



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO
GRÁFICO EMPRESARIAL**

Piezas gráficas sobre homofobia y la percepción en estudiantes de secundaria
en instituciones educativas, Comas, 2019.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTORA:

Sanchez Triveños, Liset Dayanna (ORCID: 0000-0002-7696-6077)

ASESOR:

Dr. Apaza Quispe, Juan (ORCID: 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 del Producto

LIMA - PERÚ

2019

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a mis padres, quienes siempre creyeron en mí, me ayudaron a culminar mis estudios, a mi hermano que por el me esfuerzo cada día para ser su modelo a seguir y a la comunidad LGBT(R); quienes luchan por un constante trato igualitario desde muchos años atrás.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a las instituciones que me permitieron emplear mi evaluación, a los asesores que me guiaron para poder realizar un buen trabajo, a mis familiares y amistades cercanas, que siempre me estuvieron animando a continuar este largo proceso de superación.

PÁGINA DEL JURADO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Liset Dayanna Sánchez Triveños con DNI N° 72665517 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte & Diseño Gráfico Empresarial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de Diciembre del 2019



Liset Dayanna Sánchez Triveños

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página de jurado	iv
Declaración de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Índice de Anexos.....	vii
Índice de Tablas.....	viii
Índice de Figuras.....	ix
Resumen	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	177
2.1 Diseño de investigación	17
2.2 Variables, operacionalización	18
2.3 Población y Muestra	22
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	25
2.5 Métodos de análisis de datos	28
2.5 Análisis inferencial	35
III. RESULTADOS	411
IV. DISCUSIÓN	466
IV. CONCLUSIÓN	499
VI. RECOMENDACIONES	50
Referencias	511
Anexos	58

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia	58
Anexo 2 Matriz de Operalización	60
Anexo 3 Instrumento	62
Anexo 4 Validación de experto N° 1.....	63
Anexo 5 Validación de experto N° 2.....	634
Anexo 6 Validación de experto N° 3.....	645
Anexo 7 Solicitud de permiso – Institución Educativa Esther Festini de Ramos Ocampo.....	656
Anexo 8 Solicitud de permiso – Institución Educativa Peruano Suizo.....	67
Anexo 9 Datos Excel.....	68
Anexo 10 Datos Spss.....	69
Anexo 11 Brief.....	70
Anexo 12 Piezas gráficas	713
Anexo 13 Carta de presentación para aplicar encuesta en el I.E Esther Festini de Ramos Ocampo	799
Anexo 14 Carta de presentación para aplicar encuesta en el I.E Peruano Suizo.....	800
Anexo 15 Autorización	81
Anexo 16. Recurso y presupuesto	82
Anexo 17. Evidencia de encuesta	83
Anexo 18. Documentos.....	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de variables	18
Tabla 2. Matriz de operacionalización.....	20
Tabla 3. Niveles de confianza	23
Tabla 4. Validez por juicio mediante la prueba binomial	27
Tabla 5. Confiabilidad de instrumento.....	28
Tabla 6. Prueba de chi- cuadrado de hipótesis general	36
Tabla 7. Prueba de chi- cuadrado de hipótesis específica 1	37
Tabla 8. Prueba de chi- cuadrado de hipótesis específica 2	37
Tabla 9. Prueba de chi- cuadrado de hipótesis específica 3	38
Tabla 10. Prueba de chi- cuadrado de hipótesis específica 4	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Frecuencia dimensión 1	29
Figura 2. Frecuencia dimensión 2	29
Figura 3. Frecuencia dimensión 3	30
Figura 4. Frecuencia dimensión 4	30
Figura 5. Frecuencia dimensión 5	31
Figura 6. Frecuencia dimensión 6	32
Figura 7. Frecuencia dimensión 7	32
Figura 8. Frecuencia dimensión 8	33
Figura 9. Frecuencia dimensión 9	33
Figura 10. Frecuencia dimensión 10	34
Figura 11. Frecuencia dimensión 11	34
Figura 12. Frecuencia dimensión 12	35

RESUMEN

La presente investigación que se muestra a continuación, está realizado en base al siguiente objetivo, el cual es determinar la relación entre Piezas gráficas sobre homofobia y la percepción en estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas, Lima, 2019. Por lo cual se llevó a cabo el desarrollo de la investigación, para esto se elaboró un cuestionario, el cual fue el instrumento de recolección de datos, el cuestionario estuvo conformada por 12 preguntas según la escala de Likert y aplicada a una muestra de 271 alumnos del nivel secundaria de los grados 4° y 5°, de las instituciones educativas Esther Festini de Ramos Ocampo y Peruano Suizo, de una población total de 920 alumnos. Estos datos obtenidos, posteriormente fueron trasladados al programa estadístico SPSS 25 para ser procesados. Cabe resaltar que este trabajo de investigación cuenta con dos variables, la primera divide en piezas gráficas y homofobia, y la segunda variable individual que es percepción, estas variables son de tipo cualitativa - nominal. La metodología, es de diseño no experimental – transversal, de tipo aplicada, de nivel correlacional y de enfoque cuantitativo. Con este trabajo de investigación se obtuvo como resultado que las piezas gráficas como herramienta de estudio, cumple su función principal de información, pues al ser una pieza gráfica impresa y didáctica, causa un mayor grado de interés visual, ya que contiene elementos atractivos como íconos, formas, colores, etc. Así mismo se concluye que existe relación entre las piezas gráficas y la percepción, puesto que de acuerdo al rango de valor, se obtiene que existe una alta correlación de 0,000, por lo que se afirma que las piezas graficas cumple de forma efectiva con su rol de informar, ya que esta pieza está elaborada con elementos atractivos, tales como íconos, la forma, el tamaño, etc.

Palabras clave: piezas gráficas, homofobia, percepción, homosexuales, transmitir.

ABSTRACT

The present research shown below is based on the following objective, which is to determine the relationship between graphic pieces on homophobia and the perception in secondary school students in educational institutions, Comas, Lima, 2019. Therefore, it was carried out After carrying out the research, for this purpose a questionnaire was prepared, which was the data collection instrument, the questionnaire was made up of 12 questions according to the Likert scale and applied to a sample of 271 students at the secondary level of the 4th and 5th grades of the Esther Festini educational institutions of Ramos Ocampo and Peruvian Peru, with a total population of 920 students. These data obtained were subsequently transferred to the SPSS 25 statistical program to be processed. It should be noted that this research work has two variables, the first divided into graphic pieces and homophobia, and the second individual variable that is perception, these variables are qualitative-nominal type. The methodology is of a non-experimental design - transversal, applied type, correlational level and quantitative approach. With this research work it was obtained that the graphic pieces as a study tool, fulfills its main function of information, since being a printed and didactic graphic piece, it causes a greater degree of visual interest, since it contains attractive elements such as icons , shapes, colors, etc. Likewise, it is concluded that there is a relationship between graphic pieces and perception, since according to the value range, it is obtained that there is a high correlation of 0.000, so it is stated that the graphic pieces effectively comply with their role of informing, since this piece is made with attractive elements, such as icons, shape, size, etc.

Keywords: graphic pieces, homophobia, perception, homosexuals, transmit.

I. INTRODUCCIÓN

Como realidad problemática la homofobia sigue siendo un tabú para muchos países, para entenderlo mejor lo separaremos en dos palabras, la RAE (Real Academia Española) menciona que homo hace referencia al hombre y fobia a un miedo o aberración excesiva, lo que se interpreta como miedo o rechazo a los homosexuales, llegando incluso a atentar contra la vida de estos, o a juzgarlos solo por su orientación limitándolos en su aspecto social.

Según Lucía Villa (Madrid, 2017), afirma expansión de la homofobia en el mundo es alarmante. Puesto que años recientes hubo un avance, son 72 estados, integrantes de las Naciones Unidas que penalizan las relaciones sexuales del mismo sexo como en Arabia, Yemen, Irán, Saudí o Sudán, aplican la pena de muerte.

Es sabido que, en América Latina, se presenta una gran contradicción para las personas homosexuales o de la comunidad LGBTI (Lesbiana, Gay, Bisexual, Transexual e Intersexuales), dado a que en ciertos países existen leyes que los protegen como también en otros son penalizados. Sobre todo, en Estados Unidos, que muestra una gran variedad de noticias sobre violencia o abusos a los homosexuales, como también dan a conocer algunas leyes aprobadas por el gobierno, como el matrimonio igualitario, como el acceso igualitario a la adopción.

Según la cadena de Noticias CNN (Cable News Network) afirma que Latinoamérica brinda una información que contradice todo: la zona tiene las tasas más elevadas de agresión hacia el grupo LGBTI, según un estudio realizado por *Transgender Europe*, pero también tiene leyes más favorables para la protección e igualdad LGBTI.

En el Perú, exponerse como homosexual es una decisión que podría ser perjudicial hacia la persona, dado a que podría ser víctima de abusos e incluso maltratos de parte de la población. Pues, si bien se sabe que Perú es un país abierto a muchas culturas, moda, gustos musicales o religiones, aún sus ideales no se distancian de las ideologías tradicionales, por lo que se cierran a aceptar la idea de una relación basada en dos personas del mismo género, aún más caminando por las calles del país, mostrándose afectivos uno con el otro.

En una investigación elaborada por la INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática), entre marzo y agosto se realizó una encuesta descartando que un 62.7% de esta

población ha sufrido violencia y discriminación incluso en lugares públicos y centros educativos, fueron 12,026 personas que participaron de manera voluntaria realizada por la INEI y aunque no abarque a toda la población LGBTI peruana, estos son los primeros datos oficiales que existen de estas comunidades.

Bruce (2016) en la entrevista para el diario “El Comercio” menciona que el congresista mostró un proyecto legal en base a los crímenes por discriminación, incluso los cometidos hacia los homosexuales. La Comisión de Justicia lo aprobó, pero los miembros eliminaron las jerarquías que protegen a las víctimas de agresión por orientación sexual. Sin embargo, Bruce solicitó al congreso dos años después incorporar las jerarquías retiradas, más fue rechazado por la mayoría con 56 votos en contra. El congresista mencionó que pondría nuevamente el tema en la agenda del congreso que viene. “Pedí que se aplicara las penas a los crímenes denigrantes con 35 años de cárcel. No debe haber peruanos desprotegidos por un odio irracional” (párr. 9).

Montero (2017) en una entrevista para la Revista Internacional COSAS, la psicoanalista asegura que “El rechazo, el odio y la discriminación se originan de discursos de poder que, nacidos en un narcisismo maligno y perverso, pretenden humillar y dominar a aquel que perciben como diferente” (párr. 5).

Según Huaranga (2019) en una entrevista presencial tutora de la institución pública de Comas Esther Festini de Ramos Ocampo, siendo este solo de mujeres, se puede observar la discriminación ante la problemática presente actualmente en el ámbito social de estas señoritas, cuyos menores no tienen noción de la falta de respeto que tienen algunos hacia una persona homosexual, cometiendo estos tipos de bromas y abusos hacia sus compañeros o personas de su ámbito social, creyendo que es algo leve o de mucha gracia. Siendo los primeros pasos para ser una persona agresiva y homofóbica.

Hablar de este tema a los jóvenes aún es muy complejo, pues, no tienen definido su personalidad y puede confundir su orientación sexual al presenciar empatía en estas, sin embargo, existen maneras y limitaciones que se pueden aplicar para informarles.

Se tomó hincapié en los jóvenes, porque desde una temprana edad uno debe de aprender e informarse sobre el daño que puede causar el abuso contra esta comunidad, mencionando que son personas como cualquier otro y que por lo tanto una persona hetero como homosexual tienen derecho a las mismas leyes.

Marco (2016) director de LGBTI en México, considera que es importante que no solo los padres sino en las escuelas se comience a platicar del tema de manera abierta con los estudiantes de secundaria sobre la sexualidad, para que no adopten pensamientos de otras personas, los cuales puedan influir a propensar personas poco tolerables u homofóbicas; para lograr aquello indica que se necesita de spots informativos, campañas en escuelas y trabajo del gobierno con las instituciones.

Este problema sucede porque el ambiente en el que fueron creciendo tenía alguna ideología muy cerrada al tema, por padres o familiares conservadores que no tocan el tema con sus hijos por miedo a que puedan influir en sus decisiones y estos puedan formar parte de esta comunidad, o quizás la ignorancia del tema lleva a estas personas a discriminar, maltratar y abusar de los derechos de una persona homosexual llegando hasta el punto en que el afectado atente contra su vida o en un caso leve pero no menos importante, la depresión. Incluso la ignorancia puede ser tan amplia hasta el punto de que haya personas que crean que la Homosexualidad puede ser algo contagioso, lo cual es algo erróneo porque es algo psicológico; por otro lado, suelen relacionar el VIH con los homosexuales, sabiendo que cierta enfermedad no se contagia por el simple hecho de tocar a alguien, si no por mantener relaciones coitales con otro individuo el cual puede estar infectado (ya sea hombre o mujer).

