el mismo. Debido a esto se decidió validar como primer punto que el léxico utilizado y la trama de la historia sean entendible para el niño.

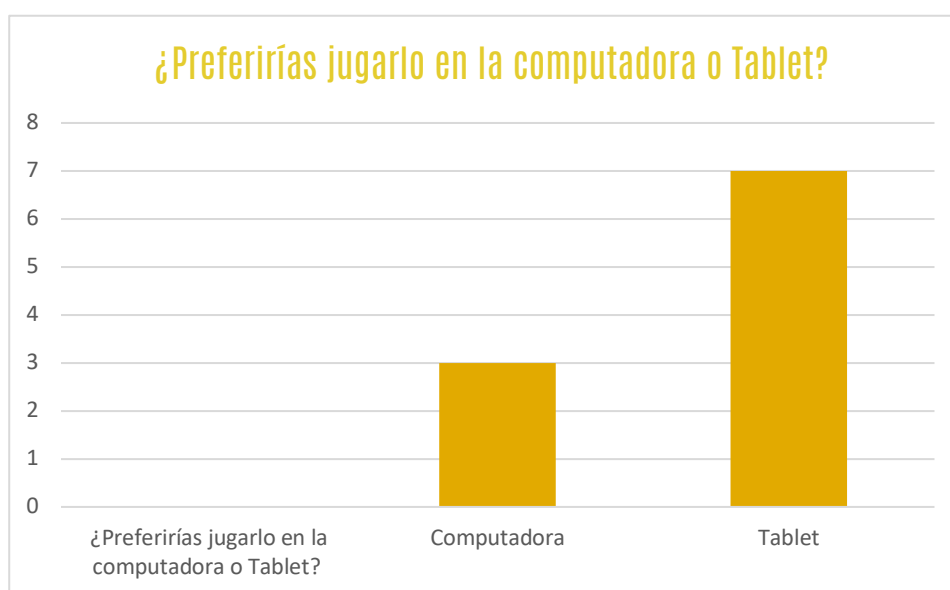


Figura 161. Entendimiento producto-usuario



Como resultado de esta pregunta podemos observar que en esta primera instancia del producto todavía existen algunas fallas con el entendimiento de la historia y su léxico. Al preguntar a los niños que piensan al respecto la gran mayoría respondió que existían partes que pasaban en una velocidad muy rápida y que el silencio les hacía fácil perder la concentración.

Como plataforma se quiso evaluar la decisión de conservar el juego como una aplicación para aparatos tecnológicos móviles como la tablet. Al haber experimentado y tener una idea más clara del concepto y funcionamiento del producto, el niño puede decidir de una manera más concreta la plataforma que preferiría para el producto.



*Figura 162.* Relación tecnológica-usuario

Como podemos observar el 70% de los niños prefirieron que sea en la tablet. Al pedir que expliquen porque preferirían este formato, los niños explicaron que al poder movilizar fácilmente el juego podrán utilizarlo con más frecuencia y sin limitarse a solo estar en la computadora específicamente. Paralelamente mencionaron que usan con más frecuencia la tablet pues lo padres son más accesibles hacia el uso de esta. No obstante, el 30% de los niños aun así

prefieren la computadora pues dicen que esta les deja concentrarse por periodos más largos de tiempo.

Todos los niños del focus group coincidieron que si estuviera en el mercado ellos les pedirían a sus padres que les compren el producto. Esto confirma el interés del usuario por la historia interactiva y valida la rentabilidad del mismo.

Para confirmar la decisión de tener varios finales y que las decisiones en el juego tengan consecuencias, se les pregunto a los niños que les parece este concepto de historia.

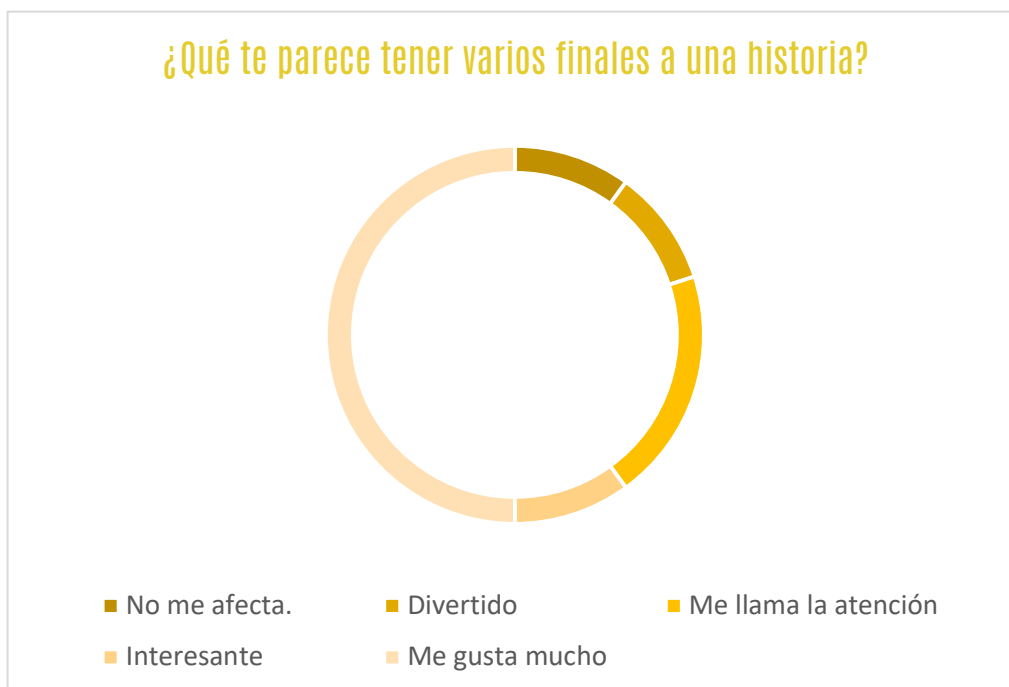


Figura 163. Interés sobre la historia del juego con el usuario

Ninguna de las respuestas fue negativa de los niños, 4 de 5 fueron positivas y 1 sola opinión fue neutral al respecto. Los niños que aceptaron de manera optimista explicaron que les parece una buena idea pues de esta manera el juego nunca será igual y así se lo podría jugar más de una vez. El niño que respondió neutralmente profundizo que a él le parece más llamativo el aspecto de las ilustraciones que tener diferentes líneas de historia.

Para la elección del estilo de animación se decidió intentar buscar un movimiento que de la ilusión de que el usuario es parte de la historia con los personajes, esto significa que siempre hay algo en movimiento. Por esta razón uno de los

aspectos más importantes por validar era el efecto de la animación en el desarrollo del juego. A raíz de esta primicia fueron planteadas las siguientes preguntas.



Figura 164. Interés sobre la matriz de juego

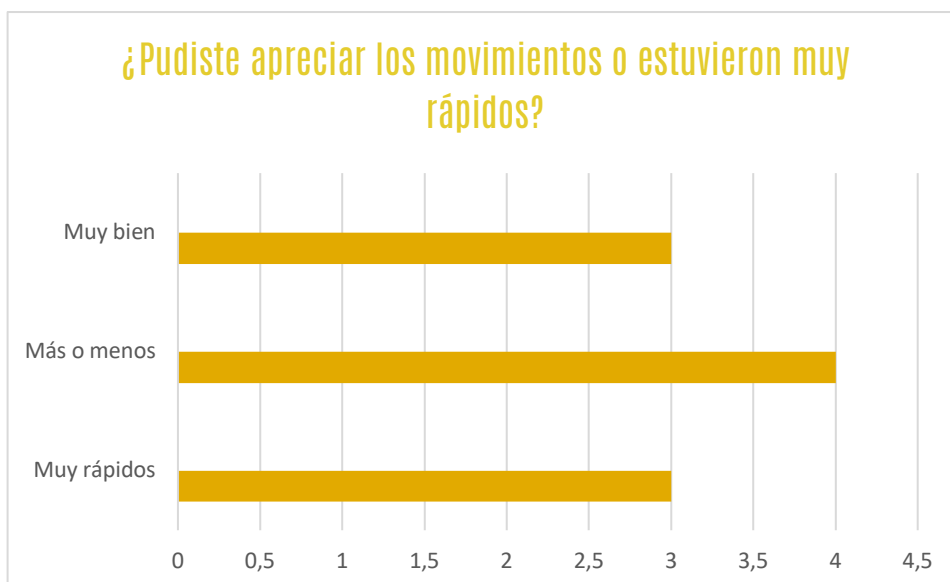


Figura 165. Análisis sobre el desarrollo móvil dentro del juego

Se puede observar una respuesta positiva hacia el movimiento con un 70% completamente feliz con las mismas, un 20% en un punto medio y solo un 10%

en contra del movimiento. Para mejorar y comprender la perspectiva de los niños se profundizó en el tema y respondieron que sienten que el movimiento de las animaciones tiene momentos en las que están demasiado rápidas. Esto concuerda con las respuestas de la pregunta que le sigue pues vemos que existe la misma cantidad de niños que les parece bien como a los que les parece demasiado rápido. En esta primera instancia el juego estaba siendo desarrollado en la plataforma adobe de In-Design y, por limitantes del programa, era difícil la regulación de los saltos.

Para atraer de manera óptima a la audiencia deseada se planteó utilizar el lenguaje y gustos que estos tienen para poder apelar hacia ellos y que les parezca interesante. Es por esto que parte de la validación tiene que ver con la relación que hacen los niños del producto con los shows que les gusta a ellos.

