



**Universidad  
Casa Grande**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

**TÍTULO DEL PROYECTO FINAL**

Sistematización de la experiencia de la conceptualización, estrategias de comunicación y desarrollo de piezas gráficas del proyecto “El Faro” séptima edición de Jaula Abierta.

**Para optar al grado de:**

Licenciatura en Comunicación Social con mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.

**Elaborado por:**

Sandy Michelle Correa Andrade

**Equipo de guías:**

Mg. Verónica Coello Game

Mg. Enrique Rojas Sánchez

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

20/11/2019



## CLÁUSULAS DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, SANDY MICHELLE CORREA ANDRADE, autora del trabajo de titulación **“SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE LA CONCEPTUALIZACIÓN, ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE PIEZAS GRÁFICAS DEL PROYECTO “EL FARO” SÉPTIMA EDICIÓN DE JAULA ABIERTA”** certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

A handwritten signature in black ink that reads 'Sandy C.' with a horizontal line underneath.

---

Sandy Michelle Correa Andrade

C.I. 0919352039



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

SANDY MICHELLE CORREA ANDRADE en calidad de autor y titular del trabajo de titulación **“SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE LA CONCEPTUALIZACIÓN, ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE PIEZAS GRÁFICAS DEL PROYECTO “EL FARO” SÉPTIMA EDICIÓN DE JAULA ABIERTA”** de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su repositorio virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad dispuestos en el Art.144 de La Ley Orgánica de Educación superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad Casa Grande sobre la autoría de dichos trabajos.

A handwritten signature in black ink that reads 'Sandy C.' with a horizontal line underneath.

---

Sandy Michelle Correa Andrade

C.I. 0919352039

### *Abstract o Resumen*

En este documento individual de grado se va a sistematizar, explicar y justificar la experiencia de todas las estrategias y recursos de comunicación que fueron empleados en la conceptualización del proyecto “*El Faro*” y para la construcción de sus piezas de identidad gráfica que complementen a todas las estrategias realizadas. El Faro es la séptima edición del Proyecto de Aplicación Profesional Jaula Abierta de la Universidad Casa Grande, que se realizó en un barrio urbano Bastión Popular en el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil con 22 adolescentes entre los 11 a 15 años de edad. Con este supuesto, la finalidad del proyecto es realizar talleres de motivación a la lectura a través del formato análogo y digital para resurgir y revivir esa motivación que existe en la etapa de la adolescencia por el quiebre y presencia de distintos o nuevos hábitos y consumos de los adolescentes.

### *Palabras claves (5)*

*Estrategias, piezas gráficas, conceptualización, canales, comunicación.*

## *Índice*

### **1. Contexto del proyecto**

#### 1.1 Antecedentes

### **2. Descripción del objeto a sistematizar**

#### 2.1 Objetivos

##### 2.1.1 Objetivo General

##### 2.1.2 Objetivos Específicos

### **3. Reconstrucción de la experiencia a sistematizar**

#### 3.1 Estrategia de comunicación

### **4. Análisis, interpretación crítica de la experiencia y evaluación de resultados**

#### 4.1 Aprendizajes generados

#### 4.2 Autoevaluación

### **5. Bibliografía**

### **6. Anexos**

#### 6.1 Anexo 1: Matriz de marco lógico y Matriz operativa

#### 6.2. Anexo 2: Pasaportes

## *Índice de figuras*

**Figura 1:** Propuesta del logo “El Faro” I

**Figura 2:** Propuesta del logo “El Faro” II

**Figura 3:** Logo del proyecto “El Faro”

**Figura 4:** Aplicaciones del logo “El Faro”

**Figura 5:** Tipografía del logo “El Faro”

**Figura 6:** Pantones del logo “El Faro”

**Figura 7:** Invitación a adolescentes a formar parte del proyecto “El Faro”

**Figura 8:** Pasaportes del proyecto “El Faro”

**Figura 9:** Estampas de pasaportes del proyecto “El Faro”

**Figura 10:** Acta de compromiso del proyecto “El Faro”

**Figura 11:** Membretes del proyecto “El Faro”

**Figura 12:** Roll Up del proyecto “El Faro”

**Figura 13:** Photobooth del proyecto “El Faro”

**Figura 14:** Stickers para galletas del proyecto “El Faro”

**Figura 15:** Rifas para financiar el proyecto “El Faro”

**Figura 16:** Bocetos de mueble de biblioteca para el proyecto “El Faro”

**Figura 17:** Referencia visual del mueble de la biblioteca para el proyecto “El Faro”

**Figura 18:** Hablador de donación de libros del proyecto “El Faro”

**Figura 19:** Mailing de donación de libros del proyecto “El Faro”

**Figura 20:** Evento de Workshop Coworking para donación de libros del proyecto “El Faro”

**Figura 21:** Afiche de participación/invitación a la Feria del libro con el proyecto “El Faro”

**Figura 22:** Mailing de participación/invitación a la Feria del libro con el proyecto “El Faro”

**Figura 23:** Opciones de camisetas para la Feria del libro del proyecto “El Faro”

**Figura 24:** Mazo de cartas de actividad en Feria del libro con el proyecto “El Faro”

## **1. Contexto del proyecto**

### 1.1 Antecedentes

La lectura es una de las acciones y actividades más importantes que existe en el mundo, la cual se basa en entender e interpretar escritos por medio de la vista. Es fundamental para el ser humano, más aún en niños para que puedan desarrollar su sistema intelectual y racional desde temprana edad.

Hoy en día, la sociedad se enfrenta con varios desafíos y conflictos que giran en torno al crecimiento de una persona. Si bien es cierto, la lectura es un factor clave y fundamental para el desarrollo crítico, creativo, cultural e incluso humano de los individuos pero desafortunadamente poco a poco se convertido en una de las actividades menos practicadas y fomentadas, en donde pasa a ser una actividad de segundo plano y a partir de esto, el hábito lector ha sido una de las más grandes preocupaciones.

Existe un sinnúmero actividades poco productivas que se han convertido en prioridad y fuente de entretenimiento para muchos en donde el trabajo, desempeño o esfuerzo por consumirlo es de corto plazo, a diferencia de la lectura en donde involucra un proceso más avanzado. Son muchos los factores influyentes en el hábito lector pero uno de los principales que se ha logrado identificar es la tecnología. Esta, ha permitido que el mundo se encuentre

hiperconectado y ha hecho de la inmediatez y difusión de información su punto más importante, la cual es necesaria para mantener una sociedad en constante educación.

Sin embargo, la tecnología es una herramienta tan fuerte y extraordinaria que si se le da el uso adecuado puede ser una gran ayuda para incrementar el hábito lector y más. El 68% de la población mundial tiene acceso al internet y a diario se suman 1,500 usuarios al porcentaje según el último informe de la Unión Internacional de las Telecomunicaciones organismo especializado de la ONU (ITU, 2017). En el Ecuador, el 65% de la población tiene acceso al internet en donde el 59,4% lo representa los jóvenes como principales consumidores, de ellos el 31,1% lo usa para informarse, el 29,1% para educación y el 3,4% para trabajar según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016).

A raíz de esta gran problemática lectora que se vive a nivel mundial, los estudiantes del Proyecto de Aplicación Profesional Jaula Abierta del año 2019 de la Universidad Casa Grande establecieron un comparativo en la desmotivación hacia la lectura en un grupo de 22 adolescentes (los beneficiarios) de 11 a 15 años del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil ubicado en Bastión Popular entre los recursos digitales versus recursos análogos.

El proyecto de Aplicación Profesional Jaula Abierta da apertura a su primera edición con el nombre, Guayaquil Letrado en el año 2012, donde trabaja con artistas urbanos y escoge a el rap el género musical como su principal aliado sacando su primer sencillo que está a favor de la lectura “Si leo, llego”. Dejando una semilla plantada para que crezca. Se da una segunda edición de Guayaquil Letrado en el año 2013 un poco más grande que la anterior

en donde ya graban un disco entero titulado “Fonograma” en el cual varias bandas locales de ese entonces fueron partícipes y tomaron como referencias varios autores famosos de Latinoamérica para la lírica de sus canciones. El proyecto tuvo una gran acogida y un impacto positivo en la sociedad.

