



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE & DISEÑO  
GRÁFICO EMPRESARIAL**

Piezas gráficas para Instagram sobre la estabilidad emocional y la percepción en estudiantes de una institución educativa, Breña - 2022.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

**AUTORA:**

Lau Huaman, Pierina Anapaula ([orcid.org/0000-0001-9665-9333](https://orcid.org/0000-0001-9665-9333))

**ASESOR:**

Dr. Apaza Quispe, Juan ([orcid.org/0000-0002-1157-7185](https://orcid.org/0000-0002-1157-7185))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arte visual y sociedad: Investigación de mercados en el ámbito de la comunicación gráfica, imagen corporativa y diseño de producto.

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento.

LIMA - PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a las personas que me apoyaron y me dieron los ánimos para nunca rendirme y me ayudaron cuando más lo necesite, por extenderme la mano en los momentos difíciles.

### **Agradecimiento**

A mis docentes por brindarme todo el conocimiento que requerí en este proceso académico, a mi familia y a mis amigos por darme su apoyo incondicional.

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	vi
Índice de figuras .....	vii
RESUMEN .....	viii
ABSTRACT .....	ix
I.INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	7
III. METODOLOGÍA .....	19
<b>3.1 Tipo y diseño de investigación</b> .....	19
3.1.1 Enfoque de investigación .....	19
3.1.2 Tipo de investigación .....	19
3.1.3 Nivel de investigación .....	19
3.1.4 Diseño de investigación .....	19
<b>3.2 Variables y operacionalización</b> .....	20
3.2.1 Matriz de operacionalización .....	20
3.2.3 Variables 1: Piezas gráficas.....	21
3.2.4 Variable temática: Estabilidad emocional .....	22
3.2.5 Variables 2: Percepción .....	22
<b>3.3 Población, muestra y muestreo</b> .....	23
3.3.1 Población .....	23
3.3.2 Criterio de inclusión .....	23
3.3.3 Muestra .....	23
3.3.4 Muestreo .....	23
<b>3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	24
3.4.1 Técnica de recolección de datos .....	24
3.4.2 Instrumento .....	24
3.4.3. Validez .....	24
3.4.4. Confiabilidad .....	25
<b>3.5 Procedimientos</b> .....	25
<b>3.6 Método de análisis de datos</b> .....	26
3.6.1. Análisis descriptivos.....	26

3.6.2 Análisis inferencial .....	37
<b>3.7 Aspectos éticos.....</b>	<b>42</b>
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>43</b>
4.1 Resultados de análisis descriptivo .....	43
<b>V. DISCUSIÓN.....</b>	<b>50</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>66</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>68</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>70</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>77</b>

## Índice de tablas

Tabla N° 1: Identificación de variables.....	29
Tabla N° 2 Rho de Spearman de Piezas gráficas y la percepción en estudiantes.....	37
Tabla N° 3 Rho de Spearman de Comunicación y la percepción en estudiantes.....	38
Tabla N° 4 Rho de Spearman de medios digitales y la percepción en estudiantes.....	39
Tabla N° 5 Rho de Spearman de Emociones y la percepción en estudiantes.....	40
Tabla N° 6 Rho de Spearman de Acontecimientos y la percepción en estudiantes.....	41

## Índice de figuras

Figura N° 1: Gráfico de barras del Ítem 1.....	26
Figura N° 2: Gráfico de barras del Ítem 2.....	27
Figura N° 3: Gráfico de barras del Ítem 3.....	28
Figura N° 4: Gráfico de barras del Ítem 4.....	28
Figura N° 5: Gráfico de barras del Ítem 5.....	29
Figura N° 6: Gráfico de barras del Ítem 6.....	30
Figura N° 7: Gráfico de barras del Ítem 7.....	30
Figura N° 8: Gráfico de barras del Ítem 8.....	31
Figura N° 9: Gráfico de barras del Ítem 9.....	32
Figura N° 10: Gráfico de barras del Ítem 10.....	32
Figura N° 11: Gráfico de barras del Ítem 11.....	32
Figura N° 12: Gráfico de barras del Ítem 12.....	33
Figura N° 13: Gráfico de barras del Ítem 13.....	34
Figura N° 14: Gráfico de barras del Ítem 14.....	34
Figura N° 15: Gráfico de barras del Ítem 15.....	35
Figura N° 16: Gráfico de barras del Ítem 16.....	36

## RESUMEN

Esta investigación titulada “Piezas gráficas para Instagram sobre la estabilidad emocional y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar Breña, Lima 2022”. La cual tuvo como objetivo principal determinar la relación entre las piezas gráficas para Instagram sobre las emociones y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022. La cual llevó a cabo una investigación de tipo aplicada, nivel descriptivo, con un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo a una población de 120 estudiantes donde se trabajó con un tamaño de muestra de 92 estudiantes que se obtuvo mediante una fórmula matemática, se elaboró un cuestionario con 16 preguntas las cuales se respondió con la escala de Likert, de los cuales se obtuvo un 0.940 en el Alfa de Cronbach que resultó ser un nivel de confianza alto. Dentro del análisis inferencial se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.701 para la hipótesis general de la investigación siendo este un resultado positivo junto a su significancia que resultó ser 0.00 la cual es menor a 0.05 ( $p=0,001 <0.05$ ), aceptando las hipótesis planteadas. Finalmente se concluyó la existencia de una correlación entre las variables piezas gráficas y percepción.

**Palabras claves:** Piezas gráficas, diseño gráfico, estudiantes, Instagram, estabilidad emocional



## ABSTRACT

This research entitled "Graphic pieces for Instagram on emotional stability and perception in students of the I.E. Mariano Melgar Breña, Lima 2022". The main objective of which was to determine the relationship between the graphic pieces for Instagram on emotions and perception in students of the I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022. Which carried out an applied type of research, descriptive level, with a non-experimental design and a quantitative approach to a population of 120 students where a sample of 92 students was obtained through a mathematical formula, a questionnaire was prepared with 16 questions which were answered with the Likert scale, of which a 0.940 was obtained in Cronbach's Alpha, which turned out to be a high level of confidence. Within the inferential analysis, an equivalence coefficient of 0.701 was obtained for the general hypothesis of the investigation, this being a positive result together with its significance, which turned out to be 0.00, which is less than 0.05 ( $p=0.001 < 0.05$ ), accepting the hypotheses. Finally, the existence of a connection between the variables graphic pieces and perception was concluded.

**Keywords:** Graphic pieces, graphic design, students, Instagram, emotional stability

## **I.INTRODUCCIÓN**

Para la especialidad del diseño gráfico, los profesionales desarrollaron diferentes formas visuales en las que se transmite un mensaje, donde las piezas gráficas se convirtieron en un término importante para definir a un conjunto de diversos componentes gráficos que ayudan a transmitir una idea. El diseño implementó mensajes eficientes y llamativos para el espectador, puesto que logró informar de diferentes marcas, compañías, instituciones, etc. Ya que el uso de los recursos del diseño como el color, la fotografía, las formas y los otros elementos que se conocen dentro de este campo causó una buena impresión y ayudó a aliviar el propósito de un comunicador gráfico, lo que permitió que el mensaje gráfico sea valorado.

Hubo muy poca probabilidad de que una persona por sí misma quiera acceder a la información que se encuentra dentro de los libros y las páginas web confiables que toquen los temas de estabilidad emocional, por lo general estas fueron fuentes de información muy serias y poco llamativas para un espectador que busca información espontánea, pero que pueda ser confiable. Por lo cual, sucedió que en la mayoría de los casos de búsqueda de información acerca de las emociones no fuera tan consultada por la población joven que es la que debe de estar más informada del tema, porque durante la etapa del desarrollo adolescente se sitúan situaciones que pueden ser desfavorables para su salud emocional.

Según los trends del año 2020 de la plataforma Google, que son los porcentajes de las búsquedas que fueron más solicitadas dentro del navegador, demostraron que las personas buscaron más información acerca de la salud y cuidado. Esto debido a que era una preocupación que había llegado a la mayoría de la población, ya que la problemática dentro del ámbito de la salud estuvo en riesgo por la poca información que se podía obtener de una nueva enfermedad. Este hecho demostró que las personas tenían a internet como la principal fuente de información sobre temas importante para la población.

Los problemas de salud resultaron ser muy importantes para las personas. Sin embargo, llegó un nuevo problema que también hizo ruido dentro de la sociedad, este atacaba más al ámbito de la salud emocional. Según el autor García (2018), lo definió como un proceso de influencia en las personas sobre sus emociones, donde

la estabilidad de conducta del individuo al atravesar un momento difícil puede agravar su comportamiento y ayudar a que tenga un desarrollo de trastorno psicológico grave.

En Sudamérica, en los años anteriores a la pandemia, la salud emocional de los adolescentes varió mucho. Ellos experimentaron situaciones de soledad, trastornos de estrés, y más a raíz del confinamiento global que se desarrolló durante la primera etapa de la última pandemia. Según los autores Ortiz y Núñez (2020), los estudiantes han atravesado emociones negativas como la frustración, ansiedad y el estrés, con una agravante de depresión y enojo en sus conductas. Después de que se propagó toda la enfermedad, los latinos han manifestado grandes cantidades de emociones negativas por toda la situación que se estuvo viviendo alrededor del mundo.

El Perú tuvo una situación similar, a nivel nacional hubo carencias en las emociones de la población joven y adulta. Esto fue un problema que ya tuvo varios años de abandono para la prevención. Según el MINSA (30 de septiembre de 2021), el 70% de los peruanos adolescentes tuvieron afectación en su salud mental. Mientras que, según el INSM (10 de junio de 2021). El 52.2% de los ciudadanos limeños sufrieron de algún tipo de estrés, durante el año 2020. La importancia que se otorgó a los índices de estabilidad emocional en los peruanos fue escasa, Según Solórzano (2019), manifestó que al mismo tiempo se suscitaron reportes de violencia psicológica en contra de los adolescentes peruanos. Esto ocasionó que algunos comportamientos negativos se agravaran.

Por lo mencionado, es importante que las personas tengan interés por informarse con temas relacionados a la salud, aunque hay una infinidad de material informativo convencional que puede servirle a alguien que tenga la necesidad de averiguar más acerca del tema, se puede también optar por el material informativo más actual que son los que se encuentran en las páginas web en específico en las redes sociales, contenido confiable brindado por profesionales y otras personas estudiadas que aborden los temas de estabilidad emocional, que capte a un usuario que busca una información espontánea, pero que pueda ser confiable.

Las personas prefieren buscar datos certeros e información rápida que pueda brindar una página web, ya que otras fuentes de información resultan ser una tarea

tediosa que requiere de más tiempo y que tiene menos cantidad de fuentes informativas. Blázquez et al. (2018) indicó que se incrementó el porcentaje de la población que emplea el internet para la búsqueda de información acerca del cuidado de la salud. Sobre todo, para los usuarios que utilizan internet y están en la búsqueda de material que contenga elementos llamativos que acompañen la información. Esto debido a que el material tradicional tiene pocas opciones atractiva y creativa.

Los usuarios registrados sirvieron de ayuda para dar a conocer información relevante acompañada de contenido llamativo que no solo fuese basado en entretenimiento. Se ha demostrado que los profesionales también han compartido información valiosa para la audiencia de internet, dado que fue de ayuda para sus vidas, en especial para las personas jóvenes que fueron los que más atentos se encontraron ante los contenidos creativos de las redes y fueron críticos a que estos cuenten con toda la información de manera resumida y atractiva siento de mucho valor obtenido o compartida por un profesional que pueda ser bien informado y empleé la plataforma como un medio de comunicación para la ayuda de una comunidad.

Se tomó en cuenta que la información preventiva dentro de la plataforma fuera llamativa e interactiva de acuerdo con las tendencias que desarrollaron los usuarios de internet frente a un determinado contexto. Sirvió de ayuda para identificar información precisa que fuera de ayuda para las personas con especial interés en la estabilidad emocional. Después de todo, la información llega a la vista de distintos usuarios que se encuentran navegando por la red, siendo este contenido fácilmente obtenido por las personas interesadas en obtener un conocimiento positivo acerca de emociones y que ayude al individuo a que adquiera información nueva y concisa sobre esta temática.

Por el problema anteriormente descrito, se elaboraron diversas piezas gráficas para una de las redes sociales que se encuentra en tendencia en la actualidad, como lo es Instagram. Esto por su fácil acceso, gratuito y muy interactivo entre los usuarios registrados y la facilidad en la que se publicaron los posts creativos, historias destacadas, ilustraciones, edición de fotos y textos para que la información pueda ser llamativa. Las referencias consultadas para la divulgación de la información

fueron consultadas por fuentes académicas confiables que lograron difusión dentro de los usuarios de Instagram.

Todas aquellas piezas gráficas mencionadas fueron divulgadas de forma correcta, precisa y con veracidad dentro de la red social. Estas piezas gráficas resultaron ser un contenido entretenido que fue apreciado por los adolescentes y jóvenes estudiante de las instituciones educativas y también de los usuarios que se encuentran navegando por internet; obtuvieron una visualización llamativa y logró ser un aporte positivo dentro de esta red que ayudó a los jóvenes a que se informaran de forma correcta, alcanzable, llamativa y de mejor asimilación e interés para el público.

A causa de la problemática detectada, se planteó las siguientes preguntas, donde la pregunta general fue: ¿Cuál es la relación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022? También se plantearon las siguientes interrogantes específicas:

¿Cuál es la relación entre la comunicación visual acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022?

¿Cuál es la relación entre los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022?

¿Cuál es la relación entre las emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022?

¿Cuál es la relación entre los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022?

La justificación social de esta investigación resultó ser beneficiosa a futuras investigaciones sobre temas de contenido informativo confiable que puedan ser divulgadas en redes sociales con el fin de dar a conocer posibles soluciones y maneras de prevención en temas de salud u otros. Asimismo, de la detección de problemas sociales con ayuda de contenidos llamativos. También contribuirá en el material informativo que pueda ser actualizado y compartido por distintas

comunidades en las redes, siendo de esta forma un contenido que puede llegar a ser divulgado de manera masiva.

Es conveniente también, ya que esta investigación servirá como un antecedente para las investigaciones que incluyan elaboración de piezas gráficas para redes sociales acerca de temas relacionados con la salud y cuidado, siendo una justificación teórica debido a que aportará a futuras publicaciones que implementan las piezas gráficas para divulgar información en los medios digitales a causa de las preocupaciones en la salud mental de los distintos usuarios en internet. Asimismo, aportó datos estadísticos de la percepción de los estudiantes que se pueda obtener de la apreciación e interacción de las piezas gráficas publicadas.

Los resultados de esta investigación generó un cambio en la idea que algunas personas tienen con el uso de las redes para solo obtener información de entretenimiento y temas que no retribuyan ningún aporte importante hacia los problemas sociales, con la implementación de propuestas gráficas como una estrategia nueva hacia la desinformación que abunda en internet o las pocas páginas que puedan otorgar una recopilación entendible y diseñada para que se otorguen los datos exactos que haga que una persona en etapa escolar pueda informarse acerca de los temas que se requiera trabajar en diferentes ámbitos. Ya que a medida que la comunicación tradicional masiva se va renovando los usuarios buscan los datos más precisos para que puedan ser analizados en un corto tiempo.

Se propuso como objetivo principal para la investigación: Determinar la relación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022. Junto a los objetivos específicos de la que serán los siguientes:

Determinar la relación entre la comunicación visual acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Determinar la relación entre los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Determinar la relación entre las emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Determinar la relación entre los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Para formular la hipótesis se tomó en cuenta a Arispe et al. (2020), señalan que se pueden plantear posibles soluciones, ante la problemática planteada en el cual el investigador propone de acuerdo al proceso de su trabajo de investigación. Tomando en cuenta lo anteriormente expuesto se plantearon las siguientes hipótesis, en el cual la hipótesis general es:

Hi: Existe relación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Ho: No existe relación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Asimismo, se plantearon las hipótesis específicas para cada dimensión:

Hi: Existe relación entre la comunicación visual acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Ho: No existe relación entre la comunicación visual acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Hi: Existe relación entre los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Ho: No existe relación entre los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Hi: Existe relación entre las emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Ho: No existe relación entre las emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I. E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Hi: Existe relación entre los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Ho: No existe relación entre los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Se tuvo como respaldo al presente trabajo de investigación diversas fuentes que se han logrado recolectar, tantas fuentes de origen nacional e internacional con respaldo confiable. De tal modo que se complementen los datos que fueron extraídos con la información relacionada a las dos variables de la investigación. Por consiguiente, se muestra en primer lugar los antecedentes nacionales en donde se consideraron a los siguientes autores:

Huivin (2021) en su tesis titulada *Piezas gráficas sobre alimentación de comida chatarra y la percepción visual de jóvenes en Lima – Norte, 2021* estableció el objetivo principal analizar la existencia de la relación entre un conjunto de piezas gráficas con una temática de alimentación no saludable y la percepción del contenido gráfico para los jóvenes. La investigación se desarrolló bajo la metodología no experimental, teniendo un enfoque cuantitativo con un nivel correlacional, en donde se escogió como población fue un total de 150 jóvenes y la muestra elegida fue de 108 jóvenes, los cuales respondieron la encuesta desarrollada con un total de 14 preguntas respondidas bajo la escala de Likert, dando como resultado una confiabilidad de 0.803 y una significancia de 0,012. En cuanto a las conclusiones de la investigación sobre la existencia de una relación entre los jóvenes de Lima norte y que se logró transmitir un mensaje y la adquisición de un nuevo conocimiento, porque se acepta una correlación entre el contenido gráfico y la percepción de los jóvenes.

Medina (2018) quien elaboró una investigación titulada *Diseño de una pieza gráfica sobre el reciclaje de papel y la percepción visual en los estudiantes de 5° y 6° de primaria de cinco I.E. Ancón, Lima 2018*, planteó para su objetivo principal el descubrimiento de la existencia de relación entre una pieza visual acerca de la reutilización del papel y determinar cuál sería la percepción en estudiantes de un colegio en Ancón. La investigación trabajó una metodología no experimental, con un enfoque cuantitativo y un nivel correlacional, el cual implementó su instrumento en un total de 940 estudiantes y un total de 273 estudiantes como la muestra que fueron encuestados en un colegio de primaria, con un resultado de 0.789 de confiabilidad y un valor de 0,000 de significancia, concluyendo que existía una aceptación entre las dos variables trabajadas.



Taipe (2021) trabajó su investigación bajo el título de *Piezas gráficas sobre la educación virtual y la percepción visual en estudiantes de secundaria, Independencia, Lima 2021*. Se planteó el objetivo de determinar la existencia de una relación de las piezas gráficas acerca de la educación virtual y la percepción en estudiantes de nivel secundario. Se trabajó como metodología un diseño no experimental, un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado con un nivel correlacional, donde se les formuló la pregunta a un total de 118 estudiantes en la que se toma como muestra de estudio a 91 estudiantes. Como instrumento de recolección de datos de la encuesta que fue conformada por 15 preguntas, dando como resultado una confiabilidad de 0.966, por lo que posee una alta confiabilidad. Debido a esto se concluyó que si existía una relación entre las piezas gráficas que trataban la educación virtual y la percepción para los estudiantes de nivel secundario.

Anicama (2018) desarrolló un trabajo titulado *Percepción de los universitarios de Lima frente a las piezas gráficas publicitarias de KFC en Facebook*. La investigación se planteó el objetivo de poder explicar la percepción de los jóvenes estudiantes de universidades que han visualizado las piezas gráficas que trataban publicidad de una marca de comida rápida publicada dentro de la red social Facebook. Dicha investigación implementó una metodología cualitativa de diseño fenomenológico, en donde su población de estudio fueron los universitarios de la provincia de Lima, junto a 60 estudiantes universitarios de esta localidad. Se aplicó un cuestionario con 17 preguntas aplicando la respuesta con la escala de Likert para poder responderlas, dando como los resultados que los estudiantes no obtuvieron una alta interacción ante las piezas gráficas dando como resultado solo un 57% de percepción positiva, ya que las fotografías y los demás elementos que conformaron las piezas fueron poco creíbles ante la vista del espectador, motivo por el cual no se encontró la aceptación ante las imágenes que fueron percibidas por estos jóvenes universitarios.

Gil (2018) elaboró una tesis de licenciatura titulada *Los elementos gráficos del post de la empresa Punto Orgánico y la interacción de los usuarios en Facebook, 2018*. Esta investigación tuvo como objetivo el desarrollo de piezas gráficas para ser publicadas para analizar esta percepción en los usuarios. Para ello se implementó una metodología de diseño fenomenológico, de enfoque cualitativo tipo sustantivo y

nivel explicativo-casual. En el que se empleó una población de 45 personas entre varones y mujeres, evidenciando la no existencia de una identidad gráfica por de la entidad que maneja el perfil en la plataforma. Por lo que se concluyó que realizar un manual de identidad era la mejor manera de construir una imagen corporativa que acompañe a la marca para una mejor interacción en conjunto con las herramientas gráficas y que esto ayude a que las personas que visualicen el contenido no generen una percepción negativa sobre esta.

Del mismo modo, se obtuvieron para los antecedentes internacionales las siguientes fuentes que sirvieron de sustento para la información descrita, por ello tenemos a:

Mendoza (2019) realizó un su artículo de investigación titulado *Análisis de piezas gráficas implementadas en la promoción de la carrera de diseño gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas en el periodo 2008 al 2015*. El cual planteo como objetivo principal poder evaluar las diferentes piezas que se utilizaron para promocionar la carrera de diseño en dicha universidad en los años establecidos. En este trabajo se implementó una metodología mixta, la cual tuvo una población total de 100 personas constituidas entre estudiantes y graduados, dando como resultado una percepción favorable del 65% de la población ante las piezas gráficas. Concluyendo que la relevancia en sus piezas gráficas fue adecuada para el público receptor y donde se puede identificar que las piezas gráficas que implementaron un eslogan y otros elementos del diseño aportaron un mensaje final que los receptores visuales de estas puedan recordar.

Roa (2021) desarrolló una investigación titulada *Utilización de Instagram como una herramienta pedagógica para la enseñanza de morfología en tiempos de Covid-19*, en donde se planteó proponer utilizar la red social Instagram como una herramienta para compartir contenido informativo para estudiantes universitarios acerca de información para estudiantes de medicina. En este trabajo se compartió una cuenta con material informativo para la universidad de Talca. Se desarrolló una metodología no experimental y tuvo una población de 153 de estudiantes en Chile, dando como resultado un total de 39% de estudiantes que aplico un uso favorable a las piezas gráficas publicadas en la plataforma. Concluyendo que todo el contenido compartido mediante la cuenta de Instagram fue recibido de forma positiva en donde

resaltaron la calidad del material brindado, así como también fue de fácil acceso a la información mediante móvil y computadoras, resaltando que es una herramienta metodológica viable para estos estudiantes.

Calle (2015) en su tesis de licenciatura en publicidad titulada *Elaboración de piezas gráficas de identidad, información y promoción como herramientas de apoyo al sistema de comunicación actual del Programa de Inserción del Adulto Mayor a una Vida Activa y Saludable del Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas del Ecuador*, implementó a una población de adultos mayores que asistían al centro de “Una vida activa y saludable”. En este trabajo desarrolló mediante una metodología de enfoque mixta de investigación descriptiva, teniendo como población elegida a las personas adultas mayores que acudían al gimnasio de Cali. En el cual se obtuvo los resultados que arrojaron que el 81.5% de encuestados tuvo una aceptación favorable ante las piezas gráficas elaboradas para proporcionar información. Se concluyó que las piezas gráficas lograron persuadir a los adultos mayores para obtener la información acerca de los talleres que ofrecieron. Asimismo, los afiches lograron informar acerca de los programas y el storytelling elaborados cumplieron la meta de compartir historias de vida de los adultos mayores.

Quezada (2020) en el desarrollo de su investigación titulada *Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos artesanales que distribuye la empresa De mi Guate*, tuvo como objetivo diseñar el contenido gráfico para resaltar la marca de los productos ofrecidos por “De mi guate” en las redes sociales. Esta investigación implementó una metodología de estudio de enfoque mixto, el cual fue aplicado a una población de 25 personas que era su público objetivo entre clientes y expertos en comunicación visual. Se obtuvo como resultado que los gráficos y elementos digitales promueven en las redes sociales los productos que se ofrecen mejorando las ventas de la empresa “De mi Guante”. Además se evidenció que es recomendable mantener una muy marcada identidad gráfica dentro de su perfil de la red social para que el contenido visual sea agradable ante la vista de los usuarios.

Erarslan (2019) realizó un trabajo de investigación titulado *Instagram as an education platform for EFL learners* publicado para *The Turkish online journal of educational technology* en Turquía, el cual se planteó como objetivo explorar acerca

de las opiniones que tienen los estudiantes universitarios que usan Instagram como una plataforma educativa para aprender un idioma y cuál es el efecto en los que la utilizan. Además, buscó conocer cuál es el impacto que genera la red social Instagram en el proceso de aprendizaje. Esta investigación tuvo una metodología en la cual se mezclan los dos tipos de enfoques, se trabajó con 219 estudiantes como una población y un tamaño de muestra de 80 estudiantes. Los cuales estuvieron en proceso de aprendizaje de un idioma complementario para sus estudios formales, arrojando un resultado favorable para los estudiantes que indicaron que facilitó su aprendizaje y en cuanto a las publicaciones otorgadas por el perfil en Instagram ayudaron de forma positiva en su aprendizaje. Finalmente, se concluyó que Instagram sí mejora el aprendizaje y lo utiliza como un complemento de enseñanza para los estudiantes resaltando que esta plataforma viene siendo empleada para consultar información relevante para sus usuarios.

Se respaldó la información de la presente investigación contando con la autora principal López (2014), en su libro de Diseño gráfico digital donde define de manera muy amplia varios aspectos del diseño gráfico entre ellos las diferentes piezas gráficas digitales que se pueden elaborar en productos tanto impresos como digitales. También contamos con, Villarreal (2018), Ramos (2019), Egas (2015) y Pettersson (2022). Asimismo, para desarrollar la temática de la investigación se tomó como autor principal a Robayo (2020) que elaboró un trabajo de investigación acerca de la estabilidad emocional donde la define junto a las emociones y acontecimientos que pueden conllevar el equilibrio en la inteligencia emocional, y fue respaldado por Fattah (2020), Serebryakova et al. (2016), Sarvaiya (2018) y Mohammad et al, (2016). Y, por último, a Torres (2016) que definió la percepción ligada a la psicología que ejerce el diseño gráfico y sus piezas gráficas al espectador, el cual tuvo el respaldo de Anders, N. et al. (2021), Qiong O. (2017), Shynu *et al* (2021) y Campos (2019) para amplificar las variables estudiadas.