El estilo gráfico escogido desde un inicio tuvo como objetivo atraer al niño, desde encuestas hasta investigaciones todo fue direccionado hacia este punto. Vemos una gran aceptación hacia el aspecto gráfico del juego con un 80% de niños que les atraen masivamente el estilo generado. No obstante, se decidió preguntar al 20% que respondió negativa la razón para su respuesta, aquí se expresaron los niños que no es que no les atrae, sino que ellos prefieren estilos de shows más reales, novelas como Yo soy luna.

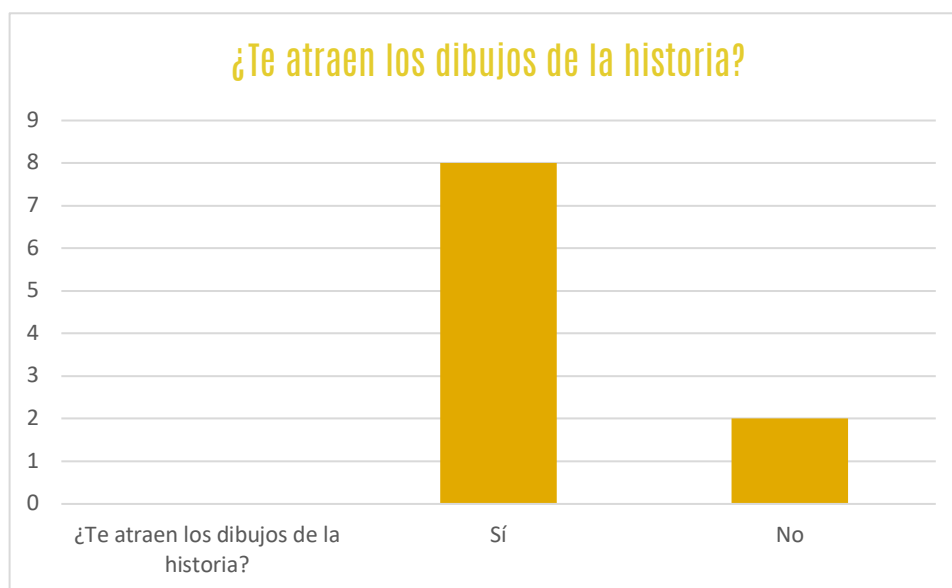


Figura 166. Análisis sobre el material gráfico

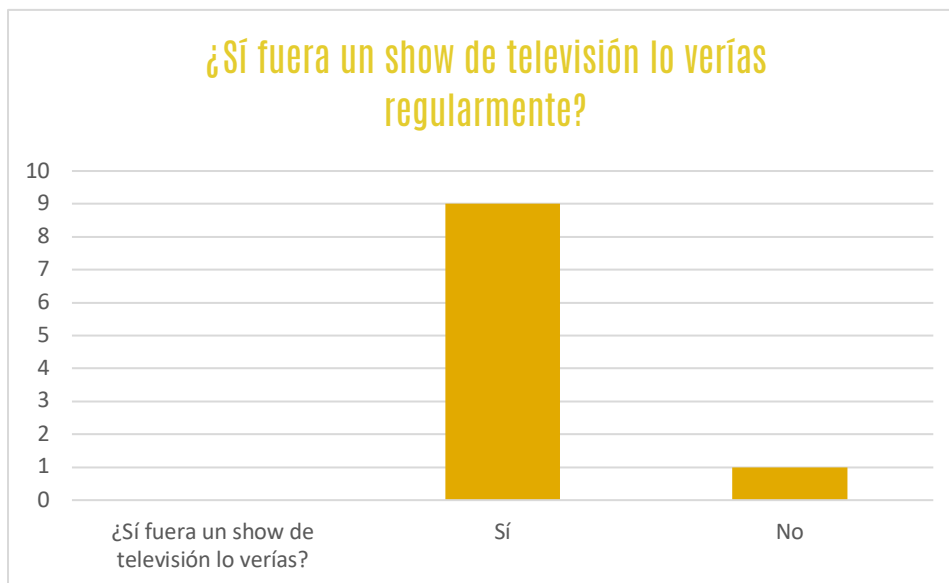


Figura 167. Análisis sobre el interés mostrado

Con la siguiente pregunta se confirma de manera más concreta la aceptación de los niños hacia el juego. Un 90% aceptó que lo vería regularmente si fuera un show de televisión y el 10% que respondió negativamente indicó que ellos no ven la televisión de manera regular. Otro indicio que validó el estilo gráfico fue que más de un 90% de niños expresaron que el producto les recuerda a shows televisivos que ven constantemente como *Pokemon*, *Dragonball*, *Teen Titans* pero conservando elementos entretenidos como chistes encontrados en series cartoon como *Gravity Falls* y *Gumball*.

Cómo último punto de interés se quiso saber si los personajes originales (Francisco, María y Kunturi) expresaban la iconicidad de las diferentes regiones del Ecuador. Para validar esto se les pidió a los niños que definan cada uno de estos personajes con una zona del Ecuador. Al ser un focus group los niños compartieron sus respuestas y debatieron juntos, después del proceso coincidieron en un 90% con las respectivas zonas. Esto nos enseña que el diseño de personaje cumple con los objetivos de atraer y comunicar.

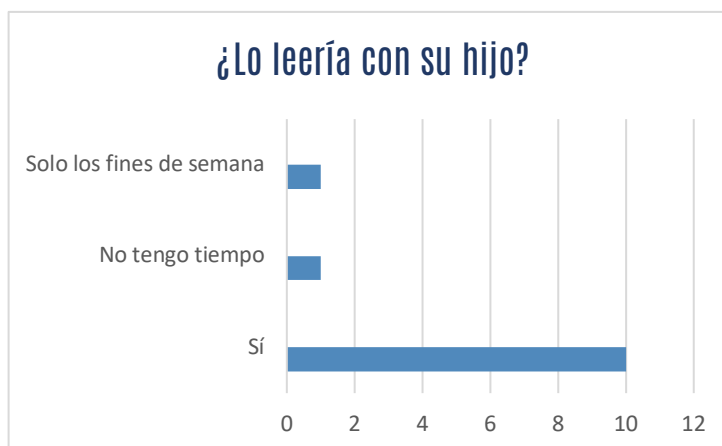


*Figura 168.* Focus group Padres

Los padres de los niños son usuarios indirectos del producto pues ellos son los que deciden comprar el mismo. Por esta razón es importante que los padres entiendan los puntos importantes del producto, es decir lo que les impulsaría a adquirirlo. Para este focus group se decidió mantenerlo lo más corto y preciso posible pues los padres no tenían mucho tiempo para poder participar.

Tomando esto en cuenta se decidió valorar las opiniones de los padres del usuario. Como primera instancia se les pregunto si les parecía importante la creación de productos con el fin de incentivar la creación de una identidad cultural y fomentar la interacción familiar, a esto los padres respondieron de manera favorable con la acertación de un 100%. Explicaron que hoy en día sienten un distanciamiento de las nuevas generaciones ante lo 'nuestro', prefiriendo elementos exteriores que son parte principal de espacios online.

Como segundo tema por tratar se les pregunto sobre sus conocimientos de las historias contadas en el producto. Los padres coincidieron que la gran mayoría de las historias les recordaron a elementos que aprendieron en la escuela pero que habían olvidado con el tiempo, también dijeron que aprendieron nuevas historias que no son tan comunes como la leyenda de los truenos.



*Figura 169.* Análisis de uso para padres e hijos

De los 12 padres que fueron parte del focus group, 10 dijeron que leerían esta novela interactiva con sus hijos, los otros 2 padres mencionaron que no tienen tiempo para poder pasar jugando con los hijos pues en sus tiempos libres prefieren relajarse con ellos y no pasar en un producto que el niño podría utilizar solo. No obstante, aún estos dos padres mencionaron que les interesaría comprar el producto pues les parece una manera positiva para que los niños aprendan mientras se divierten.

Como último punto se les realizó la misma pregunta que a los niños sobre los personajes originales y que zona del Ecuador la relacionarían con cada uno, en esta pregunta acertaron 11 de 12 y confirmaron que les parecen buenas representaciones de las diferentes zonas y una buena composición de características.



*Figura 170.* Focus group con niños

En esta segunda validación se poseía un prototipo mucho más completo y funcional. Por esta razón los niños pudieron experimentarlo por más tiempo y de una mejor manera. A partir de esto se pudo sacar información mucho más sustancial para la mejora optima del producto.

Como primer punto se quiso descubrir que les parece la historia una vez experimentado de una manera más amplia. Como se puede ver en la figura siguiente, 4 de 5 niños les pareció extremadamente interesante la historia, al punto de perderse en el tiempo mientras jugaban.

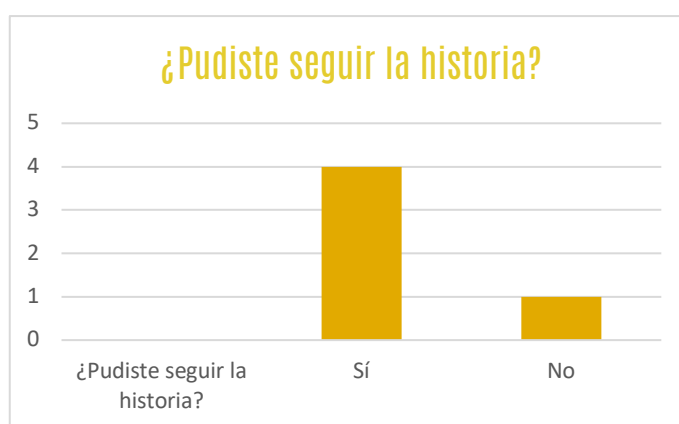


Figura 171. Análisis de gusto hacia el contenido del producto

Teniendo claro que el usuario le parece entretenida la propuesta, se quiso validar la intuitividad de la plataforma y coherencia de la historia. Por esta razón se les hizo la siguiente pregunta.

