



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

Proyecto Técnico previo a la obtención del Título de Licenciado en Diseño  
Gráfico

**“Motion Graphics sobre la adicción a las redes sociales dirigido a los  
estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Nuevo Mundo”.**

**Autor:** Genaro Daniel Rodríguez Dávalos

**Tutor:** Mg. Fernando Rodrigo Fabara Sánchez

**Ambato – Ecuador**  
**Enero, 2024**

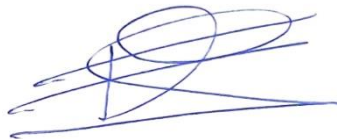
## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Integración Curricular sobre el tema: “**Motion Graphics sobre la adicción a las redes sociales dirigido a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Nuevo Mundo**” del alumno Genaro Daniel Rodríguez Dávalos, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, considero que dicho Proyecto de Integración Curricular bajo la Modalidad de Proyecto Integrador ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software de similitud de contenidos, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo, ante el organismo pertinente para ser sometido a la evaluación de los profesores calificadores designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad

Ambato, enero 2024

**TUTOR**



.....  
Fernando Rodrigo Fabara Sánchez

C.C.: 1804635934

## AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Genaro Daniel Rodríguez Dávalos con cédula de ciudadanía No 1850625821, declaro que los criterios emitidos en el trabajo de integración curricular, Modalidad de Proyecto Integrador bajo el tema: “**Motion Graphics sobre la adicción a las redes sociales dirigido a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Nuevo Mundo**”, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos y conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de integración curricular.

Ambato, enero 2024

AUTOR



.....  
Genaro Daniel Rodríguez Dávalos

C.C.: 1850625821

## DERECHOS DE AUTOR

Yo, Rodríguez Dávalos, Genaro Daniel con C.C.: 1850625821 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **“MOTION GRAPHICS SOBRE LA ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DE LA UNIDAD EDUCATIVA NUEVO MUNDO”** autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de integración curricular o parte de él, un documento disponible con fines netamente académicos para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo una licencia gratuita e intransferible, así como los derechos patrimoniales de mi proyecto de Integración Curricular a favor de la Universidad Técnica de Ambato con fines de difusión pública; y se realice su publicación en el repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, siempre y cuando no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor/a, sirviendo como instrumento legal este documento como fe de mi completo consentimiento.

Ambato, enero y 2024

## AUTOR



.....  
Genaro Daniel Rodríguez Dávalos

C.C.: 1850625821

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Integración Curricular, Modalidad de Proyecto Integrador sobre el TEMA “**MOTION GRAPHICS SOBRE LA ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DE LA UNIDAD EDUCATIVA NUEVO MUNDO**” de (Genaro Daniel Rodríguez Dávalos) estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, de la Facultad de Diseño y Arquitectura de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, enero y 2024

Para constancia firman

---

**PRESIDENTE**

**C.C.**

---

Mg. Galo Álvaro Tibán Perdomo  
**MIEMBRO CALIFICADOR**  
**C.C. 1804161022**

---

PhD. Andrea Daniela Larrea Solórzano  
**MIEMBRO CALIFICADOR**  
**C.C. 1718993718**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto se lo dedico especialmente a Jesús, quien me da la fuerza y la creatividad para poder alcanzar mis objetivos; y también a mis padres, quienes han trabajado arduamente por darme la oportunidad de estudiar y así prepararme para el mundo profesional.

*Genaro Daniel Rodríguez Dávalos*

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios por permitirme culminar mis estudios, a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional, a todos los amigos y familia que estuvieron presentes en esta instancia. De igual forma, expreso mi gratitud a todos los profesionales que aportaron con su conocimiento, especialmente al Mg. Fernando Fabara por guiarme en el proceso técnico y conceptual del presente proyecto.

*Genaro Daniel Rodríguez Dávalos*

## ÍNDICE DE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	xx
CAPÍTULO I.....	1
1. ANTECEDENTES.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.1. Contextualización.....	2
1.2.2. Árbol de Problemas.....	6
1.3. Justificación del proyecto.....	6
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1. Objetivo general.....	7



1.4.2.    Objetivos específicos .....	7
CAPÍTULO II .....	8
2.    MARCO REFERENCIAL.....	8
2.1.    Estado de la cuestión .....	8
2.2    Enfoque social del diseño.....	13
2.3    Marco conceptual .....	14
2.4    Redes conceptuales.....	15
2.4.1    Motion Graphics.....	17
2.4.2    Tipos de Motion Graphics.....	17
2.4.3    Animación Digital.....	18
2.4.4    Animación 2D.....	19
2.4.5    Principios de Animación.....	20
2.4.6    Producción Audiovisual.....	22
2.4.7    Guion.....	23
2.4.8    Storyboard.....	23
2.4.9    Dirección de arte .....	24
2.4.10    Animática .....	25
2.4.11    Transiciones .....	25
2.4.12    Musicalización y sonorización.....	26
2.4.13    Voiceover .....	26
2.4.14    Adicción a las redes sociales.....	27
2.4.15    Diseño adictivo.....	29
2.4.16    Refuerzo positivo intermitente.....	29
2.4.17    Trastornos adictivos .....	30

2.4.18	Trastornos adictivos con sustancias .....	31
2.4.19	Trastornos adictivos sin sustancias .....	32
2.4.20	Adicciones conductuales.....	32
2.4.21	Adicción a Internet.....	33
2.5	Marco Legal.....	34
CAPÍTULO III .....		37
3.	INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.....	37
3.1.	Análisis externo.....	37
3.1.1.	Análisis PEST .....	37
3.1.1.1.	Político.....	37
3.1.1.2.	Económico .....	39
3.1.1.3.	Social .....	40
3.1.1.4.	Tecnológico .....	41
3.1.2.	Tendencias.....	42
3.1.3.	Segmentación del mercado potencial.....	43
3.1.4.	Análisis del sector y del mercado de referencia.....	44
3.1.5.	Índice de saturación del mercado potencial .....	44
3.2.	Análisis Interno .....	45
3.2.1.	Análisis FODA.....	45
3.2.1.1.	Fortalezas .....	45
3.2.1.2.	Oportunidades.....	45
3.2.1.3.	Debilidades .....	46
3.2.1.4.	Amenazas.....	46
3.2.1.5.	Cuadro resumen del análisis FODA .....	47

3.3. Rentabilidad.....	48
CAPÍTULO IV .....	49
4. DISEÑO METODOLÓGICO.....	49
4.1. Método.....	49
4.2. Enfoque del Proyecto .....	49
4.2.1. Enfoque Cuantitativo .....	49
4.2.2. Enfoque Cualitativo .....	50
4.3. Modalidad.....	50
4.3.1. Investigación Bibliográfica Documental.....	50
4.3.2. Investigación de Campo.....	50
4.4. Nivel o Tipo de Investigación .....	50
4.4.1. Investigación Explorativa.....	50
4.4.2. Investigación Descriptiva.....	51
4.5. Población y muestra .....	51
4.6. Análisis e interpretación de resultados .....	51
4.6.1. Tabulación de entrevista a profesional del DECE Institucional .....	52
4.6.2. Tabulación de entrevista al Inspector General de la institución .....	52
4.6.3. Tabulación de entrevista a un docente de la institución.....	53
4.6.4. Tabulación de entrevistas a profesionales de la animación .....	54
4.6.5. Tabulación de la encuesta dirigida al público objetivo .....	62
4.6.6. Análisis de fiabilidad del cuestionario (ARS).....	65
4.6.7. Análisis Descriptivo del cuestionario (ARS) .....	66
4.6.8. Resultados relevantes del cuestionario (ARS) .....	68
4.6.9. Triangulación de variables .....	75

CAPÍTULO V .....	78
5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....	78
5.1. Descripción general del proyecto .....	78
5.1.1. Concepto (Identidad del producto y/o servicio).....	78
5.1.2. Descripción Técnica del producto y/o servicio .....	79
5.1.2.1. Acabados.....	79
5.1.2.2. Composición .....	80
5.1.2.3. Jerarquía.....	82
5.1.2.4. Funcionalidad.....	82
5.1.3. Expresión creativa - puntos clave .....	82
5.1.4. Valor agregado / propuestas de valor.....	83
5.1.5. Materiales e Insumos y/o productos y servicios .....	84
5.1.6. Presupuesto .....	85
5.1.7. Construcción del prototipo.....	86
5.1.7.1. Guion literario.....	87
5.1.7.2. Storyboard.....	88
5.1.7.3. Styleframes .....	90
5.1.7.4. Voiceover.....	92
5.1.7.5. Prototipo final .....	92
CAPÍTULO VI.....	95
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	95
6.1. Conclusiones.....	95
6.2. Recomendaciones.....	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	97

Comunicaciones personales.....	105
Documentales y producciones audiovisuales .....	105
ANEXOS.....	106

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de Problemas.....	6
Gráfico 2 Jerarquización de Variables .....	14
Gráfico 3 Redes Conceptuales - Variable Independiente .....	15
Gráfico 4 Redes Conceptuales - Variable Dependiente.....	16
Gráfico 5 Tabulación de datos - Sexo.....	62
Gráfico 6 Tabulación de Datos - Edad.....	63
Gráfico 7 Tabulación de Resultados - Red social más utilizada.....	65
Gráfico 8 (ARS) - Dimensión 1 .....	66
Gráfico 9 (ARS) - Dimensión 2 .....	67
Gráfico 10 (ARS) - Dimensión 3 .....	67
Gráfico 11 Total - Adicción a las redes sociales.....	68
Gráfico 12 Barras - Ítem 4 .....	69
Gráfico 13 Barras - Ítem 9 .....	71
Gráfico 14 Barras – Ítem 10.....	72
Gráfico 15 Barras - Ítem 17 .....	73

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Formato de zona segura .....	80
Imagen 2. Paleta de colores.....	81
Imagen 3. Familia tipográfica San Francisco.....	81
Imagen 4. Storyboard 01 .....	88
Imagen 5. Storyboard 02.....	89
Imagen 6. Storyboard 03 .....	89
Imagen 7. Storyboard 04.....	90
Imagen 8. Styleframes 01.....	90
Imagen 9. Styleframes 02.....	91
Imagen 10. Styleframes 03.....	91
Imagen 11. Edición de voz en off en Adobe Audition.....	92
Imagen 12. Proceso de animación en Adobe After Effects .....	93
Imagen 13. Postproducción de audio en Adobe Premiere Pro.....	93
Imagen 14. Captura 01 - Prototipo final.....	94
Imagen 15. Captura 02 - Prototipo final.....	94

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de Motion Graphics.....	17
Tabla 2. Los 12 principios de animación .....	20
Tabla 3. Segmentación del Mercado Potencial.....	43
Tabla 4. Resumen del análisis FODA .....	47
Tabla 5. Análisis de entrevista a profesional del DECE .....	52
Tabla 6. Análisis de entrevista al Inspector General.....	52
Tabla 7. Análisis de entrevista a un docente .....	53
Tabla 8. Análisis general de entrevistas a funcionarios de la institución.....	53
Tabla 9. Pregunta 1 - Entrevista a profesionales de la animación .....	54
Tabla 10. Pregunta 2 - Entrevista a profesionales de la animación .....	55
Tabla 11. Pregunta 3 - Entrevista a profesionales de la animación .....	56
Tabla 12. Pregunta 4 - Entrevista a profesionales de la animación .....	57
Tabla 13. Pregunta 5 - Entrevista a profesionales de la animación .....	58
Tabla 14. Pregunta 6 - Entrevista a profesionales de la animación .....	59
Tabla 15. Pregunta 7 - Entrevista a profesionales de la animación .....	61
Tabla 16. Sexo de los estudiantes .....	62
Tabla 17. Edades de los estudiantes.....	63
Tabla 18. Red social más utilizada.....	64
Tabla 19. Estadísticas de fiabilidad.....	65
Tabla 20. Análisis Descriptivo del ARS .....	66
Tabla 21. Ítem 4 - Análisis de frecuencias.....	69
Tabla 22. Ítem 9 - Análisis de frecuencias.....	70
Tabla 23. Ítem 10 - Análisis de frecuencias .....	71
Tabla 24. Ítem 17 - Análisis de frecuencias.....	73
Tabla 25. Triangulación de variables .....	75
Tabla 26. Materiales e insumos.....	84
Tabla 27. Presupuesto de los materiales .....	85
Tabla 28. Presupuesto de la etapa de diseño .....	85



Tabla 29. Presupuesto total .....86

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto se centra en informar a través del diseño de Motion Graphics sobre la adicción a las redes sociales, dentro del cual los beneficiarios son los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Nuevo Mundo, localizada en Izamba. Dicha institución considera de suma importancia la calidad de vida de su plantel y su salud mental en general, por lo que frecuentemente suelen realizar actividades de socialización enfocadas en la integridad y bienestar estudiantil. Referente al proyecto, la problemática es abordada bajo el método inductivo-deductivo, en complemento con un enfoque cualitativo y cuantitativo, al implementar técnicas de recopilación de información tales como entrevistas y encuestas, con el fin de conocer la situación actual que presentan los estudiantes con respecto al modo de uso que le dan a sus redes sociales. Los resultados obtenidos relevaron un nivel de adicción bajo a moderado por parte de los estudiantes, asimismo; se demostró que las redes sociales se encuentran presentes en los hábitos rutinarios de los jóvenes, cumpliendo los patrones que generan adicción hacia dichas tecnologías. Por su parte, el producto audiovisual comunicó el mensaje de forma eficiente y mantuvo la atención de la audiencia, posibilitando así que los jóvenes se informen sobre la temática presentada.

**PALABRAS CLAVES:** ADICCIÓN, REDES SOCIALES, MOTION GRAPHICS, ADOLESCENTES

## **ABSTRACT**

This project focuses on informing through the design of Motion Graphics about social media addiction, within the beneficiaries are high school students from the Unidad Educativa Nuevo Mundo, located in Izamba. This institution considers the quality of life of its staff and their mental health in general to be of utmost importance, which is why they frequently carry out socialization activities focused on student integrity and well-being. Regarding the project, the problem is addressed using the inductive-deductive method, in addition to a qualitative and quantitative approach, by implementing data collection techniques such as interviews and surveys, in order to know the current situation that students present with regarding the way they use their social media. The results obtained revealed a low to moderate level of addiction on the part of the students, as well; It is shown that social media is present in the routine habits of young people, complying with the patterns that generate addiction to these technologies. For its part, the audiovisual product communicated the message efficiently and maintained the audience's attention, thus enabling young people to become informed about the topic presented.

**KEYWORDS:** ADDICTION, SOCIAL MEDIA, MOTION GRAPHICS, TEENAGERS

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las redes sociales forman parte de la vida cotidiana de la sociedad, gran parte de estos usuarios se encuentran dentro de la adolescencia, una época crucial en su desarrollo personal y profesional. Estas plataformas cuentan con una presencia masiva en nuestra sociedad, a tal punto de que adolescentes y jóvenes han desarrollado adicciones conductuales hacia las mismas.

El presente proyecto integrador “Motion Graphics sobre la adicción a las redes sociales dirigido a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Nuevo Mundo” consta de cinco capítulos, los cuales se constituyen de la siguiente manera:

**Capítulo I – Antecedentes:** Contiene el tema del proyecto, el planteamiento del problema y su contextualización, la justificación y los objetivos tanto en general como en específico.

**Capítulo II – Marco referencial:** Al definir por qué se va a realizar el proyecto, procedemos a investigar casos de estudio previos acerca del tema, y establecer la fundamentación teórica del mismo, avalando los procesos realizados.

**Capítulo III – Investigación del mercado:** Se elabora un análisis PEST para determinar los factores externos e internos del proyecto, la segmentación del mercado, las tendencias actuales, el análisis FODA de la institución y la rentabilidad del proyecto.

**Capítulo IV – Diseño metodológico:** Se establece la metodología de investigación para el proyecto, se aplican técnicas de recolección de información tales como las encuestas y entrevistas, para posteriormente realizar el análisis e interpretación de los resultados.

**Capítulo V – Desarrollo de la propuesta:** Se presenta una descripción general del proyecto, el concepto del mismo, los recursos necesarios para su realización junto con el presupuesto y la construcción final del modelo de Motion Graphics propuesto.

**Capítulo VI – Conclusiones y recomendaciones:** Se adjunta las conclusiones obtenidas al culminar el proyecto junto con sus respectivas recomendaciones.

## **CAPÍTULO I**

### **1. ANTECEDENTES**

#### **1.1. Tema**

Motion Graphics sobre la adicción a las redes sociales dirigido a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Nuevo Mundo.

#### **1.2. Planteamiento del problema**

Las redes han desarrollado una generación hiperconectada; un grupo de individuos obsesionados con la conexión constante a través de servicios en línea. Este tipo de adicción, según Zivnуска, Carlson, Carlson, Harris y Harris (2019), es el consumo excesivo y habitual de las redes sociales, expresado en la compulsión que lleva a disminuir la realización de otras actividades.

Los jóvenes recurren a estos medios porque desean conocer a otros usuarios con la expectativa de desarrollar intimidad emocional con alguno de ellos.

Es sabido que la gran cantidad de adolescentes requieren las redes sociales de forma casi compulsiva para tener interacciones profundas, pero al mismo tiempo estas sensaciones satisfactorias se conviertan en peligrosas al convertirlos en subordinados de lo que otros opinen (Castro Guevara & Chunga Silva, 2021, pág. 12).

Cuando los adolescentes tienen ese comportamiento, tienden a exponer sus sentimientos y pensamientos más profundos, por lo que son más propensos a que la opinión de terceros condicione su estado de ánimo.

La dependencia a estas plataformas es un problema recurrente de nuestra sociedad actual, es por eso que Armaza (2023) sostiene que entre las causas de esta adicción en adolescentes se encuentra la disfuncionalidad familiar junto con la carencia afectiva que esta conlleva, la facilidad de acceso a dispositivos móviles con internet, la visión

modelada de estilo de vida cotidiano que se ofrece, y la búsqueda de información ya sea por motivos laborales o de estudio. A su vez, las consecuencias de la adicción están relacionadas con la depresión, ansiedad, baja autoestima, trastornos del ciclo de sueño, exposición al cyberbullying, bajo rendimiento académico, dificultades en sus interacciones sociales, riesgo de adicción a la pornografía, phubbing, entre otros.

Desde un punto de vista biológico, los patrones adictivos se producen por la segregación de dopamina en el cerebro, un neurotransmisor asociado al placer y a la felicidad que activa un sistema de recompensa en el individuo (Newport, 2021). Estas aplicaciones cuentan con un modo de recompensa imprevisible o conocido en psicología como un “Refuerzo positivo intermitente”, es decir, cada cierto tiempo el usuario recibirá contenido de su interés de forma inesperada ya que lo considerará más atractivo, generando en el transcurso una conducta compulsiva de “deslizamiento” en la interfaz de estas aplicaciones (Orlowski, 2020).

Debido al aumento progresivo en el uso de las mismas, se considera importante ejecutar proyectos que favorezcan la información y el diálogo entre las instituciones educativas, estudiantes adolescentes y sus respectivas familias.

### **1.2.1. Contextualización**

#### **Macro**

La población mundial es superior a los 7600 millones de habitantes, de esa cifra, más de 4000 millones se encuentran conectados a la red. Como producto de esto, el procesamiento y transmisión de datos se ha elevado junto con el uso de dispositivos electrónicos (González & Herrero, 2019).

Con el surgimiento del smartphone en 2007 junto con la posterior implementación de varias plataformas en las tiendas de aplicaciones, estos sitios se convirtieron en un servicio utilizado por gran parte de nuestra sociedad. El número de adolescentes que disponen de

un celular personal ha aumentado considerablemente. En el año 2012, Common Sense Media realizó una encuesta en donde el 41% de adolescentes era propietario de un teléfono; mientras que, en el 2018, esta cifra se elevó hasta un 89% (Richter, 2018). En la actualidad, del 93% al 97% de adolescentes con un rango de edad comprendido entre los 13 a 17 años utilizan como mínimo una red social y se mantienen activos en diferentes plataformas sociales por aproximadamente 3 horas al día (Caner, Sezer, & Başdaş, 2022).

Según lo indicado por Dixon (2023), las plataformas Meta junto con YouTube se encuentran entre los servicios con más usuarios activos por mes a nivel mundial; Facebook se posiciona como la red social más utilizada con 2,9 billones, Instagram y WhatsApp cuentan con 2 billones, mientras que YouTube tiene 2,5 billones respectivamente. Por su parte, TikTok ha aumentado su popularidad al tener más de un billón de usuarios activos hasta el mes de enero.

Sobre las preferencias del público adolescente, las plataformas de video tales como YouTube y TikTok se encuentran a la cabeza, solamente superadas por WhatsApp. Los jóvenes de 15 a 17 años utilizan WhatsApp un 32% más que el grupo de 12 a 14 años; a su vez, los pequeños utilizan TikTok un 15 a 17% más que los mayores (Graciano, 2021).

## **Meso**

Con respecto a Ecuador, se obtuvieron datos por parte del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL), en el estudio relacionado con el uso de redes en su teléfono inteligente. Entre estos datos se puede destacar que las personas entre 15 a 29 años son las que más consumen estos medios por celular con un 94,1%, seguido del grupo de menores de 15 años con un 93% respectivamente. En cuanto a géneros, los hombres son usuarios más frecuentes, con un 91,38%, en contraste con el 90,61% de las mujeres que ingresan desde su celular. Bajo un análisis demográfico también se encontró que Azuay es la provincia que más accede a dichos servicios mediante su celular por número de habitantes (94,1%), acompañado de Loja con el 93,87% y finalmente Cañar con un 93,27% (MINTEL, 2016).

Según la Encuesta Multipropósito realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2020, 7,8 millones de ecuatorianos utiliza las redes desde su celular (Peña & Herrera, 2021). El 73.3% de la población nacional de 5 años en adelante dedica todo su tiempo en línea a servicios de comunicación y medios sociales (INEC, 2021).

La pandemia ocasionada por el Covid-19 también fue un factor trascendente en los hábitos digitales de los ciudadanos ecuatorianos. Alvino (como se citó en Sánchez Cevallos, 2022, pág. 26), menciona que en Ecuador se produjo un incremento en el uso de las redes ya que las personas necesitaban transferir y revisar documentos de diferente naturaleza. La red social más usada es Facebook con alrededor de 18,50 minutos diarios en pantalla en donde se observan 8,83 páginas por cada visita de usuario.

El país ha sido testigo del auge de nuevas plataformas sociales. De acuerdo con Del Alcázar (2023), Meta se posiciona líder en Ecuador al integrar 15,7 millones de cuentas entre Facebook e Instagram; seguido de TikTok con 11,91 millones de usuarios, que en comparación con el 2022 ha tenido un crecimiento del 32% en el número de cuentas creadas, afirmándose como una de las apps más utilizadas por los ciudadanos.

### **Micro**

En el contexto local, Moscoso (2020) realizó una encuesta en la parroquia rural San Fernando del cantón Ambato, concretamente en la Unidad Educativa Tomás Martínez, los datos obtenidos revelaron que el 97% de adolescentes utilizaba varios servicios sociales, de los cuales el 59% visitaba esto sitios más de una vez en el día. Los medios más concurridos son Facebook con un 91%, WhatsApp con un 59% y finalmente YouTube con un 31,4% respectivamente. Cabe mencionar que los estudiantes encuestados utilizaban varios tipos de aplicaciones, de entre las cuales sobresalió TikTok como una nueva plataforma de videos cortos y de formato vertical, siendo así una de las nuevas distracciones del mundo digital adolescente.



Entre otras estadísticas, se menciona que el 64,1% de adolescentes no han interactuado en persona ni siquiera con la mitad de usuarios que tienen agregados en sus perfiles. A su vez, la gran mayoría de encuestados menciona que presenta información personal auténtica en sus cuentas. Además, los motivos predominantes por lo cual consumen este tipo de servicios son el entretenimiento que se ofrece (32%), y el mantener contacto con amigos y familia (30%), mostrando que los jóvenes se encuentran interesados en socializar con otros y generar momentos de ocio constantes (Moscoso, 2020).

Se han realizado distintas actividades de socialización acerca de esta temática. En 2018, la Fundación Telefónica Movistar en colaboración con Voluntarios Telefónica desarrollaron más de 21 talleres enfocados en la prevención y el manejo responsable de las redes en la ciudad de Ambato, obteniendo más de 1000 beneficiarios repartidos entre estudiantes, padres de familia, maestros y funcionarios de la zona (Fundación Telefónica Movistar, 2019).

El Gobierno Provincial de Tungurahua mediante el Grupo de Interés Barrios del Parlamento Gente desarrolló una conferencia virtual enfocada en concientizar sobre herramientas y medios digitales, sus beneficios y amenazas, además de las pautas para lograr un uso adecuado de las mismas. Con respecto a los riesgos en adolescentes, se mencionó que un uso indebido de los dispositivos electrónicos puede generar problemas emocionales y cognitivos, distracción constante, junto con trastornos alimenticios y de los ciclos de sueño (Gavilanez, 2022).

Conforme a la investigación realizada por Ramírez (2022) en la Unidad Educativa San Pío X, en donde participaron 285 estudiantes con edades entre 11 y 18 años, se reveló que en general los jóvenes presentaban un grado moderado de adicción a plataformas sociales. Entre otros datos obtenidos, los medios más utilizados para comunicarse e interactuar con otros fueron WhatsApp y Facebook, además de que la mayor parte de los chicos ingresan a las mismas por medio de su celular, en un promedio de 3 a 17 horas por día.