En el 2014, Jaula Abierta retoma el proyecto con su tercera edición pero esta vez con un recurso diferente, “*Patrimonio Callejero Crew*” fueron los grafiteros que lo conformaron. Esta vez tenían como objetivo elaborar artes visuales en paredes de las calles a través de la lectura, es decir que la lectura era su herramienta clave en el desarrollo de su arte y así plasmarlo en ellas con la finalidad de utilizar a la lectura como un medio y no como un fin. Es ahí donde Jaula Abierta da un giro y le da este sentido a sus siguientes ediciones “*La lectura como un medio, no como un fin*” en donde busca fomentar el hábito lector en los distintos grupos trabajados por medio de diferentes formatos, herramientas y plataformas que involucren sus experiencias y conocimientos.

En el 2019, siendo la octava edición, Jaula Abierta tiene otro propósito. Es cierto que la lectura para mayor acogida y fuente de aprendizaje debe ser empleada y ejecutada como un medio y no como un fin, al menos en sectores vulnerables en los que han ido trabajando las ediciones anteriores ya que ha funcionado. No obstante, el hábito lector o la lectura como actividad no solo lucrativa sino de entretenimiento es poco practicada y subestimada en jóvenes gracias a distintos factores que intervienen y también porque existe una ruptura que nace a partir de distintas actividades priorizadas por los mismos actores.

Este quiebre trae consigo un amplio abanico de actividades que reemplazan a la lectura. En el Ecuador, se lee medio libro al año, 3 de cada 10 ecuatorianos no destinan su tiempo a la lectura, el 26,5% de los ecuatorianos no dedica tiempo para leer, de ellos el 56,8% no lo hace por falta de interés y el 31,7% por falta de tiempo, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2012).

Al identificar los porcentajes brindados por el INEC y las diversas razones por las cuales los jóvenes de hoy en día no leen o no priorizan a la lectura como una actividad fundamental en su día a día, se determina la falta de motivación la más importante en la cual todo el proyecto gira entorno. (Santos, 1990) define la motivación como “el grado en que las personas se esfuerzan para conseguir metas que perciben como útiles y significativas”.

Si bien es cierto, desde temprana edad todo niño se enfrenta de manera directa o indirecta a experiencias lectoras la cual siempre inicia con los cuentos. El cuento “relación, de palabra o por escrito, de un suceso falso o de pura invención” (RAE,2019) la mayor parte del tiempo se encuentra vinculado a ilustraciones, imágenes atractivas, lenguaje fácil de entender, dinámicas e incluso pocas palabras y visualmente grandes. Esto es una ventaja desde temprana edad para el niño, este primer acercamiento sin duda alguna es lo que puede iniciar formando un hábito lector, sin embargo a medida que pasa el tiempo el niño no solo crece sino que el formato de lectura varía, y ya no será el cuento sino el libro que te envían en la escuela a leer. “Para comenzar debo decir que el primer contacto de los niños con los libros somos los adultos, se debe empezar a leer con ellos lo antes posible, de tal manera que, el hábito de la narración de cuentos, retahílas y poemas debe comenzar antes de que ellos sean capaces de leer alfabéticamente. Ese momento, además, tiene que ser como un juego. Nuestra

narración debe intrigarlos y, tan pronto puedan leer, esas voces que salen de los libros correrán a su encuentro” (Jaramillo, 2018).

El proyecto identificó dos indicadores clave que ocasionan la falta de motivación los cuales son: El plan lector anual empleado tanto en instituciones públicas como privadas y la enseñanza de los padres desde temprana edad. Actualmente, se cuenta con una corta cantidad de docentes que realmente les apasiona lo que enseñan, al menos así pasa en los colegios o al contrario se ven obligados a cumplir con un plan anual que le dicta la institución en donde debe regirse a ellos. Sin embargo, esto es un reflejo de la falta de motivación que existe en los jóvenes, ya que al ser reglas muy estrictas y estructuradas poco a poco se va formando un lector con poco interés. Con esto se quiere decir que, al obligar al joven leer un libro sea de estudio o de entretenimiento no es la forma correcta que se debe de emplear. Las instituciones te obligan a leer y no es la mecánica, el buen lector y el hábito lector nace a raíz de la libertad. Hay que formar primero el gusto, la afición, alimentar el amor y luego, si acaso llega, vendrá la erudición (Garrido, 2014). Ser lectores no debe ser medido por la cantidad de libros que leas, *“hay libros que no son para todos”*. En todo caso, no está mal que cada libro encuentre sus lectores; Jorge Luis Borges decía que cada libro está en espera del lector que le corresponde.

Adicional, es importante inculcar el hábito lector desde temprana edad. “La infancia es el mejor momento para cautivar a un lector, porque los niños, lectores inocentes que aún desconocen los límites de la realidad, son capaces de imaginar lo que nosotros cuestionamos” (Jaramillo,2018). La investigación a profundidad que se realizó antes de escoger la temática en la que giraría en torno el proyecto rebotó resultados y determina como segundo indicador

clave que la falta de motivación venía de raíz a la falta de incentivos, enseñanzas, estímulos o incluso hábito lector por parte de los padres o personas que se encuentra a cargo del joven. Actualmente, los padres son los primeros agentes de cambio sin embargo prefieren distraer o mantener ocupados a los niños de temprana edad con actividades que no son beneficiosas para ellos y que a largo plazo dan resultados como estos.

“Otro punto importante que debemos conocer son los gustos de los niños para ayudarlos a escoger sus lecturas, aunque es mejor si las escogen ellos. Esa es una forma de decirles que respetamos sus gustos; solo es importante recordar que no debemos dejarlos solos. Aprovechamos para preguntarles su opinión acerca de situaciones, personajes y acciones. Acompañemos la lectura con dibujos, escritura o con alguna manualidad en función al libro que leyeron, lo que fortalecerá su comprensión lectora creativa” (Jaramillo,2018).

Es por esta razón que la séptima edición del Proyecto de Aplicación Profesional Jaula Abierta se conceptualizó con el nombre El Faro. Según la Real Academia de la lengua española, el faro es una “torre alta en las costas, con luz en su parte superior, para que durante la noche sirva de señal a los navegantes” (RAE,2019). El Faro, son los talleres que se realizaron, los Fareros, es decir, lo que dirigen y manejan el Faro son los alumnos de la Universidad Casa Grande, los navegantes son el grupo de 22 jóvenes que asistiran a los talleres y finalmente la luz del faro es la lectura. Metafóricamente, estos jóvenes de sectores vulnerables desde temprana edad salen al mundo a navegar, sin embargo a medida que pasa el tiempo se encuentran en situaciones difíciles en donde se estancan o pierden en alta mar en donde la situación en donde se encuentran los hace elegir y priorizar lo que quieren realizar.

Es ahí donde está el quiebre y es ahí donde nace El Faro para guiar y motivar a estos navegantes en aguas turbias con su luz a la lectura.

El proyecto realizó talleres de animación para impulsar la motivación a la lectura de manera dinámica e interactiva para de esta forma captar y despertar la atención e interés de los jóvenes. Es importante mencionar que antes de dar inicio a los talleres, el grupo será el encargado de evaluar e identificar los gustos y preferencias de estos jóvenes, “El buen lector se hace, no nace” (Garrido, 2014). Adicional y como ya se lo mencionó, es importante que para la ejecución de estos talleres se tenga adaptar a las exigencias del mundo globalizado, a los nuevos auges y para esto se va a utilizar a la tecnología a favor. Los jóvenes estarán divididos en dos grupos en donde se va a manejar la misma mecánica y contenido pero dos diferentes formatos; uno análogo y el otro digital. El objetivo principal es establecer una comparación entre cual de los dos formatos motiva más a estos jóvenes al hábito lector basado fundamentalmente en crear el gusto por la lectura por medio de sus inclinaciones. Al final de los talleres los estudiantes se encargaran de evaluarlo con una escala de motivación.

Hoy por hoy existen varios proyectos que giran en torno a fomentar el hábito lector con diferentes técnicas, formatos y herramientas. Por ejemplo, en el Ecuador está el Plan Nacional de Promoción del Libro y la Lectura (PNPLL) por José de la Cuadra, que busca fomentar los comportamientos lectores y los consumos de lectura para promover una sociedad equitativa y soberana que consta en tres ámbitos principales de acción: estímulo al lector, fortalecimiento bibliotecario y fomento del sector editorial que incluso el mismo Ministerio ha propuesto que este se contribuya en un proyecto prioritario y emblemático para el país (De la Cuadra, 2017).

También existen proyectos más pequeños como las bibliotecas hospitalarias, que benefician a la ciudadanía que acude a las casas de salud a recibir atención ambulatoria en donde se han beneficiado 42,000 menores de edad según el (Telégrafo, 2019). “La lectura es un espacio de encuentro entre padres e hijos. Debemos fortalecerla porque promueve el cuidado con afecto y el desarrollo integral. Por ello es una herramienta de la Misión Ternura y del Plan Toda una Vida”, afirma Rocío de Moreno, presidenta del Comité del Plan Toda una Vida.