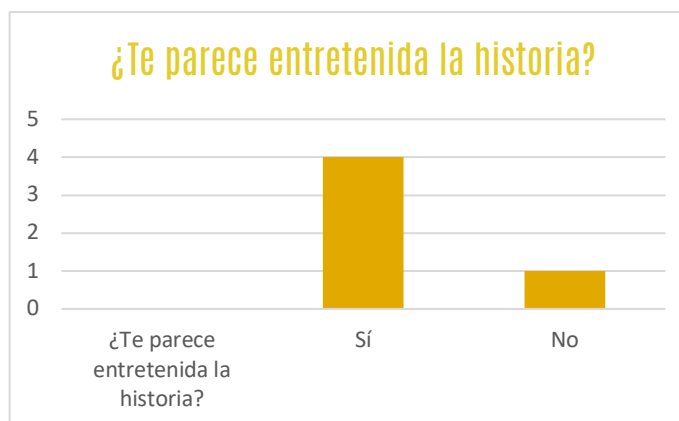


Figura 172. Coherencia en la historia



Otra vez vemos una aceptación masiva que demuestra que en términos de coherencia y fluidez el producto ha logrado su objetivo. El único niño que dijo que no pudo seguir la historia expresó que el tiempo que tuvieron para probarlo le pareció muy poco y por esto él no pudo seguir la historia pues preferiría tener un tiempo relajado y su propia Tablet para poder avanzar al paso que le guste.

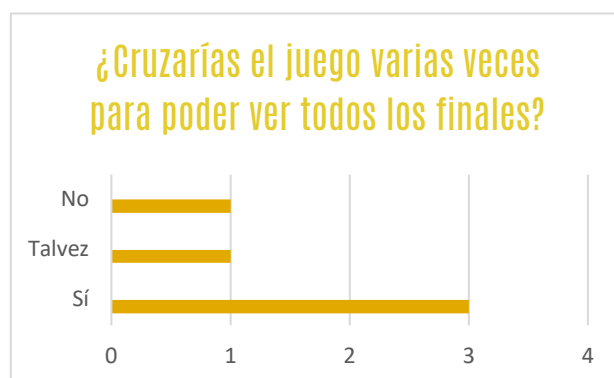


Figura 173. Interés sobre la diversidad de finales en la historia

Al ser coherente y divertido, no es sorpresa que 4 de 5 niños respondieron que positivamente repetirían la historia interactiva para descubrir los diferentes finales y repuestas posibles. Esto valida la interactividad de la plataforma y el direccionamiento de la misma, además que añade un aspecto clave: La posibilidad de expandir el tiempo de uso del producto.

Una de las sugerencias y problemas más claros que salieron a la luz con la primera validación fue la rapidez del flujo de la historia y sus animaciones. Principalmente el problema se dirigía a la plataforma, al tener tantos objetos de animaciones e ilustraciones, la plataforma del Indesign se volvió muy pesada, lo que resulto en muchas trabas y dificultades en la exploración del producto. Por esta razón, en esta segunda validación se consideró probar los cambios de plataformas y mejoras de flujo de historia que se logró, además de las mejoras de opciones como el cargar y guardar.

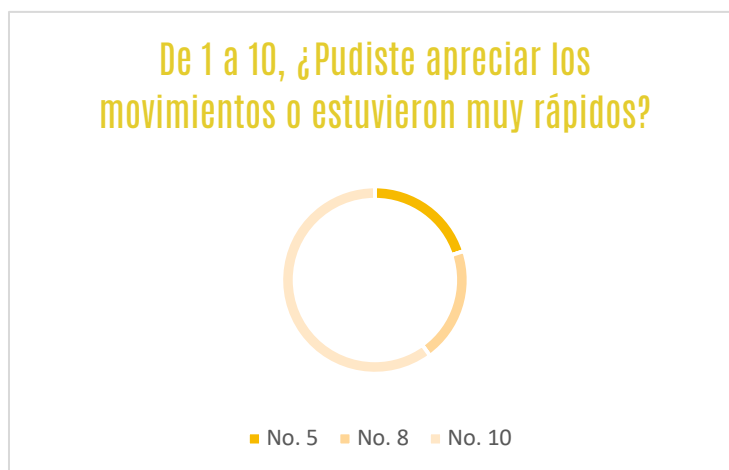


Figura 174. Análisis de motricidad en el juego

Los niños marcaron que pudieron apreciar muy bien los movimientos y el flujo de la historia. Mencionaron que les gusta la fluidez con la que se resolvió las animaciones y la plataforma del mismo. Al punto de llegar a considerarlo como un punto que favorece el aprendizaje y concentración del usuario. Los niños mencionaron que se siente como un juego, y no como un libro de historia que les enseñe lo mismo que ven en clases.

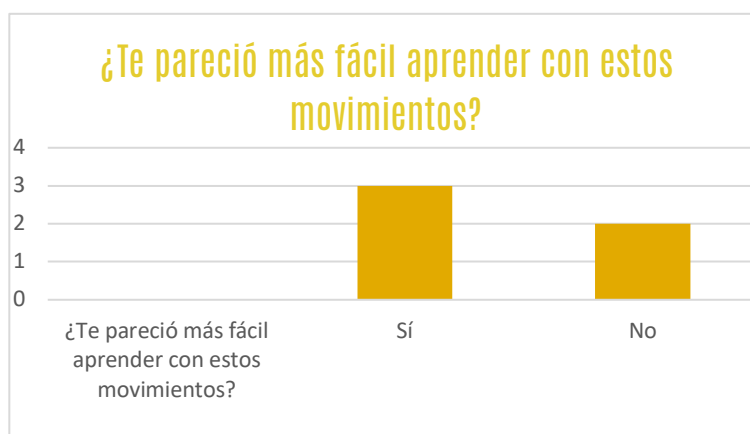


Figura 175. Coherencia entre movilidad y desarrollo con el usuario

Otra primicia que se mencionó desde un principio fue la intuitividad del producto. Es decir, que el niño pueda seguir la historia de la manera más fluida posible. 4 de 5 niños respondieron que les pareció extremadamente fácil seguir la historia

y entenderla. Con esta comprobación podemos acertar que el producto funciona de manera óptima.

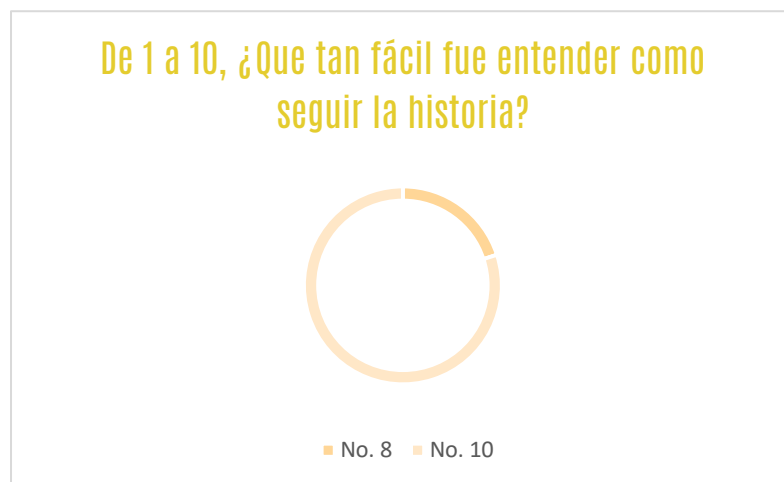


Figura 176. Entendimiento del hilo de la historia

Para confirmar el objetivo de los diferentes finales, se les pregunto a los usuarios cuál de los 3 finales principales prefieren.

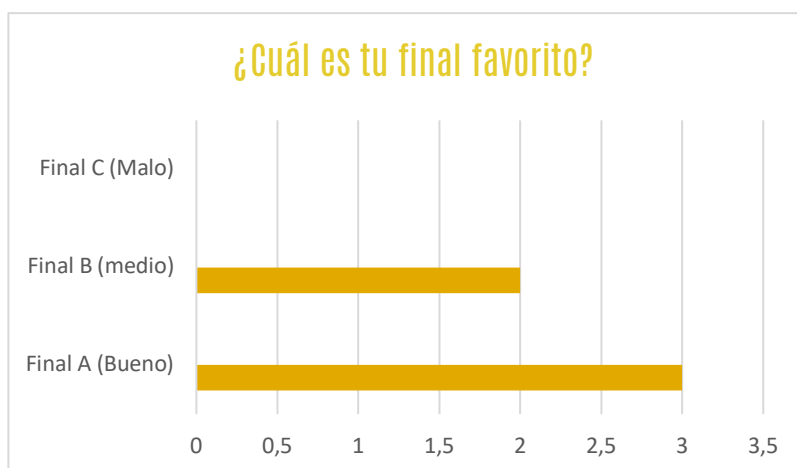


Figura 177. Análisis del final favorito

Podemos ver que se ha acertado con el simbolismo de los finales pues ninguno de los niños prefirió el final C (malo) y la mayoría de los niños prefirieron el final A (bueno). Los niños confirmaron que les parece mucho más agradable el final A pues posee colores brillantes y detalles realistas. Además, que les gusta el diseño del personaje principal en este final más que en los demás finales.

Seguido en el focus group se compartió opiniones sobre las mejores partes del producto. 50% de los niños afirmaron que les gusta los dibujos y animaciones, sobre todo, el otro 50% añadió que les gusta mucho más el poder tomar decisiones y con esto llegar a diferentes rutas y finales. Sobre todo, coincidieron que les gusta el poder sentirse parte del juego, de vivirlo al momento más que ser un espectador en una historia lineal.