Para la primera variable denominada piezas gráficas, se tuvo como respaldo a la autora principal López (2014) que definió a las piezas gráficas como un conjunto de elementos donde se involucra principalmente la fotografía, ilustración y las imágenes editadas por una computadora. Estas piezas tienen la finalidad de transmitir un mensaje a un determinado público de forma visual y ordenada, con las técnicas de

comunicación visual empleadas por los diseñadores gráficas, a través de los medios digitales.

Como primer indicador para la comunicación visual, López (2014) describió a los elementos de la comunicación que intervinieron en este tipo de intercambio de información. En donde se establece que el propósito del comunicador gráfico es de poder concretar la comunicación codificando el mensaje con los elementos visuales que ellos pueden manejar, bajo la intervención de los principales elementos de una comunicación: el emisor, el mensaje y el receptor.

Como segundo indicador se encontró al diseño gráfico donde, López (2014) indica que el diseñador gráfico es un profesional que intercede en la interpretación de los elementos visuales hacia un público, pues este ayuda a que se pueda entender y darle una forma creativa que, para poder comunicar un mensaje, que ayuda que pueda ser entendido de una mejor forma y que logre captar atención al público objetivo. Ya que al ayudar a diseñar un producto visual que conlleva una información importante que es proporcionada por una entidad necesita que el diseñador pueda comunicar el mensaje que se requiere dar a conocer.

Como tercer indicador estuvieron las formas visuales que, según López (2014) son las formas visuales que contienen las piezas gráficas para los medios impresos y los digitales, las cuales son elaboradas por el diseñador gráfico, siendo esta una tarea de suma relevancia para el diseñador. Pues, se debe tener un extremo control en los elementos visuales de una empresa, además de una notoriedad dentro de la web. Esto debido a que las empresas tienen su identidad asociada a sus perfiles de redes sociales y que están en continua interacción con el público.

Para la segunda dimensión se tuvo a los medios digitales que, según López (2014) fueron nada más ni nada menos que todos los formatos utilizados para los medios digitales de la web, pues debido a las nuevas pantallas que ha proporcionado la tecnología y los nuevos medios digitales es conveniente trabajar los formatos elásticos, las cuales son formatos que modifican en medida sus proporciones adaptándose a los medios por los cuales se puedan visualizar, este formato es el que más se adecua a los formatos de la web y su visualización en múltiples tipos de dispositivos.

Como primer indicador se estableció a la identidad gráfica que, según López (2014) es el desarrollo de una línea gráfica la cual es tenida como una tarea de importancia para el diseñador, ya que se debe tener un cuidado en los elementos visuales como color, tipografía, formas, etc., los cuales van a estar presente dentro de su desarrollo para la identidad visual para una entidad que va a ser exhibido en los medios digitales y las otras plataformas que se requiera para contener la identidad y pueda ser reconocido por el público.

Como segundo indicador los elementos gráficos fueron planteados por López (2014) por lo que los definió como objetos gráficos que se encuentran presentes en los archivos de diseño vectorial y mapa de bits, los cuales cada uno de estos cuentan con diferentes propiedades que se basan en el color del elemento, su contorno, tamaño y su posición en el dispositivo en el cual se está proyectando, los cuales se pueden modificar más de una vez.

Como un respaldo a la información expuesta por López se consideraron las siguientes definiciones por otros autores que de igual manera definieron a las piezas gráficas:

Villarreal (2018) definió a las piezas gráficas como un conjunto de acciones que pueden incluir múltiples ramas del diseño gráfico, entre los principales se encontraron los elementos gráficos para los medios de comunicación, creación de sitio web o softwares, diseño de videojuegos, diseño de campañas publicitarias, gráficos en 3d, son algunas de las disciplinas donde se proyectarán las piezas gráficas resaltando que cualquier pieza tiene el potencial de adaptar diferentes formas visuales que pueda son aplicables a los diferentes campos del diseño.

Ramos (2019) expuso que las piezas gráficas serían un conjunto de signos y símbolos conocidos dentro de una cultura específica, los cuales generan un tipo de reconociendo en el momento de su apreciación, ya que el espectador procede a observar dichos elementos y lo puede identificar con su propia cultura, asimismo define a las piezas gráficas como parte de una cultura y su información que puede ser manipulada a los criterios del diseñador.

Egas (2015) tuvo un concepto bien definido acerca de las piezas gráficas, este autor en su investigación indicó que como composiciones visuales que incluye

elementos gráficos, los cuales están diseñados con un objetivo determinado el cual sería de poder transmitir un mensaje específico de manera visual, lo cual se podrá lograr con apoyo de las piezas gráficas que son reflejadas a diferentes soportes y adaptable a diferentes aplicaciones.

Pettersson (2022) que Indica que tiene una funcionalidad y estética empírica que evoluciona cada día la forma gráfica tradicional de comunicación mediante medios impresos y digitales, que en la actualidad más allá de los diseño en mensaje e información, ya que abarca diferentes ámbitos en los cuales se puede diseñar representaciones gráficas que contengan elementos de comunicación para un determinado propósito

En la variable temática de la investigación tenemos a la estabilidad emocional que fue respaldada por Robayo (2020) donde definió a la estabilidad emocional como un factor influyente en el bienestar de las emociones de la persona, con el cual se puede llegar a tener estados de ánimo que permitan pensar y actuar de manera prudente y reflexiva ante acontecimiento inesperados que puedan surgir dentro de los diversos episodios que se tiene dentro de la vida humana.

Como primera dimensión de la estabilidad emocional Robayo (2020) planteó a las emociones, las cuales las definió como un conjunto de sentimientos que surgen en las personas a partir de vivencias agradables y desagradables que ocasionan que la inteligencia emocional del humano pueda cambiar repentinamente en el momento que se sitúe un acontecimiento inesperado o en ciertas etapas de la vida de las personas.

Como primer indicador de las emociones Robayo (2020) propuso a las situaciones agradables que pueden generar que las emociones tengan repercusión en el entorno personal, que por lo general se hacen presente en situaciones positivas, son emociones equilibradas y felices que pueden llegar a comprenderse en y aflorar situaciones pacíficas.

Ante el segundo indicador de las emociones Robayo (2020) relató acerca de las situaciones desagradables que se pueden originar ante una situación difícil de afrontar para una persona y ocasiona una cadena de sensaciones negativas, como

de estrés, miedo, ansiedad, entre otras que surgen a raíz de una situación imprevista y que no se puede controlar.

Como segunda dimensión Robayo (2020) resaltó a los acontecimientos el cual los definió como una variación en las experiencias del desarrollo personal de un sujeto que por lo general son recordados por mucho tiempo dependiendo de la magnitud de afectación que haya sentido el sujeto, por lo que estas alteraciones ocasionan un quiebre entre las relaciones con su entorno.

Como primer indicador de los acontecimientos Robayo (2020) presentó a las experiencias las cuales indica que son parte de la vivencia personal, en diferentes ámbitos como el familiar, escolar y laboral, que comúnmente son los entornos de las personas donde ocurren los sucesos que el sujeto vive de manera personal y que los sucesos espontáneos y cotidianos forman parte de las experiencias de cada persona.

Como segundo indicador a la capacidad Robayo (2020) indica que la capacidad de las personas es la habilidad que se desarrolla de acuerdo a las experiencias que va desarrollando el sujeto en los diferentes sucesos de su vida diaria, además esto le sirve como un aprendizaje definitivo el cual puede ser utilizado de forma útil para la persona con total libertad.

Se dio un respaldo a la información expuesta por Robayo (2020) donde se obtuvo las siguientes definiciones por otros autores acerca de la estabilidad emocional:

Fattah (2020) en su artículo relacionado a la estabilidad emocional definió que esta tiene la capacidad de mantener equilibradas las emociones en circunstancias de estrés, ya que al atravesar una situación de esa índole el sujeto se convierte en un ser con poca capacidad de tolerancia a las emociones tensas del día a día sin volverse una persona que tenga predominancia a los sentimientos negativos, a los estados de ánimo de estrés, molestia, enojo, ansiedad, etc.

Serebryakova et al. (2016) en relación a la inteligencia emocional sugirieron que es un proceso en el cual interactúa la personalidad al igual que el entorno social, lo cual da como resultado una adaptabilidad, dentro de encontrarse estables emocionalmente, ello implica adaptarse y acostumbrarse de una manera efectiva en



el entorno social por medio de la aceptación en sus propios estándares de interacción, por lo cual él sus valores y la forma en la que tiene un dominio en sus actividades. Ello quiere decir que hay una adaptación exitosa en la persona dentro de su relación en las situaciones cotidianas de la vida.

Sarvaiya (2018) indicó que la estabilidad emocional trasciende a la inteligencia de la persona para dirigirse a subconsciente siendo guiado por las emociones del individuo donde resalta sus sentimientos y su sentir personal, además de considerar a la estabilidad emocional como una herramienta que pueda promover actitudes positivas en el bienestar emocional de los humanos y que también influye en su comportamiento que involucra a su entorno.

Mohammad et al, (2016) se trata de emociones que tienen una fuerza influyendo dentro de la vida de cada individuo, el cual puede generar control frente a algunas que no logran controlar del todos sus emociones, que puede desencadenar en una inestabilidad emocional que perjudica la reacciones que pueden tener en la vida diaria, es una forma importante de media los sentimientos de los humanos ya que una estabilidad emocional les puede generar una vida feliz y tranquila.

Se planteó la segunda variable de la investigación con respaldo de Torres (2016) en su libro define varios aspectos de la percepción, donde la definió como un poder psicológico que tiene poder sobre el individuo que está observando algo que luego lo asocia con los elementos ya conocidos según el origen que tengan, el contexto de su cultura e historia debido a que todo elemento que forma su apariencia en la parte de la composición gráfica (como el color, tipografía, uso de imágenes o composición en la página) genera una influencia y una percepción psicológica en el lector la cual se puede usar a favor de los intereses del diseñador.

Como primera dimensión de la percepción Torres (2016) planteó a la imagen la cual hace referencia a las figuras y las representaciones de algún objeto plasmado o proyectado sobre una superficie específica que por lo general tiene un concepto artístico y se asocia en varios contextos en especial como medio de comunicación ya que las figuras son decodificadas por el cerebro humano.

Además, Torres (2016) propuso a la composición como un indicador donde la definió como un medio expresivo que puede comunicar un mensaje de forma gráfica

teniendo en cuenta los espacios a disponer para crear la composición que incluye un conjunto de elementos visuales tanto textos como imágenes, que tiene un resultado estético, equilibrado y coherente, donde el resultado tiene que ser un mensaje significativo y fácil de entender.

Finalmente, para el último indicador de la dimensión apariencia Torres (2016) propuso a lo visual ya que esto genera un impacto en el uso de las imágenes que puedan ser percibidas, por la implementación de una paleta de colores bien elaborada de acuerdo a una temática en específica y la tipografía más adecuada para las piezas gracias, puede lograr que su visualización tenga una apariencia más llamativa ante el espectador.

Por otro lado, como primer indicador a la dimensión de conocimiento, en donde Torres (2016) planteó a la comprensión donde definió a este indicador como medio importante para reconocer un conjunto de signos que logran que el mensaje visualizado sea traducido por previo conocimiento de los elementos empleados para obtener el significado del mensaje, y que pueda lograr una comunicación basada en la comprensión del sistema de códigos empleados si es una comunicación abstracta o figurativa.

En el segundo indicador de conocimiento el autor Torres (2016) ha descrito acerca de la presentación del contenido el cual en la mayoría de veces siempre busca ser mostrado a los usuarios de manera correcta, puesto que se han sido realizado pruebas y se buscado que cumple completamente con la probabilidad de que estas puedan ser lo que necesite el beneficiario ante la busca de información mediante una pieza gráfica.

Como tercer indicador se propuso al mensaje que según Torres (2016) fue la combinación de forma armónica de imagen y texto con el fin de lograr obtener un mensaje visual, que ante todo lo que busca es comunicar y representar ideas bajo una comunicación entre el observador y el que va a asimilar el mensaje.

Para el último indicador de la variable conocimiento se encontró que Torres (2016) describió a los signos como una parte de la comunicación ya que se basa en un sistema de códigos signos según el autor, para tomar en cuenta los caracteres que

deben ser entendidos para que se produzca un aprendizaje de acuerdo al conocimiento que se tiene de los significados del contenido que se visualiza.

Como respaldo a la información expuesta por Torres (2016) se tuvo a las siguientes definiciones por otros autores que definen a la percepción:

Anders, N. et al. (2021) describieron a la percepción como la capacidad de distinguir y detectar señales de un determinado objeto con el que se haya podido estar relacionado todo ello dentro de un proceso de observación, dependiendo de la relación que se tenga de lo particularmente se está observando, que por lo general las capacidades de percepción funcionan de acuerdo a su estado de percepción y la relación de las partículas percibidas.

Qiong, O. (2017) determinó a la percepción de acuerdo con su terminología lo definen como la forma en la que se piensa de algo; también como la forma que toma la conciencia de las cosas que se van percibiendo con los sentidos; asimismo como la capacidad de comprender algo que detecta alrededor de una persona. En general se define como la manera de recibir, recolectar acciones y tomar posesión y comprensión dentro de la mente y los sentidos.

Shynu *et al.* (2021) expusieron a la percepción como una representación visual de la naturaleza o experiencias de la persona, los estímulos generados de la percepción se van elevando de acuerdo al estado de ánimo y la salud del usuario, el cual sería el resultado de la importancia que le otorga la percepción a la forma en la que integra los elementos comunes de la persona en su cultura, de la naturaleza estos elementos comunes y naturales mejora la atención y proceso de captación de los entornos gráficos visuales elaborados.

Campos (2019) indico que la percepción de los estudiantes de un centro de estudios tiene una mente amplia ante la nueva información, es la capacidad del organismo humano de poner detectar nueva información que se le coloca en un determinado contexto el ejerce sobre el espectador unos estímulos ante sus sentidos sensoriales que los ayuda a interactuar o tener una reacción adecuada frente a lo que se puede ser percibido.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1 Enfoque de investigación**

El enfoque de esta investigación fue cuantitativo según Alan y Cortez (2018) define este enfoque como una forma de recolección de información importante relacionada al tema de investigación, asimismo, permite adquirir nuevo conocimiento relevante para escoger un modelo de investigación que permita identificar la realidad de una mejor manera con ayuda de los datos y las variables que son medibles.

##### **3.1.2 Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se utilizó fue una aplicada el cual aplica los conocimientos teóricos, según Cevallos (2017) lo define como un tipo de investigación que se enfoca en resolver problemas detectados en un contexto único, busca que con la aplicación de los datos nuevos obtenidos se pueda implementar de forma práctica para resolver necesidades específicas.

##### **3.1.3 Nivel de investigación**

El nivel de la investigación fue correlacional ya que pertenece a una investigación cuantitativa, que emplea una variable principal. Según Ochoa y Yunokor (2021) esta naturaleza de estudio considera los elementos de apoyo, que se demandan de acuerdo a las características que se desprenden de la variable de interés por lo que se obtiene además una población exacta que el investigador determinará sus planteamientos de acuerdo a la experiencia desprendida de sus datos recolectados.

##### **3.1.4 Diseño de investigación**

El diseño de investigación utilizada fue una no experimental, según Mousalli (2015) es un diseño que busca probar alguna relación entre las variables aplicadas, únicamente utiliza los datos para llegar a los objetivos planteados en la investigación, dentro de este tipo de diseño no se realiza ninguna modificación las variables, solamente se observan las variables para describir los efectos que se tiene una con otra. Dentro de este tipo de investigación las variables son

independientes y no se pueden modificar los cambios que puedan ejercer sobre ellas.

### 3.2 Variables y operacionalización

Para la investigación se recopiló información que tenían como variable de estudio principal a las piezas gráficas, asimismo, sus dimensiones y temática para la obtención de los datos que ayuden a describir las respuestas obtenidas a través del instrumento de recolección de datos.

La operacionalización dentro de un estudio tiene cuenta con diferentes procesos. Según Bauce, et al. (2018) este conceptualiza los puntos requeridos dentro de la matriz de investigación que servirá de apoyo para definir las hipótesis y objetivos, asimismo ayuda a realizar el proceso de planteamiento de los problemas e identificar las variables.

**Tabla N° 1:** Identificación de variables

Variables		Naturaleza	Escala	Categoría
V1	<i>Piezas gráficas (Estabilidad emocional)</i>	Cualitativa	Nominal	Independiente
V2	<i>Percepción</i>	Cualitativa	Nominal	Independiente

**Fuente:** *Elaboración propia*

#### 3.2.1 Matriz de operacionalización

Se elaboró una matriz de operacionalización con el fin poder desarrollar de las variables de estudio. Álvarez (2020) describe a la matriz como un medio de registro ante la problemática de la investigación, los objetivos y las hipótesis. De modo que con la matriz se logró definir sus conceptos con los autores de respaldo principales, extrayendo las dimensiones e indicadores que posteriormente ayudaron al desarrollo del instrumento y la descripción ellos resultado. **(Visualizar anexo N° 1)**

En cuanto a la operacionalización de las variables, Betancur (2000), el cual sustento que será muy importante la elaboración de planteamiento de variables ya que estas contendrán a la hipótesis las cuales evaluarán la realidad de la investigación. Por tanto, se trabajó con las variables piezas gráficas y percepción de acuerdo a toda la información recolectada, donde luego se describió y se terminó con el proceso de operacionalización para obtener los mejores resultados en la matriz.

### **3.2.3 Variables 1: Piezas gráficas**

Las piezas gráficas son un conjunto de elementos gráficos visuales que es trabajado por un profesional en la comunicación visual, su principal objetivo es transmitir un mensaje específico a un público, el cual es determinado con anticipación de modo que los elementos trabajados puedan entablar una comunicación y transmitir la información requerida (López, 2014).

#### **Dimensiones:**

- Comunicación visual
- Medios digitales

#### **Indicadores:**

- Elementos de comunicación
- Diseño gráfico
- Formas Visuales
- Redes sociales
- Identidad gráfica
- Elementos gráficos

### **3.2.4 Variable temática: Estabilidad emocional**

La estabilidad emocional son las emociones que surgen dentro de los seres humanos las cuales pueden cambiar mediante los acontecimientos y circunstancias del sujeto, por lo que este permite al individuo cómo reaccionar frente algún evento en su vida cotidiana (Robayo, 2020).

#### **Dimensiones:**

- Emociones
- Acontecimientos

#### **Indicadores:**

- Agradables
- Desagradables
- Experiencias
- Capacidad

### **3.2.5 Variables 2: Percepción**

La percepción es la capacidad que tiene cada persona frente al acto de observar una determinada cosa, que hace que el individuo relacione sus conocimientos con los que puede apreciar de modo que obtiene un conocimiento nuevo de acuerdo a sus vivencias (Torres, 2014).

#### **Dimensiones:**

- Apariencia
- Acontecimientos

#### **Indicadores:**

- Imagen
- Composición
- Visual
- Comprensión

- Presentación
- Mensaje
- Signos

### **3.3 Población, muestra y muestreo**

#### **3.3.1 Población**

La población fue grupo determinado que debe ser delimitado de acuerdo a la muestra que se tomará para que pueda cumplir los criterios que se tiene predeterminados para la investigación, puede variar entre un conjunto humano, muestras, instituciones, familias organizaciones, etc. El cual debe ser adecuado para la investigación (Arias et al, 2016). Para el presente trabajo se implementará una población de estudiantes que hacen un total de 120.

#### **3.3.2 Criterio de inclusión**

Se consideró como muestra para la recopilación de los datos obtenidos del instrumento de investigación a los adolescentes de un colegio, entre varones y mujeres en un rango de edad que va desde los 16 a 17 años considerados en la etapa de la adolescencia.

#### **3.3.3 Muestra**

Según Hernández et al. (2014) es una pequeña porción de la población que se le atribuye sus elementos y características, el cual muestra de manera aleatoria que son capaces de ser medidos para representar a la población, por lo que se puede obtener resultados de la muestra, ya que debe de ser un reflejo fidedigno de toda la población. El tamaño de la muestra del presente trabajo es un total de 98 estudiantes escogidos de un centro educativo, donde el resultado es el total de una operación matemática estadística el cual se le atribuye una fórmula de población finita. **(Visualizar Anexo N° 3)**

#### **3.3.4 Muestreo**

La presente investigación utilizó un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, para el muestreo el cual según Hernández y Carpio (2019) es el



apoyo de la muestra, el muestreo es una herramienta que se emplea en la investigación científica con el fin de poder determinar las incógnitas de la población que se requiere estudiar.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.4.1 Técnica de recolección de datos**

Para Hernández y Duana (2020) la recolección de datos se basa es una técnica que emplea un determinado instrumento que recolecta los datos que se han planteado para la medición del trabajo de investigación, los cuales deben comprender de ciertos procedimientos y características que ayuden que el investigador puede obtener todas las respuestas necesarias para dar respuestas a las incógnitas de la investigación.

#### **3.4.2 Instrumento**

De mismo modo, Posso y Bertheau (2020) determinan que el instrumento empleado para la investigación debe de permitir que la recopilación de los datos para la búsqueda de respuestas, deben de permitir desarrollar las conductas del participante para especificar de una forma más concreta cuáles son sus motivaciones, creencias, actitudes, etc. antes una determinada situación.

De la misma manera en esta investigación se recopila la información requerida con un determinado instrumento de investigación que de acuerdo a la metodología empleada el que corresponde es un cuestionario de preguntas que tendrá un total de 10 preguntas para la primera variable de piezas gráficas y en la segunda un total de 4, las cuales serán respondidas ante una escala de Likert. **(Visualizar Anexo N° 4)**

#### **3.4.3 Validez**

Según Abarzúa A., (2019) La validez es el nivel con el cual se evalúa el instrumento, en el cual se junta un conjunto de evidencias que le dan valoración a su contenido en fin de apoyar las inferencias planteadas.

Por lo que el instrumento empleado para la recolección de datos fue revisado por el docente de la Universidad, el cual es un profesional con un grado de doctorado, el cual respalda su trayectoria en investigaciones científicas.

Los resultados obtenidos de la prueba binomial nos presentan una doble donde se muestra la significancia exacta determinada por cada experto donde cada uno arroja un valor de 0,012 siendo un nivel aprobado en su validación para su aplicación en recolectar datos. **(Visualizar Anexo N°5)**

#### **3.4.4 Confiabilidad**

Según la comprensión de Villasís et al. (2018) para la confiabilidad de los estudios realizados, debe considerar un grado en concreto de validez por lo que se mide en una escala numérica donde se mide la escala del instrumento que lo valide como un instrumento reproducible y confiable. Por lo que se implementó en el instrumento de recolección un índice de Alfa de Cronbach para medir su confiabilidad.

Se empleó el Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad, que según los autores Tuapanta et al. (2017) sirve para medir los ítems del instrumento mediante el análisis de las respuestas. El cual arrojó un valor de confiabilidad muy alto. **(Visualizar Anexo N° 6)**

La investigación por consiguiente, empleo un cuestionario para la recolección de datos que fue medido mediante el Alfa de Cronbach, el cual resultó ser muy confiable, ya que tuvo un valor de 0,940, la cual según la tabla interpretativa de confiabilidad citada en la investigación resulta tener un nivel muy alto. **(Visualizar Anexo N° 7).**

### **3.5 Procedimientos**

Para el procedimiento de recolección de datos que se necesitó para el desarrollo de esta tesis se consultó diferentes fuentes confiables donde se pueda evidenciar que se ha trabajado con las variables principales de estudio. Donde se obtuvo información que sirvió como sustento para ejecutar la presente investigación y las herramientas que se requirió. Enseguida se elaboró un

instrumento de recolección de datos el cual fue aplicado en estudiantes de la I.E. educativa Mariano Melgar de Breña de forma presencial. Solicitando los permisos correspondientes para realizar la recolección de datos se procedió a informar a las aulas sobre el trabajo, explicando de qué trata el trabajo y ayudando que el llenado del cuestionario sea sencillo. Finalizando la recolección de datos presencial se trabajó con los datos obtenidos uno por uno se pasó a un documento en excel de forma manual para luego poder extraerlos al programa estadístico SPSS, donde se obtuvieron los resultados descritos dentro de la investigación.

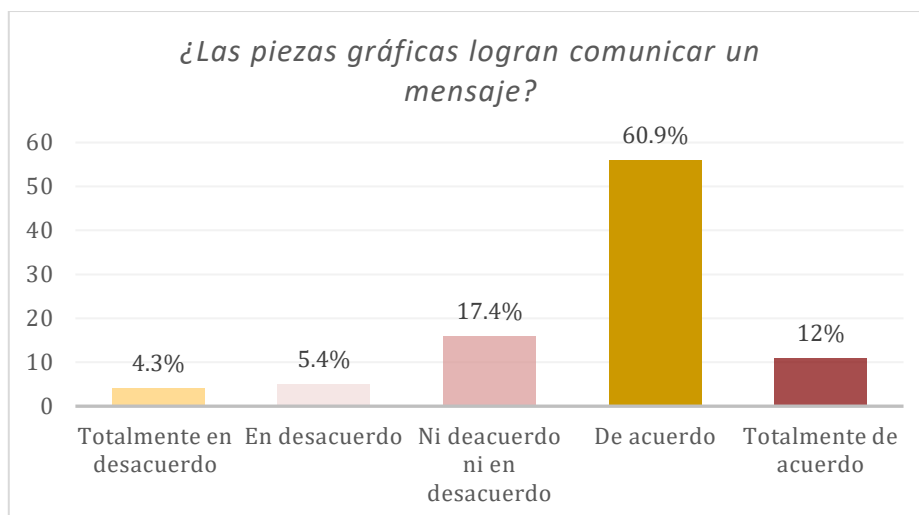
### **3.6 Método de análisis de datos**

La investigación realizó un enfoque cuantitativo por lo cual requirió de una recolección de datos con un cuestionario que fue respondido con la escala de Likert, luego se trabajó los datos obtenidos en el programa estadístico SPSS 25 que ayudó a generar los gráficos necesarios para describir cada pregunta. Además, ayudó a la validez del instrumento para obtener los datos que permitieron la generación de los datos necesarios como la validez del instrumento, el juicio de los expertos y la confirmación de las hipótesis de forma que se conozca la relación y significancia entre las variables trabajadas.