### 1.2.2. Árbol de Problemas

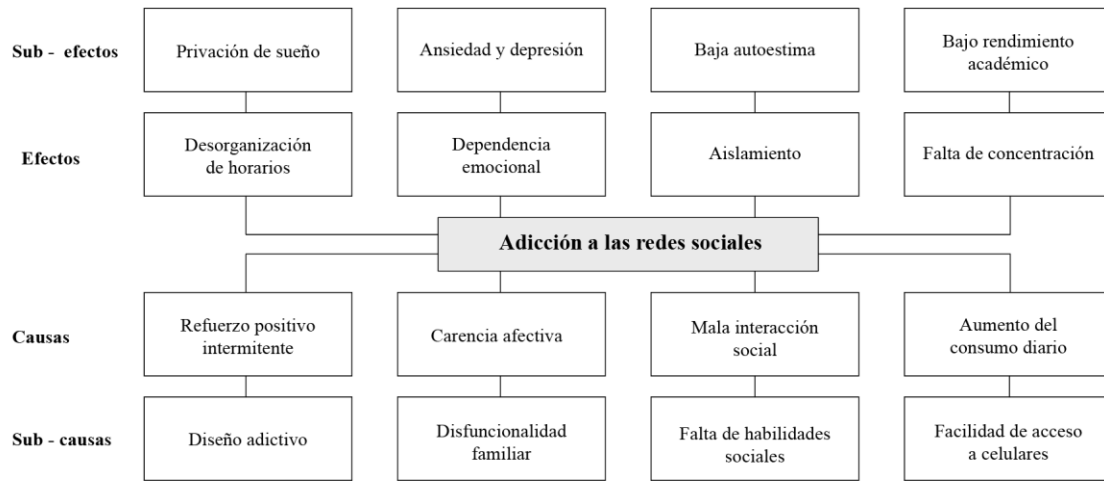


Gráfico 1 Árbol de Problemas

### 1.3. Justificación del proyecto

La Unidad Educativa Nuevo Mundo, localizada al norte de Ambato en el sector de Izamba, ha servido en el campo de la educación por más de dos décadas. En los últimos años, se ha dado gran importancia al cuidado de la salud mental de sus estudiantes, es por eso que se ha mencionado el patrón de consumo de estas tecnologías dentro de los jóvenes como un tema a tratar dentro de la Unidad Educativa.

Los adolescentes y jóvenes son consumidores diarios de las actividades en línea, el exceso de tiempo en su uso ha causado que tengan problemas con su autoestima, socialización, ciclos de sueño y estudios. El diseño de estos servicios no favorece al desarrollo de habilidades y aptitudes, por el contrario, demanda el tiempo de sus usuarios con el fin de que consuman cada vez más su contenido. Según docentes de la institución, se han presentado casos en que ciertos jóvenes se encuentran distraídos utilizando sus perfiles sociales durante clases, por lo que se ha procedido a retener sus dispositivos móviles. Este tipo de hábito se relaciona con un bajo rendimiento académico, como consecuencia de la falta de atención hacia la asignatura.

La ejecución de este proyecto es de gran beneficio ya que incluye la participación de los estudiantes de bachillerato, busca informar sobre cómo estas tecnologías influyen en su calidad de vida, presentar un modo de uso responsable que mejore sus hábitos, estado psicológico, interacción social y rendimiento académico; siendo provechoso para el ambiente educativo y laboral de la institución.

El proyecto se estima factible, puesto que existe la apertura por parte de la institución para la realización de investigación de campo y actividades de socialización. Dentro del marco legal, el proyecto cumple con los parámetros educativos, los estudiantes tienen el derecho de recibir una formación integral y científica que aporte al desarrollo de su personalidad y capacidades. Por su parte, se cuenta con los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para la realización del proyecto.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Diseñar Motion Graphics a través de software de animación para informar sobre la adicción a las redes sociales, dirigido a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Nuevo Mundo.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Definir las causas de adicción a las redes sociales mediante un estudio bibliográfico documental.
- Reconocer la realidad de los estudiantes de la Unidad Educativa Nuevo Mundo frente al problema de la adicción a redes sociales.
- Desarrollar una propuesta de Motion Graphics a partir del análisis de los datos obtenidos en la investigación bibliográfica y de campo.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO REFERENCIAL

#### 2.1. Estado de la cuestión

La adicción por las plataformas sociales ha sido motivo de varias investigaciones y análisis, las cuales han dado conocer el impacto que estos servicios generan en distintos grupos de nuestra sociedad. A continuación, se presentan algunos estudios realizados previamente.

La tesis bajo el tema “Adicción a las redes sociales en jóvenes con edades entre los 18 a 25 años pertenecientes a la tecnología en seguridad y salud en el trabajo del centro agropecuario del SENA Regional Cauca” (Barahona, López, Luna, & Vidal, 2019), indica que se realizó una investigación con el objetivo de definir los elementos que son propensos a producir esta clase de adicción y que a su vez podrían funcionar como instrumentos de análisis en jóvenes universitarios de 18 a 25 años, quienes son uno de los grupos más vulnerables a ser influenciados por estos medios digitales. Mediante una investigación de enfoque cuantitativo, se aplicaron encuestas a 100 estudiantes para su posterior análisis en cuanto a tendencias de conducta sobre un elemento influyente. Las preguntas de la encuesta tomaron como punto de partida el cuestionario “Internet Addiction Test”, un instrumento de medición elaborado por la doctora Kimberly Young en 1998. Los resultados revelaron que el 60% de la población encuestada tenía un uso normal de estos servicios, un 40% presenta patrones de adicción, de los cuales el 20% representa un grado leve, el 14% un grado moderado y un 6% una adicción grave. Las circunstancias que apoyaron a la creación de esta adicción conductual fueron el tiempo de estancia en internet junto con la incapacidad de desconectarse, la evasión de problemas como muestra de insatisfacción con la realidad, falta de tiempo con familia y amistades, aislamiento y deseo de relacionarse con otros.

Un estudio llevado a cabo en Turquía se encargó de investigar el uso de las redes, sus patrones de adicción y los hábitos alimenticios de los adolescentes durante la pandemia de Covid-19. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y de tipo transversal, en donde

la población total del estudio fue de 346 jóvenes, quienes fueron consultados sobre su consumo horario y diario de internet, junto con sus respectivas herramientas. Los instrumentos de medición utilizados fueron “La escala de adicción a redes sociales para adolescentes”, y el “Cuestionario holandés de conducta alimentaria” para medir su comportamiento alimenticio. Si bien el estudio no encontró una relación causal directa entre las variables, se descubrió que existe cierta relación entre los desórdenes alimenticios y el uso excesivo de medios sociales. Se menciona que un mal uso de las plataformas puede ser un factor relevante en la predicción de malos hábitos y trastornos alimenticios, tales como la alimentación emocional, generada como el fin de suprimir emociones y pensamientos negativos; y la alimentación externa, basada en el hábito de comer en respuesta a la forma en que se presentó la comida hacia los sentidos. (Gümüş, Sevim, & Kızıl, 2023).

Un análisis elaborado en 2023 estudió la relación de las plataformas sociales con respecto al estrés, ansiedad y depresión. Los datos fueron obtenidos a partir de la aplicación de un modelo de ecuación estructural, que favoreció a la medición de los roles de adicción en los adultos evaluados. Además, se tomaron en cuenta factores tales como la edad, género, tiempo en línea y el uso de dispositivos móviles. Los resultados indicaron que una salud mental decadente está asociada con factores tales como la adicción conductual hacia servicios en línea y el “phubbing”, que es el acto de ignorar a otros individuos por centrar la atención solamente en la pantalla del celular. La dependencia junto con la ansiedad y el estrés fueron producto tanto de la adicción a internet como del “phubbing”, mientras que la depresión fue vinculada solamente con la adicción a la red (Ergun, Ozkan, & Griffiths, 2023).

La autora Gissela Belén Moscoso Lara (Moscoso, 2020) con su tema “Uso de redes sociales y empoderamiento adolescente” expresa que se llevó a cabo una investigación cuantitativa a través de una encuesta aplicada a los estudiantes de Colegio y Bachillerato de la Unidad Educativa Tomás Martínez, localizada en la parroquia San Fernando. El objetivo del proyecto era conocer cómo el uso de estos medios afecta al empoderamiento adolescente, expresado en su estima propia, funciones de género y autoconfianza en sus

capacidades. En esta tesis se señala que los adolescentes no tienen control en cuanto al uso que le dan a sus cuentas en redes, además de que presentan cambios en su actitud al restringir el uso de sus celulares. La confianza en ellos mismos se ve afectada por el uso desproporcionado de estas plataformas, por lo que se genera una relación inversa, mientras más se usa las redes, menos empoderamiento se tiene. Entre los datos estadísticos se expone que el 97% de encuestados usa dichas tecnologías y un 59% ingresa a sus cuentas más de una vez por día. Por su parte, las plataformas más utilizadas fueron Facebook, WhatsApp, YouTube y TikTok respectivamente.

La tesis desarrollada con el tema “Adicción a las redes sociales y su relación con la adaptación interpersonal en los adolescentes” tiene como objetivo conocer qué clase de impacto tienen estos servicios con respecto a las habilidades interpersonales de los adolescentes ambateños, para lo cual se determinó una muestra. Se procedió a realizar una investigación con enfoque cuantitativo mediante el cuestionario de adicción a redes sociales “ARS” y el cuestionario de dificultades interpersonales “CEDIA”. La población de estudio fueron 285 estudiantes con edades desde los 11 a los 18 años, pertenecientes a la Unidad Educativa San Pío X. Los datos obtenidos revelaron una correlación baja entre las variables propuesta. Sin embargo, la autora concluye que existe un grado moderado de adicción, el cual se relaciona con el tiempo promedio de uso por parte de los estudiantes, que serían entre 3 a 17 horas por día; junto con altos niveles de dificultad en cuanto a su adaptación y desarrollo interpersonal (Ramírez, 2022).

El diseño de Motion Graphics se ha visto inmerso en varios proyectos con sus respectivas temáticas, siendo de aporte en la realización de los mismos. El proyecto de tesis “Motion graphics para concienciar sobre la importancia de una alimentación saludable en niños de 4 a 8 años de edad, basada en la ingesta de frutas y verduras” (Aquino, 2018) propuso la elaboración de un Motion Graphics para dar a conocer los beneficios que una dieta basada en frutas y vegetales tiene en niños de 4 a 8 años de edad. El problema se centraba en el desconocimiento por parte de los padres de familia sobre una cultura alimentaria apropiada y cómo esto representa un riesgo para los niños al desarrollar malos hábitos alimenticios que los vuelven propensos a afecciones físicas y

enfermedades. El producto se realizó a partir de un método inductivo que recurre a las fichas de observación, complementado con la investigación bibliográfica sobre el tema. Entre los programas de diseño usados, se encontraron Adobe Illustrator, Adobe After Effects y Adobe Premiere Pro; que, junto con la aplicación de un guion personalizado, sonorización y colorización; lograron diseñar una propuesta audiovisual colorida y de estilo caricaturizado. El autor concluye que los Motion Graphics son un recurso dinámico que ayuda en el campo de la educación, específicamente en la comprensión y aprendizaje de diversos temas. Menciona a su vez la importancia de la investigación para el desarrollo de cualquier diseño audiovisual.

El autor Christian Alexis Semblantes Rosero (Semblantes, 2018) en su tema “Motion graphics que promueva la visita turística a los lugares más representativos de la ciudad de Quito” menciona que se aplicaron los Motion Graphics para realizar un video que invite al público con un rango de edad entre los 16 a 20 años a visitar los lugares icónicos de la capital ecuatoriana. Para el desarrollo del proyecto se aplicó el método investigativo Histórico – lógico junto con el Analítico – sintético, esto con el propósito de definir los lugares de mayor relevancia en la ciudad de Quito. Entre los resultados obtenidos, se resalta la importancia de una investigación previa para el desarrollo del guion. “Planificar y crear un guion donde se marquen las pautas de la animación desde las etapas primarias de preproducción es fundamental para realizar un proyecto audiovisual” (Semblantes, 2018, pág. 68). Parte de un flujo de trabajo organizado implica la creación del guion en etapas tempranas del proyecto, el cual servirá de referencia para los procesos de producción y animación posteriores. Por otra parte, se deben tomar en cuenta la teoría de los principios de animación, además de tener bases y conocimientos sobre software especializado en animación.

Un proyecto realizado en la ciudad de Guayaquil tuvo el objetivo de implementar Motion Graphics como apoyo en el desarrollo de videoclips de bandas del Género Metal locales, las cuales no son lo suficientemente reconocidas por distintos factores, entre ellos la baja calidad audiovisual de sus videos musicales. Por medio de una investigación bibliográfica, en conjunto de una tabla comparativa, se propuso a los Motion Graphics

como la técnica de animación propicia para el proyecto. La producción fue inspirada de la serie “Edad de la Ira” de Oswaldo Guayasamín, la expresión de su obra estaba relacionada con el significado que quería transmitir la canción. Esta tesis señala la importancia y los beneficios que la animación tiene en el ámbito creativo y económico de los productos de sus clientes. Campoverde & Alvarado (2020) mencionan que la animación:

(...) posibilita explorar ámbitos surrealistas, imposibles, expresivos y fuera de lo común, a diferencia de un video performativo; además de que es la mejor opción en situaciones en las que no se puede trabajar presencialmente con todo un equipo, reforzando así la producción remota, la misma que nos ofrece la facilidad de crear contenidos audiovisuales usando varias plataformas de comunicación que reducen los costes en gran manera sin descuidar la calidad del contenido. (pág. 17)

Los videos animados tienen la ventaja de poder ser elaborados por un equipo ya sea de forma presencial o virtual, facilitando la organización y entrega del producto final de acuerdo a los tiempos establecidos, reduciendo los costes de producción en el trayecto. Entre los resultados obtenidos, se menciona que el video final tuvo una duración de cuatro minutos, en donde se logró transmitir rigidez y tensión en las imágenes, de acuerdo al concepto previamente definido.

El proyecto de tesis “Motion graphics como material de apoyo para el aprendizaje en niños sobre conceptos, normas y procedimientos del entorno de una pandemia” (Peralta, 2021) presenta como objetivo el difundir conocimiento mediante un producto animado sobre los procesos de bioseguridad en niños de 6 a 8 años como acto de prevención de contagio del Covid-19 y sus estragos en la salud de los infantes. El proyecto tiene un enfoque cualitativo, puesto que se realizaron entrevistas dentro de la fase de investigación de campo como instrumento de obtención de información. La propuesta incluyó la ilustración de personajes, representando seres humanos y el coronavirus de forma caricaturizada, atractiva y simple, con el fin de que los niños comprendan que se trata de una animación. El producto audiovisual fue elaborado mediante herramientas como



Adobe Illustrator, Adobe After Effects y Adobe Premiere Pro; se optó por implantar una secuencia estandarizada de 24 fps, resolución full HD 1920x1080 y un formato MPEG4. Entre los resultados obtenidos al presentar el material a un grupo de niños se resaltan varios beneficios, estos prestaron atención a la animación y mantuvieron el silencio, repitieron ciertas palabras mencionadas en el video, les pareció muy atractivo el diseño del virus e incluso sugirieron que la animación debía ser compartido para que más niños lo vean.

El autor Angel Saul Morocho Santos (Morocho, 2023) en su proyecto “Motion Graphics como herramienta para potenciar la comunicación de un producto y/o servicio” menciona que en su carrera universitaria no se ha explorado la publicidad digital y sus herramientas de forma satisfactoria, manteniéndose en la publicidad tradicional, aunque esta no sea siempre la más adecuada. Es por eso que como objetivo tiene el desarrollar un producto audiovisual a través de Motion Graphics para mejorar los procesos de comunicación de la carrera de Diseño Gráfico dentro de la comunidad universitaria. Se ejecutó una investigación de carácter mixto, recurriendo a técnicas de recolección de información tales como encuestas, entrevistas y un análisis bibliográfico. Su propuesta utilizó software de la suite Adobe, tales como Adobe Illustrator, Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro y finalmente Adobe Audition para trabajar la calidad de audio del audiovisual a detalle. La etapa de ideación se basó en los resultados obtenidos en la investigación bibliográfica y de campo; se comprendió la necesidad institucional de comunicación que existía, por lo que se desarrolló un guion centrado en explicar los ejes centrales impartidos en la malla curricular, la infraestructura universitaria y la inclusión de las aptitudes que la carrera le ofrece al estudiante.

## **2.2 Enfoque social del diseño**

El presente proyecto aporta a la sociedad mediante la creación de Motion Graphics, de carácter informativo, que promueve en los jóvenes un uso responsable de sus redes en general y de su tiempo en línea. Además, expone los beneficios que el buen uso de Internet tiene para otras áreas de su vida, tales como el área psicológica, académica, física y social.

El proyecto tiene un enfoque para el cambio social, puesto que menciona actividades que afectan directamente al desarrollo intrínseco de cada individuo; además de que propone soluciones en busca de una reestructuración sobre el uso que se le da a las nuevas tecnologías por parte de nuestra sociedad. Durante su desarrollo, se trabaja de manera activa con los usuarios involucrados en la problemática, ya que se toma en cuenta su contexto, vivencias y conocimientos referente al tema, con la finalidad de que sea un aporte hacia el diseño. La idea fundamental de este tipo de diseño es el desarrollo de propuestas creativas, de tal forma que mejoren el estilo de vida de sus usuarios dentro de un entorno natural y artificial.

El proyecto también tiene un enfoque inclusivo, puesto que comparte contenido valioso sobre el funcionamiento de estos medios digitales, tema que es de gran ayuda para varios jóvenes y adolescentes de nuestra localidad; independientemente de su edad, género, estrato socioeconómico o discapacidades físicas.

### 2.3 Marco conceptual

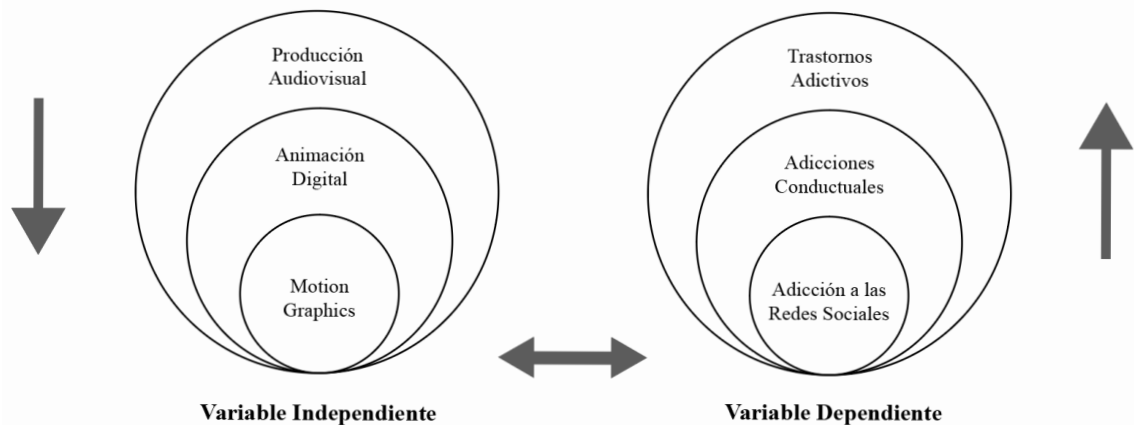


Gráfico 2 Jerarquización de Variables

## 2.4 Redes conceptuales

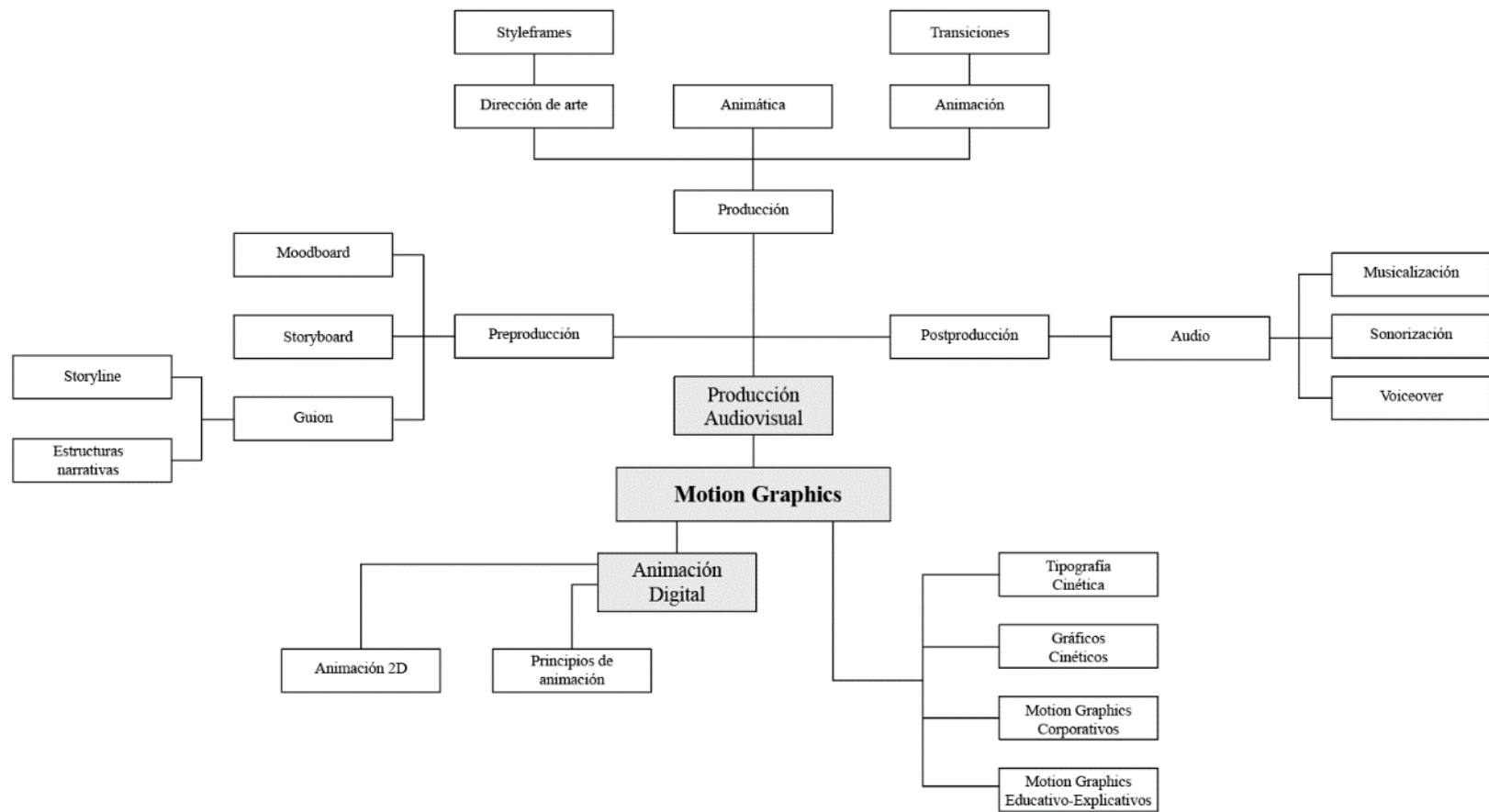


Gráfico 3 Redes Conceptuales - Variable Independiente

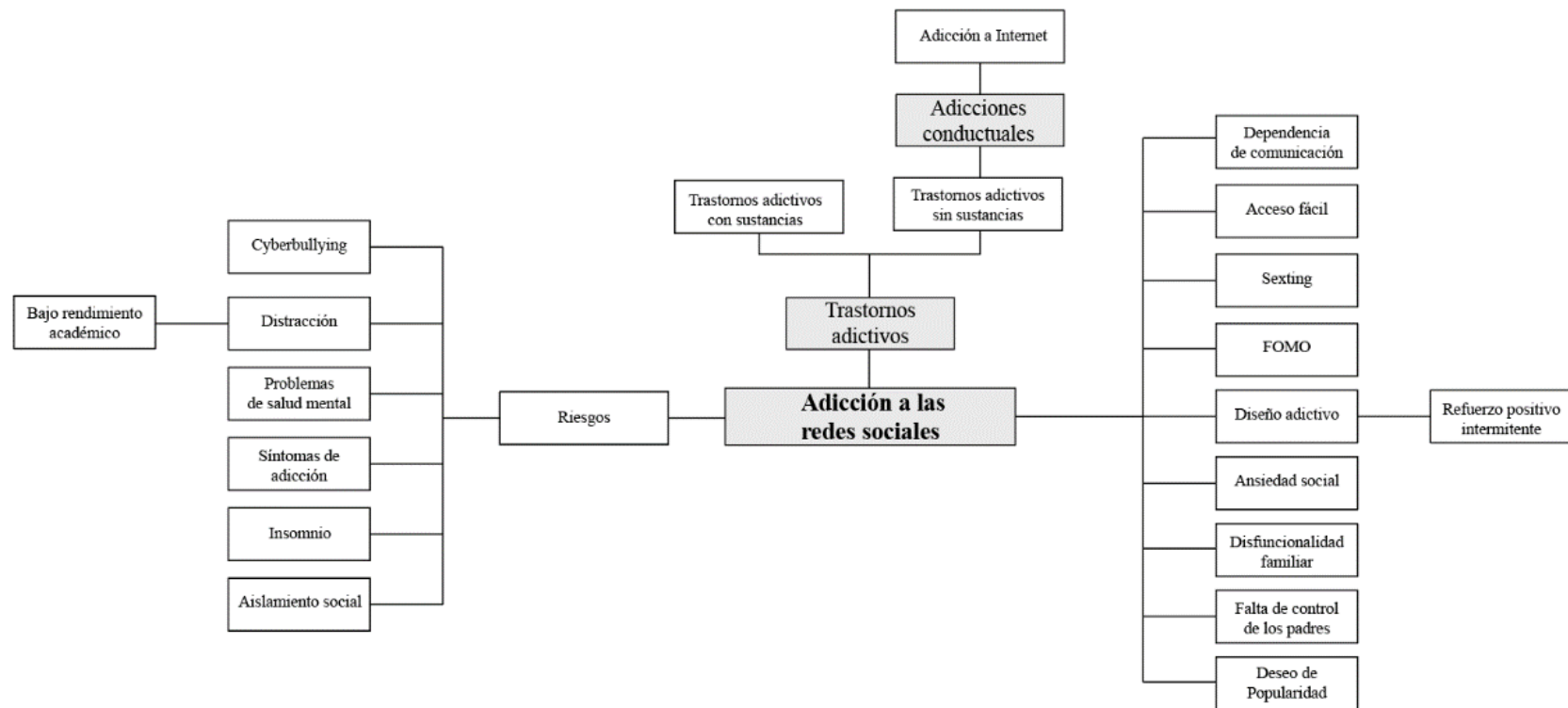


Gráfico 4 Redes Conceptuales - Variable Dependiente

### 2.4.1 Motion Graphics

Los Motion Graphics son en esencia imágenes y textos en constante movimiento, que en conjunto con ambientación musical fortalecen el mensaje que se desea transmitir mientras lo vuelve más dinámico y efectivo. Este recurso puede ser acompañado con una narrativa de voz en off. Todos estos elementos en conjunto elaboran un producto audiovisual atractivo, que ayuda al aprendizaje y a la memorización gracias a la estética que ofrece el mismo (Alonso, 2016). La implementación de los Motion Graphics permite que la información sea comprendida de una forma atractiva, además de que el mensaje recibe apoyo narrativo al contar con la voz en off.