*Figura 178. Focus group con padres 2*

Al tener un producto tangible, se les invitó a los padres que observen mientras sus hijos interactuaban con el mismo. De esta manera tendrían una idea clara del interés del niño sobre el juego y la trama principal del mismo.

Dejando en claro la compatibilidad del producto con el niño, se les preguntó a los padres su opinión sobre los diferentes aspectos sobre los que ellos tienen influencia.

Por ejemplo, sobre sus decisiones adquisitivas al respecto y su consideración sobre valores económicos al respecto.

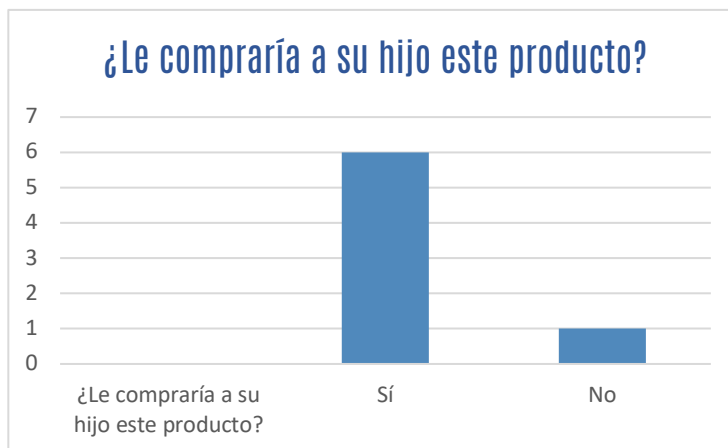


Figura 179. Análisis a padres sobre producto para sus hijos

Otra manera para poder validar el éxito del producto es sabiendo sí va a ser adquirido por sus usuarios, para que el usuario final (es decir el niño) pueda interactuar con el producto se necesita llegar en primera instancia a convencer al padre para que lo compre para el niño. Debido a esto podríamos decir que esta es una de las preguntas más importantes para validar el futuro del producto. Podemos ver de manera positiva que 6 de 7 padres presentes mencionaron que, si adquirirían el producto para sus hijos, y el 1 padre que respondió que no explicó que no lo haría pues no posee tarjetas de crédito ni deja que sus hijos pasen tiempo en aparatos virtuales en el hogar.

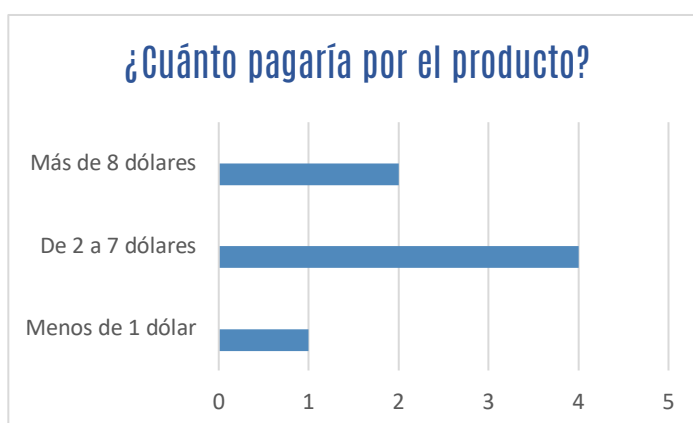


Figura 180. Análisis de precios para comprar el producto

Al consultar al respecto de cuanto estarían dispuestos a pagar por el producto 4 de 7 padres coincidieron que pagarían de 2 a 7 dólares gustosamente, está

siendo la respuesta más seguida. Hubo un padre que mencionó que esperaría que el juego sea de menos de 1 dólar pues él ha visto ese precio muy seguido en las respectivas app store. 2 padres mencionaron que pagarían más de 8 dólares pues ellos han pagado esos precios por juegos menos educativos y sin menos conceptos que consideran tan importantes como lo que es la identidad cultura e interacción familiar.

### Entrevista con Especialista Codificación

La entrevista con el ingeniero en programación comenzó el día miércoles 6 de junio a las 5pm. En primera instancia se le proporciono al especialista con el juego instalado y listo para utilizar, se le dio 30 minutos para explorar el producto y sus opciones.

Una vez finalizados los primeros 30 minutos se le explico al ingeniero las diferentes rutas y tipos de interacciones que se tienen en el transcurso de la historia. Seguido a esto se le hizo las siguientes preguntas y respondió de la siguiente manera:

¿Qué le parece la fluidez de la historia del producto?

Respondió que le parece que el juego tiene una buena fluidez pero que, si fuera por él, le compactaría en un solo *bundle* que deje de pesar el gran tamaño que posee actualmente el producto.

¿Qué le parece la plataforma que utiliza el juego?

El ingeniero mencionó que la plataforma del juego es interesante pues normalmente las novelas interactivas salen para computadoras grandes y dirigidas para audiencias mucho más mayores entonces que incorporar estas nuevas tendencias es importante para generar buenos productos.

¿Consideras que una idea como esta podría vender hoy en día?

Para esta respuesta el entrevistado respondió que vivimos en una sociedad digital donde aplicaciones interactivas que brinden cosas buenas para las

nuevas generaciones son una necesidad y que por esta razón está seguro que vendería hoy en día.

¿Qué añadirías a la plataforma para poder lanzar el producto?

Como profesional ya inmerso en la creación de aplicaciones me mencionó que en la aplicación faltan aspectos técnicos como la generación de espacios para publicidad y la restricción de copyright para que el usuario no pueda distribuir ilegalmente el producto.

¿Cuánto crees que el usuario estaría dispuesto a pagar?

Para esta pregunta clarificó el entrevistado que el usuario hoy en día estaría dispuesto a pagar lo que sea si se le explica bien la importancia del mismo pero que siempre habrá una comparación con los otros productos similares, especialmente si provienen del App store y Play store. Por esta razón concluyó que un precio adecuado estaría entre 1 a 3 dólares, pero que mientras más bajo el precio significa más descargas.

En general el especialista validó el producto como una aplicación interesante que está en el momento justo para poder sobresalir. Confirmando que necesita todavía elementos de codificación que un experto puede brindar, pero esto sería tomando en cuenta el plan de producción que se escoja y una vez ya listo para mandar el producto al aire.

#### Entrevista con Especialista en edición de textos

Para poder mejorar y asegurar la veracidad del diálogo de la aplicación se decidió pedir la ayuda de un especialista que se cercioré del estilo y composición de los diálogos usados en el juego.

Para esto se pudo tomar contacto con la magister Paulina Vallejo, licenciada en comunicación con un master en edición de libros. Ella decidió ayudar con el '*Proof-reading*' direccionada hacia una óptima ortografía y un léxico dirigido al usuario. Otorgándole dos semanas para poder realizar de la mejor manera una prueba extensiva de los diálogos, la profesional envió los textos con sus

respectivos cambios. Estos fueron añadidos al prototipo efectivamente para cerciorar el mejor estado posible para la novela interactiva.



## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 CONCLUSIONES

En la totalidad de la carrera de diseño gráfico e industrial he aprendido una lección muy grande; el diseñador puede trabajar en una cantidad inmensa de ramas laborales. Desde videojuegos, a la creación de aviones, hasta la decoración estratégica de un plato de comida, todos son posiciones donde un diseñador puede brillar por su trabajo.

El diseñador es un profesional con muchas habilidades y conocimientos que le permiten comenzar diferentes tipos de proyectos; desde digitales hasta tangibles. Mientras avanza la tecnología y cambian las tendencias, el diseñador debe caminar con el cambio y generar nuevas huellas. Con este pensamiento en mente decidí comenzar este proyecto. La generación de una historia interactiva que eventualmente se convierta la aplicación no es lo primero que se viene en mente al pensar en un diseñador, pero tiene una lógica infalible pues es una compilación de elementos que forman parte de la carrera.

Desde el diseño de una historia hasta el uso de programas flash para generar una plataforma amigable, todos son elementos donde el diseño sigue un concepto y una funcionalidad. Lo interesante de usar diseño en todos los aspectos de desarrollo de una aplicación es que todo nace de las necesidades del usuario. Todo es una respuesta hacia un estudio o una preferencia que genera interés en el usuario o que denota nuevas ideas y conceptos.

Se tiene un problema muy real, la pérdida de la búsqueda de una identidad basado en lo que tienen alrededor, al cuál se le responde con una solución lógica, usando lo mismo que aleja para atraer. Cuando se generó el sistema educativo, fue diseñado para la realidad industrial en la que vivíamos y desde ahí no ha sido alterado. Por esto, no es sorpresa que las nuevas generaciones no sienten una necesidad ni un apego hacia lo que aprenden pues aparte de esta información les parece irrelevante, no se les comunica en maneras para que

puedan visualizar y entender por sí mismo lo que estudian. La historia no es un grupo de elementos locos que no tienen sentido, es lo que nos ha llevado a ser la sociedad que somos hoy en día y al no comunicarle esto al niño, se pierde una gran parte de certezas que este debería entender.

El diseñar una historia que guíe hacia el entendimiento de puntos claves e historias ha sido un proceso lleno de investigación y de darle razones a todos los elementos demostrados. Pensar en que el léxico, así como lo gráfico, comunique de manera coherente para que el niño no se pierda y pueda llegar a decodificar y entender conceptos que no se dicen explícitamente.

Desde el primer boceto hasta el diseño de plataforma, se ha logrado crear un producto llamativo y único que vive en la línea entre lo literal y lo digital. Mantiene las características y objetivos planteados, pero no obligando al usuario a llevarse eso a la mente sino dándole la oportunidad para que él mismo llegue a esa conclusión. No es una historia lineal y plana, sino una historia multifacética que conserva uno de los conceptos más importantes de la vida humana: Toda acción tiene una consecuencia.