#### **3.6.1. Análisis descriptivos**

El instrumento para la recolección de datos fue entregado a 92 estudiantes de 5to año de una institución educativa, tuvo como objetivo determinar la relación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022. Los datos que fueron obtenidos de las 16 preguntas siguientes:

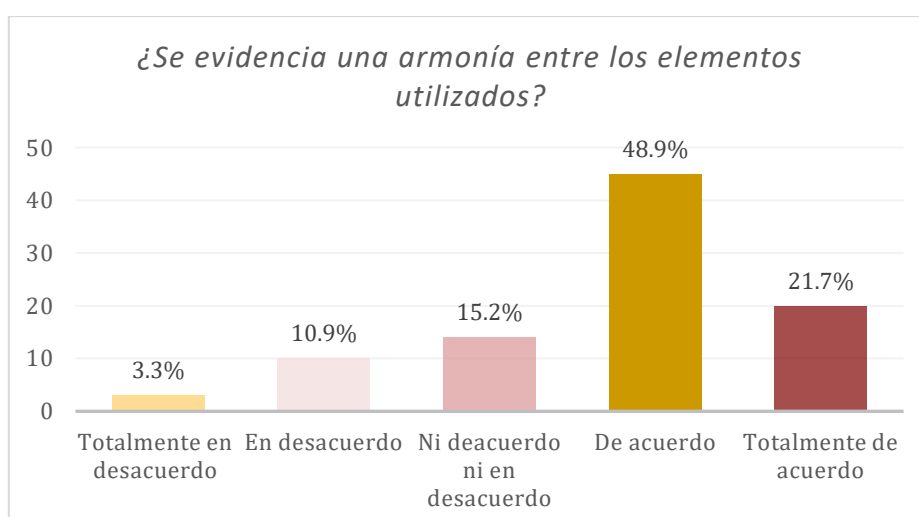
#### **Figura N° 1: Gráfico de barras del Ítem 1**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 1:** El primer gráfico muestra que ante los encuestados un total de 12% (11) de estudiantes se encuentran totalmente de acuerdo que las piezas gráficas logran comunicar un mensaje, mientras que un 60.9% (56) se encuentra de acuerdo, otro total de 17.4% (16) está ni de acuerdo ni en desacuerdo, ante una porción de 5.4% (5) estudiantes que están en desacuerdo más profundamente un 4.3% (4) de estudiantes está totalmente en desacuerdo.

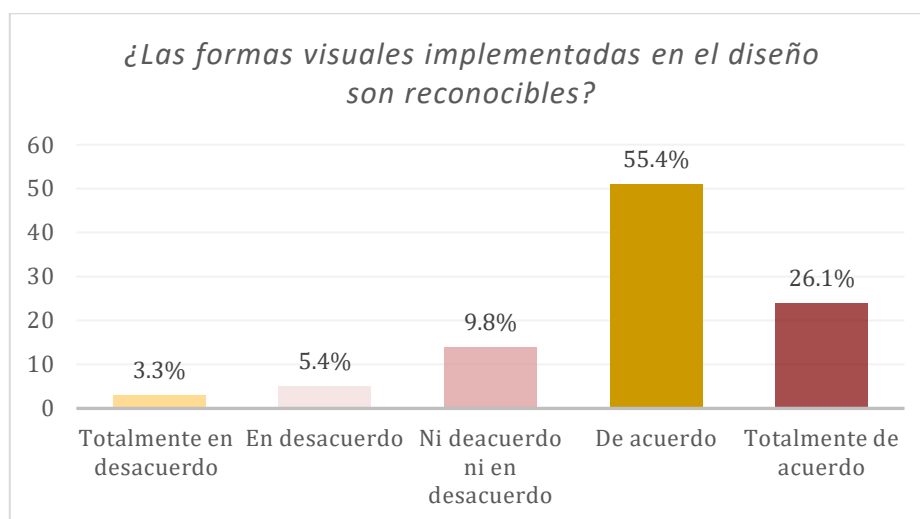
**Figura N° 2: Gráfico de barras del Ítem 2**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 2:** Para el segundo gráfico se muestra una data ante la pregunta si es que se evidencia una armonía entre los elementos utilizados dentro de las piezas gráficas donde los encuestados contestaron y se evidenció que un total de 21.7% (20) se encuentran totalmente de acuerdo, en tanto un 48.9%(45) se encuentra de acuerdo, 15.2% (14) está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que por otro lado un 10.9% (10) estudiantes están en desacuerdo y más allá se encuentra un 3.3%% (3) de estudiantes está totalmente en desacuerdo.

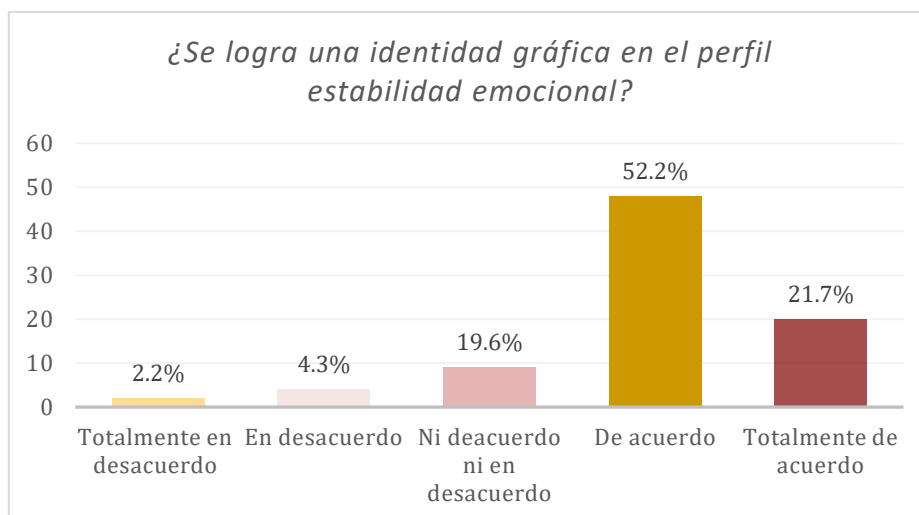
**Figura N° 3: Gráfico de barras del Ítem 3**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 3:** En este gráfico se evidencia que ante la pregunta acerca si los encuestados reconocen las formas visuales que se utilizan en los diseños elaborados que obtuvo que un total de 26.1% (24) está totalmente de acuerdo, mientras que una mayoría de estudiantes dando un total de 55.4% (51) esta solamente de acuerdo ante la interrogante, luego tenemos que un 9.8% (9) está ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado en negativa se obtuvo que un 5.4% (5) está en desacuerdo y finalmente totalmente en desacuerdo se encuentra un 3.3% (3).

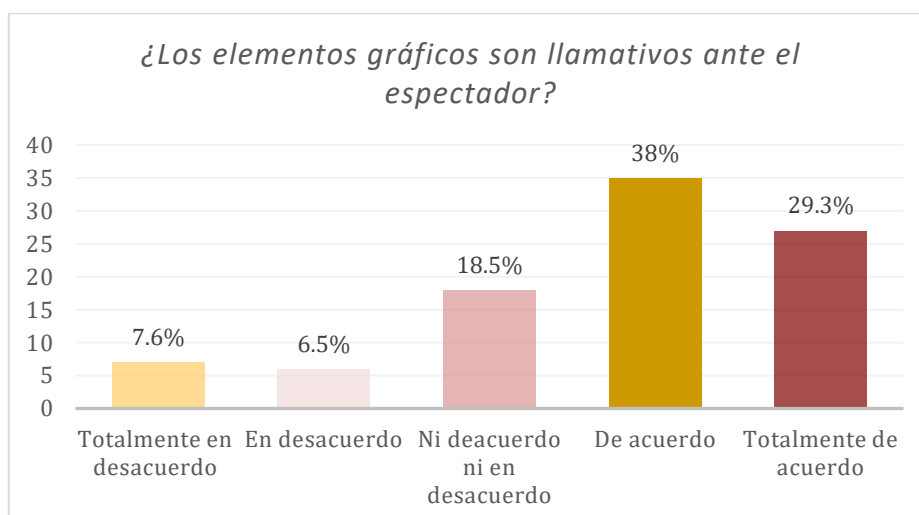
**Figura N° 4: Gráfico de barras del Ítem 4**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 4:** Para este gráfico se consultó si es que los estudiantes podían evidenciar una identidad gráfica dentro del perfil de estabilidad emocional por lo que los resultados arrojaron que un 21.7% (20) se encuentra totalmente de acuerdo, seguidamente un gran número de estudiantes conformando un 52.2% (48) en contraste, con un grupo de estudiantes conformando un 19.6% (18) indico que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por otro lado, se obtuvo que un 4.3% (4) está en desacuerdo junto a otro grupo de 2.2% (2) está totalmente en desacuerdo.

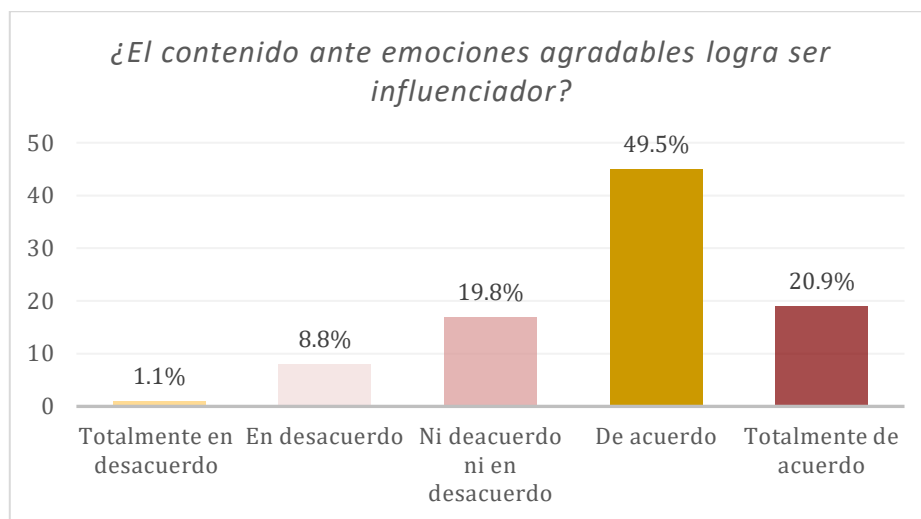
**Figura N° 5: Gráfico de barras del Ítem 5**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 5:** Ante la pregunta que trataba acerca de los elementos gráficos que se implementó para los diseños si es que estos llegaban a ser llamativos para los estudiantes se obtuvo como resultado que un 29.3 % (27) está totalmente de acuerdo, asimismo, un 38% (35) de estudiantes está de acuerdo. En el medio de los resultados se encontró un grupo de estudiantes 18.5% (17) está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por el otro extremo están los estudiantes que estuvieron en desacuerdo con un total de 6.5% (6) del mismo modo un 7.6% (7) está totalmente en desacuerdo.

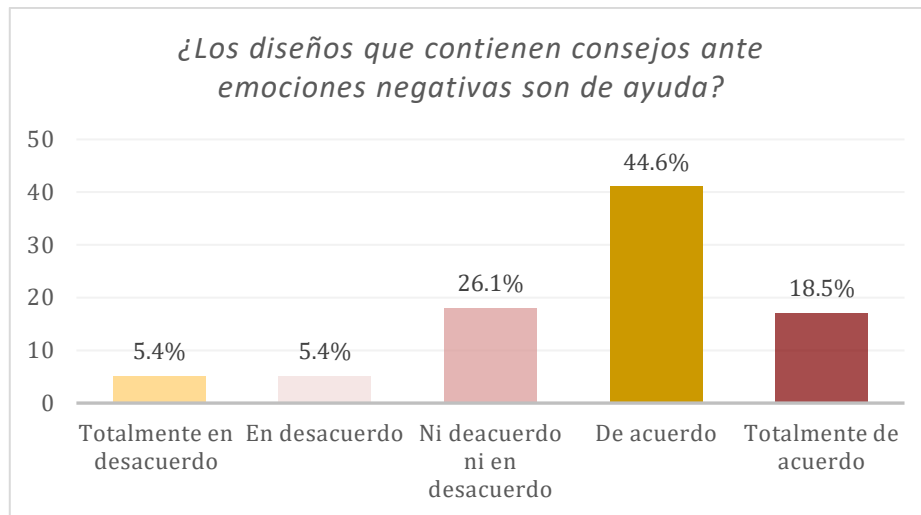
**Figura N° 6: Gráfico de barras del Ítem 6**



**Fuente:** IBM SPSS 25

**Interpretación de la figura N° 6:** Esta pregunta que planteo a los estudiantes si es que el contenido de las emociones agradables logra ser influenciador se obtuvo que un grupo está totalmente de acuerdo ante la interrogante dando un total de 20.9% (19), del mismo modo resultó con un 49.5% (45) de estudiantes que estuvo de acuerdo ante la pregunta, de modo neutro un grupo de 19.8% (18) de alumnos esta ni de acuerdo ni en desacuerdo, por lo contrario un total de 8.8% (8) estuvo en desacuerdo asimismo un 1.1% (1) estuvo totalmente en desacuerdo.

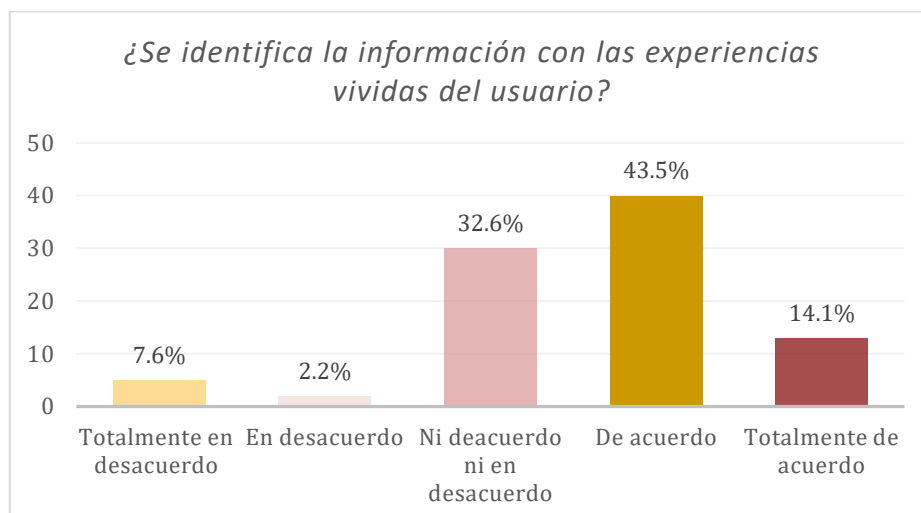
**Figura N° 7: Gráfico de barras del Ítem 7**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 7:** Se consultó a los estudiantes si los diseños que contienen consejos antes las emociones negativas son de ayuda para ellos donde el resultado fue que un 18.5% (17) está totalmente de acuerdo, un 44.6% (41) está de acuerdo y un grupo considerable está en el medio con un 26.1% (24) estando ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por otra parte, se encontró igualdad de resultados para los estudiantes que estuvieron en desacuerdo con un 5.4% (5) y totalmente en desacuerdo dio el mismo resultado siendo de 5.4% (5).

**Figura N° 8: Gráfico de barras del Ítem 8**

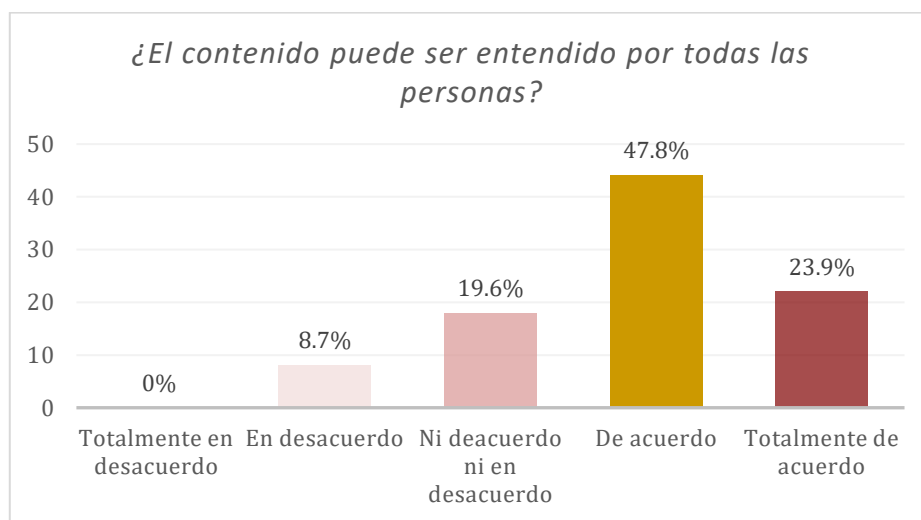


**Fuente: IBM SPSS 25**



**Interpretación de la figura N° 8:** Para esta pregunta se obtuvo un gráfico que resultó otorgando un 14.1% (13) a los estudiantes que están totalmente de acuerdo ante la pregunta que indico acerca de si se identifica la información con sus experiencias vividas, además un 43.5% (40) están de acuerdo, seguidamente resultó que un 32.6% (30) está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Contrario al grupo que no se identificó con la información dando un 2.2% (2) de estudiantes que estuvieron en desacuerdo y por último un 7.6% (7) que estuvieron totalmente en desacuerdo.

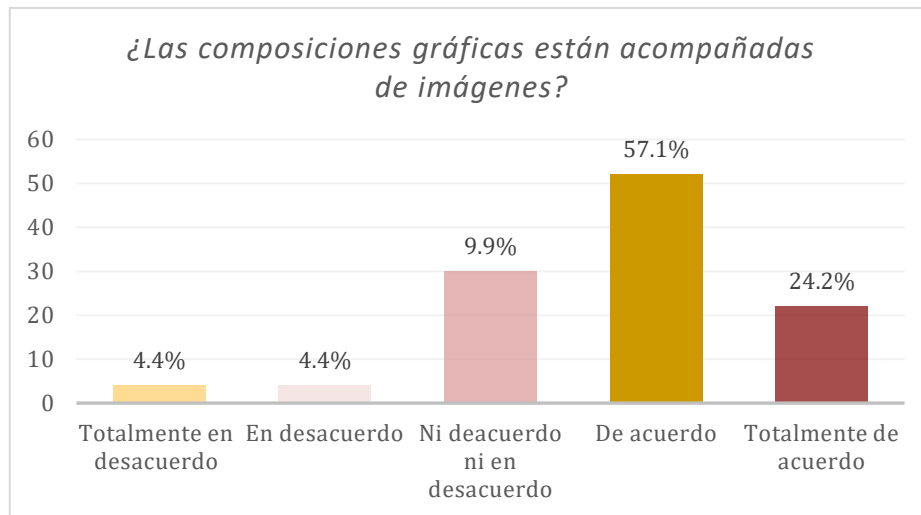
**Figura N° 9 Gráfico de barras del Ítem 9**



**Fuente:** IBM SPSS 25

**Interpretación de la figura N° 9:** Este gráfico obtuvo un total de 23.9% (22) de estudiantes que estuvieron totalmente de acuerdo que el contenido de las piezas gráficas que fueron elaboradas puede ser entendidas por todas personas frente a un grupo mayoritario de 47.8% (44) que estuvo de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo estuvo un grupo de 19.6% (18) estudiantes, como un grupo que estuvo en desacuerdo se obtuvo un total de 8.7% (8) y como totalmente en desacuerdo se obtuvo un 0% (0).

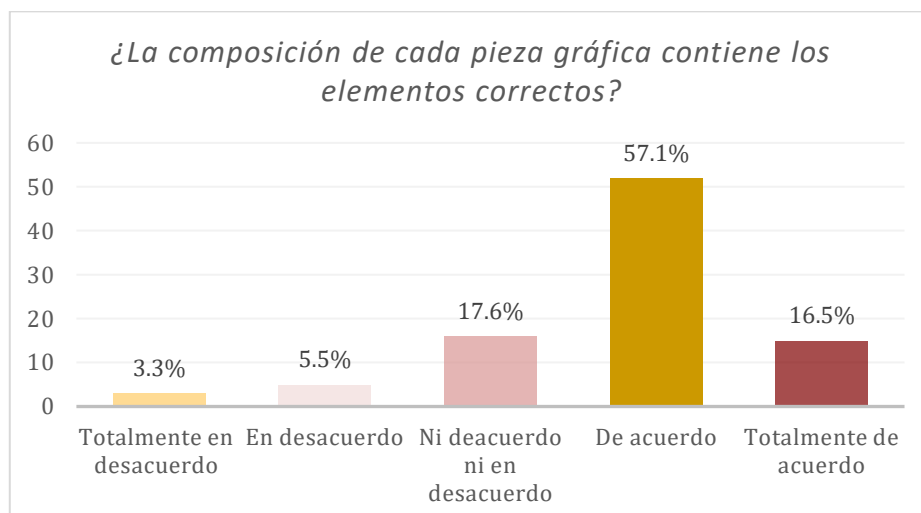
**Figura N° 10: Gráfico de barras del Ítem 10**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 10:** En esta pregunta que trato acerca del acompañamiento de imágenes con las piezas gráficas realizadas se obtuvo que un 24.2% (22) estuvieron totalmente de acuerdo. Así mismo, un grupo amplio de 57.1% (52) estuvo de acuerdo, dentro de los grupos de estudiantes estuvieron los que estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo 9.9% (9) y por el lado negativo antes la interrogante se obtuvo a dos grupos de estudiantes que coincidieron en esta pregunta con un 4.4% (4) en desacuerdo, igualmente el 4.4% (4) estuvo totalmente en desacuerdo.

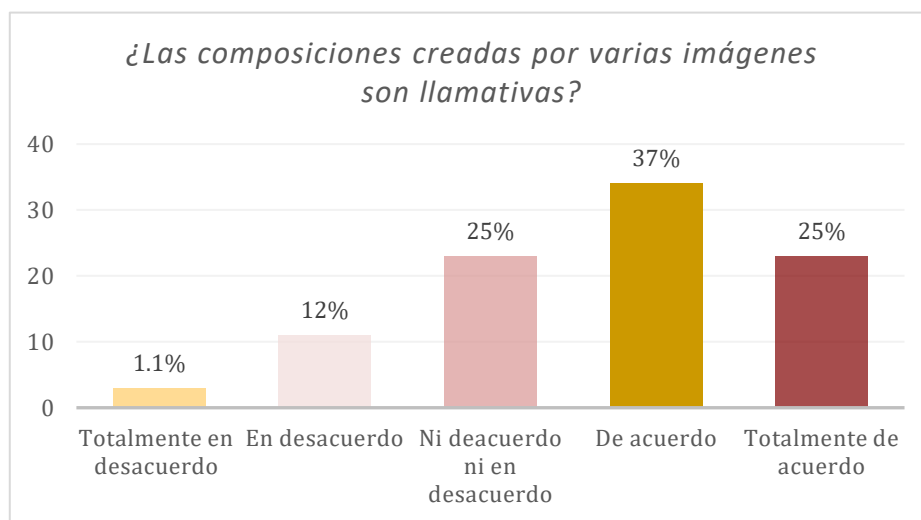
**Figura N° 11: Gráfico de barras del Ítem 11**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 11:** Para este gráfico que se obtuvo de la pregunta que trata acerca de los elementos que componían una pieza gráfica si eran los correctos se formó un grupo de 16.5% (15) que estuvo totalmente de acuerdo. Del mismo modo, pero en mayor cantidad un 57.1% (52) estuvo de acuerdo, en el medio de los grupos se forma uno con un 17.6% (16) que estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, en cuanto el grupo que estuvo en negativa ante las preguntas esta los que estuvieron en desacuerdo con un 5.5% (5) en cuando los totalmente de acuerdo fueron un total de 3.3% (3).

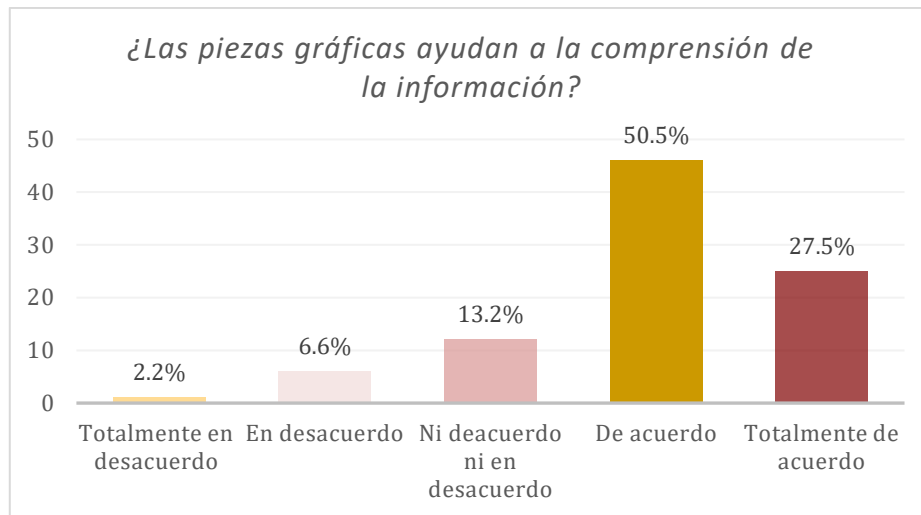
**Figura N° 12: Gráfico de barras del Ítem 12**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 12:** Para este gráfico que se obtuvo de la pregunta que trata acerca de los elementos que componían una pieza gráfica si eran los correctos se formó un grupo de 16.5% (15) que estuvo totalmente de acuerdo. Del mismo modo, pero en mayor cantidad un 57.1% (52) estuvo de acuerdo, en el medio de los grupos se forma uno con un 17.6% (16) que estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, en cuanto el grupo que estuvo en negativa ante las preguntas esta los que estuvieron en desacuerdo con un 5.5% (5) en cuando los totalmente de acuerdo fueron un total de 3.3% (3).