Cabe recalcar que la homofobia empieza en el círculo familiar, siendo este el principal grupo de personas con las que el individuo mantiene contacto y se relaciona, ya sea para convivir como para compartir gustos entre otras cosas. Por lo que, al darse el caso de rechazo dentro del mismo, la persona puede llegar a aislarse por temor a que lo vuelvan a hacer, no solo su familia sino también sus amigos o incluso la sociedad. Llevando a que muestre una baja autoestima, se llegue a refugiarse en malas juntas o en peor instancia a que crea que puede liberarse del problema quitándose la vida.

Se escogió el colegio por que se ha presenciado casos leves de homofobia que han llevado a la agresión verbal y que dado a que la información sobre el tema es nula opté por trabajar con los alumnos de esta institución, donde las profesoras afirman que se ha visto casos de acoso y agresión. Según la INEI se muestran cifras de un 63% de encuestados del cual el 57,6% sufrieron discriminación y violencia en el ámbito educativo. (p 22)

Por ello, se tomó la iniciativa de presentar distintas piezas graficas mediante las cuales tienen como objetivo informar a las alumnas y generar empatía hacia los casos de abusos que suelen estar presentes, las cuales serán afiche, banner, díptico y separadores, estos buscan informar sobre el tema y sea efectiva su uso en la percepción ante las piezas gráficas y que es lo que quiere dar a conocer, a todo ello también favorece a que los profesores rompan el esquema al hablar sobre homofobia, podrán tomar conciencia y ver desde la perspectiva del agredido, informándose del daño psicológico que estas personas pasan.

Para trabajos previos tenemos a los siguientes tesisistas los cuales cuentan con una similitud con mis variables, así de esta manera servirán de aporte para el sustento y confiabilidad de este trabajo de investigación.

Becerra (2017) en su trabajo de investigación con las variables la percepción y el diseño de un libro álbum para adquirir su licenciatura. El autor menciona como objetivo general determinar qué relación de sus variables es decir, existe entre el diseño de un libro álbum y la percepción. La muestra de esta investigación es de 273 alumnos. Para recopilación de datos, se realizó la encuesta. Esta investigación tiene como enfoque cuantitativo, su diseño es no experimental transversal y su nivel es correlacional. El autor finaliza concluyendo que el análisis obtenido en la investigación se determina la relación favorable entre el diseño de un libro álbum y la percepción. Por consiguiente, el diseño del libro sobre la contaminación de aire álbum capto la atención e interés de los estudiantes del nivel secundario.

Asencios (2018) en su trabajo de investigación con las variables diseño de piezas gráficas y la percepción. Para conseguir el título de Licenciado en Arte y Diseño Gráfico. Señala como objetivo general determinar la relación que existe entre el diseño de piezas gráficas y la percepción. La investigación fue de enfoque cuantitativo, el diseño que se empleó fue transversal y de nivel correlacional. Para la obtener los datos, se aplicó una encuesta. Como muestra estuvo constituida por 912 estudiantes. El autor finalmente afirma que existe relación entre elementos visuales (forma, medida, color) y proceso perceptivo (selección, organización, interpretación) Basándose en la prueba estadística de Pearson, se demuestra que sí existe una correlación de (0.639) y una significancia de ,000. Se afirma por medio de los resultados en la contrastación de hipótesis específica. Por ello, se muestra una correlación positiva media, ya que las formas, las medidas y los colores utilizados en las piezas gráficas

fueron utilizados adecuadamente con respecto al tema tratado y así lograr estimularlos visualmente y puedan percibir con facilidad el mensaje del tema. Por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de este trabajo. Este satisfactorio resultado se consiguió mediante el uso correcto de la composición y se incluyó elementos como formas para lograr contextualizar de manera inmediata a los estudiantes encuestados.

Arotinco (2018) en su trabajo de investigación con las variables la percepción en estudiantes y el diseño de piezas gráficas. Para obtener el título de Licenciada en Arte y Diseño Gráfico. El tesista menciona como objetivo general, determinar la relación que existe entre el diseño de piezas gráficas y la percepción. La investigación es de enfoque cuantitativo, nivel es correlacional y con diseño no experimental/transversal. Su muestra es de 932 alumnos, para la recopilación de datos se utilizó la encuesta. Se concluye en que existe relación entre el diseño de piezas gráficas y la percepción. Esta investigación argumenta tanto a la hipótesis como al objetivo general. Con respecto la prueba estadística de Pearson, se aprecia que existe una correlación de 0,783 con una significancia de 000 (tabla n°24) por lo que se afirma una alta correlación positiva entre ambas variables. Se acepta la hipótesis general y se rechaza la nula. La eficacia es positiva y reafirma a las investigaciones anteriores, por ello se puede asegurar que las piezas gráficas propuestas, lograron que los estudiantes perciban de forma sencilla y adecuada el mensaje proporcionado ya que se pudo captar el interés de los estudiantes con cada una de ellas. El resultado de este trabajo es que las formas novedosas en que se presentaron las piezas gráficas, ayudando así a sintetizar de manera rápida a los alumnos, los cuales pudieron entender el mensaje sin ningún tipo de problema.

Medina (2018) en su trabajo de investigación con las variables diseño de una pieza gráfica y la percepción visual. Para conseguir su licenciatura en Arte y Diseño Gráfico. El autor indica como objetivo general determinar la relación entre el diseño de una pieza gráfica y la percepción visual. La investigación fue de enfoque cuantitativo, su diseño es no experimental transversal y su nivel es correlacional. Para la toma de datos se empleó una encuesta. La muestra de esta investigación consiste en 94 escolares. El tesista de esta investigación da la conclusión que el diseño de una pieza gráfica sobre el reciclaje del papel guarda relación con la percepción visual en estudiantes de quinto y sexto de primaria de cinco I.E. del distrito de Ancón, Lima, 2018. Los resultados que se generaron mediante la contrastación de la hipótesis general, se logró un resultado de 0,789, con una confianza del

99%. De modo que, existe una correlación positiva media, con el resultado logrado, aceptamos la hipótesis de esta investigación; sí existe una relación positiva en el diseño de una pieza gráfica y la percepción visual.

Velasquez (2017) en su trabajo de investigación con las variables relación entre una pieza gráfica y la percepción Para alcanzar el título de Licenciada en Arte y Diseño Gráfico. La tesista menciona como objetivo general, determinar la relación que existe entre una pieza gráfica y la percepción. La investigación fue de enfoque cuantitativa, su diseño es no experimental/ transversal y su nivel es correlacional. La muestra de esta investigación está conformada por 978 alumnos. Para recolectar los datos se utilizó la encuesta. La autora finaliza concluyendo que existe una correlación positiva considerable de 0, 835 entre sus variables, con un nivel de significancia de 95% de confianza. Por consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación, demostrando que existe una relación positiva considerable entre una pieza gráfica y la percepción. Se afirma que las piezas gráficas propuestas, en conjunto lograron que los estudiantes encuestado capten fácil y adecuadamente el mensaje brindado ya que el interactuar con ellas y la forma en la que fueron compuestas se les hizo llamativo.

Cisneros (2017) en su trabajo de investigación con las variables diseño de una pieza gráfica y la percepción. Para lograr el título de Licenciado en Arte y Diseño Gráfico. El autor menciona como objetivo general Determinar el grado de relación entre el diseño de una pieza Gráfica y la percepción. La investigación es de enfoque cuantitativo, su diseño es no experimental transversal/transeccional y su nivel es correlacional. La muestra de esta investigación es de 276 estudiantes. Se utilizó la encuesta como instrumento. El autor concluye que ejecutado el análisis inferencial se obtuvo una significancia de 0.00 que es menor 0.05, esto significa un 5% de probabilidad de error. Por ello, se afirma que existe una correlación positiva entre ambas variables, esto quiere decir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general.

Bridges (trad.) (2012) en su trabajo de investigación con las variables *Identification of Perceived 21st Century Graphic Design Skills, Content Knowledge, and Tools Needed in an Effective University-Level Graphic Design Program* para optar por el título de Doctorado en Educación. La autora señala como objetivo general identificar las habilidades percibidas de diseño gráfico del siglo XXI, el conocimiento del contenido y las herramientas necesarias en un exitoso programa de diseño gráfico de nivel universitario. La investigación fue de enfoque Cuantitativo, su diseño es transversal y su nivel correlacional. La muestra de esta

investigación está compuesta por 60 estudiantes. Para recoger los datos se usó la encuesta. El autor llega a la conclusión que la competencia más crítica que un estudiante puede aportar es su pensamiento innovador y confianza para pensar creativamente. Las herramientas cambiarán, las técnicas variarán, pero la mente segura y creativa siempre ha estado al servicio de la humanidad y seguirá siéndolo.

En este proyecto de investigación indagamos con ayuda de teorías confiables en cuanto al diseño de las piezas gráficas sobre la homofobia y percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria. Así encontrar relación entre ambas variables y así obtener conceptos más específicos sobre el tema.

La pieza gráfica alude a una estructura óptica en el diseño, que varía en formato y soporte según sus requisitos. Tiene relación con la publicidad, la cual se usa tanto en vía pública, prensa y online, el cual tiene como objetivo transmitir un mensaje claro, mantenerlos informados de algún tema en específico. Por lo que, teniéndolo en consideración con la finalidad de persuadir y llegar a los estudiantes para concientizar sobre la homofobia, se tendrá en cuenta algunos criterios para la utilización efectiva y didáctica de las piezas gráficas a la hora de emplearlas con cuyo objetivo.

Parera (2017) afirma que todo modelo de pieza publicitaria debe transmitir, de manera indiscutible y clara, el diseño de utilitarios didáctica y la base objetiva de la estrategia comunicativa. Por ello, todos los componentes deben coincidir precisamente con el tema que se busca mostrar; contribuyendo un mismo significado. Puede que sea una peculiaridad del producto o servicio o un posicionamiento iconico que haga referencia a los estereotipos culturales de los destinatarios.

Como primera dimensión de la variable piezas gráficas el autor señala que las estrategias comunicativas son quienes transmiten a los elementos visuales, textos e ilustraciones un significado icónico. Surge de un proceso de investigación sobre los nuevos ángulos de la comunicación en cuanto a la narrativa transmedia y el sondeo de casos de experiencias aplicadas en áreas con relación al marketing, la publicidad el branding empresarial, la industria cinematográfica y televisiva, así como la industria del video Juego, los juegos en línea y principalmente la comunicación en redes sociales.

Como primer indicador se tiene a transmitir, el cual se define como enviar una información o un mensaje a un público mediante un medio el cual se puede interpretar de diferentes maneras dependiendo del receptor. El envío de información tiene carácter unidireccional y unilateral, lo que altera la esencia interactiva del proceso comunicativo, o sea, el proceso comunicativo deja de ser tal si no garantiza interacción social, intercambios, interinfluencias, retroalimentación. Así, el proceso humano a través del cual se transmiten ideas, opiniones, puntos de vista de un emisor a un receptor, sin que medie la interacción social, la interinfluencia y la retroalimentación se considera transmisión de información.

Como segundo indicador se tiene a posicionamiento, es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto o servicio ocupe un lugar distintivo en la mente del consumidor o público objetivo. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.

Como segunda dimensión de la primera variable, se tiene a materiales didácticos pueden ser cualquier tipo de dispositivo diseñado y elaborado con la intención de facilitar un proceso de enseñanza y aprendizaje. Son diferentes componentes en el que pueden agruparse y formar un conjunto, según el fin especializado de acuerdo a su utilización. Los componentes del grupo pueden ser virtuales, físicos o abstracto. El material didáctico facilita las enseñanzas y el aprendizaje gracias a que reúne medios y recursos que logran captar la mente del público y obtener su atención. Se suele utilizar para el ambiente educativo así facilitar la obtención de conceptos, habilidades, destrezas y actitudes. Cabe recalcar que se debe tener en cuenta con contar con los elementos adecuados en el material didáctico para ser posible un aprendizaje específico.

Como primer indicador se tiene a informativo, el emisor da a conocer hechos breves, casos reales o cualquier tema en particular al receptor. Estos casos de la actualidad son narraciones que informan de una manera objetiva. Una de sus funciones objetivas del texto informativo es presentar un buen contenido sobre una noticia en la actualidad, de una manera ordenada, precisa y explicada a detalle, que permitan al público a entender el texto. Para ello se debe emplear ejemplos, fuentes bibliográficas, referencias y el uso adecuado de signos de puntuación como: acentos, puntos, comas y el uso de conectores el cual explica consecuencias, causas, finalidad, etc.

Como segundo Indicador se tiene a persuasión, se refiere a la destreza e ingenio que las personas tienen para lograr transmitir ideas y que estas sean propagadas por quien es receptor del mensaje. Es aquella técnica que tienen las personas de convencer a otros a través de una relación, con el propósito de variar la actitud de una persona, logrando que cree, opine o haga cosas que el normalmente no haría, pensaría u opinaría. La persuasión es utilizada como herramienta en el mercadeo, el comercio y sobre todo la publicidad.