Finalmente, puedo concluir que el proyecto realizado ha sido un desafío largo y laborioso que se ha podido lograr con largas horas de dedicación. Un juego normalmente toma un equipo grande de especialistas y un tiempo de desarrollo aun más largo pero aún así se ha logrado crear una aplicación funcionales con menos de un año y con el trabajo de una sola persona. Este proyecto entrega todo lo que se planteo desde un inició, es una historia digital interactiva que usa un conjunto de animaciones graficas para incentivar la creación de una identidad cultural y fomentar la interacción familiar pero además abarca conceptos más profundos como el rol familiar y la importancia de la creación de una personalidad propia. Incentiva al niño a pensar y tomar sus propias decisiones, comunicándole que él es el dueño de su propia vida y el siempre tendrá la ultima palabra en su vida.

## 6.2 RECOMENDACIONES

Dentro de las recomendaciones se habló de agregar voces habladas a los textos para completar la inmersión del usuario con el juego, parte del concepto de tener un texto escrito sin voz es el de incentivar la lectura del niño aún así es importante escuchar las preferencias del mismo para poder lograr interés y un impulso para que explore toda la aplicación.

Como codificación se recomendó añadir los espacios publicitarios para que el juego sea completamente funcional y realístico, esta función se debe agregar con una codificación avanzada por lo que para lograrlo se necesitaría la ayuda de un especialista del tema. Paralelamente esta codificación varía según el propósito que se quiere cumplir con la aplicación una vez que se la lleve para producción. Además se podría disminuir el peso del juego para que sea más fácil de descargar pero al hacerlo se perdería un poco de la calidad de imagen que está presente en el producto actual.

Muchos de los niños sugirieron que se debería generar una línea de juegos que sigan la misma temática pero que traten diferentes temas, como la identidad en diferentes partes del Ecuador y sus historias. Mencionaron que sería muy interesante ver más novelas interactivas como esta pero que abarquen elementos como la mitología de los nativos ecuatorianos o los orígenes de las festividades y sus simbolismos.

Otra recomendación poco esperada fue la de expandir la historia de tal manera que se vea el pasado del personaje principal y que se comunique más información al respecto del mundo donde vive. Esto es interesante porque los niños acertaron que el tiempo del juego les parece adecuado pero que tranquilamente podrían pasar más tiempo aprendiendo sobre la historia inventada y los personajes presentados.

En general no hubo sugerencias de cambios muy grandes para el producto, los usuarios directos añadieron que quisieran tener más proyectos de este estilo pues les parece una manera interesante que les permite entender de una manera

mucho más coherente temas que normalmente se vuelven tediosos en un texto escolar.

Estructuralmente la aplicación tiene todos los elementos necesarios para contar una historia y transmitir la información pertinente para incentivar el desarrollo de la identidad cultural y la interacción familiar en el usuario pero todavía faltaría añadir los elementos que realísticamente se utilizarían para que el proyecto pueda generar ganancia sin respaldarse solo en el precio que paga el usuario.

## REFERENCIAS

- Adir, V., G. A., & N. P. (2013). *How to design a logo- 2nd World Conference on Design, Arts and Education: Bucharest, Romania*. Elsevier Ltd.
- Aguero, F., & Stark, J. (1998). *Fault Lines of Democracy in Post-Transition Latin America*. doi: 10.2307/2585614
- Aláez, M., Martínez-Arias, R., & Rodríguez-Sutil, C. (2000). *Prevalencia de trastornos psicológicos en niños y adolescentes, su relación con la edad y género*. Recuperado el 7 de agosto de 2017 de <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=367>.
- Alday, J., Alonso, V., Fernández-Calatrava, B., García-Baró, R., González-Juárez, C., Pérez-Pérez, E., E., & Poza, A. (2005). *Variaciones del consumo de recursos ambulatorios en la atención especializada de salud mental a niños y adolescentes*. Recuperado el 20 de julio de 2017 de [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0213-91112005000600005](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0213-91112005000600005)
- Ángel, E., & Montoya Juárez, J. (2011). *¿Desterritorializados o multiterritorializados?: la narrativa hispanoamericana en el siglo xxi*. Recuperado el 20 de Julio de 2017 de [https://www.iberamericana-vervuert.es/introducciones/introduccion\\_521624.pdf](https://www.iberamericana-vervuert.es/introducciones/introduccion_521624.pdf)
- Arab, E., & Diaz, A. (2014). *Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos Impact of social networks and internet in adolescence: strengths and weaknesses*. doi: 10.1016/j.rmcl.2014.12.001
- Aretio, L. G., Corbella, M. R., & Figaredo, D. D. (2007). *De la educación a distancia a la educación virtual*. Madrid, España: Ariel.
- Aroche, S. (15 de Abril de 2008). *La importancia de las políticas de uso y privacidad en los sitios web*. Recuperado el 6 de julio de 2017 de:

<http://www.maestrosdelweb.com/la-importancia-de-las-politicas-de-uso-y-privacidad-en-los-sitios-web/>

- Baeyens, D., Roeyers, H., Walle, J., & Hoebeke, P. (2005). *Behavioural problems and attention-deficit hyperactivity disorder in children with enuresis: A literature review*. doi: 10.1007/s00431-005-1712-1
- Baltes, P. (1998). *Theoretical propositions of life-span developmental psychology: On the dynamics between growth and decline*. Recuperado el 18 de agosto de 2017 de [http://library.mpib-berlin.mpg.de/ft/pb/pb\\_theoretical\\_1987.pdf](http://library.mpib-berlin.mpg.de/ft/pb/pb_theoretical_1987.pdf).
- Cohen, P. (2000). *Signifying identities: Anthropological perspectives on boundaries and contested values*. Londres, Inglaterra: Psychology Press.
- Batista, M. Á. (2006). *Consideraciones para el diseño didáctico de ambientes virtuales de aprendizaje: una propuesta basada en las funciones cognitivas del aprendizaje*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2017 de <https://rieoei.org/historico/deloslectores/1326Herrera.pdf>
- Baudillard, J. (1978). *Cultura y Simulacro*. Barcelona, España: Kairós.
- Baudrillard, J. (1996). *The consumer society: Myths and structures*. Londres, Inglaterra: Sage.
- Bauman, Z. (1992). *Soil, blood and identity*. Coventry, Inglaterra: The Sociological Review.
- Bauman, Z. (2009 ). *El arte de la vida*. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- Beck, U., & Zygmunt, B. (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- Berger, D. (2016). *Kids, Music 'n'Autism: Bringing out the Music in Your Child*. North Carolina, Estados Unidos: Jessica Kingsley Publishers.

- Berkowitz, M. W. (1992). *La interacción familiar como educación moral. Comunicación, lenguaje y educación.* doi: 10.1080/02147033.1992.10821030.
- Berry, J. W., Phone, J. S., Sam, J., & Vader, P. (2006). *Immigrant youth: Acculturation, identity and adaptation.* Recuperado el 10 de diciembre de 2017 de <https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/16610/AppPsy2006.pdf?sequence=2>.
- Bijker, W., & Hughes, T. (2012). *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology.* Massachusetts, Estados Unidos: The MIT Press.
- Billig, M. (1987). *Arguing and thinking. A rhetorical approach to social psychology.* Cambridge. Oxford, Reino unido: Cambridge University Press.
- Bonsiepe, G. (1999). *Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño.* Barcelona, España: Infinito.
- Canclini, G. (1991). *Consumidores y Ciudadanos.* México D.F., México: Editorial Grijalbo.
- Canclini, G. (2012). *La globalización imaginada.* Recuperado el 10 de julio de 2017 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18400109>.
- Canclini, G., & Piedras, E. (2008). *Las Industrias culturales y el desarrollo de México.* Mexico D.F, México: Siglo XXI editores.
- Castells , M., & Himanen, P. (2002). *The Information society and the welfare state. The Finnish model.* doi: 10.1093/acprof:oso/9780199256990.001.0001
- Castells, M. (1999). *Globalización, identidad y estado en América Latina.* Recuperado el 5 de diciembre de 2017 de <http://desarrollohumano.cl/idh/download/ldyest.pdf>.

- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Oxford, Londres: Alianza editorial.
- CEPAL. (2000). *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe*. Recuperado el 3 de enero de 2018 de [http://interwp.cepal.org/anuario\\_estadistico/Anuario\\_2017/index.htm](http://interwp.cepal.org/anuario_estadistico/Anuario_2017/index.htm).
- Cerdas, R. (1997). *América Latina, globalización y democracia*. Michigan, Estados Unidos: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- Cervino, M., Chiriboga, C., & Tutivén, C. (2001). *Culturas juveniles Cuerpo, música, sociabilidad y género*. doi: 10.17141/iconos.13.2002.642
- Cevallos, R. (2005). *¿ Cultura y desarrollo? ¿ Desarrollo y cultura?: propuestas para un debate abierto*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2017 de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001440/144076s.pdf>
- Chiasson, S., & Gutwin, C. (2005). *Design principles for children's technology*. Recuperado el 17 de julio de 2017 de <http://homepage.divms.uiowa.edu/~hourcade/fnt.pdf>
- Cloninger, S. (2003). *Teorías da Personalidade*. Brasilia, Brasil: MartinsFontes.
- CONAIE. (1994). *Las Nacionalidades indígenas en el Ecuador: Nuestro proceso organizativo*. Recuperado el 8 de noviembre de 2017 de [http://www.fes-ecuador.org/fileadmin/user\\_upload/pdf/0121%20NACIND1986\\_0121.pdf](http://www.fes-ecuador.org/fileadmin/user_upload/pdf/0121%20NACIND1986_0121.pdf).
- Craft, A., Jeffrey, B., & Leibling, M. (2001). *Creativity in Education*. doi: 10.1093/acrefore/9780190264093.013.383
- Danesh, A., Inkpen, K., Lau, F., Shu, K., & Booth, K. (2001). *Geney: Designing a Collaborative Activity for the Palm Handheld*. Recuperado el 22 de diciembre de 2017 de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.29.693&rep=rep1&type=pdf>



