



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

**“APLICACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA PRODUCCIÓN DE VIDEOS
PARA EL DESARROLLO DEL SPEAKING”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTOR:

JAVIER ENRIQUE GARCÍA COBA

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

**“APLICACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA PRODUCCIÓN DE VIDEOS
PARA EL DESARROLLO DEL SPEAKING”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTOR: JAVIER ENRIQUE GARCÍA COBA

DIRECTORA: LIC. DANIELA FERNANDA GUANO MERINO

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Javier Enrique García Coba

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, **Javier Enrique García Coba**, declaro que el presente trabajo de titulación curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de integración curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 07 de julio del 2022

Javier Enrique García Coba

060457283-4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
CARRERA DISEÑO GRÁFICO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular: Tipo: Proyecto Técnico, **APLICACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA PRODUCCIÓN DE VIDEOS PARA EL DESARROLLO DEL SPEAKING**, realizado por el señor: **JAVIER ENRIQUE GARCÍA COBA**, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

(día/mes/año)

Lic. Ana Lucia Rivera Abarca
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

07/07/2022

Lic. Daniela Fernanda Guano Merino
DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

07/07/2022

Lic. Edison Fernando Martínez Espinoza
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

07/07/2022

DEDICATORIA

A toda mi familia, de manera especial a mis padres Ximena Coba y Fernando García y a mi hermana Dominik García, por haberme apoyado en todas las etapas de mi vida y ser mi motor de lucha, me han guiado a ser la persona que soy ahora y me dan su apoyo todos los días en cada momento y se que en alguna emergencia o problema siempre van a estar conmigo. De igual forma a mis amigos, tanto del colegio como de la universidad, que gracias a Dios han sido buenas personas que buscan superarse a su manera, y a mis maestros de universidad, que han sido las personas que me guiaron en la carrera y a las cuales les debo mucho.

Javier

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por permitirme tener con salud a toda mi familia, por la vida que me ha regalado, por permitirme tener la capacidad de estudiar y poder superarme en los estudios, por guiarme en todas las etapas de mi vida y permitirme ser un ciudadano de bien.

A mis padres, por enseñarme el camino del bien con sus consejos y enseñanzas, y por animarme cada día a seguir adelante con mis sueños.

A mi hermana por estar conmigo y apoyarme, que sepa que estoy orgulloso de ella y se que va ha ser una profesional de bien en cualquier profesión que ella elija.

En general a toda mi familia por parte de padre y madre, todos me han apoyado en diferentes puntos de mi vida, a todos les agradezco de corazón por ser esas personas de bien que se que puedo contar con ellos, en cualquier problema que tenga.

A la Lic. Daniela Fernanda Guano Merino y el Lic. Edison Martínez, por darme consejos y apoyarme con sus conocimientos para la culminación de mi trabajo de integración curricular, además de estar disponibles para solventar las dudas que surgían el momento de investigar y de realizar los productos visuales, gracias infinitas por su paciencia, cariño y apoyo condicional tanto en este proyecto como a lo largo de la carrera.

Por último, a todos esos amigos y amigas que siempre estuvieron junto a mu en todo momento ayudándome a salir adelante, escuchando mis problemas y apoyándome a cumplir esta meta, sin su ayuda esto no hubiese sido posible.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN	xvi
SUMMARY.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	2
1.1. Antecedentes	2
1.2. Planteamiento del problema.....	4
1.2.1. <i>Árbol de Problema</i>	4
1.2.2. <i>Prognosis</i>	5
1.2.3. <i>Sistematización del problema</i>	5
1.3. Justificación	5
1.4. Objetivos	7
1.4.1. <i>Objetivo general</i>	7
1.4.2. <i>Objetivos específicos</i>	7
CAPÍTULO II	8
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.1. El diseño Gráfico	8
2.2. Principios del Diseño Gráfico	12
2.2.1. <i>Balance</i>	12
2.2.2. <i>Proximidad/Unidad</i>	13
2.2.3. <i>Alineación</i>	14
2.2.4. <i>Repetición</i>	14
2.2.5. <i>Contraste</i>	15
2.2.6. <i>Punto, línea y forma</i>	16

2.2.7.	Jerarquía	17
2.2.8.	Color	18
2.3.	Campos de Aplicación del Diseño Gráfico	19
2.3.1.	Diseño Publicitario	20
2.3.2.	Diseño de Packaging	21
2.3.3.	Diseño de Identidad Corporativa	22
2.3.4.	Diseño didáctico	22
2.3.5.	Diseño Web	23
2.3.6.	Diseño Multimedia	24
2.3.7.	Diseño Tipográfico	25
2.4.	El mensaje en el diseño	26
2.5.	El diseño y la marca	28
2.5.1.	Creación de la marca	29
2.5.1.1.	<i>Determinar el público objetivo</i>	29
2.5.1.2.	<i>Describir los objetivos de la marca</i>	29
2.5.1.3.	<i>Describir las cualidades de la marca</i>	29
2.5.1.4.	<i>Pensar como cliente</i>	30
2.5.1.5.	<i>Crear logo</i>	30
2.5.1.6.	<i>Construcción de un mensaje simple</i>	31
2.5.1.7.	<i>Mantenerse fiel a la marca</i>	31
2.6.	El diseño audiovisual	32
2.6.1.	Características del diseño audiovisual	35
2.6.1.1.	<i>Es un sistema de comunicación mixto</i>	35
2.6.1.2.	<i>Proporciona una experiencia unificada</i>	35
2.6.1.3.	<i>Los elementos de este lenguaje sólo tienen en conjunto</i>	35
2.6.1.4.	<i>Moviliza la sensibilidad antes que el intelecto</i>	36
2.7.	Elementos del diseño audiovisual	36
2.7.1.	Elementos de carácter gráfico	37
2.7.2.	Elementos de carácter lingüístico	37
2.7.3.	Elementos de carácter auditivo	37
2.7.4.	Elementos de carácter audiovisual	38
2.7.5.	Elementos de carácter compuesto	38
2.8.	La importancia del guion	39
2.9.	Tipos de plano, ángulos, cromática y edición	41
2.9.1.	Tipos de plano	41
2.9.1.1.	<i>Plano General</i>	41

2.9.1.2.	<i>Plano Entero</i>	42
2.9.1.3.	<i>Plano Americano</i>	43
2.9.1.4.	<i>Plano Medio</i>	43
2.9.1.5.	<i>Primer Plano</i>	44
2.9.1.6.	<i>Primerísimo Primer Plano</i>	44
2.9.1.7.	<i>Plano Detalle</i>	45
2.9.2.	<i>Tipos de ángulos</i>	45
2.9.2.1.	<i>Normal</i>	45
2.9.2.2.	<i>Picado</i>	46
2.9.2.3.	<i>Contrapicado</i>	46
2.9.3.	<i>Cromática</i>	47
2.9.4.	<i>Edición de videos</i>	48
2.10.	El inglés	49
2.11.	Las destrezas fundamentales del idioma inglés	50
2.11.1.	<i>Listening</i>	52
2.11.2.	<i>Reading</i>	53
2.11.3.	<i>Writing</i>	53
2.11.4.	<i>Speaking</i>	55
2.12.	¿Cómo se aprende el speaking?.....	56
2.13.	La contextualización del idioma.....	58
2.14.	El speaking y la importancia en el mundo actual	60
2.15.	La enseñanza/didáctica del inglés	61
2.15.1.	<i>Recursos didácticos para la enseñanza del speaking</i>	63
2.15.2.	<i>El video como recurso para el desarrollo del speaking</i>	65
CAPÍTULO III		67
3.	MARCO METODOLÓGICO	67
3.1.	Métodos generales	67
3.1.1.	<i>Método Deductivo</i>	67
3.1.2.	<i>Método inductivo</i>	67
3.1.3.	<i>Método Analítico</i>	68
3.1.4.	<i>Método Delphi</i>	68
3.2.	Métodos específicos	68
3.2.1.	<i>Investigación Bibliográfica</i>	68
3.2.2.	<i>Investigación de Campo</i>	68
3.3.	Nivel o tipo de investigación	69
3.4.	Población y muestra	70

3.5.	Técnicas	71
3.5.1.	<i>Encuesta</i>	71
3.6.	Instrumentos	71
3.6.1.	<i>Cuestionario de encuesta</i>	71
3.6.2.	<i>Procesamiento de datos</i>	71
3.7.	Análisis de la información requerida.....	72
3.8.	Juzgar	72
3.9.	Hacer pruebas y poner en práctica	72
CAPÍTULO IV		73
4.	RESULTADOS	73
4.1.	Reunir información	73
4.2.	Análisis de la información requerida.....	73
4.2.1.	<i>Tabulación de las encuestas realizadas a los estudiantes</i>	73
4.2.2.	<i>Análisis de encuestas a expertos sobre los videos de speaking</i>	84
4.2.3.	<i>Tabulación de encuestas realizadas a los expertos</i>	87
4.3.	Propuesta	94
4.3.1.	<i>Tema</i>	94
4.3.2.	<i>Antecedentes</i>	94
4.3.3.	<i>Sustento Teórico</i>	94
4.3.4.	<i>Contenidos de la propuesta gráfica</i>	96
4.4.	Creación de la marca de los videos	97
4.4.1.	<i>Boceto a mano de la marca</i>	97
4.4.2.	<i>Digitalización de la marca</i>	98
4.4.3.	<i>Selección de Tipografía</i>	99
4.4.4.	<i>Selección de la Cromática</i>	99
4.4.5.	<i>Imagotipo Final</i>	100
4.5.	Creación de los videos educativos	100
4.5.1.	<i>Selección de Tipografía</i>	101
4.5.2.	<i>Paleta Cromática</i>	101
4.6.	Juzgar	102
4.7.	Hacer pruebas y poner en práctica	102
CONCLUSIONES.....		104
RECOMENDACIONES.....		104
GLOSARIO		
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Población estudiantes escuela de Diseño Gráfico – ESPOCH.....	70
Tabla 1-4:	Nivel de inglés	73
Tabla 2-4:	Nivel de inglés con mayor dificultad	74
Tabla 3-4:	Dificultad con el speaking	75
Tabla 4-4:	¿La capacidad del speaking es buena?	76
Tabla 5-4:	Posibilidad para practicar el speaking	77
Tabla 6-4:	Recursos para practicar el speaking	78
Tabla 7-4:	La entonación y acentuación de palabras	79
Tabla 8-4:	Tiempo empleado para el speaking	80
Tabla 9-4:	Utilización de videos para el speaking	81
Tabla 10-4:	¿Los videos son un buen recurso didáctico?	82
Tabla 11-4:	¿Utilizarían videos de refuerzo?	83
Tabla 12-4:	El vocabulario dentro del video.....	87
Tabla 13-4:	Ejemplos dentro del video	88
Tabla 14-4:	Pronunciación dentro del video	89
Tabla 15-4:	Actividades dentro del video	90
Tabla 16-4:	Uso de gráficos en videos	91
Tabla 17-4:	Uso de color, tipografía, imágenes	92
Tabla 18-4:	Motivación del estudiante	93
Tabla 19-4:	Criterio de selección para una valoración	102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Aportes del diseño gráfico en la producción de videos para el desarrollo del speaking.....	4
Figura 1-2:	Fotografía de Balance.....	13
Figura 2-2:	Ejemplo de Proximidad/Unidad.....	13
Figura 3-2:	Fotografía de sillas alineadas.....	14
Figura 4-2:	Fondo - Textura naranja.....	15
Figura 5-2:	Ejemplo de contraste por color.....	16
Figura 6-2:	Ejemplo de punto, línea y forma.....	17
Figura 7-2:	Representación de Jerarquía por tamaño.....	18
Figura 8-2:	Fotografía Color.....	19
Figura 9-2:	Ilustración publicitaria Starbucks.....	21
Figura 10-2:	Fotografía packaging.....	22
Figura 11-2:	Marca Nike.....	22
Figura 12-2:	Portada libro infantil “la edad de hielo”.....	23
Figura 13-2:	Fotografía de Diseño Web.....	24
Figura 14-2:	Fotografía de edición.....	25
Figura 15-2:	Fotografía de piezas tipográficas.....	26
Figura 16-2:	Fotografía de edición Premiere.....	33
Figura 17-2:	Fotografía de cine.....	34
Figura 18-2:	Fotografía guion.....	40
Figura 19-2:	Fotografía título de historia.....	41
Figura 20-2:	Plano General Santa Cecilia.....	42
Figura 21-2:	Plano Entero.....	42
Figura 22-2:	Plano americano.....	43
Figura 23-2:	Plano medio.....	43
Figura 24-2:	Primer Plano.....	44
Figura 25-2:	Primerísimo Primer Plano.....	44
Figura 26-2:	Plano detalle.....	45
Figura 27-2:	Ángulo normal.....	46
Figura 28-2:	Ángulo picado.....	46
Figura 29-2:	Ángulo contrapicado.....	47

Figura 30-2:	Cromática.....	48
Figura 31-2:	Palabras con pronunciación.....	57
Figura 32-2:	Portada libro “Pigs can’t ice skate”.....	62
Figura 33-2:	Miniatura de video de Speaking.....	63
Figura 34-2	Fragmento de video educativo.....	65
Figura 1-4:	Boceto Isotipo.....	97
Figura 2-4:	Boceto Logotipo.....	97
Figura 3-4:	Isotipo Vector.....	98
Figura 4-4:	Logotipo Vector.....	98
Figura 5-4:	Marca vector.....	98
Figura 6-4:	Tipografía Marca.....	99
Figura 7-4:	Cromática Marca.....	99
Figura 8-4:	Marca Color.....	100
Figura 9-4:	Tipografía videos.....	101
Figura 10-4:	Cromática Videos.....	101

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4:	Porcentaje del nivel de inglés.....	74
Gráfico 2-4:	Porcentaje del nivel de inglés con mayor dificultad.....	75
Gráfico 3-4:	Porcentaje de la dificultad con el speaking.....	76
Gráfico 4-4:	Porcentaje de la capacidad de habla de los estudiantes.....	77
Gráfico 5-4:	Porcentaje de posibilidad de practicar el speaking.....	78
Gráfico 6-4:	Porcentaje de recursos para practicar el speaking.....	79
Gráfico 7-4:	Porcentaje de entonaciones y acentuación de palabras en el speaking.....	80
Gráfico 8-4:	Porcentaje de tiempo empleado para el speaking.....	81
Gráfico 9-4:	Porcentaje de estudiantes que han utilizado videos para el aprendizaje del speaking.....	82
Gráfico 10-4:	Porcentaje de estudiantes que piensan que los videos son un buen recurso didáctico.....	83
Gráfico 11-4:	Porcentaje de estudiantes que utilizarían videos para el desarrollo del speaking.....	84
Gráfico 12-4:	Porcentaje de utilización de vocabulario.....	87
Gráfico 13-4:	Porcentaje de la utilización de ejemplos.....	88
Gráfico 14-4:	Porcentaje de utilización de pronunciación.....	89
Gráfico 15-4:	Porcentaje de utilización de actividades.....	90
Gráfico 16-4:	Porcentaje de utilización de gráficos.....	91
Gráfico 17-4:	Porcentaje del nivel estético, uso de color, tipografía e imágenes.....	92
Gráfico 18-4:	Porcentaje de motivación.....	93

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** MODELO DE ENCUESTA PARA ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
- ANEXO B:** RESULTADO ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES DE DISEÑO GRÁFICO
- ANEXO C:** MODELO ENCUESTAS PARA VALIDACIÓN DE EXPERTOS
- ANEXO D:** RESULTADOS DE ENCUESTAS REALIZADAS A LOS EXPERTOS
- ANEXO E:** CREACIÓN DE VIDEOS

RESUMEN

El objetivo de este proyecto fue aplicar el diseño gráfico en la producción de videos para el desarrollo del speaking en los tres niveles de inglés de los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Para lo cual se realizaron encuestas a estudiantes, así como a diferentes expertos, pudiendo establecer la utilidad de los videos como un recurso educativo, así como los elementos que deben contener estos, tales como imágenes, tipografía, color, etc. Para la creación de los videos, se realizó una investigación inicial, sobre los principios tanto del diseño gráfico y audiovisual, como del inglés, específicamente relativos al speaking; con la tabulación de las encuestas se pudo confirmar que los videos educativos, son de provecho y son los recursos didácticos más utilizados en la enseñanza del inglés. Gracias al método Delphi, se recopiló el criterio de expertos en el área de inglés determinándose los elementos que debe contener un video enfocado al speaking, tales como la pronunciación, ejemplos, uso de gráficos, actividades, entre otros aspectos. Para determinar los temas de los videos se utilizaron los sílabos de la materia de inglés. El proceso de la elaboración de los videos partió de la propuesta gráfica, con la ayuda de los softwares de Adobe Premiere y Adobe Audition para la edición de videos; después de hacer las correcciones pertinentes y una vez aceptados los videos por los expertos se procedió a publicarlos en Microsoft Stream, siendo de acceso público, desde donde los docentes y estudiantes podrán reproducirlos las veces que sean necesario. Se concluye que el diseño gráfico ayuda a realizar videos más llamativos y a compartir el conocimiento/información de mejor manera. Por lo que se recomienda que, en todos los recursos didácticos que se presenten, se considere al diseño gráfico sean estos audiovisuales, visuales, auditivos, gráficos, etc.

Palabras claves: <DISEÑO GRÁFICO>, <INGLÉS>, <SPEAKING >, < AUDIOVISUALES >, <RECURSO DIDÁCTICO>.

ABSTRACT

The objective of this project was to apply graphic design in the production of videos to develop speaking skills in the three levels of English of the students of the Higher Polytechnic School of Chimborazo. Through surveys applied to students, and experts to establish the usefulness of the videos as an educational resource, the elements that these should contain, such as images, typography, color. To develop the videos an investigation was carried out about principles of both graphic and audiovisual design and English focus on speaking skills. With the tabulation of the surveys, it was possible to confirm that the educational videos are useful and the most used didactic resources in English teaching. Due to the Delphi method, the experts' criteria in the English area have been collected to determine the elements that a video focused on speaking should contain as pronunciation, examples, use of graphics, activities, among other aspects. The topics for the videos were chosen based on English syllables and the process of making them started from the graphic proposal, using Adobe Premiere and Adobe Audition software for video editing. After making corrections and the videos were approved by the experts they were published on Microsoft Stream so teachers and students can access and reproduce them as many times as necessary. It concluded that graphic design helps make more attractive speaking videos and share knowledge, information in a better way. It recommended to the teaching resources graphic design has been considered so they could be audiovisual, visual, auditory, graphic, etc.

Keywords: <GRAPHIC DESIGN> <ENGLISH> <SPEAKING> <AUDIOVISUALS>
<TEACHING RESOURCE>.



INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, el manejar más de un idioma es fundamental, el inglés al ser el segundo idioma más hablado del planeta y ser considerado un lenguaje mundial, es de suma importancia para poder interrelacionarnos con las demás personas, sin embargo, para quienes este idioma no es su lenguaje materno, resulta difícil, sobre todo su pronunciación, en este caso el speaking, por lo que, es fundamental el contar con diversos recursos que permitan la práctica de la pronunciación y el habla; la utilización de la tecnología resulta primordial al momento de enseñar un idioma, pero la tecnología de por si no es suficiente, si esta no toma en cuenta, por una parte los fundamentos del idioma y por otra los diferentes elementos gráficos que debe contener un producto audiovisual, es aquí, en donde los principios y fundamentos del diseño cobran un verdadero valor al momento de elaborar productos multimedia (audiovisuales), para que estos cuenten con una identidad corporativa, y sean capaces de atraer la atención del público objetivo. Los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, tiene un nivel heterogéneo en cuanto al inglés y el speaking se refiere, es por esto que, los videos, al ser considerados un recurso didáctico prioritario, serán un soporte para el desarrollo del speaking tanto para los estudiantes como para el docente.

El presente trabajo de Integración Curricular está orientado a: **APLICAR EL DISEÑO GRÁFICO EN LA PRODUCCIÓN DE VIDEOS PARA EL DESARROLLO DEL SPEAKING**, puesto que, se han evidenciado falencias en cuanto a la parte del speaking por parte de los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, estos videos pretenden que, al estar realizados desde un punto de vista técnico y con los contenidos correspondientes, sirvan tanto para los estudiantes como para los docentes, como un complemento a las clases y para ir desarrollando progresivamente el speaking.

El documento se encuentra debidamente estructurado en cuatro capítulos. Capítulo I, Diagnóstico del Problema, se expone claramente la problemática que se va a investigar, la correspondiente justificación seguida del objetivo general y objetivos específicos. Capítulo II, Marco Teórico, se indican los conceptos y generalidades básicas para el entendimiento y conocimiento de la investigación. Capítulo III, Marco Metodológico, se especifican las técnicas, instrumentos y metodología de diseño e investigación utilizados para el desarrollo del presente proyecto. Capítulo IV, Resultados, obtenidos de la investigación y desarrollo de los diferentes instrumentos metodológicos y la realización de los respectivos videos con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

Con el paso del tiempo y las nuevas tecnologías todo está cada vez más conectado y las personas que quieren sobresalir en el mundo necesariamente tienen que poder comunicarse con el mismo, el idioma inglés es considerado un idioma universal, puesto que, gracias a este lenguaje las personas de diferentes países tienen la posibilidad de comunicarse entre sí, sin embargo, para que esto ocurra es necesario que los individuos tengan la capacidad de interactuar en una conversación de manera fluida.

En Latinoamérica el inglés es un idioma que se practica desde las escuelas, sin embargo, para muchos estudiantes no es interesante ni importante el aprendizaje de este idioma, siendo este uno de los limitantes que dificulta que a futuro ellos puedan salir del país y compartir con otras personas de habla inglesa en el mundo.

Actualmente existen un sin número de recursos didácticos, debido al aumento de información con la llegada del internet, que ayudan a perfeccionar las 4 destrezas básicas del idioma, una de ellas son los videos didácticos, que en cierta forma ayudan a que los estudiantes puedan perfeccionar esta habilidad.

El uso de vídeos y material audiovisual en el aula potencia la creatividad y la atención del alumnado y tiene resultados directos en el aprendizaje. A la hora de conseguir que los estudiantes se impliquen y participen en las actividades de clase, estos serán sin duda una herramienta perfecta. (Elesapiens, 2019)

Los videos son recursos didácticos que ayudan a que las personas que desean aprender inglés tengan un mejor entendimiento acerca del contenido que se está presentando, además ayuda a que los estudiantes estén más concentrados siempre y cuando los videos sean llamativos para ellos, es por eso que este recurso tiene que ser bien realizado, de tal manera que, quienes los utilicen puedan sentirse identificados y atraídos por el video y su contenido.

Como se menciona en el párrafo anterior, actualmente la forma más común de adquirir conocimientos en la web, son los videos en plataformas como Twitch, Tiktok, Youtube, entre otras; son perfectas para poder compartir contenido audiovisual; es por esta razón, que los videos resultan atractivos para las personas y pueden compartir un buen contenido educativo, este es un mecanismo en el cual es sencillo compartir información en para el estudiante.

En el mundo actual la mayoría de información que se observa es a través de videos, los mismos pueden ser de entretenimiento, educativos, etc., pero hay algo que no se puede ignorar, estos elementos audiovisuales son importantes para el desarrollo de la educación, debido a que, se muestra una nueva forma de enseñar contenido.

Varios estudios demuestran que el 70% de las personas, sobre todo las más jóvenes, aprenden mejor con un video que, con algún texto, y eso es debido a la época en la que se vive, en donde la mayoría de las cosas tienen algún aspecto tecnológico, y para la mayoría de estudiantes es mucho más sencillo entender nuevas cosas con la tecnología, que con algunos textos u otros elementos didácticos antiguos.

En el diseño gráfico se elaboran logotipos, tipografías, símbolos y colores cautivadores y únicos, lo que permite a los consumidores diferenciar su propia marca de la competencia. (Lola, 2018)

El diseño gráfico es muy requerido en el mundo actual globalizado, debido a que gracias a él podemos crear logos, posicionar marcas, realizar publicidades, etc., todo esto a la hora de realizar videos resulta de mucha utilidad debido a que se debe contar con un estudio especializado en el mismo, que ayudan a que los videos sean técnicamente bien realizados, llamativos para las personas y que sean capaces de generar un impacto adecuado.

Como menciona (Rodríguez Vega, 2020) “Fortalecer la comprensión y producción oral del inglés con el uso del video educativo conlleva al despliegue de un estudio concreto y profundo”.

Los videos educativos resultan de gran apoyo para la enseñanza del inglés, debido a que, gracias a ellos los estudiantes pueden tener un estudio más profundo acerca del speaking (también listening como se menciona en la cita), y de esta forma pueden desarrollar las diferentes destrezas del idioma inglés, entonces es correcto decir que, si los videos se producen de forma adecuada y contextualizada, estos podrán ayudar a muchos estudiantes, ya no solo de la ESPOCH, sino más bien, a nivel nacional e hispanohablante.

1.2. Planteamiento del problema

Dentro de las 4 destrezas básicas del idioma inglés, listening, reading, writing, speaking, el último mencionado es uno de los más importantes y complejos a la hora de desarrollarlo. En la actualidad existen diferentes formas de perfeccionar la habilidad del speaking, como las clases en línea y de manera presencial, siendo estas el método más común a la hora de mejorar las 4 destrezas básicas del idioma inglés.

En el caso particular de los estudiantes de los tres niveles de inglés de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, se puede establecer que, el nivel de manejo de inglés es muy heterogéneo, es decir, desequilibrado.

Al ser el internet el recurso básico e ilimitado que está a su disposición, los estudiantes se concentran en la búsqueda de videos que les permita mejorar su speaking, sin embargo, estos videos en muchos de los casos al ser elaborados por personas autodidactas, no toman en cuenta, los principios del diseño gráfico en la parte audiovisual como la utilización de planos, ángulos, formas, colores entre otros aspectos.

1.2.1. Árbol de Problema

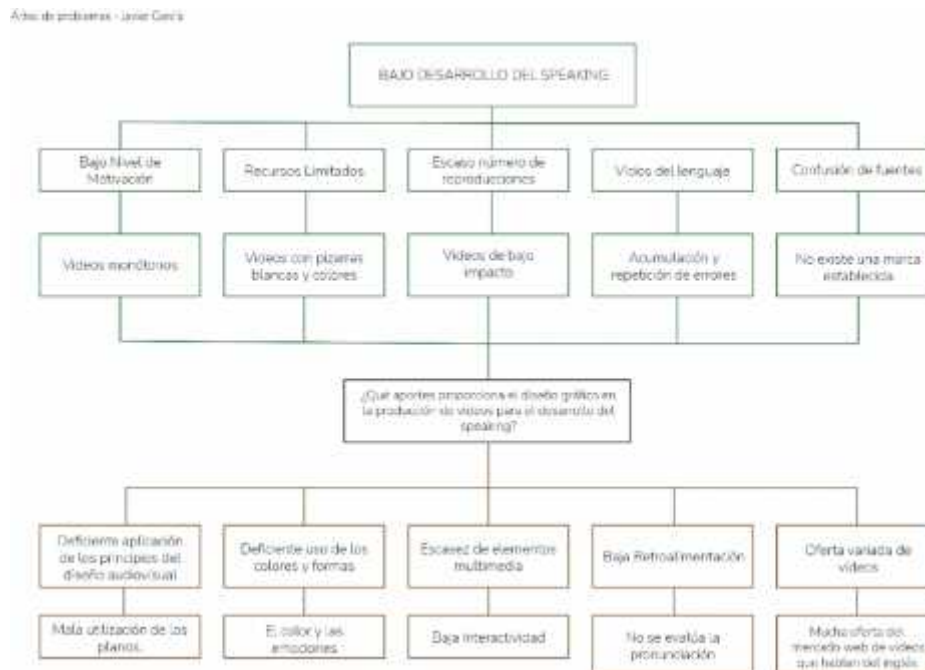


Figura 1-1: Aportes del diseño gráfico en la producción de videos para el desarrollo del speaking

Realizado por: García, J. 2021

1.2.2. Prognosis

La utilización de videos de enseñanza del inglés técnicamente elaborados siguiendo las normas y principios del diseño gráfico permitirán el aprendizaje y reforzamiento del speaking entre los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, con base en los contenidos que se tratan en la malla curricular regular de los diversos niveles, se elaborarán videos de refuerzo, a los cuales podrán tener acceso los estudiantes las veces que sean necesarias, hasta mejorar la pronunciación y vocalización del idioma inglés.

1.2.3. Sistematización del problema

-) ¿Cuáles son las destrezas básicas en el aprendizaje del inglés?
-) ¿Cuál es la importancia del speaking en el aprendizaje del inglés?
-) ¿Cómo se enseña inglés en la ESPOCH?
-) ¿Cuáles son los beneficios de utilizar métodos interactivos?
-) ¿Cuáles son las características de un video interactivo?
-) ¿Qué principios del diseño deben ser considerados en la elaboración de los videos?
-) ¿Qué partes debería de tener un video interactivo?
-) ¿Qué contenidos de la temática del inglés, que se enseña en la ESPOCH pueden ser reforzados mediante la utilización de videos?

1.3. Justificación

Al cursar los diversos niveles de enseñanza del idioma inglés, que existe una necesidad de contar con recursos multimedia para la enseñanza de este idioma; siendo fundamentales en esta tarea los videos para el desarrollo del speaking; en este contexto, se ha visto la pertinencia de realizar el proyecto técnico “Aplicación del diseño gráfico en la producción de videos para el desarrollo del speaking”.

Dicho proyecto pretende aplicar los principios del diseño gráfico en la producción de videos para el desarrollo del speaking en la enseñanza del inglés en los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo; debido a que, si bien en cierto que en la web existen muchos videos de libre acceso, que relativamente ayudan el desarrollo del speaking, estos en su mayoría no han sido elaborados de manera técnica, lo que le produce a los estudiantes dificultades y errores al momento de desarrollar el speaking.

Dicho esto, los beneficiarios de la realización de este proyecto serán en primera instancia los estudiantes de los tres niveles de la ESPOCH, los mismos que están un rango de edad de 18-25 años y a mediano plazo todas las personas que tengan acceso al material. Se considera factible el desarrollo del presente proyecto por cuanto se cuenta con acceso a la bibliografía especializada, así como a los recursos tecnológicos necesarios, tanto en software como hardware.

Para la investigación y elaboración de videos que sirvan de apoyo para el speaking de los estudiantes; así también se cuenta con el apoyo de docentes especializados de la Escuela Superior Politécnica, quienes acompañarán en el desarrollo de la investigación y del producto, mediante la orientación en el marco metodológico a ser utilizado, la guía en el manejo de metodologías adecuadas y la revisión de los videos propuestos.

Esta investigación es original por cuanto de la búsqueda realizada en bibliotecas y repositorios bibliográficos hasta el momento en la ciudad de Riobamba no se ha desarrollado un proyecto que busque aplicar los principios del diseño gráfico en la elaboración de videos de speaking; basado en la búsqueda de identidad del estudiante politécnico con el video observado, al tiempo que, se logre posicionar una marca de recursos audiovisuales, de calidad que apoyen a la formación.