Landívar Feican, Montañó Albán, & Rojas Terreros (2023) sobre la técnica de Motion Graphics refieren que “(...) se basa en el uso de varios elementos gráficos, tales como vectores, tipografías, imágenes, etc., a los que se agregan videos, sonidos y animaciones para crear una sensación de movimiento en el usuario” (pág. 65). En este contexto se puede decir que gran parte de los elementos comprendidos por el diseño gráfico pueden ser utilizados dentro en un proyecto de Motion Graphics. Su importancia radica en que cada elemento cuenta con un tipo de movimiento específico, generando una sensación única en el espectador mientras redirige su atención a la acción principal.

### 2.4.2 Tipos de Motion Graphics

Existen diferentes clases de Motion Graphics, cada uno tiene una cualidad predominante que resalta según el contexto. A continuación, se presentan sus conceptos.

Tabla 1.

*Tipos de Motion Graphics*

Tipos	Conceptos
-------	-----------

---

Tipografía Cinética	Se refiere al movimiento del texto como recurso determinante del estilo del video. Establece el ritmo de lectura que tendrá cada usuario.
Gráficos Cinéticos	Consiste en transmitir un mensaje por medio de la construcción de una secuencia de gráficos, se define a partir de su sincronización con el audio.
Motion Graphics Corporativos	Utilizados para presentar diferentes productos y servicios al público, de tal forma que resulten atractivos y promuevan su respectiva compra
Motion Graphics Educativo - explicativos	Explican conceptos de forma simple y clara, siendo un recurso didáctico relevante para la enseñanza. Facilita la exposición de grandes cantidades de información.

---

**Nota.** Fuente: Landívar Feican et al. (2023)

### **2.4.3 Animación Digital**

La animación digital es un campo del arte y el diseño que requiere cierto nivel de diseño y habilidades computacionales junto con la creatividad y el storytelling (Yuen, Koo, & Woods, 2018). El proceso de diseño de una animación digital implica el conocimiento previo de los conceptos teóricos de dicha área, además de solicitar cierto nivel de experticia en cuanto al manejo de las distintas herramientas tecnológicas disponibles. Otro aspecto importante a considerar es que la animación digital requiere de la participación de otros campos creativos tales como la narración, ya que, sin la misma, el producto final no tendrá el mismo impacto emocional en sus usuarios.

Dentro de la animación digital se encuentran todo tipo de producciones audiovisuales de estilo 2D y 3D que desarrollaron la animación de sus componentes mediante un software especializado (Landívar Feican et al., 2023). En un punto de vista fundamental,

la animación digital es dependiente de las herramientas tecnológicas y digitales presentes en la actualidad. Los procesos de diseño se han visto potenciados por la innovación tecnológica a tal punto de posibilitar cada vez más un flujo de trabajo rápido y efectivo, en donde el nivel de detalle de las producciones 2D y 3D ha ido en aumento. Conforme a esta deducción, es de suma importancia recurrir a las herramientas de diseño y animación que son estándar de la industria creativa actual.

#### **2.4.4 Animación 2D**

La animación 2D de manera tradicional consiste en el dibujo de varios fotogramas intermedios, los cuales se representan entre dos fotogramas clave separados por una larga distancia (Carvalho, Marroquim, & Vital Brazil, 2017). Por lo que, para lograr eficazmente la ilusión de movimiento dentro de una secuencia animada, se requiere una gran cantidad de dibujos para sus respectivos fotogramas. Este concepto exhibe la necesidad de representar distintas ilustraciones como recurso comunicativo de las acciones dentro de cualquier proyecto animado.

Este tipo de animación puede ser hecha de forma convencional, utilizando recursos tales como el lápiz y el papel; o también puede realizarse digitalmente por medio de programas informáticos, ratones y tabletas gráficas, elementos que desempeñan de forma virtual las mismas acciones que los materiales tradicionales (Duque, Ibáñez, & Rojas, 2004). Si bien la animación 2D inicialmente recurría a los materiales físicos, es un hecho que los avances informáticos han convertido al software como la herramienta estándar de producción para todo tipo de animaciones, siendo un emulador digital del proceso de animación tradicional.

La animación 2D tiene la capacidad de incluir variades de formatos animados, adaptándose dentro del campo analógico y la revolución tecnológica del momento, al integrar un flujo de trabajo colaborativo con el computador (Lorenzo, 2018). Hasta cierto punto, si bien se puede seguir aplicando los métodos manuales de animación, lo óptimo

es hacer una transición a la práctica con dispositivos electrónicos, ya que el proceso de diseño se ha acomodado a la era digital.

#### 2.4.5 Principios de Animación

Dentro del mundo de la animación, existen doce principios que funcionan como pautas a seguir a la hora de realizar animaciones, esto con la finalidad de que el movimiento sea convincente y realista de acuerdo con las leyes físicas.

Tabla 2.

*Los 12 principios de animación*

Principios	Conceptos
Estirar y encoger	Distorsión de un objeto con el objetivo de simular flexibilidad o pesadez.
Anticipación	Acto de preparación que un elemento hace antes de la acción principal, es un indicador para la audiencia sobre el próximo movimiento a realizarse.
Puesta en escena	Muestra las acciones relevantes de tal forma que el público preste atención y las comprenda fácilmente.
Animación directa y pose a pose	La animación directa implica el dibujo de las posiciones por cada fotograma. Por otra parte, la animación pose a pose se refiere a la planificación de las posiciones clave para luego completar los fotogramas intermedios.
Acciones complementarias y superpuestas	Las acciones complementarias son cualquier tipo de movimiento producto de la inercia



---

	<p>causada por otro objeto que se movió anteriormente. Por otra parte, las acciones superpuestas son el movimiento con retardo que se da en diferentes zonas de un cuerpo.</p> <p>Se presenta la noción de un movimiento acelerado o desacelerado, implica qué tan rápido o lento se moverá un objeto entre sus distintas posiciones.</p>
Acelerar y desacelerar	
Arcos	<p>Todos los movimientos en esencia tienen una trayectoria en arco, esta a su vez transmite realismo y fluidez.</p>
Acción secundaria	<p>Actos adicionales que un elemento realiza como apoyo a la acción principal.</p>
Timing	<p>Hace mención a la velocidad y el tiempo en que un objeto completará su acción.</p>
Exageración	<p>Distorsión exagerada e irrealista en las formas de un elemento para destacar ciertas acciones y emociones.</p>
Dibujo Sólido	<p>Consistencia y tridimensionalidad que transmiten los dibujos mediante el uso de iluminación, volumen, peso, etc.</p>
Atractivo	<p>Atractivo visual que tendrán los elementos de la secuencia.</p>

---

**Nota.** Fuente: Landívar Feican et al. (2023)

#### **2.4.6 Producción Audiovisual**

La producción audiovisual se refiere a la creación de todo contenido que incluya tanto el audio como el ámbito visual. Dentro de la industria de la educación, se emplea el uso del contenido audiovisual con fines educativos dentro de escuelas, colegios y universidades. Por su parte, las empresas lo utilizan como material de entrenamiento y capacitación para sus empleados, además de que se ve involucrado en las campañas publicitarias de las mismas (Jeljeli, Farhi, Elfateh Hamdi, & Saidani, 2022). En concordancia con los autores, la producción audiovisual contribuye en distintos campos de la sociedad, su efectividad comunicacional hace que el mensaje que desea transmitir sea comprendido fácilmente por niños, jóvenes, adultos; dentro de un contexto educacional, publicitario o de entretenimiento.

La producción involucra todo proceso de planificación e ideación inicial que le permitirá al proyecto realizarse con éxito. “Por un lado, se refiere al proceso general de creación de una obra audiovisual, es decir, a toda la actividad que empieza con la idea y termina con la obtención de la copia estándar” (Ortiz, 2018, pág. 5). Conforme a este concepto, el resultado de toda producción audiovisual es su divulgación a través de su copia física o digital, presentada en distintos medios de comunicación.

Dentro de una producción existen tres etapas: La preproducción, que consiste en la realización de actividades y preparativos previos a la producción. La producción, centrada en el rodaje, diseño y desarrollo de la propuesta y la postproducción, que es la etapa final en donde se realizan procesos como el montaje, edición del audio y ajuste de detalles (Ortiz, 2018). Como se puede observar, una producción audiovisual consta de fases las cuales cumplen una función en específico, por lo que es importante tomar en cuenta los procesos necesarios dentro de cada etapa, que van desde la ideación y el presupuesto, pasando por la etapa de diseño y culminando con los retoques finales de edición.

### **2.4.7 Guion**

El guion consiste en determinar qué narrativa se va a contar, quién va a ser el beneficiario de la misma y el tipo de historia de la cual el proyecto tomará su referencia (Duque et al., 2004). Si bien un guion es esencialmente un documento escrito, su objetivo es ser visto y escuchado, es decir, representado ante otros sentidos. El guion debe contar una historia auténtica, su contenido y estilo deben relacionarse de tal forma que generen un concepto único, llegando y conectando emocionalmente con su audiencia.

Un guion es aquel texto que se encarga de presentar el argumento y las instrucciones finales de una obra audiovisual, en donde el producto resultante deriva de la lectura previa de este documento por parte de todo el equipo encargado (Aranda Juárez, 2012). De acuerdo al autor, el guion es la base de toda obra audiovisual; sin el mismo, los procesos de producción se verán paralizados por la falta de organización e indicaciones.

Para el desarrollo del guion es de utilidad apoyarse de herramientas tales como el storyline, que consiste en una versión resumida de la historia final que se desea contar. Landívar Feican et al. (2023) resaltan la importancia de definir la estructura narrativa a usarse; los actos de la historia pueden elaborarse mediante técnicas narrativas tales como la linealidad de los sucesos, flashbacks, flashforwards, traslotes, entre otros. Si bien el método narrativo clásico alude a un conjunto de eventos lineales, existen otras estructuras narrativas capaces de adaptarse a la idea original que desea transmitir el guionista.

### **2.4.8 Storyboard**

El storyboard contiene la secuencia de ilustraciones que permiten entender la historia y los eventos que suceden en concordancia con la narración. Landívar Feican et al. (2023) sobre el storyboard afirman que “es la vista previa de las animaciones o la planificación de la estructura de una película” (pág. 89). Según este concepto, se puede decir que el storyboard cumple la función de un documento gráfico de planificación secuencial.

Un storyboard es elaborado mediante bocetos, su estilo es parecido al cómic y en él se destaca el tipo de movimiento que tendrán los elementos, además de la forma en que está compuesta la escenografía (Duque et al., 2004). Este guion visual puede readaptar parte del guion escrito, ya que propone el aspecto de la atmósfera general de la animación, las acciones que tendrá un personaje, su localización dentro de la escena y el tipo de encuadre que tendrá la cámara. El conjunto de dibujos realizados dentro de esta fase significará la creación de la secuencia preliminar que será la base de la animación.

#### **2.4.9 Dirección de arte**

La dirección de arte está asociada con la estética visual de cualquier tipo de producción, esta debe estar en concordancia con la idea inicial del proyecto. El director de arte es aquel con la capacidad de desarrollar ideas fuera de sí mismo, ya que tomará en cuenta la visión del cliente sobre el producto (Blasco, 2011). De acuerdo a este concepto, la dirección de arte incluye una fase creativa en donde se toma en cuenta el público objetivo hacia el cual el proyecto se dirige, no se realiza una propuesta visual basada solamente en la perspectiva personal.

Landívar Feican et al. (2023) explican que en la dirección de arte de Motion Graphics, el diseñador debe establecer un marco de estilo que delimite la forma de las ideas y la narración. Esta es una etapa en donde el artista tiene libertad creativa para definir un estilo conforme a sus habilidades. Dentro de esta fase se encuentran los styleframes, en donde se exhibe el tono principal que tendrá la animación, su cromática, tipografía y composición visual. En conclusión, el desarrollo de los styleframes explica la historia a todo el equipo y establece los parámetros que culminan en la creación de una animación visualmente armoniosa.

#### **2.4.10 Animática**

Conforme a Aroztegui (2013), los storyboards animados son conocidos como animáticas; estas permiten el cambio cualitativo de la percepción, ya que el tiempo solo podía ser imaginado, pero a partir de la animática este puede ser percibido directamente. Las animáticas simulan el transcurso de tiempo al ofrecerle ritmo, secuencias de montaje y transiciones que pueden aparecer en la edición final. La animática se mantiene en la etapa de boceto y sirve como guía para extender, reducir, añadir o eliminar ciertas vistas.

Este recurso le permite al diseñador incorporar un concepto a la escena y a la producción en general, propone un ritmo que en asociación a la narrativa contribuye en la efectividad del mensaje. La animática es considerada como una tarea importante a realizar previo a las etapas de animación y edición.

#### **2.4.11 Transiciones**

Las transiciones animadas, independientemente de que sean interactivas o no, se encuentran presentes en la visualización de información en general. Las transiciones son utilizadas para poder unir escenas las cuales no pueden ser agrupadas mediante otros recursos (Wang, Archambault, Scheidegger, & Qu, 2018). A través de este concepto, se comprende que el uso de transiciones es requerido para la conexión de distintos segmentos de la historia, que de otra forma no podrían tener una asociación, por lo que es un recurso relacionado a la creación de una secuencia apoyada desde la narrativa.

Albanese, Chianese, Moscato, & Sansone (2004) mencionan que la forma básica de distinción de transiciones se divide entre abruptas y graduales. Una transición abrupta ocurre en pocos cuadros, en donde los dos fotogramas pertenecientes a la transición no están relacionados entre sí. Con respecto a las transiciones graduales, estas se obtienen mediante el uso de cierto espacio y efectos de color, como por ejemplo un “fade in-out” entre escenas, el aumento gradual o la disolución de un color sólido. A su vez, movimientos de cámara tales como los paneos, tilts y el zoom, presentan características

similares a los efectos de transición. El uso de estas transiciones dependerá del ritmo y percepción del tiempo que se le quiera dar a la secuencia.

#### **2.4.12 Musicalización y sonorización**

La musicalización está relacionada con la percepción artística de la información, en donde se crea música que facilita la comprensión y el análisis de los datos presentados. El objetivo es evocar experiencias subjetivas en la audiencia, en lugar de simplemente presentar información carente de emotividad (Tulilaulu, et al., 2018). La musicalización tiene la capacidad de transmitir determinadas emociones en la audiencia, por lo que es un recurso válido a aplicar en la conceptualización del mensaje.

La sonorización cumple un rol importante en el video al presentar información que moldea la experiencia del usuario. La sincronización del audio con los fotogramas del video genera una experiencia audiovisual integral. En caso de que un usuario no pueda acceder al audio, los subtítulos son una herramienta que puede proveer la información sonora existente (Wang, Nagano, Kashino, & Igarashi, 2017). La inclusión del audio en cualquier material visual enriquece su mensaje, por lo que es recomendable considerar la implementación de subtítulos para que aquellos usuarios que tengan problemas auditivos.

#### **2.4.13 Voiceover**

El voiceover se refiere a todo tipo de narración hablada en donde no se observa la persona que presta su voz. El voiceover está relacionado con los procesos de traducción de una obra audiovisual, en donde se reduce el volumen de la voz original para superponer la voz que lee el nuevo lenguaje (Diaz-Cintas & Orero, 2006). Conforme a lo descrito en este concepto, la función del voiceover es narrar los hechos que suceden a través de la omnipresencia de la voz, ya sea en un lenguaje nativo o extranjero.

El recurso de la voz en off trabaja conforme a la imagen, no es un elemento independiente en el material audiovisual. “Para empezar, la misma voz en off, que indica

que la voz está siendo considerada off (fuera, desconectada o apagada) con respecto a algo, es decir, la imagen (...)" (Domínguez, 2017, pág. 36). La voz en off tiene la característica de no poder ser medida de la misma forma que la imagen, por lo que es un elemento que no se puede percibir a menos que se ejecute en el momento.

#### **2.4.14 Adicción a las redes sociales**

Es un tipo de adicción a internet, que incluye el comportamiento obsesivo de actualizar y revisar constantemente dichos servicios, pudiendo convertirse en un hábito que afecte negativamente el bienestar y la calidad de vida en general. Dentro del contexto juvenil, esta conducta se ve reflejada en la constante revisión de sus cuentas en búsqueda de actualizaciones, me gusta, comentarios y solicitudes de amistad o seguimiento (Al-Samarraie, Bello, Alzahrani, Smith, & Emele, 2022). Bajo esta definición, se puede decir que la excesiva preocupación por el estado actual de su perfil social es conocida como una adicción hacia el mismo. Los jóvenes interactúan dentro de estos servicios al presentarles distintas opciones, entre las cuales destacan los botones de aprobación expresados en la función del me gusta, que brinda un sentido de validación social a sus usuarios.

La naturaleza de esta dependencia puede presentarse como un comportamiento compulsivo o incluso a un nivel de adicción conductual que podría impedir el desempeño y la productividad diarias. Conforme un individuo se vuelve más adicto, el tiempo y energía que hubiera sido dedicado para cumplir expectativas en su trabajo y familia es reducido a utilizarlo en dichas tecnologías comunitarias (Zivnuska et al., 2019). Cuando un usuario se vuelve cada vez más dependiente a las plataformas sociales, su rendimiento académico, laboral, social y familiar tiende a verse mermado; sus aptitudes decrecen debido a su falta de autocontrol, que deriva en un tipo de adicción conductual.

El estado de dependencia a estos medios puede verse impulsado por distintos factores, el fácil acceso a internet y a los dispositivos móviles deriva en una constante cercanía con los sitios sociales. La disfuncionalidad familiar provoca que varios adolescentes traten de distraerse con su actividad en línea para así evadir su realidad. Las distintas opciones de

comunicación han hecho los jóvenes busquen estar conectados para poder hablar con amigos, familiares y otros usuarios de la red en general (Armaza, 2023).

Entre otras causas que incentivan esta necesidad compulsiva se encuentran la falta de control por parte de los padres y su desconocimiento sobre el uso de internet, junto con la ignorancia de las actividades que están teniendo sus hijos en línea. Otra causa es el deseo de popularidad por parte de los jóvenes expresado en su divulgación como individuos y el aumento de su capital social, que a su vez trae satisfacción personal. El apoyo emocional del usuario hacia su perfil provoca FOMO, conocido por la preocupación de perderse de varias actualizaciones, motivando incluso el phubbing, la ansiedad y síntomas de abstinencia. La ansiedad social acompañada de una baja autoeficacia también provoca que varios individuos se involucren con actividades dentro de la red para así escapar del estrés que provoca la interacción social en la vida real. El “sexting”, conocido por las acciones de enviar, recibir y compartir contenido sexual explícito en forma de textos, audios, fotos o videos; también son un aliciente de conductas adictivas hacia estos espacios en la red (Al-Samarraie et al., 2022).

Varios riesgos se hacen presentes como consecuencia del arraigo a las redes, la salud mental se ve afectada por trastornos tales como la obsesión, depresión, ansiedad, baja autoestima y estrés (Armaza, 2023). Otras repercusiones de la adicción son los síntomas de abstinencia, cambios de comportamiento, recaídas y un estado de distracción constante, que a su vez produce un bajo rendimiento académico y laboral en los usuarios. Problemas como el cyberbullying, stalking y el acoso están relacionados con el uso excesivo de estos medios, estas acciones afectan al bienestar emocional del individuo (Al-Samarraie et al., 2022).

Los jóvenes deben ser conscientes del conflicto que la sujeción a los servicios sociales genera en el ámbito familiar, laboral y personal; produciendo incluso aislamiento social en su haber. En conclusión, un mal uso puede detonar en la adicción hacia estos servicios, convirtiendo a sus usuarios en subordinados de aplicaciones, empresas, y otras personas en la red; que en conjunto afectan a su salud mental, calidad de vida e integridad personal.



#### **2.4.15 Diseño adictivo**

El diseño adictivo es concebido desde el modo de uso de sus herramientas y la forma en que las publicaciones son exhibidas. Las características adictivas de las tecnologías emergentes generalmente no son improvisadas o producto de la coincidencia; más bien, son parte del diseño primario estrictamente elaborado (Newport, 2021). Por consiguiente, gran parte de la industria tecnológica encargada de las distintas plataformas ha definido cuidadosamente la forma en que estas aplicaciones presentarán sus funcionalidades y contenido, elaborando un diseño de interfaz lo más adictivo posible, con el objetivo de mantener a sus usuarios conectados por un mayor tiempo.

De acuerdo con Lanier (2018), las redes presentan un diseño en favor de un modelo de negocio centrado en la modificación conductual de los usuarios, con el fin de venderles un producto que varios anunciantes pagaron para que sea exhibido. La información es ajustada de tal forma que se consiga un cambio en el comportamiento del individuo, cayendo en la manipulación. En este caso, los usuarios y sus conductas se vuelven un patrón estadístico que finalmente los convierte en el producto final de estas tecnologías. La causa principal del apego es el diseño enfocado en un modelo de negocio que necesita ser visto, por lo que se puede deducir que el verdadero producto es la atención de sus consumidores.

#### **2.4.16 Refuerzo positivo intermitente**

Como expresa Newport (2021), el refuerzo positivo intermitente es un refuerzo psicológico que alude a que la entrega de recompensas dentro de lapsos de tiempo impredecibles, que inevitablemente se vuelven más atractivas que aquellas proporcionadas de acuerdo a un patrón constante. El factor de la imprevisibilidad hace que el cerebro libere más dopamina de lo normal, dicha hormona es asociada con la felicidad, el placer y la recompensa tras la realización de cierta acción. Las funciones que generan un refuerzo positivo dentro de estos servicios están asociadas a las notificaciones, por ejemplo, cuando alguien reacciona a una publicación con un me gusta o genera un

comentario. También se relaciona con el desliz en espera de contenido potencialmente llamativo.

El cerebro humano reacciona ante los refuerzos psicológicos que se le presentan, con la implementación de un muro de contenido impredecible, el usuario recibe dosis esporádicas de dopamina que se traducen en destellos de satisfacción cada cierto tiempo, resultando en una condición atractiva de búsqueda de recompensa. La muestra imprevisible de la información crea expectativa en la persona sobre lo que encontrará cuando deslice más abajo en el contenido.

Conforme a lo que se expresa en la teoría conductual, todo tipo de conducta adictiva es habilitada a través del refuerzo positivo expresado en la euforia o la gratificación alcanzada; conforme la acción persiste, el refuerzo trae consecuencias negativas ya que, en lugar de buscar el placer, su objetivo será el no sufrir estragos ni malestar que puede originar la abstinencia (Cía, 2013).

#### **2.4.17 Trastornos adictivos**

“El concepto de trastornos adictivos implica una condición que ocurre como resultado del uso de una sustancia psicoactiva o la relación que se establece con una actividad con potencial de desarrollo de adicción” (Campos, 2021, pág. 137). Conforme a esta definición, el consumo de sustancias y la realización excesiva de ciertas actividades son causas directas del desarrollo de trastornos adictivos.

Dentro de la cultura popular, los trastornos adictivos han sido relacionados con la búsqueda compulsiva de droga por parte de las personas dependientes. Sin embargo, el proceso de adicción al ser producido por la segregación de dopamina, puede ser encontrado en el abuso de sustancias y en la realización de otros refuerzos fisiológicos tales como el sexo y la comida (Cassiani, 2017). Los trastornos adictivos están relacionados tanto a las adicciones producto del uso de sustancias como de las que no necesitan sustancias, que son de carácter comportamental.

Una característica a resaltar con respecto a los trastornos adictivos es la falta de autocontrol sobre cierto tipo de conducta, en donde inicialmente era motivo de placer, pero con el tiempo se volvió una actividad dominante, llegando al punto de tomar el control de su vida y sus preferencias (Cía, 2013). En concordancia con el autor, existen ciertas actividades aparentemente inofensivas que transmiten la sensación de satisfacción con su constante realización y práctica, sin embargo, existe el riesgo de convertirse en hábitos problemáticos e incontrolables dentro de la vida diaria de muchas personas, afectando la voluntad y disciplina del afectado.

#### **2.4.18 Trastornos adictivos con sustancias**

Los trastornos adictivos pueden ser producidos por el uso de distintos químicos, algunos ejemplos son el alcohol y el cigarrillo, además de sustancias prohibidas como la cocaína y la marihuana (Hernández, 2021). La dependencia a este tipo de drogas tanto legales como ilegales trae consecuencias visibles a la salud física, entre las cuales resaltan los síntomas de abstinencia, problemas de coordinación y del habla, además del comportamiento agresivo.

Las sustancias psicoactivas producen efectos contraproducentes en sus subordinados. Casas, Bruguera, Duro, & Pinet (2011) expresan:

Se considera sustancia psicoactiva con capacidad adictiva o, coloquialmente “droga”, a toda sustancia farmacológicamente activa sobre el Sistema Nervioso Central (SNC) que, introducida en un organismo vivo, puede llegar a producir alteraciones indeseables y dañinas del nivel de conciencia, de las funciones psíquicas básicas, de la construcción y curso del pensamiento, de los procesos senso-perceptivos y, como resultado de todo ello, del comportamiento. (pág. 18)

Conforme a lo mencionado anteriormente, las drogas son fármacos que condicionan el estado del Sistema Nervioso Central de una manera perjudicial, esto se ve expresado en

la alteración del comportamiento y los procesos fisiológicos del organismo, además de un daño en los procesos cognitivos de la persona.

#### **2.4.19 Trastornos adictivos sin sustancias**

Existen trastornos adictivos que son causados sin la necesidad de un agente psicoactivo, entre algunos ejemplos se encuentran la adicción a videojuegos, a internet, la oniomanía, el deporte y el juego patológico (Hernández, 2021). Dichas adicciones son catalogadas como comportamentales y se fortalecen en la medida en que el sujeto realice dicha actividad, por lo que se puede decir que el desarrollo del estado de adicción está relacionado en los procesos cerebrales, independientemente del agente que lo provoque.

Casas et al. (2011) menciona que los términos centrados en tratar las adicciones están constantemente siendo reformulados “(...) al extender el ámbito de estudio no solo a los trastornos por abuso y dependencia de sustancias químicas, si no, también, a un heterogéneo grupo de conductas patológicas altamente disruptivas para el individuo que las padece (...)” (pág. 18). Por lo que se puede deducir que los trastornos adictivos no dependientes de sustancias son motivo de estudio aún en la actualidad, ya que existe una gran cantidad de criterios y debates presentados en referencia a dicha temática.

#### **2.4.20 Adicciones conductuales**

Las adicciones conductuales o comportamentales son conocidas por tener la necesidad apremiante de realizarse en reiteradas ocasiones, independientemente del resultado dañino que tiene tanto físico como psicológicamente (Casas et al., 2011). Esto quiere decir que el paciente sufre de constantes deseos de llevar a cabo cierta actividad con el fin de tener gratificación instantánea, pese a que conoce los efectos perjudiciales que su realización conlleva. El sujeto no tiene autocontrol, por lo tanto, sucumbe ante dicho comportamiento.