Otro por ejemplo, es el taller de redacción y club de lectura de los colegios Educa Mundo y Crear, según el diario El Universo este proyecto nace en el 2015 debido al déficit que se notaba en las clases al momento de hacer un ejercicio de comprensión de un texto. Los talleres están compuesto por cuatro unidades que son: descripción, creación, opinión y producción en esta última los estudiantes elaboran un cuento. “La actividad los ayuda a desarrollar su independencia, autonomía, su habilidad para hacer un análisis crítico y mejora sus destrezas en la comunicación” (Rivera, 2018). “Las actividades que hacemos son al aire libre, eso aporta al desarrollo de la imaginación. Además me ayuda a opinar mejor, a mantener una idea coherente y en la concentración”. (Mazzino, 2018) estudiante de Educa Mundo.

Asimismo, existe un espacio dedicado a generar actividades literarias y a fomentar el hábito lector creado por Adelaida Jaramillo que se llama palabra.lab. Este proyecto se enfoca en realizar teatro, cine, talleres de ilustración y más temas que giren en torno al arte pero siempre basado en la lectura. Adicional, el Ecuador cuenta con un proyecto “Yo Leo”

establecido por el Ministerio de Educación en donde dentro de varias mallas curriculares establecen un espacio de lectura de un mínimo de 30 minutos dentro de sus horas de clases. Es una iniciativa que como objetivo pretender realizar un llamado de atención no solo a las instituciones sino a los mismos padres de familia que desde el hogar se debe de fomentar este hábito. “Queremos rescatar la actividad y que se formen, desde pequeños, nuevos lectores, cuando a un niño le leen textos despiertan su imaginación es el punto de partida para iniciar el interés por la lectura” (Zuniga,2017).

A nivel internacional existe un sin número de proyectos que como objetivo buscan fomentar la lectura. El Ecuador a nivel Latinoamericano es uno de los países con bajo índice de lectura en donde lee un promedio de medio libro al año (Cerlalc, 2012). “Se lee para acceder a una información, más la lectura como placer y disfrute todavía no se encuentra incorporada en los comportamientos de la población ecuatoriana” (José de la Cuadra, 2017).

En Barcelona, España estudiantes de la Universidad Internacional de La Rioja Facultad de Educación implementaron un proyecto didáctico para incentivar la motivación a la lectura en donde utilizaron estrategias como la lectura en voz alta, la escucha activa, el debate sobre lecturas, la lectura silenciosa y el descubrimiento de la biblioteca como herramienta de aprendizaje. Además, los niños trabajarán individualmente, en pequeños grupos y todo el grupo adquiriendo diferentes roles. Los alumnos serán protagonistas del proceso de enseñanza-aprendizaje y, de esta manera, estarán más motivados. En México, realizaron un proyecto de motivación a la lectura en pro a la tecnología, en donde esta es su principal herramienta de enseñanza a base de un estudio sobre la lectura móvil en los países en desarrollo.

## **2. Descripción del objeto a sistematizar**

Sistematización de la experiencia de la conceptualización, estrategias de comunicación y desarrollo de piezas gráficas del proyecto “El Faro” séptima edición de Jaula Abierta.

Este documento explica y justifica todas las estrategias y recursos de comunicación que fueron empleados en la conceptualización del proyecto “El Faro” y para la construcción de sus piezas de identidad gráfica que complementen a todas las estrategias realizadas.

### **2.1 Objetivos**

#### **2.1.1 Objetivo General**

Explicar la conceptualización del proyecto “*El Faro*” séptima edición del PAP (*Proyecto de Aplicación Profesional*) Jaula Abierta y la creación de sus piezas gráficas con el fin de complementar a las estrategias de comunicación que beneficien el proyecto.

#### **2.1.2 Objetivos Específicos**

- I. Describir el proceso de desarrollo y conceptualización del proyecto “*El Faro*” por medio de estrategias de comunicación.
- II. Detallar y especificar el desarrollo diseños e identidad gráfica del proyecto “*El Faro*”.

## **3. Reconstrucción de la experiencia a sistematizar**

Etimológicamente, el vocablo proyecto proviene del latín “*proiectum*”, el cual se compone del prefijo “*pro*”, que significa hacia delante e “*iectum*” que tiene el alcance de lanzar. (Cerde Gutiérrez, 1997). Arias (1998) define el proyecto como un conjunto de ideas

organizadas que pretenden alcanzar un objetivo, para lo cual se realiza una serie de actividades en forma planificada.

Jaula Abierta nace en el 2013 como un Proyecto de Aplicación Profesional de la Universidad Casa Grande con el fin de fomentar la lectura en jóvenes por medio de distintos formatos y experiencias, todos los años este proyecto tiene una edición diferente. Este año los estudiantes a cargo plantearon realizar talleres de motivación a la lectura a un grupo de adolescentes de 11 a 15 años dentro del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil ubicado en Bastión Popular, utilizando como medio los formatos análogo y digital, pero para poder realizar esta edición se necesitó plantear un concepto de la misma que logre identificarla y así mismo diferenciarla del resto de ediciones.

Para la conceptualización de esta edición, se debe partir por conocer y entender las ediciones anteriores y proyectos similares en donde los nombres eran un reflejo del trabajo a realizar. ¿Pero, cómo fue que se planteó todo? Inició con la famosa herramienta de Brainstorming, también llamado torbellino de ideas, tormenta de ideas o lluvia de ideas, técnica de grupo que permite la obtención de un gran número de ideas sobre un determinado tema de estudio según el libro *Applied Imagination* publicado en 1963 por Alex Osborn. Cada integrante debía escribir 10 palabras distintas que resuman y simplifiquen todo lo que se iba a realizar, se tuvo 60 palabras y ninguna de esas funcionó por más que se trató de hacerlas encajar.

Se entendió que la técnica empleada no era suficiente sin el debido desarrollo del conocimiento profundo para entender bien la problemática y de esta manera conceptualizar nuestros pensamientos. Entonces a raíz de esta fallida ejecución, investigando surgieron muchas más ideas técnicas y herramientas, pero ninguna funcionaba. Después de un largo

proceso, se recordó “*El libro rojo de la publicidad*” de Luis Bassat que utilizaba la analogía como uno de los diez pasos o caminos básicos de la creatividad, la cual busca una asociación de ideas en la mente del que recibe el mensaje.

Es ahí donde nace El Faro, compuesto por dos elementos; el signo verbal y el signo visual. Para el signo verbal, lo primero que se realizó fue buscar el significado y según la Real Academia Española, es una torre alta con luz en su parte superior que da señal de noche a los navegantes. Gracias a este significado se pudo realizar la analogía en donde se planteó de la siguiente manera; Todo empieza con los barcos que salen de la orilla tienen la capacidad de navegar con amplia visión del panorama en aguas calmadas, al llegar a alta mar el camino se torna turbio e inestable y los barcos que antes veían todo con claridad necesitan de un faro para poder guiarse y encontrar un camino.

Los barcos que zarpan representan a los niños quienes por su cualidad de infantes se encuentran más dispuestos hacia la lectura. Una vez que llegan a altamar que representa la adolescencia, el camino se vuelve turbio y es ahí donde se produce un quiebre en esa motivación que los acompañaba desde pequeños cuyo resultado es que se alejen y pierdan el interés hacia la lectura. Es por esta razón que;

**Los barcos que zarpan o los navegantes:** Representa a los 22 adolescentes de 11 a 15 años con los que se trabajó dentro del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil ubicado en Bastión Popular.

**Altamar:** Es la representación de todo el mundo enorme que estos adolescentes tiene por navegar y explorar.

**Aguas turbias:** Son las distintas opciones de actividades, obstáculos, enseñanzas, lecciones etc, que se presentan en la vida y que cada uno de los adolescentes opta por seguir o no seguir. En este caso, se definió como aguas turbias al quiebre que existe en la adolescencia por la lectura.

**El Faro:** Representa el proyecto cuyo objetivo es conseguir que resurja esa motivación perdida o disminuida hacia la lectura.

**La luz del faro:** Representa la lectura.

**Los Fareros:** Son los 6 alumnos de la Universidad Casa Grande integrantes del PAP (*Proyecto de Aplicación Profesional*) Jaula Abierta, los cuales se dirigen el faro, es decir; el proyecto.