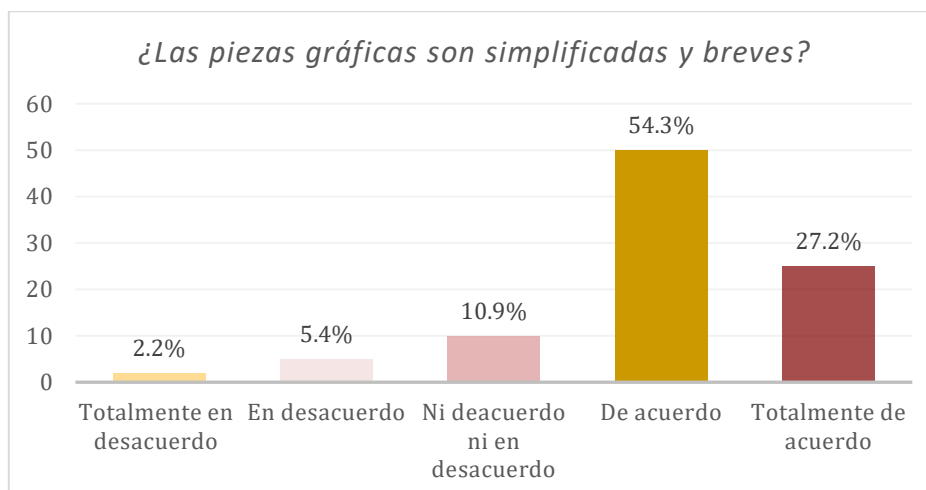
**Figura N° 13: Gráfico de barras del Ítem 13**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 13:** En este gráfico que se obtuvo de la pregunta acerca de la comprensión de la información que se proporcionó dentro de las piezas gráficas se obtuvo que un grupo de 27.5%(25) de estudiantes estuvo totalmente de acuerdo, asimismo, como mayoría se obtuvo un grupo con 50.5% (46) de estudiantes que estuvo de acuerdo, estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo un total de 13.2% (12) estudiantes contrario a los grupos de estudiantes que estuvieron negativos ante la pregunta conformando un grupo de 6.6% (6) que estuvo en desacuerdo y por último uno de 2.2% (2) que estuvo totalmente en desacuerdo.

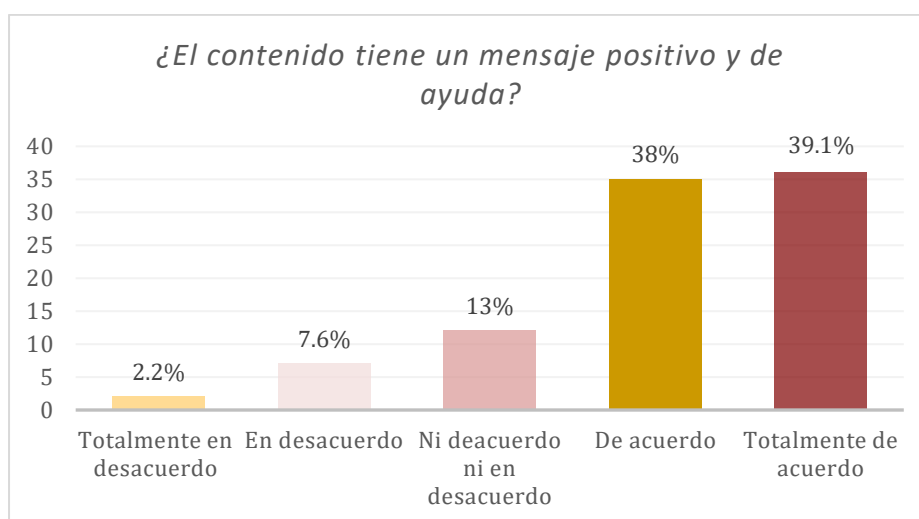
**Figura N° 14: Gráfico de barras del Ítem 14**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 14:** En el presente gráfico se obtuvo que totalmente de acuerdo están 27.2% (25) estudiantes, ante la percepción de que las piezas gráficas son simplificadas y breves mientras que 54.3% (50) de estudiantes está de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo se encontraron un 10.9% (10). Mientras que la que están en desacuerdo sin un total de 5.4% (5) y totalmente en desacuerdo están 2.2% (2).

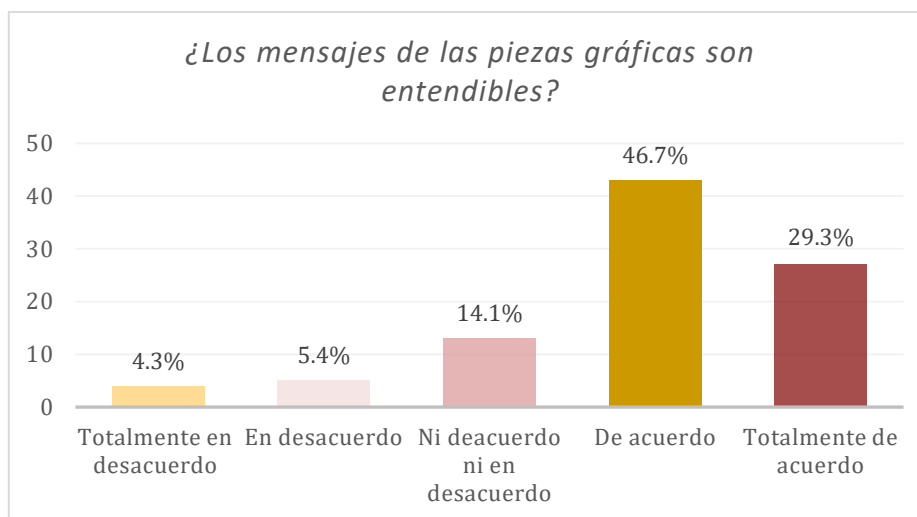
**Figura N° 15: Gráfico de barras del Ítem 15**



**Fuente:** IBM SPSS 25

**Interpretación de la figura N° 15:** Este gráfico representa los resultados de los estudiantes ante el contenido de las piezas gráficas acerca de si cuenta con un mensaje positivo y de ayuda, obteniendo un 39.1% (36) que está totalmente de acuerdo, asimismo un 38% (35) que está de acuerdo, por otro lado, un porcentaje de 13% (12) está ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo se encuentra un 7.6% (7) y totalmente en desacuerdo un 2.2% (2).

**Figura N° 16: Gráfico de barras del Ítem 16**



**Fuente: IBM SPSS 25**

**Interpretación de la figura N° 16:** Para el último gráfico se obtuvo los siguientes resultados, para los estudiantes que estuvieron totalmente de acuerdo un total de 29.3% (27), para los que estuvieron de acuerdo un porcentaje mayor de 46.7% (43), del lado de los que estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo se obtuvo un total de 14.1 % (13), frente a los que estuvieron en desacuerdo dando un porcentaje de 5.4% (5) y finalmente en totalmente en desacuerdo un 4.3% (4).

### **3.6.2 Análisis inferencial**

Dentro del análisis inferencial se encuentran los resultados que fueron dados gracias al instrumento de recolección, el cual sirvió para aceptar las hipótesis planteadas en una primera instancia por lo que se empleó el Kolmogorov-Smirnov conforme a la población que se utilizó para el análisis de los resultados siendo una muestra mayor a 50. Asimismo, con el resultado de la prueba de normalidad arrojó como resultado anormal, por lo que se trabajó la comprobación de las hipótesis con el Rho de Spearman de modo que se pueda comprobar si existe relación entre las variables de estudio y sus dimensiones.

**(Visualizar anexo N° 8)**

## Prueba de hipótesis general

Hi: Existe relación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Ho: No existe relación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

**Tabla N° 2** *Rho de Spearman de Piezas gráficas y la percepción en estudiantes*

Correlaciones				
			T_PIEZAS_ GRÁFICAS	T_PERCEP CIÓN
Rho de Spearman	T_PIEZAS_GRÁFI CAS	Coeficiente de correlación	1,000	,701**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	T_PERCEPCIÓN	Coeficiente de correlación	,701**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: IBM SPSS 25

**Interpretación de la tabla N° 2:** Los resultados arrojaron un coeficiente de correlación de 0,701 para las dos variables de estudio que se obtenido mediante el Rho de Spearman por lo que representa una correlación alta, ya que se determinó una significancia de 0.00 la cual es menor a 0.05 ( $p=0,001 < 0.05$ ), la cual indica que se acepta la hipótesis general de investigación la cual afirma que existe una correlación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en los estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña – 2022.

## Prueba de Hipótesis Específica 1

Hi: Existe relación entre la comunicación visual acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Ho: No existe relación entre la comunicación visual acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

**Tabla N° 3** *Rho de Spearman de Comunicación visual y la percepción en estudiantes*

<b>Correlaciones</b>				
			COMUNICACIÓN_VI SUAL_D1_V1	T_PERCEPCIÓN
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN_VI SUAL_D1_V1	Coefficiente de correlación	1,000	,633**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	T_PERCEPCIÓN	Coefficiente de correlación	,633**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente: IBM SPSS 25*

**Interpretación de la tabla N° 3:** Se obtuvo para el coeficiente de correlación un 0,633 para la primera dimensión comunicación visual de la variable principal y la percepción de los estudiantes lo que significa que representa una correlación alta, puesto que contó con una significancia de 0.00 la cual es menor a 0.05 ( $p=0,001 < 0.05$ ), la cual se aceptó la hipótesis específica 1 ante la existencia de correlación entre la comunicación visual y la percepción en los estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña – 2022.

### **Prueba de Hipótesis Específica 2**



Hi: Existe relación entre los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Ho: No existe relación entre los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

**Tabla N° 4** *Rho de Spearman de medios digitales y la percepción en estudiantes*

<b>Correlaciones</b>				
			MEDIOS_ DIGITALE S_D2_V1	T_PERCE PCIÓN
Rho de Spearman	MEDIOS_DIGITALES _D2_V1	Coeficiente de correlación	1,000	,588**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	T_PERCEPCIÓN	Coeficiente de correlación	,588**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

*Fuente: IBM SPSS 25*

**Interpretación de la tabla N° 4:** Se evidencia en el cuadro de los resultados de Rho de Spearman un coeficiente de correlación alta de 0,588 para la segunda dimensión medios digitales y la percepción de los estudiantes. Asimismo, contó con una significancia de 0.000 la cual representa un valor menor a 0.05 ( $p=0,001 < 0.05$ ), por lo que se aceptó la hipótesis específica 2 ante la existencia de correlación entre los medios digitales y la percepción en los estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña – 2022.

### **Prueba de Hipótesis Específica 3**

Hi: Existe relación entre las emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Ho: No existe relación entre las emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I. E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

**Tabla N° 5** *Rho de Spearman de Emociones y la percepción en estudiantes*

<b>Correlaciones</b>				
			EMOCIONES_D1_VT	T_PERCEPCIÓN
Rho de Spearman	EMOCIONES_D1_VT	Coeficiente de correlación	1,000	,562**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	T_PERCEPCIÓN	Coeficiente de correlación	,562**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

*Fuente: IBM SPSS 25*

**Interpretación de la tabla N° 5:** De este procedimiento realizado con el Rho de Spearman para la dimensión de la variable temática emociones y la percepción de los estudiantes, la cual obtuvo una correlación moderada con un coeficiente de correlación de 0,562, asimismo arrojo una significancia de 0.000 la cual representa un valor menor a 0.05 ( $p=0,001 <0.05$ ), por lo que se aceptó la hipótesis específica 3 ante la existencia de correlación entre los medios digitales y la percepción en los estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña – 2022.

#### **Prueba de Hipótesis Específica 4**

Hi: Existe relación entre los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

Ho: No existe relación entre los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

**Tabla N° 6** *Rho de Spearman de Acontecimientos y la percepción en estudiantes*

Correlaciones				
			ACONTECI MIENTOS_ D2_VT	T_PERCE PCIÓN
Rho de Spearman	ACONTECIMIENTOS _D2_VT	Coeficiente de correlación	1,000	,597**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	T_PERCEPCIÓN	Coeficiente de correlación	,597**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

*Fuente: IBM SPSS 25*

**Interpretación de la tabla N° 6:** Según los resultados obtenidos del Rho de Spearman se evidenció una correlación moderada para la dimensión de la segunda dimensión de la variable temática y la percepción en los estudiantes con un valor de 0,597. Además, contó con una significancia de 0.000 la cual es a 0.05 ( $p=0,001 < 0.05$ ), por lo que se acepta la hipótesis específica 4 ante la existencia de correlación entre acontecimientos la percepción en los estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña – 2022.

### 3.7 Aspectos éticos

La tesis realizada se desarrolló en base a las indicaciones que dicta la Universidad César Vallejo, asimismo, se empleó el manual APA, para citar correctamente las referencias bibliográficas y las citas que se requieran para respetar las normas de investigación y de la propiedad intelectual de otros autores.

Por otro lado, la información presentada dentro de esta investigación ha sido trabajada de una forma honesta, ya que ninguno de los datos ha sido falsificado o cambiado durante el proceso de redacción. Además, los datos recolectados mediante el formulario de Google forma ha sido interpretada y analizada partiendo de las respuestas de los encuestados, seguidamente trabajado por el programa estadístico SPSS 25 para hallar la confiabilidad del instrumento, la

confiabilidad, y la correlación. Asimismo, la extracción de los gráficos y algunas tablas para su interpretación.

Para finalizar, se subió la investigación a la plataforma de Turnitin para realizar el descarte de plagio de acuerdo a los procedimientos para finalizar un trabajo de investigación.

## **IV. RESULTADOS**

Se demostró que todos los resultados obtenidos del análisis descriptivo inferencial, los cuales fueron ya mostrados con anteriormente un capítulo anterior acompañado de su figura, dando un total de 16 ítems correctamente descritos.

### **4.1 Resultados de análisis descriptivo**

**Resultados de Ítem 1, las piezas gráficas logran comunicar un mensaje.** Se muestran los encuestados, un total de 12% (11) de estudiantes se encuentran totalmente de acuerdo, mientras que un 60.9% (56) se encuentra de acuerdo, otro total de 17.4% (16) está ni de acuerdo ni en desacuerdo, ante una porción de 5.4% (5) estudiantes que están en desacuerdo más profundamente un 4.3% (4) de estudiantes está totalmente en desacuerdo. Por lo tanto, se puede afirmar que la mayoría de estudiantes logro captar un mensaje de las piezas gráficas que fueron publicadas en la red social.

**Resultados de Ítem 2, se evidencia una armonía entre los elementos utilizados.** Se evidenció que un total de 21.7% (20) se encuentran totalmente de acuerdo, en tanto un 48.9% (45) se encuentra de acuerdo, 15.2% (14) está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que por otro lado, un 10.9% (10) estudiantes están en desacuerdo y más allá se encuentra un 3.3%% (3) de estudiantes está totalmente en desacuerdo. Ante lo descrito, resulto que para los estudiantes encuestados si había una armonía en conjunto con todos los elementos utilizados para la elaboración de las piezas gráficas, los cuales pudieron ser apreciados.

**Resultados de Ítem 3, las formas visuales implementadas en el diseño son reconocibles.** Se obtuvo que un total de 26.1% (24) está totalmente de acuerdo, mientras que una mayoría de estudiantes dando un total de 55.4% (51) esta solamente de acuerdo ante la interrogante, luego tenemos que un 9.8% (9) está ni de

acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado en negativa se obtuvo que un 5.4% (5) está en desacuerdo y finalmente totalmente en desacuerdo se encuentra un 3.3% (3). Por lo tanto, para los jóvenes fueron reconocible las formas visuales que pudieron apreciar de cada pieza gráfica y para ellos fue reconocible gracias a las experiencias obtenidas previamente, las cuales se consideraron para la elaboración de las piezas gracias.

**Resultados de Ítem 4, Se logra una identidad gráfica en el perfil estabilidad emocional.** Los resultados arrojaron que un 21.7% (20) se encuentra totalmente de acuerdo, seguidamente un gran número de estudiantes conformando un 52.2% (48) en contraste, con un grupo de estudiantes conformando un 19.6% (18) indico que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por otro lado, se obtuvo que un 4.3% (4) está en desacuerdo junto a otro grupo de 2.2% (2) está totalmente en desacuerdo. Para esto se concluyó que la mayoría de estudiantes estuvo de acuerdo al apreciar el feed en Instagram que mostró una identidad gráfica muy marcada de acuerdo a los elementos que acompañaban a todas las piezas gráficas.

**Resultados de Ítem 5, los elementos gráficos son llamativos ante el espectador.** Se obtuvo como resultado que un 29.3 % (27) está totalmente de acuerdo, asimismo, un 38% (35) de estudiantes está de acuerdo. En el medio de los resultados se encontró un grupo de estudiantes 18.5% (17) está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por el otro extremo, están los estudiantes que estuvieron en desacuerdo con un total de 6.5% (6) del mismo modo un 7.6% (7) está totalmente en desacuerdo. Por lo cual se afirma que la mayoría de los estudiantes estaban de acuerdo que los elementos gráficos empleados fueron llamativos ante la pregunta que trataba acerca de los elementos gráficos que se implementó para los diseños, si es que estos llegaban a ser llamativos para los estudiantes.

**Resultados de Ítem 6, el contenido ante emociones agradables logra ser influenciador.** Para la descripción de este resultado se obtuvo 20.9% (19) para los estudiantes que estuvieron totalmente de acuerdo, del mismo modo positivo resultó con un 49.5% (45) los estudiantes que estuvieron de acuerdo ante la pregunta de modo neutro, un grupo de 19.8% (18) de alumnos que estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo, por lo contrario, un total de 8.8% (8) estuvo en desacuerdo asimismo un 1.1% (1) estuvo totalmente en desacuerdo. De tal modo que, según los resultados,

los alumnos si mostraron ser influenciados ante el contenido que trata acerca de la información de las emociones agradables.

**Resultados de Ítem 7, los diseños que contienen consejos ante emociones negativas son de ayuda.** Los resultados arrojaron que un 18.5% (17) está totalmente de acuerdo, un 44.6% (41) está de acuerdo y un grupo considerable está en el medio, con un 26.1% (24) estando ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por otra parte, se encontró igualdad de resultados para los estudiantes que estuvieron en desacuerdo con un 5.4% (5) y totalmente en desacuerdo dio el mismo resultado siendo de 5.4% (5). Por lo tanto, se puede afirmar que hay una respuesta positiva ante los consejos que pueden servir a los estudiantes que puedan necesitar información para la salud mental y que los diseños les puedan servir ante emociones negativas.

**Resultados de Ítem 8, Se identifica la información con las experiencias vividas del usuario.** Para esta pregunta se obtuvo un 14.1% (13) para los estudiantes que están totalmente de acuerdo, un 43.5% (40) están de acuerdo, seguidamente resultó que un 32.6% (30) está ni de acuerdo ni en desacuerdo, contrario al grupo que no se identificó con la información dando un 2.2% (2) de estudiantes que estuvieron en desacuerdo y por último un 7.6% (7) que estuvieron totalmente en desacuerdo. Por lo que se concluye que la información que se empleó para el desarrollo de las piezas gráficas se parece a algunas de las experiencias que han tenido los estudiantes, asimismo, también una gran parte de encuestados está de modo neutro ante esta pregunta, puesto que no ha tenido experiencias donde necesito ayuda emocional.

**Resultados de Ítem 9, el contenido puede ser entendido por todas las personas.** Estos resultados arrojaron que un total de 23.9% (22) de estudiantes que estuvieron totalmente de acuerdo, a un grupo mayoritario de 47.8% (44) que estuvo de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo estuvo un grupo de 19.6% (18) estudiantes, como un grupo que estuvo en desacuerdo se obtuvo un total de 8.7% (8) y como totalmente en desacuerdo se obtuvo un 0% (0), de modo que, para la mayoría de estudiantes es certero que el contenido compartido puede ser muy bien comprendido por cualquier persona, además ninguno se encontró en negativo, puesto que es una información sencilla de comprender.

**Resultados de Ítem 10, las composiciones gráficas están acompañadas de imágenes.** Como resultado se obtuvo que un 24.2% (22) estuvieron totalmente de

acuerdo, asimismo, un grupo amplio de 57.1% (52) estuvo de acuerdo, los que estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo 9.9% (9) y por el lado negativo antes la interrogante se obtuvo a dos grupos de estudiantes que coincidieron en esta pregunta con un 4.4% (4) en desacuerdo, igualmente el 4.4% (4) estuvo totalmente en desacuerdo. Por consiguiente, se concluye que las imágenes fueron reconocidas por los estudiantes, ya que se emplearon para trabajar diversas piezas gráficas y por lo cual para los alumnos sí estuvieron bien implementadas.

**Resultados de Ítem 11, la composición de cada pieza gráfica contiene los elementos correctos.** Para estos resultados se obtuvo un 16.5% (15) que estuvo totalmente de acuerdo. Del mismo modo, pero en mayor cantidad un 57.1% (52) estuvo de acuerdo, en el medio de los grupos se forma uno con un 17.6% (16) que estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo un 5.5% (5) en cuando los totalmente de acuerdo fueron un total de 3.3% (3). La mayoría de alumnos estuvo de acuerdo en que las composiciones que se dieron a visualizar si contenían elementos adecuados para su elaboración, las cuales pueden asociar con temas parecidos acerca de la estabilidad emocional, asimismo de las tendencias que se encuentran dentro de las redes.

**Resultados de Ítem 12, las composiciones creadas por varias imágenes son llamativas.** Los resultados fueron un total de 16.5% (15) que estuvo totalmente de acuerdo. Del mismo modo, pero en mayor cantidad un 57.1% (52) estuvo de acuerdo, en el medio de los grupos se forma uno con un 17.6% (16) que estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo con un 5.5% (5) en cuando los totalmente de acuerdo fueron un total de 3.3% (3). Por lo tanto, la mayoría de estudiantes coincidió que los collages implementados dentro de las piezas gráficas fueron muy llamativos, ya que fueron elaborados con las combinaciones de muchas imágenes para formar un mensaje final, los cuales fueron entretenidos para los alumnos.

**Resultados de Ítem 13, las piezas gráficas ayudan a la comprensión de la información.** Se obtuvo un grupo de 27.5%(25) de estudiantes estuvo totalmente de acuerdo, asimismo, como mayoría se obtuvo un grupo con 50.5% (46) de estudiantes que estuvo de acuerdo, estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo un total de 13.2% (12) estudiantes, contrario a los alumnos de un grupo de 6.6% (6) que estuvo en desacuerdo y por último uno de 2.2% (2) que estuvo totalmente en desacuerdo, ante

estos resultados se validó que estuvieron de acuerdo la mayor parte de estudiantes que la información que se encontraba dentro del perfil en Instagram era mejor comprendida con ayuda de la elaboración de las piezas gráficas que pudo hacer que sea mejor asimilada para los jóvenes.

**Resultados de Ítem 14, las piezas gráficas son simplificadas y breves.** Los resultados presentan a un grupo totalmente de acuerdo con 27.2% (25) estudiantes, mientras que 54.3% (50) de estudiantes está de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo se encontraron un 10.9% (10). Mientras que la que están en desacuerdo sin un total de 5.4% (5) y totalmente en desacuerdo están 2.2% (2). Concluyendo que ante la percepción de que las piezas gráficas compartidas para los estudiantes, la mayoría de estos coincide que son simplificadas y breves.

**Resultados de Ítem 15, El contenido tiene un mensaje positivo y de ayuda.** Este resultado presentó resultados de los estudiantes ante el contenido, obteniendo un 39.1% (36) que está totalmente de acuerdo, asimismo un 38% (35) que está de acuerdo, por otro lado, un porcentaje de 13% (12) está ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo se encuentra un 7.6% (7) y totalmente en desacuerdo un 2.2% (2). Por lo cual, se concluyó que los estudiantes con un número mayor coincidieron que las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional cuenta con un mensaje positivo y de ayuda para la adquisición de información antes la salud mental.

**Resultados de Ítem 16, los mensajes de las piezas gráficas son entendibles.** Para estos resultados se obtuvieron los siguientes datos, los estudiantes que estuvieron totalmente de acuerdo, un total de 29.3% (27), para los que estuvieron de acuerdo un porcentaje mayor de 46.7% (43), del lado de los que estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo se obtuvo un total de 14.1 % (13), frente a los que estuvieron en desacuerdo dando un porcentaje de 5.4% (5) y en totalmente en desacuerdo un 4.3% (4). Para concluir, se tuvo la certeza que para la mayoría de alumnos encuestados los mensajes que pudieron extraer de las piezas gráficas fueron totalmente entendibles, contrario a los estudiantes que no pudieron comprender la información es un número menor.

**Hipótesis general, Piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes.**



En continuación a la descripción de todos los resultados obtenidos, se pudo apreciar en la hipótesis general de la investigación que se ha obtenido un coeficiente de correlación de 0,701, lo que equivale según el autor citado en esta tesis a un nivel alto de correlación, asimismo, un valor de significancia de 0.000 el cual es menor al valor requerido para aceptar la hipótesis de investigación ( $p=0.000 < 0.05$ ) el que rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis la que indica que existe correlación entre las piezas gráficas para Instagram acerca de la estabilidad emocional y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar de Breña - 2022, con lo cual se afirma que los estudiantes tuvieron una percepción positiva ante las piezas gráficas que se percibieron en la red social, asimismo se asevera que la información obtenida de las piezas para los alumnos logro ser llamativa y de importancia para los jóvenes estudiantes.

### **Hipótesis específica 1, Comunicación visual acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes.**

Continuando con la descripción de los resultados se evidenció que el indicador comunicación visual de la variable principal y la percepción han obtenido un coeficiente de correlación de 0,633 de acuerdo con el autor citado en la investigación representa un nivel alto de correlación, además cuanta con una significancia de 0.000 por lo que es un valor menor al que se requiere para poder aceptar la hipótesis planteada ( $p=0.000 < 0.05$ ), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 1 que indica que si existe una correlación entre la comunicación visual acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar de Breña – 2022, por lo cual se afirma que los estudiantes si obtuvieron una percepción positiva ante la comunicación visual que otorgaron las piezas gráficas que se les mostró a los estudiantes para que puedan visualizar de modo que este pueda mandar un mensaje en específico.

### **Hipótesis específica 2, Medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes.**

De igual modo para la hipótesis específica 2, que trato acerca de los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram se logró obtener como resultado de coeficiente de correlación un valor de 0,588 que según el autor citado en esta tesis lo considera en un nivel alto de correlación, en la misma línea va el valor de

significancia obtenido con un 0.000 el cual es menor a lo requerido para aceptar la hipótesis específica 2 de investigación ( $p= 0.000 < 0.05$ ), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis que acepta que existe una correlación entre los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar de Breña – 2022, por lo cual se puede confirmar que las piezas gráficas acerca la estabilidad emocional en los medios digitales es percibido de forma positiva según los estudiantes que buscan enriquecerse con información importante.