Se debe considerar que como ya se ha mencionado, el aprendizaje del inglés es fundamental en el mundo actual, su perfeccionamiento y entrenamiento permanente es uno de los pilares de su aprendizaje, siendo por tanto todo recurso significativo en este proceso, ganando relevancia y pertinencia la producción de este tipo de videos.

El video es una herramienta didáctica que permite abordar varios estilos de aprendizaje, como el estilo auditivo y visual de manera simultánea, para la realización de estos videos se incluirán diálogos entre dos personas, monólogos por parte del autor del proyecto explicando la correcta pronunciación de palabras, además la edición y colocación de diferentes elementos asociados con el diseño gráfico, al tiempo que, si el video es adecuadamente ubicado en un contexto que sea familiar para la persona alcanzará un grado de significancia y mayor asimilación para el estudiante.

Para lograr los objetivos planteados, se ha considerado el desarrollo de una investigación bibliográfica en una primera instancia sobre las bases del diseño gráfico, su aplicación en la

elaboración de videos y que estos sean aplicados en el refuerzo del speaking basados en un principio de identidad con la marca.

1.4. Objetivos

1.4.1. *Objetivo general*

Aplicar el diseño gráfico en la producción de videos para el desarrollo del speaking en los tres niveles de inglés de los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

1.4.2. *Objetivos específicos*

1. Sustentar teóricamente la importancia de la aplicación de los videos para el aprendizaje del speaking.
2. Establecer los principios del diseño gráfico que deben ser considerados en la elaboración de los videos.
3. Determinar cuáles son los contenidos y elementos fundamentales que deben contener los videos para mejorar el speaking.
4. Diseñar videos interactivos que estimulen el desarrollo del speaking en estudiantes universitarios.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. El diseño Gráfico

El Diseño Gráfico es una especialidad o profesión, su meta es satisfacer las necesidades de comunicación visual con un fin específico como, por ejemplo, la publicidad, creación de videos, creación de marcas, entre otros. El computador es el principal instrumento utilizado en la actualidad por los profesionales. (Aurora, 2021)

El diseño gráfico ha ido evolucionando junto con las nuevas tecnologías y es apreciado cada vez más en los tiempos actuales; el diseño busca satisfacer una necesidad comunicativa, es decir, el diseñador se convierte en una persona capaz de resolver los problemas comunicativos que se le presenta.

Actualmente el diseño gráfico se ve involucrado en varios aspectos como por ejemplo la publicidad, en donde el diseñador, tiene que considerar varios elementos como cromática, textos, distribución de los elementos en los diferentes espacios, de tal manera que se pueda crear una publicidad llamativa para los consumidores.

otro aspecto en los que se ve muy involucrado el diseño gráfico, es en la creación de marcas o de una identidad corporativa puesto que, el diseñador gráfico tiene la capacidad de crear marcas que sean llamativas, fáciles de recordar, que se conecten de manera directa con la empresa o persona que la marca está representando y de esta manera ayuda a que las personas relacionen esa marca con un producto o un sujeto (la marca puede ser para una persona o una empresa).

De esta forma el diseño gráfico va avanzado junto con la sociedad y tecnología, resolviendo problemas visuales – comunicativos y a su vez obteniendo más importancia con el paso del tiempo.

Según Peña Casallas (2020, p.102) el diseño gráfico, como disciplina y como profesión, “es requerido para la elaboración de dispositivos visuales como a su vez de elementos visuales y al dictamen técnico de cómo desarrollar un hecho visual.”

El diseño gráfico es muy importante en el mundo actual, donde prácticamente todo es visual, cada objeto que se puede observar, en las calles, casas, parques, etc., todo pasa por algún proceso de diseño, desde los afiches que se pueden observar, las señalizaciones, los videos en las pantallas grandes de las avenidas, todos estos elementos visuales, fueron diseñados con un fin específico, ya sea informar acerca de un nuevo producto, o también señalar algunos espacios de tránsito.

El diseñador es un ente capaz de transmitir información de formas creativas, de tal manera que, sea llamativo para el consumidor y hace que quiera adquirir el producto que se ofrece o también se interese por el servicio que se da.

En el mundo tecnológico que se vive todo pasa por nuestra vista, más del 80% del tiempo estamos revisando algún dispositivo tecnológico, como el celular, computadora, etc., es aquí donde se presentan nuevas oportunidades para los negocios y por ende para el diseñador, debido a que, con el acceso a internet y los dispositivos tecnológicos que se posee, es mucho más sencillo para el comunicador llegar a más gente y con las publicidades visuales que se realizan, tanto en video como imágenes estáticas, como publicidades, afiches, entre otras, se puede llegar a un público mayor y de esta forma generar más ingresos tanto para la compañía como para la persona que realiza las publicidades.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que, para poder realizar todo este tipo de publicidades, se debe tener un estudio por detrás, es decir, tener el conocimiento de cómo se realiza, el porqué de un elemento u otro, por qué el color que se selecciona, por qué un elemento debe ser más grande que otro, entre muchas otras cosas a tener en cuenta.

Es aquí donde el rol del profesional de diseño gráfico resalta, debido a que se tiene el conocimiento del por qué se deben colocar todos estos elementos, cual puede ser mejor en cada imagen, como generar contrastes, como ser más llamativo para el consumidor, etc., es aquí, donde se puede ver la diferencia entre una persona autodidacta y un profesional de diseño que ha estudiado para saber cómo colocar cada objeto dentro de una publicidad.

“Existen herramientas que facilitan lo que hasta hace algunos años parecía casi imposible para quienes no estaban familiarizados con programas o softwares de diseño gráfico”. (Redator, 2018)

Con el auge de la tecnología se han creado diferentes herramientas que facilitan el trabajo del diseñador, cabe hacer énfasis en la palabra “facilitan”, debido a que muchas personas piensan que solo con tener los programas de diseño, se pueden crear las cosas de una manera sencilla y sin nada de conocimiento, y esto no es así, claro que se puede aprender de forma autodidacta el uso de los diferentes programas de diseño, sin embargo, una persona que estudia la carrera de diseño gráfico sabe cómo hacer una composición que pueda ser llamativa en dicho programa.

No hay que obviar a la realidad, los programas que se utilizan para poder diseñar, facilitan mucho el trabajo, antes las personas podían tardar varias semanas en realizar una publicidad y ponerla al mercado, ahora con programas como Adobe Photoshop y Adobe Ilustrador el trabajo puede ser realizado en solo un par de horas y la publicación puede ser instantánea en el caso que sea para un sitio web o red social.

Aquí es donde podemos ver el alcance de la tecnología, hace no mucho la mayoría de trabajos de diseño se producían pieza por pieza, ahora se produce en masa, y esto es algo que beneficia enormemente a la industria, programas como “Inkscape”, “Vector”, “Canva”, “Iefanview”, “Corel Draw”.

Todos han sido creados para satisfacer diferentes necesidades, un ejemplo, “Canva”, es un programa de diseño online, creado para suplir a programas como Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop, entre muchos otros, brinda opciones preestablecidas, para poder crear una publicidad, sin embargo, este programa/aplicación, al contar con opciones preestablecidas puede hacer que muchas publicidades sean repetidas.

Y esto a su vez puede dar una mala imagen a la empresa que las crea, no se está diciendo que no se puedan crear objetos visuales excelentes en esta aplicación, sino más bien se dice que, si no se tiene el conocimiento necesario para poder crear una publicidad estaremos cayendo en un círculo infinito de publicaciones repetidas o similares, que a la larga van a causar un malestar visual en nuestro consumidor.

El diseño gráfico posee diferentes características, todas son muy importantes, como por ejemplo, saber que el diseñador gráfico debe estar capacitado para hacer un equilibrio entre lo que desea el cliente y lo que es funcional y estético para el mismo; también es el encargado de diseñar packaging o también conocido como diseño de envases y también cabe destacar que, como

menciona Aurora (2021) “sobre esta profesión recae la creación de productos audiovisuales como videos y animaciones”.

Tanto el diseño como el diseñador deben ser capaces de realizar múltiples tareas, el diseñador no solo realiza marcas, afiches, entre otros, en cambio, tiene que ser capaz de realizar diferentes elementos visuales y audiovisuales como pueden ser videos o animaciones, claro que estos últimas dos recaen en algo mucho más específico como lo es la realización de videos, en donde se deben tomar en cuenta ciertos parámetros específicos, como iluminación, color, contrastes, audio, etc., esto es algo que se hablará más adelante.

Aurora (2021) menciona la animación, que también es algo de suma importancia para los diseñadores, se pueden realizar animaciones en 2D o 3D, así como con diferentes técnicas que existen en el mundo de la animación, pero al igual que los productos audiovisuales estos tienen sus propios principios.

Entonces es correcto mencionar que para la realización de un buen producto gráfico y audiovisual se deben tener en cuenta diferentes factores que afectan a la realización de los mismos, y muchas veces el saber cómo utilizar de una forma correcta estos elementos es algo que a muchas personas autodidactas les hace falta debido a que no tienen el conocimiento, y por esta razón muchas veces los videos pueden causar aburrimiento en las personas.

Se mencionó que muchas veces las personas pueden llegar a pensar que la labor del diseñador es meramente en el ámbito de la publicidad, como en periódicos o agencias publicitarias, sin embargo, el diseñador va mucho más allá, puesto que, como se mencionó al principio el diseño está en todo lo que nos rodea y es algo que, en Ecuador, y sobre todo en Latinoamérica, no está bien apreciado.

Se debe tener en cuenta que muchas veces las personas dejan encasillados al diseño gráfico con solo realizar afiches, publicidades impresas, marcas, entre otros productos de igual similitud, sin embargo, “el diseño gráfico no se limita a la composición visual fija, sino también a los recursos audiovisuales e incluso tridimensionales” (Aurora, 2021) y esto da a entender la importancia que llega a tener el diseño en el mundo actual, en donde los recursos audiovisuales que se pueden ver en pantallas, centros comerciales, afiches, incluso en el cine, tienen a un diseñador detrás.

2.2. Principios del Diseño Gráfico

Comprender los principios que tiene el diseño gráfico “significa comprender cómo transmitir su mensaje visual de una manera que atraiga la atención a su mensaje” (Creativo, 2019); muchas personas con la llegada de la tecnología son capaces de realizar publicidades, debido a todas las facilidades que la era moderna ofrece, sin embargo como se menciona anteriormente, las personas que tiene conocimiento acerca del uso correcto de los softwares podrán hacer un buen uso del mismo.

Un profesional en esta área de diseño sabe cómo se debe manejar de una forma adecuada el balance, proximidad o unidad, jerarquía, color, repetición, entre otros. Esto es algo que otras personas que no se interesan en saber no lo manejan de forma adecuada y, por ende, hace que las publicidades o productos gráficos que realizan carezcan de ciertas características que son importantes en el desarrollo del mismo.

2.2.1. Balance

El balance en una forma rápida y sencilla de verlo es similar al equilibrio o compensación entre dos elementos, es decir, es buscar la forma donde dos elementos estén equilibrados o en armonía, que ninguno tenga mayor fuerza de atracción sobre el otro y entre ambos sean capaces de crear una armonía en la composición gráfica que se está realizando.

El balance es muy importante en la creación de piezas visuales, debido a que, gracias a este somos capaces de establecer un orden y crear sincronización en la publicidad, sin embargo, también se puede hacer todo lo contrario, y es crear un desbalance a propósito, en donde el objetivo de esto es, poder llamar la atención a un punto específico de la publicidad.

Esto es algo de mucha utilidad cuando se quiere dar a entender un mensaje, o hacer que el consumidor preste más atención a cierta parte específica de la publicidad que se está creando en ese momento. “El equilibrio en el diseño significa que cuando una página se divide ambos lados de la página tienen el mismo peso” (Creativo, 2019)



Figura 1-2: Fotografía de Balance

Fuente: TanteTati. 2016

2.2.2. *Proximidad/Unidad*

Como nos menciona López (2019) la proximidad crea relaciones entre dos o más elementos, es decir que, dos elementos que estén más próximos, se podrán ver más “conectados” que otro elemento más apartado.

La proximidad es un principio importante dentro del diseño gráfico, puesto que, para el observador es estéticamente mejor ver las cosas juntas que separadas, es decir, si se tiene una imagen y se coloca la información de la misma, en un cuadro aparte, y lejos de la imagen, visualmente algo va a estar mal ahí, sin embargo, si la información de la imagen se la coloca debajo de la misma, para el observador va a ser mucho más sencillo el poder identificar la información y no va a causar un malestar visual.

Otra forma de ver la proximidad es, saber que para la persona que está observando el documento todo debe tener un sentido de unidad, es decir en el texto si tiene mucho espacio entre línea y línea o párrafo y párrafo va a ser muy complicado que el usuario se concentre, puesto que, va a estar viendo esas imperfecciones y no presta atención al escrito, debido a que, el usuario no percibe todo esto como una unidad, sino más bien como cosas que están separadas y que se deben leer indistintamente.



Figura 2-2: Ejemplo de Proximidad/Unidad

Fuente: G-Tech, D. sf

2.2.3. *Alineación*

Con la alineación lo que se pretende es crear un orden, es decir se pueden alinear objetos hacia el lado izquierdo, centrado o derecho, todo esto con la finalidad de poderlos ver como parte de un grupo y claramente poder diferenciar los objetos de izquierda o derecha, debido a que “si no se alinean y en función de su cercanía, es muy posible que no se los vean como dos grupos claramente diferenciados” López (2019).

La alineación nos ayuda para poder agrupar diferentes elementos y poder clasificarlos de una manera correcta, por ejemplo, se empiezan a dividir publicidades en un mismo documento para una exposición, en el lado izquierdo se pondrán publicidades de restaurantes, en el centro publicidades de doctores y en el lado izquierdo publicidades del gobierno, todas estas son distintas, pero al tener que coexistir en una misma diapositiva, la alineación y también la proximidad juegan un papel muy importante, debido a que, si no fuera gracias a estas, las publicidades se mezclarían y no se sabrían a ciencia cierta si pertenecen a un grupo u otro.

También se puede ver a la alineación como la que ayuda a crear una sensación de orden y flujo que ayuda a que las personas puedan observar todo de una manera correcta y no estén observando a distintos lados a la vez sin encontrar un sentido en la publicidad o pieza gráfica creada.



Figura 3-2: Fotografía de sillas alineadas

Fuente: Tama66. 2017

2.2.4. *Repetición*

La repetición, como su nombre lo indica es repetir un elemento en el espacio gráfico, de tal forma que, forme un patrón o figura, se puede realizar con la repetición de formas, colores, tipografías, etc., esto ayuda a poder crear nuevas composiciones que sean llamativas para el consumidor, debido a que, se pueden combinar las formas para crear una nueva, como lo

menciona López (2019) “la repetición es otro principio que refuerza la relación y consistencia entre elementos. Por ejemplo: Una serie de círculos repetidos, uno detrás de otro, se transforma en una línea de puntos”.

Siguiendo con lo que se mencionó anteriormente con los otros principios como balance, proximidad y alineación, la repetición también ayuda a poder ordenar los elementos y darles un significado, si se junta con los demás principios, el mensaje que se quiere dar al observador/consumidor, será más claro, estable e impactante para el mismo, debido a que se utilizan diferentes opciones para que el mismo sea así, y esto traerá enormes beneficios para la persona que sabe manejarlo de una forma adecuada.



Figura 4-2: Fondo-Textura naranjas

Fuente: Kalhh. 2018

2.2.5. *Contraste*

El contraste es uno de los principios más esenciales en el diseño gráfico, debido a que, prácticamente está en todas las publicidades que se realizan o en todas las piezas gráficas que existen, se lo puede diferenciar en dos ámbitos, para contrastar los colores, un ejemplo sería el blanco y el negro, o para poder diferenciar el objeto del fondo.

El contraste es muy importante a la hora de crear una pieza gráfica debido a que, si no existiese el contraste, sería muy complicado el poder diferenciar las figuras que existen dentro de una composición, también existe el contraste de colores en donde se puede apreciar el positivo y negativo, para explicar, son estas famosas imágenes en donde se pueden apreciar dos objetos en uno, y esto se logra a través de utilizar un contraste, en donde el color blanco es una figura, pero el color negro es otra, este es un efecto visual muy útil a la hora de crear

piezas gráficas, debido a que, aquí se puede apreciar la creatividad del diseñador y a su vez es algo novedoso para la persona que está observando, y por ende atrae la atención del mismo.



Figura 5-2: Ejemplo de contraste por color

Fuente: Michael, L. 2018

2.2.6. Punto, línea y forma

Estos tres son elementos importantes dentro del diseño gráfico, se explica de una forma muy simple, el punto es un objeto pequeño dentro del espacio, una sucesión de puntos es lo que forma la línea, y un conjunto de líneas es una forma, entonces se puede decir de manera rápida que estos 3 elementos están conectados entre sí, y que juntos son capaces de crear composiciones gráficas, la línea es la principal para poder crear diferentes figuras, además también puede crear profundidad, texturas, etc.

El uso correcto de estos tres elementos forman un principio elemental para el diseño gráfico puesto que, gracias a estos nosotros somos capaces de crear nuevos objetos, además que con la adición de estos 3 elementos somos capaces de crear un flujo dentro de la composición, dándole una profundidad y movimiento a la composición gráfica, puesto que, las líneas al poder ser rectas u orgánicas, son capaces de generar este tipo de movimientos, que hacen que las publicidades o piezas gráficas sean más dinámicas y que atraigan la atención del usuario.



Figura 6-2: Ejemplo de punto, línea y forma

Fuente: Pionane. 2018

2.2.7. Jerarquía

El peso visual es algo de suma importancia dentro del diseño gráfico, la jerarquía influye mucho en esto, debido a que es la va a permitir que el mensaje se entienda de mejor manera, primero que nada, hay que establecer que existen diferentes tipos de jerarquía, puede ser por tamaños, colores, formas, etc., una vez explicado esto la jerarquía es la que va ayudar a hacer que el mensaje que nosotros decidamos que es más importante, tengo mayor peso visual y llegue de forma rápida a las personas.

“Un mensaje colocado en la parte superior central de la página, en una fuente grande, tendrá más peso que un subtítulo, por ejemplo. Usar colores brillantes para atraer la atención, o encuadrar el mensaje con formas, es otra manera de dar peso a aspectos importantes de su página.” (López, 2019)

Para que nosotros seamos capaces de usar de forma adecuada la jerarquía antes que nada se debe establecer que es lo más importante que se quiere comunicar dentro del escrito o aspecto visual, debido a que también se puede aplicar en formas, una vez determinado esto, ahí se puede establecer si se hace más grande el elemento, si se utiliza una tipografía diferente, un color contrastante.

En otras palabras, se determina que se puede hacer para otorgarle a esa frase u objeto un mayor peso visual; de esta forma estaremos creando una jerarquía, en donde si bien, muchas veces parece que todo lleva un mismo peso visual, si se utiliza de forma correcta los demás

principios, seremos capaces de darle una jerarquía mayor a lo que nosotros consideremos más importante.



Figura 7-2: Representación de Jerarquía por tamaño

Fuente: Silviarita. 2019

2.2.8. *Color*

“El color crea el ambiente o la sensación del diseño. Los colores brillantes y veraniegos dan una sensación diferente a los colores más profundos y ricos. Cada color lleva un mensaje. El gris se considera un color intelectual, y los colores mezclados con el negro dan una imagen corporativa o profesional. Se considera que el azul es pacífico, mientras que el rojo es apasionado, motivado, cálido o incluso enojado. El amarillo está asociado con la felicidad, y las organizaciones verdes sin fines de lucro, o el aire libre” (López, 2019)

El color está en todas las piezas que se crean, todos los colores tienen su propio significado y brindan una característica singular a cada pieza gráfica donde se utiliza, depende del mensaje que se quiera dar, todos los colores pueden dar un significado diferente, si se desea realizar una publicidad acerca de un evento de Halloween, no se va a utilizar colores como el amarillo o verde, en cambio se utilizarían los colores rojos u oscuros, debido a que van más acordes a lo que se quiere representar.

Es por esto que es muy importante saber el significado de los colores a la hora de realizar una composición gráfica debido a que, si se utilizan de una forma incorrecta lo que pasará es que el mensaje no va a llegar de forma adecuada al consumidor y esto puede traer problemas a la hora de comercializar cualquier evento o producto.



Figura 8-2: Fotografía Color

Fuente: Ali, M. 2016

2.3. Campos de Aplicación del Diseño Gráfico

“Cuando una empresa desea captar la atención de potenciales clientes suele recurrir a las imágenes, porque estas tienen un fuerte impacto sobre la audiencia. Incluso las Administraciones Públicas lo hacen, por ejemplo, estableciendo los parámetros que deben cumplir ciertas señales, como la de salida de emergencia, para que sean fácilmente reconocibles. Sin duda, en los últimos años, se ha producido un importante crecimiento de los campos de aplicación del diseño gráfico”. (UNIR, 2021)

Hay que tener en cuenta que con el avance de la tecnología el diseño gráfico a podido irse adentrando aún más en el mundo moderno, debido a que, existen nuevos programas para poder realizar publicidades, videos, etc., y esto es algo que a la larga da paso a que nuevos campos de aplicación surjan a la carrear; el pensamiento acerca del lugar de trabajo de un diseñador es que solo puede trabajar dentro de una empresa publicitaria o en el campo del periodismo, sin embargo, actualmente existen un sin número de campos de aplicación del diseño gráfico, uno de ellos es el campo de generar contenidos multimedia, solo por mencionar uno.

Entonces es correcto decir que, el diseño gráfico, al día de hoy tiene diferentes lugares donde puede ser aplicado, cada uno de estos tiene su importancia, y puede que tengan ciertas similitudes, no obstante, hay que saber que se diferencian muy bien el uno del otro, y esto hace que un diseñador sea necesitado en el mundo actual; si bien en lugares como Latinoamérica no se aprecia tanto al diseño gráfico, en otros lados del mundo más desarrollados, el diseñador cumple un rol mucho más importante, y este tipo de carreras son más cotizadas en el exterior, sin mencionar que, los pagos, en cuanto al diseño gráfico se refiere, es mejor remunerado en el exterior, y todo

esto también da paso a que el diseñador debe ser una persona que este al tanto del mundo, debido a que gracias a esto, podrá darse a conocer o resaltar sobre el resto.

Además, la importancia de conocer un idioma, aparte del nativo, es de suma importancia, debido a que gracias a esto tendrá más oportunidades laborales, el inglés es uno de los idiomas más utilizados a nivel global, por no decir que es el más utilizado, si un profesional es capaz de dominar otro idioma como el inglés, sus obras pueden ser conocidas por todo el mundo y su interacción con el mismo será mejor.

El diseño gráfico posee diferentes campos de aplicación, entre los más comunes a nivel global están: el diseño editorial, diseño publicitario, diseño de identidad corporativa, diseño en señalética, diseño web, diseño multimedia, diseño didáctico, entre otros que ya se mencionarán con más detalle.

2.3.1. *Diseño Publicitario*

Cuando se habla de diseño publicitario, se puede decir que, el objetivo de este es incentivar la compra de algún producto o servicio que se ofrece a través de una publicidad; este campo de aplicación también es uno de los más comunes a la hora de hablar de diseño gráfico, prácticamente en este campo se puede apreciar tanto la creatividad, como el conocimiento en maquetación del diseñador.

Se puede mencionar que es una de las más completas debido a que, ya no solo se enfoca en el aspecto impreso, como publicidades para revistas, periódico, etc., sino más bien, también se enfoca a una parte audiovisual puesto que, los videos publicitarios son muy demandados en la época actual, con el avance tecnológico, y los nuevos gustos que va adquiriendo la gente en cómo ver el contenido.

Los videos publicitarios son la forma de que las compañías pueden interactuar con los clientes, de una forma mucho más dinámica, y pudiendo contar historias que solo con imágenes muchas veces no basta, es por esto que, los videos publicitarios van adquiriendo mucha más fuerza con el paso del tiempo, y en la época de pandemia se pudo apreciar mucho más.



Figura 9-2: Ilustración publicitaria Starbucks

Fuente: Hische, J. 2014

2.3.2. *Diseño de Packaging*

“Todo producto requiere de una presentación, y es aquí donde la labor del diseñador es primordial, ya que de su trabajo dependerá si el consumidor consume o no cierto producto.” (Karemm, 2020)

El diseñador al ser un comunicador visual, tiene diferentes campos de aplicación, uno de estos es el diseño de packaging, en donde, se realiza el diseño de lo que va a contener al producto, y esto es algo de suma importancia, puesto que, dependiendo de que tan llamativo sea o bien ejecutado este, hará que el producto sea capaz de vender más unidades o menos dependiendo de lo anteriormente hablado.

Muchos estudios demuestran que el 75% de las personas seleccionan un producto por primera vez, dependiendo de que tan visualmente atractivo sea el producto, después de la primera vez que pasa esto, las personas, seleccionan los productos por la experiencia, sin embargo, la misión del diseñador es crear un packaging tan bueno, que sea capaz de atraer a esos clientes potenciales a los diferentes productos.



Figura 10-2: Fotografía packaging

Fuente: Cats, C. 2019

2.3.3. *Diseño de Identidad Corporativa*

La identidad corporativa, es algo de suma importancia en el mundo, debido a que gracias a esto, las personas pueden identificar una empresa, producto o servicio, toda empresa a nivel mundial debería tener una identidad corporativa, de hecho en Europa o Estados Unidos, la mayoría de empresa tienen una identidad corporativa definida, y esto hace que más personas adquieran el producto, la misión del diseñador en esta campo de aplicación es lograr transmitir la filosofía, misión, valores de una empresa o compañía, a través de diferentes piezas gráficas, como pueden ser la marca, colores corporativos, publicidades, manual de marca, manual corporativo, entre muchos otros.



Figura 11-2: Marca Nike

Fuente: Página oficial de Nike, sf

2.3.4. *Diseño didáctico*

Como menciona Karemm (2020) “el objetivo del diseño didáctico es educar por medio de diseños funcionales, legibles, creativos y simples”. Hay que tener en cuenta que los diseñadores, no son profesionales dedicados a la parte de didáctica, debido a que no es parte de su carrera, sin embargo, los mismos pueden crear diseños que sean funcionales, estéticos

y creativos para materiales didácticos, que es algo completamente diferente, si bien es cierto que se pueden seguir cursos de didáctica, el diseñador meramente se debería encargar solo de una parte estética y funcional de los mismos, y dejar el resto a personas que si son dedicadas en la parte didáctica.

El diseñador en la parte de diseño didáctico, buscará dar un aspecto más funcional a los materiales que se le piden, después los mismos deberán pasar por un estudio realizado por profesionales más capacitados y estos a su vez darán una retroalimentación, tanto de la parte estética como funcional del diseño.

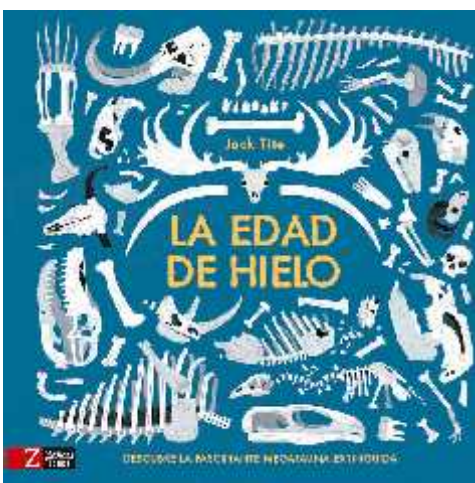


Figura 12-2: Portada libro infantil “la edad de hielo”

Fuente: Zahori, B. 2019

2.3.5. *Diseño Web*

Como su nombre lo indica se refiere a la influencia del diseñador en las páginas web o redes sociales, con el tema pandemia Covid-19, muchas empresas vieron su oportunidad en el internet, y el diseñador se vio involucrado en la realización de diferentes páginas, además que también, con un estudio un poco más especializado el diseñador es capaz de ser manager de las páginas y gestionar las diferentes publicidades que se deben publicar en dichas páginas.

Entonces se puede decir que el diseñador tiene varias oportunidades laborales en este aspecto. También se puede mencionar el diseño móvil en esta parte, debido a que varias aplicaciones móviles se basan en la web para poder funcionar, el diseñador es el encargado, de crear la interfaz tanto de la aplicación como del diseño web, y la misma debe ser lo más estética y

funcional posible, haciendo que, de esta forma, la aplicación o página web sea amigable con el usuario y no le de dolores de cabeza al tratar de usarla.



Figura 13-2: Fotografía de Diseño Web

Fuente: Tranmautritam. 2016

2.3.6. *Diseño Multimedia*

Se refiere a “experimentar con fotografía, video, animación, sonido e incluso texto, su propósito es crear toda una experiencia y generar sensaciones en el espectador, quien participa de forma activa” (Karemm, 2020)

El diseño multimedia es ampliamente utilizado en la actualidad, muchos establecimientos, ya sean en el área gastronómica, salud, etc., suelen solicitar videos, fotografías, animaciones, entre otras cosas, que ayuden a que sus negocios tengan nuevas formas de promocionarse, este campo de diseño, por la era de la tecnología, es más requerido, debido a su facilidad para contar una historia, el impacto que puede generar y el feed-back o retroalimentación que consigue por parte de los consumidores.

El diseño multimedia también es muy utilizado en la parte educativa, sobre todo es un excelente apoyo didáctico para captar la atención del estudiante, en muchas escuelas, colegios y universidades, los videos educativos son de gran ayuda para el docente, debido a que, a través de estos recursos multimedia puede pasar mayor información a los estudiantes y gracias a las diferentes opciones que se tiene al crear el contenido multimedia, es mucho más sencillo captar la atención del estudiante.



Figura 14-2: Fotografía de edición

Fuente: Pixabay, 2016

2.3.7. *Diseño Tipográfico*

“Las tipografías tienen una influencia directa en cómo se transmite el mensaje. En función al tipo de carácter escogido, ese mensaje nos puede parecer más serio, más elegante, más informal. Por eso, se necesitan profesionales del diseño capaces de aportar ideas frescas y llevar esta disciplina más allá.” (UNIR, 2021)

El diseño tipográfico muchas veces es infravalorado, debido a que varias personas consideran que tan solo son letras, y la verdad es que no es así, dependiendo de que tipografía se escoja, el mensaje puede variar, los rasgos que puede tener un tipografía pueden hacer que un mensaje se entienda de una forma u otra, y es por esto que, como se menciona en el párrafo anterior, se necesitan más profesionales que puedan innovar en este campo, debido a que, si se empieza a dar más importancia al mismo, las opciones para empresas, compañías, restaurantes, etc., serán mayores, y les puede dar un estilo único y fresco que atraiga a más gente.



Figura 15-2: Fotografía de piezas tipográficas

Fuente: Malik, K. 2021

2.4. El mensaje en el diseño

"No hay que olvidar que el diseño es comunicación, transmitir un mensaje, tú tienes tu cliente y lo que tienes que hacer es transmitir el mensaje de tu cliente a su cliente. El diseño es la herramienta que utilizas para transmitir ese mensaje" (Gómez, 2017)

El diseñador es el encargado de transmitir un mensaje, eso se sabe desde un principio, es el encargado de comunicar lo que desea el cliente hacia el consumidor, es por esta razón que, saber cómo expresar el mensaje de una forma correcta, es primordial para el diseñador, el saber cómo vender una idea, como defenderla, es algo que hace que un trabajo sobresalga de otro; el mensaje en el diseño, es muy importante, debido a que, como comunicador, el diseñador debe ser capaz de enviar el mensaje hacia el receptor de una forma correcta.