- Daros, W. R. (2014). *El Consumismo en la posmodernidad según Zygmunt Bauman*. Recuperado el 8 de Noviembre de 2017 de <http://www.argusa.com.ar/publicacion/544-el-consumismo-en-la-posmodernidad-segun-zygmunt-bauman.html>.
- Darwin , C. (1872). *The Expression of Emotions in Man and Animals*. Londres, Reino Unido: Murray.
- Deleuze, G., & Guattari , F. (1997). *Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia, España: Pre-textos.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1996). *Mil Platôs*. Valencia, España: Pre-textos.
- Delors, J. (2001). *La educación encierra un tesoro*. Recuperado el 17 de octubre de 2017 de [http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS\\_S.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF).
- Devés, E. (2000). *El pensamiento latinoamericano en el siglo XX: entre la modernización y la identidad*. Recuperado el 10 de septiembre de 2017 de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/5327#.W2sWdthKgWo>.
- Díaz, E. V. (2009). *El estudio sociopolítico de la ciudadanía: Fundamentos teóricos*. Recuperado el 10 de octubre de 2017 de <http://www.intersticios.es/article/view/3173>.
- Donald, A., & Norman Drapper, S. (1986). *User Centered System Design: New perspectives on human-computer interaction*. New Jersey, Estados Unidos: Lawrence Erlbaum Associates.
- Donghi, H. (1990). *Historia de América Latina*. Madrid, España: Alianza Editorial 1V edición.
- Doubleday. (1990). *Designing the User Experience*. New York, Estados Unidos: Basic Books.

- Druin, A. (1996). *A Place Called Childhood*. Texas, Estados Unidos: ACM Interactions.
- Druin, A., & Inkpen, K. (2001). *When are Personal Technologies for Children? Personal and Ubiquitous Computing*. Recuperado el 20 de julio de 2017 de <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=593602>.
- Druin, A., & Kaufmann, M. (1999). *Children as Our Technology Design Partners*. Recuperado el 15 de Julio de 2017 de <http://www.cs.umd.edu/hcil/trs/98-03/98-03.html>.
- Druin, A., Bederson, B., Hourcade, J. P., Sherman, L., Reville, G., Platner, M., & Weng, S. (2001). *Designing a Digital Library for Young Children*. Washington, Recuperado el 22 de julio de 2017 de <http://www.cs.umd.edu/hcil/trs/2000-18/2000-18.pdf>.
- Echeverría, B. (2008). *Un concepto de modernidad*. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de <http://bolivare.unam.mx/ensayos/Un%20concepto%20de%20modernidad.pdf>.
- Eco, U. (1973). *Travels in Hyperreality*. Orlando, Estados Unidos: Harcourt Brace.
- Edwards, M., & Gaventa, J. (2001). *Global Citizen Action*. Oxford, Reino Unido: Boulder: Lynne Rienner.
- El Universo. (2015). *Las 10 páginas web + visitadas en Ecuador*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2017 de <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/12/27/nota/5316565/10-paginas-web-visitadas-pais>.
- Ember, C., & Ember, M. (1996). *Antropología Cultural*. Madrid, España: Prentice-Hall.
- Engler, B. (1996). *Introducción a las Teorías de la Personalidad*. CDMX, México: McGRAW-HILL.

- Erikson, E. (1959). *Identity and the life cycle*. Indiana, Estados Unidos: W. W. Norton & Company
- Estañol, B. (2009). *La Evolución cultural del hombre, ¿Una forma de transmisión darwiniana?* Recuperado el 12 de enero de 2018 de <http://www.ludusvitalis.org/ojs/index.php/ludus/article/download/259/249>.
- Estrada, J. (1977). *Regionalismo y Migración*. Guayaquil, Ecuador: Publicaciones del Archivo Histórico de Guayas.
- Fleming, J., & Koman, R. (1998). *Web navigation: designing the user experience*. California, Estados Unidos: O'Reilly Media.
- Follari, R. A. (2006). *Revisando el concepto de Posmodernidad*. Recuperado el 20 de octubre de 2017 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199016766003>.
- Ford-Jones, E. L., & Mah, V. K. (2012). *Spotlight on middle childhood: Rejuvenating the "forgotten years."* *Paediatrics & Child Health*. Recuperado el 10 de Enero de 2018 de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3299351/>.
- Ford, J., & Courtois, C. (2005). *El Modelo Neurosecuencial de Terapias*. Recuperado el 23 de agosto de 2017 de [https://childtrauma.org/wp-content/uploads/2015/04/FordCourtois\\_Perry\\_Dobson\\_sp.pdf](https://childtrauma.org/wp-content/uploads/2015/04/FordCourtois_Perry_Dobson_sp.pdf).
- Foucault, M. (1985). *Vigilar y castigar*. CDMX, Mexico: Siglo XXI .
- Galindo, M. (2003). *La globalización en un estudio totalizador*. Recuperado el 13 de noviembre de 2017 de <http://www.eco.buap.mx/aportes/revista/22%20ano%20VIII%20Numero%2022,%20Enero-abril%20de%202003/08%20Resena;%20La%20globalizacion%20en%20un%20estudio%20totalizador-Magdalena%20Galindo.PDF>

- Gallegos, O. (2012). *Construcción de valor territorial en el imaginario urbano*. Recuperado el 16 de diciembre de 2017 de <http://www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/viewFile/379/376>.
- Garretón, A. (2001). *Cambios sociales, actores y acción colectiva en América Latina*. Recuperado el 20 de enero de 2018 de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/6012-cambios-sociales-actores-accion-colectiva-america-latina>.
- Gomila, M. A. (2011). *Las relaciones intergeneracionales en el marco de la familia contemporánea: cambios y continuidades en transición hacia una nueva concepción de la familia*. Recuperado el 22 de enero de 2018 de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/HC/article/view/4245>.
- González-Varas, I. (1999). *Conservación de bienes culturales: teoría, historia, principios y normas*. Madrid, España: Cátedra.
- Gordon, M. (1964). *The Nature of Assimilation*. Recuperado el 11 de diciembre de 2017 de <https://macaulay.cuny.edu/eportfolios/benediktsson2014t/files/2014/01/Gordon-Excerpt-Assimilation-and-Anglo-Conformity.pdf>.
- Goya, D. (2002). *La Posmodernidad y su impacto en América Latina*. Recuperado el 17 de septiembre de 2017 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/images/trabajos/4890\\_16070.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/images/trabajos/4890_16070.pdf).
- Gros, C. (1999). *Ser diferente por (para) ser moderno, o las paradojas de la identidad*. Bogotá. Recuperado el 17 de agosto de 2017 de <http://biblioteca.hegoa.ehu.es/registros/7676>.
- Gubern, R. (1991). *El simio informatizado*. Recuperado el 20 de noviembre de 2017 de <http://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1NRVJ17QC-CQW2DN-4FV1/el.simio.informatizado.pdf>.

Gustavikno, E. (1987). *Derecho de Familia Patrimonial*. Recuperado el 18 de diciembre de 2017 de <https://www.scribd.com/document/260124558/Derecho-de-Familia-Patrimonial-Elias-Gustavino>.

Haesbaert, R. (2013). *Del mito de la desterritorialización a la multiterritorialidad*. Recuperado el 8 de julio de 2017 de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-81102013000200001&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102013000200001&lng=es&nrm=iso)

Halbwachs, M. (1987). *La memoria colectiva*. Milano, Italia : Unicopil.

Hanna , L., Ridsen, K., Czerwinski, M., & Alexander, K. (1999). *The Role of Usability Research in Designing Children's Computer Products*. Recuperado el 22 de febrero de 2017 de [http://www.ibrarian.net/navon/paper/The\\_Role\\_of\\_Usability\\_Research\\_in\\_Designing\\_Child.pdf?paperid=4164104](http://www.ibrarian.net/navon/paper/The_Role_of_Usability_Research_in_Designing_Child.pdf?paperid=4164104).

Heise, M., Tubino, F., Ardito, W., & del Pozo O, O. R. (1994). Recuperado el 20 de enero de 2018 de <http://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/090416.pdf>.

Heller, E. (2004). *Psicología del color: Como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Hobsbawn, E. (2000). *Identidad*. Recuperado el 19 de octubre de <http://espacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:filopoli-1994-3-47805E41-BBF2-4D8F-D9B7-7AFE6F430F37/identidad.pdf>.

Hourcade, J., Bederson, B., & Druin, A. (2004). *Preschool Children's Use of Mouse Buttons*. Recuperado el 15 de marzo de 2017 de [http://www.cs.umd.edu/~bederson/images/pubs\\_pdfs/p1411-hourcade.pdf](http://www.cs.umd.edu/~bederson/images/pubs_pdfs/p1411-hourcade.pdf).

Hoch, M. (1994). *La construcción de la identidad nacional: del grupo étnico a la nación moderna*. Recuperado el 20 de febrero de 2018 de

[http://historia.ihnca.edu.ni/ccss/dmdocuments/Bibliografia/CCSS2009/Tema1/La\\_construccion\\_de\\_%20la\\_identidad\\_nacional.pdf](http://historia.ihnca.edu.ni/ccss/dmdocuments/Bibliografia/CCSS2009/Tema1/La_construccion_de_%20la_identidad_nacional.pdf).