Con respecto al signo visual, con la ayuda de Linda Bucaram Diseñadora Gráfica se realizaron una serie de opciones de logo. La idea y las referencias era muy conceptuales, se requería a simple vista la imagen, ícono e incluso silueta de un faro.



*Figura 1:* Propuesta del logo “El Faro” I



Figura 2: Propuesta del logo “El Faro” II

Con estas dos opciones que fueron las más escogidas por los integrantes del proyecto, en conjunto se concretó la idea de logo, se realizó una mezcla de ambas y se obtuvo ese signo visual como resultado;



Figura 3: Logo del proyecto “El Faro”

Con sus distintas aplicaciones;



Figura 4: Aplicaciones del logo “El Faro”

Así se formó “*El Faro*” séptima edición de Jaula Abierta, entre una lluvia de palabras y miles de analogías se logró plasmar un símbolo visual único que le otorgue la identidad que se merece el proyecto. Para complementar el elemento visual, se eligió una tipografía simple y fina para que se de fácil lectura y también con el fin de no quitarle el protagonismo al isotipo y captar la atención de las personas directamente en el.

### Tipografía

Typewriter\_Condensed Bold

Typewriter\_Condensed Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789 (!@#\$%&.,?:;)

Figura 5: Tipografía del logo “El Faro”

En cuanto a los colores, se escogieron 3, que fueron utilizados para toda la identidad visual y el material de identidad corporativa. El azul, se lo utilizó como principal color para

representar el océano en donde usualmente se encuentran los navegantes pero también significa grandeza y libertad; el amarillo es un color alegre que le da el toque energético y el anaranjado es un color que la mayor parte del tiempo se lo asocia con la creatividad según Eva Heller en su libro psicología del color, y la motivación que es la cual se necesita resurgir en este proyecto.



*Figura 6: Pantones del logo "El Faro"*

Una vez establecida la identidad e imagen que representa al proyecto, se realizaron una serie de piezas de identidad gráfica que ayudaron a complementar talleres y actividades que se elaboraron durante todo el proceso, invitaciones, pasaportes, estampas, actas de compromiso, membretes, rollups, photo booth, stickers, rifas, habladores, afiches, mailings, boceto de mueble de biblioteca, camisetas, tarjetas, diplomas y trofeos.

Antes de realizar los talleres se necesitaba tener un grupo definido con el cual se pueda trabajar, se plantearon 10 talleres y para eso no se podía variar con los adolescentes porque era necesario contar la misma presencia de cada uno para evaluar el proceso de motivación que estaban receptando, si era bien empleado e identificar por cuál formato de lectura se inclinaban más. Es por esta razón que se invitó a todos los integrantes de edades entre los 11 a 15 años del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil ubicado en Bastión Popular a formar parte del proyecto, se identificó que no todos se iban a inscribir pero de

igual forma se tuvo la certeza de que se logró conseguir un buen grupo con el cual trabajar. Para esto se elaboró esta invitación;



Figura 7: Invitación a adolescentes a formar parte del proyecto “El Faro”

El concepto de la invitación era representar un separador de libro, el cual se imprimió de lado y lado, plastificado, realizó un orificio y se puso una pequeña tira en la parte superior central. La idea era dar una pista a estos adolescentes a pesar de que dentro de la invitación ya se mencionaba que se iba a realizar talleres de lectura pero más allá, era representarlo y engancharlos con algo mucho más simbólico.

Una vez inscritos los 22 adolescentes en los talleres de lectura del proyecto “*El Faro*” se pudo observar lo que se necesitaba de ellos para representar nuestro proyecto y para esto se planteó una estrategia de comunicación la cual le han enseñado a los alumnos de la carrera de Comunicación Social durante sus 4 años universitarios, nada con un grado de dificultad alto pero tampoco muy sencillo de plantear. Para el desarrollo del proyecto y la continuidad de los

talles e incluso la misma motivación de los adolescentes se debía involucrarlos en el proceso, no solo con lectura sino apersonandose también del mismo proyecto.

### **3.1 Estrategia de comunicación**

Para realizar una estrategia de comunicación se estableció lo siguiente;

**Antecedentes:** Antecedentes y contexto del proyecto del que se desprende la experiencia a sistematizar (*Punto 1, página 6-14*).

**Investigación:** Matriz de marco lógico y Matriz operativa (*Anexo 1*).

**Objetivo:** El objetivo principal del proyecto es que resurja esa motivación perdida o disminuida en cada uno de los 22 adolescentes entre 11 a 15 años de edad hacia la lectura.

**Insight:** Existe un quiebre en la adolescencia hacia la lectura debido la inclinación de los adolescentes hacia distintas actividades que les resulta más a gusto o satisfactorias.

**Concepto de comunicación:** Los barcos que salen de la orilla tienen la capacidad de navegar con amplia visión del panorama en agua calmadas, al llegar a alta mar el camino se torna turbio e inestable y los barcos que antes veían con claridad necesitan de un faro para poder guiarse y encontrar un camino.

**Concepto creativo:** “*Un viaje de mil millas empieza siguiendo la luz de un faro*”.

**Reason why:** Como ya se lo ha mencionado, estos adolescentes durante este proceso de los talleres deben no solo involucrarse sino sentirse parte de, y para esto ellos se encuentran en esta etapa en donde ya zarparon hacia alta mar y al encontrarse en aguas

turbias, nuestro proyecto con la luz del faro (*que representa la lectura*) los motive a que vuelva a nacer este interés por el mismo.

Luego, de establecer estos conceptos y estrategias para poder llevar y manejar una mejor línea de comunicación se elaboró un pasaporte. Este pasaporte es personalizado para cada uno de los integrantes del proyecto, que contiene 22 páginas, en donde inicia con su respectiva portada, luego plasma nuestro concepto de “*Un viaje de mil millas empieza siguiendo la luz de un faro*”, y continua con una ficha de datos, así como la de un pasaporte en donde se deben llenar casillas con información como; nombre, apellidos, edad, nacionalidad, fecha de nacimiento, fecha de emisión, fecha de expiración entre otros datos. Esto era una representación simbólica del proyecto, esto por más pequeño que sea era una herramienta de compromiso con cada uno de ellos ya que luego de la página de los datos, empezaba la verdadera aventura de tener que llenar cada una de las páginas contando todo lo aprendido en cada uno de los 10 talleres y para que resulte más dinámico e interactivo, se elaboraron pequeñas estampas que representaban cada taller. Adicional a eso, se elaboró un sello personalizado con el logo del faro y también se dejó una casilla en blanco para la firma del capitán del barco. Es decir, que una vez culminada la actividad, los adolescentes pegaban su estampita en el pasaporte, procedían a que uno de los integrantes lo selle y terminaban con la firma del capitán (*cualquiera de los integrantes del grupo*).



Figura 8: Pasaportes del proyecto “El Faro”



Figura 9: Estampas de pasaportes del proyecto “El Faro”

La estampas contienen íconos relacionados a elementos de navegar, mar, barcos etc. Estos fueron impresos en papel stickers y troquelados de manera individual para uso de cada uno de los adolescentes. También se elaboraron actas de compromiso, las cuales se les hicieron firmar en el primer taller para que realmente se sientan comprometidos a la asistencia de todos los sábados.



Figura 10: Acta de compromiso del proyecto “El Faro”

En conjunto a las piezas de identidad gráfica ya mencionadas, se elaboraron membretes los cuales nos ayudarán a identificar a los adolescentes ya que debían poner sus respectivos nombres. Se creó un Roll up, con presencia de marca, en este caso el logo del proyecto y con su cuenta de instagram, se realizó este material con el fin de que sea sencillo, de fácil lectura, visualmente atractivo y con facilidad de uso a las distintas actividades a realizar. También, se elaboró un photobooth, el cual fue utilizado durante los talleres de lectura para tener un contenido más agradable con elementos del proyecto.



Figura 11: Membretes del proyecto “El Faro”



Figura 12: Roll Up del proyecto “El Faro”



Figura 13: Photobooth del proyecto “El Faro”

Para financiar el proyecto, se vendieron alrededor de 300 galletas, para la cual se decidió realizar *branding* con stickers de nuestro logo.



Figura 14: Stickers para galletas del proyecto “El Faro”

Adicional, se realizaron 500 rifas en donde colaboraron con productos 29 marcas; Aleli, Soulboards Ecuador, Atman yoga, Moonstone, Pimiento Clothing, Fulgore, Delilú, Zambaí Shack, Il Buco, Bamboo Smile, One Functional Training, Seaside, Frankies Snacks Deshidratados, Pasol, Monva, Cultura Açai, Dulce Bela, Volátil, Ropa Gallardo, Nano, Miyako, Baking ideas, Chihuahuas Mexican Food, Kandú, Lemonade Gallery, Apnea Guayaquil, Simplicity Works, Ella by Raffaella y Anis brownies.