Todo dueño de una empresa tiene un producto o servicio que desea ofrecer a sus clientes, el cómo se va a realizar, es decir, el mensaje que se quiere transmitir de forma correcta, depende del diseñador, el mismo debe seleccionar tipografías, colores, formas apropiadas para los diseños y de esta forma hacer que el mensaje llegue a esos clientes, primero de una forma correcta.

Es decir, que no se mal interprete el mensaje, segundo de una forma llamativa, para que así tenga un impacto visual y atraiga la atención del cliente y, por último, que el mensaje pueda ser transmitido por el mismo cliente, es decir, que la manera en la que se da a entender el mensaje sea tan buena, que los mismos clientes compartan ese mensaje a más gente, que a su vez las mismas comunicaran a más personas y se logrará crear un impacto, en el producto o servicio que se está ofreciendo.

Como menciona Gabriel Duarte (2013) “muchas veces nos encontramos ante la oportunidad de dar forma a un mensajes por medio del diseño, y esto resulta comúnmente un arma de doble filo, pues de nosotros depende que ese mensaje llegue bien a su destino”. Es muy complicado para el diseñador poder dar a entender el mensaje de una forma correcta, es complicado, pero no imposible, esto muchas veces es dependiendo el contexto en que se realicen las publicidades o el cómo se realiza la misma.

Hay que tener en claro que, en el mundo actual, no se puede cumplir con todas las expectativas de las personas, y siempre van a existir diferentes comentarios con respecto al trabajo que se realice, sin embargo, es responsabilidad del diseñador dar a conocer el mensaje de la forma en la que el dueño de la empresa lo requiera.

“Un buen producto o un buen servicio que no tenga una correcta presentación no llegará al mercado o no tendrá acogida.” (Gómez, 2017)

En este caso el autor menciona que aun si se tiene un buen producto o servicio, si este no se promociona bien, no tendrá una buena acogida, esta promoción o presentación se puede decir que es el mensaje que se quiere transmitir, es decir el cómo se va a llegar a las personas, esto es responsabilidad del diseñador, el saber cómo presentar el mensaje, el producto o servicio, para que de esta manera el mensaje llegue de forma correcta y sea capaz de atraer la atención de los consumidores.

En la parte educativa, se ha enseñado que un sistema de comunicación básico es el emisor, mensaje, receptor; eso se conoce desde muy temprana edad, en este caso el emisor sería el diseñador, el receptor, vendría a ser los clientes y el mensaje es la idea que se quiere presentar o transmitir, en el ámbito educativo, es complicado llegar donde los estudiantes si no se tiene claro un plan de estudio, que sea entretenido y a la vez llamativo para el estudiante.

Sin embargo, con la integración de diferentes materiales didácticos se facilita que el mensaje llegue de forma correcta, uno de estos elementos didácticos son los videos educativos, los mismos que son encargados de llevar el mensaje de una forma correcta, rápida y entretenida para el alumno o persona que desea adquirir estos conocimientos.

Como conclusión de esta parte del mensaje y el diseño, se debe tener en cuenta que el diseño es la herramienta que se utiliza para poder transmitir el mensaje, de una forma correcta, el cómo se quiere comunicar el mensajes, es responsabilidad del diseñador, y se puede afirmar, que el diseño y el mensaje están estrechamente ligados, debido a que uno no estaría completo sin el otro, puesto que, el mensaje no podría ser comunicado sin el diseño, y el diseño no estaría completo si no existe un mensaje que se desee transmitir.

2.5. El diseño y la marca

“La marca es importante debido a su naturaleza semiótica, pues construye, concede y difunde significados en torno a un producto o servicio” (Semprini, 1995)

Al hablar de la marca, es imposible no pensar en el diseño gráfico, la marca es el elemento intangible más importante de una compañía, o de un producto, la marca lleva el significado de la empresa a todo lado y es sin dudar el elemento característico con mayor relevancia en el mundo moderno, puesto que, al día de hoy, vende mucho más la marca que el producto, por ejemplo, cuando se habla de celulares es imposible no mencionar a iPhone, marca de teléfonos por excelencia a nivel mundial.

Pero si nos ponemos a comparar entre toda la gama de celulares que se tiene en el mercado, existen otros dispositivos que son mucho mejores que los teléfonos con la manzanita, pero entonces, porqué en el mundo tanta gente tiene y gusta tener estos dispositivos.

Todo esto se debe a la marca en sí, Apple ha sabido como vender de manera excelente sus productos, desde la marca, pasando por la presentación y cierta “exclusividad” y estatus social, que puedes llegar a obtener por tener uno de estos dispositivos en tus manos; sin embargo, lo que más vende es la marca que poseen, en el mundo actual casi el 95% de las personas reconocen la marca de la manzana mordida, y en todo lado que lo ven saben a qué hace referencia, en este punto, se puede observar que tan importante es una marca, que solo la marca es capaz de hacer que el producto que vendes, se eleve al 200%.

La misma camiseta que puedes encontrar en un mercado, se le coloca la marca de “ZARA” y ya vale 100 veces más su valor, la marca se ha convertido en algo tan importante para las personas, que muchas veces solo hace falta que digan que el producto es de “Gucci” “Prada” u otras marcas reconocidas, y esto hace que la gente se vuelva loca por adquirir estos productos.

Como menciona Joan Costa (2010) “a diferencia del pasado, hoy los productos se fabrican en función de la marca y no al revés”; todo esto es debido a que, una vez se establece una buena marca, es mucho más sencillo comercializar un producto, debido a que, la marca hace que el producto sea reconocido de forma más sencilla por el consumidor, ayuda a dar una identidad propia a la empresa/producto, ayuda a que el consumidor tenga más confianza en el producto que se le oferta.

No es lo mismo intentar vender un producto sin marca a uno que ya lo tiene, además la marca, ayuda a que la compañía puede ser diferenciada fácilmente de la competencia, y esto en los tiempos actuales donde todas las personas ponen negocios similares es de mucha utilidad.

2.5.1. Creación de la marca

Para poder crear una marca se pueden seguir diferentes procesos, de diferentes autores, sin embargo, la mayoría tiene una estructura similar, en este caso para la creación de una marca se puede seguir los diferentes puntos como:

2.5.1.1. Determinar el público objetivo

En este punto se hace referencia a que personas va ir destinada la marca, es decir estudiar al cliente, que necesidades queremos cubrir de una u otra forma con la marca, es decir, hay que determinar, lo que realiza la empresa, los valores que desea transmitir, las aspiraciones y proyecciones al futuro o, en otras palabras, la misión y visión que tiene dicha empresa, todos esos pequeños detalles deberán ir plasmados en la marca de una u otra forma.

2.5.1.2. Describir los objetivos de la marca

Aquí prácticamente se menciona el porqué de la realización de la marca, es decir, ¿Cuál es el propósito de existir de la marca?, que se va a querer que las personas digan acerca de nuestros servicios o productos, y lo más importante ¿qué se quiere lograr?, que queremos que se transmita con la marca. En otras palabras, este punto se refiere a describir todo lo que se busca obtener con una marca.

2.5.1.3. Describir las cualidades de la marca

“Lo que te hace diferente, son los productos, servicios y beneficios que pertenecen exclusivamente a tu marca. Tienes que identificar qué es lo que ofreces, que nadie más está

ofreciendo. Concéntrate en las cualidades y beneficios que hacen que la marca sea única.”
(Éndor, 2018)

Como se menciona en el párrafo anterior, la marca reflejará en lo que se es diferente, es decir, porque esta empresa o producto es algo diferente a toda la competencia, y esto se logra primero determinando las cualidades que posee, y después se busca la forma de poder representar todo esto en la marca, de una forma estética y que sea entendible para el cliente.

2.5.1.4. Pensar como cliente

Una vez se recopila toda la información de los puntos anteriores, el paso de “pensar como cliente” es literalmente eso, meterse en la mente del consumidor y saber qué es lo que le gusta y como puede llegar a apreciar la marca que se crea. No es lo mismo crear una marca para jóvenes, que una para personas de 3era edad, van a tener elementos diferentes para que estas personas se puedan sentir identificadas con el producto o servicio que se ofrece.

Es por esta razón que se debe hacer un estudio previo y ponerse a pensar, ¿Qué es lo que busca el cliente? Y ¿Cómo podemos satisfacer esa necesidad visual?, estas preguntas deben ser respondidas desde la perspectiva del cliente, y una vez realizado esto se pueden empezar a realizar los primeros bocetajes de la marca, es decir, empezar a crear un logo y eslogan.

2.5.1.5. Crear logo

Esta es la parte más importante, debido a que, aquí se plasma todo lo que se investigó en los anteriores puntos, la creación de un logo, puede ser una tarea cansada, pero con la investigación que se tiene por detrás, se facilita un poco más el proceso.

Para poder hablar de la creación de un logo se puede extender demasiado, sin embargo, hay que tener en cuenta que se debe realizar un bocetaje, aceptación de la propuesta por parte de los clientes, digitalización de la marca, selección de color, y colocación de un eslogan; todo esto hablando de una forma muy general sirve para crear un logotipo, el mismo debe ser sencillo y no debe tener demasiados elementos visuales que puedan confundir a las personas.

Como menciona Éndor (2018) “el logotipo estará en todo, para poder reforzar la identidad visual de la marca y tener esa consistencia en la mente de tus clientes.” Es por esta razón que siempre se debe ser cuidadoso con la creación del logotipo, puesto que, va a representar por

mucho tiempo a la empresa o producto, entonces debe ser elaborado muy minuciosamente, y debe reflejar todos los valores e ideales de la empresa que lo solicita.

2.5.1.6. Construcción de un mensaje simple

“Como los clientes te perciben va más allá del logotipo y eslogan, pues un mensaje claro les puede ayudar a identificar los aspectos clave de quién eres, lo que ofreces y por qué le puede importar a la gente” (Éndor, 2018)

Cuando se hace referencia a construir un mensaje simple, hace referencia a saber, que mensaje vamos a transmitir a los clientes, este mensaje debe ser muy compacto y no debe llenar de información necesaria al usuario, es por eso que se debe pensar en un mensaje que sea rápido y sencillo de transmitir, para que con todo esto, las personas sepan de que se trata el producto o empresa.

2.5.1.7. Mantenerse fiel a la marca

Las cosas que suelen arruinar los negocios son los cambios de marca, porque muchas veces al hacer un rediseño de marca, la esencia de la empresa, o el cómo la gente la ve se puede alterar y esto puede hacer que se pierdan los clientes que se tiene; es por esto que se debe ser fiel a la marca, y si se va a hacer un rediseño, que sea cuando ya se tiene una base estable de clientes, y que el cambio no sea tan fuerte, es decir, que no se cambie de golpe todo lo que se ha ido construyendo, de esta forma, se puede crear una identidad visual estable, que no se vea afectada con el paso del tiempo.

Para mantenerse fiel a la marca, lo mejor es, crear una marca con personas capacitadas en el diseño de las mismas, puesto que, estos profesionales saben cómo crear marcas que perduren y no vayan envejeciendo demasiado en poco tiempo, y por supuesto debe gustarle al cliente para que el mismo no busque cambios de forma esporádica en cuanto a la composición de la marca.

Todos estos pasos fueron recopilados de la página de (Éndor, 2018), para poder tener un concepto base de cómo se tiene que crear de una forma correcta la marca para una empresa o producto.

2.6. El diseño audiovisual

“El Diseño Gráfico Audiovisual se define como la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones audiovisuales de carácter gráfico-sonoro y en movimiento, producidas normalmente por medios tecnológicos, y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados por los medios de comunicación audiovisual” (Ávalos, 2017)

Al referirnos al diseño gráfico enfocado en la parte de audiovisuales, estamos hablando de la creación tanto de audios como videos, mismos que están orientados a satisfacer una necesidad comunicativa o también meramente de entretenimiento; el diseñador gráfico cumple el papel de comunicador, y junto con los elementos audiovisuales se pueden crear un sin número de ideas y poder plasmarlas en un producto audiovisual, por ejemplo, spots publicitarios, presentación de productos, presentación de marcas, spots para radios, animaciones, etc., todo lo que se mencionó anteriormente son productos audiovisuales, que ayudan a la difusión de un mensaje.

Los videos o materiales audiovisuales, son algo indispensable en la sociedad actual, todo lo que se consume actualmente es un producto de esta característica, películas, series, novelas, videos en redes sociales, hasta los programas como noticias, tienen un aspecto audiovisual, entonces, se puede decir que este tipo de contenido multimedia, está muy presente al día de hoy y forma parte fundamental de la sociedad y su desarrollo.

Para dar un poco de contexto, el diseño audiovisual, no es algo relativamente nuevo, tiene algunos años de antigüedad, desde la invención del cine, en donde se observaron los primeros indicios de una producción visual, y también fue en el mismo, donde se agregó la primera pista de audio a un video, y finalmente nacen los productos audiovisuales, en pocas palabras, los videos o trabajos de audio y video, ya han ido desarrollándose a lo largo del tiempo.

En los tiempos actuales, existen un sin número de aplicaciones o elementos tecnológicos que facilitan la realización de este tipo de proyectos, en la antigüedad fue un poco más complicado el lograr realizar proyectos de la índole actual, y con los avances de la sociedad y por ende de los aparatos electrónicos, se pueden realizar proyectos visuales, que deslumbren a las personas y atraigan su atención al producto o servicio que se está ofertando.



Figura 16-2: Fotografía de edición premiere

Fuente: Chaut, T. 2020

En la parte educativa, los elementos audiovisuales también cumplen un aspecto importante en el desarrollo de la educación, sobre todo, este tipo de material didáctico ayuda tanto al docente como al estudiante, y esto es muy simple de explicar; en los párrafos anteriores se mencionó que prácticamente todo lo que se consume en cuanto a entretenimiento es a través de medios audiovisuales.

En donde por varias razones el diseño gráfico está involucrado; el estudiante es capaz de entender mejor la información si la misma viene de un video que sea interesante para él, se han visto diferentes creaciones audiovisuales en plataformas como YouTube o Microsoft Stream, que han ayudado a que el estudiante entienda de mejor manera el tema de una clase, canales como “Julio Profe” “Historia para todos”, entre otros, presentan videos de forma entretenida y que logra enganchar al usuario y lo más importante es que, estos videos educativos dejan albergada información acerca de los diferentes temas que se tratan en estas representaciones visuales.

Los videos educativos a su vez, ayudan a los docentes, muchas veces es complicado tratar de transmitir información solamente con un libro, debido a que, son elementos didácticos antiguos, que para algunos estudiantes pueden ser útiles, pero a otros simplemente hacen que pierdan la concentración debido a que no les llama la atención.

En cambio, con el apoyo de los recursos multimedia, la labor del docente se facilita, debido a que, los estudiantes se encuentran más concentrados en el video y después el profesor puede argumentar o dar su aporte al video y también generar una retroalimentación con el estudiante, esto puede ser mediante un taller o simplemente realizando preguntas acerca de los aspectos

importantes del video y así evaluar qué porcentaje de efectividad tiene este recurso didáctico con los estudiantes, de tal forma, que se puede ver si es beneficioso o no.

“Los medios audiovisuales forman parte de los recursos didácticos denominados multisensoriales, procura aproximar la enseñanza a la experiencia directa utilizando como vías la percepción, el oído y la vista; de esta manera, el medio audiovisual recrea imágenes, palabras y sonidos. Los soportes pueden ser tanto impresos como electrónicos: fotografía, cine, radio, televisión, historietas.” (Moore, 1990)



Figura 17-2: Fotografía de cine

Fuente: Miroshnichenko, T. 2021

La enseñanza a través de medios audiovisuales es mucho más directa, debido a que se juega con los sentidos que tienen las personas, y muchas veces, gracias a las imágenes y sonidos que se presentan en este tipo de proyectos, es mucho más sencillo transmitir información, debido a que se está haciendo un enfoque de los sentidos como la vista, la percepción y también del sonido; es por esto que, este tipo de materiales didácticos rinden frutos en la educación, los estudiantes prestan mayor concentración si se sabe cómo atacar este tipo de sentidos y a su vez ayuda a que la información quede grabada en ellos y de esta forma el momento de que se solicite algo de esta información el estudiante este capacitado o al menos tenga una noción básica acerca del tema que se le está preguntando.

Como lo menciona Moore (1990) existen diferentes soportes, sin embargo, en los tiempos actuales los más comunes que se pueden apreciar, son los tecnológicos, como la fotografía, cine, televisión, etc., todos estos han ayudado a que los recursos audiovisuales sean lo que son actualmente, sin la fotografía y la invención de la televisión, no existiría el cine como lo

conocemos, todos estos avances tecnológicos han formado parte de la creación de elementos audiovisuales, es decir, gracias a todos los avances tecnológicos que han ido ocurriendo con el paso del tiempo han desembocado en el tiempo actual, en donde todo tipo de entretenimiento e información es mucho más digerible si se ataca los sentidos multisensoriales y las personas disfrutan de los mismos.

2.6.1. Características del diseño audiovisual

El diseño audiovisual posee diferentes características, todas son importantes a su modo, a continuación se mencionarán las características principales según Manuel Ramos (2020), él menciona que existen 4 características fundamentales en cuanto a la creación de productos audiovisuales:

2.6.1.1. Es un sistema de comunicación mixto

A lo que se hace referencia en esta característica es que, los videos que se realizan van a estar compuesto de dos elementos importantes, los mismos son el audio y video, ambos son indispensables debido a que están implícitos en el nombre, y esto hace referencia a que va a ser un sistema de comunicación mixto, puesto que se ayuda de los dos elementos para poder transmitir el mensaje de una forma correcta y que la misma sea llamativa y entretenida para el usuario.

2.6.1.2. Proporciona una experiencia unificada a partir del procesamiento global de la información visual y auditiva.

Como se mencionó en el primer punto, la parte visual y la auditiva se ven conectadas, para de esta forma poder crear una experiencia que sea capaz de atraer la atención del usuario, a su vez, si se utilizan de forma correcta los elementos multisensoriales como lo son lo visual y auditivo, el mensaje se quedará grabado dentro de las personas que lo vean.

2.6.1.3. Los elementos de este lenguaje sólo tienen sentido en la medida en que se encadenen de una determinada manera y formen un conjunto.

Lo que se quiere decir es la dependencia entre al audio y el video, en muchas ocasiones si se cambia el sonido de un video, puede cambiar drásticamente el

mensaje, es por esto que muchas veces el audio y el video deben funcionar en conjunto, de manera separada, se puede llegar a una mala interpretación del mensaje, lo cual resulta poco beneficioso tanto para la persona que realiza el producto audiovisual, como para el usuario.

Es verdad que, en ciertas ocasiones, el video y el audio pueden funcionar por separado, pero siempre y cuando esta sea la visión que tiene el cliente con su producto, por eso es indispensable, realizar un plan de rodaje en donde se detallen todos los aspectos que el usuario busca en su video, de esa forma, no se presentaran situaciones inesperadas para ninguno de los dos lados.

2.6.1.4. Moviliza la sensibilidad antes que el intelecto: suministra muchos estímulos afectivos que condicionan los mensajes cognitivos.

Los mensajes audiovisuales pueden transmitir fácilmente la información, sin embargo, muchas veces resulta más sencillo atacar los sentidos y de esta forma hacer que la información llegue de forma más sencilla, todo esto a través de una estimulación afectiva, que hace que el mensaje llegue y se quede de forma cognitiva en el usuario, esto es algo que se utiliza mucho en las publicidades, aplican diferentes estímulos, tanto en la vista como oído, y de esta forma hacen que el mensaje permanezca en el usuario.

2.7. Elementos del diseño audiovisual

“El mensaje visual se compone de concepto y forma. En el espacio gráfico se define por el largo y el ancho y la incorporación de diversos recursos comunicacionales.” (Ávalos, 2017)

Al igual que el diseño gráfico la parte audiovisual tiene diferentes elementos que los componen, estos son importantes, debido a que, gracias a ellos se puede crear una obra visual que sea atractiva para el usuario.

El diseño audiovisual posee elementos de carácter gráfico, lingüístico, auditivo, audiovisuales y de carácter compuesto; los mismos ayudan a que el contenido multimedia este realizado de una forma correcta y que sea más fácil reconocer en que puede estar fallando el producto visual.

2.7.1. Elementos de carácter gráfico

Estos elementos hacen referencia a los puntos, líneas, elementos geométricos y otras formas; como se habló en el capítulo de diseño gráfico, estos elementos son importantes a la hora de realizar una composición, puesto que, los mismos están presentes en todas las representaciones gráficas que existen y, por ende, también se encuentran presente dentro de los productos audiovisuales, y ayudan a que los mismos tengan mayor significado dentro de la composición visual.

2.7.2. Elementos de carácter lingüístico

Estos elementos son importantes, sobre todo a la hora de la colocación de textos dentro del espacio de composición, los mismos ayudaran a la selección correcta de una tipografía, en donde se podrán apreciar letras de diferente estructura y que también posean diferente forma, esto dará un aspecto llamativo al contenido audiovisual, a la vez que ayuda a transmitir de mejor forma el mensaje o idea que se quiere dejar en el usuario, debido a que, se podrá seleccionar tipografía que refuerce el contenido.

2.7.3. Elementos de carácter auditivo

Uno de los elementos más importantes a la hora de realizar un producto audiovisual, aquí se da referencia a la música, ruido, palabras, sonidos, silencio, todos forman parte fundamental para la creación de los videos, la música puede situar al observador dentro de una escena.

Mediante la música el espectador puede deducir, si está observando algo alegre, triste, de suspenso, etc., el ruido ayuda a que el video no se sienta vacío, muchas ocasiones la falta de sonido puede ser perjudicial a la hora de transmitir información debido a que puede generar cierto grado de incomodidad dentro del usuario, y esto no resulta beneficioso a la hora de transmitir el mensaje.

Las palabras son esenciales para transmitir un mensaje, a menos que sea un video en donde solo con acciones se puede transmitir una idea, las palabras e interacción entre las personas que aparecen en los videos son parte fundamental dentro del mismo.

El sonido hace referencia a todo lo que se presenta dentro de la escena, si un televisor está encendido, el sonido debe estar presente, de manera muy sutil, pero simplemente no puede

desaparecer, al igual que los pasos de las personas, entre muchos otros elementos, debido a que, si estos sonidos no aparecen dentro del video, inconscientemente el usuario sabe que algo anda mal con el video y provoca sentimientos negativos dentro del mismo.

El silencio, aunque anteriormente se mencionó que puede causar incomodidad, si se sabe utilizar, el silencio es una herramienta poderosa, que puede impulsar mucho más un mensaje, es por esta razón que se debe saber dónde, cuándo y cómo aplicar un silencio, para que de esta forma no cause incomodidad dentro del usuario, sino más bien, que el silencio sea esa herramienta que ayude a que el mensaje se transmita mejor.

2.7.4. Elementos de carácter audiovisual

También son parte fundamental para la creación de un mensaje gráfico – visual, debido a que estos elementos son el video y animaciones, ambas están ligadas a la parte multimedia y audiovisual, los videos, son prácticamente todo lo que se puede observar en una secuencia de imágenes, esto puede transmitir el mensaje de una forma muy sencilla, en donde se puede aplicar la frase de “una imagen vale más que mil palabras”, en este caso el video al ser una secuencia de imágenes puede transmitir el mensaje de una forma correcta y hacer que el consumidor entienda el mismo.

Las animaciones también son elementos audiovisuales que ayudan enormemente al traspaso de información, y sobre todo son más llamativas para el usuario, sin embargo, hacerlas en ciertas ocasiones resulta más costoso para el cliente, pero el precio está justificado, debido a que las animaciones, atraen la atención del público objetivo y pueden hacer que la información llegue igual o de mejor manera hacia el usuario.

2.7.5. Elementos de carácter compuesto

Estos elementos son las fotografías o dibujos que se utilizan dentro de un video, ambas pueden transmitir el mensaje de una forma correcta, y a su vez facilita el entendimiento del mismo, la selección de estos elementos también es importante, puesto que, gracias a ellos podremos reforzar el mensaje y aclarar cualquier duda que tenga el usuario, las fotografías dentro de los videos, darán un refuerzo al mismo y podrán otorgar una mejor contextualización al elemento multimedia, y de igual forma los dibujos, pueden hacer el video más llamativo para las personas y también los mismos pueden reforzar el mensaje o idea que se intenta transmitir.

2.8. La importancia del guion

“El guion no es solo una historia narrada en tiempo presente y en un formato distinto al de una novela. Es una herramienta. El guion es el punto de partida de una producción para comenzar a trabajar en todo lo que se va a necesitar para rodar cualquier proyecto audiovisual.” (García, 2018)

El guion es algo fundamental a la hora de producir una obra audiovisual, puede ser un spot de radio, televisión, publicidad en línea, animación, etc., cada uno de estos proyectos siempre va a tener un guion, ya sea uno básico o uno mucho más profesional, en mayor o menor medida cada proyecto audiovisual debe tener uno para su desarrollo; como se menciona en la cita, el guion es el punto inicial de la producción multimedia, con este nosotros seremos capaces de hacer el rodaje del proyecto de una forma ordenada y profesional.

El guion es una guía y puede que sufra algunos cambios en el proceso, puesto que, depende del director del proyecto hacer los cambios respectivos según él lo vea conveniente; en el guion se plasma todo lo que debe ser grabado, es decir, planos, tomas, ángulos de cámara, diálogos de los personajes que interactúen en el rodaje, audios que se vayan a colocar en postproducción, elementos decorativos que se necesiten para las escenas, entre otras cosas.

Es por esto que el guion viene a hacer el elemento principal en una producción audiovisual, sin el guion no se tendría un punto de partida claro de cómo se tiene que realizar el trabajo, claro está que se pueden y hay obras audiovisuales que no utilizan un guion y son “improvisadas”, sin embargo, muchos de estos proyectos no tienen buenos resultados, debido a que no tienen una estructuración temprana.

El guion es el que brinda esta estructuración para que la persona que este dirigiendo sepa cuál es el camino a seguir e ir cambiando ciertos aspectos por beneficio del proyecto, no todo, pero si algunas cosas que talvez puedan ir mejorando; de esta forma se puede crear un proyecto audiovisual de una forma profesional y que, al estar bien estructurado, con una buena elección de planos y una buena interacción de los personajes, el video o proyecto sea llamativo para las personas que lo están revisando.



Figura 18-2: Fotografía guion

Fuente: Chan, J. 2017

“La estructura narrativa está condicionada por la idea. En cuanto atravesamos esa fase de idea a estructura, ese pensamiento general es sustituido por otro tipo de pensamiento, ya que empezamos a pensar en las historias que van a condicionar una trama general, que es lo que ocurre en el guion, empezamos a pensar en secuencias, escenas, incluso en planos.” (Vaquerizo, 2013)

El guion se le puede tomar como una historia, en donde encontramos todas las especificaciones que va a tener la obra audiovisual, es por eso que hay que tener en cuenta la estructura que debe tener; el guion al igual que muchas obras literarias posee tres partes básicas, el inicio, nudo y desenlace, estos 3 elementos deben estar presente en cualquier guion, es decir, en primer lugar, la manera en la que empieza el video, este puede ser con un saludo, presentando a los personajes, etc., como avanza la historia o video hasta el clímax, es decir una interacción donde pueden hablar por un momento acerca de algo en particular y un desenlace, en donde se termina la historia, en este caso podríamos decir el final de la conversación donde los dos personajes se despiden.

De esta forma el guion nos cuenta una historia, en donde dos personas se saludan, hablan y se despiden, cumpliendo las partes que debe tener un guion; claro está que el guion puede ser más complejo dependiendo de la situación y de lo que se quiera contar, sin embargo, como lo mencione anteriormente el guion puede ser uno con una estructura muy básica u otro con una estructura más compleja.

Pero si nuestro proyecto no posee un guion, se nos complicará mucho a la hora de empezar un rodaje, por eso es necesario planificar cada aspecto del proyecto y plasmarlo en el guion, para que, de esta forma al momento de rodar, ya tengamos la guía para que el producto final quede de la mejor manera.



Figura 19-2: Fotografía título de historia

Fuente: Hazelwood, S. 2019

En el guion se encuentra la esencia del video, es decir, el guion cuenta la historia de principio a fin, gracias a él sabemos lo que va a pasar al inicio y al final, es verdad que en el camino este puede ir sufriendo ciertas alteraciones según se vaya viendo conveniente, sin embargo, cuando el guion está bien estructurado y cuenta de forma correcta la historia, es muy difícil que tenga cambios inesperados o bruscos dentro de él, se han observado casos, donde de un momento a otro se cambian aspectos de alguna obra audiovisual, en cuanto al guion se refiere, y este llega alterar de forma negativa al mensaje.

Esto es algo que, tanto para el dueño del producto, como para el cliente del mismo, no beneficia en nada; son por estas razones, que siempre se debe tener un guion con una estructura correcta y con un mensaje claro, para que así se pueda transmitir la información correctamente.

2.9. Tipos de plano, ángulos, cromática y edición

2.9.1. Tipos de plano

Los planos son un aspecto muy importante dentro de una obra audiovisual, los mismos ayudan a que la composición dentro del video o fotografía este mejor estructurada, y sea más agradable y llamativo para la vista de las personas, debido a estas razones, es importante conocer los diferentes tipos de planos que existen, como aplicarlos y la utilidad de cada uno de ellos a la hora ponerlos en práctica.

2.9.1.1. Plano General

Es un plano descriptivo, es decir, ayuda a ubicar el lugar en donde se va a realizar la acción, además ubica a los actores en el contexto de la escena, muestra la importancia de

los personajes, y este tipo de plano posee un valor narrativo de utilidad a la hora de contar la historia.



Figura 20-2: Plano General Santa Cecilia

Fuente: Hurry, S. 2021

2.9.1.2. Plano Entero

Este plano enseña todo el cuerpo del personaje, no es tan amplio como el general, pero si es más abierto que un plano americano, ayuda a darle un valor narrativo a la escena, además de otorgar un valor descriptivo, debido a que enseña ciertas características del personaje en cuestión.



Figura 21-2: Plano Entero

Fuente: Illescas, S. sf

2.9.1.3. Plano Americano

Este tipo de plano es narrativo, es decir, narra la acción que se está desarrollando, muestra al personaje desde las rodillas hacia arriba, ayuda a apreciar de mejor manera el rostro y manos del personaje, este tipo de planos fue muy utilizado en las películas del viejo oeste.



Figura 22-2: Plano Americano

Fuente: Wally, P. 2008

2.9.1.4. Plano Medio

Al igual que el plano americano, el plano medio es narrativo, muestra el personaje desde la cintura hacia arriba, el ambiente que lo rodea no se refleja, es decir, este tipo de plano se enfoca únicamente en el personaje y este tipo de plano tiene un valor expresivo debido a la proximidad de la cámara.