IEPI. (2010). *¿Qué son Derecho de Autor y Derechos Conexos?*. Recuperado el 06 de Julio de 2017 de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/que-son-derechos-de-autor-y-derechos-conexos/>

INEC. (2010). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Recuperado el 20 de Junio de 2017, de <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&BASE=CPV2010>

Inkpen, K. (2001). *Drag-and-Drop Versus Point-and-Click Mouse Interaction Styles for Children*. Recuperado 13 de agosto de 2017 de [http://www.di.ufpe.br/~if124/frame/turmas/turma\\_2013\\_1/artigos/mouse/MAIN\\_ARTICLE-p1-inkpen.pdf](http://www.di.ufpe.br/~if124/frame/turmas/turma_2013_1/artigos/mouse/MAIN_ARTICLE-p1-inkpen.pdf)

Jadue, G. (2013). *Transformaciones familiares: desafío para la educación del siglo XXI*. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/estped/n29/art08.pdf>.

Kelman, M. G. (1983). *Misunderstanding Social Life: A Critique of the Core Premises of Law and Economics*. Recuperado el 12 de noviembre de 2017 de [https://www.jstor.org/stable/42897856?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/42897856?seq=1#page_scan_tab_contents).

Koffka, K. (2013). *The growth of the mind: an introduction to child-psychology* (Vol. 75). Luxemburgo, Alemania. Routledge.

Krauss, M. L., & Glucksberg, S. (1979). *The development of communication: Competence as a function of age*. doi: 10.2307/1127172.

Kuper, A. (2001). *Cultura: la versión de los antropólogos*. Madrid, España: Paidós Iberica.

Lankshear, C., & Knobel, M. (2003). *New Literacies*. Philadelphia. Buckingham, Reino Unido: Open University Press.

- Leandry-Vega, I. (2013). *La civilización del consumismo*. Carolina del Sur, Estados: Createspace Independent Pub.
- Lehdonvirta, V., & Ernkvist, M. (2011). *Knowledge Map of the Virtual Economy*. Obtenido de World Bank. Recuperado el 20 de junio de 2017 de <http://www.infodev.org/en/Document.1076.pdf>
- Lévi-Strauss, C. (1979). *Antropología Estructural: Mito, Sociedad, humanidades*. Paris, Francia: Siglo XXI
- Levin, D., & Arafah, S. (2002). *The digital disconnect: The widening gap between Internet-savvy students and their schools*. Recuperado el 18 de febrero del 2017 de [www.pewinternet.org/pdfs/P1P\\_Schools\\_Internet\\_Report.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/P1P_Schools_Internet_Report.pdf)
- Lipovetsky, G. (2002). *La Era del Vacío*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipszyc, D. (2007). *Derecho de autor y derechos conexos*. Paris, Francia: CERLALC.
- Litwin, E. (2000). *Tecnología educativa Política, historias, propuestas*. Madrid, España: Ediciones Paidós SA.
- López, C., & Sánchez, R. (2001). *Ciencia, Tecnología, Sociedad y Cultura en el cambio de siglo*. Madrid, Español : Biblioteca Nueva.
- López-Soler, C., Castro, M., Alcántara, M., Fernández, V., & López, J. (2009). *Prevalencia y características de los síntomas externalizantes en la infancia. Diferencias de género*. Recuperado el 15 de enero de 2018 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72711821003>.
- Lupton, E. (2004). *Thinking with Type. A Critical Guide for Designers, Editors, and Students*. New York, USA: Princeton Architectural Press.
- Maccoby, E. E. (1983). *Social-emotional development and response to stressors*. New York, USA: McGraw-Hill.

- Martí, & Monso, J. (1898). *Estudios históricos-artísticos relativos principalmente a Valladolid*. Recuperado el 18 de junio de 2017 de <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=855>.
- Martín, C. (1999). *La posición tecnológica de la economía española en Europa* (Vol. 81). Madrid, España:Papeles de Economía Española.
- Marx, K., & Engels, F. (1998). *O manifesto comunista*. Sao Pablo, Brasil: Boitempo.
- McCarthy, D. (1930). *The Language Development of the Pre-school Child*. Virginia, USA: Greenwood Press
- Mead, M. (2009). *Cultura y Compromiso*. Barcelona, España: Gedisa.
- Medric, E. A., Roizen, J. A., Rubin, V., & Buckley, S. (1982). *The Serious Business of Growing Up*. California, USA: University of California Press.
- Mittelman, J. (1997). *Globalization: Critical Reflections*. Washington, Estados Unidos: Lynne Rienner publishers.
- Mora, E. A. (2014). *Interculturalidad en el Ecuador*. Recuperado el 22 de agosto 2017 de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/380/File/Interculturalidad%20en%20el%20Ecuador.pdf>.
- Moreira, M. A. (2005). *Nuevas tecnologías, globalización y migraciones*. Barcelona, España: OCTAEDRO.
- Mosqueira, G. P. (2002). *La Recepción de la posmodernidad en América Latina*. Recuperado el 13 de noviembre de 2017 de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762002000200012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762002000200012) .
- Nagel, T. (1989). *The View From Nowhere*. New York, Estados Unidos: Oxford University Press.



- Collins, W.A. (1983) *Development During Middle Childhood: The Years From Six to Twelve*. Recuperado el 20 de noviembre de 2017 de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25032422>.
- Noboa, V. (2008). *La Constitución del 2008: ¿Un discurso posmodernista?*. Recuperado el 14 de diciembre de 2017 de <http://blogs.udla.edu.ec/centroderechoconstitucional/ensayos-constitucionales/la-constitucion-del-2008-un-discurso-posmodernista-valeria-noboa/>.
- Norman, D. A. (1988). *The psychology of everyday things.(The design of everyday things)*. Boston, Estados Unidos: Basic books.
- Norman, D. A., & Draper, S. (1996). *User Centered System Design; New Perspectives on Human-Computer Interaction*. New Jersey, Estados Unidos: Lawrence Erlbaum Associates.
- OMS. (1993). *Clasificación estadística inter-nacional de enfermedades y otros problemas de salud*. Recuperado el 10 de diciembre de 2017 de <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/6282/Volume1.pdf>.
- OMS. (2001). *Informe sobre la salud en el mundo 2001*. Recuperado el 5 de enero de 2018 de <http://www.who.int/whr/2001/es/>.
- Pantaleo, S. (2014). *Elementary Students Consider the “What” and “How” of Typography in Picturebooks*. doi: 10.1080/13614541.2014.929450.
- Pascual, F. G. (2007). *¿Un nuevo modelo rural en Ecuador? Cambios y permanencias en los espacios rurales en la era de la globalización*. Recuperado el 12 de septiembre de 2017 de <http://www.flacso.org.ec/docs/i29garcia.pdf>.
- Piaget , J. (2002). *The language and thought of the child*. Londres, Inglaterra: Psychology Press.
- Piaget, J. (1970). *La evolución intelectual entre la adolescencia y la edad adulta*. Londres, Inglaterra: Psychology Press.

- Piaget, J., & Inhelder, B. (1997). *Psicología del niño*. Madrid, España: Morata.
- Política de Cookies. (2012). *Política de cookies y terminos*. Recuperado el 06 de julio de 2017 de <http://politicadecookies.com/index.php>
- Preece, J., & Lazar, J. (2002). *Social considerations in online communities: Usability, sociability, and success factors*. Recuperado el 10 de agosto de 2017 de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.473.4244&rep=rep1&type=pdf>
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. Recuperado el 22 de diciembre de 2017 de <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Prensky, M. (2003). *Don't Bother Me Mom-I'm Learning*. Minnesota, Estados Unidos: Paragon House.
- Quesada, T., Ruiz, T., & Segura, D. (2009). *Hikikomoris y screenagers: Nuevas formas de reclusión, inhibición y aislamiento*. Recuperado el 13 de abril de 2018 de [https://www.researchgate.net/profile/Patricia\\_Trujano/publication/283033621\\_Hikikomoris\\_y\\_screenagers\\_nuevas\\_formas\\_de\\_reclusion\\_inhibicion\\_y\\_aislamiento/links/5626f78e08aeabddac936382/Hikikomoris-y-screenagers-nuevas-formas-de-reclusion-inhibicion-y-aislamiento.pdf?origin=publication\\_detail](https://www.researchgate.net/profile/Patricia_Trujano/publication/283033621_Hikikomoris_y_screenagers_nuevas_formas_de_reclusion_inhibicion_y_aislamiento/links/5626f78e08aeabddac936382/Hikikomoris-y-screenagers-nuevas-formas-de-reclusion-inhibicion-y-aislamiento.pdf?origin=publication_detail)
- Radcliffe, S., & S. W. (1996). *Remaking the Nation, Place, Identity and Politics in Latin America*. Londres, Inglaterra: Psychology Press.
- Rader, C., Brand, C., & Lewis, C. (1997). *Degrees of Comprehension: Children's Understanding of a Visual Programming Environment*. Proc. ACM CHI.
- Read, J., MacFarlane, S., & Casey, C. (2002). *Oops! Silly Me! Errors in a Handwriting Recognition-based Text entry Interface for Children*. doi: 10.1145/572020.572026