Toda actividad que evoque placer en una persona tiene la capacidad de transformarse en una adicción conductual. “En resumen, si una persona pierde el control sobre una

conducta placentera, que luego se destaca y sobresale del resto de actividades en su vida, se ha convertido en un adicto conductual” (Cía, 2013, pág. 211). Cuando una actividad placentera se vuelve dominante en la rutina diaria de un individuo, se corre el riesgo de que dicha actividad ocupe el espacio de otras actividades que antes se consideraban placenteras en su vida, generando desinterés por las mismas.

Los síntomas de una adicción conductual reflejan el desgaste físico y mental que estas producen. Entre sus manifestaciones se encuentra el descuido de actividades que solían ser significativas para la persona, la ansiedad por realizar dicha actividad, descontrol sobre la conducta, actitudes defensivas y de negación ante otros que señalan el problema, agresividad al no poder realizar la actividad y la desatención de su entorno social (González, 2018). En conformidad con el artículo, los síntomas que la adicción conductual produce pueden llegar a compararse con los desarrollados por la adicción hacia químicos. La problemática toma gran relevancia, ya que es una afección menos divulgada y hasta cierto punto silenciosa; en donde los individuos que la experimentan tienden a seguir un patrón de negación ante la conducta.

#### **2.4.21 Adicción a Internet**

El uso inadecuado de la red es conocido como adicción a Internet o ciberadicción. El acceso ilimitado y excesivo a este recurso se refiere a un uso patológico del mismo; por lo que este tipo de adicción es catalogada como un síndrome clínico a la altura de la adicción por sustancias (Oporto, Fernández, Calderón, & Gustems, 2021). En referencia a esta definición, la dependencia a los servicios sociales ingresa a una categoría de uso compulsivo; en donde se pueden observar distintas consecuencias tales como un bajo rendimiento académico, problemas físicos y mentales, dependencia, soledad nociva, ansiedad e irritabilidad por abstinencia.

Casas et al. (2011) menciona que la adicción a internet es comprendida desde los procesos que ocasiona, puesto que surgen cambios a nivel neuroquímico representados en niveles elevados de neurotransmisores asociados a la satisfacción. Este tipo de tecnología

afecta el estado anímico y consciente de un individuo, apoyado por acciones de refuerzo. Si bien el internet es un término general dentro de la adicción, existen problemáticas más específicas con respecto a esta dependencia, todas estas relacionadas directamente a la liberación de grandes dosis de dopamina de manera inmediata.

Entre ciertas adicciones relacionadas a internet se encuentran la adicción a la pornografía relacionada con el cibersexo, las ciberrelaciones a través de sitios de mensajería que son un indicio de soledad y problemas para relacionarse, el juego virtual junto con la oniomanía causada por la compulsión a internet y la obsesión por la búsqueda de información en la web.

## **2.5 Marco Legal**

El presente proyecto es cubierto bajo los siguientes documentos y artículos de la ley. La Constitución de la República del Ecuador 2008 es el documento supremo de la nación, mediante el cual se rigen todas las demás leyes registradas.

La Constitución de la República del Ecuador en el artículo 18, literal 1 establece que:

Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a “buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior”.

Además, el artículo 26 determina que:

La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Por otra parte, el artículo 27 establece que: “La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos (...)”

Asimismo, el artículo 44 dispone que:

Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social y comunitario de afectividad y seguridad. Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, afectivo-emocionales y culturales, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales.

Conforme a lo expuesto en los artículos previos, la Constitución de la República apoya el desarrollo integral de los adolescentes, en donde tienen el derecho de recibir información verificada que aporte a su crecimiento personal y profesional, resaltando aspectos importantes tales como su habilidad social junto con su bienestar físico y mental.

La Ley Orgánica de Protección de Datos 2021 es la encargada de regular los procesos relacionados con la obtención de datos dirigida a los distintos grupos de la sociedad. Conforme a lo que está estipulado en la misma, el proyecto tiene la autorización de recolectar datos personales de su público objetivo.

La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales en su artículo 21 establece que: “Los adolescentes, en ejercicio progresivo de sus derechos, a partir de los 15 años, podrán otorgar, en calidad de titulares, su consentimiento explícito para el tratamiento de sus datos personales, siempre que se les especifique con claridad sus fines”.

De igual modo, el artículo 26, literales a y f permiten el tratamiento de datos personales sensibles en las siguientes circunstancias:

a) El titular haya dado su consentimiento explícito para el tratamiento de sus datos personales, especificándose claramente sus fines (...)

f) El tratamiento es necesario con fines de archivo en interés público, fines de investigación científica o histórica o fines estadísticos, que debe ser proporcional al objetivo perseguido, respetar en lo esencial el derecho a la protección de datos y establecer medidas adecuadas y específicas para proteger los intereses y derechos fundamentales del titular.

En referencia a los artículos previamente redactados en La Ley Orgánica de Protección de Datos, el proyecto tiene el amparo de la ley para adjuntar datos personales de los estudiantes beneficiarios con la condición de que se les explique claramente su propósito.

La Ley de Transformación Digital y Audiovisual (2023) es la encargada de regular el desarrollo de toda producción audiovisual y su posterior difusión en los distintos medios de comunicación.

El artículo 24 de La Ley de Transformación Digital y Audiovisual refiere que: “(...) se establece como sector de interés nacional a la producción audiovisual incluyendo el desarrollo, preproducción, producción, postproducción y distribución de contenidos audiovisuales”. Por lo tanto, el proyecto cuenta con el apoyo de la ley, definiendo como punto de interés los procesos creativos, de diseño y de edición presentes en el mismo.



## **CAPÍTULO III**

### **3. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO**

#### **3.1. Análisis externo**

##### **3.1.1. Análisis PEST**

A continuación, se expone el análisis del campo político, económico, social y tecnológico relacionados al proyecto; los mismos que permitirán conocer más a detalle el estado actual del mercado social-digital.

###### **3.1.1.1. Político**

En el contexto político del Ecuador, no se han establecido lineamientos específicos destinados a regular el uso de dichas tecnologías por parte del alumnado dentro de las unidades educativas. Sin embargo, se han desarrollado normas las cuales mencionan el uso de teléfonos celulares y otras tecnologías dentro de la jornada académica.

El artículo 347, numeral 8 de la Constitución de la República del Ecuador hace mención a la responsabilidad del Estado en “incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales”. Por lo que, en base a este plan educativo estatal, el docente tendrá la potestad de autorizar el uso de las nuevas tecnologías dentro de su hora de clase en caso de ser necesario.

El artículo 2 del Reglamento a la Ley Orgánica de Educación Intercultural indica que el Sistema Nacional de Educación es el encargado de apoyar el desarrollo de competencias digitales que aporten al buen uso de Internet y otras tecnologías por parte de las instituciones educativas y sus estudiantes, asegurando la convivencia armónica.

El punto 2.2 del eje II de la “Política pública por una Internet Segura para niñas, niños y adolescentes” elaborado por el Consejo Nacional para la igualdad Intergeneracional (CNII) señala que se debe ampliar la capacidad de las entidades educativas públicas y

particulares para poder brindar la atención necesaria a los menores de edad que presenten casos de vulnerabilidad o sean víctimas de delitos a través de medios digitales. Por otra parte, en el punto 2.2.1 se solicita realizar protocolos en respuesta a los casos de violencia digital, además de proporcionar medio de denuncia, cuidado y atención a los niños, jóvenes o adolescentes relacionados a este tipo de violencia (CNII, 2020).

Conforme al Acuerdo Ministerial 70-14 elaborado por el Ministerio de Educación (MINEDUC) el 17 de abril de 2014, se establece una regulación en el uso de dispositivos móviles dentro de las instituciones educativas, en un esfuerzo por aportar al consumo crítico de las innovaciones tecnológicas dentro del aula de clase por parte de estudiantes y profesores. En este documento se expone que los dispositivos móviles pueden ser herramientas que aporten en el aprendizaje de los estudiantes, mas no son considerados un útil escolar. El uso de las tecnologías de la información y la comunicación recae en la autorización del docente dentro de su materia, además de que el Código de Convivencia Institucional será el reglamento particular que regirá los parámetros a seguir en cuanto a los teléfonos celulares por parte de docentes, estudiantes y padres de familia. Por otra parte, se menciona que el uso no autorizado de dispositivos móviles dentro del aula es considerado como una falta leve, además de que la reincidencia de la acción implica una falta grave, resaltando que en ambos casos se aplicará la sanción pertinente al estudiante infractor (MINEDUC, 2014).

Finalmente, el artículo 9 del Acuerdo Ministerial 70-14 argumenta que los docentes y la unidad educativa tienen la responsabilidad de proporcionar información a sus estudiantes y padres de familia sobre las nuevas tecnologías y los riesgos que un mal uso de las mismas puede generar. Se promueve la realización de actividades de socialización y prevención respecto al tema, con el objetivo de salvaguardar la privacidad, el estado emocional y la integridad física del alumnado.

### **3.1.1.2. Económico**

Las redes han significado la migración y adaptación de muchos profesionales y figuras públicas hacia el mundo digital. Hoy en día, plataformas como YouTube se han vuelto el centro de monetización de varios creadores de contenido; Instagram, la aplicación ideal para ventas y TikTok, al ser una plataforma con una popularidad emergente, está tomando el mismo rumbo dentro del país.

El comercio electrónico ha visto un incremento en su haber a causa de la pandemia por Covid-19, las empresas que comercializaron sus productos por internet obtuvieron números positivos en sus ventas. En el año 2020 existió un incremento del 43,75%, es decir 700 millones de dólares en ingresos de eCommerce en comparación con el año anterior (Otero, 2021). Conforme a esta información, la crisis sanitaria ocurrida en el 2019 incurrió en el aumento de las transacciones en línea, reflejando así un cambio en los sistemas económicos y financieros de muchas empresas.

Parte de las estrategias eCommerce involucran a los servicios sociales, las cuales son utilizadas generalmente para la promoción de bienes y servicios empresariales. Del Alcázar (2023) menciona que en comparación con el 2022, el comercio electrónico tuvo un crecimiento del 16,4%, que representa 800 millones de dólares procesados netamente en la compra y venta por Internet. Por lo tanto, se puede decir que las redes tienen cierto impacto en la economía del país al ser medios de difusión masivos.

La mayoría de usuarios activos tiene entre 16 y 25 años; sin embargo, este grupo no es considerado como un inversor directo dentro del modelo de negocio de estos espacios digitales, ya que es conformado generalmente por jóvenes sin capacidad adquisitiva. Este factor hace que la población adolescente solo se convierta en consumidora de publicidad, que finalmente no pagará por un bien o servicio (Mendez & Maldonado, 2021).

A partir del 2020, las empresas extranjeras que ofrecen servicios digitales deben inscribirse ante el Servicio de Rentas Internas (SRI), con la finalidad de declarar y pagar el IVA por la importación de sus productos al país. Las empresas locales que operan dentro

del campo digital no ingresan a dicha regulación, sino que se mantienen dentro de las leyes tributarias generales.

### **3.1.1.3. Social**

La afluencia de usuarios se ha multiplicado con el pasar de los años, hoy en día las personas son más abiertas a mostrarse públicamente en internet, dando cada vez menos importancia a su privacidad. Los jóvenes tienen un nivel de uso elevado de plataformas de interacción colectiva; no obstante, se ha descubierto una tendencia contraria, en donde a mayor edad, menos interés el usuario tendrá respecto a estos servicios (Salas, 2020).

El conversatorio “La seguridad de tus hijos en la red” realizado en el 2019 en Ambato, tuvo la acogida de 400 personas distribuidas entre estudiantes, docentes, padres de familia y autoridades. Se abordaron temáticas como el ciberacoso y el sexting. Finalmente, se recalcó la importancia de denunciar cualquier tipo de situación en torno a la violencia digital, además de solicitar el apoyo por parte del cuerpo docente hacia los estudiantes, al brindarles la confianza necesaria para hablar de cualquier tipo de problemática (MINEDUC, 2019).

Bajo un análisis demográfico, la ciudad de Ambato tiene el 1,96% de usuarios totales pertenecientes a las plataformas Meta en Ecuador; es decir, 285,704 personas mayores a 18 años se encuentran activas dentro de Facebook e Instagram en la localidad. Las ciudades que más concentración de usuarios tienen son Guayaquil, Quito y Cuenca respectivamente (Del Alcázar, 2023).

En septiembre del 2023, el MINEDUC presentó el “Protocolo de actuación frente a situaciones de violencia digital detectadas en el Sistema Nacional de Educación”, el proyecto fue desarrollado en contestación a la Sentencia N°. 456-20-JP/21 publicada por la Corte Constitucional. El protocolo recibió el aporte de varios niños, adolescentes, jóvenes y padres de familia; además del apoyo de entidades gubernamentales y externas como Childfund. Mediante el proyecto se establecieron directrices y estrategias de

protección sobre casos de violencia digital dentro del sistema educativo nacional (MINEDUC, 2023).

Con respecto a las estrategias presentadas en favor de un entorno seguro que prevenga los riesgos en línea, se encuentra el desarrollo de capacidades digitales por parte del alumnado, con el objetivo de que actúen en favor de su protección propia. Para la implementación de estas competencias en los jóvenes es necesaria la asesoría, regulación y acompañamiento tanto de los padres de familia como de las autoridades de las instituciones educativas. La coherencia de acción y discurso por parte de los adultos involucrados fortalecerá el desarrollo progresivo de las habilidades digitales que los estudiantes obtendrán.

#### **3.1.1.4. Tecnológico**

El avance tecnológico y de cobertura que ha presentado el país ha sido evidente en los últimos años. En el 2012, solamente un 22% de hogares ecuatorianos tenía acceso a Internet, mientras que para el 2016 la tendencia se elevó hasta un 36%. Gran parte del aumento en el uso de las redes se ha debido a los teléfonos celulares. En la actualidad, nueve de cada diez hogares tiene un dispositivo móvil; para el 2017, el 85% de líneas telefónicas activas pertenecían a un teléfono inteligente, observándose la evolución que la conectividad ha tenido en el territorio nacional (Salas, 2020).

El Ecuador tiene una aproximación de 12 millones de ciudadanos conectados a la red, es decir un 70% de los habitantes tiene acceso a internet en su vida diaria. El número de usuarios totales en línea es directamente proporcional al número de usuarios registrados dentro de estos espacios digitales. Por otra parte, la velocidad de navegación en Ecuador tiene un promedio de 3.4 megabytes por segundo, siendo considerado como un valor bajo en comparación con otros países (Mendez & Maldonado, 2021).

### **3.1.2. Tendencias**

Las tendencias muestran que los diseñadores de movimiento presentan sus proyectos a través de los distintos medios y herramientas digitales. En la actualidad, el acceso a una pantalla es posible en todo momento, ya que las personas parecen llevar sus celulares en el bolsillo a cada instante. Conforme al auge que han experimentado las estas tecnologías, hoy es común encontrar la necesidad de movimiento en varios diseños, que pueden ir desde un gif corto hasta todo un feed empresarial. En conclusión, el diseño gráfico en movimiento se ha vuelto un recurso llamativo para gran parte de los creadores y empresarios existentes (Landívar Feican et al., 2023).

Dentro del sector educativo, se ha popularizado el uso de recursos digitales como método de enseñanza, esto debido a que el contenido es presentado de forma multisensorial, ayudando a la motivación que el estudiante tendrá a la hora de adquirir nuevo conocimiento. La creación de videos animados, tutoriales ilustrados y diseños explicativos permiten que la información sea un material audiovisual fácil de entender para el público. Si se habilita el acceso abierto al contenido, el usuario podrá aprender nuevos conceptos mediante la repetición, favoreciendo el ritmo de aprendizaje individual. Es significativo destacar que, en el caso de los productos interactivos, estos brindarán cierto nivel de control al usuario durante la etapa de aprendizaje (Peralta, 2021).

La tendencia de conexión a internet va en aumento, se ha observado una constante en donde la mayoría de usuarios se conecta a través de su celular personal. De igual manera, el grupo etario de 15 a 34 años es el que más líneas telefónicas activadas tiene en el país, además de mostrar una creciente significativa con respecto a la compra de teléfonos inteligentes en el país desde el 2013 (Peña & Herrera, 2021).

### 3.1.3. Segmentación del mercado potencial

Tabla 3.

*Segmentación del Mercado Potencial*

Segmentación	Ítems	Datos
Geográfica	País – Región - Provincia	Ecuador - Sierra – Tungurahua
	Ciudad - Sector	Ambato - Izamba
	Área	Urbana
	Clima	Templado
Demográfica	Género	Masculino y Femenino
	Edad	15 a 18 años
	Raza	Mestiza
	Estado Civil	Soltero
	Estrato Social	Medio – Alto
	Nivel Académico	Secundaria (Bachillerato)
	Ocupación	Estudiante
Psicográfica	Valores	Empatía, solidaridad, respeto
	Personalidad	Extrovertido, liberal, optimista
	Estilo de Vida	Académico, social, familiar
	Religión	Cualquiera

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

#### **3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia**

En los últimos años, varias entidades gubernamentales como privadas han mostrado un gran interés por la calidad de vida de los estudiantes junto con su bienestar físico, psicológico y social. En respuesta a tal circunstancia, se han desarrollado eventos y capacitaciones centradas en varias temáticas, de entre las cuales destaca la revolución tecnológica que el país está experimentando.

Los estudiantes de la unidad educativa consumen sus redes a diario, tanto dentro como fuera de la institución. Conforme a esta realidad, se comprende que es un grupo de interés dentro de la comunidad, en donde la presentación de un uso adecuado de estas tecnologías será un aporte para el desarrollo de sus capacidades individuales, reflejándose en la mejoría considerable de su calidad de vida.

#### **3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial**

La comunidad estudiantil perteneciente al Bachillerato General Unificado de la Unidad Educativa Nuevo Mundo es de 171 jóvenes, divididos entre dos paralelos por cada año lectivo. Con respecto a 1ero BGU, el número de estudiantes mujeres es de 36, mientras que el de hombres es de 22. Asimismo, 2do BGU tiene 31 mujeres y 26 hombres. Finalmente, 3ero BGU cuenta con 32 mujeres y 24 hombres; por lo que la suma total de estudiantes de bachillerato es de 99 mujeres y 72 varones. Estos datos fueron obtenidos a través del Sr. Stalin Granda, Inspector General de la Unidad Educativa Nuevo Mundo.

De conformidad con el número total de estudiantes de bachillerato, se puede decir que el mercado potencial de la institución presenta una gran cantidad de demanda en cuanto a la exposición de información relacionada a la dependencia por las redes y un uso responsable de las mismas. Por otra parte, al estar constantemente conectados a la red, su modelo de recepción de información es netamente audiovisual, permitiendo que el proyecto puede ser presentado en conformidad a los sentidos comúnmente utilizados. En



última instancia, la información expuesta en el audiovisual contribuirá en el desarrollo holístico de cada individuo, además de reducir el índice de ignorancia sobre el tema.

## **3.2. Análisis Interno**

### **3.2.1. Análisis FODA**

El análisis FODA permitirá conocer la situación actual de la institución y sus estudiantes, al definir el conjunto de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas presentes en la Unidad Educativa Nuevo Mundo.

#### **3.2.1.1. Fortalezas**

- Rendimiento deportivo sobresaliente: La institución es conocida por los grandes logros deportivos de sus estudiantes en eventos intercolegiales.
- Educación bilingüe: Las autoridades le dan gran importancia al dominio del idioma inglés en conjunto con el español nativo.
- Trato personalizado: Los distintos funcionarios ofrecen sus servicios de maneras efectiva de acuerdo al caso.
- Áreas verdes y de recreación: La unidad educativa tienes varios espacios de recreación para sus estudiantes.

#### **3.2.1.2. Oportunidades**

- Implementación de nuevas tecnologías en la educación: El uso de recursos de internet está habilitado dentro de la institución, además de contar con proyectores dentro de cada aula.

- Capacitaciones que promueven el desarrollo holístico de los estudiantes: El colegio ha realizado varias charlas dirigidas al bienestar de los estudiantes.
- El Código de Convivencia Institucional regula el uso de celulares: Existen reglamentos que prohíben el uso de celulares dentro del horario de clases, por lo que se realizan sanciones.
- Estrategias orgánicas de divulgación entre la comunidad educativa: Los jóvenes y docentes pueden difundir el audiovisual a su círculo cercano.

#### **3.2.1.3. Debilidades**

- Acogimiento de estudiantes condicionado por el espacio: El crecimiento del colegio se ve limitado por el espacio disponible, por lo que no se puede dar cupo a varios jóvenes.
- Presupuesto limitado en dependencia al costo de la pensión: La institución tiene un presupuesto definido para ciertas actividades.

#### **3.2.1.4. Amenazas**

- Mal uso de celulares dentro de la institución: Los chicos llevan sus celulares a pesar de las prohibiciones de la unidad educativa.
- Infraestructura de otras instituciones: Existen otros colegios con mejor infraestructura en ciertas áreas.

### 3.2.1.5. Cuadro resumen del análisis FODA

Tabla 4.

Resumen del análisis FODA

<b>INTERNO</b>          <b>EXTERNO</b>	<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendimiento deportivo sobresaliente</li> <li>• Educación Bilingüe</li> <li>• Trato personalizado</li> <li>• Áreas verdes y de recreación</li> </ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acogimiento de estudiantes condicionado por el espacio</li> <li>• Presupuesto limitado en dependencia al costo de la pensión</li> </ul>
<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de nuevas tecnologías en la educación</li> <li>• Capacitaciones que promueven el desarrollo holístico de los estudiantes</li> <li>• El Código de Convivencia Institucional regula el uso de celulares</li> <li>• Estrategias orgánicas de divulgación entre la comunidad educativa</li> </ul>	<b>Estrategias F.O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar un taller personalizado sobre el uso saludable de las nuevas tecnologías por parte de los estudiantes conforme a su situación actual.</li> <li>• Desarrollar el contenido informativo en concordancia con el Código de Convivencia Institucional</li> </ul>	<b>Estrategias D.O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las actividades de socialización por horarios, de acuerdo a la capacidad del auditorio institucional</li> <li>• Incentivar a los jóvenes y docentes que difundan el audiovisual entre las personas de su círculo social</li> </ul>
<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mal uso de celulares dentro de la institución</li> <li>• Infraestructura de otras instituciones</li> </ul>	<b>Estrategias F.A</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear contenido informativo sobre el uso de celulares dentro de la institución</li> <li>• Promover el desarrollo de actividades significativas en lugar de consumir redes sociales por excesivos periodos de tiempo</li> </ul>	<b>Estrategias D.A</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar los recursos disponibles dentro de la institución con el fin de no exceder límites presupuestarios en la presentación del producto audiovisual</li> <li>• Proponer la premiación a los estudiantes por cumplir las normas de uso de celulares del Código de Convivencia Institucional</li> </ul>

**Nota.** Fuente: Elaboración propia

### **3.3. Rentabilidad**

El proyecto se considera rentable, esto debido a que el diseño de Motion Graphics no requiere grandes cantidades de equipamiento, se puede realizar un trabajo profesional al aprovechar eficazmente los recursos humanos, digitales y materiales disponibles.

Es importante resaltar que se cuenta con el apoyo de las autoridades y los elementos de la institución para poder llevar a cabo el taller y la presentación del material audiovisual. La información expuesta involucra el problema de patrones adictivos por parte del alumnado perteneciente a bachillerato, y cómo la optimización de sus hábitos digitales significará una gran mejoría en su proceso académico.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **4.1. Método**

El método aplicado es el inductivo-deductivo, ya que se va a recabar información sobre las conductas y uso de medios sociales por parte de los estudiantes de bachillerato mediante el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS), el cual funciona a partir de una escala tipo Likert centrada en medir la frecuencia de uso mediante un rango de calificación de 0 a 4 puntos. El cuestionario ARS cuenta con tres dimensiones de valoración distribuidas entre 24 preguntas: Obsesión por las redes sociales, falta de control personal y uso excesivo de la mismas. Esta herramienta es utilizada con el propósito de conocer la realidad institucional frente a la problemática de adicción presentada (Escurra & Salas, 2014).

De igual manera, se realizarán preguntas dentro de la encuesta para conocer la situación demográfica de los estudiantes y las aplicaciones que más se utilizan. Finalmente, se obtendrán datos a partir de las entrevistas a varios funcionarios de la institución sobre el uso de celulares y servicios digitales en el horario de clases; además de recurrir a profesionales de la animación con el propósito de conocer sus criterios y apreciaciones.

#### **4.2. Enfoque del Proyecto**

##### **4.2.1. Enfoque Cuantitativo**

Se aplica un enfoque cuantitativo ya que se recopilará información referente a las preferencias y conductas que tienen al usar sus cuentas en estas plataformas. Mediante la aplicación del cuestionario ARS se obtendrá información detallada para su posterior análisis estadístico.

#### **4.2.2. Enfoque Cualitativo**

El proyecto será de tipo cualitativo porque se necesita conocer el testimonio de ciertos funcionarios de la institución en cuanto al uso de celulares por parte de los jóvenes. Se procederá a realizar una entrevista personal a un docente, el inspector encargado de bachillerato y un profesional del Departamento de Consejería Estudiantil (DECE). A su vez, se realizarán entrevistas a dos profesionales de la animación, lo cual permitirá conocer sus apreciaciones en cuanto al aspecto técnico y artístico del proyecto.

#### **4.3. Modalidad**

##### **4.3.1. Investigación Bibliográfica Documental**

Con el fin de conocer datos validados científicamente en cuanto a la necesidad por estas tecnologías, se toma como referencia varios libros, artículos científicos y académicos, tesis, actas de congreso y documentales especializados en el tema.

##### **4.3.2. Investigación de Campo**

La aplicación de distintas técnicas de recolección de información es importante dentro del proyecto. A partir de un cuestionario especializado y la realización de entrevistas, se puede obtener información de primera mano al interactuar con el entorno social y académico que rodea a la institución, además del ámbito de animación profesional.

#### **4.4. Nivel o Tipo de Investigación**

##### **4.4.1. Investigación Explorativa**

El proyecto toma como fundamento la información presentada en varias fuentes primarias y secundarias. Por medio de la investigación documental, se comprenden los distintos conceptos, causas y consecuencias relacionadas a la problemática del proyecto.

Asimismo, se define la situación actual que el mundo y el país afrontan dentro de los grupos sociales relacionados a dicha problemática.