Figura 15: Rifas para financiar el proyecto “El Faro”

Los principales canales de comunicación de las rifas fueron la red social instagram del proyecto @elfaro2019 y las redes de cada uno de los integrantes del grupo como facebook, instagram y whatsapp. También, facilitó bastante la gestión de la venta el boca a boca de las personas que compraban.

Al finalizar las rifas, se recaudó la suficiente cantidad de dinero para financiar el proyecto. Como parte del mismo, se decidió implementar una biblioteca dentro del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil (CAIRG), ya que no contaba con una y adicional a eso muchos de los adolescentes que formaban parte comentaban que nunca habían visitado una.

Este fue uno de los aportes más grande como proyecto que se realizó, al ser así se decidió que se debería implementar debía ser algo simbólico también que represente y genere recordamiento del proyecto, es por esta razón que en conjunto con la marca Solid Ecuador, Melina Armijos (*Diseñadora de interiores*) y Ricardo Armijos (*Arquitecto*) se planteó un concepto de mueble de biblioteca personalizado con la forma de un faro y los colores de la gráfica visual del proyecto.

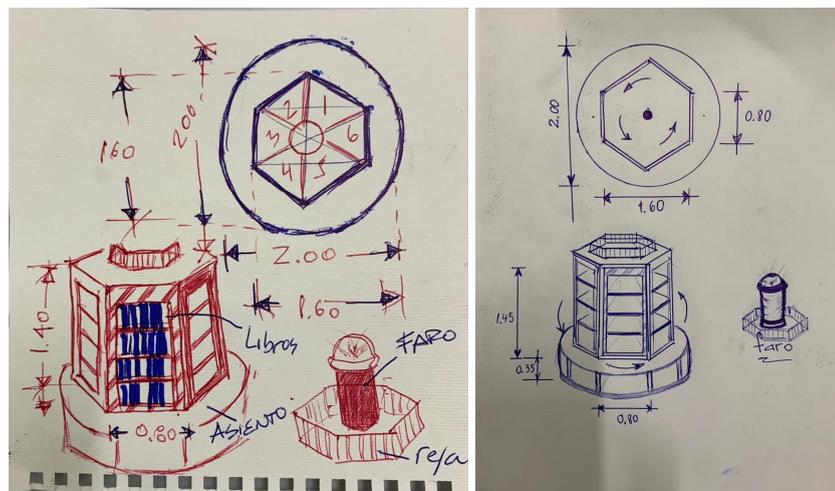


Figura 16: Bocetos de mueble de biblioteca para el proyecto “El Faro”



Figura 17: Referencia visual del mueble de la biblioteca para el proyecto “El Faro”

Al tener un mueble de biblioteca en proceso de construcción, se necesitaba a la par conseguir libros. Para esto se implementó una pequeña campaña de donación de libros que duró 1 mes y medio, en donde Biscuits by Nané, Atman Yoga, Workshop Coworking y la Universidad Casa Grande se convirtieron en nuestros principales aliados y fueron centros de acopio para la recolección de libros. Nuestros canales de comunicación, al igual que las rifas fueron la red social Instagram del proyecto @elfaro2019 y las redes como Facebook, Instagram y whatsapp de los integrantes del grupo pero para complementarlo se realizó un mailing masivo con cada uno de los alumnos de la Universidad Casa Grande cada Viernes de la semana del tiempo que duraba la campaña y habladores en los centros de acopio. Adicional, las marcas aliadas también ayudaron con la comunicación publicando artes en las historias de sus redes sociales. Workshop Coworking, en colaboración tuvimos la idea de realizar charlas de distintos temas en donde la entrada sea la entrega de un libro. Al igual que Atman yoga, accedió a que todos los miércoles del tiempo que dure la campaña tendría clases de prueba que podían ser canjeadas con la entrega de un libro.



Figura 18: Hablador de donación de libros del proyecto “El Faro”



Figura 19: Mailing de donación de libros del proyecto “El Faro”



Figura 20: Evento de Workshop Coworking para donación de libros del proyecto “El Faro”

En la participación de la V Feria Internacional del libro, se utilizó los mismos canales y medios de comunicación a excepción de los habladores, en esta ocasión se utilizaron afiches un recurso un poco más tradicional pero más directo, los cuales se repartieron por toda la Universidad Casa Grande. Para este evento, se realizaron camisetas para cada uno de los miembros y adolescentes participantes del proyecto, ya que al ser un evento grande y masivo se tuvo como principal objetivo identificar a cada uno de los chicos con mayor facilidad pero al mismo tiempo que las personas que nos observen se cuestionen porque todos estaban vestidos de una misma manera. Para las actividades realizadas, se elaboraron unas

mazo de 100 tarjetas de imágenes sacadas de internet específicamente del juego “Dixit” en donde la dinámica era que recibías 3 cartas y debes crear una historia haciendo referencia a lo que observabas.



Figura 21: Afiche de participación/invitación a la Feria del libro con el proyecto “El Faro”



Figura 22: Mailing de participación/invitación a la Feria del libro con el proyecto “El Faro”



Figura 23: Opciones de camisetas para la Feria del libro del proyecto “El Faro”



Figura 24: Mazo de cartas de actividad en Feria del libro con el proyecto “El Faro”

#### 4. Análisis, interpretación crítica de la experiencia y evaluación de resultados

##### 4.1 Aprendizajes generados

*Aprendizajes generados, desde el análisis anterior se hace necesario responder a ¿Cómo se podría mejorar esa práctica? Esto significa generar recomendaciones al objeto sistematizado y al proyecto del que se desprende.*

Considero que el proyecto El Faro logró tener un impacto positivo en el barrio urbano de Bastión Popular no solo en los adolescentes que participaron sino en sus padres y la comunidad que los rodea. Sin embargo hay varias sugerencias que se pueden plantear para la mejora del mismo; empezando por las ediciones del proyecto. Sin duda alguna, es uno de los Proyectos de Aplicación Profesional más antiguos pero la mayor parte del tiempo te limita a plantear nuevas problemáticas o caminos a solucionar, ya que consideras que todo está hecho

o que ya no se puede mejorar. A la par de esto, muchas de estas ediciones son abandonadas por los grupos pasados y al estar nuevos integrantes piensan que deben de superar lo ya trabajado cuando se puede trabajar sobre el mismo contenido y mejorarlo, más aún con una investigación ya realizada.

En cuanto al grupo interdisciplinario, es de suma importancia que si un mismo grupo va a contar con la cantidad de 5 o 6 estudiantes se considere un poco más de variedad de carreras. Si bien es cierto, este grupo fue bastante variado con respecto a las carreras pero si fue necesario integrar alguien de diseño gráfico o comunicación audiovisual, ya que como proyecto exige y demanda gran cantidad de contenido para respaldar, complementar y fortalecer las estrategias empleadas. En este caso en particular, tuve que desenvolver y poner en práctica mis habilidades de diseño gráfico ya que era una de las integrantes con más inclinación o con afinación hacia esa carrera. Es importante al momento de manejar una línea gráfica, que se mantenga visualmente atractiva y que la estética y genere recordamiento en la mente de las personas.

Otra recomendación que puede beneficiar en un futuro no solo este proyecto sino a varios, son las colaboraciones y auspicios de marcas. Hoy en día, las marcas están encaminando su imagen a algo más socialmente responsable. Hubo un par de proyectos que

contaron con el apoyo monetario de organizaciones, se cree que no todos los proyectos de Aplicación Profesional los necesita, pero es un pensamiento erróneo. Estos proyectos generan gastos, y son gastos que deben ser financiados por los mismos integrantes del grupo. Se puede implementar alianzas estratégicas con marcas que busquen integrar la responsabilidad social en su empresa o simplemente generar un impacto positivo en la sociedad, integrando en su plan de marketing anual o valor monetario que sea destinado a las personas que trabajan en PAPS. Caso contrario, el mismo grupo puede elaborar una estrategia en donde solicite la colaboración de una marca a financiar el proyecto.