Figura 23-2: Plano medio

Fuente: Summer, L. 2020

2.9.1.5. *Primer Plano*

Este plano es expresivo, es decir muestra las expresiones de los personajes, la cámara se sitúa de tal forma que se observe la cara del protagonista y sus hombros, ayuda a apreciar mejor las expresiones y sentimientos del actor y este tipo de planos no demoran mucho, debido a que pueden causar cierta incomodidad, además no aportan información acerca del contexto del personaje.



Figura 24-2: Primer Plano

Fuente: Pixabay, 2016

2.9.1.6. *Primerísimo Primer Plano*

Al igual que el primer plano, este plano es expresivo y se enfoca únicamente en el rostro de la persona, de esta manera, se puede apreciar aún mejor las expresiones del actor, este plano se ubica desde la barbilla o mentón del personaje hasta la mitad de su frente, de tal forma que se pueda apreciar cada detalle del rostro.



Figura 25-2: Primerísimo Primer Plano

Fuente: Pixabay, 2016

2.9.1.7. Plano Detalle

También es un plano expresivo, este tipo de composición se enfoca en un solo objeto o en una parte del personaje en específico, la cámara debe estar situada sobre el elemento que se quiere enfocar, además ayuda a darle un valor descriptivo, narrativo o expresivo, dependiendo del contexto en el que se graba, lo cual puede ser muy beneficioso para la historia que se desea contar.



Figura 26-2: Plano detalle

Fuente: Roma, A. 2021

2.9.2. Tipos de ángulos

Según Manuel Ramos (2020), “los ángulos son la posición de la cámara, y los ángulos que son más utilizados para captar a un personaje son:”

2.9.2.1. Normal

Este ángulo es paralelo al suelo, la cámara se ubica a la altura de la mirada del actor y es el ángulo más utilizado a la hora de realizar una grabación.



Figura 27-2: Ángulo normal

Fuente: Cottonbro, 2020

2.9.2.2. *Picado*

Este ángulo se logra cuando la cámara tiene un encuadre desde arriba hacia abajo, le da un valor expresivo a la escena, puesto que, el personaje u objeto que está enfocado en este plano, se verá más pequeño en relación al entorno.



Figura 28-2: Ángulo picado

Fuente: Langevin, M. 2021

2.9.2.3. *Contrapicado*

Al contrario que el ángulo picado, el encuadre está realizado desde la parte inferior hacia arriba, el personaje parece más grande en comparación al entorno, lo cual puede dar un valor narrativo y expresivo extra a la escena.



Figura 29-2: Ángulo contrapicado

Fuente: Dayan, L. 2021

2.9.3. *Cromática*

“El color forma parte del abanico de herramientas utilizadas en el mundo audiovisual para lograr que la historia transmita una información concreta. Además de describir ambientes y personajes, puede hacernos conectar con aquella sensación que el color que vemos en la pieza simboliza para nosotros.” (Olga, 2019)

El color ayuda a transmitir información dentro de una escena, explorar todo acerca de lo que se puede realizar con la cromática sería muy extenso de hablar, sin embargo, se puede decir a ciencia cierta que la cromática, ayuda a generar diferentes sensaciones en el espectador, y todo esto, debido a las experiencias que posee el mismo con el color que se está utilizando en diferentes escenas.

Si se utiliza un color blanco, al espectador le va a dar una sensación de calma, transparencia, etc., por lo contrario, si se utiliza un color negro, se puede deducir que algo sombrío puede pasar, entonces, el diseñador debe ser capaz de crear este tipo de sentimientos con la utilización de los colores, para que así, el mensaje llegue de la mejor forma posible al espectador.

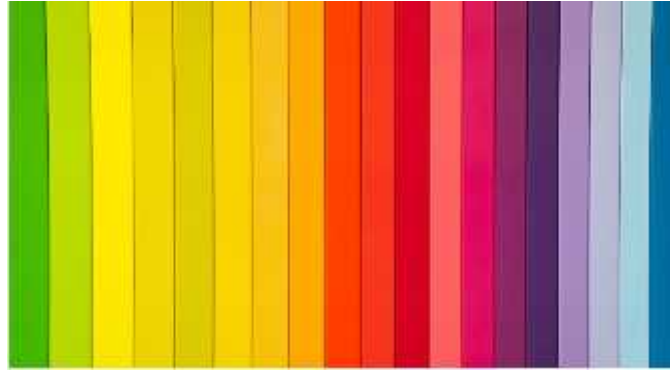


Figura 30-2: Cromática

Fuente: Ehlers, M. 2018

Es importante conocer el significado de cada uno de los colores, pero también es necesario conocer acerca de la saturación y luminosidad de los mismos, debido a que gracias a estos tres elementos también se puede llegar a transmitir una sensación o un mensaje

Se debe tener en cuenta que la saturación es la intensidad que va a tener cada color, y mientras más saturado este un tono, más puro será el mismo; y la luminosidad es la cantidad de luz reflejada por un objeto, es decir que, un color que tenga el 100% de saturación, lo tendrá de luminosidad, y con una luminosidad del 0% el tono que se obtendrá será negro absoluto, debido a la falta de luz.

2.9.4. Edición de videos

“La edición de vídeos es un proceso por el cual un editor compone un vídeo a partir de varios vídeos, fotografías, títulos y sonidos o música. Durante la edición de vídeo, se recopila todo el material audiovisual, imágenes, animaciones, y cualquier otro formato de imagen, y se mezcla con el sonido para generar finalmente un solo vídeo con todo el contenido incorporado”
(GrupoAudiovisual, 2019)

Una vez se graba todo el material necesario para la creación del proyecto audiovisual, es importante unir estas piezas y crear un video, se deben seguir una serie de pasos, para poder llegar al producto final, como se ha visto, primero se debe realizar la elaboración de un guion, con todas las especificaciones para el proyecto, determinar el uso de planos, ángulos, cromática, empezar a hacer el rodaje y grabar todas las escenas que son necesarias para contar

la historia, hay que tener en cuenta que se van a tener muchas tomas falsas, estas son tomas con errores o pequeñas imperfecciones, sin embargo, pueden ser de ayuda a la hora de crear los videos.

Cuando ya se tiene todo el “material en bruto”, se tiene que realizar una selección previa de las tomas que se van a utilizar para el producto final; una vez se tiene todo esto, es momento de editar el video, actualmente existen un sin número de softwares y aplicaciones para poder crear una pieza multimedia, entre ellos destacan, “Adobe Premiere”, “Sony Vegas” “DaVinci Studio”, siendo estos los más reconocidos; la edición es un proceso que puede tomar cierto tiempo, siempre dependerá, de que tan bien pulido se quiera el producto final, en estos editores de video, se puede agregar música, recortar y juntar escenas, cambiar colores, entre muchas otras opciones que ayudarán a contar la historia del video y poder entregar un producto de calidad.

Una vez terminada la edición del video, se procede a hacer una “renderización” del mismo, y esto no es otra cosa más que, guardar todo el video y exportarlo en el formato que se desea con la calidad que se coloque en los ajustes, el formato puede ser vertical u horizontal, y la calidad del video puede variar, pero se recomienda que el mismo este en Full HD, la cual es una resolución de 1920x1080 pixeles (pxls), esta es la resolución más común en el mercado actual. Y de esta forma se obtendría un producto audiovisual terminado y listo para ser presentado al cliente.

2.10. El inglés

El idioma inglés tiene su historia como todo idioma existente, desde sus orígenes hasta los tiempos modernos, el inglés ha ido evolucionando como lenguaje, y se va adaptando a los tiempos actuales. Todo idioma tiene sus inicios, el idioma inglés no es la excepción y como lo menciona (WIL, 2014) “el inglés antiguo o anglosajón, era una lengua profundamente germánica traída por las tribus que comenzaron a migrar a la islas británicas procedentes de Alemania en el siglo V, D.C.

El inglés antiguo aún conserva algunas palabras cortas que podemos reconocer hoy, pero la construcción de frases y vocabulario más complejo requiere una mayor atención. Este fue un primer paso en cuanto a el desarrollo del idioma, en donde las frases aun no estaban completamente construidas y el vocabulario, uso de palabras, no era tan extenso como lo es

actualmente, y esto es algo que ocurre en todos los idiomas en un inicio, y mediante la evolución de la sociedad, el idioma es algo que también va cambiando en la forma de ver las estructuras y de cómo pronunciar las palabras que se tienen.

La historia del inglés se lo puede dividir en 3 fases principales, la primera es la que se mencionó en el párrafo anterior, el inglés antiguo; en cuanto a la segunda fase, el inglés medio, es donde ya se tiene un desarrollo en cuanto al idioma.

“En el inglés medio se puede ver la influencia del nórdico antiguo y el francés normando. Tal vez una de las influencias significativas del nórdico antiguo en el inglés fue en la sintaxis y en el orden gramatical de las palabras.” (WIL, 2014)

El idioma inglés tiene diferentes influencias de muchos países, sin embargo, en Inglaterra fue donde se perfecciono mucho más el idioma, y esto fue gracias a que, Inglaterra al ser una potencia comercial en esa época, recibía a gente de muchos países y fueron adaptando el idioma inglés para las personas, y así lograron desarrollar y evolucionar la lengua hasta una nueva fase, en donde el inglés empieza a adaptarse a los tiempos modernos.

“Se considera que el inglés moderno comenzó desde el siglo XVI y continúa hasta nuestros días. Toma sus pronombres y preposiciones y sus raíces gramaticales germánicas y nórdicas, agregando un extenso vocabulario con influencia latina y francesa.” (WIL, 2014)

En los tiempos del inglés moderno se puede mencionar que ya se tiene un dominio mucho más amplio de las destrezas fundamentales del idioma, estas ayudaron a que el idioma siga evolucionando y pueda ser entendido por muchas más personas, se empezó a tener un conocimiento más extenso acerca de las reglas gramaticales, los pronombres, uso de vocabulario, etc., y todo esto ayudo a que el idioma inglés se convierta en uno de los más hablados del mundo, y que por ende el estudiarlo y aprenderlo se vuelva indispensable en la época que se está viviendo.

2.11. Las destrezas fundamentales del idioma inglés

“Hay diferentes factores que hacen del idioma inglés esencial para la comunicación en nuestro tiempo actual. En primera instancia, es el idioma extranjero más común. Esto significa que dos personas que vienen de diferentes

países (por ejemplo, un mexicano y un sueco) suelen utilizar inglés como lengua común para poder comunicarse. Esta es una de las razones que hace notar que todo el mundo necesita aprender el idioma con el fin de ponerse en contacto a nivel internacional.” (Brittany Group, 2016)

Nadie puede negar la importancia que tiene el inglés en el mundo actual, como menciona el autor antes citado; actualmente el inglés se ha vuelto tan indispensable que en muchos lugares del mundo como Latinoamérica, Asia, etc., el idioma inglés es enseñado en las escuelas, colegios y universidades, para que así las personas tengan más oportunidades laborales al momento de culminar sus estudios, debido a que el inglés va a seguir siendo utilizado por mucho tiempo.

El mundo se ve en la necesidad de poder comunicarse entre sí y aprender este idioma significa abrir nuevas puertas al mundo tanto por la parte social como por la parte laboral, estadísticamente hablando una persona que aprende un segundo idioma tiene más oportunidades laborales, en este caso, en Latinoamérica una persona que no domine el idioma inglés tendrá menos oportunidades para encontrar trabajo que otra que si lo hace.

Es por esta razón que el estudio de otro idioma tiene que ser indispensable para la vida de los estudiantes desde la etapa de la escuela, debido a que muchas veces se llegan con procesos educativos poco alentadores a las universidades, y a los estudiantes que no vienen con una educación previa del idioma se les complica mucho más frente a otros estudiantes que tienen un proceso mejor de inglés en los colegios.

“La importancia del speaking es considerada una herramienta indispensable, pues facilita la comunicación entre países que no comparten un mismo idioma, por tal razón contar con profesionales que puedan leer, escribir e interpretar este idioma, permite el crecimiento y fortalecimiento de la economía a través el comercio internacional.” (Cerezo, 2019)

El idioma inglés tiene 4 ramas o destrezas principales, el writing, listening, reading y speaking, todas son de suma importancia para el desarrollo correcto del idioma inglés, sin embargo, el más usado al momento de comunicarnos es el speaking. Un profesional que tenga la capacidad de dominar estas 4 ramas o destrezas del idioma inglés, se proyecta a un futuro con muchas oportunidades en el ámbito laboral, puesto que, el poder interpretar de una forma

correcta el lenguaje, ayudará a un reconocimiento tanto personal, como uno para la empresa o trabajo que se esté desarrollando.

El diseñador gráfico cumple una función comunicativa, en donde debe ser capaz de hacer llegar un mensaje al mayor número de personas posibles, es decir, entre más global sea el mensaje, es más beneficioso para la empresa o grupo que realiza una marca, publicidad, etc.

Es por esto que el uso de otro idioma beneficia enormemente al diseñador, debido a que se puede comunicar con empresas extranjeras que busquen sus servicios, y también las publicidades o videos que realice de forma independiente en un idioma tan conocido como el inglés, ayudará a que su trabajo tenga más repercusión y el mismo sea más global.

2.11.1. Listening

El listening es una de las habilidades más importantes a la hora de aprender el inglés o cualquier otro idioma, como afirma la página EIA (2018), “estudios confirman que personas que se enfocan en el Listening, pueden aprender mucho más rápido el resto de habilidades (Writing, Reading y Speaking), es decir la mejor manera de mejorar los otros aspectos básicos del idioma es centrarse primero en el Listening.

El listening es fundamental a la hora de aprender cualquier idioma, debido a que, las personas tienden a repetir los fonemas, sonidos de las palabras, que escuchan y de esta manera van aprendiendo de una forma más rápida la pronunciación de ciertas palabras, esta destreza o habilidad que van adquiriendo las personas, se puede ir perfeccionando con las otras destrezas como son el reading, writing, pero sobre todo con el speaking, debido a que, las personas imitan los sonidos que escuchan y así pueden ir generando una conversación cuando se va aprendiendo los significados de las palabras.

El listening se basa exclusivamente en escuchar, al momento de oír un audio en inglés o una conversación de cualquier idioma, se está realizando un listening, entonces se puede decir que, para ir mejorando esta habilidad se pueden realizar diferentes habilidades como, por ejemplo, ver videos en inglés con subtítulos en el mismo idioma.

De esta forma se puede observar las palabras que están pronunciando los personajes y se puede entender de mejor manera el mensaje que se quiere dar; otra actividad que se puede

realizar es escuchar noticias en inglés, etc., es decir, actividades que hagan que el oído este en constante interacción con el idioma que se quiere aprender.

2.11.2. Reading

El reading es una habilidad muy útil a la hora de reforzar el aprendizaje de un idioma, se basa en la lectura de textos, páginas web o elemento escrito en el idioma inglés. Es importante puesto que, gracias a el mismo se puede mejorar el vocabulario, conjunto de palabras de una lengua, de las personas, en esto juega un papel muy importante el contexto, debido a que, muchas veces no se va a conocer el significado de todas las palabras, pero gracias al contexto, las personas que leen un texto son capaces de deducir el significado de dicha palabra.

Entonces es correcto afirmar que, gracias al reading, el cerebro será capaz de deducir el significado de ciertas palabras, de las cuales no se tiene un conocimiento previo y esto a su vez beneficia enormemente a la hora de entablar una conversación con otra persona, puesto que, se podrán entender la mayoría de las palabras que se están pronunciando mediante la contextualización de la conversación, además cabe mencionar que, se puede ampliar y mejorar el vocabulario en inglés.

Otro de los beneficios del reading es entender mucha más gramática, es decir, se puede identificar de mejor manera la estructura de una oración, como menciona (Hernández, 2010) “muchas veces al estudiar diversas estructuras gramaticales leemos solo temas relacionados a los objetivos de una unidad. La lectura permite ver como todas las diversas estructuras logran una armonía y hacen que forme un mensaje unificado.

Es decir que, gracias a la lectura se puede comprender toda una oración, párrafo o texto, como una unidad y no solo entender ciertas palabras de cada texto; un aspecto a tomar en cuenta es que, gracias al reading, el writing también es mejorado, debido a que, al leer diferentes textos, se aprenden nuevas palabras o se refuerzan las que ya se conocen y gracias a esto se pueden escribir textos.

2.11.3. Writing

“El método de enseñanza comunicativo escrito permitirá desarrollar la destreza de writing en el estudiante ya sea en la estructuración de oraciones, párrafos, textos escritos, etc., logrando

una comunicación eficaz del lenguaje inglés durante el proceso de enseñanza – aprendizaje.”
(Puente, 2015)

El writing es meramente la escritura en el idioma inglés, es decir, la colocación de palabras dentro de un texto; para poder realizarlo de una forma correcta, se debe tener un conocimiento previo tanto en listening como en reading, debido a que, de esta forma, se podrá realizar un escrito mejor estructurado y que sea entendible para las personas que lo leerán en un futuro.

El writing muchas veces puede ser complicado para las personas, debido a la estructura de las oraciones o uso de conectores que se deben aplicar para que las oraciones tengan mayor concordancia entre las mismas, sin embargo, la mejor forma de mejorar el writing, es practicando escritos todos los días, para que, de esta forma, el cerebro se vaya acostumbrado a escribir en inglés y que las palabras que se utilicen sean las correctas.

Es por esta última razón que, tanto el writing como el reading están conectados, puesto que, gracias al reading se van aprendiendo más palabras, que a su vez van a ser utilizadas posteriormente en los diferentes escritos.

“Para practicar la escritura, se puede comenzar con una correspondencia vía e-mail con un amigo que sea hablante nativo del inglés. De esta forma no solo pones en práctica tu writing, sino que también entablas un diálogo y alimentas una amistad.” (UNIVERSIA, 2016)

Este solo es un consejo de cómo mejorar el writing, como se mencionó anteriormente la mejor forma de perfeccionar esta habilidad del inglés es con la práctica constante, de igual forma con el reading, listening y speaking, el aprendizaje de estas destrezas fundamentales del idioma inglés se conseguirán mediante la práctica de los mismos, no obstante uno de los más complicados de aprender y perfeccionar es el speaking, debido a que, se deben tener en cuenta diferentes factores, que influyen a la hora de aprender o perfeccionar dicha habilidad.

Sin embargo, al igual que las demás una vez se conoce acerca del tema y se va practicando día a día, se pueden obtener buenos resultados, y hará que la comunicación entre las personas sea mucho más fluida y que ambas no tengan problemas para hablar acerca de cualquier tema de interés común.

2.11.4. *Speaking*

“El Speaking no solo es importante para comunicarse con los hablantes de inglés, sino que también es de vital importancia en los exámenes académicos. El Speaking forma parte de las pruebas más importantes de los estudiantes del inglés como lengua extranjera, y está incluido en el PET, el First Certificate, el CAE y TOEFL, entre otros.” (UNIVERSIA, 2016)

El speaking en el mundo actual cumple un rol muy importante, debido a que, gracias a este, las personas son capaces de comunicarse con gente extranjera; si bien es cierto al inglés se lo puede colocar en dos contextos fundamentales.

El primero, en el ámbito personal, que se quiere decir con esto, el speaking puede ser visto por las personas como una herramienta para poder comunicarse y explorar el mundo, la gente lo puede ver meramente como algo adicional que se puede aprender y con lo cual, las mismas podrán tener mayor interacción con gente de otros países como Estados Unidos, Europa, etc.

Y el segundo contexto es en el ámbito educativo, en donde el aprender el speaking se vuelve importante a la hora de resolver diferentes exámenes como el PET, CAE, entre otros, estos exámenes otorgan al estudiante una suficiencia en el idioma y esto no solo permite que se pueda tener interacción con gente del exterior, si no, más bien es un añadido, y este tipo de títulos otorga nuevas oportunidades en el ámbito personal y laboral.

Actualmente existen un sin número de formas para poder desarrollar el speaking, cada una tiene que ser practicada constantemente para que de esta forma se puedan ver los resultados a corto, mediano y largo plazo. La forma más común de aprender speaking es hablando con otras personas, sin embargo, muchas veces no se tiene gente con la cual se pueda entablar o establecer una conversación, es por esto que otra forma muy eficiente de practicar el speaking es hablando con uno mismo.

“Cuando estés en tu casa (o solo en cualquier otro lugar), puedes practicar inglés con la mejor persona del mundo: tú mismo” (Geikhman, 2016). Muchas veces se puede practicar el speaking simplemente hablando en voz alta, aunque no se tenga una persona para corregir en ese momento los errores que se pueden tener al hablar, hacer este ejercicio, ayudará a que el estudiante tenga más confianza y obtenga más habilidades verbales.

Otra de las formas más utilizadas para hablar el inglés es, escuchando y repitiendo, esto se puede hacer viendo series, películas y músicas en el idioma inglés; lo que se pretende hacer con este ejercicio es que la persona que este observando o escuchando los programas, imite los tonos, la fluidez e incluso el acento con el que hablan las personas, aunque no se pueda seguir la velocidad con la que hablan en las películas o series, la idea del ejercicio es que la persona no deje de hablar y vaya afinando o perfeccionando el oído.

Como se menciona en el párrafo anterior, el acento, que es la articulación de la voz para resaltar, con la pronunciación, una sílaba de la palabra; tonos y velocidad o fluidez con la que se dicen las mismas son importante y la mejor forma de aprenderlas es aumentando el conocimiento del vocabulario, conjunto de palabras de una lengua, debido a que entre más vocablo conozca la persona, mejor será su capacidad para el speaking.

Una vez se tenga un conocimiento amplio de vocabulario, expresiones cotidianas (como, buenos días, tardes o noches), expresiones específicas (con respecto a trabajos, ocupaciones, etc.), se puede empezar a hacer un estudio especializado acerca de las diferentes entonaciones, que son la variación de la voz al hablar, que tienen las palabras.

2.12. ¿Cómo se aprende el speaking?

El speaking o habla de un nuevo idioma es algo que puede parecer complicado de aprender, sin embargo, es un proceso en donde las personas tienen que ir adaptándose desde cero, es como volver a nacer, y en este punto se puede hacer una comparación en donde se tienen que empezar a aprender las primeras palabras, tal y como un bebé empieza diciendo papá o mamá, debido a la repetición del sonido que intenta hacer en infante.

En este caso en el idioma inglés también se van aprendiendo palabras básicas en una primera instancia como un recién nacido, en este caso “mama” o “daddy”, que son las primeras palabras de casi todas las personas.

Después de esto, lo que hace que las personas puedan seguir desarrollando un lenguaje, es la acción de escuchar y hablar, en donde las personas intentan imitar los sonidos que se están realizando y de esta forma van adquiriendo nuevas capacidades a la hora de entablar una conversación sin tener en cuenta aun las reglas gramaticales de un idioma, sino más bien es

un proceso de acierto y error en donde el cerebro de la persona intenta ir aprendiendo y adaptándose.

Posterior a este proceso, a los niños o personas que están aprendiendo el idioma se les enseña la pronunciación de las vocales y del alfabeto, esto es una parte fundamental en el proceso de aprendizaje del speaking, puesto que, gracias a esto las personas tienen más conocimiento acerca del sonido de cada letra y pueden entender de mejor manera las palabras, para posteriormente con este conocimiento ser capaces de empezar a enlazar una letra con otra y poder formar palabras.

“El inglés usa acentos y entonaciones en palabras y oraciones. Eso quiere decir que se necesitan acentuar o enfatizar ciertos términos y sílabas (sonidos) para modificar el significado de palabras y oraciones” (Geikhman, 2016)

Los acento y tonos son parte fundamental para poder entender ciertas palabras en inglés, puesto que muchas veces pueden escribirse de forma similar, sin embargo, cuando se escuchan suenan prácticamente igual, lo que cambia, es la entonación que tiene dicha palabra y esto ayuda a que las personas puedan entender lo que se quiere decir de una forma correcta.

Es por esto que el uso de las entonaciones y los acentos de las palabras puede ser una parte complicada a la hora de aprender un nuevo idioma, sin embargo, mediante la practica las personas son capaces de entender de mejor forma las palabras que dicen y escuchan, y esto lleva a una mejor comunicación.

Palabras	Pronunciación	Transcripción Fonética
1-BLOOD	Blad	/blʌd/
2-CALM	Caam	/kɑ:m/
3-CHAOS	Kéios	/keɪs/
4-LITERATURE	Litachá	/lɪtəˈtʃɜː/
5-CUPBOARD	Kápad	/ˈkʌpsɔːd/
6-DEBT	Dét	/deɪt/
7-FOUL	Faul	/fəʊl/
8-LETTUCE	Létis	/ˈletɪs/
9-CASTLE	Cáel	/ˈkɑːsl/
10-QUEUE	Kú	/kjuː/

ASÍ RECIBIRÁS TU PRONUNCIACIÓN EN TU CANAL DE YouTube

Figura 31-2: Palabras con pronunciación

Fuente: Aprendeinglesila. 2018

Después de esto se a la persona se le empieza a enseñar palabras claves, como el artículo, las auxiliares, preposiciones, conjunciones, pronombres, etc., todos estos con la finalidad de ya empezar a formar oraciones más complejas y con mayor significado lingüístico. De igual forma todos estos tipos de palabras tienen su propia entonación característica, la misma que se va aprendiendo con diferentes ejercicios de listening, que a la larga también ayuda para fortalecer el speaking.

Existen varias técnicas o formas en las que se puede adquirir mayor capacidad para el speaking, y estas son:

- | | |
|-------------------------------------|---|
|) Practicar frente al espejo |) Concentrarse en la fluidez al hablar |
|) Memorizar trabalenguas |) Usar el diccionario, para poder observar las palabras y como se pronuncian. |
|) Leer en voz alta | |
|) Cantar en inglés | |
|) Aprender expresiones, no palabras | |

2.13. La contextualización del idioma

Uno de los principales problemas a la hora de aprender un idioma diferente al nuestro es la contextualización que se posee, debido a que, muchas veces no nos sentimos relacionados con lo que estamos estudiando, por poner un ejemplo, a una persona de raza indígena no le llama la atención un libro que solo tenga imágenes de personas blancas extranjeras, debido a que ellos no se sienten identificados en este aspecto.

En cambio, si se les coloca un libro en donde la mayoría de personas sean de similares características a ellos, estas personas se sentirán más identificadas y, por ende, se interesaran en el libro que están observando; se puede aplicar de manera similar al aprendizaje de un nuevo idioma, muchas veces las personas que están leyendo los libros o viendo un video de inglés, no se sienten identificadas o contextualizadas con ese libro o video, y se aburren fácilmente, o no le prestan mucha atención.

Es ahí donde la contextualización juega un papel muy importante a la hora de aprender un nuevo idioma, si la persona que va a aprender utiliza libros, videos, audios, etc., que tengan que ver con algo que los identifica o ellos pueden reconocer de una manera sencilla, para ellos será mucho más fácil engancharse con el aprendizaje de un nuevo idioma, es decir, que si se van a realizar videos para el desarrollo del speaking lo mejor será ir contextualizando los videos según el público objetivo, que en este caso serían los estudiantes de la ESPOCH.

Cuando se presenten los diferentes temas de los sílabos, como la utilización del verbo “to be”, el uso del presente, pasado, futuro en todas sus formas, el aprendizaje de verbos, animales, colores, tiempos, etc., los videos deben tener elementos que puedan ser reconocidos por el público objetivo, por ejemplo, en vez de utilizar el monte Everest, como se suelen utilizar en ejemplos de libros o videos de personas del extranjero, se puede utilizar el Volcán Chimborazo, debido a que este es parte de la provincia y para los estudiantes de la politécnica será mucho más sencillo asociar algo que es propio antes de algo que es de otra cultura.

“La contextualización es el uso significativo del idioma con reales propósitos comunicativos. Este ayuda a los estudiantes a entender como los hablantes nativos de ese lenguaje, construyen el idioma de acuerdo a un contexto determinado” (Mena, Saéz y Aravena, 2010)

Como se menciona en el párrafo anterior, la contextualización acerca de un idioma, da amplitud a que se pueda entender el mismo de mejor manera, de esta forma se obtienen procesos comunicativos más desarrollados y que ayuden a que la interacción entre las personas sea correcta; cuando se habla de contextualizar, quiere decir que, los estudiantes o alumnos que quieren aprender un idioma, deben sentirse identificado o puestos en contexto acerca de lo que se está explicando en ese momento.

Muchas veces la falta de contextualización lleva a que el estudiante no quiera seguir aprendiendo más acerca del tema, debido a que, se puede sentir excluido del resto de alumnos que, si tiene cierta idea de lo que se está mencionando, dicho esto, la solución más sencilla es dar una pequeña introducción acerca de lo que se va a hablar, para que de esta forma las personas que quieren aprender un nuevo idioma, no se sientan a la deriva o excluidas cuando tocan un nuevo tema.

2.14. El speaking y la importancia en el mundo actual

El poder tener un speaking fluido beneficia a la hora de conversar con otras personas, claro está que, hay que tener en cuenta las demás destrezas del idioma, sin embargo, sin el speaking no existiría una comunicación eficaz; además cabe aclarar que el inglés es el segundo idioma más hablado a nivel mundial, solamente superado por el chino-mandarín, es por eso que aprender el idioma y sobre todo a como hablarlo de una forma correcta, es vital en el mundo actual, debido a que gracias a esto, el estudiante o profesional que tenga conocimiento acerca del idioma será capaz de abarcar más terreno laboral.

“Si algo tenemos en nuestra contra los estudiantes españoles de inglés, es que un gran porcentaje cuando acabamos bachillerato somos incapaces de mantener una conversación fluida en inglés, después de llevar más de 10 años estudiándolo. Esta es una de las grandes críticas de la enseñanza de idiomas” (IberClase, 2020)

Existen ciertas decadencias respecto al aprendizaje del inglés en cuanto a Ecuador y Latinoamérica se refiere, si bien es cierto que los estudiantes reciben inglés desde muy temprana edad, aproximadamente desde 6to año de Educación General Básica hasta finalizar el bachillerato, no todos llegan a la universidad con el mismo conocimiento acerca del idioma, y muchas veces esas falencias en el idioma lleva a que los estudiantes se estresen y no les guste aprender más acerca del mismo.

Existen diferentes razones por las cuales los estudiantes no llegan con el mismo nivel de conocimientos y, por lo tanto, no tienen fluidez a la hora de entablar una conversación en inglés, muchas veces puede ser por la forma en la que enseña el maestro, es decir, el uso inadecuado de los materiales didácticos y esto conlleva a que al estudiante le parezca aburrida o tediosa la materia que recibe.

Otro de los casos puede ser que, el mismo estudiante no tiene interés en aprender el idioma; un material didáctico puede estar muy bien realizado, sin embargo, si el estudiante no tiene interés en aprender un nuevo idioma, el material didáctico no tendrá ningún efecto en ese estudiante.

Estas son razones válidas cuando se menciona acerca del bajo nivel de speaking en los estudiantes una vez llegados a la universidad, si bien es cierto, que en los primeros niveles de educación se intenta nivelar el conocimiento de todos los estudiantes, muchas veces es una tarea difícil, debido

a que, los materiales didácticos que se utilizan para estudiantes universitarios, muy pocas veces están contextualizados y, al ser estudiantes de diferentes culturas, religiones, costumbres, etc., es muy difícil hacer que todos se sientan identificados con los temas que se están tratando.