#### **4.4.2. Investigación Descriptiva**

La aplicación del cuestionario ARS está dirigida hacia los estudiantes de bachillerato mayores a 15 años de la Unidad Educativa Nuevo Mundo, conforme a los artículos relacionados con la protección de datos dentro del país. Asimismo, las entrevistas dirigidas a tres profesionales de la animación y el diseño, junto a los tres funcionarios de la institución, nos permitirán obtener información específica para el desarrollo del proyecto.

#### **4.5. Población y muestra**

El número de estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Nuevo Mundo es de 171 jóvenes, los cuales se encuentran organizados entre seis paralelos conforme a su respectivo año lectivo. La encuesta fue aplicada a todos los estudiantes mayores de 15 años que se encontraban presentes en la institución, obteniendo finalmente 144 muestras válidas. Cabe mencionar que no se tomaron en cuenta los resultados de los adolescentes menores a 15 años, con la finalidad de cumplir con los reglamentos presentes en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales.

#### **4.6. Análisis e interpretación de resultados**

Los datos fueron obtenidos mediante la aplicación de un cuestionario dirigido a los estudiantes de bachillerato y las entrevistas a distintos profesionales especializados dentro de la institución, además de expertos del campo de la animación y Motion Graphics.

Con respecto a las entrevistas, dentro de la institución se consultó a la Psico. Yajaira Gómez, analista del DECE; al Ing. Stalin Granda, Inspector General de la Unidad Educativa Nuevo Mundo y a la Mg. Marcela Almeida, maestra de Estudios Sociales. Los

profesionales entrevistados dentro del campo de la animación fueron el Mg. Fernando Fabara, docente de la Cátedra de Animación de la Facultad de Diseño y Arquitectura; el Lic. Juan Pablo Nieto, director y propietario de Mango Films; y Clemens Makoschitz, diseñador freelance colaborador con Motion Design School.

#### **4.6.1. Tabulación de entrevista a profesional del DECE Institucional**

Tabla 5.

*Análisis de entrevista a profesional del DECE*

---

Análisis
La profesional menciona que los padres no monitorean lo que sus hijos hacen dentro del internet, destacando la importancia del rol paternal dentro del problema. Asimismo, los jóvenes suelen presentar síntomas de abstinencia característicos de las adicciones a sustancias cuando se les prohíbe el acceso a sus celulares. Finalmente, el uso que le dan a estos medios en línea afecta a sus emociones, salud mental e identidad personal.

---

#### **4.6.2. Tabulación de entrevista al Inspector General de la institución**

Tabla 6.

*Análisis de entrevista al Inspector General*

---

Análisis
El inspector explica que los estudiantes rara vez utilizan el celular para fines productivos o educativos, generalmente el uso que le dan es para distraerse, divertirse o comunicarse con otros. De igual manera, resalta que la institución ha establecido parámetros para regular el uso de celulares, en donde las retenciones de los dispositivos junto con las actas de compromiso por parte de los padres se hacen presentes.

---



#### 4.6.3. Tabulación de entrevista a un docente de la institución

Tabla 7.

*Análisis de entrevista a un docente*

---

Análisis
<p>La docente refirió que los estudiantes tienen demasiada exposición a estos servicios de la red, esto afecta su estado emocional y crea conflictos entre ellos. El mal uso que le dan a su celular afecta su capacidad y rendimiento académico, ya que generalmente lo utilizan para distraerse, hacer bromas o copiar durante los exámenes. Los padres tienen gran importancia en el problema, ya que generalmente son muy permisivos con el uso de celulares por parte de sus hijos, además de invadir el horario de clases al buscar comunicarse constantemente con los estudiantes a través de dichas tecnologías.</p>

---

Tabla 8.

*Análisis general de entrevistas a funcionarios de la institución*

---

Análisis general
<p>Según la información obtenida, gran parte de este problema se debe a la falta de control por parte de los padres sobre cómo sus hijos utilizan sus celulares a diario. Asimismo, se observa que estos espacios sociales afectan a los estudiantes dentro del ámbito emocional, social y académico, desarrollando el deseo de estar constantemente comunicados. Finalmente, se concluye que el apoyo y accionar de los padres es beneficioso para cualquier tipo de información presentada a los estudiantes.</p>

---

#### 4.6.4. Tabulación de entrevistas a profesionales de la animación

Tabla 9.

*Pregunta 1 - Entrevista a profesionales de la animación*

---

¿Cuánto tiempo de duración es recomendable para un video explicativo?

---

Mg. Fernando Fabara	Lic. Juan Pablo Nieto	Dis. Clemens Makoschitz
Depende del público objetivo, los videos explicativos pueden durar de 1 a 3 minutos según la cantidad de información. Para jóvenes se recomienda que el video sea lo más corto posible, abarcando los temas principales de forma dinámica, llamando a la acción para que la persona se informe a través de otros medios. El video no debería pasar de 1 a 1:30 minutos de duración para mantener la atención.	Depende del contenido a explicar y la plataforma de difusión, en el caso de YouTube se pueden hacer videos de 20 minutos como máximo, para Instagram o Facebook puede ser 1 minuto y para TikTok alrededor de 30 segundos.	Depende del contexto, los videos explicativos pueden ser tan cortos como 30 segundos o pueden durar hasta 15 minutos en ciertos casos. El video debería ser lo más corto y conciso posible, con el fin de no aburrir al espectador.
Análisis: Se concluye que el video debe ser corto y lo más conciso posible, explicando lo necesario sin aburrir a la audiencia.		

---

Tabla 10.

*Pregunta 2 - Entrevista a profesionales de la animación*

---

¿Qué tan compleja debería ser la animación de un video explicativo?

---

Mg. Fernando Fabara

Lic. Juan Pablo Nieto

Dis. Clemens Makoschitz

En los Motion Graphics debe primar la funcionalidad, principalmente en los videos explicativos se debe explicar y enseñar algo en concreto, con el fin de que la persona tenga una noción sobre qué hacer referente al tema. Una complejidad simple pero dinámica es lo ideal, al anteponer la función del video sobre todas las cosas, con el cuidado necesario de no caer en un producto no profesional.

Se define a partir del presupuesto y el contenido a explicar, existen animaciones simples que comunican de manera eficaz mientras que hay otras que, a pesar de ser más complejas, no han llegado a ser efectivas por el tipo de contenido.

Es importante tener el presupuesto y los tiempos de entrega en mente. El video debe tener un estilo consistente de principio a fin, no debería ser muy complejo en los primeros 10 segundos y luego apresurar toda la animación restante. Se puede trabajar con un estilo simple y obtener un gran producto al final; por lo que, si el diseño es sólido, la animación puede mantenerse al mínimo.

Análisis: Se debe tomar en cuenta el tiempo y presupuesto disponibles, se recomienda realizar animaciones simples que comuniquen efectivamente, además de elaborar un estilo de diseño sólido y agradable previo a la animación.

---

Tabla 11.

*Pregunta 3 - Entrevista a profesionales de la animación*

---

¿Qué ritmo debería tener una animación dirigida a jóvenes y adolescentes?

---

Mg. Fernando Fabara

Lic. Juan Pablo Nieto

Dis. Clemens Makoschitz

El ritmo debería ser bastante dinámico, tomando como referencia el voiceover y la musicalización; la sincronía hace que al espectador le agrade más el video.

Se recomienda un ritmo de animación dinámico, esto debido a que el público juvenil es propenso a aburrirse si se les presenta una animación lenta o tranquila.

Según la influencia que ejercen TikTok e Instagram Reels, los jóvenes necesitan una mayor estimulación para engancharse con un video, esto significa la implementación de más cortes, cambios y un ritmo rápido. Esto también puede ser conseguido con un gran storytelling.

Análisis: El ritmo del video debe ser rápido y dinámico con el fin de captar la atención de la audiencia, además de estar sincronizado con el audio en todo momento.

---

Tabla 12.

*Pregunta 4 - Entrevista a profesionales de la animación*

---

¿Qué tipo de principios de animación aplicaría usted en este tipo de videos?

---

Mg. Fernando Fabara

Lic. Juan Pablo Nieto

Dis. Clemens Makoschitz

En los videos explicativos se deben aplicar los principios de forma sutil para que no distraigan la atención del contenido principal. Se deben aplicar esencialmente anticipaciones, puesta en escena, aceleraciones y desaceleraciones y movimiento en arcos para dar naturalidad al movimiento; en el caso de que existan ciertos objetos que se muevan con alguna intencionalidad se puede encoger y estirar su forma para enriquecer la animación.

Se deben tomar en cuenta los doce principios de animación, ya que son necesarios para que un video animado se vea bien; especialmente se deben utilizar los cinco principios de animación iniciales, pudiéndose aplicar el resto de principios conforme a las necesidades que presente el proyecto.

Tantos como sea posible, si es para una audiencia joven, los movimientos más animados como estirar y encoger pueden ser de gran ayuda.

Análisis: Se deben aplicar todos los principios de animación que sean necesarios, tomando énfasis en los siete primeros.

---

Tabla 13.

*Pregunta 5 - Entrevista a profesionales de la animación*

---

¿Considera que la utilización de material viral de internet (memes) es un recurso comunicacional efectivo para este público?

---

Mg. Fernando Fabara

Lic. Juan Pablo Nieto

Dis. Clemens Makoschitz

Considero que sí, el usar material viral de internet nos permite conectar directamente con el público. Sin embargo, hay que tomar en cuenta el contexto del proyecto, ya que puede restarle profesionalismo al producto final. Dentro del ámbito educativo creo que no es la mejor opción, aunque se puede optar por pequeñas muestras de 5 segundos de contenido viral, pero que no se conviertan en el concepto principal del video.

Sí, los memes pueden ser un buen recurso comunicacional para llamar la atención, dependiendo del contexto de la marca o entidad en la cual se va a difundir el audiovisual. No es recomendable usar memes en marcas constituidas o grandes.

Personalmente nunca he trabajado con ellos, aunque definitivamente considero que pueden ser de ayuda. Tienen que ser realizados con cuidado, ya que pueden generar un poco de incomodidad o vergüenza.

Análisis: Se puede utilizar material viral de internet en ciertos casos; sin embargo, se debe cuidar de que no genere vergüenza, incomodidad o le reste profesionalismo al producto final.

---

Tabla 14.

*Pregunta 6 - Entrevista a profesionales de la animación*

---

¿Qué concepto gráfico debería tener una animación dirigida a jóvenes y adolescentes?

---

Mg. Fernando Fabara

Lic. Juan Pablo Nieto

Dis. Clemens Makoschitz

Depende la temática principal, por el público objetivo se debería recurrir a un estilo gráfico juvenil; si se usa iconografía y pictogramas, estos deberían contar con morfologías modernas; por ejemplo, los bordes redondeados. Se puede aplicar el minimalismo, sin llegar a caer en lo muy serio, de igual forma se puede recurrir a sombras y luces, tomando en cuenta el no contaminar la escena.

Se debe tomar en cuenta el presupuesto del proyecto, además de definir si se cuenta con ilustraciones

Hoy en día es muy popular el estilo cartoon, además del uso de recursos 3D y 2D, los cuales son tendencia dentro del mundo de la publicidad. Por otra parte, depende del estilo propio que tenga el ilustrador o animador encargado.

Depende del tema que tenga el video. Por ejemplo, si fuera un video acerca del bullying, yo personalmente optaría por un estilo de diseño más serio y quizás no algo caricaturizado.

dentro del proyecto, ya que, de no ser el caso, se debe optar por un mayor uso de iconografía. No se recomienda usar recursos abstractos, ya que los elementos más claros funcionan mejor en los jóvenes. Por otra parte, el usar texturas y fotografías es válido; por ejemplo, el presentar ilustraciones o fotografías de rostros es beneficioso para cualquier proyecto.

Análisis: El concepto gráfico debe ser moderno y juvenil pero también algo serio, en donde se puede recurrir a diseños 2D y 3D en conjunto con texturas, iconografía y la fotografía. En esencia, depende del estilo propio que se le quiera dar al audiovisual.

---



Tabla 15.

*Pregunta 7 - Entrevista a profesionales de la animación*

---

¿En su criterio, qué tendencia gráfica tiene mayor efectividad comunicacional en jóvenes y adolescentes?

---

Mg. Fernando Fabara

Lic. Juan Pablo Nieto

Dis. Clemens Makoschitz

Más allá de las tendencias, el concepto gráfico es establecido por el equipo de arte, por lo que se debe investigar al público objetivo para conocer qué tipo de contenido consumen ellos. El conocer más sobre los gustos del público objetivo nos permite definir el estilo gráfico adecuado conforme a la necesidad.

Actualmente se encuentra en tendencia la ilustración 2D y 3D, la estilización vintage y las imágenes desarrolladas por la inteligencia artificial.

Considero que el trabajo que realiza Ravie & Co. es rápido y dinámico, al menos a mí siempre me engancha; sin embargo, personalmente no me gusta trabajar con ese estilo ya que me suele estresar un poco.

Análisis: Principalmente depende del equipo de arte definir el estilo gráfico del video, aunque se debe conocer los gustos del público objetivo. Por otra parte, la ilustración 2D y 3D junto a las imágenes realizadas con inteligencia artificial son muy populares.

---

#### 4.6.5. Tabulación de la encuesta dirigida al público objetivo

##### Pregunta 1:

##### Indique su sexo

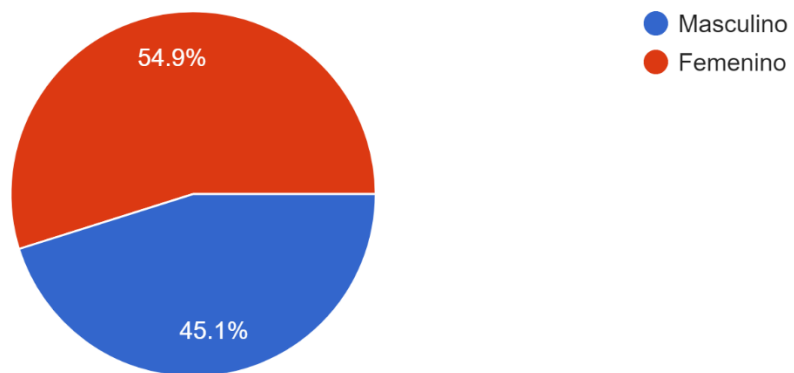
Tabla 16.

*Sexo de los estudiantes*

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	65	45,1
Femenino	79	54,9

**Nota.** Resultados de la pregunta 1

144 responses



*Gráfico 5 Tabulación de datos - Sexo*

En los datos obtenidos se observa que dentro de bachillerato existen más estudiantes de sexo femenino que de masculino, representados en un 54,9% equivalente a 79 mujeres y un 45,1% equivalente a 65 hombres respectivamente.

**Pregunta 2:**

**Indique su edad**

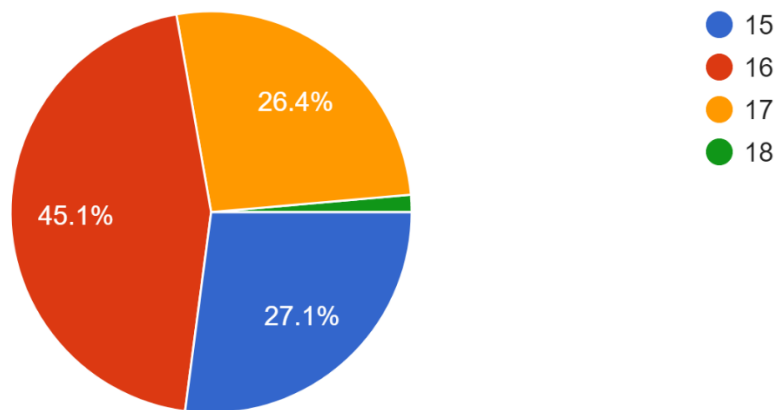
Tabla 17.

*Edades de los estudiantes*

Edad	Frecuencia	Porcentaje
15	39	27,1%
16	65	45,1%
17	38	26,4%
18	2	1,4%

**Nota.** Resultados de la pregunta 2

144 responses



*Gráfico 6 Tabulación de Datos - Edad*

De acuerdo con la encuesta, la edad promedio de los estudiantes de bachillerato es de 16 años; al existir 65 jóvenes con esta edad, se representa un 45,1% de la población en este grupo. Seguido encontramos 39 adolescentes de 15 años que conforman el 27,1%, 38 jóvenes de 17 años que simbolizan un 26,4% y finalmente dos estudiantes que tienen 18 años, representando en 1,4% de la población total.

### **Pregunta 3:**

#### **¿Cuál es la red social que más utiliza?**

Tabla 18.

*Red social más utilizada*

Red social	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	61	42,4%
TikTok	74	51,4%
BeReal	2	1,4%
WhatsApp	4	2,8%
YouTube	3	2,1%

**Nota.** Resultados de la pregunta 3

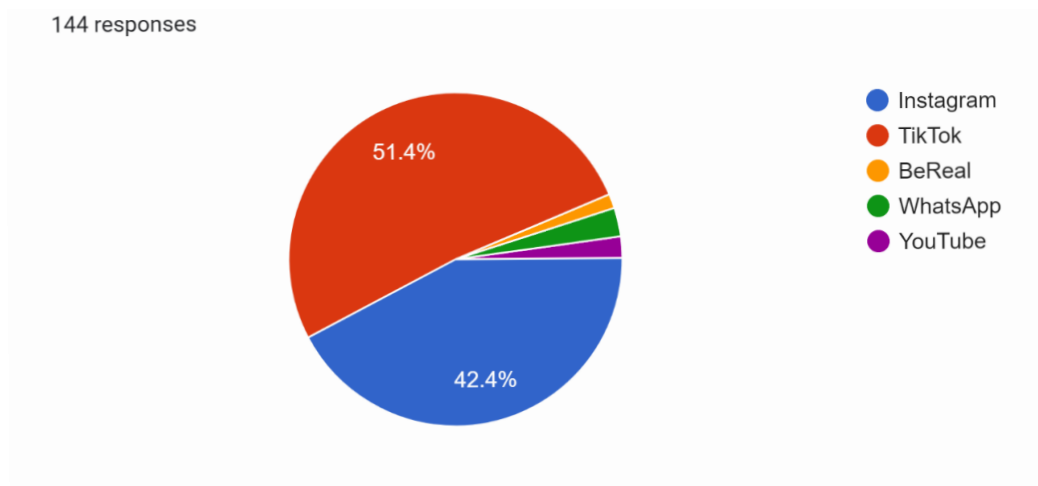


Gráfico 7 Tabulación de Resultados - Red social más utilizada

La encuesta revela que más de la mitad de estudiantes de bachillerato utiliza TikTok como su red social principal, lo cual representa un 51,4% de la población total; seguido se encuentra Instagram con un 42,4% y finalmente aparecen WhatsApp, YouTube y una nueva red social en el mercado, la aplicación BeReal.

#### 4.6.6. Análisis de fiabilidad del cuestionario (ARS)

El Alfa de Cronbach nos permite conocer el grado de fiabilidad que tiene el instrumento de recolección de información utilizado, en este caso el cuestionario (ARS).

Tabla 19.

*Estadísticas de fiabilidad*

Nº de Ítems	Alfa de Cronbach
24	,901

**Nota.** Elaboración propia. Software de análisis: Jamovi.

Conforme al análisis, las 24 preguntas del cuestionario (ARS) presentan en total un Alfa de Cronbach de ,901 lo cual es considerado como una confiabilidad excelente.

#### 4.6.7. Análisis Descriptivo del cuestionario (ARS)

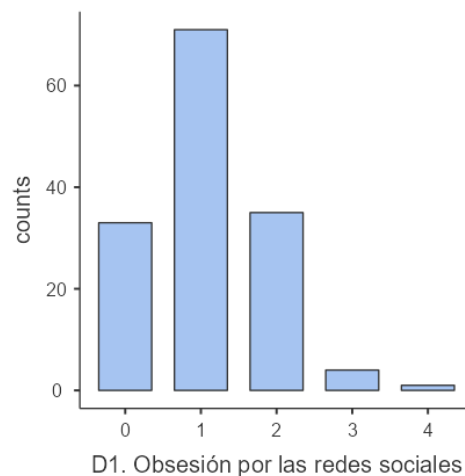
Dentro del análisis descriptivo del cuestionario se representan los valores mínimos, máximos, la media, la desviación estándar, el número de muestra (N) y el resultado total de adicción dentro de los jóvenes y adolescentes.

Tabla 20.

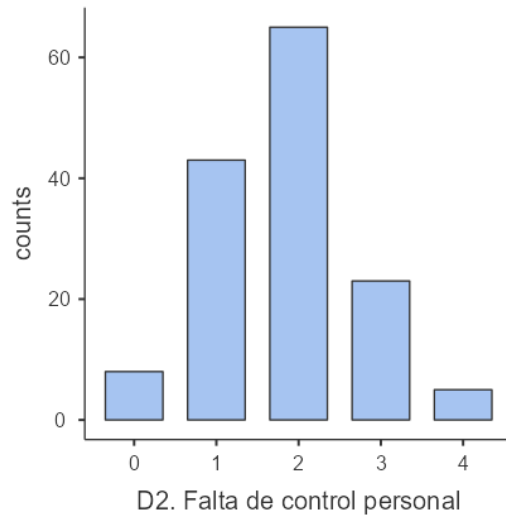
*Análisis Descriptivo del ARS*

Dimensiones	Mínimo	Máximo	Media	Desv. S
D1. Obsesión por las redes sociales	0	4	1,09	0,801
D2. Falta de control personal	0	4	1,82	0,890
D3. Uso excesivo de las redes sociales	0	4	2,26	0,929
Total: Adicción a las redes sociales	0	4	1,65	0,806

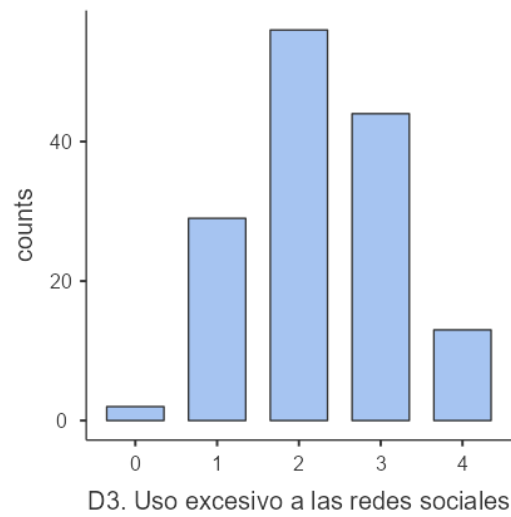
**Nota.** N= 144. La valoración del cuestionario está determinada por cinco niveles, los cuales van desde los números 0 al 4, indicando valores de no existencia, bajos, medios, altos y muy altos de adicción respectivamente.



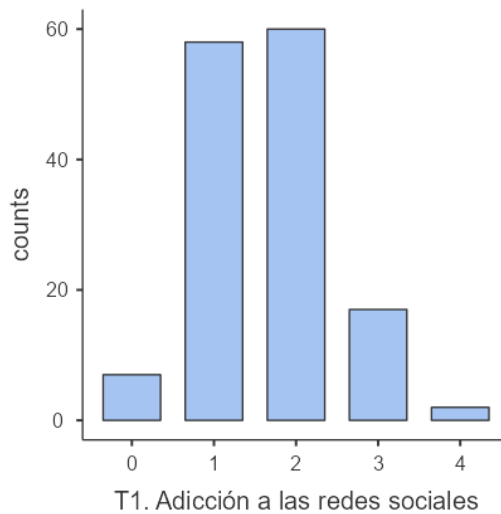
*Gráfico 8 (ARS) - Dimensión 1*



*Gráfico 9 (ARS) - Dimensión 2*



*Gráfico 10 (ARS) - Dimensión 3*



*Gráfico 11 Total - Adicción a las redes sociales*

Conforme al análisis descriptivo, se puede observar que los jóvenes presentan un rango bajo de obsesión, calificado con un promedio de 1,09 sobre 4; por otra parte, los jóvenes presentan un nivel bajo con tendencia a un nivel medio de falta de autocontrol al utilizar sus redes, representando un 1,82 sobre 4. Finalmente, los jóvenes también obtuvieron un 2,26 sobre 4 en la tercera dimensión, lo cual presenta un nivel medio de uso excesivo de estas plataformas. A partir de estos resultados, se concluye que los estudiantes de bachillerato presentan un rango bajo a medio de adicción hacia estas tecnologías.

#### **4.6.8. Resultados relevantes del cuestionario (ARS)**

Dentro de los resultados obtenidos, se pudo evidenciar ciertas conductas que los estudiantes tienen respecto a sus hábitos digitales.

##### **Ítem 4:**

Hace referencia a la acción de usar sus cuentas en redes apenas el estudiante se despierta.

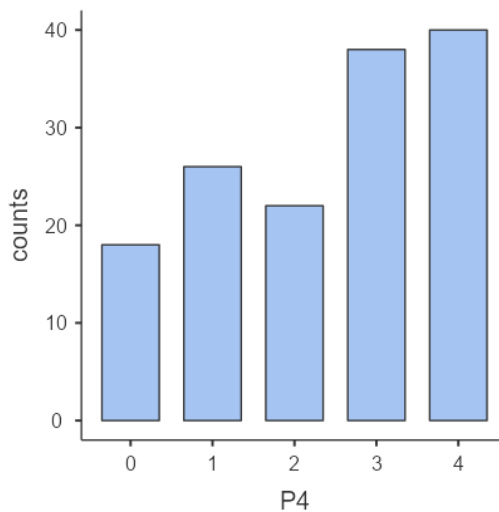


Tabla 21.

*Ítem 4 - Análisis de frecuencias*

Valoración	Estudiantes	Porcentaje
0	18	12,5%
1	26	18,1%
2	22	15,3%
3	38	26,4%
4	40	27,8%
Total	144	100%

**Nota.** La valoración de la pregunta está determinada por cinco niveles, los cuales van desde los números 0 al 4, indicando valores de no existencia, bajos, medios, altos y muy altos de adicción respectivamente. La media resultante fue de 2,39



*Gráfico 12 Barras - Ítem 4*

Según los datos obtenidos, un 27,8% de los estudiantes siempre se conecta a sus redes apenas se despierta, seguido de un 26,4% que menciona hacerlo casi siempre, por lo que se puede concluir que existe un número alto de jóvenes que tienen como primera actividad en el día el conectarse a estos medios tecnológicos.

**Ítem 9:**

Menciona si el estudiante pierde la noción del tiempo cuando ingresa a sus redes sociales.

Tabla 22.