A lo que Frascara (2000) menciona que muchas de las comunicaciones visuales se refieren a aspectos relacionados al aprendizaje. Además del área específica y muchas otras comunicaciones visuales incluyen elementos educacionales, como la planificación familiar, la preparación de accidentes y campaña de interés público guiado a abastecer a la gente para tomar mejores decisiones (...). Para que la comunicación sea eficaz debe ser posible un cambio en sus conocimientos en el público, en su porte o su conducta en semejanza al asunto que se trate (...). Por lo que teniendo en consideración estos conceptos se puede llegar a la conclusión que las piezas gráficas “Tiene la finalidad hacer conocido un producto o acontecimiento al público y promover mercadería, productos o servicios persuadiendo a las personas; permitiendo un buen desarrollo de la información sin explayarse.” (Naranjo, p. 7). A lo que Wong (1992) señala que el diseño se entiende como la expresión visual de un mensaje, el cual se transmite en forma de composición. Las formas en medida, postura y orientaciones, que constituyen en la diagramación y se agrega un esquema de color. (p. 3).

Por lo tanto, los autores coinciden en que las piezas gráficas en un medio informativo por el que las personas recibirán un mensaje que sea claro y fácil de entender, logrando influir en el comportamiento del público objetivo.

Muñoz (2012) menciona por homofobia no se comprende el odio, las desconfianzas y la suspicacia ética que los gays ocasionan, algo ya muy antigua y de una lucha persistente de eliminación incluso entre las personas homosexuales, refiriéndose al entorno en los que estos viven un perjuicio, y la beligerancia que nace de las ideas u opiniones de la falta de humanidad de tales difamadores sexuales. (p. 26).

Como primera dimensión se tiene a perjuicio, daño moral o material que una persona o una cosa causan en el valor de algo o en la salud o el bienestar de alguien. Pueden ser materiales o simbólicos. El prejuicio nace con un propósito, el discriminar, descartar o

dominar personas, sin aceptarlas por sus preferencias, sin remordimientos mucho menos sin reflexionar si está bien lo que se hace o si es una opinión objetiva o subjetiva.

Como primer indicador se tiene a daño moral, la angustia, el dolor, la debilidad física o espiritual, la humillación, y sobre todo los padecimientos que se han proporcionado a la víctima. Refiriéndose al impacto emocional y espiritual de participar, ser testigo y/o ser víctima de acciones y comportamientos que violan los valores morales, expectativas de sí mismo o de los demás. La lesión moral casi siempre gira en torno a la dimensión del tiempo: los códigos morales evolucionan junto a las identidades y las transiciones informan perspectivas que forman nuevas conclusiones sobre los viejos acontecimientos.

Como segundo indicador se tiene a beligerancia, se denomina a la participación de enfrentarse dentro de un problema específico, o al darle relevancia a quien trate de agredir o reconocer que quiere enfrentarse con una persona homosexual. Ser alguien beligerante quiere decir que se trata de cierta persona que puede tener una actitud o estar de acuerdo con una guerra o conflicto, en otra parte sería alguien con una personalidad muy agresiva, combativa y belicoso, una persona que suele ser conflictivo o que busca confrontarse constantemente.

Como segunda dimensión se tiene a estereotipos, es la conceptualización, idea o modelo de imagen que se le brinda a las personas o grupos sociales, muchas veces de manera intencional y sin fundamentos teóricos. Son etiquetas que se les da a las personas y pueden llegar a ser un grupo de actitudes, las ideas y las creencias religiosas que son colocadas de manera general e indiferenciada para calificar individuos, catalogándolos y encerrándolos dentro de ciertas categorías sociales, ya sea por su nacionalidad, etnia, edad, sexo, orientación sexual o procedencia.

Como primer indicador se tiene a cultural, es usado como adjetivo calificativo para designar los hechos, eventos, situaciones, objetos o personajes que se relacionen con la cultura entendida. Según el enfoque analítico planteado, la cultura puede ser clasificada y definida de distintas maneras. Por ejemplo, los investigadores han separado la cultura en tónica que incluye una lista de categorías, histórica cuando la cultura viene a ser una herencia social, mental cuando adquirimos ideas y hábitos, estructural al aprender símbolos pautados e interrelacionados y simbólica el saber significados asignados que son compartidos por una sociedad.

Como segundo indicador se tiene a social, es aquello que se relaciona con la sociedad. Recordemos que se entiende por sociedad al conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad. Por otro lado, lo social puede otorgar un sentido de pertenencia ya que implica algo que se comparte a nivel comunitario, como la noción de convivencia social se refiere al modo de convivir que tienen los integrantes de una sociedad.

Mientras que Soberón (2007) se refiere a la homofobia como un prejuicio que aplica cualidades negativas a las personas solo por el hecho de ser o comportarse de una manera distinta o bien relacionadas con la homosexualidad, por ejemplo, las personas que parezcan serlo, de acuerdo con ciertos estereotipos socialmente formados, que por ellos mismos se lleguen a denigrar y sea prejuiciosa. (p. 29).

Vargas (1994) (...) menciona que la percepción como proceso cognitivo consiste en la evocación, conclusión y significación en torno a la impresión del ambiente físico y social, donde actúan los procesos psíquicos donde se halla la memoria, el aprendizaje y la simbolización. Contrariamente define la percepción como un proceso de sustracción y elección de información importante que apruebe lo destacado del mayor grado de lógica y relación posibles con el mundo adyacente.

Como primera dimensión se tiene a procesos cognitivos, son los procedimientos que lleva a cabo el ser humano para incorporar conocimientos. En dichos procesos intervienen facultades muy diversas, como la inteligencia, la atención, la memoria y el lenguaje. Esto hace que los procesos cognitivos puedan analizarse desde diferentes disciplinas y ciencias. Permiten que procesemos el enunciado que nos llega por medio de los sentidos, que lo almacenemos, manipulemos, lo recuperemos e interactuemos con el exterior. Y que aprendamos y adquiramos nuevos conocimientos.

Como primer indicador tenemos a interpretación, es el hecho de que un contenido material, ya dado e independiente del intérprete, sea “comprendido” o “traducido” a una nueva forma de expresión. Es el proceso que consiste en comprender un determinado hecho y su posterior declamación. La interpretación supone una operación bastante compleja en la cual intervienen multiplicidad de factores, condiciones, finalidades e incluso situaciones, lo cual a su vez multiplica las cuestiones y problemas alrededor de aquello plausible de interpretación.

Como segundo indicador tenemos a significado, es el concepto o idea que se asocia a la forma sensible o perceptible (significante) del signo y al objeto que representa en todo tipo de comunicación. El significado de los signos nace por contradicción a los demás signos, ya que cualquier signo se define en cimiento a otros signos (por lo que es y por lo que no es). La expresión se compone así de una diversidad de cosas significadas, lo que determina el ambiente polisémica del expresión.

Como segunda dimensión se tiene a procesos psíquicos, son todas aquellas fases mentales que permiten a la persona tomar conciencia de sí misma y de su entorno, se encuentran en la naturaleza de cualquier manifestación conductual y hacen posible la adaptación del comportamiento a las situaciones y exigencias ambientales. Los mismos incluyen el procesamiento de la información que es aportada por los sentidos, el almacenamiento de los datos, la deducción, la toma de decisiones oportuna para responder apropiadamente ante los sucesos del entorno y la resolución de problemas.

Como primer indicador tenemos a aprendizaje, que se define como el transcurso a través el cual se modifican y generan habilidades, destrezas, conocimientos, conductas y valores. Consiste en lograr, procesar, deducir y emplear una indagación que nos ha sido enseñada o que hemos aprendido mediante la práctica a situaciones reales en nuestra vida. De allí que la experiencia pueda observarse tanto en los seres humanos como en los animales; cuando nos referimos exclusivamente a personas, la experiencia es el efecto de procesos de estudio, práctica, educación, lógica y observación. Por lo tanto, en cuanto a esta evolución se da en etapas iniciales de la vida, mientras en el colegio, el aprendizaje no solo es la ganancia de nuevos conocimientos, sino que asimismo se genera la modificación de conductas, actitudes y valores en semejanza con la sociedad en que vivimos.

Como segundo indicador se tiene a símbolo, carácter que establece una relación de identificación en un contexto, ordinariamente diferente, a la que evoca o representa. Es una representación sensitiva y no oral de una idea complicada, y que resulta de un progreso de asimilación y síntesis de dicha idea en una cultura. Esta muestra sensible puede tratarse de un componente visual, grafico, sensorio o retórico. Por consiguiente, un símbolo surge de un proceso de convencionalización de un concepto y del modo de expresarlo diferente al lenguaje oral.

Según Neisser, la percepción se define como un procedimiento en el que el receptor fabrica un cuadro de información, en el que compara el proceso con el incentivo e interactuar con el proceso informativo y de razonamiento, antes de procesar la información, la persona selecciona lo que le interesa y lo archiva en su conciencia. (p. 38)

Por lo que Piaget añade que la percepción no es un fenómeno automático que todos perciben del mismo modo: nos permite obtener información de nuestro medio y tiene una apariencia en el que nos damos cuenta de que en nuestro alrededor están pasando cosas y, por que, podemos responder discriminativas y selectivas a estos estímulos. (p. 42)

El problema general es la interrogante que me realizaré frente a una dificultad, el cual me impulsa a investigar el tema y buscar una solución.

¿Qué relación existe entre Piezas gráficas sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019?.

Los Problemas Específicos parten del General y de la misma manera se buscar dar una solución más profundizada y específica.

¿Qué relación existe entre percepción y estrategia comunicativa sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019?

¿Qué relación existe entre la percepción y materiales didácticos sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019?

¿Qué relación existe entre la percepción y prejuicios sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019?

¿Qué relación existe entre la percepción y estereotipos sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019?

Se mostrará en el siguiente párrafo la justificación del estudio en el cual se muestra el motivo del porque se realiza este trabajo de investigación, donde se explicará de manera detallada porque es conveniente y que beneficios se espera de este trabajo.

Aún en el siglo XXI es un tabú hablar sobre la homosexualidad y mucho más aceptarlo, creyendo que se trata de una enfermedad, lo que no es un problema, pero la homofobia sí, ya que trata de una discriminación de estereotipos enraizados y tabúes aceptados críticamente. Lo cual, disminuye el promedio de vida de una persona, y al igual que se defiende la vida de los heterosexuales, se plantea que esa igualdad debería ser la misma con las personas que gustan del mismo género.

Esta ignorancia permite el abuso de las autoridades, se presenta el rechazo por parte de su propia familia y el aislamiento entre su grupo de amigos. Se ha oído en diversos casos que se les priva de educación a niños que aceptan ser homosexuales o adultos ser despedidos de sus centros laborales, también como se ha reportado abusos en el trabajo o en las aulas provocando que los estudiantes ya no quieran asistir, e incluso en un grado más extremo se ha visto cómo personas han dejado una nota de suicidio, creyendo que esta sería la mejor salida a la pesadilla que viven todos los días debido a su inclinación sexual. La homofobia es vista en diferentes formas, tanto verbal, como física. Es un tema muy intrincado, del cual uno debe informarse, quizás la aceptación no vendrá por parte de todos.

El motivo de esta investigación es que, mediante esta pieza gráfica, se informe sobre el tema, sobre cuán difícil puede ser la vida para ellos, limitándolos en ciertos aspectos laborales o de vida social. Y que estas personas logren obtener el respeto que también se merecen. Por ello se escogió un público joven, ya que desde pequeños se les debe de informar, para que de esta manera puedan tomar conciencia que se trata de personas iguales físicamente a nosotros (ya sean heterosexuales o no) pero con gustos diferentes.

Para ello se elaborará un Afiche, Banners, Díptico y Separadores relacionado al tema. Donde los estudiantes podrán informarse mediante las piezas gráficas, para que así puedan involucrarse de manera más personal con lo que vive cada individuo homosexual en el día a día. Y cómo esta forma de interacción pueda aportar a que poco a poco este tema deje de ser un tabú y se vea más el respeto a las personas diferentes.

Esta investigación será útil para futuros trabajos relacionados al tema, donde puedan comparar el resultado de las hipótesis y objetivos, así tomarlo como un antecedente de confiabilidad.

Se presentará la Hipótesis General de acuerdo a los hechos observados en este trabajo de investigación.

Hi: Existe relación entre piezas gráficas sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Ho: No existe relación entre piezas gráficas sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Las Hipótesis específicas parten de la segunda variable con las dimensiones de la primera variable fusionada con mi tema.

Hi: Existe una relación entre percepción y estrategias comunicativas sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Ho: No existe una relación entre percepción y estrategias comunicativas sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Hi: Existe una relación entre percepción y materiales didácticos sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Ho: No existe una relación entre percepción materiales didácticos sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Hi: Existe relación entre percepción y prejuicios sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Ho: No existe relación entre percepción y prejuicios sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Hi: Existe relación entre percepción y estereotipos sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Ho: No existe relación entre percepción y estereotipos sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Se tendrá como objetivo general la siguiente idea que se quiere descubrir con este trabajo de investigación.