### **Hipótesis específica 3, Emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes.**

A continuación, se presentará los resultados obtenidos de la hipótesis específica 3, la cual trato acerca de las emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en los estudiantes, los cuales represento como resultado en el coeficiente de correlación un valor de 0,562 que según el autor citado en esta tesis indica un nivel de correlación moderada, del mismo modo, este resultado obtuvo una significancia de 0.000 el cual es un valor menor al mínimo requerido para poder aceptar una hipótesis de investigación ( $p= 0.000 < 0.05$ ), según este resultado obtenido se rechazó la hipótesis nula y acepto la hipótesis que acepta que existe una correlación entre las emocional acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar de Breña – 2022.

### **Hipótesis específica 4, Los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes.**

Para la descripción de la última hipótesis específica que trato a los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram, y la percepción en los estudiantes, el cual obtuvo como resultado de coeficiente de correlación un valor de 0,597 que según el autor que respalda los niveles de correlación citados en esta investigación le otorgan un nivel de confiabilidad moderada, asimismo, este resultado arrojó una significancia de 0.000 el cual es un valor menor al mínimo requerido que se necesita para aceptar una hipótesis de investigación ( $p= 0.000 < 0.05$ ), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis que acepta que existe una correlación entre los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar de Breña – 2022.

## V. DISCUSIÓN

Ahora bien, se consideró los resultados obtenidos con anterioridad para adicionar a esta investigación la descripción de la discusión, la cual considero a las investigaciones de los antecedentes nacionales utilizados en la tesis donde estuvieron: Huivin (2021), Medina (2018), Taipe (2021), Anicama (2018) y Gil (2018). Asimismo, de los internacionales donde se emplearon las variables de estudio, para esto se contó con: Mendoza (2019), Roa (2021), Calle (2015), Quezada (2020) y Erarslan (2019). Para poder discutir con los resultados obtenidos y la teoría de los trabajos realizados, asimismo, se implementó autores externos que apoyaron a los antecedentes en la discusión de los resultados de la presente investigación que trato acerca de la percepción de estudiantes ante piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional.

Dentro del Ítem 1 se cuestionó si las piezas gráficas podían comunicar un mensaje a los estudiantes de secundaria, dando como respuesta que una mayoría opinaba estar de acuerdo con un 60.9%, juntos a un 17.4% que estuvo totalmente de acuerdo que si podría interpretar un mensaje ante lo percibido. Dentro de los antecedentes nacionales se contó con Huivin (2021), que tuvo una pregunta parecida acerca de si sus piezas gráficas elaboradas cumplían con otorgar un mensaje a los perceptores, con un porcentaje de 57.4% que estuvo totalmente de acuerdo. Asimismo, Medina (2018), concluyó que es muy importante tener diseños bien elaborados para poder comunicar un mensaje y que este logre ser asimilado, ya que es la según el autor es la única forma de lograr los objetivos trazados. Asimismo dentro de su resultado, de si su pieza gráfica ayudaba a entender un mensaje obtuvo que un 95,4% de estudiantes estaba de acuerdo ya que la pieza gráfica presentaba forma de interactuar con el usuario. Por otro lado, el autor Taipe (2021), elaboró sus piezas gráficas para poder dar un mensaje claro de la temática que trabajo en su investigación por lo cual, vio conveniente la elaboración de flyers y banner para redes sociales para tener una mejor comprensión del tema. Del mismo modo el autor Anicama (2018), coincidió en que la elaboración de contenido visual acerca de un tema en específico ayudaba a comunicar un mensaje de una manera muy efectiva y que tenía más posibilidad de poder llegar al público objetivo de modo que se capta su atención. Para el autor Gil en el (2018), elaboró su investigación acerca de piezas

gráficas para la red social Facebook en la cual indica que la mejor manera de transmitir un mensaje era por medio de las piezas gráficas que contenían imágenes pues el índice que era una fuente de comprensión. Para finalizar la discusión del primer ítem se completó con el autor, Ortiz (2020) expuso acerca de los elementos del diseño gráfico aportan a la composición de una información en específica por lo que es necesario que se tome en cuenta para la elaboración de distintas representaciones gráficas, pues para este autor tiene mucha importancia el codificar un mensaje en concreto para posteriormente ser analizado en un contexto específico y ser un medio comunicativo.

Para el Ítem 2 de la investigación se discutió acerca de si se evidenció una armonía entre los elementos utilizados dentro de las piezas gráficas, según los resultados obtenidos de la recolección de datos se obtuvo que para los estudiantes si había una armonía visual con un total de 21.7% que se encontraron totalmente de acuerdo y un tanto de 48.9% que se encontró de acuerdo de que si existía una armonía dentro del conjunto de elementos gráficos de las piezas gráficas de la estabilidad emocional para Instagram. Para contrastar los resultados obtenidos se consideró a Moreno (2019) en donde el resultado de su pregunta ante sí la armonía de sus elementos dentro de las piezas gráficas elaboradas por el autor causaban una buena impresión obtuvo un 62.4% de público que estuvo totalmente de acuerdo ante una armonía eminente dentro de una composición por lo que se puede intuir que una armonía visual causa una buena impresión. Asimismo, se obtuvo que para los resultados de Medina (2018) acerca de si los colores y las formas tenían un equilibrio resultó que un 77.1% estuvo totalmente de acuerdo ante esta afirmación y obtuvo una mejor percepción ante las piezas gráficas. Por otro lado, Gil (2018) en su investigación resaltó que las publicaciones en la red social podían no ser tan eficientes, ya que los elementos gráficos juegan un papel importante dentro de armonía visual de todos los elementos que se implementaron en las piezas gráficas, por lo tanto, es importante tener una armonía visual para reflejar un contenido más resaltante. De igual modo Calle (2015) dedujo que la armonía de elementos era un indicador importante dentro de los proyectos de diseño gráfico, para este era de suma relevancia crear una fluidez en todos los elementos gráficos, como lo son los colores, tipografía, logotipos, etc. Todos los elementos conjuntos dentro de la composición, puesto que todo representaba si existía una armonía o no y ayuda que allá una mejor apreciación

visual más resaltante. Además, se obtuvo la discusión del autor Park (2022) donde asevera acerca de la armonía visual dentro de los diseños, donde interpreto que era el medio para poder resaltar todas las unidades visuales implementadas y lograr que el público ponga atención a toda la información brindada con ayuda de la armonía la cual para el autor es una forma de unir de forma general cualquier elemento visual que se encuentre dentro de una composición.

En el Ítem 3 se discutió acerca de que si las formas visuales implementadas en el diseño eran reconocibles en el cual se obtuvo como resultado que un 55.4% estuvo de acuerdo con un 26.1% que estuvo totalmente de acuerdo, ante la interrogante que preguntaba acerca de si los estudiantes lograban reconocer las formas gráficas, comparando estos resultados de Taipei (2021), resalta que el poder reconocer las formas gráficas estimula a que el público receptor pueda captar una información. Asimismo, su resultado ante si se podía reconocer su significado de las formas visuales que implemento en su pieza gráfica fue positivo dio un 44 % totalmente de acuerdo y un 51.6% de acuerdo. Por lo que se intuye que las formas visuales que son reconocidas con la ayuda de los otros elementos visuales causan una percepción positiva ante el usuario. Para Calle (2015), Atribuye a las formas visuales como un lenguaje de comunicación el cual es un medio de intercambio de información con las cuales se puede entender y comprender distintos mensajes, asimismo menciona que la implementación de una forma visual ayuda a que exista una intensión de comunicación frente al receptor y al codificador. Coincide con la descripción de Huivin (2021), donde asevera que las formas visuales son capaces de captar los sentidos y la decisión del público ante su observación, asimismo de poder permitir que identifica lo que puede visualizar mediante lo validado y pensado. Para Valle (2021) En sus resultados ante las formas visuales que implemento en su afiche si este logro captar la atención de su público con la información que se brindó, donde los resultados fueron positivos con un 40% que estuvo totalmente de acuerdo y 42% de acuerdo que las formas visuales dentro de piezas gráficas si llamo la atención. Dando respaldo a los resultados de Valle, se encuentra la investigación de Moreno (2019), ante su interrogante ante si su público objetivo había sido capaz de identificar las formas visuales que había mostrado dentro de sus piezas gráficas encontró que una mayoría que estuvo totalmente de acuerdo con un 63.1% si había sido capaz de

reconocer las formas gráficas, acompañando al grupo de 27.3% que estuvo de acuerdo.

Para el ítem 4 se ha trabajado la pregunta acerca de si se logra una identidad gráfica dentro del perfil en Instagram de la estabilidad emocional, para los resultados de esta pregunta se ha tenido de la misma manera datos positivos pues la mayoría de estudiantes coincidió en que si había una identidad gráfica, los cuales los resultados demostraron con un 21.7 % estar totalmente de acuerdo junto a un 52.2% en totalmente de acuerdo por lo que se afirma esta aseveración. Ante la identidad gráfica Hoyos (2015) indico que es un objetivo principal ante la elaboración de una pieza gráfica, ya que sirve como una herramienta para comunicación. Asimismo, Quezada (2020) sostuvo que la identidad gráfica ayudaba a reconocer si un contenido visual era agradable ante la percepción de usuario y este ayudaba al mensaje fuera transmitido de una manera correcta. Igualmente, López (2014) identifico que la línea gráfica era una característica importante que debía de ser elaborado por un diseñador según los elementos visuales que utilizara para poder ser publicado en plataformas y medios digitales. Según el autor Sanromán, et al. (2022) La identidad gráfica se basa en la identificación del sujeto hacia ente comunicador, el cual se compone de distintos atributos gráficos ejercer una comunicación visual con un sistema de percepción sensible ante los elementos que se puedan visualizar. De igual modo, se tiene al autor Gil (2018) que logro un impacto similar en sus resultados dando un 95% de aceptación ante su propuesta de identidad gráfica donde sus encuestados indicaron una percepción positiva ante su pieza gráfica pues esta apporto una unidad visual en conjuntos con todos los elementos que autor trabajo para la empresa que requería de representaciones gráficas dentro de su red social.

Para el ítem 5 se consultó a los estudiantes si los elementos gráficos que se encontraron en las piezas gráficas eran llamativas, por lo que se obtuvo un resultado positivo con un 29.3 % (27) que estuvo totalmente de acuerdo con un 38% (35) de estudiantes estuvo de acuerdo, por lo que se consideró que si eran llamativas por todos los elementos que se trabajaron dentro de las piezas gráficas. Ante las piezas llamativas para espectador, Medina (2018) sustento que si se pretende realizar una presentación gráfica llamativa se debe considerar los diferentes elementos que componen una construcción gráfica, como lo son los colores, tipografía y otros

elementos que ayuden a componer un mensaje. De mismo modo, López (2014) describió a los elementos gráficos como diferentes elementos que componen una proyección visual donde intervienen la cromática utilizada, las dimensiones y la proporción de los gráficos, además que estos puedan ser editados si fuera necesario. De igual Anicama (2018) menciona que para lograr una composición llamativa era de suma importancia considerar el uso de la cromática, la información, los gráficos y la composición, ya que los elementos juntos lograrán una buena composición. En esa misma línea Carvajal (2016) indica que los elementos gráficos son objetos virtuales capaces de proveer un funcionamiento en las relaciones que tiene un individuo con todos los gráficos que son percibidos en una web de modo que estos actúan como un medio de información virtual el cual genera una interacción con el sujeto dentro de los medios digitales. Huivin (2021), presento unos resultados positivos al igual que esta investigación donde su pregunta trato acerca de si sus afiches lograron llamar su atención ante la pregunta obtuvo que de un grupo de 108 jóvenes encuestados, 53.7% estuvo totalmente de acuerdo con un 46.3% que estuvo de acuerdo ante si los afiches lograron llamar su atención.

Dentro del ítem 9 se elaboró una pregunta a los estudiantes acerca que indicaba acerca de si las piezas gráficas podrían ser entendibles por todas las personas, la cual ante esta interrogante se obtuvo como resultado que un 23.9% (22) de estudiantes estuvieron totalmente de acuerdo, junto a un grupo mayoritario de 47.8% (44) que estuvo de acuerdo, por lo que se puede afirmar que para los estudiantes encuestados las piezas gráficas eran entendibles y con solo ser apreciado podía ser entendido por cualquier persona. Para Taipei (2021) quien respaldó la investigación indicando que para que el mensaje sea bien entendido las piezas gráficas deben tener un agrado visual. Asimismo, Gil (2018) interpreta que la fase central para una correcta interpretación de mensaje es poder entender todos los símbolos que componen una pieza gráfica. En cuanto a la capacidad de las personas para comprender las piezas gráficas el autor Torres (2016) describió que la capacidad de proyectar información hacia una persona era mediante la percepción que el individuo tenía hacia el elemento gráfico lo cual requería una capacidad de percepción positiva para que haya una conexión entre los elementos apreciados con el espectador. En cuanto a la descripción conceptual de la capacidad que tiene las personas de entendimiento se consideró al Romeu (2017) que dentro de su

investigación indico que mediante la capacidad de memoria que obtenga una persona para retener un lenguaje que permita a su cerebro poder decodificar un idioma a futuro depende que este individuo pueda entender la información. Para comparar resultados se tiene a la investigación de Huivin (2021) que ante su pregunta que cuestionaba si sus piezas gráficas lograba ser entendido para el público, como para convencer acerca de su contenido las cuales tuvo unos resultados favorables, ya que de sus 108 encuestados todos estuvieron de acuerdo, pero en diferente intensidad, con un 50.9% de acuerdo y un 49.1% totalmente de acuerdo.

Para el ítem 10 se pregunto acerca de si las piezas gráficas tenían un correcto acompañamiento de imágenes, obtuvo como resultado favorable las siguientes cifras: un 24.2% (22) estuvieron totalmente de acuerdo, junto a un grupo mayoritario de 57.1% (52) que estuvo de acuerdo. Medina (2018) sostuvo que las imágenes tienen un rol importante en el proceso de comunicación por lo que ayuda a lograr una mejor percepción visual ante el usuario. Asimismo, Roa (2021) en su investigación trato a la imagen como un elemento importante dentro de los componentes de un diseño, además resalto que la imagen era un material sencillo de publicar dentro de los medios digitales y funciona como medio de comunicación formal y de calidad. En esa línea, Torres (2016) indico que la imagen es una ayuda para plantear las referencias gráficas de algún elemento, ya que este es una representación de la realidad y existe una relación entre lo que puede ser percibido por el cerebro humano, que así mismo sirve como un medio de comunicación. Puente (2006) describió a la imagen como una tendencia que había en evolución, los cuales fueron desde representaciones artísticas antiguas hasta las imágenes digitales que se conocen el día de hoy el cual ha colocado más tribunas de apreciación, asimismo, su calidad ha aumentado y su importancia ante cualquier exposición visual, comunicativa y de lenguaje requiere de diversas ilustraciones. Como resultado ante la consolidación de una imagen dentro de una composición se tiene al estudio de Anicama (2018) que cuestiono a muestra que tanta percepción tenía el público ante la imagen teniendo un resultado variado con un 32% de acuerdo y un 26% en desacuerdo, por lo que intuye que la imagen puede ser percibida de forma favorable y en ciertos casos no.

En el ítem 11 se interrogó acerca de cada composición gráfica que fue publicada en el perfil de estabilidad emocional acerca si de estos tenían los elementos



correctos, en los que se puede añadir a la imagen, texto, colores e información entre los más resaltantes para ello se obtuvo como resultado favorable para investigación puesta un grupo de 16.5% (15) que estuvo totalmente de acuerdo. De mismo modo, un 57.1% (52) estuvo de acuerdo, por lo que los resultados arrojan que hubo una percepción positiva ante estos elementos por parte de los estudiantes. Para complementar esta información se tuvo a Calle (2015) donde sustento acerca de las composiciones correctamente elaboradas para comunicar un mensaje, en la cual resalta que debe tener una coherencia frente a los elementos que se utilizaran mediante la construcción de códigos que pueden ser entendidas dentro de una cultura. Por otro lado, Mendoza (2019) en su investigación resalto que el uso correcto de los elementos genera una jerarquía visual en cuanto a lo que se refiere captar la atención del usuario que con la correcta diagramación de todos los elementos gráficos se puede transmitir el mensaje de forma clara y concisa. De mismo modo, Torres (2016) describió a la composición gráfica como un canal de expresión, ya que este es un ente comunicador que actúa de acuerdo a la composición que lo construye tomando en cuenta los elementos visuales para que el resultado sea llamativo y entendible. En cuanto a la descripción conceptual para la composición López (2020) la definió como una forma artística de componer un diseño que debe haber sido preparado seleccionando rigurosamente todos los elementos que lo acompañaran, asimismo, debe ser bien pensado el área en el cual se hará las combinaciones de modo que el resultado aporte a la comunicación y transmita un mensaje claro hacia el usuario. Para contrastar los resultados obtenidos se tiene la investigación de Quezada (2020) ante su pregunta acerca si de que si las piezas gráficas digitales elaboradas tenía la correcta composición que ayude a comunicar el mensaje esperado, obteniendo un 100% de los encuestados estando de acuerdo ante la interrogante.

Dentro del ítem 12 se consultó acerca si las composiciones creados con ayuda de distintas imágenes eran llamativas ante los estudiantes, estas creaciones llamadas collage fueron elaboradas con un toque surrealista fue llamativa para los jóvenes, lo cual es respaldado con los resultados obtenidos de un 57.1% (52) de estudiantes que estuvo de acuerdo frente a la interrogante. Se complementó esta información con la investigación de Mendoza (2019) que sustenta que ante una pieza gráfica estéticamente elaborada capta la atención de los usuarios y que logra su objetivo de

persuasión con ayuda de su diseño puede ser conveniente ante la búsqueda de atención de un determinado público. Respaldo al autor anterior Medina (2018) en su investigación concluyó que una pieza gráfica que tiene elementos bien pensados dentro de su composición, la hace llamativa por el simple hecho de ser atractiva ante el ojo del público objetivo. En cuanto a las composiciones elaboradas con imágenes, hace alusión a su representación visual por lo que Torres (2016) propuso que lo visual atrae mayor atención en el público objetivo, ya que las piezas gráficas son mejor percibidas por el trabajo de los elementos gráficos de acuerdo a la temática escogida ayuda a ser más llamativa ante el espectador. Gutiérrez (2020) el collage, es una de las últimas creaciones de las corrientes artísticas, que utiliza diferentes combinaciones de otras disciplinas del diseño que crean nuevas composiciones que tienen la capacidad de ser proyectos estéticamente apreciados por su forma y composición, que asimismo su función primaria es la de comunicar con el conjunto de elementos utilizados. Con los resultados de la investigación de Taipei (2021) se intuyó que las piezas gráficas son llamativas ante los usuarios y genera interés, ya que una de sus preguntas consulto acerca de si su pieza gráfica era llamativa, con el cual obtuvo que un 47.3% de su público estuvo totalmente de acuerdo, junto con el 45.1% que estuvo de acuerdo, por lo que se determinó que las piezas gráficas eran llamativas a simple vista por todos los elementos que compone una pieza gráfica bien elaborada.

En cuanto al ítem 13 se encuestó con una pregunta que trataba acerca de si con la implementación de las piezas gráficas era más sencillo para los estudiantes la comprensión de la información obteniendo unos resultados alentadores, ya que los estudiantes fueron positivos y destaco que un 27.5%(25) de estudiantes estuvo totalmente de acuerdo, junto a otro grupo con 50.5% (46) de estudiantes que estuvo de acuerdo. Ante estos resultados el autor Huivin (2021) en su trabajo de investigación resalto que para los jóvenes existe una relación entre los diseños percibidos y su comprensión de los mensajes. De igual modo respalda Medina (2018) que indicó que para la comprensión de información para los estudiantes es apropiado otórgales algún medio gráfico que pueda hacer que todos los datos estén de forma resumida y claro, sobre todo que para ellos cause alguna interacción. Para el autor Torres (2016) la comprensión es un medio por el cual se puede comprender todos los signos que componen una representación gráfica, mediante las experiencias y conocimientos

que haya tenido el usuario previamente, de modo que pueda obtener una información del gráfico que esté apreciando y de este modo genera una comunicación basándose al sistema de compresión. Según el Márquez (2013) para que un individuo genere una comprensión efectiva mediante sus propias capacidades cognitivas es esencial que mediante el proceso este cuente con un conocimiento previo y con la conciencia de que los elementos percibidos pueden generarle una comprensión. En cuanto a los resultados obtenidos para Taipei (2021) fueron parecidos a los de esta investigación, ya que ante su pregunta que trataba acerca de si luego de observar la pieza gráfica hubo mejor comprensión de la información obtuvo que un 51.6% de su población total estuvo de acuerdo, mientras que un 44% estuvo totalmente de acuerdo.

Para el ítem 14 que trato acerca de si las piezas gráficas elaboradas acerca de la estabilidad emocional eran simplificadas y breves para poder ser entendidas dio como resultado que los estudiantes estuvieron totalmente de acuerdo con un 27.2% (25) estudiantes y un 54.3% (50) de estudiantes que estuvieron de acuerdo. Taipei (2021) en su investigación describió la complejidad que genera que algunas piezas gráficas no sean muy bien entendidas por lo que destaco que para que se logre un sistema de comunicación estas deben ser simples e interactivas. Para complementar la investigación Roa (2021) destaca lo sencillo que es utilizar una red social, ya que es parte de la vida diaria de muchas personas, en donde Instagram tiende a ser beneficioso, ya que es una herramienta sencilla y ayuda a la mejor comprensión de la información publicada por su generalidad todo contenido en esta red social es breve. Para considerar la complejidad de una pieza gráfica se tiene en cuenta la presentación de esta, el autor Torres (2016) redacto acerca de cómo el contenido podía ser variado, y dependía del objetivo para que este fuera elaborado de forma correcta de como que logre satisfacer la necesidad que tiene el usuario en el momento para poder adquirir información acerca de un tema en específico. En cuanto a la definición de la presentación de las piezas gráficas para lograr entender si esta causo impresión positiva de acuerdo a las necesidades del público se tomó en cuenta a lo escrito por el autor Arguello (2016) que indico en su investigación que una presentación considerable para los participantes sería una que considere un tipo de letra entendible que pueda ser leído fácilmente, asimismo un fondo claro y un mensaje entendible de modo que estos elementos influirán en la presentación final para que sea más sencilla y quede una forma estética. Huivin (2021) presento en sus resultados

que mediante su pieza gráfica elaborada de forma sencilla y breve era una ventaja frente a demás información que pueda haber acerca de su temática por lo que sus encuestados respondieron con un 53.7% está de acuerdo y un 46.3% totalmente de acuerdo en que los afiches si genero llamar su atención debido a que este ayudaba a comprender la información de forma sencilla.

En el ítem 15 se trató una interrogante hacia los estudiantes que preguntaba a los estudiantes si percibían en las piezas gráficas trabajo una temática positiva y de ayuda de lo cual se obtuvo como resultado favorable un total de 29.3% (27) estudiantes que estuvieron de acuerdo con un total de 46.7% (43) estudiantes que estuvieron de acuerdo. De mismo modo en la investigación de Calle (2015) resalto que su trabajo fue positivo, ya que ayudo a que se diera a conocer un programa que ayudaba a las personas mayores a incorporarse a talleres de ayuda. Del mismo Quezada (2020) asevero que su investigación pretendía ayudar a que las cabezas de la empresa tengan una mejor visión de su producto por lo que generó una línea gráfica para poder conectar con los clientes de la marca. Para Martínez (2010) en su investigación redacto acerca de los mensajes gráficos los cuales considero oportuno mencionar que dentro de estos mensajes hay una percepción gráfica donde intervienen distintas categorías visuales, ya que según el tema que trabaje el diseñador cree un aspecto positivo hacia el espectador de modo que quede en su memoria y cree una conciencia. Dentro de las temáticas de estudio se trabajó en conjunto un mensaje, que pueda ser claro para que el público pueda entenderlo, por ello el autor Torres (2016) sustento que el mensaje visual era una forma estética de presentar una información con textos y colores bien pensados, de modo que esto ayude a comunicar y representar ciertas ideas que ayuden al espectador a que su observación tenga un mensaje que se pueda analizar. En cuanto a los resultados se destacó a Huivin (2021) que en una de sus preguntas obtuvo como resultado que los jóvenes mejoraron en cuanto a sus hábitos alimenticios para cuidar su salud un 57.4% de acuerdo junto a un 42.6% de modo que sus piezas gráficas no solo comunicaron un mensaje, sino que también tuvo un propósito de ayuda.

Para el último ítem 16 que cuestiono a los estudiantes acerca de si los mensajes de las piezas gráficas eran entendibles, los estudiantes que estuvieron totalmente de acuerdo con un total de 29.3% (27) estudiantes con un porcentaje

mayor de 46.7% (43) estudiantes que estuvo de acuerdo que las piezas gráficas que se les mostraron eran entendibles, para Taipe (2021) las piezas gráficas deben tener una tipografía clara de forma que su percepción sea la correcta, de esta forma será finalmente bien entendida. Igualmente, Anicama (2018) sustentó que para entender una pieza gráfica se debe considerar el punto de vida que puede construir una persona mediante las experiencias que ha tenido en sus vivencias. En cuanto a la composición de un mensaje que ayuda a que este sea entendible y que los estudiantes hace referencia a la decodificación de signos, por lo que el autor Torres (2016) indicó que estos signos forman parte del proceso de comunicación ya que se toma en cuenta que el espectador conozca de la simbología empleada en las piezas gráficas para que pueda ser entendido y pueda producir un aprendizaje. Para tratar la definición conceptual de los signos en los mensajes de las piezas gráficas elaboradas se consideró al autor Escobar (2014) que describió en su investigación a los signos como un sistema de normas que asimila una sociedad en cuanto al modo de representar comportamientos, costumbres, leyes los cuales representa a una especie de lenguaje. Para los resultados se tuvo a Medina (2018) que ante su pregunta que trató acerca del entendimiento que proporcionaba su pieza gráfica elaborada hacia a los estudiantes, donde obtuvo respuestas positivas, ya que el 71.1% estuvo totalmente de acuerdo y 25 % de acuerdo a que su pieza gráfica ayudaba a que el mensaje sea mejor entendido por la implementación de distintos elementos gráficos que captaban mejor la atención y daba un mensaje más claro.