*Ítem 9 - Análisis de frecuencias*

Valoración	Estudiantes	Porcentaje
0	10	6,9%
1	13	9,0%
2	33	22,9%
3	48	33,3%
4	40	27,8%
Total	144	100%

**Nota.** La valoración de la pregunta está determinada por cinco niveles, los cuales van desde los números 0 al 4, indicando valores de no existencia, bajos, medios, altos y muy altos de adicción respectivamente. La media resultante fue de 2,66

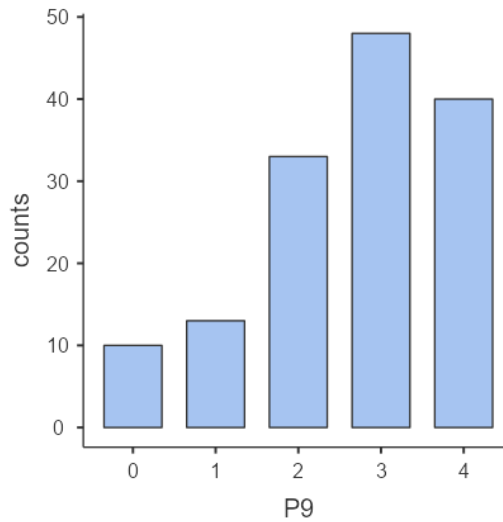


Gráfico 13 Barras - Ítem 9

De acuerdo con este análisis, un 33,3% de los estudiantes menciona que casi siempre pierde el sentido del tiempo cuando se conecta a estos medios, seguido de un 27,8% el cual refiere que les sucede siempre. Por lo tanto, se concluye que la gran mayoría de estudiantes llega a perder mucho tiempo a causa del uso que les dan a sus cuentas sociales.

### Ítem 10:

Se refiere al estado en donde un usuario dedica más tiempo a su conexión, del que originalmente había planificado.

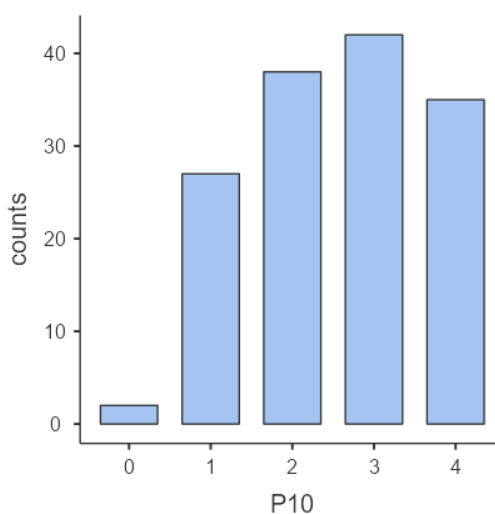
Tabla 23.

#### Ítem 10 - Análisis de frecuencias

Valoración	Estudiantes	Porcentaje
0	2	1,4%
1	27	18,8%
2	38	26,4%
3	42	29,2%

4	35	24,3%
Total	144	100%

**Nota.** La valoración de la pregunta está determinada por cinco niveles, los cuales van desde los números 0 al 4, indicando valores de no existencia, bajos, medios, altos y muy altos de adicción respectivamente. La media resultante fue de 2,56



*Gráfico 14 Barras – Ítem 10*

De conformidad con estos datos, un 29,2% de los estudiantes refiere que casi siempre pasa más tiempo dentro de sus cuentas en comparación con lo que en un inicio había definido. A su vez, un 26,4% de los encuestados afirma que les sucede a veces, junto con un 24,3% que menciona que siempre le pasa. Por lo tanto, se infiere que gran parte de los jóvenes son conscientes de que las redes les demandan más tiempo de uso, pudiendo llegar a afectar sus conductas y planes originales.

### **Ítem 17:**

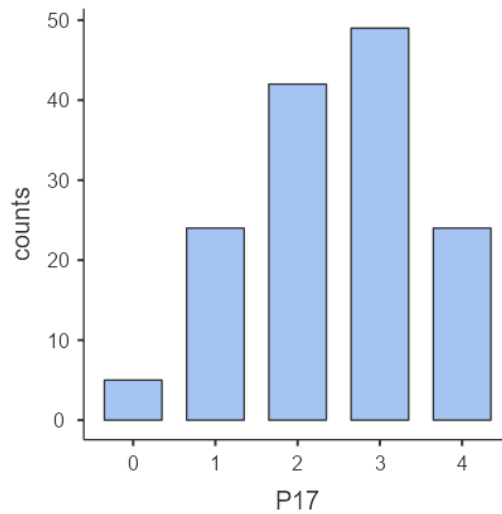
Menciona si el estudiante considera que dedica mucho tiempo al uso de sus redes.

Tabla 24.

*Ítem 17 - Análisis de frecuencias*

Valoración	Estudiantes	Porcentaje
0	5	3,5%
1	24	16,7%
2	42	29,2%
3	49	34,0%
4	24	16,7%
Total	144	100%

**Nota.** La valoración de la pregunta está determinada por cinco niveles, los cuales van desde los números 0 al 4, indicando valores de no existencia, bajos, medios, altos y muy altos de adicción respectivamente. La media resultante fue de 2,44



*Gráfico 15 Barras - Ítem 17*

Según los datos estadísticos, un 34% de los estudiantes considera que casi siempre dedica mucho tiempo al uso de servicios sociales. De igual manera, un 29,3% establece que a veces piensa eso. En conclusión, varios estudiantes son conscientes de que ha aumentado el tiempo que le dedican a estas aplicaciones, por lo que se observa un uso excesivo por parte de los mismos.

#### 4.6.9. Triangulación de variables

Tabla 25.

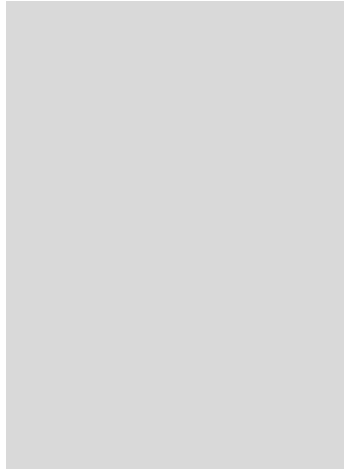
*Triangulación de variables*

Ítem	Encuesta	Entrevista	Bibliografía	Conclusión
Adicción a las redes sociales	Los estudiantes de bachillerato presentan un nivel medio bajo de adicción.	Los jóvenes presentan apego hacia sus celulares y a sus cuentas sociales, ya que les dedican gran parte de su tiempo en el día.	Consiste en el uso constante y excesivo de las redes, este afecta a la realización de otras actividades más relevantes.	Esta clase de dependencia es un problema evidente tanto para los estudiantes como para los funcionarios dentro de la institución.
Causas de la adicción	Estos medios atraen la atención de los estudiantes, haciendo que las utilicen más de lo esperado, muchos	Dichas conductas se producen por el descuido de los padres en cuanto al uso de celulares, la falta de autocontrol de sus hijos,	Las redes tienen un refuerzo positivo intermitente, el cual libera dopamina en el cerebro, generando la	El diseño adictivo junto con la falta de control parental, hace que los chicos desarrollen conductas dependientes hacia estos servicios.

	estudiantes se conectan apenas se despiertan.	y el fácil acceso a los celulares e internet.	sensación de placer y recompensa al usuario.	
Consecuencias de la adicción	Los jóvenes pierden el sentido del tiempo al usar las redes, consideran que dedican mucho tiempo a este tipo de servicios.	Dichos servicios afectan el ámbito social, académico y emocional de los estudiantes, además de presentar síntomas de abstinencia.	Se presentan problemas sociales, físicos y emocionales, el riesgo de la exposición al ciberbullying y un bajo rendimiento académico.	La dependencia afecta al desarrollo de las capacidades, autonomía y agenda de los jóvenes en gran manera.
Principios de animación		Se deben utilizar los necesarios conforme al proyecto, aunque los iniciales suelen ser los más importantes.	Los principios de animación ayudan a realizar movimientos naturales, realistas y agradables visualmente.	Se deben tomar en cuenta todos los principios de animación necesarios para generar un movimiento natural.
Ritmo del video explicativo		El ritmo debe ser rápido y dinámico, además de estar sincronizado con el voiceover y la musicalización.	La sincronía del audio con los fotogramas del video genera una experiencia audiovisual completa en el público.	El ritmo debe ser enérgico, además de ser el resultante de la sincronización entre los gráficos con el audio.



Complejidad de un video explicativo



La animación debe ser lo más simple y concisa posible, optando por la funcionalidad y la comunicación efectiva.

Los videos explicativos tienen el objetivo de transmitir información de distinta complejidad de una forma clara, facilitando el proceso de enseñanza.

El audiovisual debe tener movimientos sutiles, junto a elementos gráficos claros, con la finalidad de dirigir la atención de la audiencia al mensaje principal.

## **CAPÍTULO V**

### **5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **5.1. Descripción general del proyecto**

El proyecto consiste en el desarrollo de Motion Graphics sobre la adicción a las redes sociales presentado por los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Nuevo Mundo, con el fin de informar a los jóvenes sobre dicha problemática a través de un video explicativo.

Para la realización de la propuesta se ha cumplido con los procesos de investigación bibliográfica e investigación de campo pertinentes, los cuales nos permiten comprender el contexto del problema dentro de la institución, tomando en cuenta información científica verificada, junto con la situación actual que experimentan los estudiantes.

##### **5.1.1. Concepto (Identidad del producto y/o servicio)**

El fundamento conceptual del video es informar e incitar a la reflexión mediante una voz en off dirigida directamente a la audiencia, en cuyo discurso menciona el problema de las conductas adictivas y su relación con los hábitos rutinarios.

Pese a que el tema de las adicciones puede ser abordado desde varios ángulos, se opta porque el narrador hable de forma cercana a su audiencia, con el fin de que los jóvenes se identifiquen rápidamente con el mensaje presentado. A su vez, el video explicativo posee un estilo de collage animado, ya que implementa el uso de fotografía y elementos en 3D y 2D, los cuales actualmente se encuentran como tendencia en el mercado y nos permiten abordar el tema desde un concepto visual atractivo y de fácil comprensión (Fabara, 2023; Nieto, 2023, comunicaciones personales).

Al realizarse un video educativo-explicativo que tiene como audiencia principal a estudiantes jóvenes y adolescentes, la duración óptima del video es corta y concisa,

acompañada de un ritmo de animación bastante dinámico, con la finalidad de mantener la atención de los mismos en todo momento.

El producto audiovisual utiliza fotografías y elementos digitales con el fin de generar un estilo de collage vintage, se aplican texturas de grano, vectores y degradados, junto con la implementación del color y escalas de grises.

### **5.1.2. Descripción Técnica del producto y/o servicio**

#### **5.1.2.1. Acabados**

El audiovisual posee varios elementos los cuales permiten su correcto funcionamiento tanto a nivel técnico como semántico. Se aplican fotografías de stock, tanto gratuitas como de pago, además de emplear fotografía propia. A su vez, ciertas fotocomposiciones recurren a modelos 3D que apoyan lo mencionado por la narrativa, la implementación de mockups a su vez permite dotarle de realismo a los fotomontajes finales.

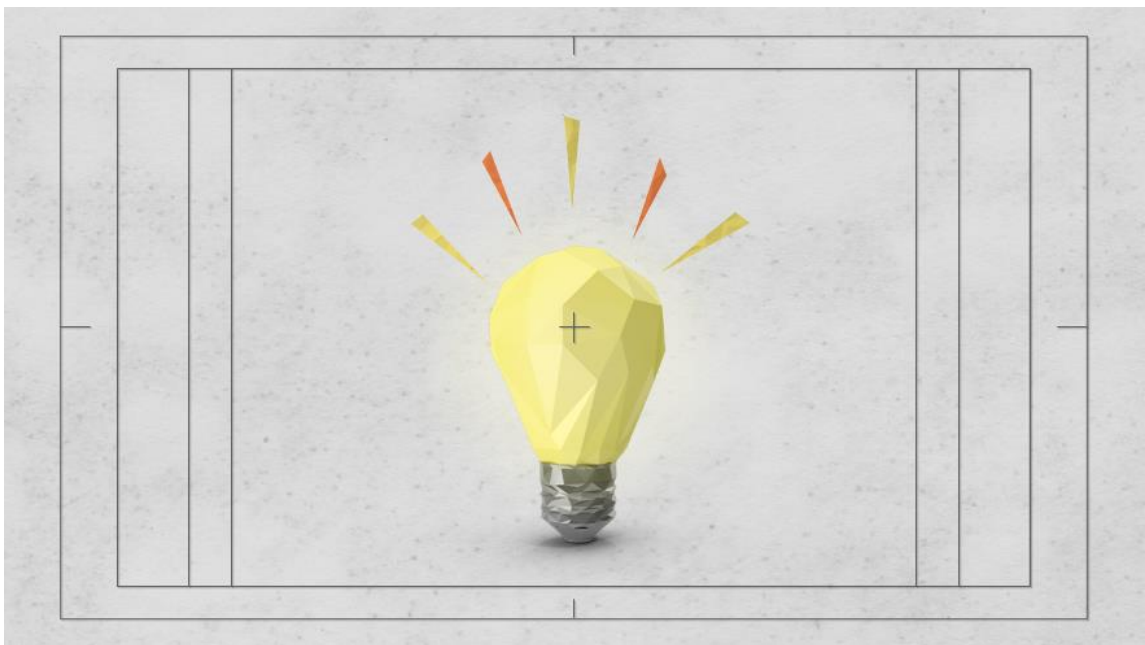
Ciertas imágenes fueron desarrolladas mediante inteligencia artificial para posteriormente realizar su edición respectiva en Photoshop, conforme a las necesidades del proyecto. Por otra parte, se hace uso de trazos y bordes vectoriales que generan figuras geométricas complementarias al movimiento que realizan los objetos, además de contar con los identificadores gráficos vectorizados de las distintas aplicaciones. Los acabados de los elementos fotográficos y digitales se encuentran a color y en escala de grises, lo cual nos permite resaltar ciertos objetos de conformidad con la narrativa; esto posibilita la elaboración de una composición llamativa a la vista.

Referente a la sonorización, se aplican canciones generadas por inteligencia artificial, música y efectos de sonido de stock, tanto gratuitos como de pagos; asimismo, se llevó a cabo la realización de la voz en off junto con su respectiva edición en Audition. Para establecer los tiempos exactos de movimientos de énfasis o transición se aplican hitpoints, lo cual nos permite definir las posiciones musicalmente relevantes dentro de la pista de

audio. Finalmente, el framerate utilizado es de 12 fps, lo cual nos permite estilizar el proyecto a un estilo vintage el cual actualmente es tendencia.

### 5.1.2.2. *Composición*

La composición del producto audiovisual se mantiene organizada dentro del formato de zona segura proporcionado por After Effects. El video es diseñado para un formato horizontal full HD de 1920 x 1080 pixeles.



*Imagen 1. Formato de zona segura*

**Paleta de colores:** La paleta utilizada contiene tonalidades vibrantes y llamativas, las cuales son capaces de transmitir energía y positivismo; por otra parte, existen colores más azules y fríos, los cuales proyectan confianza, calma y seguridad; finalmente, se emplean tonalidades de blanco y negro, las cuales producen un contraste que facilitan la realización de los cambios de escena, además de denotar elegancia, simpleza y pulcritud.

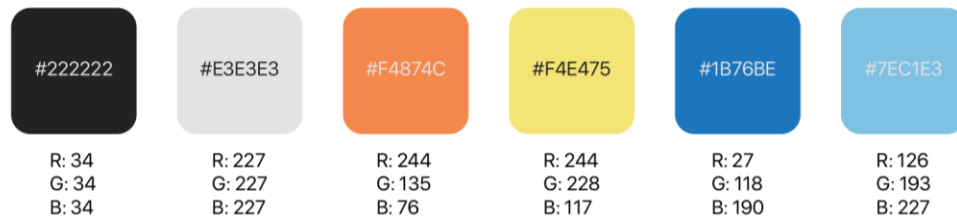


Imagen 2. Paleta de colores

**Tipografía:** La animación contiene la familia tipográfica utilizada por Apple en sus dispositivos electrónicos. La tipografía San Francisco al ser de tipo San-Serif transmite simpleza, además de facilitar su lectura independiente de su tamaño. Para este proyecto en concreto, se utilizó específicamente el estilo de fuente Regular y Bold.

SF Pro Display Regular

SF Pro Display Bold

ABCDEFGHIJ  
 KLMNOPQRS  
 TUVWXYZ  
 abcdefghijklmn  
 opqrstuvwxyz  
 0123456789  
 !@#\$%^&\*()

**ABCDEFGHIJ**  
**KLMNOPQRS**  
**TUVWXYZ**  
**abcdefghijklmn**  
**opqrstuvwxyz**  
**0123456789**  
**!@#\$%^&\*()**

Imagen 3. Familia tipográfica San Francisco

Cabe mencionar que se toma en cuenta varios principios de animación, esto con el fin de generar un movimiento real en cada uno de los elementos; se hace énfasis en las anticipaciones, estirar y encoger los elementos, la puesta en escena, las acciones complementarias, el movimiento en arcos, aceleraciones y desaceleraciones, timing y el atractivo de cada elemento.

### **5.1.2.3. Jerarquía**

La jerarquía principal es asignada según el color de cada elemento, en donde, aquellos que tengan varias tonalidades de color tomarán más relevancia en comparación con los elementos monocromáticos. Otros métodos de jerarquización aplicados son el tamaño y ubicación de los objetos; ya que, conforme más grande y centrado se encuentra el elemento, más tiende a ser un elemento principal en la composición.

### **5.1.2.4. Funcionalidad**

La funcionalidad principal del producto audiovisual es su proyección en pantalla. En adición, la animación puede ser visualizada en distintos dispositivos y plataformas digitales, además de contar con subtítulos con el objetivo de reforzar la comprensión del mensaje principal.

### **5.1.3. Expresión creativa - puntos clave**

La idea principal es que los estudiantes se sientan identificados con la situación planteada en el producto audiovisual, por lo que se toma en cuenta su experiencia y hábitos de consumo diarios para la construcción final de la narrativa.

El video explicativo contempla la voz de una conciencia externa la cual dirige su discurso directamente a la audiencia. En la introducción realiza una pregunta que le permite inferir sobre el uso diario que los estudiantes les dan a sus cuentas. Posteriormente, explica de forma clara y didáctica los procesos fisiológicos que ocurren en el organismo al consumir este tipo de medios en línea. Para finalizar, se propone un modelo de uso responsable el cual representa una mejoría en la calidad de vida de los estudiantes, junto con un mensaje que invita a la reflexión sobre el tema tratado.

El audiovisual contiene varias figuras retóricas, las cuales enriquecen el significado final del mensaje. Para la división de la estructura básica narrativa se aplican erotemas,

los cuales consisten en la formulación de preguntas sin esperar respuesta, este recurso nos permite hacer énfasis en la idea principal que exhibe la pregunta. Por otra parte, se recurre al humorismo al presentar la figura de un deportista mundialmente conocido, con el detalle de que su cabeza es un cerebro; estos elementos facilitan la explicación de los procesos neuronales que ocurren como consecuencia del uso constante de estas plataformas. Asimismo, se aplica la caricaturización y la hipérbole al momento de presentar el concepto fundamental de la solución al problema. Finalmente, se incluye la figura retórica de sentencia, la cual presenta la frase final de forma directa y con pocas palabras, con el fin de invitar a la audiencia a decidir sobre qué contenido desean ver al conectarse a la red.

#### **5.1.4. Valor agregado / propuestas de valor**

El valor agregado de la presente propuesta radica en la realización de los detalles más minuciosos dentro de la animación, ya que se toma en cuenta la composición y el movimiento real de muchos de los elementos presentados en el proyecto. La animación de encendido del celular contiene pequeñas animaciones de los íconos principales de pantalla, tomando como referencia el encendido real de un iPhone. La interfaz de las aplicaciones móviles fue rediseñada conforme a la última actualización de cada una de ellas en los dispositivos iOS y Android respectivamente; cada una de ellas cuenta con descripciones relacionadas al proyecto y su movimiento se encuentra inspirado en su modalidad de uso real.

Por otra parte, el movimiento corporal presente en las personas y sus respectivas extremidades fue realizado conforme a su comportamiento real en cada una de las situaciones planteadas. En este ámbito, se aplicó principalmente el principio de animación de acciones complementarias, el cual dota de naturalidad al movimiento de cada articulación por causa de la inercia.

Finalmente, se realizan movimientos sutiles con respecto a las texturas y los fondos de la composición, los cuales transmiten la sensación de movimiento a cada instante, con el fin de evitar la monotonía y estática en un video explicativo de animación dinámica.

### 5.1.5. Materiales e Insumos y/o productos y servicios

Tabla 26.

*Materiales e insumos*

Recursos	Descripción
Institucionales	Universidad Técnica de Ambato  Unidad Educativa Nuevo Mundo
Humanos	Tutor, animadores, diseñadores gráficos, autoridades de la unidad educativa, docentes, funcionarios del DECE, público objetivo
Tecnológicos	Computador, internet, smartphone, suscripción de recursos digitales, impresora, consola de audio, cajas parlantes, proyector, pantalla de proyección.  Software de escritura: Word  Software de análisis de datos: Google Forms, Excel, Jamovi  Software de diseño: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Audition, Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro, Power Point



### 5.1.6. Presupuesto

Tabla 27.

*Presupuesto de los materiales*

Descripción	Costo por unidad	Cantidad	Valor
Computador	\$1300	1	\$1300
Smartphone	\$330	1	\$330
Resma de papel A4	\$3	1	\$3
Internet	\$33	(4 meses)	\$132
Extras	\$30	(4 meses)	\$120
Subtotal:			\$1885

Tabla 28.

*Presupuesto de la etapa de diseño*

Descripción	Horas	Tarifa	Valor
Diseño	15	\$13	\$195
Concepto - Investigación	6	\$12	\$72
Animática	2	\$8	\$16
Storyboards	2	\$10	\$20
Edición	3	\$12	\$36
Animación	60	\$15	\$900

Suscripción - recursos digitales	Plana	\$50	\$50
Diseño de sonido	2	\$12	\$24
Mezcla de audio	4	\$13	\$52
Voz en off	Plana	\$250	\$220
Renderización	Plana	\$56	\$56
Publicación	Plana	\$32	\$32
		Subtotal:	\$1673

Tabla 29.

*Presupuesto total*

Descripción	Valor
Presupuesto de materiales	\$1885
Presupuesto de diseño	\$1673
Total	\$3558

### 5.1.7. Construcción del prototipo

Para la construcción del prototipo se toma en cuenta varios procesos creativos y etapas de diseño, dentro de las cuales se encuentran la preproducción, la producción y la postproducción.

### **5.1.7.1. Guion literario**

Dentro de la etapa de preproducción, se desarrolló un guion literario con el fin de determinar la narrativa principal del video.

#### **GUION**

##### *ESCENA 1 IN*

¿Qué es lo primero que haces al despertar?

Ya me lo imaginaba.

Supongo que revisas mensajes, notificaciones.

O simplemente te pones a ver Reels o TikToks.

##### *ESCENA 2*

Pero, ¿te has detenido a pensar cuánto tiempo le dedicas a tus redes sociales?

Las redes están diseñadas para ser lo más adictivas posible.

Ellas te muestran contenido llamativo dentro de lapsos de tiempo impredecibles.

En consecuencia, tu cerebro libera más dopamina de lo normal y genera en ti la sensación de placer y recompensa.

Las notificaciones, los me gusta, los comentarios, todo esto hace que anheles estar en las redes.

##### *ESCENA 3*

¿Es tu situación? Pues hay una solución.

Se llama Minimalismo Digital.

Durante 30 días desinstala toda red social de tu teléfono.

Descubre qué actividades le dan un significado a tu vida, haz algo nuevo, repara cosas, deja una huella de tu existencia en este mundo.

Después de este tiempo, reinstala aquellas redes que consideres que apoyen los nuevos hábitos que desarrollaste.

### ESCENA 4 OUT

No olvides apagar todas las notificaciones innecesarias.

Y, no dejes que el algoritmo decida qué quieres ver, decide tú.

Controla tus redes, que no te controlen.

#### 5.1.7.2. Storyboard

Una vez creado el guion literario, se elaboran varios bocetos hasta construir un storyboard final, el cual define qué elementos visuales complementarán a la narrativa, incluyéndose sus respectivos movimientos y acciones.