Determinar la relación entre Piezas gráficas sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Se busca demostrar los siguientes objetivos específicos que parten de la segunda variable con las dimensiones de la primera.

Demostrar el vínculo entre percepción y estrategia comunicativa sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Demostrar el vínculo entre percepción y materiales didácticos sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Demostrar el vínculo entre percepción y prejuicios sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

Demostrar el vínculo existe entre percepción y estereotipos sobre la homofobia en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

Diseño

En este estudio no se manipula las variables, por ello tiene un diseño no experimental y Transversal ya que las cifras o datos son recaudados en una misma ocasión.

Para Hernandez (2014) El diseño no experimental se divide teniendo presente el periodo en el que se recolectan los datos, estos son: Diseño transversal, se cogen los datos en un solo ocasión, en un tiempo único, su finalidad es explicar variables y su alcance de intercambio en un momento dado (...).

Tipo

La investigación es aplicada, ya que da solución a un problema de la sociedad.

Para Murillo (2008) la investigación aplicada también llamada “investigación práctica o efectiva”, se determina por buscar la ejecución o uso de los estudios alcanzados, a la vez que se obtienen otros, luego de establecer y estructurar la práctica basada en investigación. Usando el saber y los resultados de investigación que da como respuesta una forma estricta, organizada y sistemática de conocer la realidad.

Nivel

Posee un nivel correlacional ya que se medirá la relación entre las variables.

“La investigación correlacional tiene la finalidad examinar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables. Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre variables. Así, miden cada variable relacionada y luego se analiza la correlación para saber si se aprueba. Las cuales se expresan en hipótesis que se exponen a

una evaluación.” (Hernandez, 2014, p.121).

Enfoque

Se empleará el SPSS para medir y realizar apropiadamente las hipótesis con un enfoque cuantitativo. Se efectúa la compilación de cifras para demostrar las hipótesis con sustento de la evaluación y comparación estadística, para instaurar modelos de comportamientos y evidenciar teorías.

Es probativo y una sucesión de fases que precede a la anterior y no se omitir los pasos. La estructura es inflexible, no obstante, podemos redefinir algún periodo. Inicia de un concepto que va delimitándose y luego se originan propósitos e interrogantes de investigación, se explora la literatura y se diseña un entorno teórico. De las interrogantes se definen variables y se fijan hipótesis; se establece un programa para su comprobación; se calculan las variables; se examinan los sondeos conseguidos empleando los procedimientos estadísticos, y se obtiene un grupo de conclusiones relativo a las hipótesis. (Hernandez, 2014, p.4).

2.2 Variables, operacionalización

Arias (2006), refiere a variable como una propiedad o condición, volumen o cuota prestos a cambiar y es elemento de estudio, sondeo, manipulación o comprobación en una investigación. Se apunta de manera directa que se debe examinar o calcular en el proyecto, mediante las variables determinadas constituidas por aspectos y consecuencias.

Tabla 1

	Según su Naturaleza	Según su Importancia
Piezas Gráficas	Cualitativas	Nominal
Percepción	Cualitativas	Nominal

VARIABLE X: PIEZAS GRÁFICAS

Los componentes del mensaje gráfico se deben constatar de forma clara. La justificación central de la estrategia en la pieza publicitaria debe determinar

explícitamente, de forma clara e indiscutible. Por esta causa todos los componentes de la pieza publicitaria deben coincidir plenamente con el planeamiento que se quiere difundir. Puede ser un posicionamiento simbólico o una peculiaridad del producto o servicio que de alusión a los estereotipos culturales de los destinatarios. (Parera, 2017, p.20).

VARIABLE Y: PERCEPCIÓN

En la persuasión se da una sucesión de pasos en incesante interrelación, donde el individuo y la sociedad tienen un rol activo en la organización de percepciones peculiares a cada conjunto social. (Vargas, 1994, p.48). No es una progresión lineal de persuasión o respuesta relativa a un sujeto neutral.

La percepción no es una evolución lineal de persuasión y solución relativa a un sujeto impasible, sino que, por el contrario.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Piezas gráficas	Todo modelo de pieza publicitaria debe transmitir, de manera indiscutible y clara, el diseño de utilitarios didáctica y la base objetiva de la estrategia comunicativa. Por ello, todos los componentes deben coincidir precisamente con el tema que se busca mostrar; contribuyendo un mismo significado. Puede que sea una singularidad del producto o servicio o un posicionamiento simbólico que haga referencia a los estereotipos culturales de los destinatarios. (Parera, 2017.p 20)	Estrategia Comunicativa Son quienes transmiten a los elementos visuales, textos e ilustraciones un significado icónico. (Parera, 2017.p 20)	Transmitir Se define como enviar una información o un mensaje a un público mediante un medio el cual se puede interpretar de diferentes maneras dependiendo del receptor. (Parera, 2017.p 20)	¿Las piezas graficas sobre homofobia te transmiten un mensaje claro?
			Posicionamiento Es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto o servicio ocupe un lugar distintivo en la mente del consumidor o público objetivo. (Parera, 2017.p 20)	¿Las piezas graficas sobre la homofobia se mantienen en tus recuerdos por un largo tiempo?
		Materiales Didácticos Pueden ser cualquier tipo de dispositivo diseñado y elaborado con la intención de facilitar un proceso de enseñanza y aprendizaje. (Parera, 2017.p 20)	Informativo El emisor da a conocer brevemente hechos, circunstancias reales o algún tema particular al receptor. (Parera, 2017.p 20)	¿Las piezas graficas sobre la homofobia te informan sobre el tema?
			Persuasión Es aquella habilidad que tienen las personas para transmitir ideas y que éstas sean difundidas por quien actúa como receptor de las mismas. (Parera, 2017.p 20)	¿El Diseño de las piezas graficas sobre Homofobia te convence para tener más respeto hacia los homosexuales?
Homofobia	Por homofobia no se entienden las antipatías o las desconfianzas o los celos morales que los gays suscitan, algo muy arraigado y de eliminación ardua incluso entre los propios gays, sino el encono activo del perjuicio, la beligerancia que viene de la convicción de la falta de humanidad de los disidentes sexuales. (Muñoz, 2012 p. 26)	Perjuicio Daño moral o material que una persona o una cosa causan en el valor de algo o en la salud o el bienestar de alguien. Pueden ser materiales o simbólicos. (Muñoz, 2012 p. 26)	Daño Moral Es el dolor, la angustia, la aflicción física o espiritual, la humillación, y, en general, los padecimientos que se han infligido a la víctima. (Muñoz, 2012 p. 26)	¿El mensaje de las piezas graficas sobre la Homofobia muestra que se puede generar un daño moral?
			Beligerancia Implica tener una actitud o disposición a la guerra o al conflicto, también se refiere a alguien o algo que es combativo, belicoso o agresivo. (Muñoz, 2012 p. 26)	¿El mensaje de las piezas gráficas podría disminuir los conflictos entre homosexuales y homofóbicos?
		Estereotipo Es un concepto, idea o modelo de imagen que se le atribuye a las personas o grupos sociales, muchas veces de manera preconcebida y sin fundamentos teóricos. (Muñoz, 2012 p. 26)	Cultural Se utiliza como adjetivo calificativo para designar a todos los hechos, eventos, situaciones, objetos o personajes que se relacionen con el marco de la cultura (Muñoz, 2012 p. 26)	¿Este tipo de piezas graficas sobre Homofobia influyen en tus costumbres o educación?
			Social Es aquello perteneciente o relativo a la sociedad. Recordemos que se entiende por sociedad a conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad. (Muñoz, 2012 p. 26)	¿Leer este tipo de piezas graficas sobre Homofobia afectan tus relaciones sociales?

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Percepción	<p>Menciona que la percepción como proceso cognitivo consiste en la evocación, conclusión y significación en torno a la impresión del ambiente físico y social, donde actúan los procesos psíquicos donde se halla la memoria, el aprendizaje y la simbolización.</p> <p>Contrariamente define la percepción como un proceso de sustracción y elección de información importante que apruebe lo destacado del mayor grado de lógica y relación posibles con el mundo adyacente. (Vargas,1994. p.48)</p>	<p>Procesos Cognitivos Son los procedimientos que lleva a cabo el ser humano para incorporar conocimientos. (Vargas,1994. p.48)</p>	<p>Interpretación Es el hecho de que un contenido material, ya dado e independiente del intérprete, sea “comprendido” o “traducido” a una nueva forma de expresión. (Vargas,1994. p.48)</p>	¿Las piezas gráficas te ayudan a comprender el tema sobre la “Homofobia”?
			<p>Significado Es el concepto o idea que se asocia a la forma sensible o perceptible (significante) del signo y al objeto que representa en todo tipo de comunicación. (Vargas,1994. p.48)</p>	¿Lograste comprender el significado de las imágenes y palabras en las piezas graficas sobre la homofobia?
		<p>Procesos Psíquicos Son todas aquellas fases mentales que permiten a la persona tomar conciencia de sí misma y de su entorno, se encuentran en la naturaleza de cualquier manifestación conductual y hacen posible la adaptación de comportamiento a las situaciones y exigencias ambientales. (Vargas,1994. p.48)</p>	<p>Aprendizaje Es el proceso a través del cual se modifican y adquieren habilidades, destrezas, conocimientos, conductas y valores. (Vargas,1994. p.48)</p>	¿Las piezas graficas sobre la homofobia te han dejado un aprendizaje?
			<p>Símbolo Signo que establece una relación de identidad con una realidad, generalmente abstracta, a la que evoca o representa. (Vargas,1994. p.48)</p>	¿Pudiste reconocer los símbolos de manera clara y efectiva en las piezas graficas?

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Población

Según Tamayo (2012), es el conjunto de análisis, implica la integridad de cantidades de observación que componen dicha anomalía el cual debe tener una magnitud para un decidir análisis afiliando un conjunto N de sujetos que advierten de una concreta singularidad, y se nombra “población”, por formar la integridad de la anomalía agregados a una indagación. Arias, F. (2006) menciona que la Población Finita: comunidad en la que se conoce el conjunto de unidades que la constituyan. Asimismo, existe una investigación registrada de dichas unidades.

La población está constituida por 271 personas de 15 a 16 años de edad, ambos sexos y que cursan el cuarto y quinto secundaria en instituciones educativas en el distrito de Comas – Lima, 2019.

2.3.2 Muestra

Tamayo (2012), sostiene que la muestra es la comunidad de sujetos donde se extrae de la población e indagar una anomalía estadística. (p.38). Por otra parte, Balestrini (2006), enuncia que la muestra es un fragmento propio de una población, cuyas propiedades deben obtenerse en ella, lo más puntualmente viable. (p.141)”.

Barrera (2008), aclara que la producción de la muestra se da cuando:

La población es muy amplia o inalcanzable para examinar por completo, entonces el científico tiene oportunidad de elegir la muestra. La muestra es un requerimiento de cualquier exploración, eso obedece a la intención del examinador, las propiedades y el entorno de sus unidades de análisis. (p. 141)

Una muestra está formada por un conjunto específico de estudiantes de las dos I.E mencionadas del distrito de Comas para poder continuar con la investigación. Se realizará la encuesta a 271 colegiales de la I.E Esther Festini de Ramos Ocampo y I.E. Peruano Suizo.

Debido a la población finita y a la magnitud de la muestra, se utilizará esta fórmula:

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

En dónde:

n = muestra.

N = población.

Z = cifra de cantidad de desviación estándar en la distribución normal que realizará el nivel deseado de confianza.

p = probabilidad de que ocurra el evento (50%).

e = precisión o error admitido.

Por otro lado, en cuanto al nivel de confianza o la importancia estadística, se aplica para conocer los niveles en el resultado, si el nivel de confianza es alto el rendimiento de la experiencia es muy notable. La confiabilidad del artillugio se dispuso aplicando el descriptivo de fiabilidad (Alfa de Cronbach), la cual, en este caso, fue adaptada al total de la muestra establecida, la cual estuvo conformada solo por 271 niños, los rangos de confianza en el factor Z abarcan los valores posteriores:

Tabla 3 Niveles de confianza.

Valores de confianza tabla Z	
99%	2,58
98%	2,33
97%	2,17
96%	2,05
95%	1,96

Fuente: Elaboración propia.

En el procedimiento de la prueba de población finita, se usarán las cifras:

n = dato que se desea conocer

$N = 920$ sujetos (Población)

$Z = 1.96$ (95 % de confianza)

$p = 0.5$ (50%)

$q = (1 - p)$

$e = 0.05$

Entonces:

Reemplazar:

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

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

$$n = \frac{920(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(920-1)0.05^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(920)(3.8416)(0.25)}{(919)(0.0025) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{883.568}{2.2975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{883.568}{3.2579}$$

$$n = 271.2$$

$$n = 271$$

La muestra está compuesta por 271 jóvenes de 14 a 15 años, que cursan estudios de secundaria.