#### **4.2 Autoevaluación**

*Autoevaluación del proceso, ansiada en su experiencia individual de trabajo y su contribución académica y profesional al equipo interdisciplinario. Este apartado es el único, de todo el documento, que puede escribirse en primera persona.*

Cuando me enteré que era una alumna apta para entrar al proceso de titulación, en ese transcurso me mantuve siempre firme y decidida a realizar investigación, a medida que iba pasando el tiempo, que iban presentando los temas y que entraban más a profundidad, me di cuenta que la investigación definitivamente no era lo mío. Es cierto que estaba cansada de trabajar en equipo y depender de más personas para cualquier actividad, pero a su vez, no podía perder la última oportunidad que me brindaba la universidad de trabajar en conjunto

con varias personas y marcar una huella en el trabajo que íbamos a realizar. Era momento de seleccionar en qué PAP (*Proyecto de Aplicación Profesional*) querías participar y claro, me dejé llevar por los títulos bonitos y que a simple vista podía deducir que iban a ser fáciles, pero es ahí cuando la vida te juega en contra, hice todo al revés, recibí un correo en donde era parte del PAP Jaula Abierta, pero lo que no sabía es que Jaula Abierta era mi última opción, sí, literalmente la última. A pesar del mal porque de verdad la pase mal pensando en que iba a hacer yo en este proyecto y cómo podía aportar, es ahora cuando me doy cuenta que no me visualizo en ningún otro PAP que no haya sido este.

El Faro fue un verdadero reto para mí en varios aspectos, trabajar en un proyecto social creo que es un reto para cualquiera, merece tiempo, esfuerzo, dedicación, energía y empeño. Al iniciar el proceso me cambié de trabajo y sentía un gran miedo de no poder colaborar, trabajar o involucrarme lo suficiente. Además, en un sector vulnerable con adolescentes que viven igual o peores situaciones de las que puedes lograr a imaginar tampoco fue fácil. Fueron 22 adolescentes de edades variadas, entre los 11 a 15 años de los cuales lo primero que se te cruza a la cabeza es, edad del burro o chicos rebeldes, complicado. Durante todo el tiempo de contacto con ellos, aprendí y valoré cada una de las enseñanzas recibidas, entendí el verdadero significado de trabajar en un proyecto social y en equipo.

Trabajar en equipo es complicado, más aún si en los 4 años de la carrera te acostumbras a trabajar con personas que de alguna otra forma piensan y trabajan igual que tu. Las casualidades no existen, y definitivamente creo que la mezcla de este equipo tan interdisciplinario fue la clave del éxito. La variedad de carreras nos hizo trabajar de manera espontánea, activa y sobretodo pasiva, la sinergia que existía fue la que nos permitió llevar todo hacia una misma dirección. La capacidad de identificar cuál era el rol de cada uno en el equipo también fue de suma importancia. Cada uno puso en práctica sus conocimientos y en conjunto logramos buscar las mejores soluciones a nuestra problemática desde distintos puntos de vista. También, cada uno aportó con diversos conocimientos, estrategias, enseñanzas y tantas cosas que han aprendido a lo largo de su vida, que el beneficio del proyecto sin duda alguna fue algo muy fructíferos.

De Educación Inicial aprendí que no es fácil pararse frente a un grupo de niños, peor aún, adolescentes. Aprendí que a pesar de que pienses que solo debes estar parado frente a ellos debe de existir una planificación previa, comprendí cómo debía ser el trato, y conocí varias técnicas y estrategias para una mejor pedagogía. De Comunicación Escénica, que la interacción, la comunicación verbal y corporal son un formato para captar más la atención. Y de la mención de Marketing, definitivamente como trabajar y plantear objetivos y estrategias más reales y tangibles.

Trabajar en equipo refuerza la capacidad y la forma de ver las situaciones en las que te presentas, ver problemáticas y soluciones desde distintas perspectivas y como nos decían en primer año, "Dos cerebros piensan mejor que uno, imagínense cinco, júntense en grupo".

Gracias a este proyecto pude poner en práctica todo lo aprendido, pude hacer tangible todo el aprendizaje que en algún momento pensé o considere que no iba a ser útil. Vi y ejecuté mi carrera desde todos los puntos de vista, me empodere y apersoné totalmente del proyecto, cada aporte que realizaba lo realizaba con pasión a lo que hacíamos, soy tan perfeccionista que quería que absolutamente todo salga bien. Mi recursividad incremento en su máxima exponencia y al momento de conseguir colaboración, desarrollar ideas, crear conceptos, diseñar artes de identidad gráfica y desenvolvimiento para dar a comunicar el proyecto yo estaba ahí, en primera fila.

Definitivamente los Proyectos de Aplicación profesional son un procesos largos que demandan tiempo, pero considero que no existe experiencia ni enseñanza que lo sobrepase, mis habilidades, capacidades, virtudes e inclusive defectos tanto personal como profesional evolucionaron gracias a esto. Es importante resaltar cómo la Universidad Casa Grande te permite concluir este ciclo descubriendo problemáticas en la sociedad y brindándote la oportunidad de generar un impacto positivo.

Considero que estudiar en la Universidad Casa Grande fue una de las oportunidades más grandes que pude tener en mi vida, me siento muy agradecida por las distintas enseñanzas que me llevo de esta carrera durante los 5 años cursados. A pesar de que el resto de universidades no lo comprendan, la metodología de la Casa Grande es una de las más enriquecedoras, el aprender haciendo es una de las mejores estrategias que se pueden plantear al momento de formar a alguien en un campo de estudio.

## **5. Bibliografía**

*12. Referencias bibliográficas, al menos 25 textos que hayan sido integrales a desarrollo del proyecto y de la experiencia sistematizada. Estas deben haber sido revisadas y discutidas junto con su Guía y Asesor.*

Portada del Banco Mundial. (2019). Obtenido de <https://www.bancomundial.org/>

Biggs, P., & Lozanova, Y. (2017). THE STATE OF BROADBAND 2017: BROADBAND CATALYZING SUSTAINABLE DEVELOPMENT. Obtenido de [https://www.itu.int/dms\\_pub/itu-s/opb/pol/S-POL-BROADBAND.18-2017-PDF-E.pdf](https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/pol/S-POL-BROADBAND.18-2017-PDF-E.pdf)

José de la Cuadra. (2017). PLAN NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL LIBRO Y LA LECTURA. GUAYAQUIL.

Papalia, D. E., Wendkos Olds , S., & Duskin Feldman , R. (2009). Psicología del desarrollo: de la infancia a la adolescencia. En D. E. Papalia, Psicología del Desarrollo Papalia (pág. 12 Parte 1). México.

Tecnologías de la información y comunicaciones. (2016). Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)

La lectura en la era móvil. (2015). Obtenido de <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Mexico/miradamexico.pdf>

ASALE, R. (2019). motivación | Diccionario de la lengua española. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=Pw7w4f0>

Polanco Hernández 1, A. (2005). LA MOTIVACIÓN EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS (p. 4). Costa Rica. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/447/44750219.pdf>

RAE. (2019). REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española. Obtenido de RAE: <http://www.rae.es>

Censos, I. (2012). 3 de cada 10 ecuatorianos no destinan tiempo a la lectura. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/3-de-cada-10-ecuatorianos-no-destinan-tiempo-a-la-lectura/>

ASALE, R. (2019). faro | Diccionario de la lengua española. Obtenido de <https://dle.rae.es/faro>

El Telégrafo. (2019). Bibliotecas hospitalarias y trueque de libros fomentan lectura en niños Esta noticia ha sido publicada originalmente por Diario EL TELÉGRAFO bajo la siguiente dirección: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/bibliotecashospitalarias-libros-lectura-ninos> Si va a hacer uso de la misma, por favor, cite nuestra fuente y coloque un enlace hacia la nota original. [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec), p. 1. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/bibliotecashospitalarias-libros-lectura-ninos>

SALAZAR, S. (2005). CLAVES PARA PENSAR LA FORMACIÓN DEL HÁBITO LECTOR. Perú: Biblios Comité Editorial.