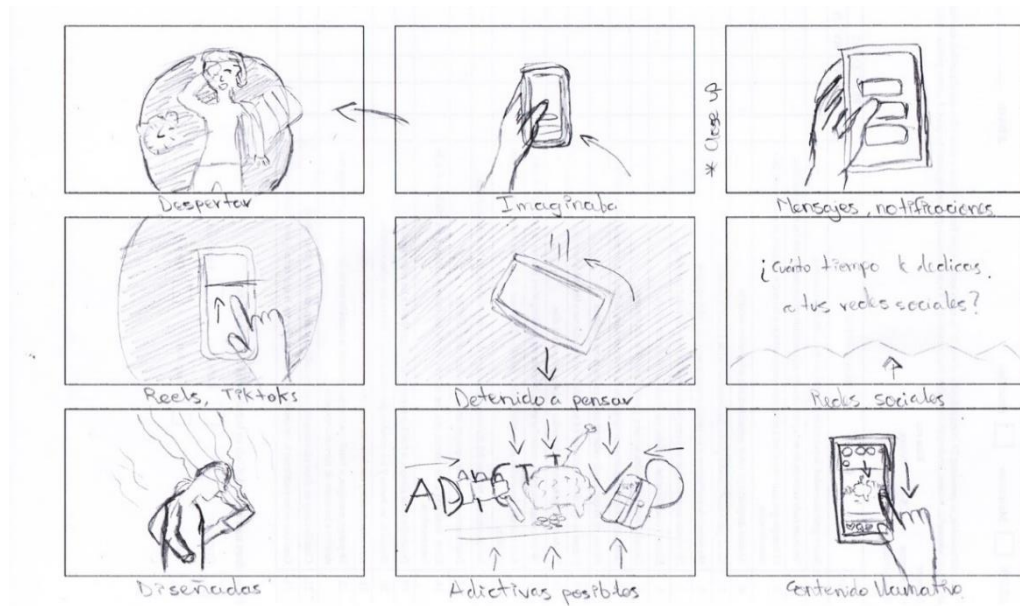


Imagen 4. Storyboard 01

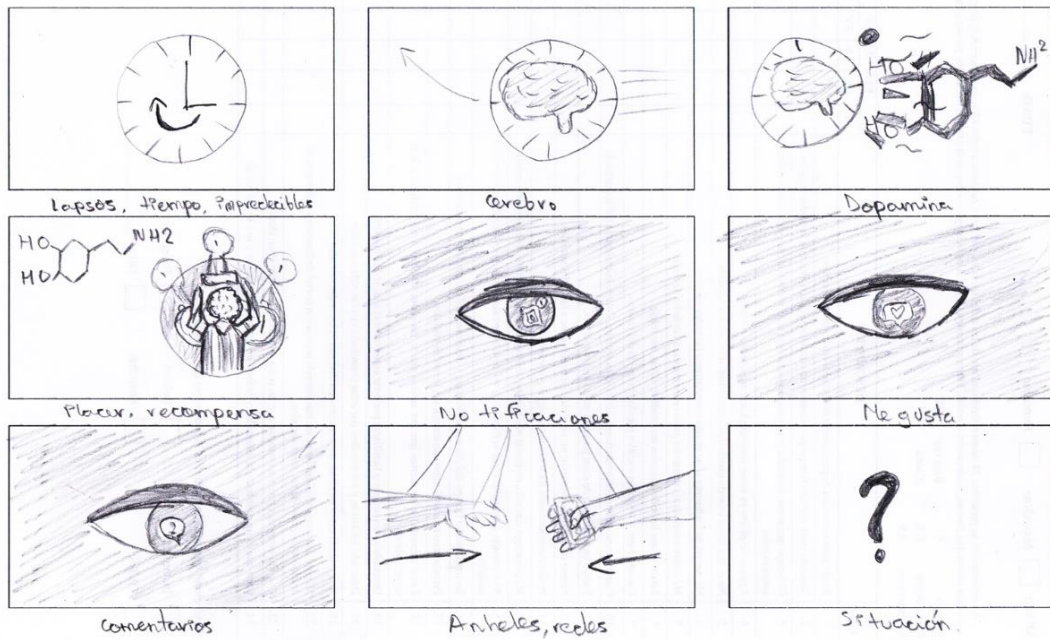


Imagen 5. Storyboard 02

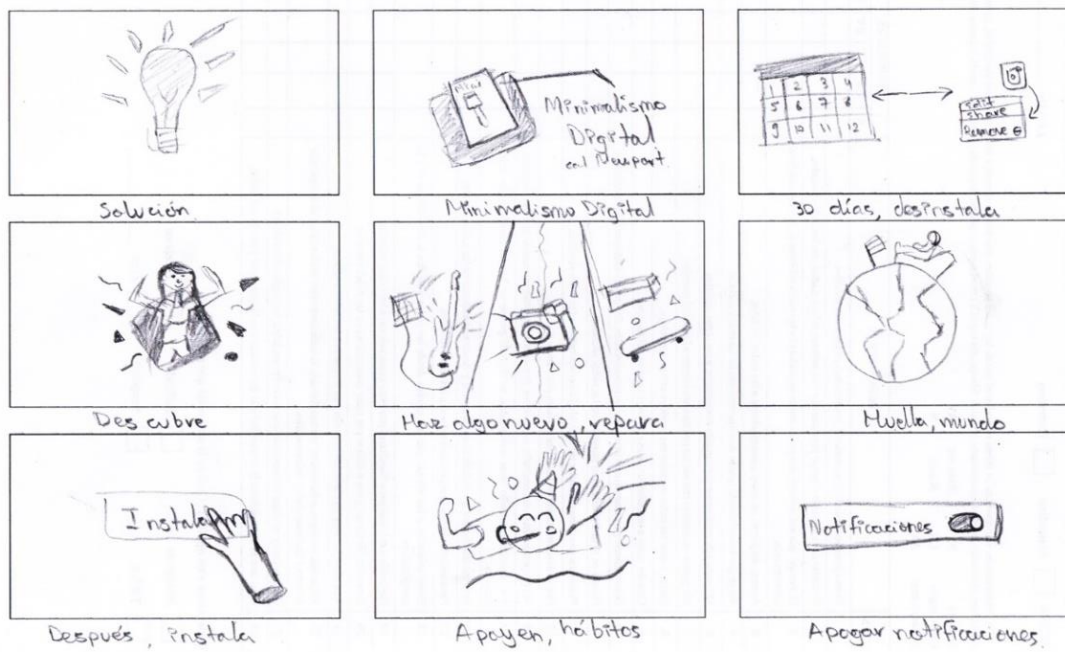


Imagen 6. Storyboard 03

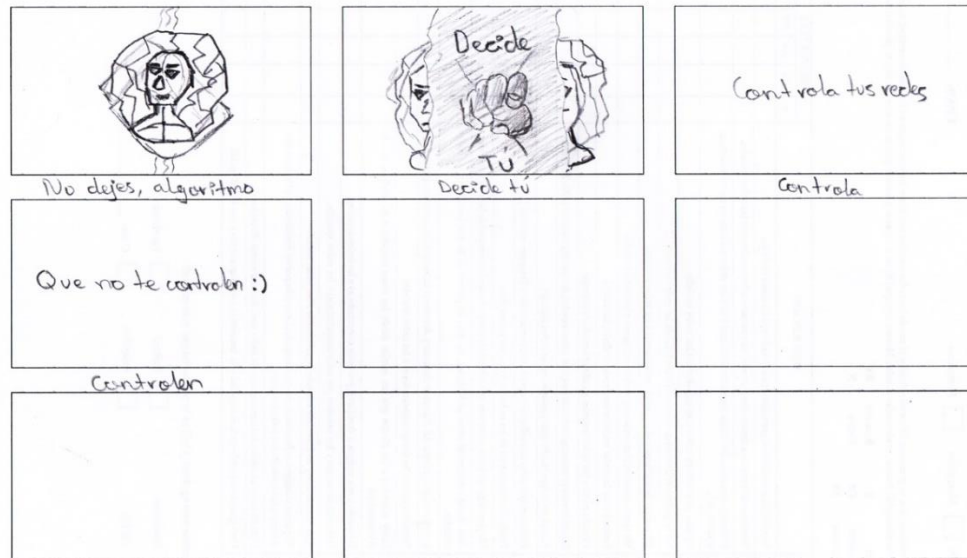


Imagen 7. Storyboard 04

### 5.1.7.3. Styleframes

Durante la etapa de producción se realizan los styleframes, es decir el diseño y la digitalización casi finales de las ideas obtenidas al momento de elaborar el storyboard.

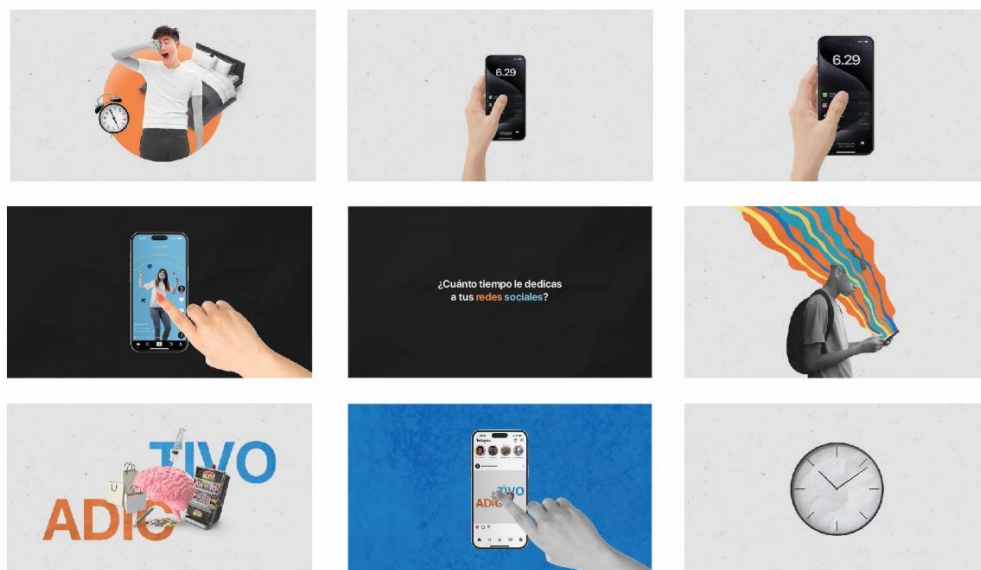


Imagen 8. Styleframes 01

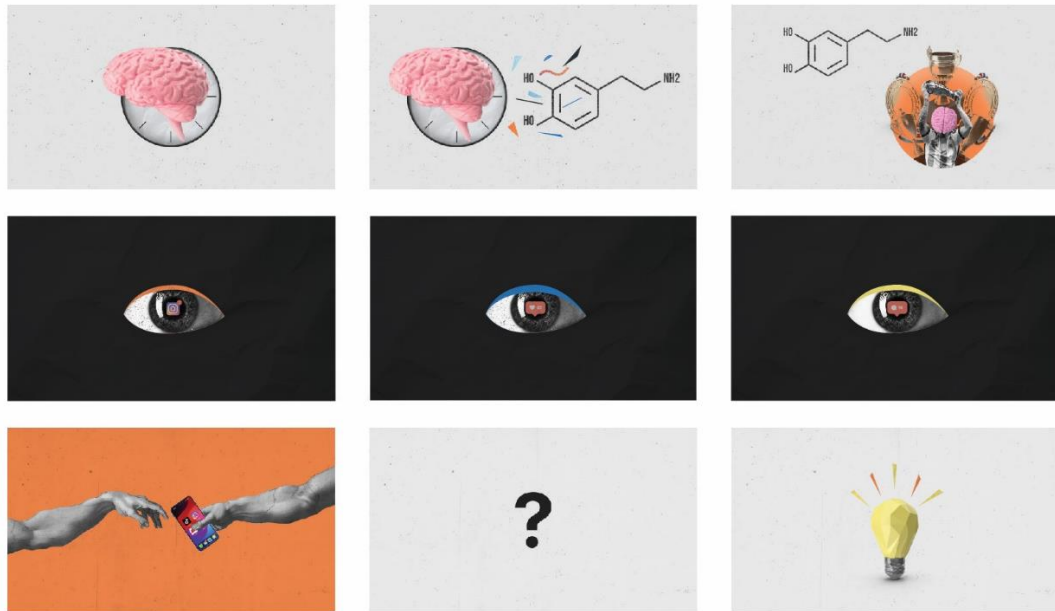


Imagen 9. Styleframes 02

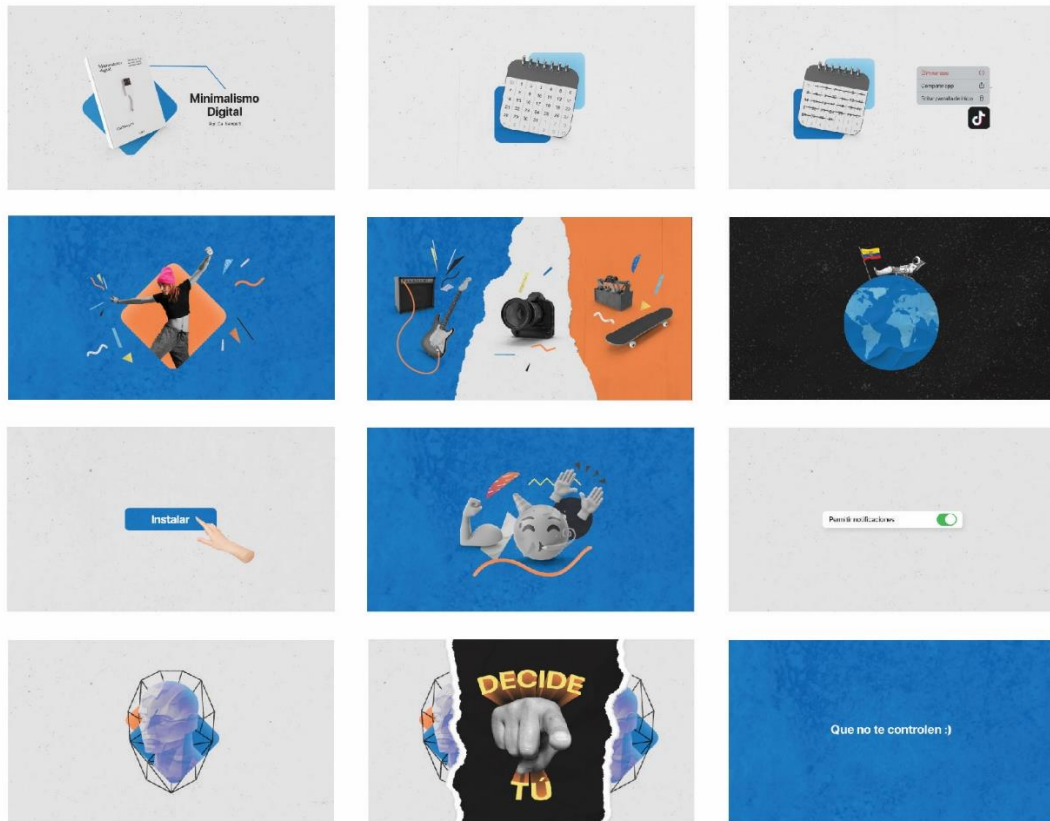


Imagen 10. Styleframes 03

#### 5.1.7.4. *Voiceover*

De la misma manera, se procede a editar el audio de la voz en off en Adobe Audition, esto con la finalidad de generar la mayor calidad sonora en la narración.

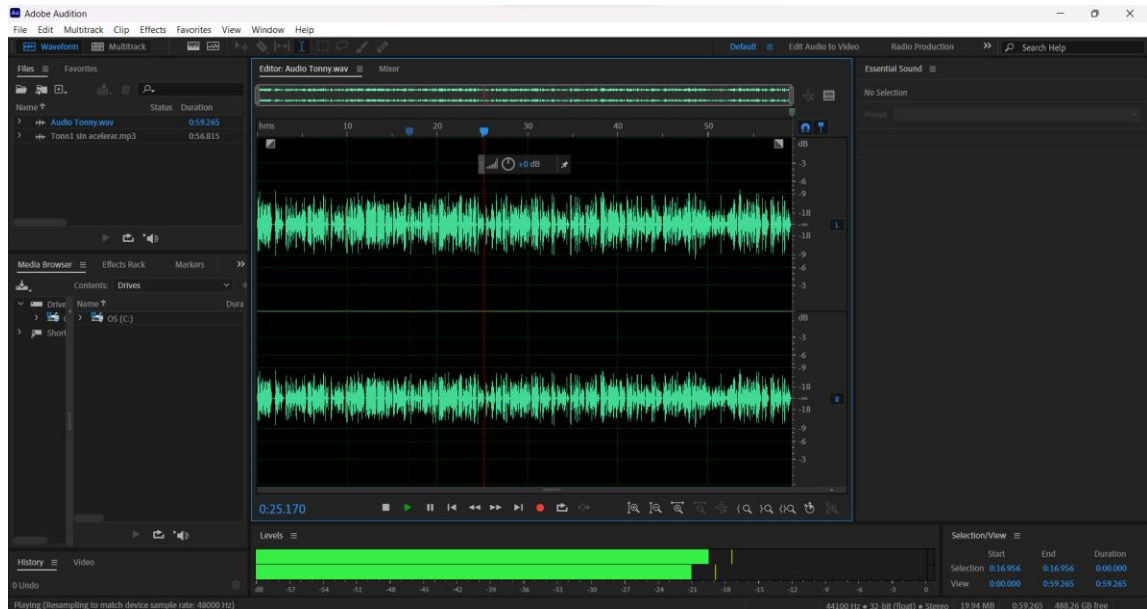


Imagen 11. Edición de voz en off en Adobe Audition

#### 5.1.7.5. *Prototipo final*

Durante la etapa de producción se llevan a cabo los procesos de animación de cada uno de los elementos, creando movimientos y transiciones tomando como referencia los hitpoints existentes en la pieza musical. Posteriormente, se procede a renderizar cada una de las secuencias existentes y así trasladar el archivo resultante a Premiere Pro para una óptima edición del audio.



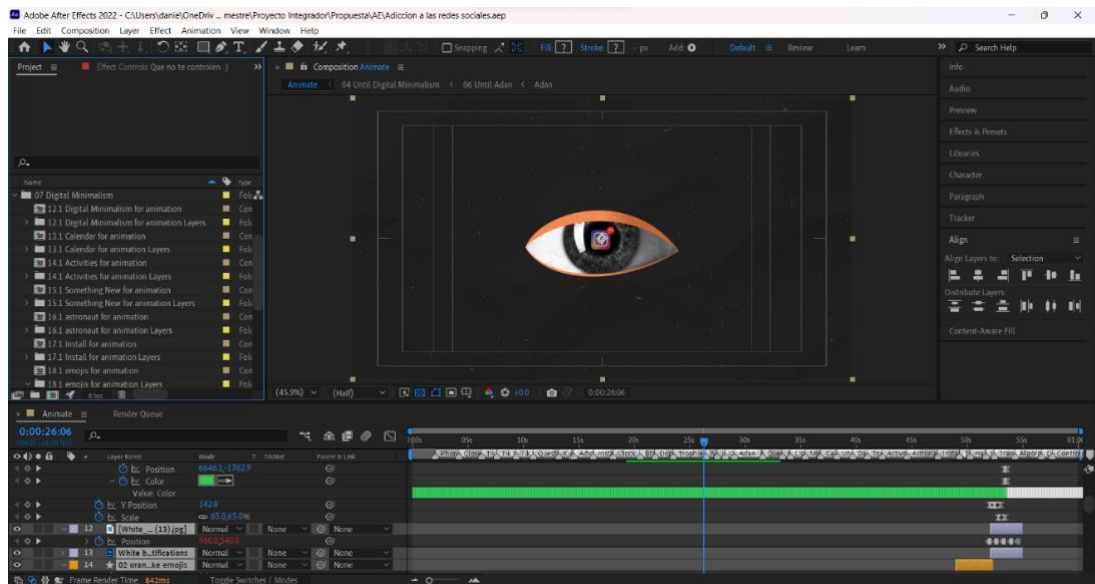


Imagen 12. Proceso de animación en Adobe After Effects

Una vez alcanzada la fase de postproducción, se procede a editar y mezclar el audio de conformidad con las acciones realizadas por cada uno de los elementos. Se toman en cuenta los niveles de ganancia de cada sonido, además de agregar efectos tales como DeEsser, Denoise, ecualizadores, compresores, reverbs, entre otros.

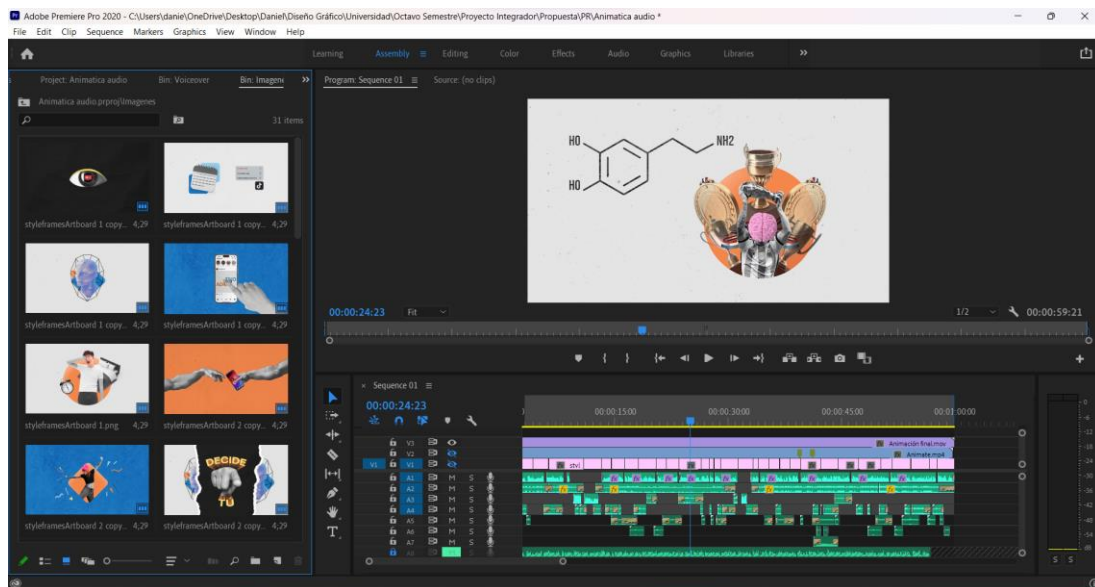


Imagen 13. Postproducción de audio en Adobe Premiere Pro

Al culminar todos los procesos de diseño, se procede a publicar el producto audiovisual para su respectiva proyección en distintos medios y soportes.



Imagen 14. Captura 01 - Prototipo final

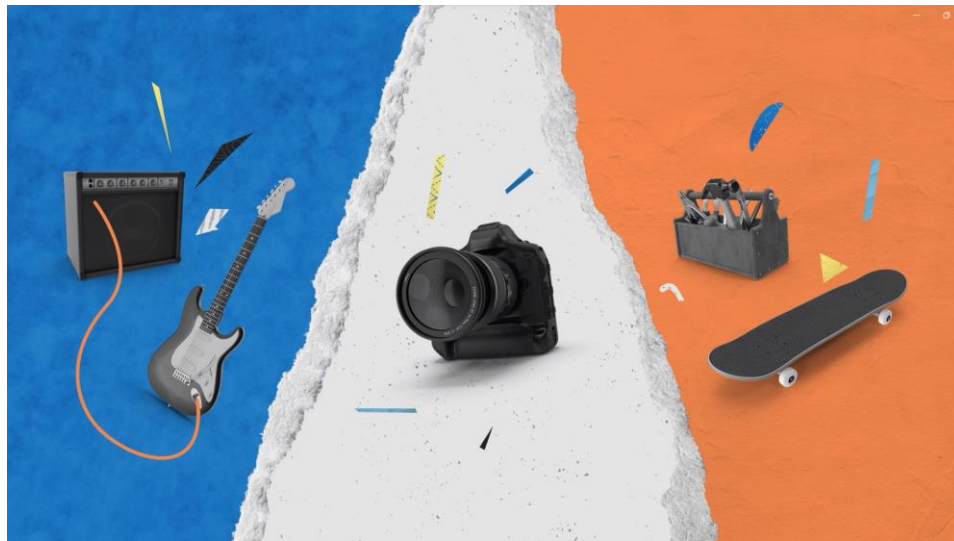


Imagen 15. Captura 02 - Prototipo final

La propuesta final puede ser encontrada en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/file/d/1Hu79hR2uPAgHgoZkGpoG7n8aIYjSSFwK/view?usp=sharing>

## **CAPÍTULO VI**

### **6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1. Conclusiones**

La implementación de un estudio bibliográfico documental dentro el proyecto permitió conocer las distintas causas de dependencia a estas tecnologías, estableciendo así una base sólida a la hora de construir la narrativa del producto audiovisual.

Por su parte, la investigación del campo reveló la realidad que experimentan los estudiantes con respecto al problema tratado. De acuerdo a los resultados obtenidos, este tipo de adicción es un problema recurrente dentro de los jóvenes y adolescentes; el cual se relaciona directamente con sus hábitos, rutinas y calidad de vida principalmente.

Es de suma importancia cumplir con las etapas de investigación, puesto que las mismas proporcionan datos de gran relevancia para el proyecto. Asimismo, al entender la situación actual del público objetivo con respecto al problema, es posible crear un mensaje efectivo, el cual es capaz de conectar directamente con las emociones de la audiencia.

Al culminar este proyecto, se concluye que los objetivos fueron alcanzados, ya que se diseñó un producto audiovisual informativo con Motion Graphics, tomando como base los datos obtenidos durante las fases de investigación. Por último, cabe mencionar que la animación fue presentada a los estudiantes de bachillerato durante un evento de socialización llevado a cabo en la unidad educativa.

#### **6.2. Recomendaciones**

El presente proyecto puede ser utilizado como un recurso informativo, el cual expone el problema, sus causas y efectos, junto con la exposición de un tiempo en línea responsable. De igual manera, a partir de este producto, es posible crear futuras campañas de concientización relacionadas a dicha problemática, tanto a nivel externo como interno dentro de la comunidad universitaria. A nivel técnico, el material generado puede

funcionar como una guía, la cual contiene los distintos procesos que conllevan el desarrollo de un proyecto con Motion Graphics.