El muestreo aplicado fue no probabilístico, ya que se escogió a los estudiantes según lo que señala la investigación, la elección de las personas depende de lo que caracteriza a la investigación o del responsable de la muestra y no de la probabilidad. Bisquerra (2009), señala que el muestreo no probabilístico no pende de la probabilidad en la selección de los sujetos, de modo que se adapta a otras pautas conectadas con propiedades del estudio del investigador.

La población tiene actitud de ser elegida para la muestra, por ello se aplicó un muestro aleatorio simple.

Criterios de selección

Se escogió las aulas al azar para realizar las encuestas tomando a 271 personas mediante un sorteo de listado, los primeros 20 resolverían las encuestas. Para finalizar, se les entrego un incentivo.

La muestra elegida está conformada por adolescentes.

- ❖ **Sexo:** mujeres y hombres.
- ❖ **Edad:** 14 a 16 años
- ❖ **Lugar:** I.E ESTHER FESTINI DE RAMOS OCAMPO
I.E PERUANO SUIZO

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 La técnica

Muñoz, (2013. p.2) menciona que la investigación cuantitativa utiliza las siguientes herramientas y procedimientos para recopilar datos: grupos focales, entrevistas, encuestas. Para este análisis se usó la encuesta como técnica, donde los niños serán encuestados y poder probar la relación entre las variables.

2.4.2 Instrumento

Según García, (2004) el cuestionario, en sentido preciso es un medio de preguntas lógicas, estructuradas de manera congruente, mencionada de forma asequible y clara, desde el punto de vista lógico como psicológico, de modo que el sujeto a encuestar pueda responder por escrito sin la intervención del encuestador. Las personas poseen información de valor que son fuentes primarias en la recolección de datos del cuestionario.

La herramienta diseñada para la recopilación de datos de esta exploración, es un cuestionario que contiene 12 proposiciones. El cuestionario se estructura de la siguiente manera:

Variable Xa: Piezas gráficas (1 al 4)

Variable Xb: Homofobia (5 al 8)

Variable Y: Percepción (9 al 12)

La medición de una o más variables de la investigación está conformada por preguntas referente al tema. (Hernandez et al., 2014, p. 217). Por consiguiente, la gradación para promediar las variables de la presente investigación se usa Likert, el cual está compuesto de afirmaciones a modo de preguntas y con cinco opciones de respuestas, las cuales se asigna una cifra numérica (p. 238). Por lo tanto, los alumnos son limitados en sus respuestas, los valores asignados en progresión para cada una de las afirmaciones son: **(1) En total desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Algo de acuerdo, (4) De acuerdo y (5) Totalmente de acuerdo.**

2.4.3. Validación y confiabilidad del instrumento:

Bernal (2006), alude que un mecanismo de cálculo es lícito en el tiempo que mide el objetivo para el cual es designado, la validez refiere a lo que mesura el cuestionario y la propiedad del mismo. Esta marca el nivel con que pueden derivar conclusiones de los resultados. (p. 214)

Para este estudio se empleó una prueba binomial detallada:

Tabla 4 Validez por juicio de expertos mediante la prueba Binomial.

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
ex1	Grupo 1	si	10	,83	,50	,039
	Grupo 2	no	2	,17		
	Total		12	1,00		
ex2	Grupo 1	si	10	,83	,50	,039
	Grupo 2	no	2	,17		
	Total		12	1,00		
ex3	Grupo 1	si	10	,83	,50	,039
	Grupo 2	no	2	,17		
	Total		12	1,00		

$p \text{ media} = 0,039$

$p \text{ media} < 0,05$

A lo que, la prueba binomial muestra la validación del instrumento de recopilación ya que el resultado alcanzado es mínimo al nivel de significancia de 0,05.

La confiabilidad es el valor en la que el mecanismo de medición aplicada a la misma persona, brinda resultados similares, coherentes, de peso, la confiabilidad se concluyó a través de diversas técnicas (Hernandez, 2014, p. 200).

En relación a la confiabilidad, se decidió a través del “Alfa de Cronbach” como fórmula estadística. Hernandez (2014) refiere que si resulta 0,25 sería de confiabilidad mínima, al obtener 0,50 sería de una fiabilidad media o regular, en el caso de que supere el 0,75 tendría una condición aceptable y si da como resultado una cifra mayor a 0,90 estaría en el rango más elevado.

Tabla 5 Confiabilidad del instrumento

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.793	12

Fuente: Elaboración propia.

Se eligió a 271 alumnos de 14 a 16 años del colegio I.E Esther Festini de Ramos Ocampo y I.E Peruano Suizo.

Por lo tanto, se infiere según el análisis adquirido que la confiabilidad es media, dado que alfa de Cronbach deriva un total de 0,793.

2.5 Métodos de análisis de datos

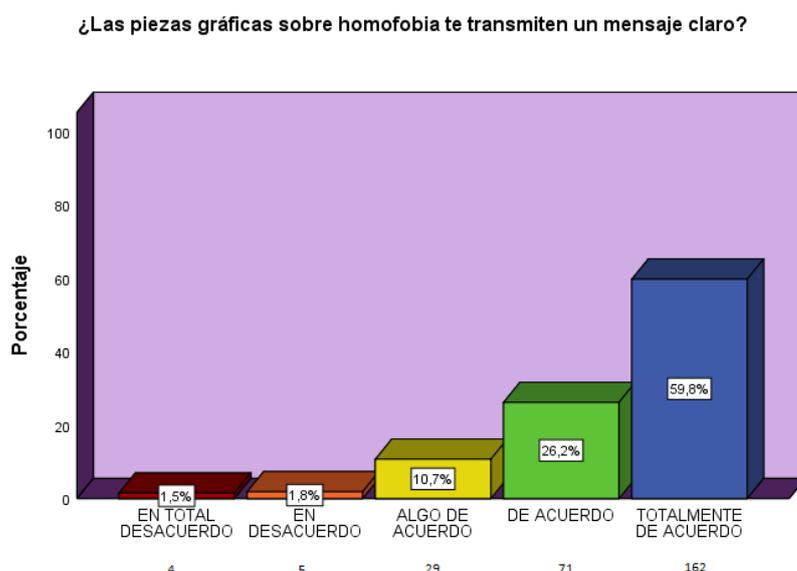
Los métodos son los diversos pasos sujetos a una misma finalidad, los cuales son capaces de ofrecer diferentes formas para procesar la información a través de la observación (Yuni, 2014, p. 28).

A continuación, con el empleo del software estadístico SPSS, registraremos los datos recolectados, seguidamente se procederá con el desarrollo del análisis descriptivo e inferencial.

2.5.1 Análisis descriptivo

Entonces, vemos las tablas de los 271 alumnos encuestados.

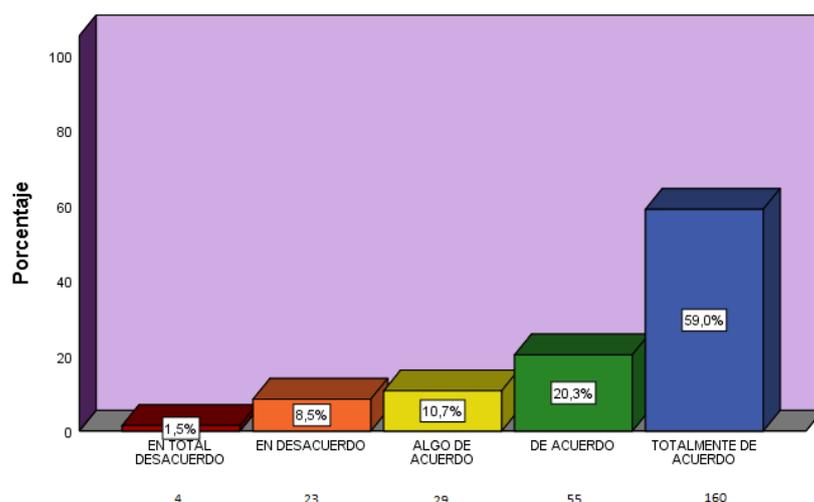
Figura 1. Frecuencia de la dimensión 1.



En la figura 1, se puede inferir que el 26,2% de los alumnos encuestados se considera de acuerdo con que el afiche sobre homofobia transmite un mensaje claro, el 10,7% se mostró algo de acuerdo, mientras que el 59,8% se muestra totalmente de acuerdo con la afirmación, un 1,8% en desacuerdo y finalmente el 1,5% en total desacuerdo con la afirmación. Siendo la mayor frecuencia la opción “de acuerdo”.

Figura 2. Frecuencia de la dimensión 2.

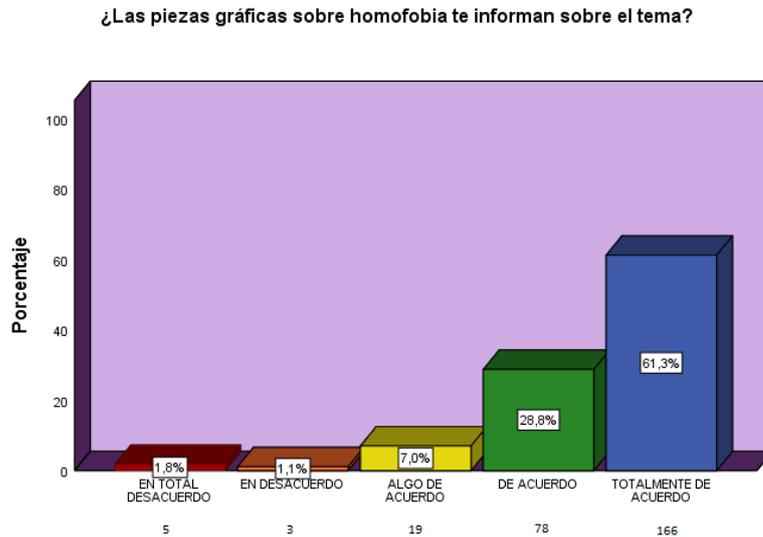
¿Las piezas gráficas sobre homofobia se mantienen en tus recuerdos por un largo tiempo?



En la figura 2, se puede ver que 20,3% de los encuestados de acuerdo con la aserción, 10,7% de ellos algo de acuerdo, con que las piezas gráficas sobre homofobia se mantienen en sus recuerdos por un largo tiempo, al 8,5 en desacuerdo, 59,0 totalmente de acuerdo con la

proposición y solo el 1,5% de las personas encuestadas se muestran total desacuerdo. Siendo en mayoría las personas que están de acuerdo con el asentimiento.

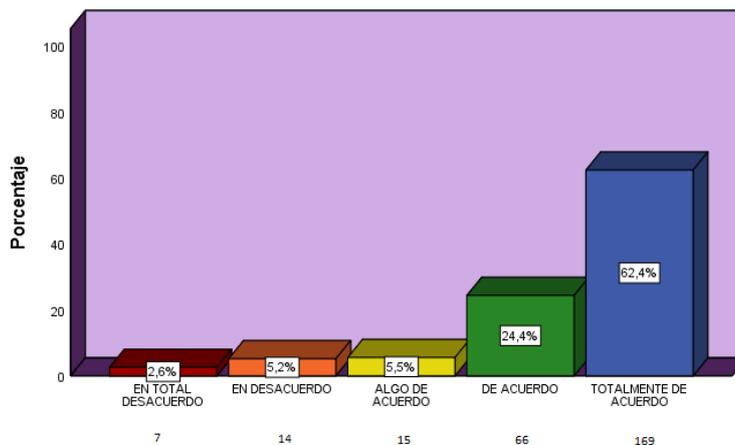
Figura 3. Frecuencia de la dimensión 3.



Se infiere que 28,8% de los alumnos están de acuerdo, otros 7,0% algo de acuerdo con la enunciación, el 61,3% totalmente de acuerdo con ello, 1,1 en desacuerdo, y solo 1,8% en total desacuerdo.

Figura 4. Frecuencia de la dimensión 4.

¿El diseño de piezas gráficas sobre homofobia te convence para tener más respeto hacia las personas homosexuales?

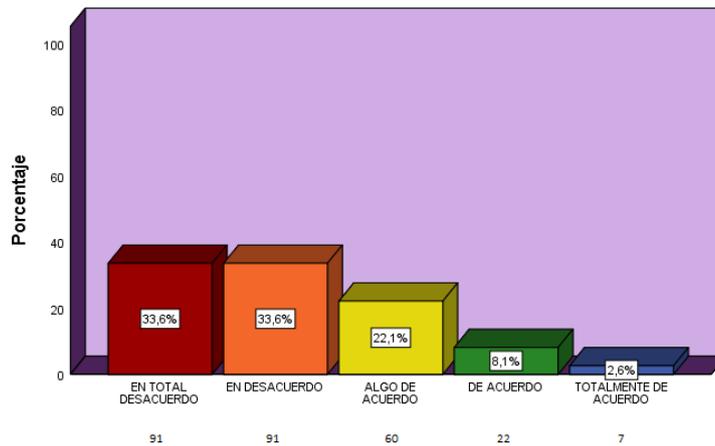


Se entiende que 24,4% de los escolares, se encuentran de acuerdo, 5,5% totalmente de acuerdo y 62,4% personas están de algo de acuerdo con que el afiche sobre homofobia

convence a mejorar el respeto hacia las personas homosexuales, 5,2 en desacuerdo y 2,6 en total desacuerdo con ello.