El speaking puede mejorar con la ayuda de diferentes materiales didácticos que se mencionarán posteriormente, sin embargo, siempre será responsabilidad de la persona que desea aprender un nuevo idioma y poder comunicarse con otros, el investigar, buscar materiales didácticos que ayuden con sus estudios, aprender nuevo vocabulario, etc., para que de esta forma le resulte mucho más fácil el poder entablar una conversación con nativos, tanto de América como de Europa y darse a entender con prácticamente todo el mundo.

2.15. La enseñanza/didáctica del inglés

“El uso de diferentes recursos durante la enseñanza del inglés como lengua extranjera permite que la motivación y la participación del estudiantado sean activas, estos permiten que el aprendizaje sea más realístico y ayuda a los estudiantes a entender.” (Paulino, 2018)

La enseñanza del inglés es necesaria en los tiempos actuales como ya se mencionó anteriormente, a muchos jóvenes les interesa saber cómo aprender más acerca del idioma, para de esta forma tener más oportunidades laborales, gracias al internet y la apertura del mundo, actualmente existen diferentes materiales didácticos para aprender, desarrollar y perfeccionar los idiomas, esto resulta beneficioso a la hora de empezar a estudiar una nueva lengua.

Actualmente existen diferentes métodos didácticos para la enseñanza del inglés, se pueden utilizar varios libros especializados para aprender el idioma, se pueden emplear actividades recreativas que estimulen la interacción entre los estudiantes, también se puede aplicar medios digitales para el desarrollo del lenguaje, como videos, páginas web, etc., es decir, existen varios elementos didácticos que ayudan para aprender un nuevo idioma, para poder hacer un uso correcto de los mismos se debe saber para qué público se van a presentar los videos, por ejemplo, no es lo mismo presentar un material didáctico para un niño de escuela, que para los estudiantes que finalicen el bachillerato.

El material didáctico en cuanto al inglés se refiere, se puede clasificar en 4 etapas: la etapa infantil que corresponde a niños entre 0-6 años, en esta fase por lo general se utilizan audios en inglés, para que el oído vaya acostumbrándose a los sonidos, es decir, se pueden hacer todas las

actividades correspondientes al escucha, como lectura de cuentos, audios en inglés, etc.; la siguiente etapa es la de primaria, que corresponde entre los 6-12 años, aquí es donde el estudiante ya tiene cierto conocimiento acerca de las palabras en el idioma, y se empiezan a hacer lecturas de párrafos cortos, actividades recreativas como juegos iniciales, y se empieza a explorar un poco más acerca del vocabulario.



Figura 32-2: Portada libro “Pigs can’t ice skate”

Fuente: Rocío, M. 2016

La etapa de secundaria corresponde entre los 12-18 años, esta es la edad perfecta para aprender al 100% el idioma inglés y poder perfeccionarlo, debido a que los estudiantes ya tienen más capacidades de reconocer las palabras y entender el significado de las mismas, en esta fase, se puede utilizar libros, videos, películas, recursos digitales, entre otros. En esta edad el estudiante debería ser capaz de tener un dominio amplio del idioma y junto al apoyo de los diferentes recursos didácticos perfeccionar el mismo.

La última etapa se puede decir que es para todas las edades, en donde las personas son capaces de aprender desde cero el idioma y pueden ir perfeccionándolo poco a poco, y de igual forma aquí se pueden utilizar todos los recursos didácticos que se mencionó anteriormente, como los videos educativos, textos ilustrados, recursos web, en otras palabras, todo lo que ayuda aprender el idioma desde cero.

Para aprender un idioma no se tiene una edad específica, cada persona puede tomarse el tiempo que necesite, si bien es cierto, se puede empezar desde una etapa infantil, el donde el niño es capaz de absorber cosas básicas y fundamentales acerca del idioma, pero, una persona que no a recibido este tipo de educación temprana, puede utilizar varios elementos didácticos que ayuden

a aprender, desarrollar y perfeccionar el uso de un nuevo idioma, es decir, para aprender una nueva lengua, depende de cada persona y del esfuerzo que ponga la misma en aprender.

2.15.1. Recursos didácticos para la enseñanza del speaking

“Los recursos didácticos son los medios utilizados para enseñar los contenidos interdisciplinarios; son los que aportan variedad y dinamismo a la docencia; lo que significa que para todas las ramas del conocimiento estos son herramientas fundamentales para producir un aprendizaje.” (Paulino, 2018)

En la actualidad el poder hacer que los estudiantes se interesen en aprender un nuevo idioma puede ser un reto para muchos docentes, sin embargo, los diferentes recursos didácticos que existen pueden no ser beneficiosos, tanto para los estudiantes como para los educadores. Los recursos didácticos ayudan a dar dinamismo a las clases y trabajos que se presentan al momento de estudiar.

Es por esto que los recursos que se utilicen a la hora de enseñar el speaking deben ser llamativos para el estudiante, deben proporcionar la información justa y necesaria, es decir, no hay que realizar videos que atosiguen al estudiante causándole un exceso de información, sino más bien, realizar los videos de tal forma que, en unos pocos minutos, el estudiante se lleve un conocimiento de valor.



Figura 33-2: Miniatura de video de Speaking

Fuente: AcademicEnglishHelp. 2021

Además, estos recursos ayudan y facilitan de gran forma el aprendizaje de los estudiantes frente a nuevos temas, en el caso del inglés, existen una variedad amplia de recursos que se pueden emplear para el desarrollo del speaking, entre ellos los recursos didácticos como el uso de música, videos, juegos, entre otros. Todos estos con la finalidad de que el oído del estudiante se adapte a

las diferentes frases u oraciones en inglés y sea capaz de replicar los sonidos o fonemas que escucha.

Existen algunos recursos didácticos que se pueden utilizar para poder desarrollar de mejor manera la habilidad del speaking, entre ellos se pueden mencionar:

Hablar: “aunque suene redundante, es esa la mejor forma de aprender a hablar en inglés es hablando. Por ello, se debe hablar en inglés con frecuencia, tantas veces como sea posible. Cuanto más se practique, mejor será la pronunciación.” (UNIVERSIA, 2016)

Si se desea mejorar el speaking la mejor forma es practicarlo constantemente, si se hace costumbre el estar hablando en inglés, para la persona es mucho más sencillo poder comunicarse con gente de otros países, puesto que, el alumno está en un constante entrenamiento del idioma. Observar películas o videos: este tipo de actividad es de mucho ayuda, debido a que, cuando se están observando películas o videos en inglés, se va aprendiendo la pronunciación, articulación al hablar, de ciertas palabras; también gracias a estas actividades se puede asimilar de mejor manera el idioma y además gracias a esto también se puede incrementar el vocabulario que se posee.

“Aprende el vocabulario que utilizarás: hay algunos términos clave que te ayudarán a desarrollar tu monólogo, dialogo individual, en el speaking.” (UNIVERSIA, 2016)

Aprender constantemente vocabulario es un paso clave para ir desarrollando el speaking, entre más palabras se conozcan en otro idioma es mejor, puesto que, el léxico (vocabulario) que se posee va a ser más amplio y esto dará facilidad comunicativa para el estudiante, varios expertos aseguran que para aprender un nuevo idioma, se debe empezar por conocer las 100 palabras más utilizadas en el mismo, para que de esta forma, se vaya incrementando el vocabulario y a su vez la persona va teniendo cierta contextualización acerca del mismo.

Lectura en voz alta: “leer textos, diarios, libros o tus páginas webs favoritas en voz alta, te ayudará a detectar tus errores de pronunciación y te dará más facilidad de habla.” (UNIVERSIA, 2016)

Como se explica en el párrafo anterior, la lectura en voz alta ayudará a reconocer los errores que se tiene a la hora de hablar, además se puede ir corrigiendo poco a poco la fluidez del habla, esto dependerá de la confianza que tenga la persona al hablar y del conocimiento acerca del tema que

se habla, es muy complicado para las personas hablar acerca de algo que no se conoce bien, pero la lectura en voz alta ayudará a que los estudiantes aprendan de los errores que tiene al momento de hablar y de cómo se debe tener una correcta fluidez cuando se realiza dicha actividad.

2.15.2. El video como recurso para el desarrollo del speaking

“El uso del vídeo ofrece a los alumnos de un segundo idioma, la oportunidad de utilizar el lenguaje en contextos pertinentes, ser creativo, hacer uso del valor de trabajar en equipo, mejorar sus habilidades en relación a la expresión oral y fluidez, y con esto obtener una mayor comprensión, conocimiento, para lograr un aprendizaje significativo.” (Bojórquez, y otros, 2018)

El recurso didáctico que se utilizará como propuesta del proyecto son los videos, estos ofrecen una gran variedad de recursos para poder reforzar el speaking; la aplicación del diseño gráfico en la creación de videos ayudará a que los mismos estén, en una primera instancia bien estructurados y realizados, es decir, que cuenten con una cromática llamativa, el uso correcto de planos, ángulos, etc., de esta forma se crearán videos creativos, que capten la atención de la persona que estén observando el producto audiovisual.



Figura 34-2: Fragmento de video educativo

Fuente: HappyLearning. 2015

Y de esta manera se logrará que el estudiante u observador obtenga un aprendizaje significativo, puesto que, el aprendizaje del inglés podrá ser utilizado en diferentes contextos del alumno, no solamente en procesos académicos repetitivos, además, si el video contiene la información correcta, no es muy extenso, es llamativo y tiene un feed-back, el aprendizaje obtenido es beneficioso para el consumidor de los videos.

Esto ayudará a que el estudiante, aprenda la pronunciación correcta de las palabras, debido a que estará realizando ejercicios de vocalización y repetición, por ejemplo, cuando se utiliza un

diccionario, se puede encontrar la forma de pronunciar las palabras, de “Dress” la pronunciación sería [drés] o de “House” es [jaús], de “Sweet” la forma correcta de pronunciar es [suít]; en estos ejemplos se puede apreciar cómo se deben pronunciar y vocalizar las palabras.

Además, estos ejercicios harán que los observadores tengan una especie de interacción con el video y además conozca que está haciendo mal al momento de realizar el speaking; de tal manera que el video se vuelve un recurso didáctico que motiva al estudiante a seguir aprendiendo, a mejorar su expresión oral y la fluidez que tiene al hablar, a tener una retroalimentación o un tipo de respuesta por parte del creador del video y de esta forma entender los errores y corregirlos de manera adecuada.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

Para Sandín (2003, citado en Hernández, Fernández y Baptista, 2010) “La investigación-acción construye el conocimiento por medio de la práctica” (p. 510), es por esto que la presente investigación se sustenta en el paradigma de investigación - acción debido a que es necesario profundizar, generalizar y ampliar el conocimiento sobre el tema “aplicación del diseño gráfico en la producción de videos para el desarrollo del speaking”.

Se busca relacionar la teoría del diseño gráfico, aplicada en la producción de videos instruccionales para desarrollar el speaking en los estudiantes que cursan los módulos de inglés en la ESPOCH; se trata del estudio de una problemática específica que requiere solución puesto que afecta a un grupo social determinado, por lo que es necesario el plantear alternativas de solución.

3.1. Métodos generales

3.1.1. *Método Deductivo*

Según (Guillermo Westreicher, 2020) el método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas.

Es decir que sirve para obtener conclusiones y recomendaciones que pueden ser aplicadas al proceso de investigación, examinando afirmaciones generales sobre los principios del diseño gráfico y audiovisual, para llegar a casos particulares, por demostración, por razonamiento, repetición comprensiva y finalizar aplicando casos particulares en producciones audiovisuales.

3.1.2. *Método inductivo*

Según el Equipo Editorial, Étece (2021) el método inductivo es una estrategia de razonamiento que se basa en la inducción, para ello, procede a partir de premisas particulares para generar conclusiones generales.

Se toma en cuenta que este método obliga a comparar, establecer semejanzas y diferencias en los distintos tipos de videos y, sobre todo a comprender por sí mismo una situación, para

escoger el formato y estilo de video más apropiado, en cada uno de los temas a ser abordados en el aprendizaje del speaking.

3.1.3. Método Analítico

Según el Equipo Editorial, Étece (2021), “el método analítico es un procedimiento que descompone un todo en sus elementos básicos” y, por tanto, que va de lo general a lo específico; por esta razón el método analítico sirve para descomponer, clasificar: por analogías empíricas, por analogías científicas, los procesos que se utilizan en el diseño gráfico y audiovisual y como estos influyen en la creación de videos para el desarrollo del speaking.

3.1.4. Método Delphi

“El método Delphi es la utilización sistemática del juicio intuitivo de un grupo de expertos con el fin de consensuar opiniones” (Acevedo Rueda, 2018). Este método ayudará a la validación de los videos que se están realizando, una presentado el producto a los expertos, los mismos realizarán una encuesta en donde determinaran diferentes aspectos de los videos y se podrá llegar a una conclusión de si los mismos son o no aptos para los estudiantes.

3.2. Métodos específicos

3.2.1. Investigación Bibliográfica

Consistió en recopilar toda la parte escrita acerca del diseño gráfico, de materiales didácticos y del inglés específicamente del speaking. Según Serrano Gallardo (2016) “la investigación bibliográfica es la etapa de la investigación científica donde se explora la producción de la comunidad académica sobre un tema determinado. Supone un conjunto de actividades encaminadas a localizar documentos relacionados con un tema o un autor concretos.” Y es la que ayudó a completar el marco teórico del proyecto.

3.2.2. Investigación de Campo

Debido a que se ha realizado en el lugar de los hechos, es decir con los estudiantes que cursan la materia de inglés de la ESPOCH, según Juan Luis Álvarez (2016) “la investigación de campo generalmente implica una combinación del método de observación de participante, entrevistas y análisis; es la que ayuda a analizar los datos que se recolectan de las encuestas.

3.3. Nivel o tipo de investigación

La presente investigación, al estudiar la aplicación del diseño gráfico en la producción de videos para el desarrollo del speaking, es un estudio de tipo:

) **Investigación Exploratoria.** – Según Enrique Arias (2020) “la investigación exploratoria es utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido, por lo que se lleva a cabo para comprenderlo mejor, pero sin proporcionar resultados concluyentes”; es por esta razón que se utiliza en el proyecto debido a que, explora los principios del diseño tanto gráfico como audiovisual, aplicado en la producción de videos.

Sobre la base de la necesidad de estimular a los estudiantes de la politécnica para que practiquen y mejoren el speaking, dicha exploración se la realiza mediante la búsqueda de indicadores significativos basados en información bibliográfica.

) **Investigación Descriptiva.** – Según Tatiana Mejía (2020) “la investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando”; se utiliza puesto que analiza los principios del diseño gráfico y audiovisual a ser considerados en la producción de videos para que los mismos sean motivadores dentro del proceso de aprendizaje y perfeccionamiento del speaking.

) **Investigación Aplicada.** – Según José Lozada (2014) “la investigación aplicada busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo”; y se utiliza puesto que pone en práctica los principios del diseño gráfico y diseño audiovisual, permitiendo la elaboración de videos para el desarrollo del speaking.

) **Investigación Transversal.** – Debido a que se desarrolla en un periodo de tiempo establecido y fijo, considerando el último trimestre del año 2021 y el primer trimestre del año 2022.

El método que se utiliza es el cualitativo, puesto que en su desarrollo se determinarán indicadores de las características cualitativas dejando de lado los indicadores cuantitativos, por esta razón se basa en métodos inductivos-deductivos, mismos que permitirán el análisis de la información bibliográfica hasta extraer las conclusiones.

3.4. Población y muestra

Según Wayne Daniel en su obra “Estadística con aplicación a las ciencias sociales y a la educación” (1988), la población se refiere al conjunto de entidades, el conjunto de valores de alguna variable aleatoria, relacionada con un conjunto de entidades. En el caso de la investigación la población o universo de estudio son los estudiantes de los tres niveles de inglés de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

La muestra es una parte de la población, puesto que, es conveniente examinar fracciones de la misma. Según el autor Bernat Requena (2014) “el muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilística donde las muestras de la población se seleccionan solo porque están convenientemente disponibles para el investigador.

Estas muestras se seleccionan solo porque son fáciles de reclutar.” Es por esta razón que se considera pertinente realizar un muestreo no probabilístico, tomando como muestra a los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico que cursan la materia de inglés; en un número de 280 sujetos.

TABLA 1-3: Población estudiantes escuela de Diseño Gráfico - ESPOCH

Descripción	# estudiantes A	#estudiantes B	
1er Semestre	32	30	
2ndo Semestre	34	31	
3er Semestre	30	29	
4to Semestre	53	32	
TOTAL	158	122	280

Fuente: Docentes de la carrera de Diseño Gráfico

Elaborado por: García, J, 2022

3.5. Técnicas

Para recolectar la información pertinente en la presente investigación se procedió a la aplicación de: Investigación bibliográfica, para el establecimiento de las características a ser consideradas en la producción de los videos.

3.5.1. Encuesta

Para María L. Rodríguez (2017) “la encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas, las mismas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos”; en este caso los estudiantes que cursan la materia de inglés de la asignatura de la escuela de Diseño Gráfico y los expertos que validarán los videos para los mismos.

Según los medios utilizados la encuesta fue estructurada porque recurre a los instrumentos para la recolección de datos diseñados, esto quiere decir que, ayuda a establecer los aspectos que se deben tener en cuenta.

3.6. Instrumentos

3.6.1. Cuestionario de encuesta

El cuestionario para la encuesta estará estructurado con 11 preguntas cerradas, para el estudiante esta encuesta será aplicada mediante Google Forms, puesto que ayuda que la tabulación de los datos sea más simple y óptima.

3.6.2. Procesamiento de datos

Una vez aplicada la encuesta se procedió a realizar los siguientes pasos:

1. Análisis de las respuestas
2. Procesamientos en tablas la información
3. Determinación de los indicadores más relevantes
4. Comparación de la información dada en las encuestas con el marco teórico previamente establecido.
5. Extracción de conclusiones y recomendaciones sobre la base de los objetivos propuestos.

3.7. Análisis de la información requerida

Para este proceso de análisis de la información se obtiene datos de las encuestas ejecutadas a los estudiantes de la escuela de Diseño Gráfico que cursan la asignatura de inglés, puesto que son una muestra probabilística por conveniencia, que ayudará a desarrollar este proyecto, en base a los siguientes pasos:

- a) Revisión de la información obtenida
- b) Tabulación de resultados de las encuestas.
- c) Representación gráfica de resultados alcanzados, mediante gráficos pasteles de acuerdo a los porcentajes alcanzados.
- d) Análisis de los resultados alcanzados en los gráficos de porcentajes.
- e) Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

3.8. Juzgar

El criterio primordial de la fase es la idónea para el propósito, para saber si el diseño cumple las necesidades y las metas del proyecto y se comunican con eficacia con el público objetivo para conseguir los objetivos planteados.

3.9. Hacer pruebas y poner en práctica

Durante esta fase se entrega el material gráfico del diseño ejecutado. Este momento suministra una buena oportunidad para ratificar las especificaciones de producción, como los objetos que deben estar dentro de los videos, y demás observaciones que se pueden realizar.

El equipo de diseño se suele ocupar de la gestión del proyecto durante esta fase, con el fin de afirmar de que los resultados finales cumplen las perspectivas de diseño y de que el proyecto sea factible.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

Mediante la metodología de Investigación – Acción se consiguió ciertos resultados desde la recolección de información hasta las piezas gráficas, partiendo de los indicadores más relevantes obtenidos mediante las encuestas, los que permitieron establecer lineamientos generales para la elaboración de los videos.

4.1. Reunir información

La perspectiva de esta investigación es de carácter cualitativo, puesto que la población a investigar es limitada, lo que interesa es la exposición, descripción y análisis, de la opinión y respuestas de los estudiantes de la ESPOCH con respecto a la materia de inglés, específicamente hablando, acerca del speaking.

4.2. Análisis de la información requerida

4.2.1. Tabulación de las encuestas realizadas a los estudiantes

Se han ejecutado un número de 182 encuestas a los estudiantes de la escuela de Diseño Gráfico que cursan la materia de inglés, los mismos fueron tomados como muestra para poder realizar el estudio, con el propósito de determinar las opiniones acerca de la materia de inglés y del speaking específicamente.

a) Pregunta #1

1. ¿En qué nivel de inglés se encuentra cursando actualmente?

Tabla 1-4: Nivel de inglés

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
1ero	42	23%
2ndo	36	20%
3ero	40	22%
4to	63	35%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico

Realizado por: García, J. 2022

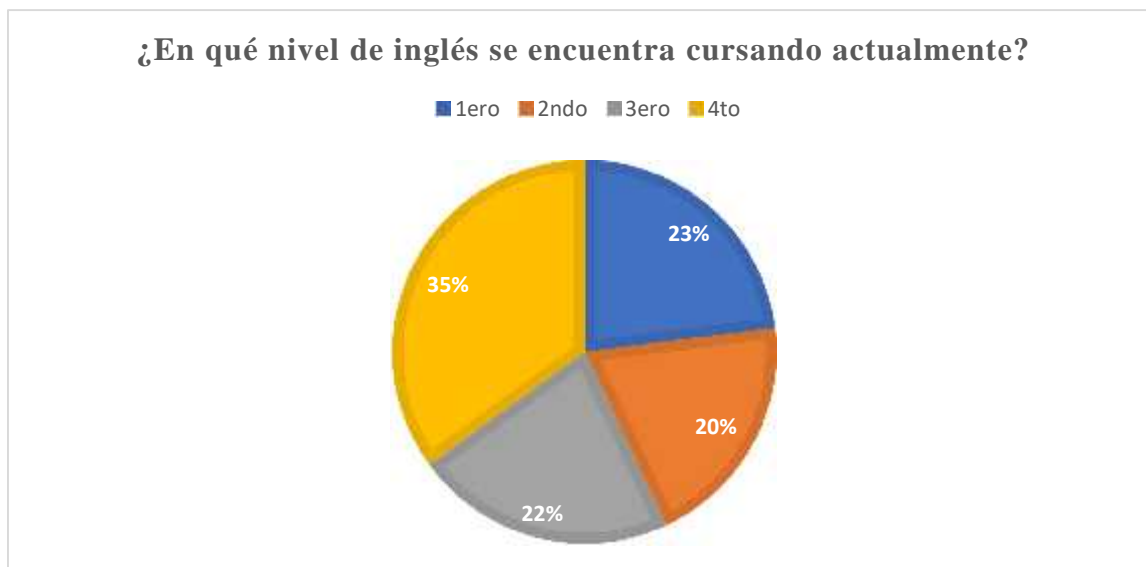


Gráfico 1-4: Porcentaje del nivel de inglés

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 35% (63) de los encuestados son parte del 4to nivel de inglés de la escuela de diseño gráfico, el 23% (42) son parte del primer nivel de inglés, el 22% (40) cursan el segundo nivel de inglés y el 20% (36) forman parte del tercer nivel de inglés, dando como resultado un total de 182 personas que realizaron la encuesta presentada.

b) Pregunta #2

2. ¿Cuál nivel de inglés le ha resultado a usted más difícil?

Tabla 2-4: Nivel de inglés con mayor dificultad

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
1ero	48	26%
2ndo	52	29%
3ero	64	35%
Ninguno	18	10%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico

Realizado por: García, J. 2021

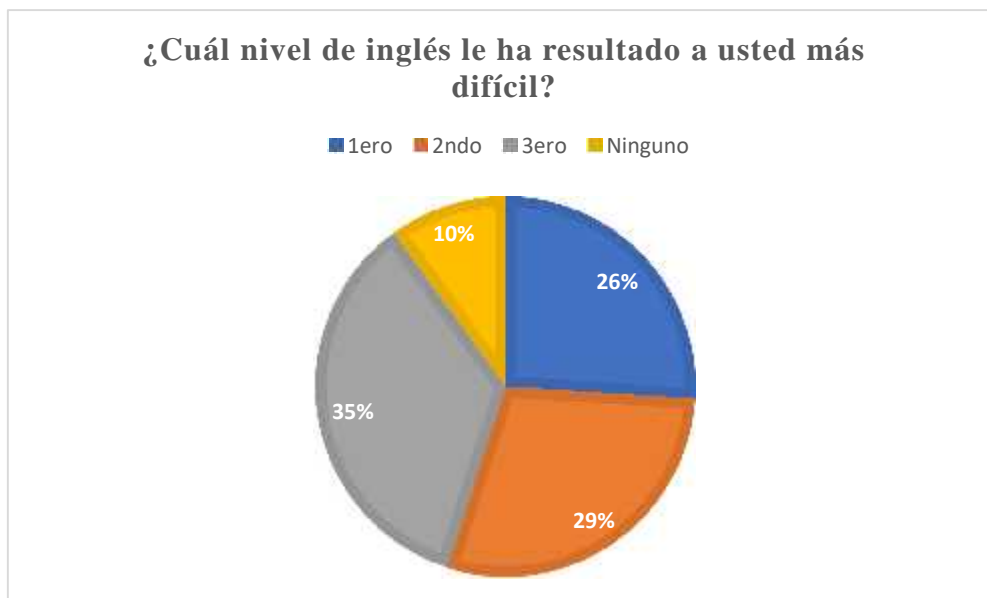


Gráfico 2-4: Porcentaje del nivel de inglés con mayor dificultad

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 35% (64) de los encuestados afirman que el tercer nivel se les complico más que los dos primeros, el 29% (52) mencionan que el segundo nivel de inglés les generó más complicaciones, el 26% (48) de los estudiantes dicen que el primer nivel de inglés les ha resultado difícil y el 10% (18) afirman no haber tenido ningún problema al cursar la materia de inglés. Las opiniones son diferentes debido a que los estudiantes en un nivel superior pueden mencionar el curso que les resulto más complicado, sin embargo, los que cursan el primer nivel, darán su opinión de si el mismo es o no difícil para ellos.

c) Pregunta #3

3. Dentro del desarrollo de las habilidades básicas del inglés, el speaking ¿Le representa cierta dificultad?

Tabla 3-4: Dificultad con el speaking

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Sí	122	67%
No	50	33%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico

Realizado por: García, J. 2022

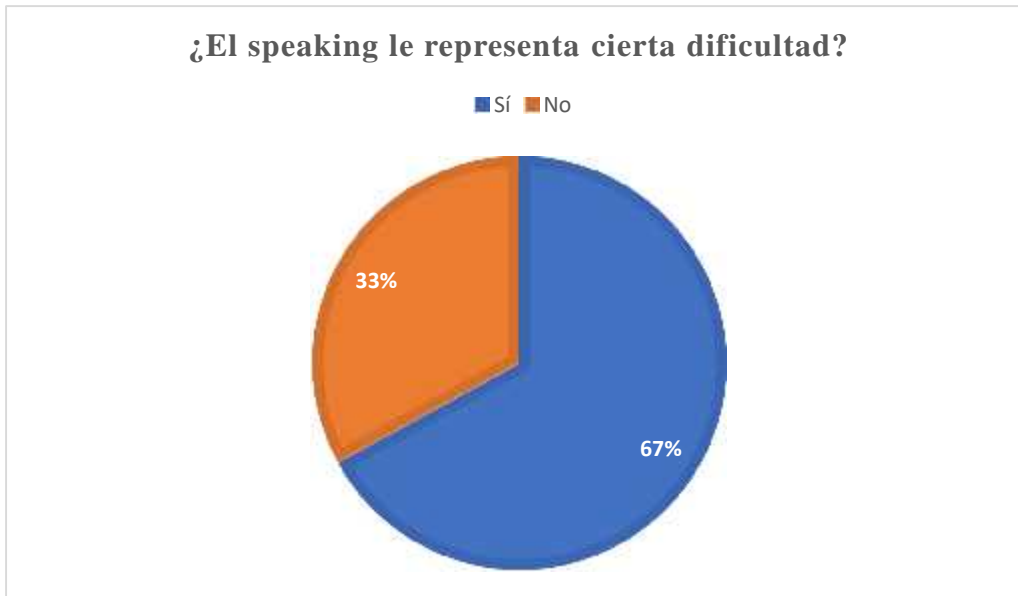


Gráfico 3-4: Porcentaje de la dificultad con el speaking

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 67% (122) de los encuestados afirman que el speaking les genera cierta dificultad al momento de realizarlo, esto se puede dar a diferentes factores, como falta de vocabulario, mala entonación y pronunciación de las palabras, etc., el 33% (50) mencionan que el speaking no les genera una dificultad mayor cuando lo realizan. Muchos estudiantes sienten la dificultad que tienen en el idioma, sobre todo a la hora de entablar una conversación, y esto tiene que ver con el nivel de inglés que traen desde los colegios, las personas que mencionan que no se les dificulta, es debido a que tienen un buen proceso de aprendizaje.

d) Pregunta #4

4. ¿Considera que la capacidad de habla en inglés que posee es buena?