El Universo. (2018). Educa Mundo y Crear tienen talleres que fomentan la lectura, p. 1. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2018/01/18/nota/6571477/educa-mundo-crear-tienen-talleres-que-fomentan-lectura>

El Universo. (2015). Proyecto para incrementar hábito de la lectura en Guayaquil Proyecto para incrementar el hábito de lectura en la ciudad Los estudiantes durante la presentación de su proyecto en el concurso. Cortesía, p. 1. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/08/27/nota/5087189/proyecto-incrementar-habito-lectura-ciudad>

La Hora. (2018). Utilizan varias estrategias para promover la lectura, p. 1. Obtenido de <https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102202952/utilizan-varias-estrategias-para-promover-la-lectura>

El Universo. (2016). Palabra.lab está en los Ceibos, p. 1. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2016/02/04/nota/5386126/palabralab-esta-ceibos>

Jaramillo, A. (2014). Palabralab. Obtenido de <http://www.palabralab.com>

“Sin lectura no hay educación” – Ministerio de Educación. (2018). Obtenido de <https://educacion.gob.ec/sin-lectura-no-hay-educacion/>

El Telégrafo. (2017). Los rincones de lectura y un plan fortalecen el hábito en los planteles Esta noticia ha sido publicada originalmente por Diario EL TELÉGRAFO bajo la siguiente dirección: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/los-rincones-de-lectura-y-un-plan-fortalecen-el-habito-en-los-planteles> Si va a hacer uso de la misma, por favor, cite nuestra fuente y coloque un enlace hacia la nota original. [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec), p. 1. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/los-rincones-de-lectura-y-un-plan-fortalecen-el-habito-en-los-planteles>

LA LECTURA, PUERTA ABIERTA A UN MUNDO LLENO DE CONOCIMIENTO Y BENEFICIOS: Dificultades de lectura en los estudiantes de licenciatura en lengua castellana, inglés y francés de segundo, cuarto y sexto semestre, jornada diurna de la universidad de la Salle”. (2009). Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/7881/T26.09%20M538l.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Costa, J. (2012). Cambio de paradigma: la Comunicación Visual. Obtenido el 19 de octubre del 2018, de <http://foroalfa.org/articulos/cambio-de-paradigma-la-comunicacion-visual>

Segovia de Torres, E. (1993). La metodología de proyectos. Estrategias para su uso en el contexto educativo. Caracas: CEPAP/UNESR.

Hospital Fortes, C. (2019). Proyecto para incentivar la motivación a la lectura en 2do de primaria (p. 14). Barcelona. Obtenido de <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/6105/HOSPITAL%20FORTES%2C%20CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bassat, Luis. (1993) El Libro Rojo de la Publicidad (p. 98).

Costa, J. (2004). La imagen de marca. Un fenómeno social. Barcelona: Editorial Paidós. Col. Diseño.

Marín, N. (2013). Reason Why en Publicidad y Marketing. Obtenido de <https://www.reasonwhy.es/reportaje/que-es-reason-why-publicidad-marketing>

## 6. Anexos

### Anexo 1: Matriz de marco lógico y Matriz operativa

<p><b>Componente</b> <b>Causas Críticas</b></p> <p>C1: Estrategias pedagógicas y didácticas implementadas que estimularon la motivación a la lectura en adolescentes de 11 a 15 años del CAIRG.</p>	<p>*Aumento del 60% de motivación hacia la lectura en los adolescentes participantes a través de los distintos talleres pedagógicos y didácticos impartidos en el CAIRG.</p>	<p>*Aplicación de escalas de motivación antes y después del proyecto.</p>	<p>*Maestros de instituciones educativas muestran interés en conocer a su audiencia (alumnos), para de esta forma planificar su clase.</p> <p>*Dentro de las instituciones educativas públicas y privadas se da apertura a que los estudiantes puedan tener la libertad de elegir los textos que deseen incluir en su proceso educativo.</p>
<p>C2: El acceso a nuevas tecnologías fue impulsado en apoyo o complementariedad al proceso lector.</p>	<p>*6 de cada 10 adolescentes del CAIRG accede al uso de tablets dentro de la biblioteca implementada para leer fragmentos cortos o utilizar Apps instaladas relacionadas a la lectura.</p>	<p>*Registro manual y electrónico de nombre y apellido de adolescentes que acceden a las tablets antes de usarlas. (Tablets estarán programadas a través de "control parental" para que solo cumplan funciones de lectura).</p>	<p>*El Municipio desarrolla espacios atractivos y funcionales en favor de la lectura, con acceso a tecnología, disponibles para todos los usuarios.</p> <p>*El estado invierte en nuevas tecnologías para que sean implementadas en espacios de lectura.</p>
<p>C3: Padres y madres de adolescentes que forman parte del CAIRG se involucran en procesos de lectura de sus hijos.</p>	<p>*El 30% de los padres/madres de adolescentes del CAIRG participan en conjunto con sus hijos para desarrollar actividades específicas del taller y logran involucrarse en el proceso lector de sus hijos.</p>	<p>*Comparación de respuestas de entrevistas/encuestas antes y después del proyecto.</p>	<p>*Padres empiezan a desarrollar interés hacia la lectura.</p> <p>*La participación de los padres se va a mantener durante todo el tiempo que dure el proyecto.</p>

#### Matriz 2: OPERATIVA

RESULTADO 1					
	Actividades: Para componentes, indicadores, hechos, supuestos.	Ejecución de actividades	Recursos	Responsable	Tiempo
Componente 1: Estrategias pedagógicas y didácticas implementadas que aumentaron la comprensión lectora en adolescentes de 11 a 15 años del CAIRG.	Actividad 1: Se contará con el apoyo de personas expertas o profesionales (educadores, psicólogos, psicopedagogos) para asesoría en relación a las definiciones de las diferentes estrategias pedagógicas y didácticas a utilizar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se busca por medio de referencias personas expertas o profesionales en educación para lograr un primer acercamiento.</li> <li>Realizar entrevistas a cada uno de los profesionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generación de apuntes para realizar la estructura de las actividades.</li> <li>Contactos posibles para agendar entrevistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los integrantes del equipo.</li> </ul>	Una a dos semanas.
	Actividad 2: Evaluación de motivación hacia la lectura previa al inicio de talleres.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación de escala de motivación hacia la lectura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coordinación para la asistencia de la cantidad de adolescentes con los que vamos a realizar el proyecto.</li> <li>Cronograma.</li> <li>Evaluación impresa para todos los niños.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los integrantes del equipo.</li> </ul>	Primera fase del taller.
	Actividad 3: Antes de empezar los talleres se realizará una introducción a la lectura a través de la definición de gustos e intereses del grupo a	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se realizará una conversación grupal para identificar los gustos e intereses del grupo a trabajar con el fin de motivarlos e introducirlos a lo que será el taller.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reservación de espacio.</li> <li>Cronograma.</li> <li>Apoyo de material audiovisual.</li> <li>Snacks para break.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los integrantes del equipo.</li> </ul>	Primera fase del taller.

Actividad 4: Se realizarán talleres pedagógicos y didácticos a través de medios analógicos y digitales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se va dividir al grupo en dos, para estructurar los talleres tanto analógicos como digitales.</li> <li>- Planteamiento de objetivos por cada taller.</li> <li>- Estructura evaluaciones de cada taller.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préstamo o auspicio de tablets.</li> <li>- Cronograma.</li> <li>- Apoyo de material audiovisual.</li> <li>- Snacks para break.</li> <li>- Listado de asistencia.</li> </ul>	- Todos los integrantes del equipo.	Aproximadamente 6 - 8 sábados
Actividad 5: Buscar espacios creativos o al aire libre para realizar talleres de lectura/escritura con el fin de identificar si el entorno influye en el proceso de lectura.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar la mecánica del taller.</li> <li>- Realizar un listado de los posibles espacios creativos o al aire libre a los cuales se pueden asistir.</li> <li>- Solicitar permisos para poder realizar talleres dentro de estos espacios. (Si es que lo necesitamos, caso contrario seleccionar espacios en donde no necesitamos permisos).</li> <li>- Movilización de los niños.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taller.</li> <li>- Cronograma del taller.</li> <li>- Listado de lugares recreativos al aire libre.</li> <li>- Permiso para asistir a estos lugares.</li> <li>- Permiso de padres para movilizar a los niños a estos posibles lugares.</li> <li>- Movilización de los niños a los posibles lugares.</li> <li>- Snacks.</li> <li>- Listado de asistencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos (Movilización y snacks).</li> <li>- Sofía Baquerizo (Permiso de padres).</li> <li>- Andrea Rivadeneyra (Taller en general).</li> </ul>	<p>Esta actividad se realizará dentro del cronograma del taller.</p> <p>*Un día de taller completo al aire libre.</p> <p>Duración: 1 - 2 horas</p>
Actividad 6: Creación de una guía de apoyo con recomendaciones basadas en los resultados del proyecto, relacionadas a los talleres de motivación a la lectura.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar nombre del manual.</li> <li>- Segmentar el manual en base a los resultados obtenidos en el proyecto y ofreciendo recomendaciones.</li> <li>- Realizar una estrategia de difusión del manual para que</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Línea gráfica del manual.</li> <li>- Logo del manual.</li> <li>- Distribución de información del manual.</li> <li>- Recopilación de toda la información del manual.</li> <li>- Estrategia de distribución</li> </ul>	- Sandy Correa (encargada de esta actividad).	<p>Duración:</p> <p>Transcurso de todo el proyecto.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>alcance el objetivo de ser replicable.</li> <li>- Realizar los diseños con línea gráfica del proyecto.</li> </ul>	del manual.		
Actividad 7: Socialización del manual a docentes de instituciones educativas y educadores independientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar base de datos para enviarlos mailing sobre el proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas digitales.</li> <li>- Contactos del medio educativo.</li> </ul>	- Todos los integrantes del equipo	Al finalizar el proyecto.
<b>RESULTADO 2</b>				
Componente 2: El acceso a nuevas tecnologías fue impulsado en apoyo a complementación al proceso lector.	Actividad 1: Búsqueda de recursos digitales para desarrollar las actividades dentro de los talleres.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Recolección tablets por parte de Aula Abierta para uso de los talleres.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tablets.</li> <li>- Celulares.</li> <li>- In Focus.</li> <li>- Parlantes.</li> </ul>	<p>La búsqueda de material se realizará semanas previas al inicio de los talleres.</p> <p>- Todos los integrantes del equipo</p>
	Actividad 2: Talleres en los cuales se utilizarán recursos digitales y tecnológicos como herramientas que ofrecen una propuesta diferente al libro tradicional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructurar el taller.</li> <li>- A base de gustos y preferencias de los participantes del taller, seleccionar y descargar libros y textos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taller.</li> <li>- Cronograma del taller.</li> <li>- Tablets.</li> <li>- Listado de asistencia.</li> </ul>	- Todos los integrantes del equipo. (taller en general)