Figura 5. Frecuencia de la dimensión 5.

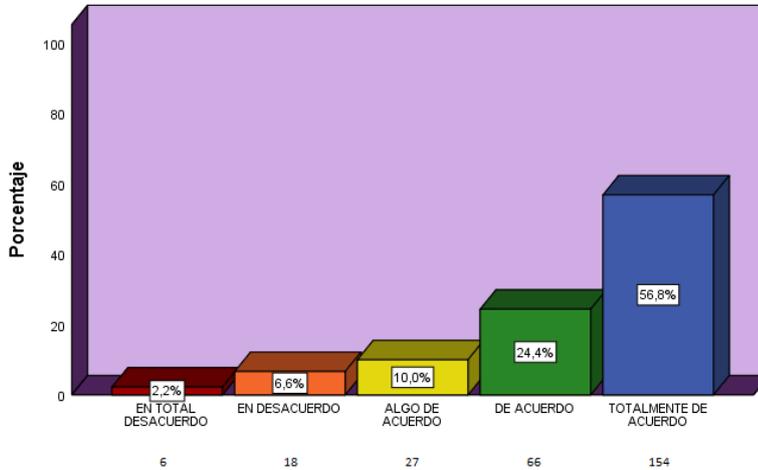
¿El mensaje de las piezas gráficas sobre homofobia muestra que se puede generar un daño moral?



La figura 5 muestra al 8,1% de alumnos de acuerdo con la alegación, a 2,6% de ellos en totalmente de acuerdo, a un 22,1% algo de acuerdo, 33,6% en desacuerdo y a 33,6% de encuestados en total desacuerdo ante la aserción.

Figura 6. Frecuencia de la dimensión 6.

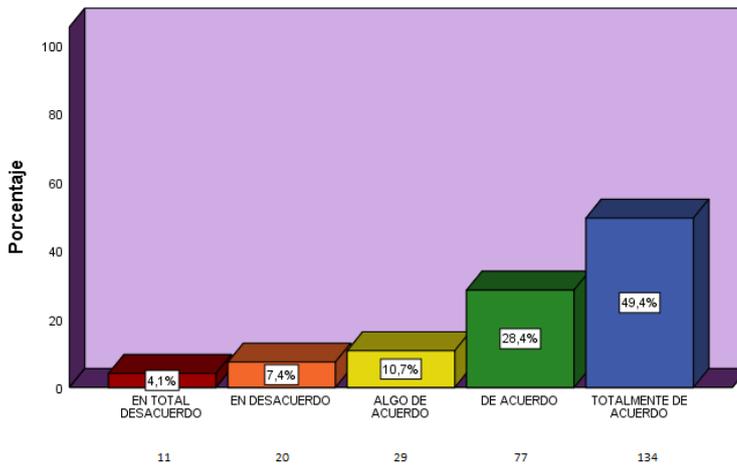
¿El mensaje de las piezas gráficas podría disminuir los conflictos entre homosexuales y homofóbicos?



En la figura 6 se muestran 24,4% personas de las encuestadas, están de acuerdo con lo propuesto, a 10,0% de ellos en algo de acuerdo, un 56,8% en total de acuerdo, 6,6 en desacuerdo y 2,2 en total desacuerdo con la propuesta.

Figura 7. Frecuencia de la dimensión 7.

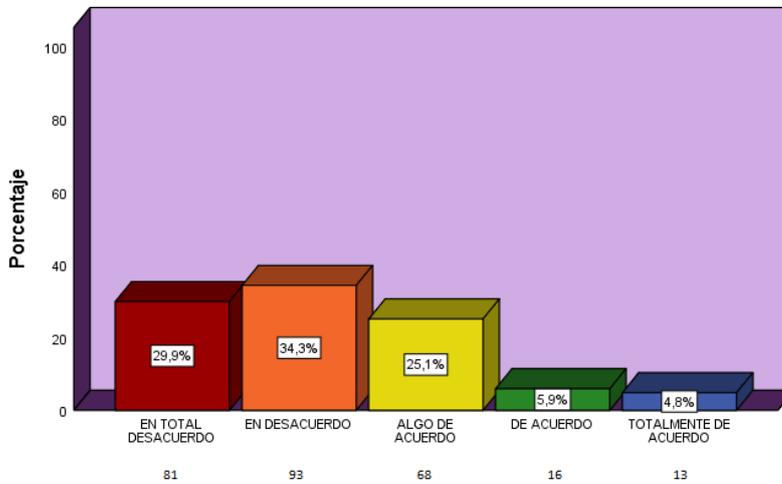
¿Este tipo de piezas gráficas sobre homofobia influyen en tus costumbres o educación?



En el cuadro 28,4% personas se muestran en de acuerdo, 7,4% en desacuerdo, a un 10,7% algo de acuerdo, 49,4% totalmente de acuerdo y a 4,1% de los encuestados en total desacuerdo con la afirmación de estudio.

Figura 8. Frecuencia de la dimensión 8.

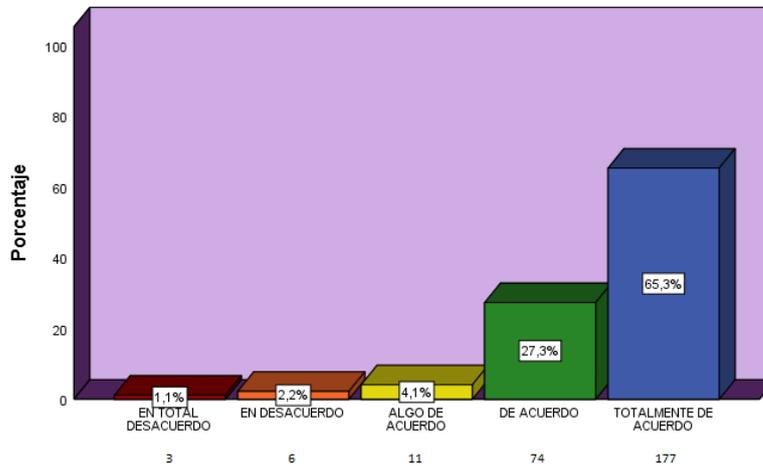
¿Leer este tipo de piezas gráficas sobre homofobia afectan tus relaciones sociales?



En la tabla 34,3% de las personas se muestran en desacuerdo con la enunciación, 5,9% de acuerdo, 25,1% algo de acuerdo, 4,8 totalmente de acuerdo y 29,9% en total desacuerdo con la propuesta.

Figura 9. Frecuencia de la dimensión 9.

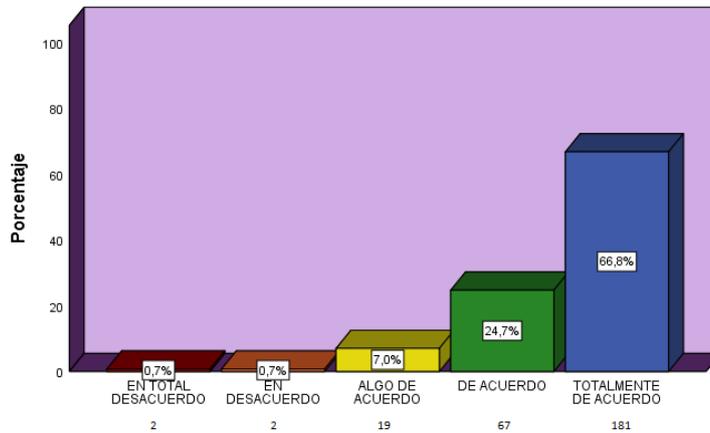
¿Las piezas gráficas te ayudan a comprende el tema de homofobia?



El cuadro refleja a 27,3% de alumnos de acuerdo con la alegación, 65,3% totalmente de acuerdo, otros 4,1% algo de acuerdo, 2,2 en desacuerdo y a 1,1% en total desacuerdo con el anunciado.

Figura 10. Frecuencia de la dimensión 10.

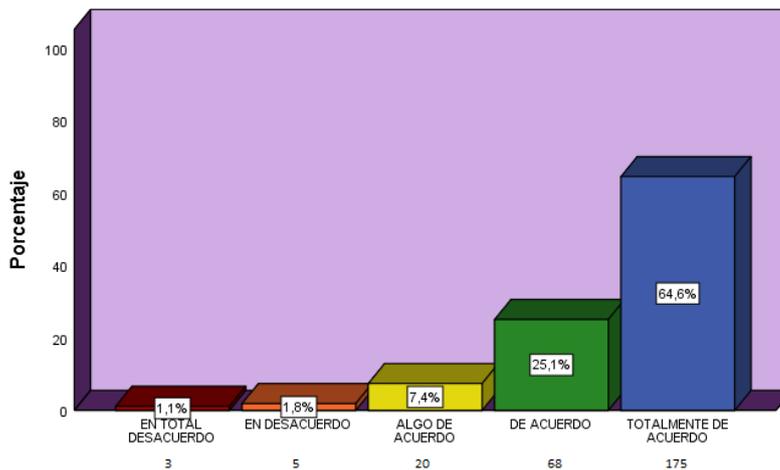
¿Lograste comprender el significado de las imágenes y palabras en las piezas gráficas sobre homofobia?



En la tabla podemos ver que 24,7% de los alumnos se muestran de acuerdo, 66,8% totalmente de acuerdo, 7,0% algo de acuerdo, otros ,7% en desacuerdo y ,7 en total desacuerdo con la aserción.

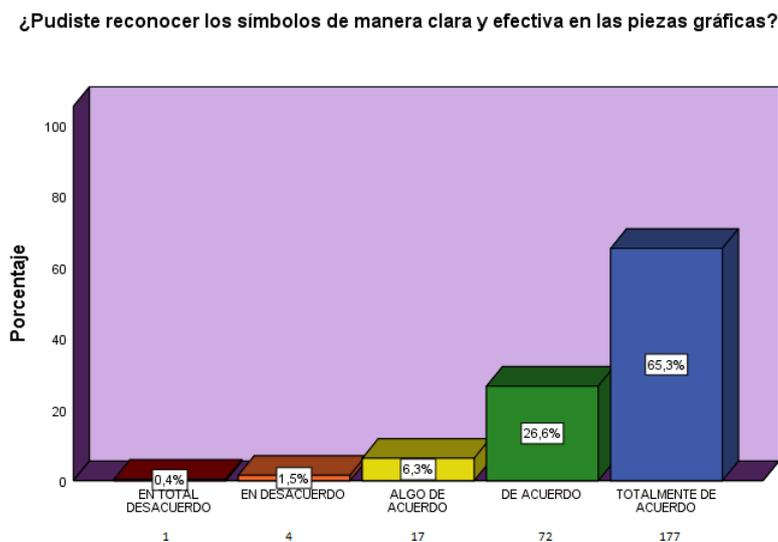
Figura 11. Frecuencia de la dimensión 11.

¿Las piezas gráficas sobre homofobia te han dejado un aprendizaje?



La figura 11 muestra a 25,1% personas de acuerdo con la afirmación, 64,6% totalmente de acuerdo, 7,4% algo de acuerdo, 1,8 en desacuerdo y 1,1 en total desacuerdo con lo planteado.

Figura 12. Frecuencia de la dimensión 12.



El cuadro refleja el 26,6% de los alumnos se muestran de acuerdo con la afirmación, 65,3 totalmente de acuerdo, 6,3% algo de acuerdo, 1,5 en desacuerdo y ,4% en total desacuerdo con el enunciado.

2.6 Análisis inferencial

Se procederá a verificar la hipótesis general y las específicas, de esta forma observaremos el nivel de relación entre las variables elegidas, igualmente sus dimensiones.

2.6.1. Contratación de hipótesis general

H₁: Existe relación significativa entre piezas graficas sobre homofobia y la percepción en estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

H₀: No existe relación significativa entre piezas graficas sobre homofobia y la percepción en estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

Tabla 6. Prueba de chi cuadrado de hipótesis general.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	97,283 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	91,377	9	,000
Asociación lineal por lineal	73,633	1	,000
N de casos válidos	271		

a. 11 casillas (68.8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .08.