Tabla 4-4: ¿La capacidad del speaking es buena?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Sí	54	30%
No	128	70%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico

Realizado por: García, J. 2022

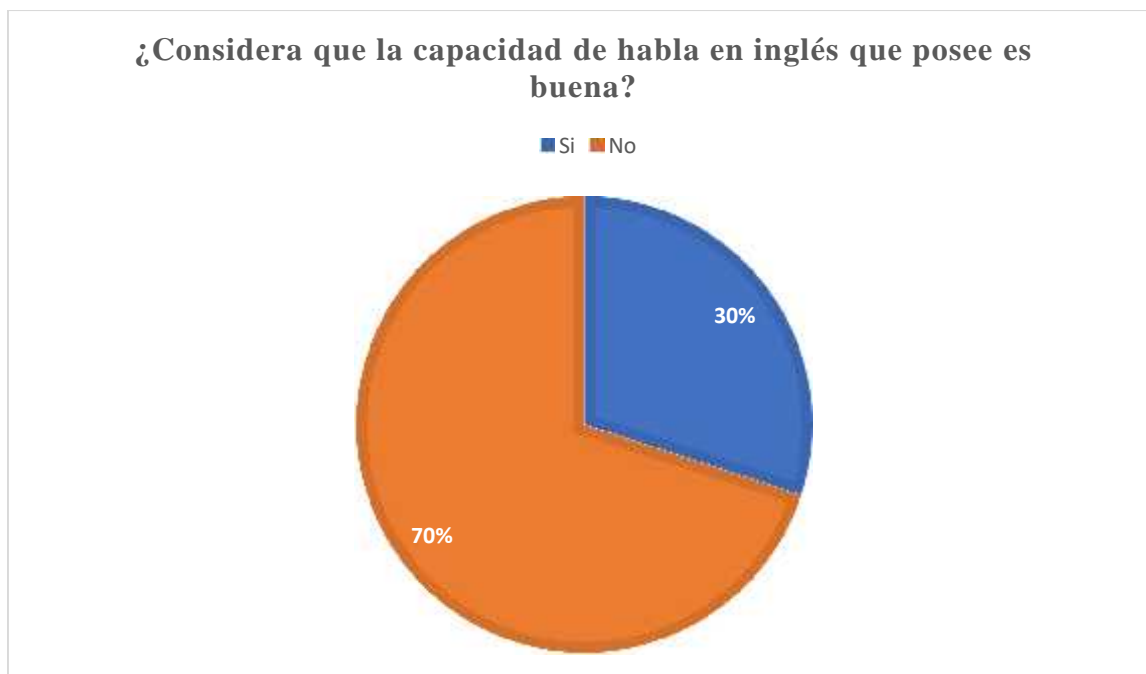


Gráfico 4-4: Porcentaje de la capacidad de habla de los estudiantes

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 70% (128) de los encuestados considera que no tiene una buena capacidad del habla en inglés, debido a que pueden trabarse al momento de hablar o no pueden seguir el hilo de la conversación cuando esta con otra persona, sin embargo, el 30% (54) de las personas que realizaron la encuesta consideran que su capacidad de habla en inglés es relativamente buena. Esta pregunta está ligada a la anterior, en donde prácticamente el mismo porcentaje de estudiantes afirma que es consciente de que su nivel de habla en el inglés no es bueno.

e) Pregunta #5

5. Las posibilidades de practicar el speaking, que usted ha tenido son:

Tabla 5-4: Posibilidad para practicar el speaking

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Altas	14	8%
Medias	124	68%
Bajas	44	24%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico

Realizado por: García, J. 2022

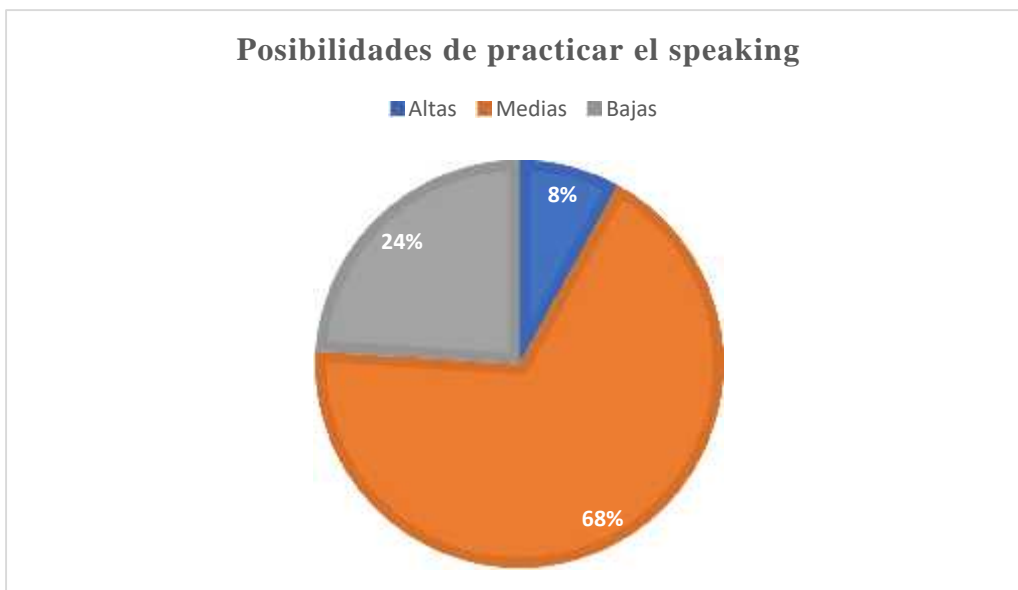


Gráfico 5-4: Porcentaje de posibilidad de practicar el speaking

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 68% (124) de los encuestados mencionan que las posibilidades de practicar únicamente speaking son medias, es decir, tienen un espacio determinado donde sí practican el speaking, el 24% (44) afirman que las posibilidades de practicar el speaking, son muy bajas en comparación a otras personas y el 8% (14) de los estudiantes afirman que tienen posibilidades altas de practicar el speaking, es decir, que constantemente están hablando en el idioma inglés.

f) Pregunta #6

6. ¿Cuál de los siguientes recursos utiliza usted para practicar el speaking?

Tabla 6-4: Recursos para practicar el speaking

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Audiolibros	6	3%
Caset de Audio	5	3%
Diálogo con el docente	34	19%
Diálogo entre compañeros	24	13%
Libros	6	3%
Videos	108	59%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico

Realizado por: García, J. 2022



Gráfico 6-4: Porcentaje de recursos para practicar el speaking

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 59% (108) de los encuestados afirman que los videos son el recurso que utilizan para desarrollar el speaking, siendo el más utilizado se puede ver la importancia del video en la educación de los jóvenes, el 19% (34) mencionan que la práctica del speaking lo hacen con el docente por lo general cuando están en clases, el 13% (24) de los estudiantes mencionan que la práctica del speaking lo hacen con otros estudiantes, esto por lo general, cuando hay tareas en grupo o exposiciones, el 3% (6) mencionan que utilizan libros, otro 3% (6) manifiestan que utilizan audiolibros y otro 3% (4) dicen que utilizan casets de audio, para poder practicar el speaking.

g) Pregunta #7

7. ¿Considera usted que las entonaciones en las palabras y la acentuación que se utiliza al hablar, es importante a la hora de realizar el speaking?

Tabla 7-4: La entonación y acentuación de palabras

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Sí	176	97%
No	6	3%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico

Realizado por: García, J. 2022

¿Considera usted que las entonaciones en las palabras y la acentuación que se utiliza al hablar, es importante a la hora de realizar el speaking?

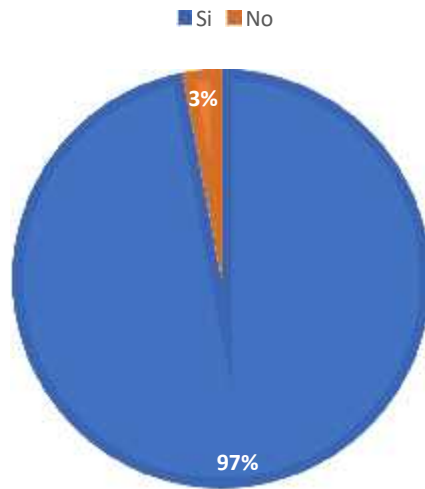


Gráfico 7-4: Porcentaje de entonaciones y acentuación de palabras en el speaking

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 97% (176) de los estudiantes encuestados tienen en cuenta que tanto la entonación como la acentuación de las palabras cumplen un rol importante en el idioma inglés, mientras que solo el 3% (6) consideran que no es fundamental a la hora de hablar el inglés. La entonación y acentuación son muy importantes, debido a que una mala entonación en una palabra puede causar un significado completamente distinto, es por eso que es importante aprender vocabulario y saber cómo pronunciar cada una de esas palabras.

h) Pregunta #8

8. ¿Qué porcentaje del tiempo de estudio del inglés lo dedica para el speaking?

Tabla 8-4: Tiempo empleado para el speaking

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Del 10% al 20%	90	49%
Del 20% al 40%	70	38%
Del 40% al 60%	20	12%
Más del 60%	2	1%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico

Realizado por: García, J. 2022

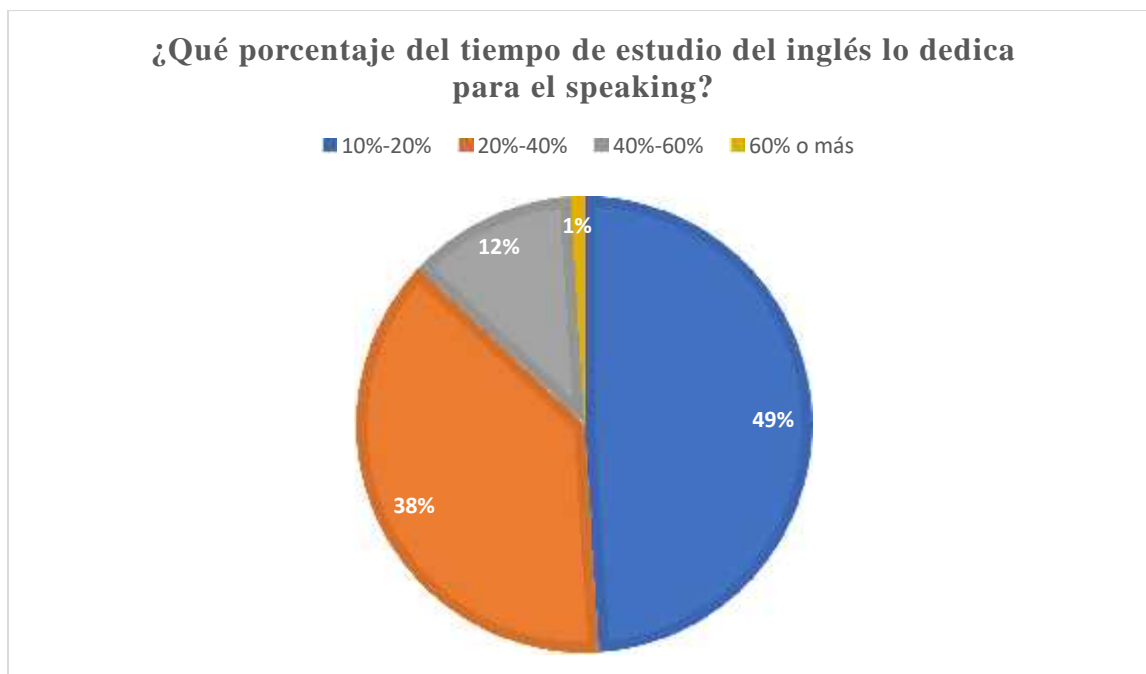


Gráfico 8-4: Porcentaje de tiempo empleado para el speaking

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 49% (90) de los encuestados utilizan tan solo del 10%-20% para practicar solamente speaking, el 38% (70) de los estudiantes mencionan que utilizan del 20%-40% para realizar las prácticas de speaking, el 12% (20) utilizan del 40%-60% para poder perfeccionar y desarrollar su destreza al hablar y solo el 1% (2) de los estudiantes utilizan más del 60% del tiempo de estudio para desarrollar el speaking. El porcentaje de estudio que utilizan los estudiantes es muy poco, por lo general solo se practica el inglés en las horas de clase del docente, que lamentablemente son muy pocas y esto también conduce a que los alumnos no tengan un conocimiento de calidad.

i) Pregunta #9

9. ¿Ha utilizado usted, videos de refuerzo para el aprendizaje del speaking?

Tabla 9-4: Utilización de videos para el speaking

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Sí	136	75%
No	46	25%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico

Realizado por: García, J. 2022

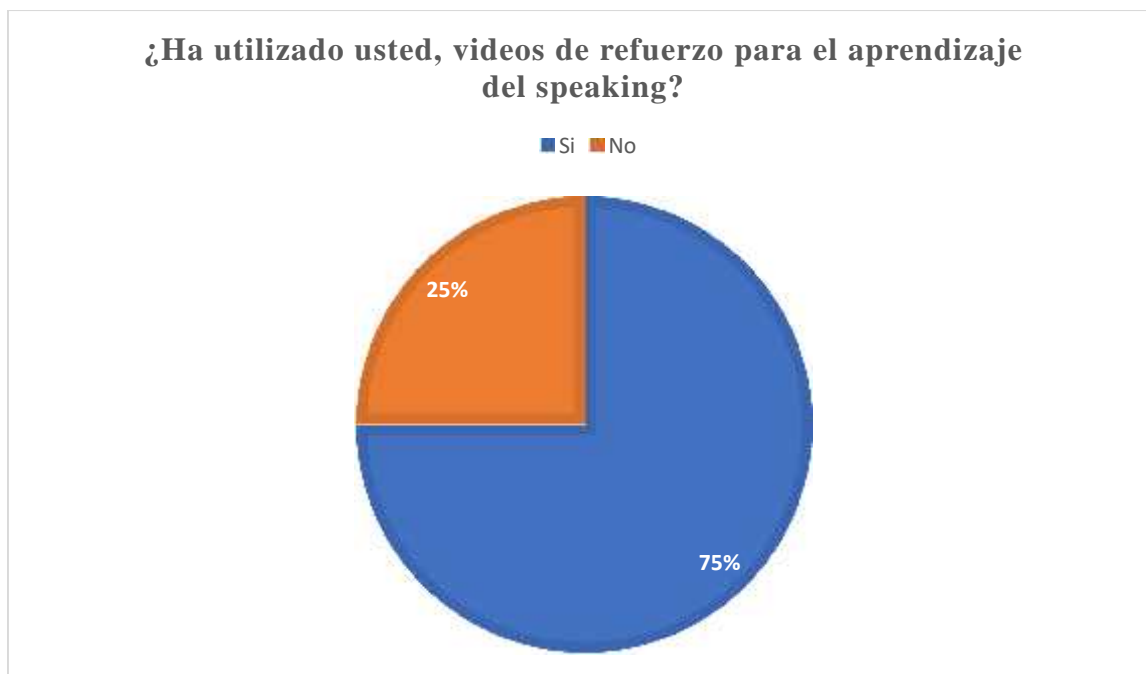


Gráfico 9-4: Porcentaje de estudiantes que han utilizado videos para el aprendizaje del speaking

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 75% (136) de los estudiantes encuestados afirman que han utilizado videos de refuerzo para el aprendizaje del speaking, mientras que el 25% (46), mencionan que no han visto videos de refuerzo para desarrollar la destreza del speaking. Los estudiantes mencionan que han utilizado videos de refuerzo para el inglés, esto es algo positivo puesto que, ya tienen experiencia en cómo utilizar videos que ayuden a mejorar el speaking, de esta forma los mismos estudiantes sabrán aprovechar el 100% de los videos que se les presente.

j) Pregunta #10

10. ¿Considera usted, que los videos de refuerzo, serían un recurso didáctico adecuado para el aprendizaje del speaking?

Tabla 10-4: ¿Los videos son un buen recurso didáctico?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Sí	164	90%
No	18	10%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico

Realizado por: García, J. 2022

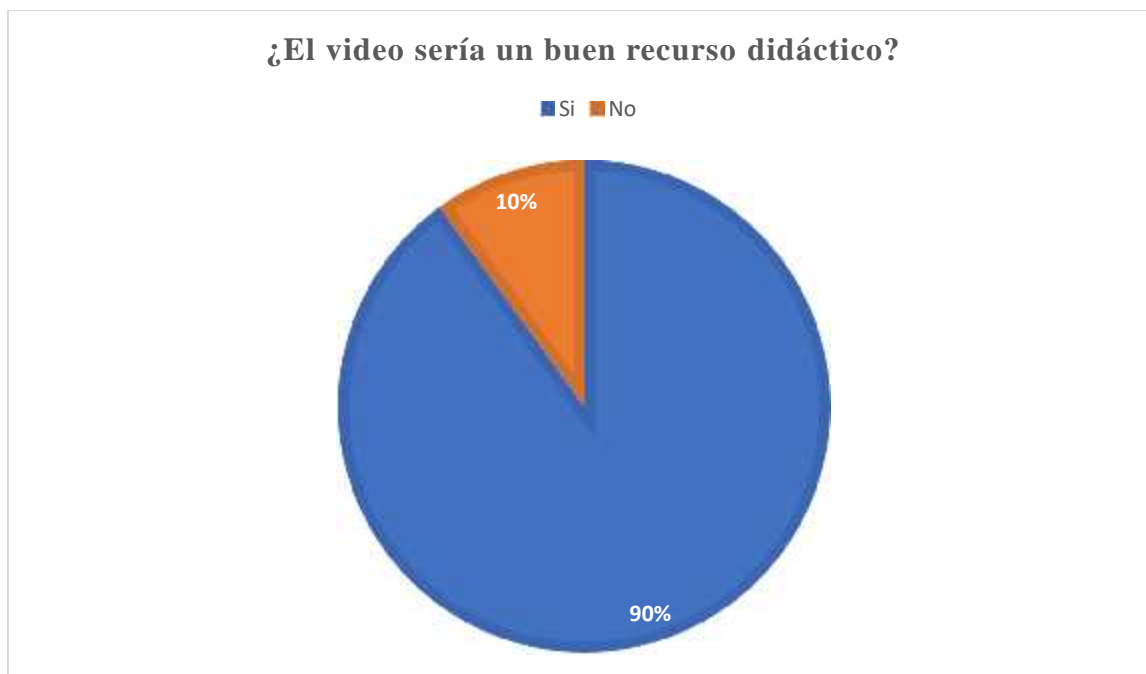


Gráfico 10-4: Porcentaje de estudiantes que piensan que los videos son un buen recurso didáctico
Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 90% (164) de los encuestados consideran que el video es un buen recurso didáctico y que sería de ayuda para los estudiantes, el 10% (18) de los encuestados manifiestan que los videos no son un buen recurso didáctico. Los videos didácticos se han posicionado como el elemento didáctico favorito tanto para los estudiantes como para los docentes, debido a que los docentes pueden reforzar los conocimientos con la ayuda de los videos y los alumnos pueden consultar los videos, en caso de que la clase no se haya comprendido del todo, es más, muchas veces los estudiantes afirman que entienden más de un video educativo, que lo que se enseña en la clase de un docente.

k) Pregunta #11

11. ¿Estaría usted dispuesto/a, a utilizar videos de refuerzo para el desarrollo del speaking?

Tabla 11-4: ¿Utilizarían videos de refuerzo?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Sí	18	10%
No	164	90%
Total	182	100%

Fuente: Estudiantes de inglés de la escuela de Diseño Gráfico
Realizado por: García, J. 2022

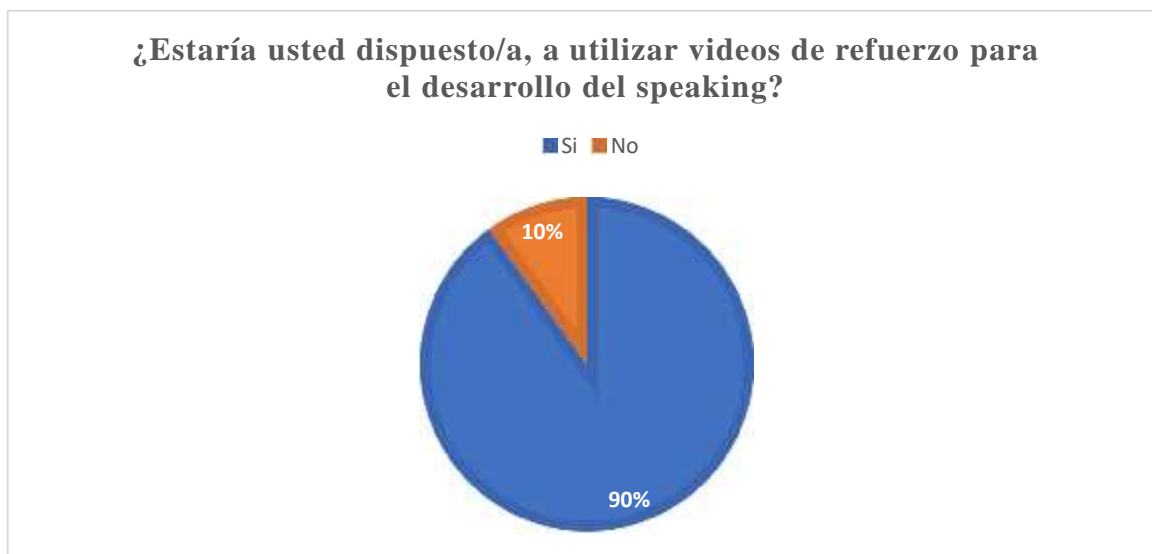


Gráfico 11-4: Porcentaje de estudiantes que utilizarían videos para el desarrollo del speaking

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 90% (164) de los estudiantes encuestados afirman que estarían dispuestos a utilizar videos de refuerzo para de esta forma desarrollar el speaking, tan solo el 10% (18) de los encuestados mencionan que no utilizarían los videos y talvez utilicen otras opciones. Los estudiantes al saber que tienen ciertos fallos en cuanto al speaking, dan su opinión acerca de que ellos estarían dispuestos a utilizar videos sobre este tema, con esta pregunta se puede apreciar que el proyecto si estará bien recibido por parte de los estudiantes, debido a que los videos no van a ser largos, y al llevar la información necesaria, los alumnos podrán ver los videos varias veces y de esta forma ir mejorando su speaking poco a poco.

4.2.2. *Análisis de encuestas a expertos sobre los videos de speaking.*

Pregunta 1: ¿Cuántos años tiene como maestro/a de inglés?

J 15 años

J 13 años

J 25 años

J 28 años

J 20 años

J 20 años

J 13 años

J 15 años

J 22 años

J 18 años

Análisis: Los expertos solicitados para la evaluación del material didáctico, videos para el aprendizaje del speaking, en un 100% cumplen con el parámetro esencial para ser considerados como informantes significativos, esto es tener más de 8 años de experiencia en la docencia del idioma inglés, este fue establecido como un requisito para poder colaborar con este proyecto.

Pregunta 2: ¿Por qué considera usted que son importantes los videos como material de apoyo en la enseñanza del idioma inglés?

- J Porque por medio de estos podemos aprender de una forma didáctica, entretenida.
- J Porque son ilustrativos y están presentes al momento que el estudiante desea verlos.
- J Porque por medio de estos recursos los estudiantes pueden motivarse y aprender de la mejor manera.
- J Porque ayudan a que el proceso de aprendizaje sea más dinámico
- J Ya que es una guía para mejorar destrezas que se están aprendiendo
- J Por qué permite que el proceso sea dinámico
- J Porque incrementa su vocabulario y puede comunicarse mejor
- J Porque hay diferentes tipos de aprendizaje y les permite desarrollar “pronunciation.”
- J Nuestros estudiantes son visuales y esto les ayuda en la retención
- J Porque permiten que el estudiante al mirar y escuchar adicionalmente a otros actores se motive, corrijan errores y capten más y de mejor manera.

Análisis: Los expertos determinan que los videos son una forma didáctica y dinámica de aprender acerca de un tema, además los videos ayudan a incrementar el vocabulario de los estudiantes y mencionan que los estudiantes actuales son mucho más visuales, y los videos son una forma para que ellos puedan retener información.

Esto refuerza la propuesta de utilización de videos en la enseñanza del speaking del idioma inglés, debiendo considerar adicionalmente todos los aspectos que se mencionan en el marco teórico del trabajo.

Pregunta 3: Dentro de las destrezas del idioma inglés, ¿el speaking debe desarrollar mediante?

- J Diálogos, conversaciones, preguntas y respuestas
- J Se desarrollan mediante repeticiones y mucha práctica
- J Diálogos, conversaciones, preguntas y respuestas.

- J La práctica
- J Las actividades que se hacen durante clases la participación son útiles para que pierdan el miedo y vergüenza de equivocarse
- J La práctica diaria aplicando diálogos repeticiones lecturas diferentes técnicas
- J Prácticas continuas de pronunciación del idioma.
- J Videos, lyrics, movies, practice.
- J Trabajos en grupo, debates, presentaciones
- J Con lecturas de temas que resulten interesantes en la carrera y en la cotidianidad

Análisis: Según los expertos se determina que la forma más común de practicar el speaking es mediante la practica constante, es decir, comunicarse con otras personas, escuchar canciones, ver videos, etc., pero todo de una forma constante para que, de esta forma, el estudiante pueda seguir mejorando sus capacidades de speaking. Esto se puede ver favorecido mediante la utilización de videos ya que estos puedes ser detenidos, retrocedidos o repetidos las veces que sean necesarios, de esta manera se transforma en una herramienta adecuada para la enseñanza.

Pregunta 4: Los estudiantes a su cargo al momento de aprender inglés, ¿tiene mayor dificultad en el speaking?

- | | |
|--|----------------|
| J Si | J Sí, algunos. |
| J Si | J Sí |
| J Si, es una de las habilidades de mayor problema. | J Sí |
| J Si, la mayoría | J Sí |
| J Si | |

Análisis: Los expertos están de acuerdo, que sus estudiantes tienen cierto grado de dificultades en cuanto al speaking, es decir, no todos los estudiantes tienen el mismo nivel de inglés, y al momento de hablar o entablar una conversación los estudiantes presentan dificultad, esto se debe a múltiples factores, pero la repetición permite mejorar este problema.

4.2.3. Tabulación de encuestas realizadas a los expertos

a) Pregunta #1

) Considera que el vocabulario utilizado en el video es

Tabla 12-4: El vocabulario dentro del video

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	3	30%
Muy útil	4	40%
Útil	2	20%
Quizás sirva	1	10%
No apto	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a diferentes expertos de inglés y audiovisuales

Realizado por: García, J. 2022

Considera que el vocabulario utilizado en el video es:

10 respuestas.

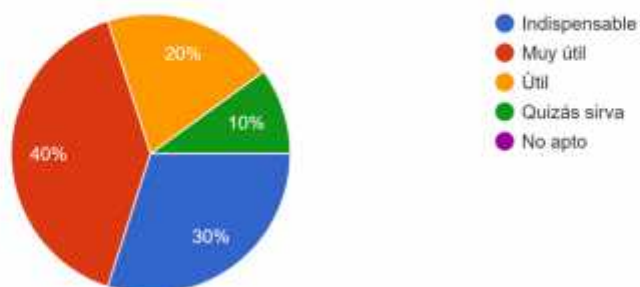


Gráfico 12-4: Porcentaje de utilización de vocabulario

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 30% de los expertos determinan que el vocabulario que se utiliza en los videos propuestos es indispensable; el 40% considera que es muy útil, el 20% considera que es útil y el 10% considera que quizá sirva el vocabulario. Se puede establecer que de acuerdo a la opinión de los expertos, el vocabulario que se utiliza dentro del video está bien empleado y va a ser de ayuda para los estudiantes que observen los videos. Ninguno de los expertos considera que el vocabulario no es apto para la enseñanza.

b) Pregunta #2

) Los ejemplos utilizados en el video son

Tabla 13-4: Ejemplos dentro del video

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Indispensables	0	0%
Muy útiles	5	50%
Útiles	4	40%
Quizás sirvan	1	10%
No aptos	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a diferentes expertos de inglés y audiovisuales

Realizado por: García, J. 2022

Los ejemplos utilizados en el video son

10 respuestas

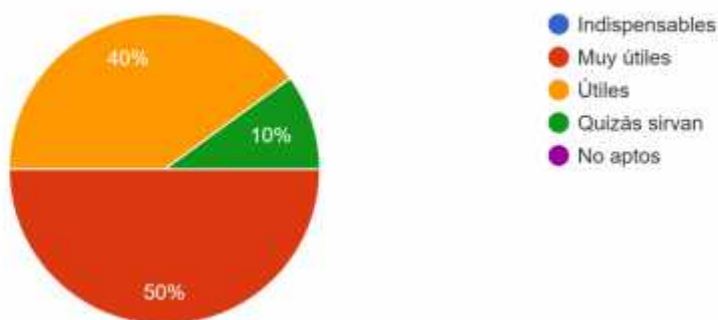


Gráfico 13-4: Porcentaje de la utilización de ejemplos

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: En cuanto a los ejemplos que se utilizan dentro de los videos, el 50% de los expertos consideran que son muy útiles, el 40% considera que son de utilidad y el 10% determina que de igual forma los ejemplos pueden servir para que los estudiantes los usen dentro de su proceso educativo, es decir, los ejemplos que se utilizaron dentro de los videos educativos, están bien empleados y corresponden al nivel educativo de los estudiantes; las opiniones de los expertos tienden a ubicarse hacia la media, no existen criterios con digan que son indispensables o que no son aptos, más bien la mayoría coinciden en que son muy útiles.

c) **Pregunta #3**

) La pronunciación dentro del video es

Tabla 14-4: Pronunciación dentro del video

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	3	30%
Muy útil	4	40%
Útil	2	20%
Quizás sirva	0	0%
No apto	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a diferentes expertos de inglés y audiovisuales

Realizado por: García, J. 2022

La pronunciación dentro del video es

10 respuestas

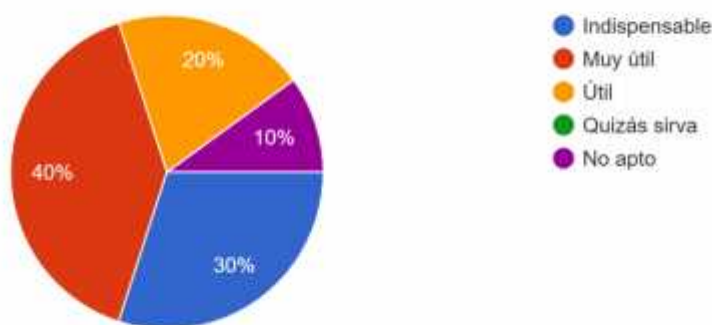


Gráfico 14-4: Porcentaje de utilización de pronunciación

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: En cuanto a la pronunciación dentro de los videos, el 30% de los expertos determinan que la pronunciación es indispensable, es decir, está muy bien pronunciado, el 40% menciona que la pronunciación es muy útil, el 20% menciona que la pronunciación es buena y menciona que es útil para los estudiantes y tan solo el 10% menciona que no es apta, aquí se pueden dar aspectos a mejorar, sin embargo, la mayoría de expertos menciona que la pronunciación es la adecuada para que los estudiantes puedan entender el video. Para este análisis se debe considerar que paralelo con la pronunciación se analiza la edición del video y sobre todo el audio; pudiéndose establecer que el audio es bueno puesto que los expertos escuchan con claridad lo que les permite dar sus criterios al respecto.

d) Pregunta 4

) Las actividades didácticas que puede desarrollar el estudiante en el video son

Tabla 15-4: Actividades dentro del video

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Indispensables	3	30%
Muy útiles	3	30%
Útiles	3	30%
Quizás sirvan	1	10%
No aptos	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a diferentes expertos de inglés y audiovisuales

Realizado por: García, J. 2022

Las actividades didácticas que puede desarrollar el estudiante en el video son
10 respuestas

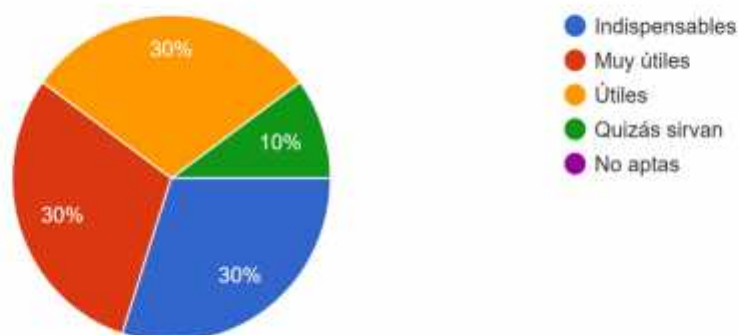


Gráfico 15-4: Porcentaje de utilización de actividades

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: Las actividades que se presentan en la parte final del video, están colocadas para el estudiante pueda aplicar lo aprendido, el 30% de los expertos considera que las actividades son indispensables, otro 30% determinan que son muy útiles, otro 30% determina que son útiles y un 10% ha determinado que pueden servir, se puede decir en este caso que, las actividades que se colocan al final de los videos son de ayuda y sirven para reforzar lo que los estudiantes están recibiendo en clases y pueden observar en los videos.