Finalmente, se recomienda tomar en cuenta los detalles más minuciosos al momento de realizar una animación, puesto que, aunque ciertos elementos pueden llegar a ser imperceptibles para ciertos usuarios, el contar con su presencia dota de realismo, fluidez y autenticidad al producto audiovisual resultante.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albanese, M., Chianese, A., Moscato, V., & Sansone, L. (2004). A formal model for video shot segmentation and its application via animate vision. *Multimedia Tools and Applications*, 24(3), 253-272. doi:10.1023/B:MTAP.0000039421.91449.10
- Alonso, C. (2016). Qué es Motion Graphics. *Con A de animación*(6), 104-116. doi:<https://doi.org/10.4995/caa.2016.4799>
- Al-Samarraie, H., Bello, K., Alzahrani, A., Smith, A., & Emele, C. (2022). Young users' social media addiction: causes, consequences and preventions. *Information Technology & People*, 35(7), 2314-2343. doi:10.1108/ITP-11-2020-0753
- Aquino, A. (2018). *Motion graphics para concienciar sobre la importancia de una alimentación saludable en niños de 4 a 8 años de edad, basada en la ingesta de frutas y verduras*. Tesis, Universidad de las Américas, Quito. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10248>
- Aranda Juárez, D. (2012). *Guión audiovisual*. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/56355>
- Armaza, J. (2023). THE RISK OF EXCESSIVE USE OF SOCIAL NETWORKS BY LATIN AMERICAN STUDENTS. *SciELO Preprints*. doi:<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.5241>
- Aroztegui, C. (2013). Life stories, storyboards, and animatics in architectural education. *Arquiteturarevista*, 9(2), 135-142. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193630143007>
- Asamblea Nacional del Ecuador (2008). Constitución de la República del Ecuador (Registro Oficial N° 449)
- Asamblea Nacional del Ecuador (2023). Ley Orgánica de Educación Intercultural (Segundo Suplemento del Registro Oficial N° 254)

- Asamblea Nacional del Ecuador (2021). Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (Quinto Suplemento del Registro Oficial N° 459)
- Asamblea Nacional del Ecuador (2023). Ley Orgánica para la Transformación Digital y Audiovisual (Tercer Suplemento del Registro Oficial N° 245)
- Barahona, A., López, A., Luna, M., & Vidal, K. (2019). *Adicción a las redes sociales en jóvenes con edades entre los 18 a 25 años pertenecientes a la tecnología en seguridad y salud en el trabajo del centro agropecuario del SENA Regional Cauca*. Tesis, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, Cauca. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10823/1496>
- Blasco, L. (2011). *Dirección de arte de productos multimedia*. (U. O. Catalunya, Ed.) Barcelona, España: Eureca Media, SL. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=758631>
- Campos, A. (2021). Adicciones. Juego patológico y otras adicciones conductuales. *Psicosomática y psiquiatría*(19), 137-138. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8349041>
- Campoverde, K., & Alvarado, S. (2020). *Motion Graphics Aplicado a la Producción de un Videoclip Musical del Género Metal*. Tesis, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/56234>
- Caner, N., Sezer, Y., & Başdaş, Ö. (2022). The contribution of social media addiction to adolescent LIFE: Social appearance anxiety. *Current Psychology*, 41(12), 8424–8433. doi:10.1007/s12144-022-03280-y
- Carvalho, L., Marroquim, R., & Vital Brazil, E. (2017). DiLight: Digital light table - Inbetweening for 2D animations using guidelines. *Computers & Graphics*, 65, 31-44. doi:<https://doi.org/10.1016/j.cag.2017.04.001>

- Casas, M., Bruguera, E., Duro, P., & Pinet, C. (2011). Conceptos básicos en trastornos adictivos. En J. Bobes, M. Casas, & M. Gutiérrez, *Manual de trastornos adictivos* (2ª ed., págs. 16-25). Madrid, España: Enfoque. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=901072>
- Cassiani, C. (2017). Trastornos adictivos como enfermedades del cerebro: Análisis de la evidencia e implicaciones prácticas. *Revista Científica Salud Uninorte*, 34(1), 185-193. doi:<https://doi.org/10.14482/sun.34.1.8600>
- Castro Guevara, L. M., & Chunga Silva, L. J. (2021). *Estrategia psicoterapéutica cognitivo conductual para la prevención a la adicción a las redes sociales en estudiantes de un instituto público*. Tesis de doctorado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/228914>
- Cía, A. (2013). Las adicciones no relacionadas a sustancias (DSM-5, APA, 2013): un primer paso hacia la inclusión de las Adicciones Conductuales en las clasificaciones categoriales vigentes. *Revista de Neuro-Psiquiatría*, 76(4), 210-217. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=372036946004>
- CNII. (2020). *Política pública por una internet segura para niños, niñas y adolescentes*. Obtenido de [https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/09/pol%C3%ADtica\\_publica\\_internet\\_segura.pdf](https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/09/pol%C3%ADtica_publica_internet_segura.pdf)
- Del Alcázar, J. (2023). *Ecuador Estado Digital Junio 2023*. Mentinno. Obtenido de <https://www.mentinno.com/informe-estado-digital-ecuador-2023/>
- Diaz-Cintas, J., & Orero, P. (2006). Voice-Over. *Encyclopedia of Language & Linguistics*, 477-479. doi:<https://doi.org/10.1016/B0-08-044854-2/00473-9>
- Dixon, S. (22 de Septiembre de 2023). *Statista*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

- Domínguez, J. (2017). El sonido en vilo. La voz en off en el cine:el caso de El muerto y ser feliz. *deSignis*, 27, 33-44. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=606066847004>
- Duque, J., Ibáñez, A., & Rojas, C. (2004). *Animación 2D y 3D, febrero 2004*. (U. O. Catalunya, Ed.) Barcelona: Eureca Media, SL. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10609/52985>
- Ergun, N., Ozkan, Z., & Griffiths, M. (2023). Social Media Addiction and Poor Mental Health: Examining the Mediating Roles of Internet Addiction and Phubbing. *PSYCHOLOGICAL REPORTS*, 0(0), 1-21. doi:10.1177/00332941231166609
- Escurra, M., & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit. Revista Peruana de Psicología*, 20(1), 73-91. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>
- Fundación Telefónica Movistar. (27 de Mayo de 2019). *Fundación Telefónica*. Obtenido de <https://fundaciontelefonica.com.ec/noticias/la-comunidad-educativa-de-ambato-reflexiono-acerca-de-los-riesgos-de-las-redes-sociales-en-menores-gracias-a-la-iniciativa-goodnetizen/>
- Gavilanez, L. (25 de Julio de 2022). *Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua*. Obtenido de <https://www.tungurahua.gob.ec/promoviendo-el-uso-responsable-de-dispositivos-electronicos/>
- González, A., & Herrero, N. (02 de Diciembre de 2019). Impact of technology on society: The case of Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 176-182. Recuperado el 05 de Octubre de 2023, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202019000500176&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202019000500176&script=sci_arttext&tlng=en)
- González, C. (2018). ADICCIONES CONDUCTUALES. *NPunto*, 1(9), 4-18. Obtenido de <https://www.npunto.es/revista/9/adicciones-conductuales>



- Graciano, C. (2021). *Adolescentes y el uso de Internet*. UNICEF. Obtenido de <https://www.unicef.org/dominicanrepublic/media/5771/file/Adolescentes%20y%20el%20uso%20de%20Internet%20-%20PUBLICACI%C3%93N.pdf>
- Gümüş, D., Sevim, S., & Kızıl, M. (2023). Social Media Addiction and Adolescents: Relationship Between Social Media and Eating Behaviors During Pandemic. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 10(1), 59-66. doi:10.5152/ADDICTA.2023.22083
- Hernández, B. (2021). Estrés laboral y trastornos adictivos en empleados en trabajo desde casa: Una aproximación mediante el modelo JD-R. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática*, 10(29), 1-22. doi:10.36677/recai.v10i29.16664
- INEC. (2021). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo 2021*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2022/202207\\_Tecnolog%C3%ADa%20de%20la%20Informaci%C3%B3n%20y%20Comunicaci%C3%B3n-%20TICs.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2022/202207_Tecnolog%C3%ADa%20de%20la%20Informaci%C3%B3n%20y%20Comunicaci%C3%B3n-%20TICs.pdf)
- Jeljeli, R., Farhi, F., Elfateh Hamdi, M., & Saidani, S. (05 de Noviembre de 2022). The Impact of Technology on Audiovisual Production in the Social Media Space. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11(6), 48-58. doi:<https://doi.org/10.36941/ajis-2022-0148>
- Landívar Feican, R., Montaña Albán, R., & Rojas Terreros, S. (2023). *De la idea al movimiento: introducción básica al motion graphics* (1 ed.). Cuenca: Universidad del Azuay. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/uta/titulos/233554>
- Lanier, J. (2018). *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Madrid, España: Debate.
- Lorenzo, M. (2018). Editorial. *Con A de animación*(8), 6-7. Obtenido de <https://doi.org/10.4995/caa.2018.9633>

- Mendez, K., & Maldonado, K. (2021). LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO PUBLICITARIO EN ECUADOR (2020): LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO. *UNESUM - Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(4), 59-66. doi:<https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v5.n4.2021.398>
- MINEDUC. (2014). *Acuerdo Ministerial 70-14*. Obtenido de [https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/acuerdo\\_ministerial\\_070-14.pdf](https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/acuerdo_ministerial_070-14.pdf)
- MINEDUC. (17 de Mayo de 2019). *Ministerio de Educación*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/familias-e-instituciones-educativas-de-ambato-reflexionan-sobre-la-prevencion-de-riesgos-en-internet/>
- MINEDUC. (28 de Septiembre de 2023). *Ministerio de Educación*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/se-presento-oficialmente-el-protocolo-de-actuacion-frente-a-situaciones-de-violencia-digital-detectadas-en-el-sistema-nacional-de-educacion/>
- MINTEL. (19 de Septiembre de 2016). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/91-de-ecuatorianos-utiliza-las-redes-sociales-en-su-telefono-inteligente/>
- Morocho, A. (2023). *Motion Graphics como herramienta para potenciar la comunicación de un producto y/o servicio*. Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/10884>
- Moscoso, G. (2020). *Uso de redes sociales y empoderamiento adolescente*. Tesis, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31775/1/BJCS-TS-331.pdf>
- Newport, C. (2021). *Minimalismo Digital*. Barcelona, España: Planeta.

- Oporto, M., Fernández, M., Calderón, C., & Gustems, J. (2021). Adicción a Internet y plan de acción tutorial en alumnado de educación artística. *Artseduca*(28), 24-35. doi:10.6035/10.6035/Artseduca.2020.28.2
- Ortiz, M. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. Alicante, España: RUA Universidad de Alicante. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10045/73827>
- Otero, V. (2021). *Impacto económico y financiero del uso de redes sociales en empresas dedicadas a la comercialización de prendas de vestir en Guayaquil*. Tesis, Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21394>
- Peña, A., & Herrera, L. (2021). *Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares (Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo)*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2020/202012\\_Boletin\\_Multiproposito\\_Tics.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf)
- Peralta, M. (2021). *Motion graphics como material de apoyo para el aprendizaje en niños sobre conceptos, normas y procedimientos del entorno de una pandemia*. Tesis, Universidad del Azuay, Cuenca. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11010>
- Ramírez, A. (2022). *Adicción a las redes sociales y su relación con la adaptación interpersonal en los adolescentes*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/3644>
- Richter, F. (09 de Octubre de 2018). *Statista*. Obtenido de <https://www.statista.com/chart/15720/frequency-of-teenagers-social-media-use/>
- Salas, E. (2020). EL ENGAGEMENT Y SU IMPACTO EN EL SOCIAL MEDIA DEL ECUADOR. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*,

7(2), 99-108. Obtenido de <http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/802>

Semblantes, C. (2018). *Motion graphics que promueva la visita turística a los lugares más representativos de la ciudad de Quito*. Tesis, Universidad de las Américas, Quito. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/9433>

Tulilaulu, A., Nelimarkka, M., Paalasmaa, J., Johnson, D., Ventura, D., Myllys, P., & Toivonen, H. (2018). Data Musicalization. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications*, 14(2), 1–27. doi:<https://doi.org/10.1145/3184742>

Wang, F., Nagano, H., Kashino, K., & Igarashi, T. (2017). Visualizing Video Sounds With Sound Word Animation to Enrich User Experience. *IEEE Transactions on Multimedia*, 19(2), 418-429. doi:10.1109/TMM.2016.2613641

Wang, Y., Archambault, D., Scheidegger, C. E., & Qu, H. (2018). A Vector Field Design Approach to Animated. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 24(9), 2487-2500. doi:10.1109/TVCG.2017.2750689

Yuen, M., Koo, A., & Woods, P. C. (2018). Independent Learning of Digital Animation. *International Journal of Information and Communication Technology Education (IJICTE)*, 14(4), 107-120. doi:<http://doi.org/10.4018/IJICTE.2018100108>

Zivnuska, S., Carlson, J., Carlson, D., Harris, R., & Harris, K. (2019). Social media addiction and social media reactions: The implications for job performance. *The Journal of Social Psychology*, 159(6), 746-760. doi:10.1080/00224545.2019.1578725

### **Comunicaciones personales**

Almeida, M. (2023). Entrevista sobre la adicción a redes sociales. 14 de noviembre del 2023.

Fabara, F. (2023). Entrevista sobre Motion Graphics. 14 de noviembre del 2023.

Gómez, Y. (2023). Entrevista sobre la adicción a redes sociales. 14 de noviembre del 2023.

Granda, S. (2023). Entrevista sobre la adicción a redes sociales. 14 de noviembre del 2023.

Makoschitz, C. (2023). Entrevista sobre Motion Graphics. 21 de noviembre del 2023.

Nieto, J. (2023). Entrevista sobre Motion Graphics. 15 de noviembre del 2023.

### **Documentales y producciones audiovisuales**

Orlowski, J. (Dirección). (2020). El dilema de las redes sociales [Película]. EU: Netflix.

## ANEXOS

### **Anexo 1.** Modelo de entrevista a profesional del DECE Institucional

Nombre:

Ocupación:

1. Desde su perspectiva, ¿cómo definiría la adicción a las redes sociales dentro de los estudiantes?
2. ¿Cuáles son los síntomas que observa en general?
3. ¿Cuáles considera que son las causas de la adicción a las redes sociales dentro de los estudiantes?
4. ¿Existen factores psicológicos o emocionales que promuevan un comportamiento adictivo por las redes sociales?
5. ¿Cómo puede afectar la adicción a las redes sociales al bienestar mental y emocional de los jóvenes?
6. ¿Se pueden conocer problemas mayores a partir del uso excesivo de redes sociales en los estudiantes?
7. ¿Cuál considera que puede ser una solución para disminuir el uso excesivo del celular dentro de la institución?

## **Anexo 2.** Modelo de entrevista al Inspector General de la institución

Nombre:

Ocupación:

1. En su experiencia, ¿para qué suelen utilizar los estudiantes su celular en la institución?
2. ¿Considera que las medidas de regulación de uso de celulares han sido eficaces dentro de la institución?
3. ¿Con qué frecuencia recibe celulares de los estudiantes? ¿Han aumentado o disminuido los casos?
4. ¿Ha tenido alguna experiencia positiva o negativa con los padres al momento de la devolución el celular?
5. ¿Se han desarrollado programas que mencionen el uso de redes sociales en los estudiantes?

### **Anexo 3. Modelo de entrevista a uno docente de la institución**

Nombre:

Ocupación:

1. ¿Qué experiencias ha tenido respecto a los jóvenes usando el celular en el horario de clases?
2. ¿Cómo ha visto que el uso de redes sociales afecta al desarrollo de sus clases?
3. ¿Con qué frecuencia recepta celulares de los estudiantes? ¿Han aumentado o disminuido los casos?
4. ¿Cómo suele proceder el docente en caso de observar a un estudiante su celular durante la clase?
5. ¿Considera que las medidas de regulación de uso de celulares han sido eficaces dentro de la institución?
6. Cuando ha confiscado un dispositivo móvil, ¿qué suele suceder?



#### **Anexo 4. Modelo de entrevista a profesionales de la animación**

Nombre:

Ocupación:

1. ¿Cuánto tiempo de duración es recomendable para un video explicativo?
2. ¿Qué tan compleja debería ser la animación de un video explicativo?
3. ¿Qué ritmo debería tener una animación dirigida a jóvenes y adolescentes?
4. ¿Qué tipo de principios de animación aplicaría usted en este tipo de videos?
5. ¿Considera que la utilización de material viral de internet (memes) es un recurso comunicacional efectivo para este público?
6. ¿Qué concepto gráfico debería tener una animación dirigida a jóvenes y adolescentes?
7. ¿En su criterio, qué tendencia gráfica tiene mayor efectividad comunicacional en jóvenes y adolescentes?

## Anexo 5. Modelo de encuesta dirigida a estudiantes

### ARS

SEXO:  Masculino  Femenino

EDAD: .....

A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

Siempre S Rara vez RV  
 Casi siempre CS Nunca N  
 Algunas veces AV

Nº ITEM	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8.	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12.	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13.	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14.	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22.	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23.	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

(Seleccione una opción) ¿Cuál es la red social que más utiliza?

- Instagram       BeReal       Facebook  
 TikTok       Snapchat       Otro .....

## Anexo 6. Oficio solicitando permiso para aplicar la encuesta



Ambato, noviembre 08, 2023



Estimada,  
**Ana María Bakach Sevilla**  
**Rectora**  
**Unidad Educativa Nuevo Mundo**

Yo, Genaro Daniel Rodríguez Dávalos, con cédula de identidad 1850625821, estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Diseño y Arquitectura de la Universidad Técnica de Ambato. Solicito a usted de la manera más comedida la autorización para aplicar el cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS) de manera presencial dentro de la institución, dirigido a los estudiantes mayores a 15 años pertenecientes a Bachillerato General Unificado, con el fin de obtener información importante para el desarrollo del Proyecto Integrador: **"Motion Graphics sobre la adicción a las redes sociales dirigido a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Nuevo Mundo"**, el mismo que tendrá un aporte significativo a la solución de la problemática social.

Por la atención que se brinde a la presente, agradezco y suscribo.  
Atentamente,



Genaro Daniel Rodríguez Dávalos  
1850625821  
0995908162  
grodriguez5821@uta.edu.ec



UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DE AMBATO

Campus Huachi • Guayllbamba y Av. Los Chasquis • Telf: 032 401494 • www.fdaa.uta.ec • Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes (UTA) • FdaaUta

## **Anexo 7. Evidencia de entrevistas**

### **7.1 Entrevista a profesionales de entornos digitales**

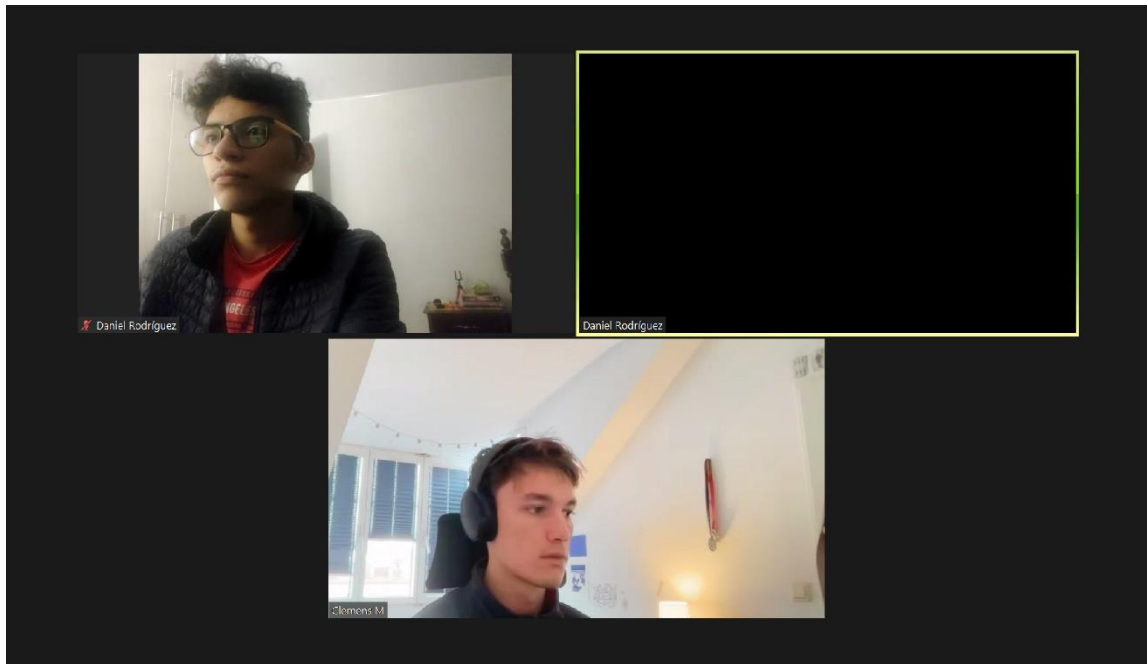
#### **7.1.1 Entrevista al Mg. Fernando Fabara**



#### **7.1.2 Entrevista al Lic. Juan Pablo Nieto**



### 7.1.3 Entrevista al Dis. Clemens Makoschitz



## 7.2 Entrevista a profesionales de la institución

### 7.2.1 Entrevista a la Psic. Yahaira Gómez



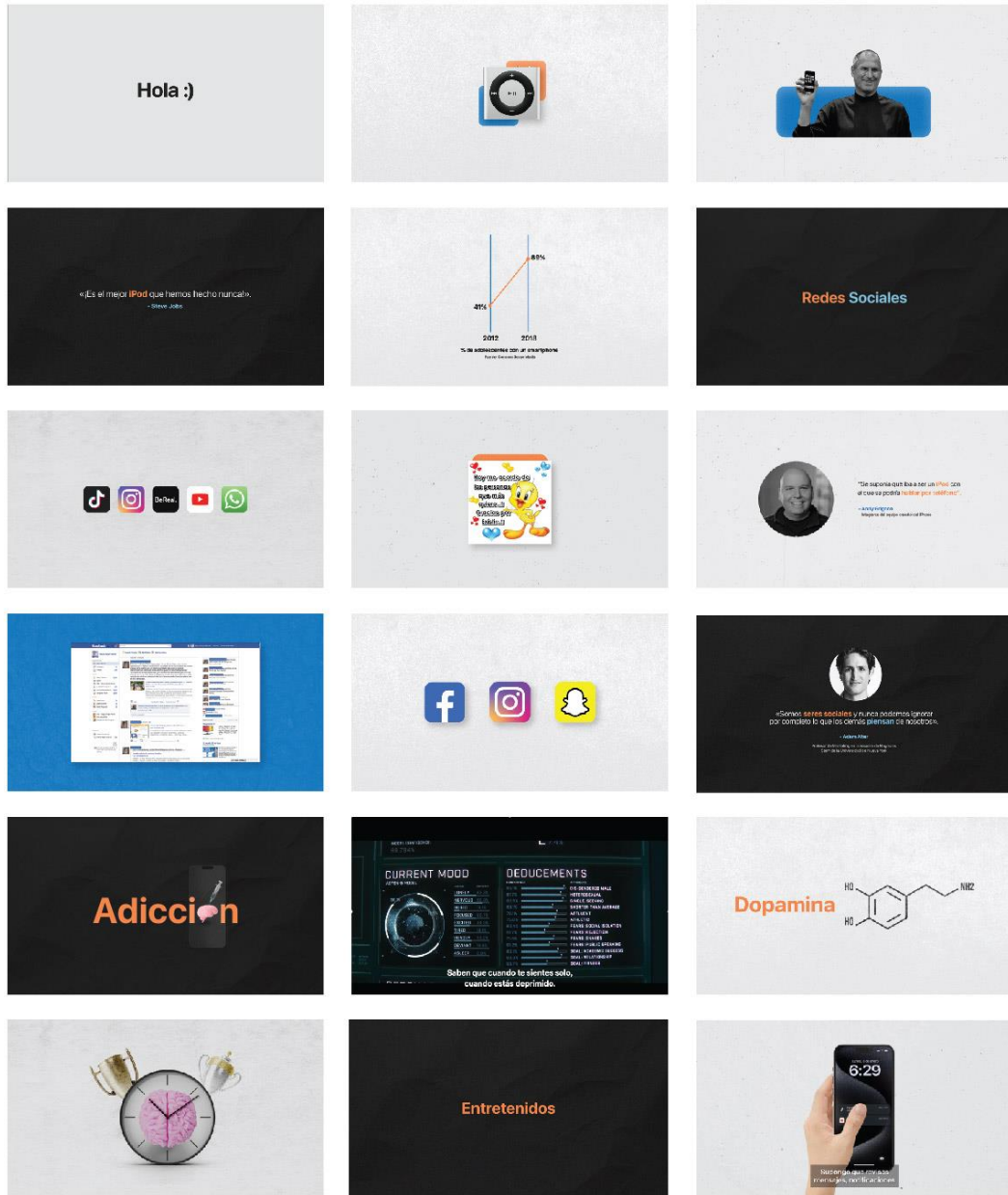
**7.2.2 Entrevista a la Mg. Marcela Almeida**

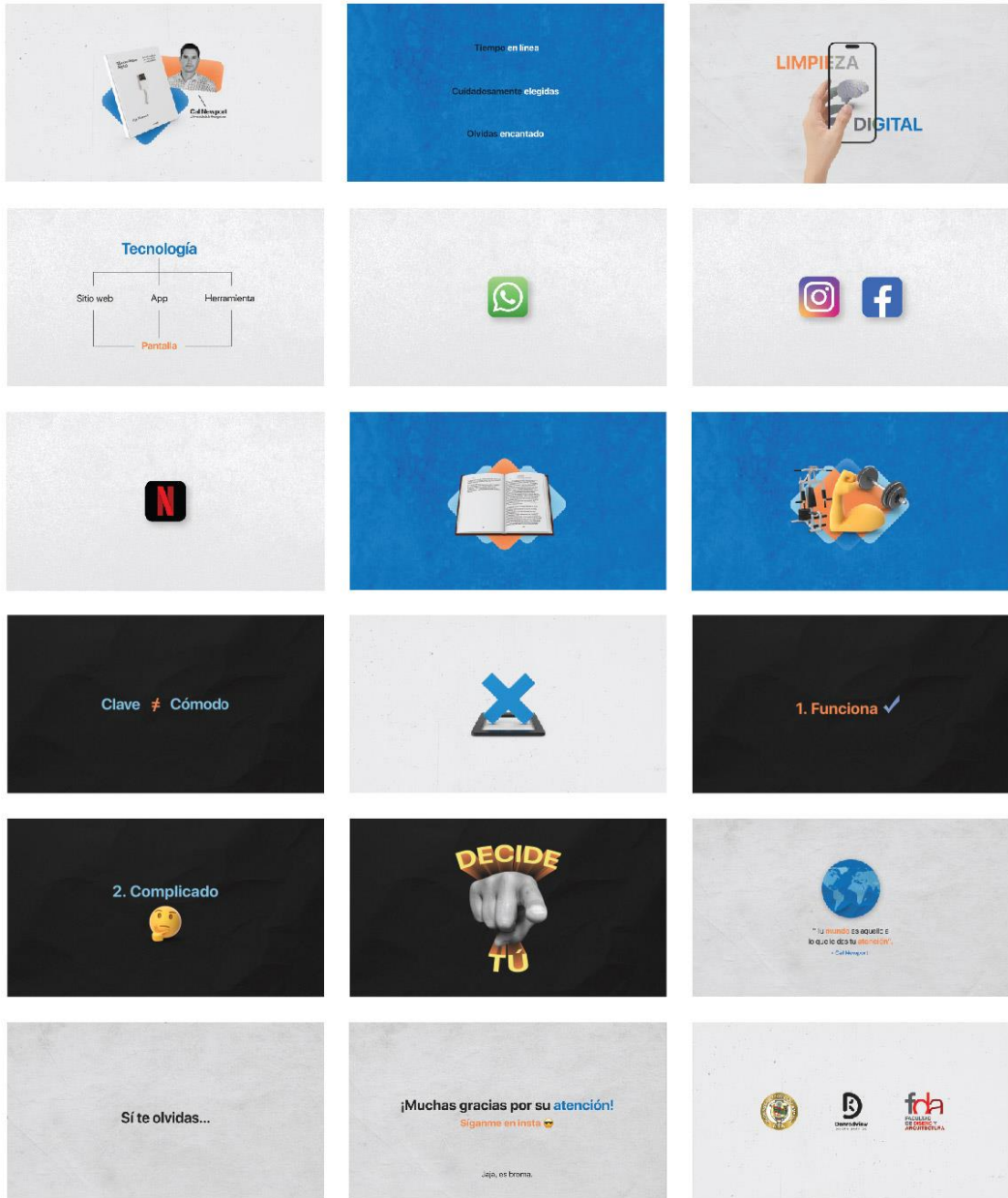


**7.2.3 Entrevista al Ing. Stalin Granda**



## Anexo 8. Diapositivas de presentación







**Anexo 9. Evidencia de socialización a estudiantes**