Según la tabla 17, nos muestra en la prueba de Chi Cuadrado de Pearson de la Hipótesis General tenemos $0,000 < 0,05$ dado que el valor de la significancia es menor que el valor de p lo cual se acepta la hipótesis general y se repele la hipótesis nula. Por ende, demostrando que si hay un vínculo entre piezas graficas sobre homofobia y percepción en estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

2.6.2. Contrastación de las hipótesis específicas

Primera hipótesis específica

H₁: Existe relación significativa entre estrategia comunicativa y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

H₀: No existe relación significativa entre estrategia comunicativa y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

Tabla 7. Prueba de chi cuadrado de hipótesis específica 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	138,912 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	94,894	12	,000
Asociación lineal por lineal	87,514	1	,000
N de casos válidos	271		

a. 14 casillas (70.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Según la tabla 18, nos muestra en la Prueba de Chi Cuadrado de Person de la hipótesis específica 1 la significación asintótica Bilateral, nos da el valor de $0,000 < 0,05$ dado que el valor de la significancia es menor que el valor de p a lo que se demuestra que se acepta la hipótesis general y se repele la hipótesis nula. Por ende, se demuestra que, si existe una relación entre estrategia comunicativa y percepción en estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

Tabla 8. Prueba de chi cuadrado de hipótesis específica 2

H₁: Existe relación significativa entre materiales didácticos y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

H₀: No existe relación significativa entre materiales didácticos y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

Tabla 19 Prueba de chi cuadrado de hipótesis específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	208,672 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	106,352	12	,000
Asociación lineal por lineal	93,018	1	,000
N de casos válidos	271		

a. 13 casillas (65.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Según la tabla 19, nos muestra en la Prueba de Chi Cuadrado de Person de la hipótesis específica 2 la significación asintótica Bilateral, nos da el valor de $0,000 < 0,05$ dado que el valor de la significancia es menor que el valor de p a lo que se demuestra que se acepta la hipótesis general y se repele la hipótesis nula. Por ende, se demuestra que, si existe una relación entre materiales didácticos y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

Tabla 9. Prueba de chi cuadrado de hipótesis específica 3

H₁: Existe relación significativa entre perjuicio y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

H₀: No existe relación significativa entre perjuicio y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

Tabla 20. Prueba de chi cuadrado de hipótesis específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	35,112 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	25,639	12	,012
Asociación lineal por lineal	12,854	1	,000
N de casos válidos	271		

a. 15 casillas (75.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Según la tabla 20, nos muestra en la Prueba de Chi Cuadrado de Person de la hipótesis específica 3 la significación asintótica Bilateral, nos da el valor de $0,000 < 0,05$ dado que el valor de la significancia es menor que el valor de p a lo que se demuestra que se acepta la hipótesis general y se repele la hipótesis nula. Por ende, se demuestra que, si existe una relación entre materiales perjuicio y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

Tabla 10. Prueba de chi cuadrado de hipótesis específica 3

H₁: Existe relación significativa entre estereotipo y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

H₀: No existe relación significativa entre estereotipo y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

Tabla 10. Prueba de chi cuadrado de hipótesis específica 4

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	71,192 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	51,696	12	,000
Asociación lineal por lineal	21,896	1	,000
N de casos válidos	271		

a. 13 casillas (65.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .07.

Según la tabla 21, nos muestra en la Prueba de Chi Cuadrado de Person de la hipótesis específica 4 la significación asintótica Bilateral, nos da el valor de $0,000 < 0,05$ dado que el valor de la significancia es menor que el valor de p a lo que se demuestra que se acepta la hipótesis general y se repele la hipótesis nula. Por ende, se demuestra que, si existe una relación entre materiales estereotipo y percepción de estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas 2019.

2.6 Aspectos éticos:

Esta investigación se ha elaborado con diaphanidad y confidencialidad, donde se ha evitado hacer falsificación de datos o copia de contenidos teóricos de estudios semejantes, se proyectó este estudio con autonomía y austeridad con el fin de poder brindar un lenguaje íntegro y comprensible donde podremos tomar con mayor responsabilidad el tema de la seguridad vial por nuestro bienestar.

La transparencia y confiabilidad formaron parte del procedimiento de realización del presente proyecto de investigación, se evitó manipular datos y/o hacer plagios de contenidos teóricos parecidos, el objetivo de la realización de este estudio es facilitar un lenguaje imparcial y accesible que nos permita adoptar con plena responsabilidad el tema de la seguridad vial a fin de beneficiarnos.

III. RESULTADOS

A continuación, se detallan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los estudiantes de cuarto y quinto grado de secundaria de dos instituciones educativas, del distrito de Comas.

Según los datos mostrados en el ítem 1 (ver Figura N° 1, p. 29). El indicador transmitir perteneciente a la dimensión Estrategia Comunicativa de la variable Piezas Gráficas, tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (162 de 271) están de acuerdo que las piezas graficas sobre homofobia transmiten un mensaje claro. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (4 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas no entendieron el mensaje del tema y respondieron en total desacuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí reconoció el mensaje que se quería transmitir, por las frases y palabras claves.

Según los datos mostrados en el ítem 2 (ver figura N° 2, p. 29). El indicador Posicionamiento perteneciente a la dimensión Estrategia Comunicativa de la variable Piezas Gráficas, tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (162 de 271) están de acuerdo que las piezas graficas sobre homofobia se posicionan en sus recuerdos por un largo tiempo. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (4 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas no creen que se posicione en sus recuerdos por un largo tiempo y respondieron en total desacuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que las piezas graficas se posicionarían en sus recuerdos, por los colores y palabras claves.

Según los datos mostrados en el ítem 3 (ver figura N° 3, p. 30). El indicador Informativo perteneciente a la dimensión Materiales Didácticos de la variable Piezas Gráficas, tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (166 de 271) están de acuerdo que las piezas graficas sobre homofobia informan sobre el tema. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (5 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas no creen que se les informe sobre el tema y respondieron en total desacuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que las piezas graficas les informó sobre el tema, por los conceptos e imágenes.

Según los datos mostrados en el ítem 4 (ver figura N° 4, p. 30). El indicador Persuasión perteneciente a la dimensión Materiales Didácticos de la variable Piezas Gráficas, tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (169 de 271) están de acuerdo que las piezas graficas sobre homofobia te convencen para respetar a los homosexuales. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (7 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas no fueron convencidos para tener respeto y respondieron en total desacuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que las piezas graficas les persuadió sobre su objetivo, por las frases y personajes.

Según los datos mostrados en el ítem 5 (ver figura N° 5, p. 31). El indicador Daño moral perteneciente a la dimensión Perjuicio de la variable Homofobia tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (91 de 271) están en total desacuerdo que las piezas graficas sobre homofobia no generan un daño moral. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (7 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas creen que si se genera un daño moral y respondieron en totalmente de acuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que las piezas graficas no genera ningún daño moral, por los concepto y frases.

Según los datos mostrados en el ítem 6 (ver figura N° 6, p. 32). El indicador Beligerancia perteneciente a la dimensión Perjuicio de la variable Homofobia tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (154 de 271) están totalmente de acuerdo que las piezas graficas sobre homofobia pueden disminuir los conflictos entre homosexuales y homofóbicos. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (6 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas creen que no se pueden disminuir los conflictos y respondieron en total desacuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que las piezas graficas pueden disminuir los conflictos, por los mensajes.

Según los datos mostrados en el ítem 7 (ver figura N° 7, p. 32). El indicador Cultural perteneciente a la dimensión Estereotipo de la variable Homofobia tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (134 de 271) están totalmente de acuerdo que las piezas graficas sobre homofobia influyen en sus costumbres o educación. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (11 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas creen que no influyen en sus costumbres o educación y respondieron en total desacuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que las piezas graficas influyen en sus costumbres o educación, por los textos y consecuencias.

Según los datos mostrados en el ítem 8 (ver figura N° 8, p. 33). El indicador Social perteneciente a la dimensión Estereotipo de la variable Homofobia tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (81 de 271) están total desacuerdo que las piezas graficas sobre homofobia no afectan sus relaciones sociales. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (13 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas creen que afectan sus relaciones sociales y respondieron en totalmente de acuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que las piezas graficas no afectan sus relaciones sociales, por los textos e imágenes.

Según los datos mostrados en el ítem 9 (ver figura N° 9, p. 33). El indicador Interpretación perteneciente a la dimensión Procesos Cognitivos de la variable Percepción tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (177 de 271) están totalmente de acuerdo que las piezas graficas sobre homofobia ayudan a comprender el tema. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (3 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas creen que no ayudan a comprender el tema y respondieron en total desacuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que las piezas graficas ayudan a comprender el tema, por los textos y símbolos.

Según los datos mostrados en el ítem 10 (ver figura N° 10, p. 34). El indicador Significado perteneciente a la dimensión Procesos Cognitivos de la variable Percepción tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (181 de 271) están totalmente de acuerdo que en las piezas graficas sobre homofobia se comprende el significado de las imágenes y palabras. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (2 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas creen que no se comprende el significado de las imágenes y palabras y respondieron en total desacuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que en las piezas graficas se comprende el significado de las imágenes y palabras, por los textos explicativos.

Según los datos mostrados en el ítem 11 (ver figura N° 11, p. 34). El indicador Aprendizaje perteneciente a la dimensión Procesos Psíquicos de la variable Percepción tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (175 de 271) están totalmente de acuerdo que en las piezas graficas sobre homofobia han dejado un aprendizaje. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (3 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas creen que no han dejado un aprendizaje y respondieron en total desacuerdo, pero mostraron

interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que en las piezas graficas se han dejado un aprendizaje, por los conceptos.

Según los datos mostrados en el ítem 12 (ver figura N° 12, p. 35). El indicador Símbolo perteneciente a la dimensión Procesos Psíquicos de la variable Percepción tuvo como resultado que la gran mayoría de estudiantes (177 de 271) están totalmente de acuerdo que en las piezas graficas sobre homofobia han reconocido los símbolos de manera clara y efectiva. Sin embargo, a una mínima parte de los estudiantes encuestados (1 de 271) a pesar de ver las piezas gráficas creen que no han reconocido los símbolos de manera clara y efectiva y respondieron en total desacuerdo, pero mostraron interés para conocer la pieza gráfica; por lo tanto, la mayoría sí mostró que en las piezas graficas se han reconocido los símbolos de manera clara y efectiva, por los colores y formas.

Luego de mostrar los resultados de cada indicador de ambas variables de la investigación, es preciso conocer los datos obtenidos en la prueba de hipótesis, las cuales se detallaran a continuación.

Podemos afirmar que la hipótesis general de nuestra investigación es positiva entre la variable Piezas gráficas sobre homofobia y la variable percepción, cuyo resultado obtenido es “ $0,000 < 0,5$ ” (Tabla N°6, p. 36). Por lo tanto, podemos decir que las Piezas gráficas sobre Homofobia aportaron a la relación y decodificación de los estudiantes con respecto a la percepción, Lo cual se vio reflejado en los resultados a través de los indicadores de ambas variables con lo que se afirma la hipótesis general de la investigación. Es decir que si existe una relación positiva entre Piezas gráficas sobre homofobia y percepción, en los estudiantes que fueron encuestados.

Con respecto a la hipótesis específica N°1, podemos confirmar que existe una relación entre la variable percepción y la dimensión estrategias comunicativas sobre homofobia, ya que se ha obtenido una significativa positiva de “ $0,000 < 0,5$ ” en nuestra prueba de hipótesis N°1 (Tabla N°7, p. 37). Por lo tanto, podemos decir que las estrategias comunicativas en las piezas graficas sobre Homofobia ayudó a la percepción de los estudiantes encuestados, reflejado en la dimensión estrategias comunicativas, a través de sus indicadores transmitir y posicionamiento (Figuras N°1 y 2, p. 29) donde las respuestas fueron “Totalmente de acuerdo” en su mayoría.

Con respecto a la hipótesis específica N°2, podemos confirmar que existe una relación entre la variable percepción y la dimensión materiales didácticos sobre homofobia, ya que se ha obtenido una significativa positiva de “ $0,000 < 0,5$ ” en nuestra prueba de hipótesis N°2 (Tabla N°8, p. 37). Por lo tanto, podemos decir que los materiales didácticos en las piezas graficas sobre Homofobia ayudó a la percepción de los estudiantes encuestados, reflejado en la dimensión materiales didácticos, a través de sus indicadores informativo y persuasión (Figuras N°3 y 4, p. 30) donde las respuestas fueron “Totalmente de acuerdo” en su mayoría.

Con respecto a la hipótesis específica N°3, podemos confirmar que existe una relación entre la variable percepción y la dimensión prejuicios sobre homofobia, ya que se ha obtenido una significativa positiva de “ $0,000 < 0,5$ ” en nuestra prueba de hipótesis N°3 (Tabla N°9, p. 38). Por lo tanto, podemos decir que los prejuicios en las piezas graficas sobre Homofobia ayudó a la percepción de los estudiantes encuestados, reflejado en la dimensión prejuicio, a través de sus indicadores daño moral y beligerancia (figuras N°5 y 6, p. 31 y 32) donde las respuestas fueron “Totalmente de acuerdo” en su mayoría.