Si bien es complejo realizar actividades en un video corto, la estructura del video permite que se implementen preguntas de refuerzo, y al ser el video un recurso que puede ser pausado permite que el estudiante se tome su tiempo para practicar la temática antes de pasar u otro nivel.

e) **Pregunta 5**

) El uso de los gráficos dentro de los videos son

Tabla 16-4: Uso de gráficos en videos

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Indispensables	2	20%
Muy útiles	4	40%
Útiles	4	40%
Quizás sirvan	0	0%
No aptos	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a diferentes expertos de inglés y audiovisuales

Realizado por: García, J. 2022

El uso de gráficos dentro del video son

10 respuestas

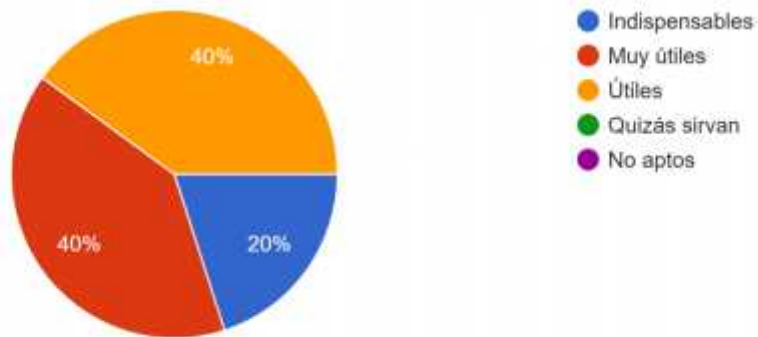


Gráfico 16-4: Porcentaje de utilización de gráficos

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 40% de los expertos determinan que el uso de los gráficos dentro de los videos es muy útil, el otro 40% menciona que los gráficos son útiles y el 20% de los expertos mencionan que los gráficos utilizados son indispensables, es decir, que el uso de los gráficos dentro del video

está muy bien implementado y son de ayuda para que el estudiante entienda de mejor forma lo que se está presentando en el video. Todos los expertos coinciden en la pertinencia de los gráficos, esto deja ver que la edición del video está acorde a los objetivos planteados, ya que se ha utilizado recursos gráficos que parten del contexto del estudiante

f) Pregunta 6

) Considera que el nivel estético, uso de color, uso de tipografía, imágenes, es

Tabla 17-4: Uso de color, tipografía, imágenes

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Indispensables	1	10%
Muy útiles	5	50%
Útiles	3	30%
Quizás sirvan	0	0%
No aptos	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a diferentes expertos de inglés y audiovisuales

Realizado por: García, J. 2022

Considera que el nivel estético, uso de color, uso de tipografía, imágenes, es
10 respuestas

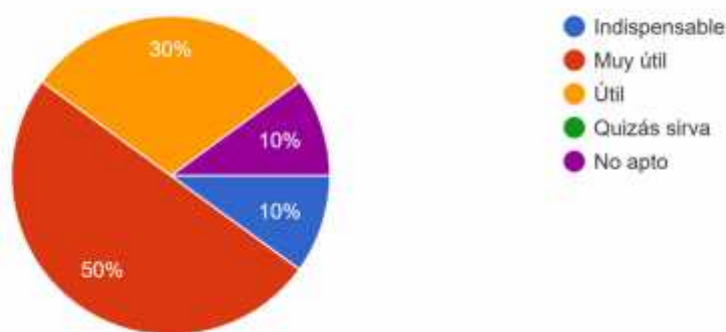


Gráfico 17-4: Porcentaje del nivel estético, uso de color, tipografía e imágenes

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: El 50% de los expertos afirman que la parte estética del video es muy útil, es decir, que estéticamente hablando los videos le parecen atractivos, el 30% menciona que estéticamente el video es útil, un 10% de los expertos menciona que en la parte estética los videos son

indispensables, es decir, que a este experto le parece que el video es muy llamativo, y otro 10% menciona que no le agrado la parte estética debido a que menciona que no es apto, se establece que aún se tiene un margen para seguir mejorando, sin embargo, la mayoría de expertos menciona que estéticamente el video está bien realizado. La parte estética de los videos va acorde con la imagen corporativa que se desea generar alrededor de los videos y todo el concepto del color, tipografía, imágenes.

g) Pregunta 7

) Considera que este video para motivar al estudiante dentro del aprendizaje del speaking es

Tabla 18-4: Motivación del estudiante

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	0	0%
Muy útil	7	70%
Útil	1	10%
Quizás sirva	2	20%
No apto	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a diferentes expertos de inglés y audiovisuales

Realizado por: García, J. 2022

Considera que este video para motivar al estudiante dentro del aprendizaje del speaking es
10 respuestas

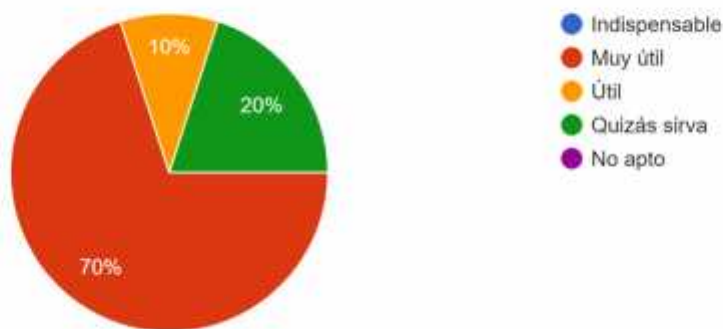


Gráfico 18-4: Porcentaje de motivación

Realizado por: García, J. 2022

Análisis: En cuanto a la motivación al ver el video por parte de los expertos, el 70% menciona que la motivación que puede llegar a tener el estudiante después de ver el video es muy útil, el 10% menciona que es útil y el 20% menciona que quizás sirva, es decir que, todos los expertos concuerdan en que los estudiantes estarán motivados mientras ven el video en mayor o menor medida, pero el video impactará de cierta forma en los estudiantes. Es necesario el considerar que ningún recurso didáctico por sí solo puede generar un alto grado de motivación, esto depende del contexto y la temática tratada en clases, se debe recordar que los videos, de acuerdo a la propuesta son tan solo una herramienta de refuerzo.

4.3. Propuesta

4.3.1. Tema

“Aplicación del diseño gráfico en la producción de videos para el desarrollo del speaking”

4.3.2. Antecedentes

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, las calificaciones en cuanto a la destreza del speaking son muy bajas, y esto puede depender de diversos factores, primero, y el más claro, sería el desconocimiento de cómo hablar, es decir, no hay un nivel óptimo de los estudiantes que vienen de diferentes instituciones educativas, el poco vocabulario que manejan los estudiantes puede ser un factor determinante a la hora de que el alumno quiera expresar sus ideas, también puede influir mucho los nervios, entre otros aspectos, además en muchas ocasiones los métodos educativos que se implementan por parte de los profesores no están contextualizados y esto produce aburrimiento y cansancio en el alumnado; en tanto que en clases que se utilizan recursos didácticos afines con el estudiante, estos demuestran un mayor grado de interés en aprender.

4.3.3. Sustento Teórico

Video educativo

“El video es un medio de difusión masiva dirigido a un público homogéneo, con intereses comunes, que generalmente es concentrado en un lugar determinado para su proyección, acompañado de presentaciones orales y debates, entre otros, lo cual favorece que sus realizadores tengan una retroalimentación inmediata de su trabajo” (Valdivia, Sánchez, Medina, 2007)

Como se menciona a lo largo de la investigación, el video es un recurso didáctico muy valioso en el tiempo actual, puesto que, la mayoría de contenido que consumen los estudiantes, es de forma audiovisual, esto hace que los videos sean algo familiar para ellos y logren conectar de mejor manera con los mismos.

Los videos educativos poseen varias ventajas a la hora de utilizarlo, por ejemplo, ayudan a que los estudiantes se concentren más, comparten la información de una forma dinámica y entretenida para los alumnos, refuerza el conocimiento adquirido en la clase y puede solventar dudas que se tengan, etc.

En la estructuración de los videos que se han desarrollado, se han diseñado guiones acordes al tema y a los objetivos a alcanzar para poder estimular el desarrollo del speaking, con la colaboración de la docente de inglés que ha ido corrigiendo partes del contenido, ha ayudado con la pronunciación de diferentes palabras y ha dado su visto bueno a las actividades de retroalimentación del video.

Cada video posee:

- | | |
|--|----------------------------|
| 1. Música de introducción | 6. Dinámica del video |
| 2. Logo de los videos | 7. Finalización del video |
| 3. “Remember This” | 8. Edición de video |
| 4. Contenido del video | 9. Corrección de color |
| 5. Colocación de imágenes
(en caso de ser
requerido) | 10. Edición y presentación |

Se han diseñado 18 videos, en donde se inicia con un recordatorio acerca de lo más importante del tema, se procede con el contenido de la unidad o video, en donde se hacen ejercicios de repetición para que el estudiante pueda desarrollar el speaking poco a poco, después se presenta una dinámica, en donde el alumno será capaz de poner a prueba el conocimiento que adquirió y se finaliza con un mensaje, en donde menciona que, el estudiante puede repetir el video las veces que sean necesarias.

4.3.4. *Contenidos de la propuesta gráfica*

) **Level 1**

1. **The use of be**
Positive, Negative, Interrogative / Feedback
2. **Personal Information and Pronouns**
And Feedback
3. **Countable / Uncountable**
A lot of, much, many - too much, too many / Feedback
4. **Present Simple and Preposition of place**
Positive, Negative, Interrogative / Feedback
5. **Present Continuous**
Positive, Negative, Interrogative / Feedback
6. **Past Continuous**
Positive, Negative, Interrogative / Feedback

Level 2

7. **Simple past**
Positive, Negative, Interrogative, Regular and Irregular Verb / Feedback
8. **Past Continuous vs Simple Past**
Positive, Negative, Interrogative / Feedback
9. **Present Perfect**
Positive, Negative, Interrogative / Feedback
10. **Present Perfect vs Simple Past**
Positive, Negative, Interrogative / Feedback
11. **Future – Will, going to, continuous**
Use “will and going to” / Feedback

) **Level 3**

12. **Comparative and Superlative**
And Feedback
13. **Modals**
And Feedback

14. Past Perfect

Positive, Negative, Interrogative / Feedback

15. Past Continuous vs Past Perfect

Positive, Negative, Interrogative / Feedback

16. Present Perfect Continuous

Positive, Negative, Interrogative / Feedback

17. Reported Speech

And Feedback

18. Conditionals

And Feedback

4.4. Creación de la marca de los videos

4.4.1. Boceto a mano de la marca

) **Isotipo y Logotipo**

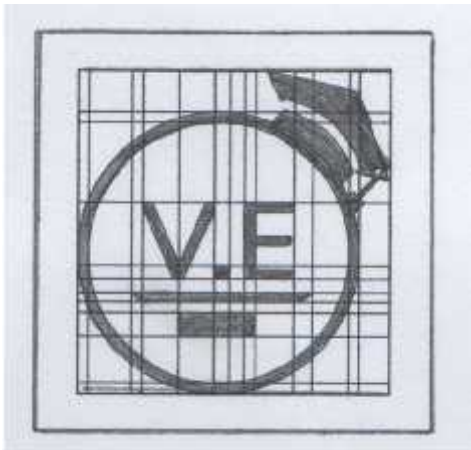


Figura 1-4: Boceto Isotipo

Realizado por: García, J. 2022



Figura 2-4: Boceto Logotipo

Realizado por: García, J. 2022

4.4.2. Digitalización de la marca

- **Isotipo Digitalizado**



Figura 3-4: Isotipo Vector

Realizado por: García, J. 2022

El isotipo o icono, hace alusión al rostro de una persona, en donde las letras V y E de “Virtual English”, serían los ojos de la persona, se colocan dos figuras con 4 lados, una de ellas es para dar un soporte a las letras y el otro representa la boca del personaje, además en la parte superior derecha se encuentra un birrete, para reforzar más aún la idea de estudio y el rostro del personaje.

- **Logotipo Digitalizado**



Figura 4-4: Logotipo Vector

Realizado por: García, J. 2022

El logotipo “Virtual English” se escogió, debido a que los videos van a estar posteados en una plataforma en la web, es decir, por la parte virtual, y el Brand slogan, hace referencia a los videos que se van a encontrar que son meramente de speaking, posteriormente se puede cambiar si se desean realizar más ediciones de las demás destrezas.

- **Imagotipo**



Figura 5-4: Marca Vector

Realizado por: García, J. 2022



4.4.3. Selección de Tipografía



Figura 6-4: Tipografía Marca

Realizado por: García, J. 2022

Se escogió para la tipografía de la marca, la familia Nunito, específicamente el modo Bold y Extra Light, debido a que al ser una tipografía de palo seco y con bordes redondeados, ayuda a que la información llegue de forma más limpia y directa.

4.4.4. Selección de la Cromática

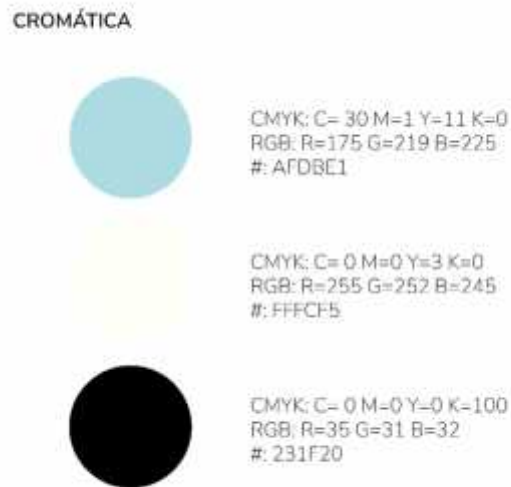


Figura 7-4: Cromática Marca

Realizado por: García, J. 2022

La selección cromática para la marca se realizó pensando en los elementos compositivos, para la pantalla se utilizó una tonalidad celeste que representa el cristal del monitor, el color beige que se utiliza para el fondo y el rostro del personaje, haciendo un contraste tanto con la tipografía como con la pantalla, y el color negro, que ayuda a que los elementos se destaquen, como la tipografía y el ícono.

4.4.5. *Imagotipo Final*



Figura 8-4: Marca Color

Realizado por: García, J. 2022

4.5. Creación de los videos educativos

-) Los programas que se van utilizar para la creación de los videos son Adobe Audition y Adobe Premiere, el primer programa (Audition) está encargado de la edición de Audio, sobre todo de las voces en off, voz en narración; y el segundo programa (Premiere), está encargado únicamente de la edición, tanto de video como de color de los clips que se graben y en el mismo programa se realizará le renderización de todos los videos que serán subidos posteriormente en Microsoft Stream para que los estudiantes de la ESPOCH puedan visualizarlos.

4.5.1. Selección de Tipografía



Figura 9-4: Tipografía videos

Realizado por: García, J. 2022

Se escogió para la tipografía de los videos, la familia Nunito, en primera instancia, para que los videos y la marca tengan una identidad tipográfica, además al ser una tipografía de palo seco y con bordes redondeados, ayuda a que la información sea más legible y a su vez no distrae al espectador con algo extravagante, sino más bien, mantiene su simpleza y esto hace que el usuario de los videos se enfoque mucho más en el contenido.

4.5.2. Paleta Cromática



Figura 10-4: Cromática Videos

Realizado por: García, J. 2022

La cromática se utilizará para el fondo de los videos y para las formas que se coloquen dentro de los mismos, generando contraste con las tipografías y con las imágenes respectivas de cada uno de los productos visuales.

4.6. Juzgar

El criterio primordial de la fase juzgar es la selección con el intento de saber si el diseño cubre las necesidades, cumple las metas del proyecto y los productos comunican con eficacia al público objetivo para conseguir los objetivos establecidos, para eso se creó un criterio de selección para una valoración.

Tabla 19-4: Criterio de selección para una valoración

CRITERIO	DEFINICIÓN
ATRACCIÓN	Que tan estéticamente atractivo es el elemento del diseño, mejor aún si emite una sensación agradable en la cabeza del consumidor.
LEGIBILIDAD	Los elementos que se presentan dentro de los videos deben ser de fácil lectura, debido a que esto ayuda a que el mensaje llegue de mejor manera.
ALCANCE Y ÁMBITO DE APLICACIÓN	El alcance que puede poseer si se coloca en una plataforma como Microsoft Stream y también preguntarse: ¿Cómo puede mejorar, es estético, soluciona problemas?
FUNCIONALIDAD	Este punto es en el que se determina la razón de ser de un diseño, es decir, la pregunta que se debe hacer es: ¿Puede este hacer lo que debe hacer?
USABILIDAD	¿Puede la persona que lo va a observar utilizar lo aprendido?
ARMONÍA	El contraste de figura y fondo, el uso de tipografías e imágenes, ¿son parte de un todo?

Fuente: Fundamentos del Marketing, 2017

Realizado por: García, J. 2022

4.7. Hacer pruebas y poner en práctica

Para el presente proyecto se planteó la realización de videos que ayuden a desarrollar el speaking, en los tres primeros niveles de inglés de la ESPOCH, para la realización de los videos se utilizarán los programas de, Adobe Audition, Adobe Premiere y Adobe After Effects, este último mencionado

únicamente se utilizará para la animación de la intro de los videos, los otros dos programas ayudaran con la edición de audio y video respectivamente, una vez realizado los videos, se procederá a subirlos en la plataforma Microsoft Stream para que los estudiantes tengan accesos a el contenido que se realizó.

La herramienta principal para la realización de los videos, es la computadora, con un buen software de edición gráfica, junto con los programas mencionados, también un micrófono para poder grabar las voces en off, y una cámara de video o celular, para poder grabar fragmentos que pueden ser utilizados en los videos, también se utilizará un programa de voz para la lectura de ciertos fragmentos en inglés, lo siguiente será el contenido que va a estar dentro de cada video, esto se obtiene mediante el sílabo de los niveles de inglés de la ESPOCH, y también imágenes y música sin copyright para usar en los videos.

El proceso es sencillo, se procede con la elaboración de un guion con el contenido de los sílabos, una vez se tiene el guion, se procede a la grabación de voz en off de las líneas que se tengan que decir, aquí se decidirá si se coloca la voz en off de la máquina o de los actores, una vez se tiene los fragmentos la voz se edita en Audition, después se graba los fragmentos de video en caso de ser necesarios, una vez se tiene el contenido, se procede a la edición del video en Premiere en donde se coloca en primera instancia la intro, y después todo el contenido de los videos, posteriormente se hace una corrección de color, en caso de ser necesaria; uno de los pasos finales es la renderización de los videos y por última cargarlos en la plataforma de Stream para su uso.

CONCLUSIONES

- J Los videos, sustentados en el marco teórico revisado, junto con la opinión de los expertos, se puede concluir que, la utilización de videos para la enseñanza del inglés, específicamente hablando del speaking, son muy importantes y de gran ayuda, puesto que, permiten, captar la atención del estudiante y al mismo tiempo motivarlo, debido a la utilización de la cromática, gráficos, tipografías y las diferentes actividades que se pueden hacer dentro de los videos, como lo menciona Rodríguez Paulino, esto coincide con el 100% de los expertos consultados mediante las encuestas, en donde ellos afirman que los videos educativos, son de gran ayuda tanto para el estudiante como para el docente al momento de impartir su materia.
- J Del desarrollo investigativo se concluye que, al momento de elaborar videos que sirvan como recurso didáctico, sobre todo para la enseñanza del inglés, específicamente del speaking, es importante tener en cuenta los principios del diseño gráfico como, el balance, en donde hay que ver que tanto los elementos y el texto estén correctamente colocados y que generar una armonía visual, la alineación, en donde se tomaban en cuenta como están alineados los títulos, el cuerpo de texto y gráfico o imágenes dentro del video, el color, uno de los más importantes debido a que ayuda a dar el ambiente o la sensación del diseño.
- J En base a los sílabos y los contenidos de la asignatura de inglés se estableció, una secuencia lógica de los videos que permiten ir de lo simple a lo complejo, fortaleciendo el desarrollo del speaking, considerando que cada uno de los temas, tiene su grado de complejidad e importancia en la secuenciación del aprendizaje del inglés, así también es necesario considerar las particularidades en la pronunciación de palabras, conjunciones, tiempos gramaticales, etc., y estos elementos deben guardar armonía con el diseño, uso de imágenes, tipografías, colores, formas, figuras y una adecuada edición de audio y video.
- J Se concluye que, si bien resulta complejo, el insertar procesos interactivos dentro de un video como, videojuegos u otras actividades, se ha utilizado estrategias como: canciones, selección de respuestas correctas, repeticiones de las palabras u oraciones según el contenido, lecturas, escuchas activas para incentivar el speaking, entre otros. Siendo muy importante que los videos tengan una línea gráfica e identidad corporativa, que permitan crear un reconocimiento por parte del público objetivo. Estas estrategias según el 90% de los expertos, resultan efectivas al momento de enseñar el speaking a los estudiantes.

RECOMENDACIONES

- Ñ Se recomienda que se amplíe el número de videos, en base al curriculum que siguen los diferentes niveles de la materia de inglés, utilizando la misma línea gráfica y secuencial, así como, la identidad corporativa, cromática, tipografía, conceptos de imágenes, entre otros; para lograr que las personas reconozcan como un conjunto de recursos didácticos los videos ofrecidos.
- Ñ En todos los recursos didácticos que se presenten, es indispensable tener en cuenta los principio y elementos gráficos, ya sean estos audiovisuales, visuales, auditivos, gráficos, etc. Para que de esta forma se cree una armonía, estructura y una lógica de imagen, con esto, lo que se logra es atraer visualmente a las personas y captar su atención a primera instancia, y una vez conseguido esto, será más sencillo que presenten atención a los contenidos presentados, que, junto con las imágenes, colores, tipografías y audios que están dentro de los videos harán que la información sea mejor receptada.
- Ñ Como complemento de los videos para la enseñanza del speaking, bajo la misma imagen corporativa, se recomienda que se creen productos complementarios, tales como: un podcast, comics, flayers, entre otros; lo que permita fortalecer la imagen corporativa, a la vez que se proporciona a los docentes mayor número de recursos en la enseñanza del speaking.
- Ñ Los productos audiovisuales desarrollados, en este caso los videos, para la enseñanza del speaking sean incorporados a la plataforma de enseñanza del inglés utilizado por la Escuela Superior Politécnica, y que estos sean actualizados de manera periódica.

GLOSARIO

Consumidor: es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad.

Contextualización: acción y efecto de contextualizar. Situar algo o alguien dentro de un determinado contexto.

Copyright: conocido como derechos de autor.

Descriptivo: acción o efecto de describir. Representar o detallar el aspecto o atributos de algo o alguien por medio del lenguaje.

Edición: impresión o grabación de un disco o de una obra audiovisual.

Marca: marca de fábrica o de comercio que, inscrita en el registro competente, goza de protección legal. Distintivo de un producto o empresa, que ayuda a que las personas puedan reconocer a quien pertenece dicho producto o servicio.

Multimedia: que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información. Dicho de un producto.

Narrativo: posee una acción y efecto de narrar. Habilidad o destreza en narrar o en contar algo. Género literario constituido por la novela, la novela corta y el cuento.

Píxeles: superficie homogénea más pequeña de las que componen una imagen, que se define por su brillo y color.

Plano: parte de una película rodada en una sola toma. Posición, punto de vista desde el cual se puede considerar algo.

Speaking: el acto o habilidad de dar un discurso en un evento público. Hablar con otras personas en un contexto público o privado.

BIBLIOGRAFÍA

ACEVEDO, R. AcevedoRuedaJuanJose2018_anexo2.pdf. [en línea]. 2018.

[Accedido 10 febrero 2022]. Recuperado a partir de:

https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/40754/AcevedoRuedaJuanJose2018_anexo2.pdf?sequence=7&isAllowed=y

AITOR, V. Guion cinematográfico III: La estructura del guión. *TAI ARTS* [en línea]. 19 febrero

2013. [Accedido 5 octubre 2021]. Recuperado a partir de: <https://taiarts.com/blog/guion-sin-acento-guion-cinematografico-iii-la-estructura/>

AURORA, M. ¿Qué es Diseño gráfico? » Su Definición y Significado [2021]. *Concepto de - Definición de* [en línea]. 2021. [Accedido 4 octubre 2021]. Recuperado a partir de:

<https://conceptodefinicion.de/disenio-grafico/>

ÁVALOS, C. Definición de Diseño Audiovisual. *Título del sitio* [en línea]. 26 julio 2017.

[Accedido 6 diciembre 2021]. Recuperado a partir de:

<https://cristhianavalosblog.wordpress.com/2017/07/26/definicion-de-disenio-audiovisual/>

BARROS BASTIDA, Carlos y BARROS MORALES, Rusvel. Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. *Revista Universidad y Sociedad*. diciembre 2015. Vol. 7, no. 3, p. 26-31.

BRITTANY GROUP. Importancia del idioma Inglés en el mundo actual - Brittany Group.

Brittany El verdadero Inglés [en línea]. 15 noviembre 2016. [Accedido 4 octubre 2021].

Recuperado a partir de: <https://brittanygroup.edu.pe/importancia-del-idioma-ingles-mundo-actual/>

CICE. Los 6 principios básicos del diseño gráfico. [en línea]. 2021.

[Accedido 25 noviembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://www.cice.es/blog/articulos/6-principios-basicos-disenio-grafico/>

CREATIVO. ▷ Principios del diseño gráfico: conceptos básicos que necesitas para un buen diseño. *Ideakreativa* [en línea]. 11 noviembre 2019. [Accedido 25 noviembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://ideakreativa.net/principios-de-diseno-grafico-conceptos-basicos-que-necesitas-para-un-buen-diseno/>

CRESPO, M. *14dediciembrede2020Etapasde-la-investigacionbibliografica-1.pdf*, 2020. [en línea]. [Accedido 18 enero 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.fenf.edu.uy/wp-content/uploads/2020/12/14dediciembrede2020Etapasde-la-investigacionbibliografica-1.pdf>

DANEL, K. Conoce las ramas del diseño gráfico. *uic.mx* [en línea]. 28 julio 2020. [Accedido 25 noviembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://www.uic.mx/conoce-las-ramas-del-diseno-grafico/>

EIA. La importancia de la práctica del Listening - English in Action. *English in Action - La mejor academia de ingles en Alcorcón* [en línea]. 25 septiembre 2018. [Accedido 7 diciembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://englishinaction.es/la-importancia-de-la-practica-del-listening/>

ELESAPIENS. Los beneficios de usar vídeos educativos en el aula. *Elesapiens' Blog* [en línea]. 22 abril 2019. [Accedido 11 noviembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://www.elesapiens.com/blog/videos-educativos-en-el-aula/>

Éndor.» 10 pasos para construir una marca inolvidable. *Agencia de Publicidad y Marketing* [en línea]. 2018. [Accedido 29 noviembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://www.grupoendor.com/construir-una-marca-inolvidable/>

ÉNDOR.» 10 pasos para construir una marca inolvidable. *Agencia de Publicidad y Marketing* [en línea]. 23 abril 2018. [Accedido 29 noviembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://www.grupoendor.com/construir-una-marca-inolvidable/>

EQUIPO EDITOIRAL ÉTECE. Método Inductivo - Concepto, pasos, problemas y ejemplos. *Concepto* [en línea]. 2018. [Accedido 18 enero 2022]. Recuperado a partir de: <https://concepto.de/metodo-inductivo/>

GABRIEL ROMO, D. El Concepto y El Mensaje en El Diseño Gráfico | PDF | Diseño | Epistemología. *Scribd* [en línea]. 26 mayo 2013. [Accedido 26 noviembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://es.scribd.com/document/143761457/El-concepto-y-el-mensaje-en-el-diseno-grafico>

GEIKHMAN, Y. 14 métodos para mejorar el inglés oral por tu cuenta. *FluentU Inglés* [en línea]. 12 julio 2016. [Accedido 10 enero 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.fluentu.com/blog/english-esp/mejorar-ingles-oral/>

GRUPOAUDIOVISUAL. ▷ QUÉ ES LA EDICIÓN DE VÍDEOS | Qué es y para qué Vídeos 2020. *Grupo Audiovisual* [en línea]. 21 enero 2019. [Accedido 7 diciembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://grupoaudiovisual.com/edicion-de-video-que-es-y-para-que-sirve/>

GUILLERMO, W. Método deductivo. *Economipedia* [en línea]. 19 mayo 2020. [Accedido 18 enero 2022]. Recuperado a partir de: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

IBERCLASE. La importancia del speaking para aprender inglés Clases Particulares. *IberClase. Servicios Educativos online y a domicilio* [en línea]. 11 junio 2020. [Accedido 9 diciembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://www.iberclase.com/la-importancia-del-speaking-para-aprender-ingles/>

Inglés. Importancia [en línea]. 2021. [Accedido 7 diciembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://www.importancia.org/ingles.php>

Investigación-Acción. *Investigalia* [en línea]. 2019. [Accedido 18 enero 2022]. Recuperado a partir de: <https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion-accion/>

IZURIETA PUENTE, Electra Maricela. El writing como destreza en el aprendizaje del idioma Inglés en los estudiantes de la unidad educativa Diez de Agosto. [en línea]. 2015. [Accedido 7 diciembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/13096>

JERVIS, Tatiana, M. Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos. *Lifeder* [en línea]. 27 agosto 2020. [Accedido 18 enero 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

JOAN, C. *Texto libro La Marca.pdf*, sin fecha. [en línea]. [Accedido 29 noviembre 2021]. Recuperado a partir de: <http://reddircom.com/pdfs/Texto%20libro%20La%20Marca.pdf>

KAM, Leslie y ARBAIZA, Francisco. INFLUENCIA DE LA MARCA SOBRE EL PRECIO Y EL DISEÑO. *Dimensión Empresarial*. diciembre 2019. Vol. 17, no. 3, p. 69-86. DOI [10.15665/dem.v17i3.1776](https://doi.org/10.15665/dem.v17i3.1776).

KARLA, H. Reading - Importancia de la Lectura en INGLÉS. *Cursos de ingles gratis Aprender ingles con audio. Clases de ingles gratuito* [en línea]. 8 febrero 2010. [Accedido 7 diciembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://www.inglestotal.com/reading-importancia-lectura-en-ingles-para-hispanos/>

LOLA. El diseño gráfico en la producción de vídeos. *gender-budgets.org* [en línea]. 20 diciembre 2018. [Accedido 23 septiembre 2021]. Recuperado a partir de: <https://www.gender-budgets.org/el-diseno-grafico-en-la-produccion-de-videos/>

MANUEL, R. Principios del Lenguaje Audiovisual • Manuel/Ramos. *Manuel/Ramos* [en línea]. 2020. [Accedido 6 diciembre 2021]. Recuperado a partir de: <http://manuelaliramos.com/produccion-audiovisual/principios-del-lenguaje-audiovisual/>

Maria, L. Las Encuestas - Qué son, Características, Cómo Hacerlas. *Tu Gimnasia Cerebral* [en línea]. 17 marzo 2017. [Accedido 18 enero 2022]. Recuperado a partir de: <https://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-una-encuesta-caracteristicas-y-como-hacerlas>

MARIANA, R. La importancia del guion en la obra cinematográfica. *Escribe Cine* [en línea]. 26 octubre 2018. [Accedido 5 octubre 2021]. Recuperado a partir de: <https://escribecine.com.mx/la-importancia-del-guion-en-la-obra-cinematografica/>

MONTEAGUDO VALDIVIA, Pedro, SÁNCHEZ MANSOLO, Athos y HERNÁNDEZ MEDINA, Maylid. El video como medio de enseñanza: Universidad Barrio Adentro. República Bolivariana de Venezuela. *Educación Médica Superior*. junio 2007. Vol. 21, no. 2, p. 0-0.