- Redfield, R., Linton, R., & Hertzskovits, M. J. (1936). *Memorandum on the Study of Acculturation* (Vol. 38). American Anthropologist.
- Reeves, B., & Nass, C. (1996). *The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places*. Columbia, USA: Columbia University Press.
- Rengifo, E. (1997). *Es el Plagio una Conducta Reprimida Por el Derecho Penal*. Recuperado el 21 de mayo de 2018 de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/2483>
- Rey, F. L. (2007). *Posmodernidad y subjetividad: distorciones y mitos*. Recuperado el 2 de junio de 2018 de <http://revistas.utp.edu.co/index.php/chumanas/article/view/1135>.
- Rey, G. (2002). *Cultura y Desarrollo Humano: Unas relaciones que se trasladan*. Recuperado el 13 de septiembre de 2017 de <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric00a04.htm>
- Ríos, W. (2009). *La propiedad intelectual en la era de las tecnologías*. Bogotá, Colombia. Ediciones Uniandes.
- Rocher, V. L. (2007). *Chat y juventud: una aproximación cualitativa*. Recuperado el 6 de marzo de 2018 de <http://www.eumed.net/rev/tecsistecat/n2/vlr.htm>
- Rodríguez, P., Mahtani, V., Sanz, E., Cuevas, C., Betancort, M., & Ramírez, G. (2007). *Desarrollo infantil y adolescente: trastornos mentales más frecuentes en función de la edad y el género*. Recuperado el 4 de julio de 2018 de <http://www.psicothema.com/PDF/4026.pdf>
- Rogoff, B., Sellers, M. J., Pirrotta, S., Fox, N., & White, S. H. (1975). *Age of assignment of roles and responsibilities to children*. Recuperado el 8 de agosto de 2017 de <https://www.karger.com/Article/PDF/271496>
- Rowe, J. (1964). *Ethnography and Ethnology in the Sixteenth Century*. California, Estados Unidos: The Kroeber Anthropological Society Papers.

- Said, N. (2004). *An Engaging Multimedia Design Model*. Recuperado el 6 de mayo de 2018 de <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=1017873>
- Sarlo, B. (1994). *Escenas de la Vida Posmoderna. Intelectuales, arte y video cultura en Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Ariel.
- Schuster, N. (1993). *¿Qué compra la escuela cuando "compra informática"?*. Recuperado el 24 de febrero de 2018 de [http://www.terras.edu.ar/biblioteca/11/11DID\\_Liguori\\_Unidad\\_4.pdf](http://www.terras.edu.ar/biblioteca/11/11DID_Liguori_Unidad_4.pdf)
- Sedighian, K., & Klawe, M. (1996). *An Interface Strategy for Promoting Reflective Cognition in Children*. Recuperado el 30 de septiembre de 2017 de <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=257089.257244>
- Selman, R. L., & Byrne, D. F. (1984). *A structural developmental analysis of levels of role-taking in middle childhood*. doi: 10.2307/1127850
- Serra, D. (2012). *Reflexiones en torno al patrimonio cultural*. doi: 10.3232/RHI.2012.V5.N1.10
- Shedroff, N. (1994). *Information interaction design: A unified field theory of design*. Recuperado el 8 de mayo de 2018 de <http://nathan.com/information-interaction-design-a-unified-field-theory-of-design/>
- Smith, A. D. (1997). *La Identidad Nacional*. Recuperado el 19 de noviembre de 2017 de <http://bivir.uacj.mx/Reserva/Documentos/rva2006156.pdf>
- Steiner, K., & Moher, T. (1992). *Graphics StoryWriter: An Interactive Environment for Emergent Storytelling*. Recuperado el 17 de noviembre de 2017 de <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=142831>
- Strommen, E. (1994). *Children's use of mouse-based interfaces to control virtual travel*. Recuperado de 4 de julio de 2018 de <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=191803>

- Super, D., Westrom, M., & Klawe, M. (1996). *Computer Games, Education And Interfaces: The E-GEMS Project*. Recuperado el 27 de enero de <http://graphicsinterface.org/wp-content/uploads/gi1999-5.pdf>
- Tamis-Lemonda, C., & Rodriguez, E. (2008). *El Rol de los Padres en el Fomento del Aprendizaje Infantil y el Desarrollo del Lenguaje*. Recuperado el 8 de febrero de 2018 de <http://www.encyclopedia-infantes.com/sites/default/files/textes-experts/es/2520/el-rol-de-los-padres-en-el-fomento-del-aprendizaje-infantil-y-el-desarrollo-del-lenguaje.pdf>
- Thissen, F. (2004). *Screen design manual: Communicating effectively through multimedia*. Arizona, Estados Unidos: Springer Science & Business Media.
- Tiempos del Mundo. (2003). *En que Gasta Dinero el Banco Mundial: Opiniones Calificadas*. Recuperado el 9 de marzo de 2018 de <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/282811468321254594/pdf/449860PUB0SPAN101OFFICIAL0USE0ONLY1.pdf>
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why we expect more of technology and less of each other*. New York, Estados Unidos: Basicbooks.
- Tversky, B., Agrawala, M., Heiser, J., Lee, P., Hanrahan, P., Phan, D., & Daniel, M. P. (2006). *Cognitive design principles for automated generation of visualizations. Applied spatial cognition: from research to cognitive technology*. Recuperado el 5 de septiembre de 2017 de [https://www.researchgate.net/publication/232082161\\_Cognitive\\_Design\\_Principles\\_for\\_Automated\\_Generation\\_of\\_Visualizations](https://www.researchgate.net/publication/232082161_Cognitive_Design_Principles_for_Automated_Generation_of_Visualizations)
- UNICEF. (2013). *La situación de niños, niñas y adolescentes en las instituciones de protección y cuidado de América Latina y el Caribe*. Recuperado el 29 de diciembre de 2017 de [https://www.unicef.org/ecuador/libro\\_NNA\\_REGION.pdf](https://www.unicef.org/ecuador/libro_NNA_REGION.pdf)

- UNICEF. (2014). *La niñez y Adolescencia en el Ecuador contemporáneo*. Recuperado el 1 de agosto de 2017 de [https://www.unicef.org/ecuador/NA\\_Ecuador\\_Contemporaneo.pdf](https://www.unicef.org/ecuador/NA_Ecuador_Contemporaneo.pdf)
- UNRISD. (1995). *Estados de desorden: los efectos sociales de la globalización*. Recuperado el 12 de mayo de 2018 de [http://www.unrisd.org/\\_\\_80256b3c005bccf9.nsf/0/a547d2a57e14166380256b670065d5ac?OpenDocument&language=es](http://www.unrisd.org/__80256b3c005bccf9.nsf/0/a547d2a57e14166380256b670065d5ac?OpenDocument&language=es)
- Vaizey, J. (1967 ). *La educación en el mundo moderno*. Madrid, España: Ediciones Guadarrama .
- Valenzuela, J. M. (2009). *El futuro ya fue. Socioantropología de l@s jóvenes en la modernidad*. Mexico: CDMX ,México: El Colegio de la Frontera Norte.
- Valero, L., & Ruiz, M. (2003). *Valuación de un servicio de salud mental: análisis de la demanda y datos epidemiológicos*. Recuperado el 17 de julio de 2018 de <http://www.psicothema.com/PDF/4026.pdf>
- Vargas, J. M., & Castelo, H. R. (1965). *Historia de la cultura ecuatoriana*. Recuperado el 28 de junio de 2018 de <http://www.cervantesvirtual.com/obra/historia-de-la-cultura-ecuatoriana--0/>
- Vattimo, G. (1994). *Posmodernidad:¿ una sociedad transparente?*. Recuperado el 10 de febrero de 2018 de <http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-i/files/2016/08/vattimo-gianni-posmodernidad-una-sociedad-transparente.pdf>
- Velázquez, R. P. (2013). *La vida de consumo o la vida social que se consume: apreciaciones sobre la tipología ideal del consumismo de Zygmunt Bauman*. Recuperado el 12 de diciembre de 2017 de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-16162013000200006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162013000200006)

- Verhelst, T. (1994). *Las funciones sociales de la cultura*. Recuperado el 9 de junio de 2018 de <http://studylib.es/doc/299097/las-funciones-sociales-de-la-cultura>
- Vigotsky, L. S. (1988). *El Desarrollo de los procesos psicológicos Superiores*. Recuperado de 30 de julio de 2017 de [http://www.terras.edu.ar/biblioteca/6/TA\\_Vygotsky\\_Unidad\\_1.pdf](http://www.terras.edu.ar/biblioteca/6/TA_Vygotsky_Unidad_1.pdf)
- Villodre, M. d. (2012). *Pluriculturalidad, multiculturalidad e interculturalidad, conocimientos necesarios para la labor docente Pluriculturality, multiculturalism and interculturalism, knowledge for teaching*. Recuperado el 7 de marzo de 2018 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4059798.pdf>
- Wachtel, P. (1989). *The poverty of affluence: A psychological portrait of the American way of life*. Toronto, Canada: New Society Publishers.
- Wallerstein, B. E. (1996). *Razza nazione classe. Le identità ambigue*. Recuperado el 14 de enero de 2018 de <https://riviste.unimi.it/index.php/AMonline/article/download/8492/8020>
- Weil, S. (1987). *Wartime England in 1942*. Londres, Inglaterra: Harper Perennial.
- Whitbourne, S. K. (1986). *Personality development in adulthood and old age: relationships among identity style, health, and well-being*. Recuperado el 19 de junio de 2018 de <https://www.sciencedirect.com/book/9780128046746/personality-development-across-the-lifespan>
- Wood, C. (2007). *Yardsticks Children in the Classroom Ages 4-14*. Massachusetts, USA: Northeast Foundation for Children, inc.
- Wurman, R. S. (1989). *Information anxiety: What to do when information doesn't tell you what you want to know*. New York USA: Doubleday.
- Yépez, M. T. (1998). *La identidad nacional en Ecuador: un acercamiento psicosocial a la construcción nacional*. Recuperado el 30 de septiembre

de 2017 de  
[http://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1486&context=abya\\_yala](http://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1486&context=abya_yala)



## **ANEXOS**