En cuanto a la discusión en el análisis inferencial, se procedió a discutir los resultados obtenidos de las hipótesis generales y específicas planteadas según las variables principales de estudio y sus dimensiones. Dentro de la hipótesis general de estudio obtenido a través del análisis estadístico rho de Spearman se pudo determinar que las variables piezas gráficas y percepción que fueron positivas, a su vez aceptadas según el resultado obtenido de la significancia de 0.000 que fue menor al mínimo exigido para aceptar una hipótesis de investigación de 0.05 ( $p = 0.000 < 0.05$ ). De igual modo, se consideró que ambas variables eran correlacionales, ya que obtuvo un valor de coeficiente de correlación de 0,701, lo que equivale según el autor citado en esta tesis a un nivel alto de correlación, por lo que se puede afirmar que si existe una correlación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en los estudiantes de la I.E. Mariano Melgar de Breña –

2022. Para complementar esta discusión de análisis inferencial de la hipótesis general de las variables piezas gráficas y percepción se consideró a Huivin (2021) quien obtuvo como resultado para comprobar si sus variables de estudio piezas gráficas y percepción tenían una correlación la cual obtuvo un valor de significancia de 0.000 el cual representa a una menor cantidad de 0.05 ( $p= 0.000 < 0.05$ ) por lo que se aceptó su hipótesis planteada, además se complementó con su coeficiente de correlación para ambas variables con un valor de 0,686 el cual ayudo a afirmar la correlación positiva moderada. Del mismo modo, en la investigación de Taipe (2021) los resultados que obtuvo ante la correlación de ambas variables investigadas de las piezas gráficas y la percepción un valor de significancia de 0.000 el cual es un número menos al mínimo requerido para darle un valor positivo a la correlación estadística 0.05 ( $p=0.000 < 0.05$ ), en adición se considera su valor de coeficiente de correlación de 0,693 el cual según el autor indica que es una correlación media. Dentro de la investigación de Mendoza (2019) se evidenció que existía un nivel bajo entre sus variables piezas gráficas y la apreciación de los estudiantes por lo que el autor evidencio el poco interés por los gráficos que buscaban proporcionar información acerca de la carrera de diseño gráfico el cual fue la temática que se trabajó en dicha investigación por lo que se comprueba que el mensaje aportado no fue positivo por las pocas motivaciones que sintieron los espectadores al apreciar la pieza gráfica. En adicción a la discusión se tienen los resultados del autor Sánchez (2019) que trabajo de mismo modo con las dos variables principales de estudio del presente trabajo de investigación por lo que obtuvo que en su hipótesis general un valor de significancia de 0.000 el cual es mejor al 0.05, ( $p= 0.000 < 0.05$ ) por lo que su hipótesis fue acepta, rechazando la hipótesis nula que ante sus piezas gráficas hubo una correlación con su segunda variable percepción en los estudiantes que se aplicó el instrumento de recolección de datos. Por último, en las bases teóricas se halló que López (2014) alude al término de las piezas gráficas un conjunto de elementos que son creativos y llamativos que aportan un mensaje en concreto el cual es elaborado por un comunicador gráfico ante un público objetivo que se busca conquistar con todas las herramientas visuales alcance de un diseñador gráfico. De igual modo, Torres (2016), describió a la percepción como un factor psicológico que actúa en la mente de un individuo que se encuentra apreciando algún objeto u otro que por lo general puede causar un efecto positivo o negativo en la persona según esta conozca los símbolos que la representación observada haya incluido dentro de su composición final. Dentro

de la discusión de la hipótesis general se ha obtenido que en la mayoría de las investigaciones expuestas hay un tipo de relación frente a las dos variables estudiadas y de este modo hay varios niveles de percepción que depende de factores como la temática y el público al cual se le haga el estudio.

La discusión de la hipótesis específica 1 trabajo principalmente la correlación entre la comunicación visual y la percepción en los estudiantes el cual logro obtener un valor de significancia de 0.000 el cual acepta la hipótesis y un coeficiente de correlación positivo alto de 0,633 que respalda a la hipótesis plantea y la acepta pudiendo afirma que existe una correlación entre los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar de Breña – 2022. Dentro de la investigación de los antecedentes se tiene a Huivin (2021) que para su hipótesis específica 1 trabajo los medios publicitarios y la percepción con los cuales tuvo como resultado del Rho de Spearman una significancia de 0.05 el cual rechazo su hipótesis nula y acepto la hipótesis que demandaba una relación entre los medios publicitarios y la percepción visual por lo cual el autor afirmo que si había una correlación positiva con los resultados de su coeficiente de correlación los cuales fueron de 0,642 el cual según el autor que se trabajó en su investigación significaba un grado moderado de correlación positiva. Para el autor Taipei (2021) en su hipótesis específica 1 también tuvo un valor positivo de correlación pues según sus resultados del Rho de Spearman de los elementos retóricos y la percepción visual en los estudiantes tuvo una significancia de 0.00 el cual fue menor a 0.05 ( $p= 0.000 > 0.05$ ), por otro lado, su coeficiente de correlación también respalda sus resultados, ya que obtuvo un valor de 0,581 el cual según su autor citado significaba un nivel de correlación media de modo que el autor afirmo un existencia de correlación entre sus elementos retóricos de sus piezas gráficas y la percepción en los estudiantes.

Del mismo modo se procedió a discutir la hipótesis específica 2 de la investigación que planteo si existía una relación entre los medios digitales y la percepción en los estudiantes el cual logro obtener resultados positivos de mismo modo que la hipótesis general, ya que obtuvo un valor de significancia de 0.000 el cual acepta la hipótesis y un coeficiente de correlación positivo alto de 0,588 que respalda a la hipótesis plantea y la acepta pudiendo afirma que existe una correlación

entre los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar de Breña – 2022. En la investigación de Huivin (2021) para su hipótesis específica que manejo el plan de publicidad y la percepción obtuvo una significancia menor al 0.05 por lo cual su hipótesis específica 2 fue aceptada, de mismo modo este obtuvo un coeficiente de correlación de 0,453 que según el autor citado en dicha investigación otorgo un valor moderado de correlación, de modo que se terminó aceptando un nivel de correlación. Del mismo modo, el autor Taipei (2021) obtuvo resultados positivos para su hipótesis específica 2 los cuales fueron positivos de igual modo con un valor de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación de 0,632 aceptando la hipótesis y dándole un nivel de correlación positiva media ante la percepción visual y la comprensión del mensaje en los estudiantes que fueron su población de estudio. Roa (2015) en su investigación obtuvo como resultado que las piezas gráficas educativas elaboradas para Instagram si tuvo una percepción positiva, ya que los ayude a considerar la plataforma como una herramienta útil para ayudarlos a llevar sus estudios, de modo que también les causa una grata experiencia, ya que estaban bien relacionados con la red social, por último destaco que se podrían aplicar algunas dificultades en contra, ya que este estudio debería ser supervisado porque los estudiantes podrían comprometer su concentración con otras actividades. Para complementar la discusión se obtuvo la descripción de la autora López (2014) quien asevero que los medios digitales eran todos los medios por los cuales se podían reproducir gráficos mediante la web, con ayuda de los nuevos formatos tecnológicos que van llegando al alce y por lo cual estos tienen más alcance que los formatos convencionales por lo que también puede ser compartido por más de un dispositivo a la vez. En cuanto a la percepción se tiene el respaldo de Anders, N. et al (2021) que le atribuye el hecho de tener una capacidad de poder discernir entre las distintas señales que llegan al cerebro mediante un proceso de observación de una representación la cual haya llamado la atención del individuo en una etapa anterior por la cual puede interferir distintos factores que hagan que esta sea mejor percibida o no. Para el autor Erarslan (2019) en su hipótesis específica 1 obtuvo como resultado que los estudiantes sintieron una mejora en el uso de las piezas gráficas publicadas en el usuario de Instagram para poder aprender acerca del idioma ingles de modo que para la mayoría de ellos se les fue más sencillo por el manejo que ya tenían de la plataforma asimismo, por la novedad de poder encontrar la información educativa en una res social. Villareal



(2018) redactó que las piezas gráficas era un producto de la disciplina gráfica en la cual intervenían los elementos gráficos que según el comunicador gráfico viera conveniente para su creación en la cual puede apreciarse en distintos ámbitos no obstante siempre resaltando que estas piezas tienen un nivel alto de percepción. Qiong (2017) determinó que la percepción es una forma de pensar de acuerdo a algo en específico que el individuo pueda sentir en el momento en el que su conciencia va recibiendo la información de sus sentidos hacia su cerebro el cual ayuda a generar la capacidad de comprender lo que lo rodea.

Dentro de la discusión hipótesis específica 3 los resultados obtenidos fueron positivos, se trató acerca de las emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en los estudiantes, se obtuvo como resultado en el coeficiente de correlación un valor de 0,562 que según el autor citado en esta tesis indica un nivel de correlación moderada, del mismo modo, se obtuvo una significancia de 0.000 el cual es un valor menor al mínimo requerido para poder aceptar una hipótesis de investigación ( $p= 0.000 < 0.05$ ), por lo que según estos resultados obtenidos se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis que acepta que existe una correlación entre las emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar de Breña – 2022. De igual modo, Huivin (2021) en su hipótesis específica 3 que abarcó el comportamiento y percepción visual obtuvieron buenos resultados, ya que su significación arrojó un valor de 0.00 el cual es menor a 0.05, por lo que se aceptó su hipótesis, asimismo su coeficiente de correlación lo respalda otorgándole de los resultados un valor de 0,541 el cual según su autor citado dentro de su investigación le otorga un valor de significancia en grado moderado, de ese modo el autor afirma que hubo una correlación entre el comportamiento y la percepción visual en los jóvenes encuestados. En el caso de la investigación de Taipei (2021) para su hipótesis específica 3 en la cual considero trabajar según su matriz de investigación dentro del Rho de Spearman la percepción visual y la comunicación asincrónica obteniendo buenos resultados, en primera instancia el valor de su significancia arrojó un 0.000 el cual es positivo y se aceptó su hipótesis habiendo obtenido un valor menor al 0.05 ( $p= 0.000 > 0.05$ ) que se requería para aceptar la hipótesis de investigación, de igual modo en su coeficiente de correlación obtuvo como resultado un 0,666 el cual según su autor citado en su investigación le otorgó un valor de correlación medio, para el cual él autor afirmó la

existencia de una correlación entre la percepción visual y la comunicación asincrónica en sus encuestados. El autor Erarslan (2019) obtuvo resultados positivos, ya que sus estudiantes detallaron que las piezas gráficas en la plataforma Instagram era una herramienta útil para poder adquirir conocimiento, de mismo como que estas piezas con fines educativos logro llamar la atención con su contenido didáctico generó un conocimiento probando que las piezas gráficas si tenían relación con el conocimiento. Para complementar la discusión se obtuvo la descripción de su dimensión emociones con el autor Robayo (2020) quien plantea las emociones como un grupo de emociones que genera el ser humano según las experiencias que puede tener en su día a día las cuales puedes ser positivas y negativas. Por último, para finalizar la discusión de esta hipótesis se consideró lo redactado por Shynu et al. (2021) el cual expuso que la percepción es la imagen mental que crea una persona ante un estímulo en específico que proviene del exterior de acuerdo a la importancia que este genere a lo percibido durante el proceso de captación de objetos comunes o naturales que pueda hacer que llame más su atención.

Por último se discutió la hipótesis específica 4 que trato a los acontecimientos y la percepción en los estudiantes, el cual obtuvo como resultado de coeficiente de correlación un valor de 0,597 que según el autor citado en la investigación le otorgan un nivel de confiabilidad moderada, además, una significancia de 0.000 el cual es un valor menor al mínimo requerido que se necesita para aceptar una hipótesis de investigación ( $p= 0.000 < 0.05$ ), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis que acepta que existe una correlación entre los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar de Breña – 2022. En los resultados de la hipótesis específica 4 Huivin (2021) obtuvo mediante Rho de Spearman los valores que les permitió dar con los siguientes resultados, para efectos del consumo y la percepción visual se obtuvo una significancia positiva, ya que arrojó un valor menor al 0.05 el cual rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis que afirma la correlación. Asimismo, el valor de coeficiente de correlación fue de 0,423 el cual según el autor citado en dicha investigación otorgo un valor moderado de correlación. Para contrastar estos resultados con los de Taipei (2021) que dentro de la hipótesis específica 4 en él se trabajó con la percepción visual y la comunicación representativa se obtuvo una significancia de 0.000 el cual es un valor menor al 0.05 ( $p= 0.000 < 0.05$ ), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se

acepta la hipótesis positiva. Igualmente, el coeficiente de correlación de 0,551 que según el autor citado en la investigación del autor le otorga un valor de correlación moderada, de modo que el autor según los resultados obtenidos afirmó la existencia de correlación en su variable y dimensión. El autor Sánchez (2019) obtuvo como resultados en su hipótesis específica 4 donde trabajó su variable estereotipo y percepción unos valores positivos en cuanto a la significancia un valor de 0.000 por lo que su hipótesis específica fue aceptada, permitiéndole al autor demostrar que existía una relación entre su temática y la percepción en los estudiantes encuestados. Según el Nesa, A., et al. (2021) la percepción está ligada a la psicología, se obtiene según las vinculaciones que obtenga el individuo con los estímulos que se obtienen del contexto en específico. Robayo (2020) redactó acerca de los acontecimientos que según el autor son situaciones en las que el individuo es capaz de desarrollar nuevas experiencias en donde pueda causar recuerdos de mayor o menor magnitud mediante las relaciones que vaya desarrollando en las etapas de su vida.

## **VI. CONCLUSIONES**

Para el presente apartado de la investigación se presentan las conclusiones, las cuales fueron obtenidas mediante el proceso de investigación ya mencionado, por lo que responde al objetivo general planteado y de mismo modo a los objetivos específicos que fueron los siguientes:

Para la primera conclusión se determinó la existencia de una relación entre las piezas gráficas para Instagram acerca de la estabilidad emocional y la percepción en los estudiantes de la I.E Mariano Melgar, Breña – 2022. En el cual mediante el valor de significancia que arrojó un 0,000 ( $p = 0,000 < 0,05$ ), mediante este resultado se aceptó la hipótesis de la investigación y desechó la hipótesis nula. Del mismo modo, el coeficiente de correlación fue positivo otorgando un valor de 0,701 el cual lo posiciona como una correlación muy alta. Por lo tanto, las piezas gráficas que fueron visualizadas por los estudiantes de 5to año de secundaria de la institución educativa Mariano Melgar fue buena y hubo una buena aceptación en cuanto al diseño de las piezas gráficas para tomar en cuenta información importante, asimismo, se respalda la información creativa y llamativa que pueden encontrar las personas en las redes sociales.

Para la segunda conclusión se determinó la existencia de una relación en la comunicación visual acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña – 2022, el cual obtuvo un valor de significancia de 0,000 el cual es menor al 0,05 por lo cual acepta la hipótesis de la investigación y rechaza la hipótesis nula, de igual manera, el coeficiente de correlación fue positivo otorgando un valor de 0,633 otorgando una alta confiabilidad. Por lo tanto, se concluye que la comunicación visual es importante en el proceso de querer lograr comunicar una idea o información por lo que según los resultados obtenidos se pudo evidenciar que una de las mejores formas de compartir información importante para un público objetivo determinado es mediante la composición de piezas gráficas llamativas, el cual otorga una comunicación visual para que el contenido sea mejor asimilado y tenga una buena percepción ante el usuario.

Para la tercera conclusión se determinó si existía una relación entre los medios digitales acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022, el cual mediante el análisis estadístico arrojó una significancia de 0,000, otorgando un valor menor al 0,05 el cual acepta la hipótesis que indica que hay una relación entre los medios digitales y la percepción en los estudiantes. Del mismo modo, el coeficiente de correlación para esta hipótesis específica fue del 0,588 el cual le otorga un nivel de correlación alta. Por ello, se sustenta que la información que se puede elaborar con diseños llamativos y sean publicadas en las plataformas de páginas web que son de fácil acceso para el público logran conectar con el usuario, ya que cuenta con diversos beneficios para su apreciación, de igual modo cuenta con una conexión más fuerte al ser una herramienta de comunicación actual y resulta novedoso para las personas que llegan a la información.

Para la cuarta conclusión se determinó si existía una relación entre las emociones acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022. Se obtuvo en su proceso estadístico una significancia de 0,000 el cual es un valor menor al requerido de 0,05 para poder aceptar la hipótesis de la investigación que determina que existe una relación entre las emociones y la percepción del estudiante. Asimismo, su coeficiente de correlación fue positivo obteniendo un valor de 0,562 el cual le otorga un nivel de correlación moderada. De modo que se afirma que la relación que guarda la existencia

entre en tema de las emociones es relevante para los estudiantes al tener una relación con sus formas de pensar en cuanto a la búsqueda de información y a experiencias que ha podido vivir el adolescente hacen que haya una percepción ante la información que pudo ser plasmada en representaciones gráficas llamativas.

Para la quinta conclusión se determinó si existía una relación entre los acontecimientos acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022. Se obtuvo el valor de significancia de 0,000 ( $p= 0,000 < 0,05$ ), el cual acepta la hipótesis que indica que hay una relación entre los acontecimientos y la percepción en los estudiantes, rechazando la hipótesis que descarta la primera. Del mismo modo, en cuanto a su coeficiente de correlación se obtuvo un valor del 0,597 el cual fue positivo otorgando una correlación moderada. Por lo tanto, se afirma que hay una relación entre la información que percibe el individuo con los acontecimientos que este puede recordar, ya que según el factor acontecimiento determina el grado de importancia que le otorga una persona al percibir una pieza gráfica.

## **VII. RECOMENDACIONES**

La presente investigación recomienda lo siguiente para poder generar una buena percepción de las piezas gráficas elaboradas en la temática de cuidado de la salud y estilo de vida se debe tomar en cuenta varios puntos los cuales fueron detectados durante el proceso de construcción de la investigación desde la prueba piloto en las cuales se identificó los posibles inconvenientes a futuro y en la primera fase del proyecto de tesis.

Para la elaboración de las piezas gráficas se recomienda el uso de una identidad gráfica, primero poder plasmar diferentes ideas mediante referencias, las cuales servirán junto a la temática empleada. Seguidamente los bocetos de los elementos principales para componer la pieza gráfica, el nombre, logotipo, colores, tipografía y otros elementos que acompañen la composición de los diseños juntos con una buena información que pueda servir y sea confiable, de fuentes fidedignas que puedan respaldar el trabajo de investigación realizado de modo que se le otorgue una representación visual a todo el contenido en general.

Se sugiere utilizar una temática actual y llamativa, esto sirve para que pueda lograr captar la atención del público objetivo hay varios temas que ya son tocados repetitivamente y siempre con la misma información repetitiva y con poca creatividad al momento de definir el soporte por el cual se podrá presentar al público, en el caso de los temas actuales tiene más posibilidad de que una persona se interese por él aunque no haya nada que lo vincule, al ser un tema nuevo capta más atención del público objetivo, por lo que se debe investigar el tema a tratar también haya sido investigado por otras personas para tener las bases teóricas necesarias.

En cuanto a la plataforma o soporte al utilizar se indica que es una decisión importante, en caso de esta tesis empleo piezas gráficas que pueden ser visualizar mediante una pantalla led por lo que las características de las piezas gráficas tenían que ser conforme a estas plataformas que tiene un gran variedad de medios ilustrativos y caracteres que pueden ser interactivos y con una infinidad de posibilidades para el momento en el que se requiera plasmar una información gráfica.

Finalmente, el público objetivo se debe considerar este factor importante, ya que es la parte final de todo el proceso de elaboración de piezas gráficas, ya que según la temática elegida y el soporte el producto final puede ser más fácil o difícil de obtener por el usuario al que se deberá llegar, en el caso de esta investigación se consideró la edad de los adolescentes los cuales estuvieron en el rango de edad de 15 a 17 años lo cual es dable que puedan acceder de manera libre a plataformas digitales con un dispositivo móvil o por medio de una computadora de mesa.

## REFERENCIAS

- Abarzúa, A. (2019). *Confiabilidad, validez e imparcialidad en evaluación educativa*. Centro de Medición MIDE UC. <https://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/1327>.
- Alan, D. y Cortez, L. (2018). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. (1era ed.). UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Álvarez, A. (2020). *Matriz de consistencia y matriz de operacionalización de variables*. Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10824>
- Anders, N. et al. (2021, 05 de Enero). The perception/cognition distinction, *Inquiry*. 1(1), 1- 31. <https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080%2F0020174X.2021.1926317&area=0000000000000001>
- Anicama, G. (2018). *Percepción de los universitarios de Lima frente a las piezas gráficas publicitarias de KFC en Facebook*. Tesis de grado. Universidad Tecnológica del Perú. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/1914>
- Arguello, A. (2016) *Evaluación de las piezas gráficas diseñadas para el Proyecto Alumbre: Intervención Artística en Guayaquil del año 2016*. Universidad Casa Grande. <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/927/1/Tesis114ARGe.pdf>
- Arias, J., et al (2016) El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*. 63(2), 201-206 <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arispe, C., et al. (2020). *La investigación científica*. Universidad Internacional del Ecuador. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4310>
- Bauce, G., Córdova, M., Avila, A. (2018). Operacionalización de variables. *Revista del Instituto Nacional de Higiene "Rafael Rangel"*. 49(2), 43-50. <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2020/05/1096354/operacionalizacion-de-variables.pdf>

- Betancur, S. (2000). Operacionalización de Variables. *Promoción de la salud*. 5(1), 1-8. <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/hacialapromociondelasalud/article/view/1847>
- Blázquez, M., et al. (2018). Uso de Internet por los adolescentes en la búsqueda de información sanitaria. *Atención Primaria*. 50(9), 547-552 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656716306047>
- Calle, C. (2015). *Elaboración de piezas gráficas de identidad, información y promoción como herramientas de apoyo al sistema de comunicación actual del Programa de Inserción del Adulto Mayor a una Vida Activa y Saludable del Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas del Ecuador*. Tesis de grado. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/9473>
- Campos, M. (2019) *Percepción del ambiente de clases universitarias en estudiantes de una universidad privada en Lima*. Tesis de maestría. Perú, Lima. [https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/7248/Per-cepcion\\_CamposUrdanivia\\_Maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/7248/Per-cepcion_CamposUrdanivia_Maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carvajal, E. (2016). Elementos gráficos y construcción de objetos virtuales en ambientes informáticos: Reflexiones en torno a la educación. *Revista Guillermo de Ockham*. 14(2), 1-23. <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105346890004.pdf>
- Cevallos, A., et al. (2017) *Métodos y técnicas de investigación*. (1era ed.). Ediciones Grupo Compás. <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/498/3/metodolog%C3%ADa.pdf>
- Egas, S. (2015). Creación de piezas gráficas para manejo de futura campaña, para la prevención del embarazo precoz. Tesis de licenciatura. <https://1library.co/document/qmw37r7z-creacion-piezas-gráficas-manejo-futura-campana-prevencion-embarazo.html>
- Erarslan, A. (2019, Julio), Instagram as an education platform for EFL learners. *The Turkish online journal of educational technology*, vol 18(3), 54-69. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1223776.pdf>



- Escobar, E. (2014). Semiótica y comunicación. Teoría de los signos y los códigos. *Revista Lengua y Sociedad* N° 14. 14(1), 175-204. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/lenguaysociedad/article/download/22613/18016/78784>
- Fattah, A. (2020). Emotional Intelligence and Emotional Stability in Crises. *Journal of Psychiatry and Psychiatric Disorders*. 4(2) 56-62. <https://www.fortunejournals.com/articles/emotional-intelligence-and-emotional-stability-in-crises.html>
- García, A. (2018). El Desarrollo de la Estabilidad Emocional en Patología Dual: una Propuesta de Intervención Breve. *Clínica y Salud*, 29(3), 133-137. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180657436004>
- Gil, M. (2018). *Los elementos gráficos del post de la empresa Punto Orgánico y la interacción de los usuarios en Facebook, 2018*. Tesis de grado. Universidad Tecnológica del Perú. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/4315>
- Gutiérrez, A. (2020). El collage: Herramienta conceptual y compositiva del diseño arquitectónico de Richard Meier. *Módulo arquitectura CUC*. 24(1), 27–48 <https://revistascientificas.cuc.edu.co/moduloarquitecturacuc/article/view/2775/2530>
- Hernández, C. y Carpio, N. (Junio, 2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista científica Del Instituto Nacional De Salud*, 2(1), 75–79. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Hernández, R., et al. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta ed.). McGraw-Hill. [http://euaem1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2776/506\\_6.pdf](http://euaem1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf)
- Hernández, S., y Duana, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17), 51-53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- Huivin, M. (2021). *Piezas gráficas sobre alimentación de comida chatarra y la percepción visual de jóvenes en Lima – Norte*. Tesis de grado. Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/77215>

- INSM (10 de Junio de 2021). Minsa alerta que el 52.2% de limeños sufre de estrés provocado por el covid-19. <https://elperuano.pe/noticia/122420-minsa-alerta-que-el-522-de-limenos-sufre-de-estres-provocado-por-el-covid-19>
- López, A. (2014) *Curso Diseño gráfico. Fundamentos y Técnicas*. (4ta ed.). Anaya Multimedia, Madrid. [https://books.google.com.pe/books/about/Curso\\_Dise%C3%B1o\\_gr%C3%A1fico\\_Fundamentos\\_y\\_T%C3%A9cnicas.html?id=KDmVBQAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Curso_Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico_Fundamentos_y_T%C3%A9cnicas.html?id=KDmVBQAAQBAJ&redir_esc=y)
- López, B (2020). *Composición gráfica*. <https://es.scribd.com/document/457645094/Articulo-Composicion-gr%C3%A1fica>
- Márquez, C. (2013) Diseño de un procedimiento de autoevaluación del proceso de comprensión lectora en estudiantes de educación media. *Escenarios*. 11(2), 57-68. <http://ojs.uac.edu.co/index.php/escenarios/article/view/120>
- Martínez, J. (2010). *La influencia del Aspecto en la eficiencia del mensaje gráfico publicitario*. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4161/jmmb1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Medina, P. (2018). *Diseño de una pieza gráfica sobre el reciclaje de papel y la percepción visual en los estudiantes de 5° y 6° de primaria de cinco I.E Ancón, Lima 2018*. Tesis de grado. Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/27256>
- Mendoza, D. (2019). *Análisis de piezas gráficas implementadas en la promoción de la carrera de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas en el periodo 2008 Al 2015*. Tesis de grado. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/1797>
- Minsa. (30 de septiembre de 2021). Minsa: El 29.6% de adolescentes entre los 12 y 17 años presenta riesgo de padecer algún problema de salud mental o emocional. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/536664-minsa-el-29->

6-de-adolescentes-entre-los-12-y-17-anos-presenta-riesgo-de-padecer-algun-problema-de-salud-mental-o-emocional

- Mohammad, A., et al. (2016, Septiembre) Emotional Stability among Annamalai University Students. *The International Journal of Indian Psychology*. 3(4). 119-123. [https://www.academia.edu/29803465/Emotional\\_Stability\\_among\\_Annamalai\\_University\\_Students](https://www.academia.edu/29803465/Emotional_Stability_among_Annamalai_University_Students)
- Moreno, S. (2019). Piezas gráficas sobre la depresión infantil y la percepción en estudiantes de primaria de tres Instituciones Educativas Olivos - Lima, 2019. Tesis de grado. Universidad Cesar Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/70547>
- Mousalli, G. (2015, Octubre) Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa. Mérida. [https://www.researchgate.net/publication/303895876\\_Metodos\\_y\\_Disenos\\_de\\_Investigacion\\_Cuantitativa](https://www.researchgate.net/publication/303895876_Metodos_y_Disenos_de_Investigacion_Cuantitativa)
- Nesa, A., et al. (2021). The perception/cognition distinction. *Inquiry*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0020174X.2021.1926317>
- Ochoa, L. y Yunokor, Y. (octubre, 2021). El estudio descriptivo en la investigación científica. *Acta jurídica peruana*. 2(2). 1-19. <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224/191>
- Ortiz, F. y Núñez, A. (2020). Inteligencia Emocional: Evaluación y Estrategias en tiempos de pandemia. *Retos de la Ciencia*. 5(11), pp.57-68. <https://doi.org/10.53877/rc.5.11.20210701.06>
- Ortiz, J. (2000). Análisis de piezas gráficas para identificar el rol del diseñador gráfico y estrategias políticas utilizadas en la realización de campañas políticas. Tesis de grado. Universidad del Usuy, Ecuador. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9971/1/15601.pdf>
- Pettersson, R. (Abril, 2022) Graphic Design. Institute for infology. [https://www.researchgate.net/publication/281810469\\_7\\_Graphic\\_Design](https://www.researchgate.net/publication/281810469_7_Graphic_Design)
- Posso, R., y Bertheau, E. (2020) Validez y confiabilidad del instrumento determinante humano en la implementación del currículo de educación física. *Revista*

*EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 24(3), 205–223.  
<https://doi.org/10.46498/reduipb.v24i3.1410>

Puente, S. (2006). Del concepto a la imagen. El foco editorial. Cuadernos de Información, 19(1), 97-101. <https://www.redalyc.org/pdf/971/97117399014.pdf>

Qiong, O. (2017). A Brief Introduction to Perception. *Studies in Literature and Language*. 15(4), 18-28. <http://www.cscanada.net/index.php/sll/article/view/10055>

Quezada, K. (2020). *Diseño de piezas gráficas digitales para dar a conocer en redes sociales Facebook e Instagram los productos artesanales que distribuye la empresa -De mi Guate- Guatemala*, Guatemala 2020. Tesis de licenciatura. Universidad Galileo. <http://biblioteca.galileo.edu/tesario/handle/123456789/985>

Ramos, R. (2019, 5 de Julio). Representación gráfica de la cultura andina. *Ciencia Digital*, 3(3), 5-21. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i3.609>

Roa, I. (2021). *Utilización de Instagram como una Herramienta Pedagógica para la Enseñanza de Morfología en Tiempos de COVID-19*. *International Journal of Morphology*, 39(4), 1063-1067. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022021000401063>

Robayo, O. (2020). *Estabilidad Emocional: Una Apuesta desde la Pedagogía del Acontecimiento*. (Trabajo de grado). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá – Colombia.