para uso dentro de la biblioteca que se implementará dentro del proyecto Aula Abierta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a necesitar.</li> <li>- Establecer funciones y restricciones para el uso de las tablets.</li> <li>- Implementar todos los documentos necesarios con relación al proyecto a las tablets.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>tablets.</li> <li>- Tablets.</li> <li>- Cargador de las tablets.</li> <li>- Aplicaciones (instalar).</li> </ul>	- Santiago Rodini (instalar aplicaciones)	<p>lectura en el CAIRG.</p> <p>Duración: Hasta finalizar el proyecto.</p>
Actividad 5: Generar alianzas con la Organización Reina de Guayaquil y la DASI para socializar el proyecto y lograr un mayor alcance.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Recopilación de contactos para realizar el acercamiento para promover el proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mailing.</li> <li>- Contacto directo.</li> </ul>	Sofía Baquerizo	Durante todo el proyecto
Actividad 6: Recopilación de libros donados y alianzas con lugares de entretenimiento para que las personas a través de un intercambio donen libros y reciban un servicio o producto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seleccionar posibles marcas aliadas o lugares de entretenimiento.</li> <li>- Realizar estrategia para obtener apoyo de marcas aliadas.</li> <li>- Realizar la mecánica de intercambio de libros por productos.</li> <li>- Una vez recopilado todo categorizar todos los libros obtenidos por medio de donaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Listado lugares de entretenimiento.</li> <li>- Permiso de lugares de entretenimiento.</li> <li>- Estrategia de donación o alianza.</li> <li>- Carta de alianza.</li> <li>- Estrategia mecánica entre intercambio de libro y producto.</li> <li>- Transporte para movilización de libros.</li> <li>- Listado de libros.</li> <li>- Categorización de libros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sofía Baquerizo</li> <li>- Sandy Correa</li> </ul>	<p>La recopilación de libros donados empezará de forma simultánea al taller de lectura en el CAIRG.</p> <p>Duración: 2-3 meses</p>

	<p>Actividad 7: Crear una biblioteca personalizada dentro del CAIRG, la cual contenga libros impresos y libros digitales para la difusión de lectura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Donaciones de libros.</li> <li>- Hacer un plano de la biblioteca.</li> <li>- Realizar un listado de elementos extra que se implementarán en la biblioteca.</li> <li>- Conseguir una marca que nos ayude a través de un canje cubrir los gastos de los elementos que vamos a implementar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plano de aula.</li> <li>- Plano de biblioteca.</li> <li>- Estructura de biblioteca.</li> <li>- Libros.</li> <li>- Panel de corcho.</li> <li>- Materiales escolares.</li> <li>- Permiso para creación de biblioteca.</li> <li>- Movilización para estructura de biblioteca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sofía Baquerizo</li> <li>- Sandy Correa (auspicio)</li> <li>- Francesca Garcés</li> <li>- Andrea Rivadeneira</li> <li>- María de Lourdes Pólit</li> <li>- Santiago (implementación de biblioteca)</li> </ul>	<p>Estimamos empezar la producción a finales de JULIO. Para estar listos para la Feria del Libro de Guayaquil en Septiembre.</p>
	<p>Actividad 8: Generación de contenido relevante a través de redes sociales en relación a los diferentes talleres impartidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear un concepto, imagen, contenido en torno a nuestro proyecto y a los resultados que vamos logrando para de esta forma publicarlo en redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Búsqueda de referentes para creación de concepto del proyecto.</li> <li>- Contratar un diseñador para la conceptualización del logo</li> <li>- Creación del contenido a través de cada taller impartido para generar posts.</li> <li>- Material Pop que promueva las redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Francesca Garcés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de concepto y logo: 2 semanas.</li> <li>- Creación de contenido referente al taller: Durante todo el proyecto</li> </ul>
	<p>Actividad 9: Participación en la feria del libro de Guayaquil.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso a la feria del libro de Guayaquil.</li> <li>- Elaborar propuesta para participar en la feria del libro de Guayaquil.</li> <li>- Plano de réplica de biblioteca.</li> <li>- Realizar un listado de elementos que tendrá la réplica de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propuesta para Feria de libro.</li> <li>- Permiso para feria de libro.</li> <li>- Plano de la biblioteca réplica.</li> <li>- Libros.</li> <li>- Permiso para llevar a los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos (Propuesta para feria y transporte para niños).</li> <li>- Sofía Baquerizo (Participación en la feria en general).</li> </ul>	<p>Estimamos empezar la producción a principios de agosto.</p> <p>Feria del Libro de Guayaquil: Septiembre</p>

		<p>biblioteca.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar todas las actividades que se van a realizar dentro de la Feria del libro de Guayaquil.</li> </ul>	<p>niños.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades que realicen los niños.</li> <li>- Cronograma de las actividades.</li> <li>- Transporte de los niños.</li> </ul>		
<b>RESULTADO 3</b>					
<p>Componente 3: Padres y madres de adolescentes que forman parte del CAIRG se involucran en procesos de lectura de sus hijos.</p>	<p>Actividad 1: Excursión padres e hijos a una biblioteca, con la finalidad de seleccionar un libro en conjunto para posteriormente realizar actividades relacionadas a este libro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Citar a los padres para la excursión.</li> <li>- Realizar un listado de los padres e hijos para tomar asistencia.</li> <li>- Hacer un listado de los libros seleccionados, clasificados por cada padre e hijo.</li> <li>- Planear las actividades entre padres e hijos en base al libro seleccionado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Invitación a padres.</li> <li>- Listado de padres para asistencia.</li> <li>- Libros.</li> <li>- Listado de clasificación de libros entre padres e hijos.</li> <li>- Listado de actividades.</li> <li>- Cronograma de actividades.</li> <li>- Snacks.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos (Snacks).</li> <li>- Francesca Garcés (excursión en general)</li> </ul>	<p>Se escoge una fecha tentativa para realizar la excursión.</p> <p>Fecha posible: Septiembre (Posterior a la feria del libro de Guayaquil)</p>
	<p>Actividad 2: Charla dirigida a padres dictada por un profesional para dar a conocer los beneficios de la lectura y la importancia de los padres en el proceso lector de sus hijos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conseguir profesional para que dicte la charla.</li> <li>- Realizar un listado de los beneficios que brinda la lectura.</li> <li>- Seguir la charla en orden de los beneficios de la lectura que queremos comunicar.</li> <li>- Invitar a los padres a la charla.</li> <li>- Hacer un listado con los nombres de los padres para tomar asistencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesionales que dicten la charla.</li> <li>- Listado de beneficios de la lectura.</li> <li>- Listado de padres para asistencia.</li> <li>- Invitación a padres.</li> <li>- Charla interactiva.</li> <li>- Cronograma de la charla.</li> <li>- Certificado por asistir a la charla.</li> <li>- Snacks.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos. (Estaremos a cargo de esta actividad).</li> </ul>	<p>Esta actividad se realizará dentro del cronograma del taller.</p> <p>Duración: 1 hora</p>