OLGA. El color como elemento narrativo audiovisual. *DELAROSA FILMS* [en línea]. 21 noviembre 2019. [Accedido 7 diciembre 2021]. Recuperado a partir de:
<https://www.delarosafilms.com/color-como-elemento-narrativo-audiovisual/>

Paulino Gregorina, R. Los recursos disponibles para la enseñanza del inglés como lengua extranjera. *www.diariolibre.com* [en línea]. 2018. [Accedido 4 octubre 2021]. Recuperado a partir de: <https://www.diariolibre.com/opinion/en-directo/los-recursos-disponibles-para-la-ensenanza-del-ingles-como-lengua-extranjera-YE9745177>

PEÑA, Nicolás. El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-óptica. *Bitácora Urbano Territorial*. 4 mayo 2020. Vol. 30, no. 2, p. 101-112. DOI [10.15446/bitacora.v30n2.81512](https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n2.81512).

PICALAB. *paradigmas e inv. acción.pdf*, [en línea]. 2018. [Accedido 18 enero 2022]. Recuperado a partir de:
<http://media.picalab.cl/repo/descargas/bibliografia/Metodolog%C3%ADa%20de%20Investigaci%C3%B3n/paradigmas%20e%20inv.%20acci%C3%B3n.pdf>

REDATOR, Rock. Programas de diseño gráfico: ¡descubre las mejores herramientas aquí! *Rock Content - ES* [en línea]. 22 agosto 2018. [Accedido 24 noviembre 2021]. Recuperado a partir de:
<https://rockcontent.com/es/blog/programas-de-diseno-grafico/>

RODRÍGUEZ, Margareth. El uso del video para fortalecer la comprensión y producción oral (listening /speaking) en los estudiantes de Nivel III de inglés en un centro de enseñanza bilingüe de Barranquilla. [en línea]. 2020. [Accedido 11 noviembre 2021]. Recuperado a partir de:
<https://manglar.uninorte.edu.co/handle/10584/9444>

SARMIENTO BOJÓRQUEZ, María Alejandra, CADENA GONZÁLEZ, Mayte y CASANOVA ROSADO, Juan Fernando. El video como recurso didáctico para la enseñanza del idioma inglés en la educación media superior de la Universidad Autónoma de Campeche. *Atlante Cuadernos de Educación y Desarrollo* [en línea]. 4 diciembre 2018. No. diciembre.

[Accedido 4 octubre 2021]. Recuperado a partir de:

<https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/12/video-recurso-didactico.html>

SERRANO, Gloria Pérez y MARTÍN, Santiago Nieto. La Investigación-Acción en la Educación Formal y No Formal. . P. 22.

TRONCOSO-PANTOJA, Claudia A., DÍAZ-AEDO, Fredy, Juan P., PINCHEIRA-AGUILERA, Susana. Elaboración de videos didácticos: un espacio para el aprendizaje activo. *FEM: Revista de la Fundación Educación Médica*. 2019. Vol. 22, no. 2, p. 91-92. DOI [10.33588/fem.222.989](https://doi.org/10.33588/fem.222.989).

UAEH. Métodos básicos en la investigación cualitativa, la observación, [en línea].

[Accedido 18 enero 2022]. Recuperado a partir de:

<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n10/r1.html>

UNIR. Campos de aplicación del diseño gráfico: mejora tu futuro laboral. *UNIR* [en línea]. 2 noviembre 2021. [Accedido 25 noviembre 2021]. Recuperado a partir de:

<https://www.unir.net/ingenieria/revista/campos-de-aplicacion-diseno-grafico/>

UNIR. Diseño gráfico y transmisión de mensaje: una clase con Gustavo Gómez, *UNIR* [en línea]. 2021. [Accedido 26 noviembre 2021]. Recuperado a partir de:

<https://www.unir.net/ingenieria/revista/el-futuro-del-diseno-grafico-es-la-comunicacion-transmitir-un-mensaje-una-clase-con-gustavo-gomez/>

UNIVERSIA. Speaking: estrategias para practicarlo y aprobarlo. [en línea]. 2016.

[Accedido 9 diciembre 2021]. Recuperado a partir de:

<https://www.universia.net/ec/actualidad/orientacion-academica/speaking-estrategias-practicarlo-aprobarlo-1137521.html>

UNIVERSIA. Writing: estrategias para practicarlo y aprobarlo. [en línea]. 2016.

[Accedido 7 diciembre 2021]. Recuperado a partir de:

<https://www.universia.net/ec/actualidad/orientacion-academica/writing-estrategias-practicarlo-aprobarlo-1137294.html>

WIL. Origen e historia del idioma Inglés | EF English Live. [en línea]. 24 julio 2014.

[Accedido 10 enero 2022]. Recuperado a partir de: <https://englishlive.ef.com/es-mx/blog/ingles-en-la-vida-real/de-donde-viene-el-idioma-ingles/>

ANEXOS

ANEXO A: MODELO DE ENCUESTA PARA ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Inglés Estudiantes - EDG

La presente encuesta tiene como objetivo, determinar las opiniones de los estudiantes con respecto al inglés en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y determinar si consideran oportuno o no el recibir videos educativos de refuerzo con respecto al área del Speaking.

En que nivel de Inglés se encuentra cursando actualmente *

1ero

2do

3ero

4to

¿Cuál nivel de inglés le ha resultado a usted más difícil? *

Nivel 1

Nivel 2

Nivel 3

Ninguno

Dentro del desarrollo de las habilidades básicas del inglés, el speaking ¿Le representa cierta dificultad? *

Si

No

¿Considera que la capacidad de habla en inglés que posee es buena? *

Si

No

Las posibilidades de practicar el speaking, que usted a tenido son: *

Altas

Medias

Bajas

¿Cuál de los siguientes recursos utiliza usted para practicar el speaking? *

- Libros
- Audiolibros
- Videos
- Casset de Audio
- Diálogos con el docente
- Diálogos entre compañeros

¿Considera usted que las entonaciones en las palabras y la acentuación que se utiliza al hablar, es importante a la hora de realizar el speaking? *

- Si
- No

¿Qué porcentaje del tiempo de estudio del inglés lo dedica para el speaking? *

- Del 10%-20%
- Del 20%-40%
- Del 40%-60%
- Más del 60%

¿Ha utilizado usted, videos de refuerzo para el aprendizaje del speaking? *

- Si
- No

¿Considera usted, que los videos de refuerzo, serian un recurso didáctico adecuado para el aprendizaje del speaking? *

- Si
- No

¿Estaría usted dispuesto/a, a utilizar videos de refuerzo para el desarrollo del speaking? *

- Si
- No

ANEXO C: MODELO ENCUESTAS PARA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Validación Simple - Videos Didácticos

La presente encuesta tiene como objetivo, determinar las opiniones de expertos en el área de inglés, para la validación de los videos didácticos del proyecto "APLICACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA PRODUCCIÓN DE VIDEOS PARA EL DESARROLLO DEL SPEAKING" y determinar si consideran que los videos realizados son y serán de ayuda para el desarrollo del speaking en los estudiantes universitarios.

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

¿Cuántos años tiene como maestro/a de inglés? *

Texto de respuesta larga

¿Por qué considera usted que son importantes los videos como material de apoyo en la enseñanza del idioma inglés? *

Texto de respuesta larga

Dentro de las destrezas del idioma inglés, ¿el speaking debe desarrollar mediante? *

Texto de respuesta larga

4. Los estudiantes a su cargo al momento de aprender inglés, ¿tiene mayor dificultad en el speaking? *

Texto de respuesta larga

Análisis del video



Una vez que usted ha observado el video propuesto para la enseñanza del speaking, por favor conteste los siguientes indicadores

Considera que el vocabulario utilizado en el video es *

- Indispensable
- Muy útil
- Útil
- Quizás sirva
- No apto

Los ejemplos utilizados en el video son *

- Indispensables
- Muy útiles
- Útiles
- Quizás sirvan
- No aptos

La pronunciación dentro del video es *

- Indispensable
- Muy útil
- Útil
- Quizás sirva
- No apto

Las actividades didácticas que puede desarrollar el estudiante en el video son *

- Indispensables
- Muy útiles
- Útiles
- Quizás sirvan
- No aptas

El uso de gráficos dentro del video son *

- Indispensables
- Muy útiles
- Útiles
- Quizás sirvan
- No aptos

Considera que el nivel estético, uso de color, uso de tipografía, imágenes, es *

- Indispensable
- Muy útil
- Útil
- Quizás sirva
- No apto

Considera que este video para motivar al estudiante dentro del aprendizaje del speaking es *

- Indispensable
- Muy útil
- Útil
- Quizás sirva
- No apto

ANEXO D: RESULTADOS DE ENCUESTAS REALIZADAS A LOS EXPERTOS

Marca temporal	Dirección de correo electrónico	¿Cuántos años tiene con	¿Por qué considera usted	Dentro de las destrezas	4. Los estudiantes a su c
3/02/2022 22:17:24	ximefranco20@hotmail.c	15	Porque por medio de est	Diálogos, conversacione	Si
3/02/2022 22:18:38	wilson.rojas@espoch.edu	15	Porque son ilustrativos y	Se desarrollan mediante	Si, es una de las habilida
3/02/2022 22:21:24	ximefranco20@hotmail.c	15	Porque por medio de est	Diálogos, conversacione	Si
3/02/2022 22:45:45	crisrina.chamorro@espo	13 años	Porque ayudan a que el j	La práctica	Si, la mayoría
3/02/2022 22:52:13	yadira.cardenas@espoch	13 años	Ya que es una guía para	Las actividades que se h	Si
3/02/2022 23:10:02	mantza.larrea@espoch.e	20	Por qué permite que el	Proceso sea dinámico	La práctica diaria aplican
4/02/2022 8:55:46	alexandrae.orozco@esp	28	Porque incrementa su vo	prácticas continuas de p	si
4/02/2022 8:55:07	orojasa@espoch.edu.ec	25	Porque hay diferentes tip	VIDEOS, LYRICS, MOVI	Si, algunos.
4/02/2022 10:14:02	gloria.escondero@espoch	15	Nuestros estudiantes sor	trabajos en grupo, debat	si
4/02/2022 14:40:29	mescobar@espoch.edu.:	Veinte	Porque permiten que el e	Con lecturas de temas q	Si
5/02/2022 1:03:31	olynnacioba@gmail.com	13	Si ya que son refuerzo y	Diálogos. Pero no puede	Si es real porque no hay

Considera que el vocabu Los ejemplos utilizados e La pronunciación dentro

Muy útil	Muy útiles	Indispensable
Indispensable	Muy útiles	Indispensable
Muy útil	Muy útiles	Muy útil
Muy útil	Útiles	Muy útil
Útil	Útiles	Útil
Quizás sirva	Quizás sirvan	No apto
Útil	Útiles	Muy útil
Muy útil	Útiles	Muy útil
Indispensable	Muy útiles	Útil
Indispensable	Muy útiles	Indispensable
Muy útil	Muy útiles	Muy útil

La pronunciación dentro	Las actividades didáctica	El uso de gráficos dentro	Considera que el nivel es	Considera que este vide
Indispensable	Muy útiles	Útiles	Muy útil	Muy útil
Indispensable	Muy útiles	Útiles	Muy útil	Muy útil
Muy útil	Indispensables	Muy útiles	Útil	Muy útil
Muy útil	Útiles	Indispensables	Muy útil	Muy útil
Útil	Útiles	Útiles	Útil	Muy útil
No apto	Quizás sirvan	Útiles	No apto	Quizás sirva
Muy útil	Indispensables	Muy útiles	Útil	Muy útil
Muy útil	Muy útiles	Muy útiles	Indispensable	Útil
Útil	Útiles	Muy útiles	Muy útil	Quizás sirva
Indispensable	Indispensables	Indispensables	Muy útil	Muy útil
Muy útil	Útiles	Muy útiles	Muy útil	Muy útil

ANEXO E: CREACIÓN DE VIDEOS

Creación de guiones

Guion / Countable and Uncountable

- **INTRO DEL VIDEO**

- **Título del video**

- **Remember This:**

Countable nouns can be counted, e.g. an apple, two apples, three apples, etc.
Uncountable nouns cannot be counted, e.g. air, rice, water, etc. You can use
much, many, some, a lot of and any too.

(lectura de voz)

- **Examples:**

I have some tickets for the opera at 7:00 pm.
He has two books for the class, but I don't want study with him.
I have many friends and they are talking about the new dining room.
Can you give me some information about uncountable nouns?
There is a lot of sugar in the tea, I don't want any sugar please.

- **IT'S TIME TO PLAY**

- **DINÁMICA**

Listen and select the answer

I need six dolars for my new videogame

- Countable / Uncountable

There's lots of juice but there isn't much water

- Countable / Uncountable

Please help yourself to some cheese.

- Countable / Uncountable

- **FINAL DEL VIDEO**

Watch the video again, listen and repeat the pronunciation of the words, and
remember many is for countable and much for uncountable

(música en todo el video)

Guion video Simple Past

Guion / Simple Past

- INTRO DEL VIDEO

- Título del video

- Remember This:

With most verbs, the past tense is formed by adding –ed, but there are a lot of irregular past tense forms in English, so remember the rules of the Simple Past that you learned in class.

(lectura de voz)

- Examples:

We went to Chimborazo mountain for our holidays.

I tried to do the exercises of the professor of math.

I bought a hamburger in the new dining room in the ESPOCH

I didn't study for my principal test and I had a bad score

- IT'S TIME TO PLAY

- DINÁMICA

Listen the song and look the simple past and present continuous

Canción - Yesterday

- FINAL DEL VIDEO

Watch the video again, listen and repeat the pronunciation of the words, and remember in the Simple Past you can use irregular and regular verbs.

(música en todo el video)

Guion / Countable and Uncountable

- INTRO DEL VIDEO

- Título del video

- Remember This:

The present perfect continuous tense shows that something started in the past and is continuing at the present time. The present perfect continuous is formed using the construction has/have been + the present participle (root + -ing)

(lectura de voz)

- **Examples:**

They have been talking for more than a few minutes. Maybe they have a problem.

She has been studying English at ESPOCH since she was 18 years old, she is practicing German now.

We've been planning our vacation for a month, we will go to Chimborazo mountain.

Have you been feeling ok lately?

No, I have been feeling bad since last week.

- IT'S TIME TO PLAY

- DINÁMICA

John _____ at the bank since the last month

Has been working / Has been work

Mia _____ in flute competition recently.

Has is competing / Has been competing

_____ my wallet and keys recently?

Have you been seeing / You have seen

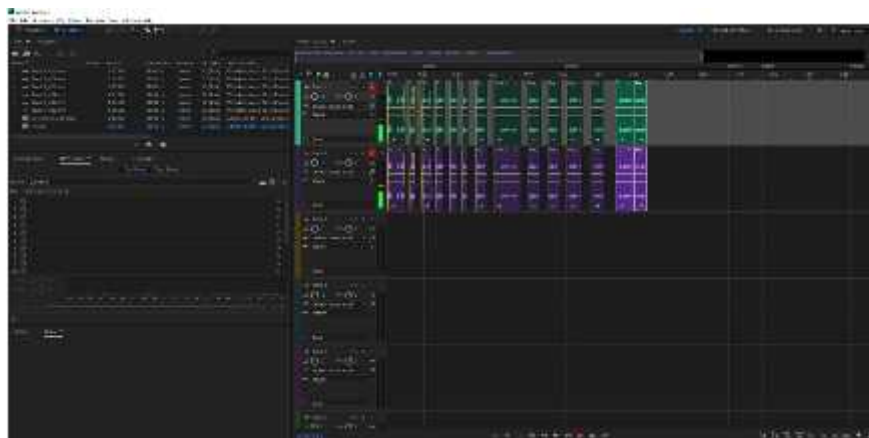
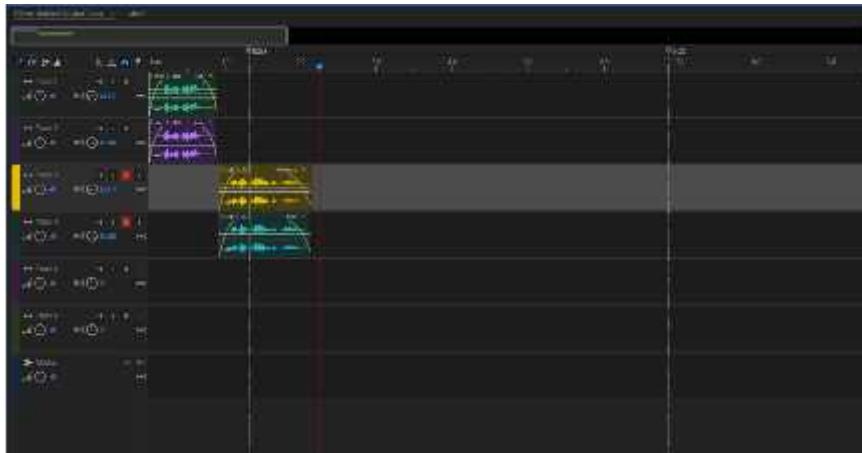
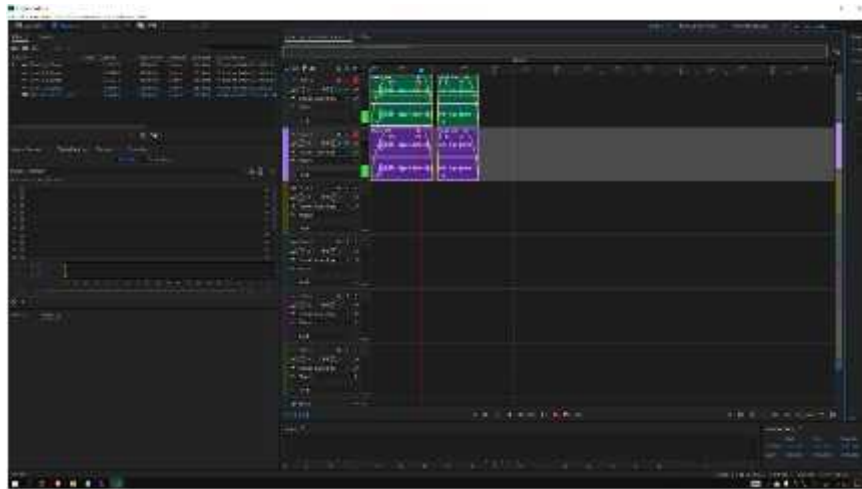
- FINAL DEL VIDEO

Watch the video again, listen and repeat the pronunciation of the words, and remember the present perfect continuous is formed using the construction has/have been + the present participle

|
(música en todo el video)

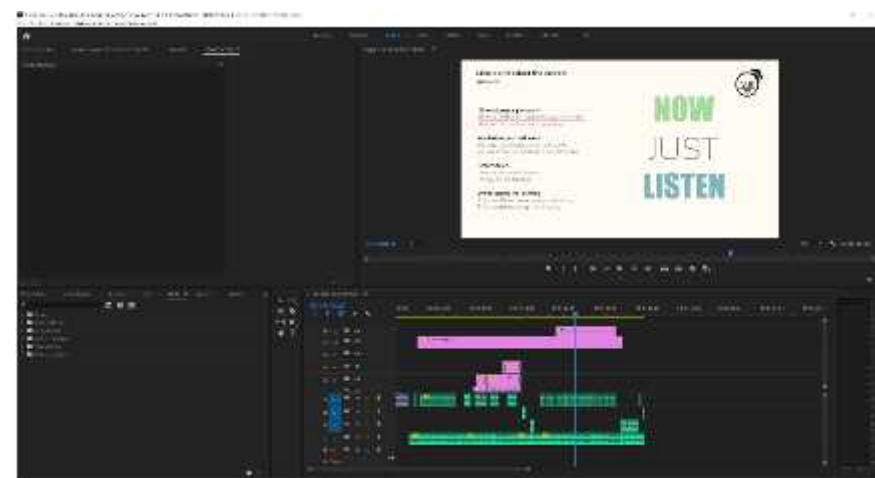
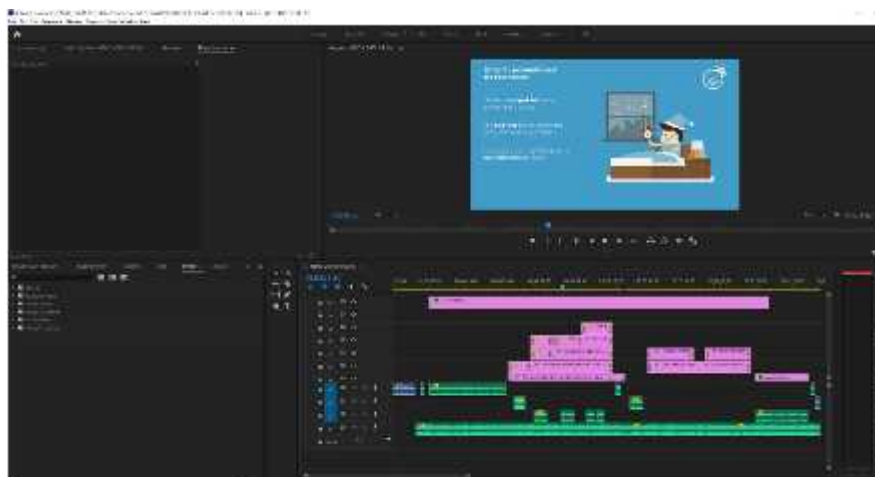
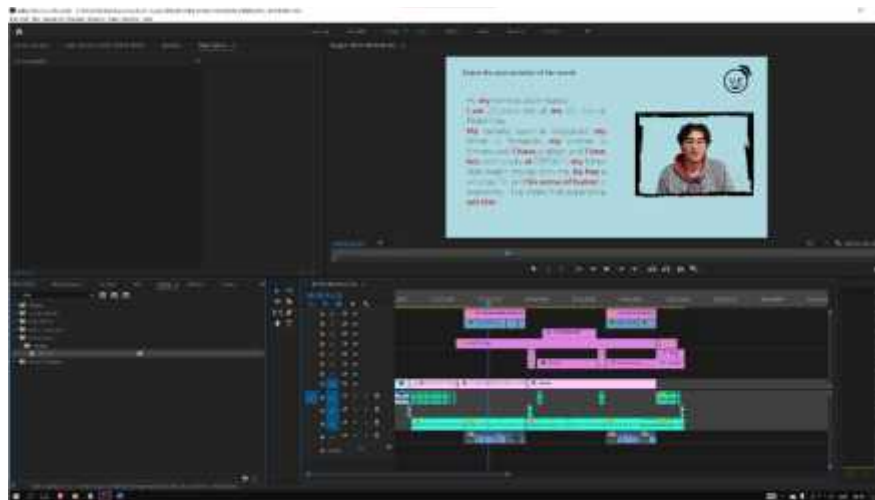
Guion video Countable and Uncountable

Grabación voces en off



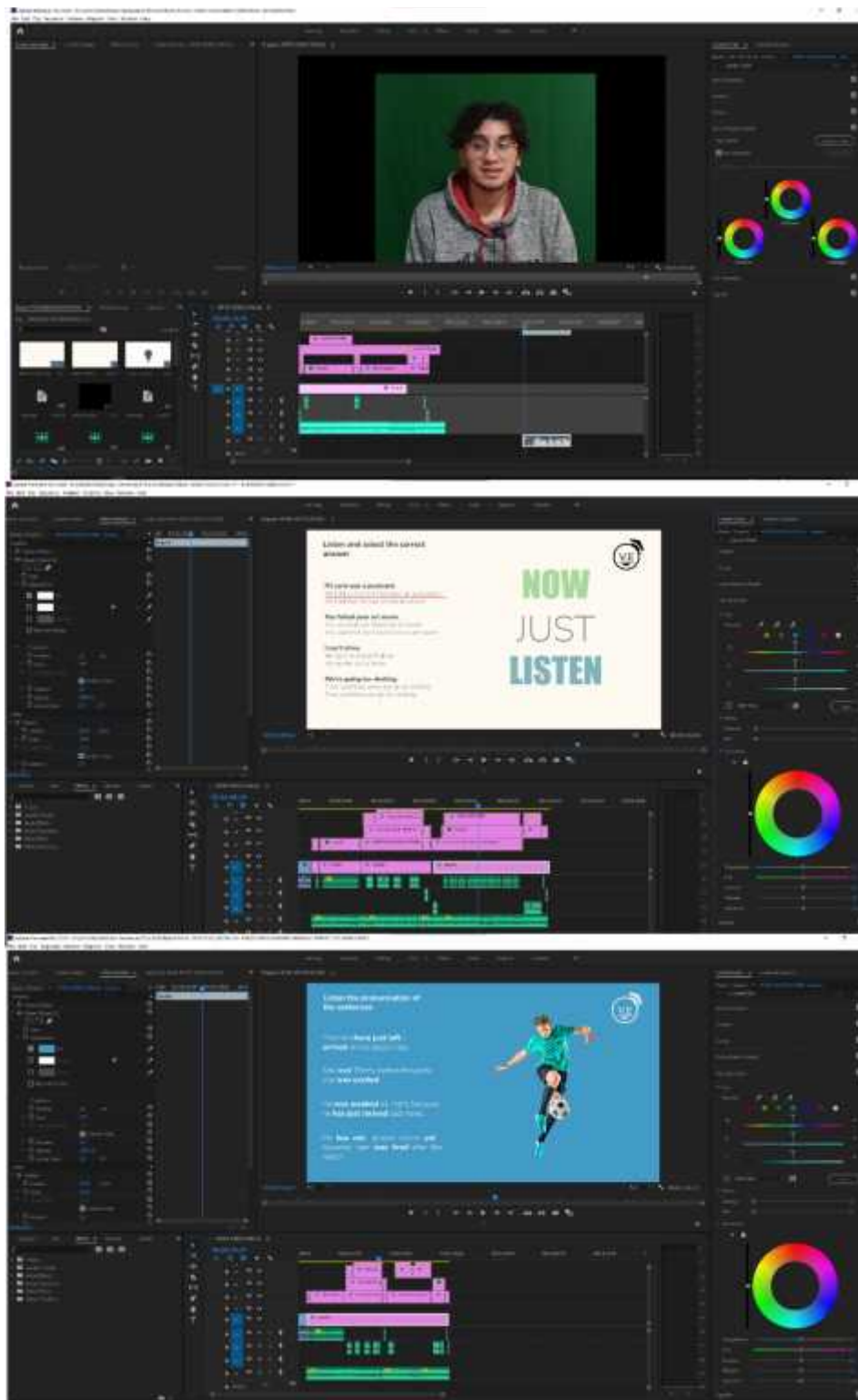
Imágenes Edición de Audio

Edición de Videos



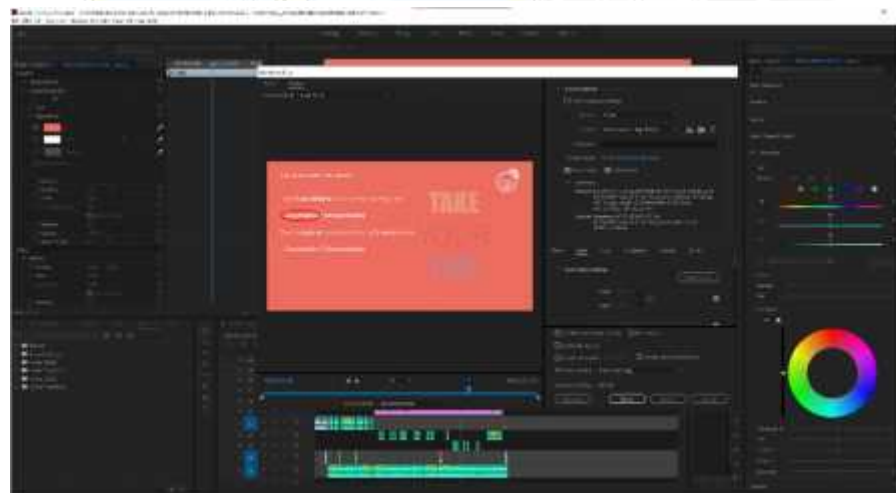
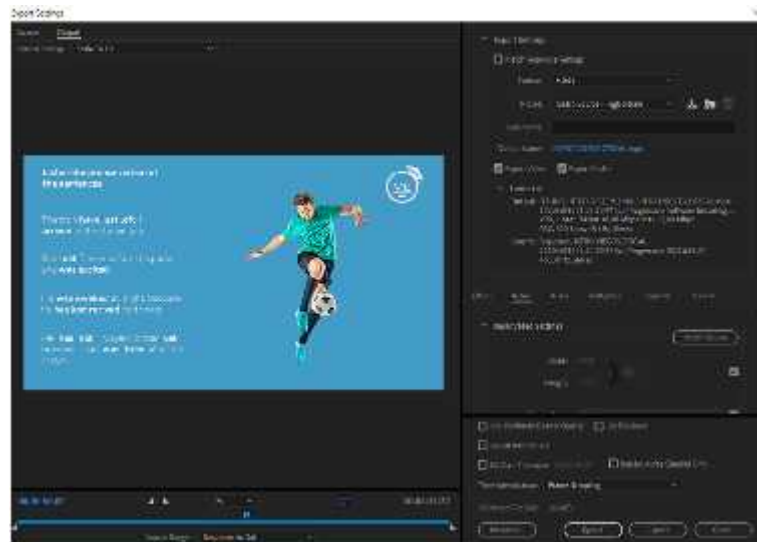
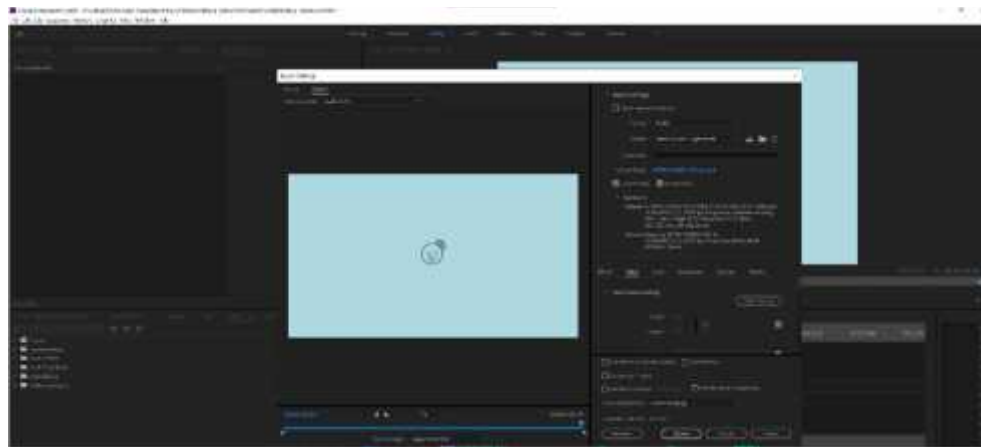
Imágenes Edición

Corrección de Color



Imágenes Edición de Color

Renderización



Imágenes Renderización

Subida de videos a Microsoft Stream