Romeu, V. (2017). El problema del entendimiento en el lenguaje y la comunicación. Reflexiones desde un enfoque biofenomenológico. *Dixit*, (27), 28-41. <https://doi.org/10.22235/d.v0i27.1494>

Ruíz B. (2002). Confiabilidad. Programa interinstitucional doctorado en educación. <https://es.calameo.com/read/000261962d0b25b8cdc7b>

Sacaría, J. (2015). Pero qué linda relación tienen! La correlación de Pearson. *Stats SOS*. <https://statssos.online/2015/03/10/pero-que-linda-relacion-tienen-la-correlacion-de-pearson/>

- Sanchez, L. (2019). *Piezas gráficas sobre homofobia y la percepción en estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas, 2019*. Universidad Cesar Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/51924>
- Sanromán, J. et al. (2022). Identidad Visual Editorial Dinámica y diseño de portadas: el caso de La Luna de Metrópoli (2018-2020). *Revista De Comunicación*, 21(2), 157–178. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A8>
- Sarvaiya, H., et al. (2018). The Roles of HRM in CSR: Strategic Partnership or Operational Support J Bus Ethics. *Journal of Business Ethics*, 153, 825–837. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3402-5>
- Serebryakova T., et al. (2016). Emotional stability as a condition of students' adaptation to studying in a higher educational institution. *International Journal of Environmental and Science Education*, 11(15), 7486-7494. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1117402>
- Shynu, R., et al. (2021). Factors influencing environmental perception: A Systematic Review. *Journal of Physics: Conference Series*. 2021(1950), 1-12. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1950/1/012040/pdf>
- Solórzano, P. (2019). Inteligencia emocional y bienestar psicológico en adolescentes limeños. *CASUS. Revista De Investigación Y Casos En Salud*, 4(1). <https://doi.org/10.35626/casus.1.2019.160>
- Taipe, J. (2021). *Piezas gráficas sobre la educación virtual y la percepción visual en estudiantes de secundaria, Independencia, Lima, 2021*. Tesis de grado. Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/78755>
- Torres, A. (2016). *Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos UF1456*. IC Editorial. <https://www.iceditorial.com/disenio-de-productos-graficos-argg0110/6577-desarrollo-de-bocetos-de-proyectos-graficos-uf1456-9788416173945.html>
- Tuapanta, J., et al. (2017). Alfa de cronbach para validar un cuestionario de uso de tic en docentes universitarios. *Revista Mkt Descubre*, 12(3232), 37 – 48. <https://core.ac.uk/download/pdf/234578641.pdf>

- Valle, L. (2021). *Campaña gráfica sobre nutrición y percepción visual en estudiantes de 8 a 10 años en una I.E. Comas, Lima, 2021*. Tesis de grado. Universidad Cesar Vallejo [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80740/Valle\\_CLV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80740/Valle_CLV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Villareal, G. (2018). *Evolución de las piezas gráficas publicitarias de la Municipalidad Distrital de La Punta durante las gestiones 2011-2014 y 2015-2017*. Tesis de maestría. Universidad de San Martín de Porres. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/414>
- Villasís, M., et al. (2018). El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones. *Revista Alegría México*. Vol.65(4), 414-421. <http://ref.scielo.org/wtkmgrp>
- Zabala, N. (2000) *Design Elements & Principles*. Universidad de Texas. [https://www.academia.edu/33419421/Design\\_Elements\\_and\\_Principles](https://www.academia.edu/33419421/Design_Elements_and_Principles)



# ANEXOS

## Anexo 1. Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición
<b>Piezas gráficas</b>	Conjunto de elementos gráficos que tienen la finalidad de transmitir un mensaje a un determinado público, con las técnicas de comunicación visual empleadas por los diseñadores gráficos. (López, 2014, pág. 21)	Comunicación visual (López, 2014, pág. 20)	Informa, atrae la atención, organiza, convence, estimula, identifica, localiza, diferencia, pero sobre todo, el diseño gráfico comunica visualmente un mensaje. (López, 2014, pág. 20)	Comunicación visual (López, 2014, pág. 20)	1. Las piezas gráficas logran comunicar un mensaje.	<b>Nominal:</b>  <b>Escala de Likert</b>
		Medios digitales (López, 2014, pág. 148)	Todos los formatos utilizados por los medios digitales de la web debido a las nuevas pantallas que ha proporcionado la tecnología. (López, 2014, pág. 148)	Diseño gráfico (López, 2014, pág. 20)	2. Se evidencia una armonía entre los elementos utilizados.	
				Formas Visuales (López, 2014, pág. 20)	3. Las formas visuales implementadas en el diseño son reconocibles.	
		Emociones (Robayo, 2020, p. 10)	Sentimientos que surgen a partir de situaciones agradables y desagradables que hace que la estabilidad emocional pueda cambiar de un momento a otro. (Robayo, 2020, p. 10)	Acontecimientos (Robayo, 2020, p. 10)	Sucesos en las experiencias del sujeto, que tienen la capacidad alteran el entorno. (Robayo, 2020, p. 20)	
Elementos gráficos (López, 2014, pág. 280)	5. Los elementos gráficos son llamativos ante el espectador.					
<b>Estabilidad emocional</b>	Tiene una influencia en las emociones que nos permite mejorar nuestra forma de pensar, actuar y existir frente a los acontecimientos. (Robayo, 2020, pág. 10)	Acontecimientos (Robayo, 2020, p. 10)	Sucesos en las experiencias del sujeto, que tienen la capacidad alteran el entorno. (Robayo, 2020, p. 20)	Agradables (Robayo, 2020, p. 10)	6. El contenido ante emociones agradables logra ser influenciador.	
				Desagradables (Robayo, 2020, p. 10)	7. Los diseños que contienen consejos ante emociones negativas son de ayuda.	
				Experiencias (Robayo, 2020, p. 20)	8. Se identifica la información con las experiencias vividas del usuario.	
				Capacidad (Robayo, 2020, pág. 21)	9. El contenido puede ser entendido por todas las personas.	
<b>Percepción</b>	Poder psicológico que tiene poder sobre el individuo que está observando algo que luego lo asocia con los elementos según su apariencia y conocimiento de acuerdo a su origen. (Torres, 2016, pág.14)	Apariencia (Torres, 2016, pág. 101)	Todo elemento gráfico tiene una influencia, y por tanto una percepción en el lector que observa una composición, cuando se es conocida, se utiliza en favor del creador del diseño. (Torres, 2016, pág. 101)	Imagen (Torres, 2016, pág. 121)	10. Las composiciones gráficas están acompañadas de imágenes.	
				Composición (Torres, 2016, pág. 138)	11. La composición de cada pieza gráfica contiene los elementos correctos.	
				Visual (Torres, 2016, pág. 345)	12. Las composiciones creadas por varias imágenes son llamativas.	
		Conocimiento (Torres, 2016, pág. 209)	Hace que el mensaje sea reconocible ya que el cerebro humano, gracias a la experiencia, memoria y conocimiento del recurso, traduce el código. (Torres, 2016, pág. 209)	Compresión (Torres, 2016, pág. 68)	13. Las piezas gráficas ayudan a la comprensión de la información.	
				Presentación (Torres, 2016, pág. 33)	14. Las piezas gráficas son simplificadas y breves.	
				Mensaje (Torres, 2016, pág. 136)	15. El contenido tiene un mensaje positivo y de ayuda.	
Signos (Torres, 2016, pág. 68)	16. Los mensajes de las piezas gráficas son entendibles.					

Fuente: *Elaboración propia*



Anexo 2. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable			
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable independiente Piezas gráficas (Estabilidad emocional)			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
¿Cuál es la relación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar Breña 2022?,	Determinar la relación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar Breña 2022	Hi: Existe relación entre las piezas gráficas acerca de la estabilidad emocional para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar Breña 2022.	<p><b>Dimensión 1:</b></p> <p>Comunicación visual</p> <p><b>Dimensión 2:</b></p> <p>Medios digitales</p> <p><b>Dimensión 3:</b></p> <p>Emociones</p> <p><b>Dimensión 4:</b></p> <p>Acontecimientos</p> <p><b>Dimensión 5:</b></p> <p>Apariencia</p> <p><b>Dimensión 6:</b></p> <p>Conocimiento</p>	<p><b>Dimensión 1:</b></p> <p>-Comunicación visual -Diseño gráfico -Formas visuales</p> <p><b>Dimensión 2:</b></p> <p>-Identidad gráfica -Elementos gráficos</p> <p><b>Dimensión 3:</b></p> <p>-Agradables -Desagradables</p> <p><b>Dimensión 4:</b></p> <p>-Experiencia -Capacidad</p> <p><b>Dimensión 5:</b></p> <p>-Imagen -Composición -Visual</p> <p><b>Dimensión 6:</b></p> <p>-Comprensión -Presentación -Mensaje -Signos</p>	<p><b>Dimensión 1:</b></p> <p>1. Las piezas gráficas logran comunicar un mensaje.</p> <p>2. Se evidencia una armonía entre los elementos utilizados.</p> <p>3. Las formas visuales implementadas en el diseño son reconocibles.</p> <p><b>Dimensión 2:</b></p> <p>4. Se logra identidad gráfica en el perfil estabilidad emocional.</p> <p>5. Los elementos gráficos son llamativos ante el espectador.</p> <p><b>Dimensión 3:</b></p> <p>6. El contenido puede ser entendido por todas las personas.</p> <p>7. Las composiciones gráficas están acompañadas de imágenes.</p> <p><b>Dimensión 4:</b></p> <p>8. Se identifica la información con las experiencias vividas del usuario.</p> <p>9. El contenido puede ser entendido por todas las personas.</p>	<p><b>Nominal:</b></p> <p><b>Escala de Likert</b></p>

					<p><b>Dimensión 5:</b></p> <p>10. Las composiciones gráficas están acompañadas de imágenes.</p> <p>11. La composición de cada pieza gráfica contiene los elementos correctos.</p> <p>12. Las composiciones creadas por varias imágenes son llamativas.</p> <p><b>Dimensión 6:</b></p> <p>13. Las piezas gráficas ayudan a la comprensión de la información.</p> <p>14. Las piezas gráficas son simplificadas y breves.</p> <p>15. El contenido tiene un mensaje positivo y de ayuda.</p> <p>16. Los mensajes de las piezas gráficas son entendibles.</p>	
--	--	--	--	--	--	--

### Anexo 3: Determinación del tamaño de muestra

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

**Donde:**

N = Tamaño de la población

z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito o proporción esperada

q = Probabilidad de fracaso

e = precisión o error máximo admisible

**Reemplazando valores:**

N = 120

z = 95% = 1.96

p = 0.5

q = 0.5

e = 0.05

$$n = \frac{120 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(N - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{120 \cdot 0.9604}{(120 - 1) \cdot 0.0025 + 0.9604}$$

$$n = \frac{115.248}{119 \cdot 0.0025 + 0.9604}$$

$$n = \frac{115.248}{1.2579}$$

$$n = 92$$

## Anexo 4: Instrumento de recolección de datos



### CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene 16 preguntas las cuales pretenden evaluar la relación entre las piezas gráficas para Instagram y la percepción en estudiantes de la I.E. Mariano Melgar, Breña - 2022.

**INSTRUCCIONES:** Lea cada pregunta y luego conteste con una aspa (X) en el recuadro del número que usted considere.

	5	4	3	2	1
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
	<b>Preguntas</b>				
<b>Variable 1: Piezas gráficas</b>	1. Las piezas gráficas logran comunicar un mensaje.				
	2. Se evidencia una armonía entre los elementos utilizados.				
	3. Las formas visuales implementadas en el diseño son reconocibles.				
	4. Se logra identidad gráfica en el perfil estabilidad emocional.				
	5. Los elementos gráficos son llamativos ante el espectador.				
	6. El contenido ante emociones agradables logra ser influenciador.				
	7. Los diseños que contienen consejos ante emociones negativas son de ayuda.				
	8. Se identifica la información con las experiencias vividas del usuario.				
	9. El contenido puede ser entendido por todas las personas.				
<b>Variable 2: Percepción</b>	10. Las composiciones gráficas están acompañadas de imágenes.				
	11. La composición de cada pieza gráfica contiene los elementos correctos.				
	12. Las composiciones creadas por varias imágenes son llamativas.				
	13. Las piezas gráficas ayudan a la comprensión de la información.				
	14. Las piezas gráficas son simplificadas y breves.				
	15. El contenido tiene un mensaje positivo y de ayuda.				
	16. Los mensajes de las piezas gráficas son entendibles.				

## Anexo 5: Prueba binomial

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Mag. Levano Tasayco Abel Alejandro	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1,00		
Mag. Luperdi Cardenas Frida Magally	Grupo 1	SI	11	1,00	,50	,001
	Total		11	1,00		
Mag. Labán Salguero Magaly Patricia	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1,00		

*Fuente: Programa estadístico SPSS 25*



## TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: LEVANO TASAYCO ABEL ALEJANDRO

**Título y/o Grado:** Licenciado En Ciencias De La Comunicación, Magister En Ciencias De La Comunicación y Mención En Comunicación Para El Desarrollo

Ph. D... ( )    Doctor... ( )    Magister... (X)    Licenciado... ( )    Otros. Especifique \_\_\_\_\_

Universidad que labora:

**Fecha:** 23/09/2022

### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Piezas gráficas para Instagram sobre la estabilidad emocional y la percepción en estudiantes de la I.E.E Mariano Melgar – Lima, 2022

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>1</b>	

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

**SUGERENCIAS:** ..... Asegurar la fiabilidad de los datos obtenidos mediante la correcta aplicación del instrumento propuesta

Firma del experto:

Mg. Abel Alejandro Lévano Tasayco

DNI: 41001285

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto:

**Título y/o Grado:** FRIDA MAGALLY LUPERDI CARDENAS

Ph. D... ( )	Doctor... ( )	Magister... (X)	Licenciado... ( )	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora:

**Fecha:** 21/09/2022

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

Piezas gráficas para Instagram sobre la estabilidad emocional y la percepción en estudiantes de la I.E.E Mariano Melgar – Lima, 2022

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		11		

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

SUGERENCIAS:

.....

.....

.....

Firma del experto: Frida Luperdi Cadenas



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: **LABÁN SALGUERO MAGALY PATRICIA**

**Título y/o Grado:**

Ph. D... ( )	Doctor ( x )	Magister... ( )	Licenciado... ( )	Otros. Especifique _____
--------------	--------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

**Fecha:** 22 / 09 / 2022

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Piezas gráficas para Instagram sobre la estabilidad emocional y la percepción en estudiantes de la I.E.E Mariano Melgar – Lima, 2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:





## Anexo 6: Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,940	16

## Anexo 7: Confiabilidad

Coeficiente	Relación
0 hasta 0.20	Muy baja confiabilidad
0.21 hasta 0.40	Baja confiabilidad
0.41 hasta 0.6	Moderada confiabilidad
0.61 hasta 0.80	Alta confiabilidad
0.81 hasta 1	Muy alta confiabilidad

*Fuente: Ruíz, B. (2002).*

## Anexo 8: Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COMUNICACIÓN_VISUAL_D 1_V1	,224	92	,000	,883	92	,000
MEDIOS_DIGITALES_D2_V1	,193	92	,000	,888	92	,000
EMOCIONES_D1_VT	,198	92	,000	,905	92	,000
ACONTECIMIENTOS_D2_VT	,224	92	,000	,921	92	,000
APARIENCIA_D1_V2	,209	92	,000	,881	92	,000
CONOCIMIENTO_D2_V2	,209	92	,000	,854	92	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

## Anexo 9: Cuadro de coeficiente de correlación

0	Correlación nula
0 hasta 0.20	Coloración muy baja
0.21 hasta 0.40	Correlación baja
0.41 hasta 0.60	Correlación moderada
0.61 hasta 0.80	Correlación alta
0.81 hasta 1	Correlación muy alta
1	Correlación perfecta

*Fuente: Sacarí, J. (2015).*

## Anexo 10: Ficha de consentimiento



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA VISITA N° 070-2022-UCV-VA-P04-F05L01/DE



Lima, 13 de Septiembre de 2022.

Señores  
I.E.E MARIANO MELGAR  
Pj. Mariano Melgar N° S/N (Alt. Cdra 156 de Aguarico) – Breña  
Presente. -

Atención: Edgar Aldo Nolazco Rivas  
Director

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarlo cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; quien actualmente se encuentra matriculada en el X ciclo (semestre 2022-II) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	LAU HUAMAN PIERINA ANAPaula	75544737

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención solicita permiso para que pueda recolectar datos para la elaboración de su Tesis de Investigación que vienen realizando de un estudio de percepción de los alumnos antes piezas graficas de salud emocional publicadas en redes sociales, la cual cumple con el programa de estudios, para cuyo efecto solicitamos a usted otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

Atentamente,



Mag. Carlos Alberto Tanta Restrepo  
Sub Director P.G.  
I.E. "Mariano Melgar"



Mag. Juan José Tanta Restrepo  
Director de la Escuela Profesional de  
Arte & Diseño Gráfico Empresarial  
Universidad Cesar Vallejo  
Lima Norte

# Anexo 11: Data SPSS

LAU 2022-2SPSS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Análisis Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 24 de 24 variables

	Comunicación visual	Diseño gráfico	Formas Visuales	Identificación gráfica	Elementos gráficos	Agradables	Desagradables	Experiencias	Imágenes	Composición	VAR0001_1	Composición	VAR0001_3	VAR0001_4	Mensaje	VAR0001_6	COMUNICACIÓN VISUAL_D1_V1	MEDIOS DIGITALES_D2_V1	EMOCIONES_D1_VT	ACONTECIMIENTO_OS_D2_V1	APARENCIA_D1_V2	CONOCIMIENTO_D2_V2	T.PIEZAS GRÁFICAS	T.PERC EPOCIÓN
1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	8	3	12	20	31	32
2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	6	4	12	20	30	32
3	4	5	4	3	5	4	4	3	4	3	2	4	4	3	3	3	13	8	8	3	9	17	32	26
4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	5	4	4	3	3	4	4	11	6	7	3	13	17	27	30
5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	14	9	9	4	14	23	36	37
6	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	14	9	9	4	14	23	36	37
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	12	8	8	4	11	20	32	31
8	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	13	10	9	4	13	21	36	34
9	3	3	3	2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	4	4	3	9	4	5	1	7	15	19	22
10	3	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	10	7	6	3	10	17	26	27
11	2	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	5	4	5	11	8	8	3	12	18	28	30
12	5	4	5	5	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	14	10	10	5	14	20	31	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	13	9	7	3	12	23	32	35
14	4	3	4	3	1	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	11	4	9	5	14	20	29	34
15	5	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	4	12	7	9	3	12	20	31	32
16	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	12	7	8	3	11	22	30	33
17	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	13	9	7	3	12	23	32	35
18	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	14	10	8	3	10	19	29	29
19	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	13	7	9	3	12	23	32	35
20	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	10	8	8	3	10	19	29	29
21	4	5	4	4	5	3	2	5	5	4	3	4	3	5	3	5	13	9	5	5	12	20	32	32
22	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	8	6	8	4	11	17	26	28
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	8	4	12	18	32	30
24	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	15	9	8	4	13	23	36	36
25	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	12	6	8	4	11	18	30	29
26	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	14	10	10	5	14	23	39	37
27	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	13	9	8	5	11	23	35	34
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	8	4	11	20	32	31
29	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	14	9	10	4	15	24	37	39
30	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	11	7	8	4	12	18	32	30
31	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	13	7	8	4	11	20	25	31
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	10	7	7	3	11	18	27	29
33	5	4	5	4	5	5	5	5	5	11	7	8	8	4	14	24	14	24	30	38				
34	4	4	3	4	4	4	4	4	4	13	7	8	4	4	11	20	32	31						
35	4	4	4	4	5	5	5	4	4	12	9	9	4	12	23	34	35							
36	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	5	2	5	5	13	8	9	3	12	20	31	32

Visible: 24 de 24 variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON 2024 21/10/2022

LAU 2022-2SPSS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Análisis Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 24 de 24 variables

	agen	Composición	VAR0001_1	Composición	VAR0001_3	VAR0001_4	Mensaje	VAR0001_6	COMUNICACIÓN VISUAL_D1_V1	MEDIOS DIGITALES_D2_V1	EMOCIONES_D1_VT	ACONTECIMIENTO_OS_D2_V1	APARENCIA_D1_V2	CONOCIMIENTO_D2_V2	T.PIEZAS GRÁFICAS	T.PERC EPOCIÓN
1	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	8	3	12	20	31	32
2	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	6	4	12	20	30	32
3	4	3	2	4	4	3	3	3	13	8	8	3	9	17	32	26
4	5	4	4	3	3	4	4	3	11	6	7	3	13	17	27	30
5	5	4	5	5	4	5	5	4	14	9	9	4	14	23	36	37
6	5	4	5	5	4	5	5	4	14	9	9	4	14	23	36	37
7	4	3	4	4	4	4	4	4	12	8	8	4	11	20	32	31
8	4	5	4	4	4	4	5	4	13	10	9	4	13	21	36	34
9	3	2	2	2	4	4	3	2	9	4	5	1	7	15	19	22
10	3	4	3	4	3	4	3	3	10	7	6	3	10	17	26	27
11	4	4	4	4	5	4	3	2	9	8	8	3	12	18	28	30
12	4	3	5	2	3	4	4	4	13	7	6	3	12	17	29	29
13	4	4	4	4	4	3	5	4	12	8	8	4	12	20	32	32
14	5	4	5	4	3	4	5	4	11	4	9	5	14	20	29	34
15	4	4	4	4	3	4	5	4	12	7	9	3	12	20	31	32
16	4	3	4	5	4	4	5	4	12	7	8	3	11	22	30	33
17	4	4	4	4	5	4	5	5	13	9	7	3	12	23	32	35
18	5	4	5	4	5	5	4	4	13	9	9	5	14	22	36	36
19	4	3	3	4	3	3	5	4	10	8	8	3	10	19	29	29
20	4	4	4	5	4	4	5	5	13	7	9	3	12	23	32	35
21	5	4	3	4	3	5	3	5	13	9	5	5	12	20	32	32
22	4	4	3	3	3	3	4	4	8	6	8	4	11	17	26	28
23	4	4	4	4	4	4	4	2	12	8	8	4	12	18	32	30
24	4	4	5	5	4	4	5	5	15	9	8	4	13	23	36	36
25	4	4	3	3	4	4	4	3	12	6	8	4	11	18	30	29
26	4	5	5	4	5	5	5	4	14	10	10	5	14	23	39	37
27	4	4	3	4	5	5	4	5	13	9	8	5	11	23	35	34
28	4	4	3	4	4	4	4	4	12	8	8	4	11	20	32	31
29	5	5	5	4	5	5	5	5	14	9	10	4	15	24	37	39
30	3	5	4	4	5	5	5	5	14	9	10	4	12	24	37	36
31	4	4	3	4	4	4	4	4	9	8	7	1	11	20	25	31
32	3	4	4	4	4	4	3	3	10	7	7	3	11	18	27	29
33	5	4	5	4	5	5	5	5	11	7	8	4	14	24	30	38
34	4	4	3	4	4	4	4	4	13	7	8	4	11	20	32	31
35	4	4	4	4	5	5	5	4	12	9	9	4	12	23	34	35
36	4	5	4	4	4	4	5	3	13	8	8	1	12	21	31	31

Visible: 24 de 24 variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON 2024 21/10/2022

Resultado [Documento] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Fiabilidad
  - Escalas ALL VARIABLES
  - Resumen de Estadísticas

Su periodo de uso temporal para IBM SPSS Statistics caducará en 4019 días.

```

GET
  FILE='C:\Users\Usuario\Desktop\LAU 2022-20PSS.sav'.
  DATASET NAME ConjuntoDatos1 WINDOW=FRONT.
  RELIABILITY
  /VARIABLES=Comunicación_visual Diseño_gráfico Formas_Visuales Identidad_gráfico
  Elementos_gráficos Agradables Desagradables Experiencias Imagen Composición Visual C
  ompresión
  Capacidad Presentación Mensaje Signos
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.
  
```

➔ **Fiabilidad**

[ConjuntoDatos1] C:\Users\Usuario\Desktop\LAU 2022-20PSS.sav

**Escala: ALL VARIABLES**

**Resumen de procesamiento de casos**

Casos	N	%
Válido	92	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	92	100,0

<sup>a</sup> La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.940	16

LAU 2022-20PSS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Comunicaci...	N Numérico	1	0	1. Las piezas g...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Diseño_gráf...	N Numérico	1	0	2. Se evidencia...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	Formas_Vis...	N Numérico	1	0	3. Las formas s...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	Identidad_gr...	N Numérico	1	0	4. Se logra iden...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	Elementos_...	N Numérico	1	0	5. Los element...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Agradables	N Numérico	1	0	6. El contenido	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	Desagradad...	N Numérico	1	0	7. Los diseños ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	Experiencias	N Numérico	1	0	8. Se identifica...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	Imagen	N Numérico	1	0	9. Las composi...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	Composició...	N Numérico	1	0	10. La composi...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	Visual	N Numérico	1	0	11. Las compo...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	Compresión	N Numérico	1	0	12. Las piezas ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	Capacidad	N Numérico	1	0	13. El contenid...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	Presentación	N Numérico	1	0	14. Las piezas ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	Mensaje	N Numérico	1	0	15. El contenid...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	Signos	N Numérico	1	0	16. Los mensaj...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	COMUNICA...	N Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Nominal	Entrada
18	MEDIOS_D...	N Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	EMOCIONE...	N Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	ACONTECI...	N Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
21	APARENCE...	N Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
22	CONOCIMI...	N Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
23	T_PIEZAS...	N Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	9	Derecha	Nominal	Entrada
24	T_PERCEP...	N Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
36											
37											
38											
39											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

20:59 21/10/2022

## Anexo 12: Brief



# BRIEF

## PIEZAS GRÁFICAS: ESTABILIDAD EMOCIONAL

**Red social:** Instagram

**Misión:** Compartir información llamativa dentro de las plataformas digitales para ayudar a las personas.

**Visión:** Poder inspirar a otras personas a utilizar las redes sociales de manera positiva y que el contenido sea de utilidad.

**Valores:** Amor, Solidaridad, Respeto.

**Situación Actual:** Las redes sociales son empleadas como fuente de entretenimiento y con contenido ocio, pero últimamente se le otorga otro uso y es que dentro de las plataformas se encuentra información valiosa compartida por profesionales que pueden ayudar con su contenido.

**Público objetivo:** Jóvenes y adolescentes que van desde los 14 a 20 años, que necesiten información acerca de la salud mental.

**NSE:** A, B y C.

**Medios:** Medios digitales y plataformas online

**Tipo de comunicación:** divertido, alegre, solidario y familiar.

**Propuesta:** Se ha compartido diferentes piezas gráficas, como post, historias e ilustraciones que complementen la información de forma llamativa y didáctica.

# PIEZAS GRÁFICAS

**Proceso creativo:** Se consideró el tema a trabajar la estabilidad emocional, para comenzar a realizar bosquejos rápidos que ayuden a realizar las composiciones con diversas imágenes para los posts, ilustraciones e historias

**Paleta de colores:** La paleta de colores es una combinación de tonos fríos y cálidos los cuales tienen relación con las figuras de todas las piezas gráficas.



**Tipografía:** La fuente primaria es un tipo sin remates que facilita la lectura.

ABCDEFGHIJKLMNÑ  
OPQRSTUVWXYZ  
!#\$%&/()=¿?!

Buried Hopper font

**Interpretación:** Tiene una representación del tipo caricatura con el nombre del perfil "Estabilidad emocional" donde se encueran visibles un corazón en que representan a los sentimientos y al cerebro que significa la razón ante las emociones que se pueden desbordar y traer consecuencias.

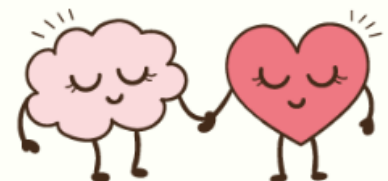
**Programas empleados:**

**Illustrator:** Por medio de este programa de vectores se realizó la composición de cada post creado, con la implementación del texto y las imágenes.

**Photoshop:** Por Mediante este programa de edición de imágenes, fue el encargado de realizar los retoques fotográficos, que se elaboraron de acuerdo a los bocetos propuestos, con los cuales se realizó el fotomontaje y collage.

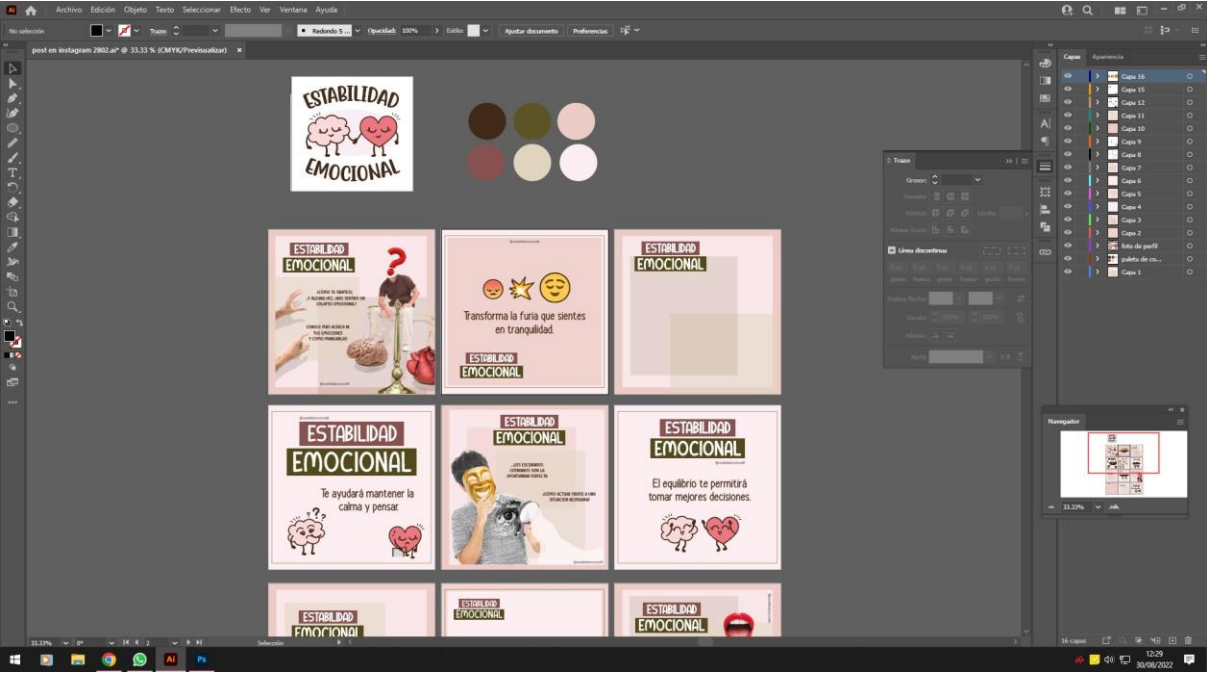


## ESTABILIDAD EMOCIONAL



Anexo 13: Piezas gráficas







estabilidademocional8



18 Posts

192 Followers

1,342 Following

Estabilidad Emocional

Salud | Emociones | Crecimiento

Hola~ Comparto contenido de la estabilidad emocional

Construye la base para lograr una vida sana, feliz y plena.

Edit profile



Ayuda



Comunidad



Sentimiento



Emociones



Referen



Link: <https://www.instagram.com/estabilidademocional8/?hl=es>

**estabilidademocional8** Editar perfil

18 publicaciones 205 seguidores 1,358 seguidos

Estabilidad Emocional  
Salud | Emociones | Crecimiento  
Hola~ Comparto contenido de la estabilidad emocional  
Construye la base para lograr una vida sana, feliz y plena. 🌱🍀

Ayuda Comunidad Sentimiento Emociones Referencias Contenido Razón

PUBLICACIONES GUARDADO ETIQUETADAS

**ESTABILIDAD EMOCIONAL**  
¿CÓMO TE SIENTES? ¿ALGUNA VEZ, HAS SENTIDO UN COLAPSO EMOCIONAL?  
CONOCE MÁS ACERCA DE TUS EMOCIONES Y CÓMO MANEJARLAS

**ESTABILIDAD EMOCIONAL**  
Transforma la furia del momento en tranquilidad.

**ESTABILIDAD EMOCIONAL**  
¿SE ENFRECA O NO ESTRESARTE?  
LO MÁS PRODUCTIVO QUE PUEDES HACER ES RELAJARTE  
ES EL ESTRÉS, EL QUE MÁS DAÑO COMO REACCIONAMOS

**ESTABILIDAD EMOCIONAL**  
Descubramos por qué te sientes de esa manera.

**ESTABILIDAD EMOCIONAL**  
LOS ESCENARIOS COTIDIANOS SON LA OPORTUNIDAD PERFECTA  
¿CÓMO ACTUAR FRENTE A UNA SITUACIÓN INESPERADA?  
INVESTIGUEMOS CÓMO CONTROLAR LAS EMOCIONES.

**ESTABILIDAD EMOCIONAL**  
El equilibrio te permitirá tomar mejores decisiones.

**ESTABILIDAD EMOCIONAL**  
¿QUÉ TAN BIEN TE SIENTE UN BÚFALO?  
¡AVES LAS PERSONAS PERSONAS QUE HAN TENIDO UN PÁJARO!

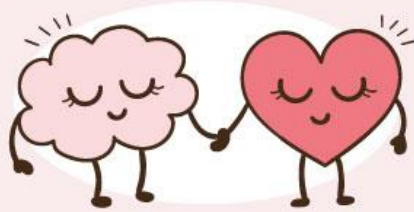
**ESTABILIDAD EMOCIONAL**  
Construye una base para una vida feliz, sana y plena.

**ESTABILIDAD EMOCIONAL**  
BONNE LA CAPACIDAD DE CONTROLAR LAS EMOCIONES SURGA  
■ BÚFALO, PERO NO CUANDO NOS AFECTA Y LEVANTA  
■ SIN BÚFALO CUANDO NOS LASTIMAMOS A NOSOTROS MISMOS

# ESTABILIDAD EMOCIONAL

LA ESTABILIDAD  
EMOCIONAL NO ES AUSENCIA  
DE PROBLEMAS

ES LA CAPACIDAD  
DE TRATAR CON ELLOS



@estabilidademocional8

# ESTABILIDAD EMOCIONAL



Aprende a sanar las  
heridas del corazón.

@estabilidademocional8

# ESTABILIDAD EMOCIONAL

@estabilidademocional8



FLORECE LAS BUENAS  
EMOCIONES

PINTA TU VIDA DE  
TODOS LOS COLORES

TU FELICIDAD ES LA  
PRIORIDAD

# ESTABILIDAD EMOCIONAL

UNOS SIMPLES PASOS QUE TE AYUDARÁN  
A SER FELIZ:

**1** TOMA TIEMPO  
PARA TI MISMO



**2** REALIZA CAMBIOS  
PARA SER FELIZ

**3** AGRADECE LO BUENO  
QUE TE SUCEDE

**4** AHORA, HAZLO  
¡ELIGE SER FELIZ!



@estabilidademocional8

## ESTABILIDAD EMOCIONAL



El equilibrio no se encuentra, se crea.

## ESTABILIDAD EMOCIONAL

ALÉJATE DE LA  
GENTE TÓXICA

RODÉATE DE  
AMOR

EMPIEZA POR  
AMARTE A TI  
MISMO



# ESTABILIDAD EMOCIONAL

@estabilidademocional8



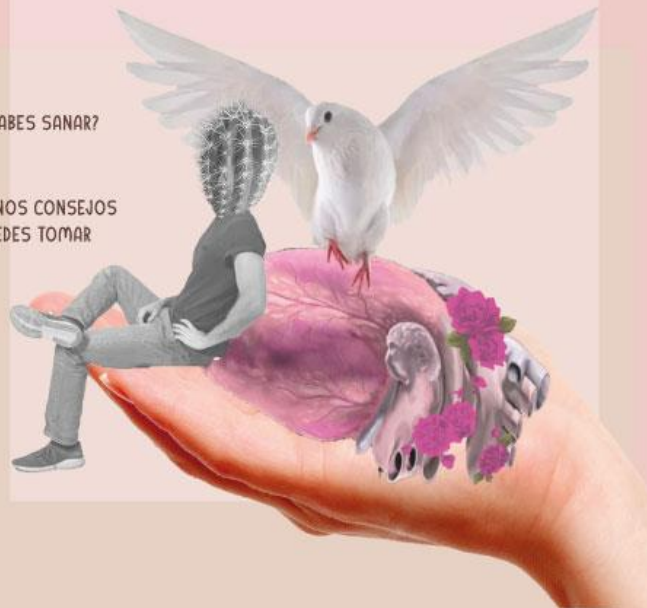
Evita pensar en los problemas.

# ESTABILIDAD EMOCIONAL

@estabilidademocional8

¿SABES SANAR?

AQUÍ, ALGUNOS CONSEJOS  
QUE PUEDES TOMAR



# ESTABILIDAD EMOCIONAL

@estabilidademocional8

¿CÓMO SANAR HERIDAS EMOCIONALES?

COMPRENDE TUS  
EMOCIONES

NO TE DEJES LLEVAR POR  
LA SITUACIÓN

ESCUCHA A TU  
CORAZÓN



# ESTABILIDAD EMOCIONAL

HABLA CON LAS  
PERSONAS QUE QUIERES

PRESTALE ATENCIÓN A  
COMO TE SIENTES

FORTALECE TUS  
EMOCIONES

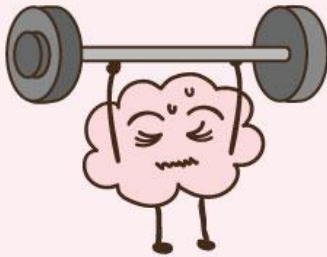
@estabilidademocional8



@estabilidademocional8

# ESTABILIDAD EMOCIONAL

Entrena al máximo  
la mente.



# ESTABILIDAD EMOCIONAL

@estabilidademocional8



ENTRENA TUS EMOCIONES  
CON FIRMEZA

SÉ ESTRICTO  
CONTIGO MISMO

PONDRÁS EN ORDEN  
TUS EMOCIONES



# ESTABILIDAD EMOCIONAL

DONDE LA CAPACIDAD DE CONTROLAR LAS EMOCIONES SURGA

- AMAR, PERO NO CUANDO NOS AFECTA Y LIMITA
- SIN DARNOS CUENTA NOS LASTIMAMOS A NOSOTROS MISMOS
- FAMILIARES PUEDEN OCASIONAR ESTRÉS EN NUESTRAS EMOCIONES
- LA BAJA AUTOESTIMA DEBILITA LOS SENTIMIENTOS Y PUEDE AFECTAR LA VIDA DE LAS PERSONAS

@estabilidademocional8



# ESTABILIDAD EMOCIONAL

Construye una base para una vivir  
vida feliz, sana y plena.



@estabilidademocional8

# ESTABILIDAD EMOCIONAL

■ DALE UN VISTAZO A ESTOS SIMPLES PASOS:

- 1** RELAJATE, RESPIRAR PROFUNDAMENTE
- 2** ACEPTAR LAS EMOCIONES DEL MOMENTO
- 3** ACEPTAR LA SITUACIÓN Y ANALIZAR LAS OPCIONES
- 4** ES HORA, ¡ACTÚA!



@estabilidademocional8

# ESTABILIDAD EMOCIONAL

¡LAS LUNES SE DESPEJARÁN!

■ IDENTIFICA Y RECONOCE TUS EMOCIONES

TE PERMITIRÁ ENTENDER QUÉ  
ESTÁS SINTIENDO

PODRÁS IDENTIFICAR EL  
PROBLEMA

Y PENSAR EN LAS  
MEJORES OPCIONES

@estabilidademocional8

# ESTABILIDAD EMOCIONAL

¿QUIÉN NO TIENE  
UN DÍA GRIS?...

AVECES LAS PERSONAS  
PIENSAN QUE HAN TENIDO  
UN MAL DÍA

PERO ESO ESTÁ  
SOLO EN LA MENTE



@estabilidademocional8

# ESTABILIDAD EMOCIONAL

@estabilidademocional8

El equilibrio te permitirá  
tomar mejores decisiones.



# ESTABILIDAD EMOCIONAL



LOS ESCENARIOS  
COTIDIANOS SON LA  
OPORTUNIDAD PERFECTA

¿CÓMO ACTUAR  
FRENTA A UNA SITUACIÓN  
INESPERADA?

INVESTIGUEMOS  
CÓMO ORDENAR LAS  
EMOCIONES

@estabilidademocionalB

@estabilidademocionalB

# ESTABILIDAD EMOCIONAL

Descubramos por qué te  
sientes de esa manera.



# ESTABILIDAD EMOCIONAL

¡APRENDE A NO  
ESTRESARTE!

LO MÁS PRODUCTIVO  
QUE PUEDES HACER ES  
RELAJARTE

ES EL ESTRÉS, EL  
QUE MATA SINO  
COMO REACCIONAMOS



@estabilidademocional8

# ESTABILIDAD EMOCIONAL



Transforma la furia del momento  
en tranquilidad.

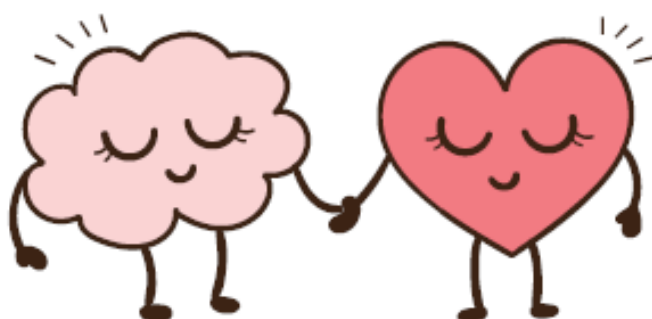
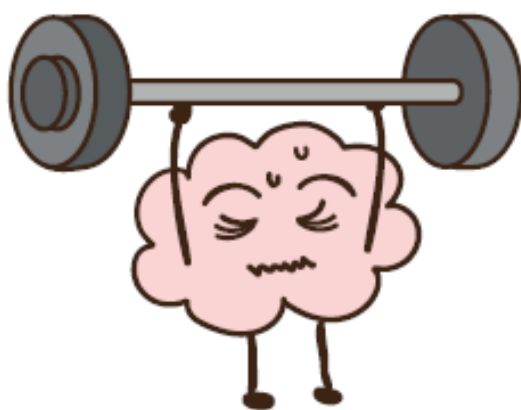
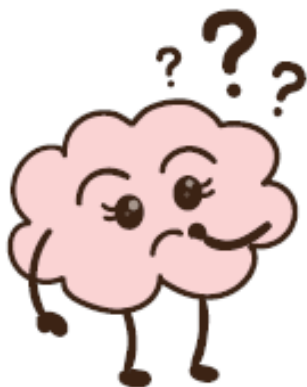
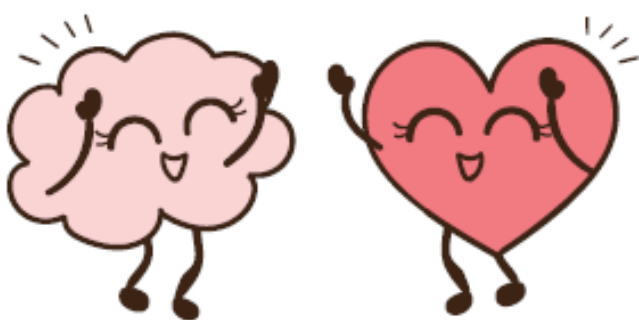
@estabilidademocional8

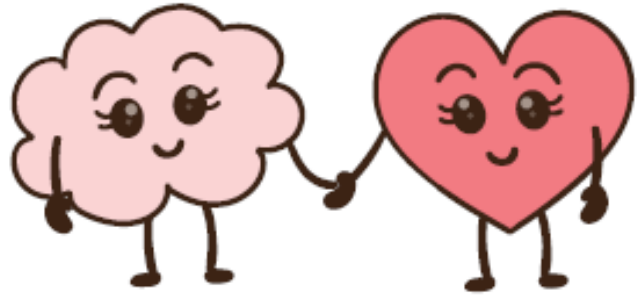
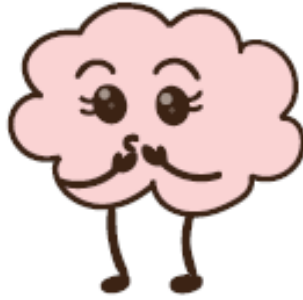








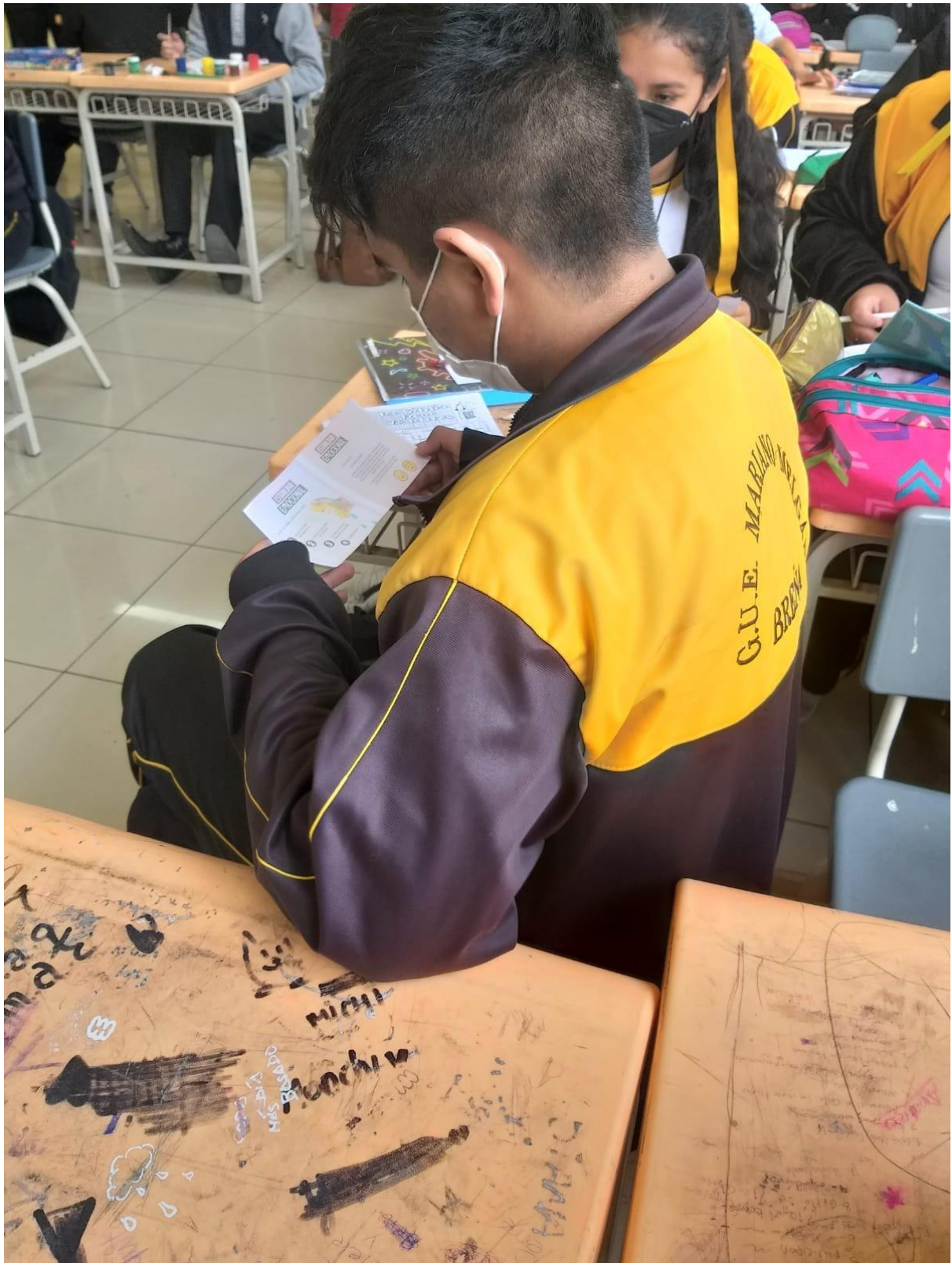




Anexo 14: Evidencia en fotografía

















**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, APAZA QUISPE JUAN, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Piezas gráficas para Instagram sobre la estabilidad emocional y la percepción en estudiantes de una institución educativa, Breña - 2022.", cuyo autor es LAU HUAMAN PIERINA ANAPAUOLA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 19 de Noviembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
APAZA QUISPE JUAN <b>DNI:</b> 10453803 <b>ORCID:</b> 0000-0002-1157-7185	Firmado electrónicamente por: APAZAQU el 19-12- 2022 02:37:43

Código documento Trilce: TRI - 0446832