Con respecto a la hipótesis específica N°4, podemos confirmar que existe una relación entre la variable percepción y la dimensión estereotipo sobre homofobia, ya que se ha obtenido una significativa positiva de “ $0,000 < 0,5$ ” en nuestra prueba de hipótesis N°4 (Tabla N°10, p. 39). Por lo tanto, podemos decir que estereotipo en las piezas graficas sobre Homofobia ayudó a la percepción de los estudiantes encuestados, reflejado en la dimensión estereotipo, a través de sus indicadores daño cultural y social (figuras N°7 y 8, p. 32 y 33) donde las respuestas fueron “Totalmente de acuerdo” en su mayoría.

IV. DISCUSIÓN

Se detalla a continuación mínimo de los antecedentes que trabajen de carácter parejo tanto las variables como la metodología en esta indagación. El motivo es porque cuando plantean el desarrollo de las piezas gráficas, respaldan claramente al aprendizaje o lo relacionan con la percepción de los alumnos. Con respecto al diseño gráfico, planteamos el uso de piezas gráficas para que exista de manera positiva la percepción de los estudiantes. Como consecuencia, tenemos que, sí existe relación entre mis dos variables de su trabajo de investigación, obteniendo una correlación positiva considerable 0.793 entre piezas gráficas sobre Homofobia y la percepción de los estudiantes a los que se usó como muestra.

El resultado tiene similitud con Ascencios (2018) quien en su trabajo de investigación titulado Diseño de piezas gráficas y la percepción en estudiantes de 5to y 6to de primaria en tres instituciones educativas de Independencia, Lima 2018, con una muestra de 912 alumnos, obtuvo una correlación positiva entre las dos variables piezas gráficas y percepción, ya que se obtuvo como resultado una significativa de 0,793 y en la de Ascencios se obtuvo un significativo de 0,639. Por lo tanto, podemos decir que pese los temas trabajados son distintos, ambas piezas graficas tienen una percepción positiva y prospero ante la percepción de los estudiantes. Por ello, se aprueba la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Un punto que destacaremos es que Ascencios evalua a estudiantes de primaria y en este proyecto de investigación a secundaria, dado que en el nivel de complejidad temática es distinto. Debido a que para los niños el diseño tiene que ser ilustrativo y más llamativo, para los de secundaria es más complicado ya que se debe buscar captar la atención con algo más nuevo e innovador, buscando que sea de la par el diseño e información que se brindará para que no pierdan el interés.

En el enfoque temático, tenemos como dimensiones a las estrategias comunicativas y materiales didácticos. Un autor que ha trabajado también la variable piezas gráficas, con una base metodológica similar es Arotinco (2018) quien plantea como objetivo general el determinar la relación que existe entre el diseño de piezas gráficas y la percepción. Al final concluye que si existe una correlación positiva media entre sus dos variables, obteniendo como resultado un significativo de 0,783 y en mi investigación con una significativa de 0,793; por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna demostrando que existe una correlación entre ambas variables, la población es diferente ya que tiene un público

más joven pero de igual manera el diseño aplicado logró su objetivo que era informar mediante las piezas graficas acerca de un tema.

Tanto la investigación de Medina como este proyecto presente, han obtenido resultados favorables, teniendo los cuadros estadísticos el reflejo de los resultados como en las conclusiones. Un aspecto que se debe mencionar es que, ambas tesis plantean la misma metodología, con la diferencia en que el primero el público son niños de primaria y esta investigación se trata de jóvenes de secundaria en la que se desarrolla el uso de las piezas gráficas, a esto se obtiene una correlación de 0,789 lo que demuestra que es confiable tanto como la presente investigación con un resultado de correlación de 0,793, demostrando que en ambos casos se aprueban las hipótesis alternas y se rechazan las nulas, dando a conocer el buen uso empleado que se dio a las piezas gráficas y como estas lograron su objetivo de informar a los estudiantes.

Velasquez (2017) quien realizo piezas graficas sobre la educación ambiental y la percepción en niños de 4to a 6to de primaria de 2 instituciones educativas en los Olivos, Lima-2017, el cual obtuvo una correlación de 0,835 de confiabilidad, con una población de 978 que fueron evaluados por un cuestionario, por lo que comparándolo con la correlación de este proyecto de investigación con un resultado de 0,793, por lo cual se demuestra que existe relación en ambas variables aprobando la hipotesis alterna y rechazando la nula, con una población de 920 los cuales de igual manera fueron evaluados por un cuestionario.

Cisneros (2017) quien su título de investigación es Diseño de una pieza gráfica sobre la leyenda: “Cómo el sol desapareció cinco días” y la percepción de los estudiantes de 4to al 6to de primaria en tres I. E. de Los Olivos, Lima 2017, el cual obtuvo una correlación de 0,766 de de confiabilidad, con una población de 978, por lo que comparándolo con la correlación de este proyecto de investigación con un resultado de 0,793, por lo tanto se demuestra que sí existe relación entre sus dos variables aprobando la hipótesis alterna y rechazando la nula, con una población de 920.

En la investigación de Bridges (2012) quien toma como objetivo identificar las habilidades percibidas del diseño gráfico del siglo XXI, el conocimiento del contenido y las herramientas necesarias en un exitoso programa de diseño gráfico del nivel universitario. La

autora concluye que, según la correlación estadística es de 0.639, se afirma una correlación positiva considerable entre sus dos variables.

IV. CONCLUSIÓN

Se concluye que la relación de piezas gráficas y percepción en estudiantes de secundaria es positiva. Esto quiere decir que, cada una de las dimensiones e indicadores de ambas variables cumplen con el objetivo que es intervenir positivamente en el aprendizaje de los estudiantes de secundaria. Asimismo, el aporte que dará las piezas graficas ayudará a informarse a los estudiantes del tema, a generar una empatía y que estos lleguen a respetar a las personas homosexuales fortaleciendo la educación en ellos.

Se concluye para el primer objetivo específico, que si existe una relación entre Estrategias comunicativas de las piezas gráficas y percepción sobre la homofobia en estudiantes. Lo que nos indica que las piezas gráficas al transmitir, logran que los estudiantes capten el mensaje y mantenerse en sus recuerdos con el mismo fin. Además, que el mensaje de las piezas gráficas son concretas y de motivación para que en el estudiante se pueda generar una empatía hacia los homosexuales.

Para el segundo objetivo específico, se concluye que existe una relación entre materiales didácticos de las piezas gráficas y percepción sobre la homofobia en estudiantes. Lo que nos indica que las piezas gráficas al informar, logran que los estudiantes conozcan sobre los hechos que suceden en el mundo y el país acerca de la Homofobia. Además, que se logra persuadir a los estudiantes para que estos eviten agredir física y verbalmente a los homosexuales.

En el tercer objetivo específico, se concluye que si existe una relación entre perjuicio y percepción sobre la homofobia en estudiantes. Lo que nos indica que las piezas gráficas evitan generar un daño moral y se tome conciencia de la humillación que pasan los homosexuales ante los conflictos que se provocan por la ignorancia de muchas personas.

Por último, para el cuarto objetivo específico, se concluye que si existe una relación entre estereotipo y percepción sobre la homofobia en estudiantes. Lo que afirma que las piezas gráficas influyen en sus costumbres y educación de manera positiva y que no afecten tanto en sus relaciones sociales de forma negativa al hablar de un tema tan controversial.

VI. RECOMENDACIONES

En relación al uso de piezas graficas como apoyo e instrumento de ayuda a este trabajo de investigación, según los resultados arrojados se observó que los alumnos de secundaria encuestados, se recomienda que se apliquen estos tipos de piezas graficas de manera didáctica y así lograr que interpreten el mensaje de manera clara identificando el tema en estos, por ello se puede decir que con una buena composición en cuanto al diseño de las piezas gráficas para las investigaciones que se muestren más adelante, es importante tener en cuenta este aspecto, pues en base al tema del cual se quiera tratar, se reflejará el interés visual y el grado de conocimiento que se pueda aportar.

Ante lo informativo sobre las piezas gráficas, según los resultados arrojados se recomiendo el uso adecuado de las tipografías para que el público objetivo pueda tener una lectura más clara y fácil acerca del tema y que no se genere una distracción. Con ayuda del mensaje centrado y de manera asertiva estos logran captar el interés de los estudiantes.

Con respecto a los símbolos reconocidos en las piezas gráficas, se recomienda aplicar de más imágenes visuales ya que estas son las que más atracción dan hacia el lector, se recomienda usar ilustraciones llamativas con los colores correspondientes haciendo uso de la psicología del color y así los alumnos sepan identificarlos mediante estos.

REFERENCIAS

- A. M. Cassandre. (1901-1968). Retórica, economía y ecología del afiche. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=nPHAR59iD8C&pg=PA119&dq=el+afiche&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjUi9XN0_vhAhUwUt8KHTtHBKIQ6AEIRTAG#v=onepage&q=el%20afiche&f=false
- Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación. Editorial Episteme. Caracas: Venezuela.
- Arotinco, J. (2018). Diseño de piezas gráficas sobre las 3Rs Ecológicas y la percepción en estudiantes de 4to a 6to grado de primaria de tres instituciones educativas de San Martín de Porres, Lima 2018. Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/27484?fbclid=IwAR3mSw7tDyhwxxkXRdi0bxcwnnL_hq9UGSXwhv-R1UBFrJPC9t0di5nFJE
- Asencios, P. (2018). Diseño de piezas gráficas sobre la nutrición y la Percepción en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres instituciones educativas de Independencia, Lima 2018. Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/27483?fbclid=IwAR3B7Qlljlg82aJfj99iHoOs1s9XwfXhhSNo8LXiMmbd3GstHOGVjBpVo_Y
- Ballestrini, M. (2006). Como se elabora un proyecto de investigación. (7.ma ed.). Venezuela: BL Consultores Asociados.
- Barrera. (2006). Población y Muestra. Recuperado de http://msctecnologiaeducativa3.blogspot.com/p/poblacion-y-muestra_19.html
- Becerra, L. (2017). Diseño de un libro álbum sobre la contaminación del aire y la percepción de los estudiantes de dos instituciones educativas de Los Olivos, Lima - 2017 Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/24031?show=full>

- Bernal, C. (2006). Metodología de la Investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales.
- Bisquerra, R. (2009). Metodología de la Investigación Educativa. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=VSb4_cVukkcC&pg=PA145&dq=muestreo+no+probabilistico&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj2qcuy-uTiAhUMqlkKHRZUBloQ6AEIRjAF#v=onepage&q=muestreo%20no%20probabilistico&f=false
- Bridges, A. (2012). Identification of Perceived 21st Century Graphic Design Skills, Content Knowledge, and Tools Needed in an Effective University-Level Graphic Design Program. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/53025960.pdf>
- Bruce, C. (14 de Junio de 2016). Perú no penaliza los crímenes por homofobia. Recuperado <https://elcomercio.pe/lima/peru-penaliza-crimenes-homofobia-221276>
- Cisneros, E. (2017). Diseño de una pieza gráfica sobre la leyenda: “Como el sol se desapareció cinco días” y la percepción de los estudiantes de 4to al 6to de primaria en tres I.E. de los Olivos, Lima 2017 Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/23795>
- CNN y Brochetto, Marillia. (27 de Febrero de 2017). La compleja realidad de ser gay en América Latina. Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2017/02/27/la-compleja-realidad-de-ser-gay-en-america-latina/>
- Dyson, M. (2019). The Perception of Symbols on Screen and Methods of Retrieval from a Database. Illinois: British Library Research and Development Department, 1994.
- Frascara, J. (2000). Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social. Recuperado de: https://www.academia.edu/7663147/Jorge_Frascara_Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico_para_la_gente_Comunicaciones_de_masa_y_cambio_social

- García, F. (2004). El cuestionario: Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=-JPW5SWuWOUc&printsec=frontcover&dq=cuestionario&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjD9a6r3o3iAhVuvFkKHac7CI4Q6AEIKDAA#v=onepage&q=cuestionario&f=false>
- Grady, J. E. (2005). From Perception to Meaning: Image Schemas in Cognitive Linguistics. Germany: Die Deutsche Bibliothek
- Gulevich, O. (November, 2017). Scrutinizing Homophobia: A Model of Perception of Homosexuals in Russia. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00918369.2017.1391017>
- Harris, R. L. (1999). Information Graphics: A Comprehensive Illustrated Reference. New York: Oxford University Press.
- Hernandez, R. (2014). Capítulo III Metodología de la investigación. Recuperado de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/hernandez_s_j/capitulo3.pdf
- Hernandez, R. (2014). Capítulo III Metodología de la investigación. Recuperado de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/calva_p_db/capitulo3.pdf
- Llerandi, F. (2008). Cien afiches venezolanos, recuperado el día 4 de Abril del 2008. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=WJNdAAAAMAAJ&q=que+es+un+afiche&dq=que+es+un+afiche&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwihhO7M0fVhAhUQVK0KHZ76AhoQ6AEIRDAF>
- Loayza, M. (Junio, 2016). Ignorancia y miedo, principales causas de homofobia. Recuperado <https://sumedico.com/ignorancia-y-miedo-principales-causas-de-homofobia/>
- Lopez, K. (4 November 2013). Persuasive Graphics: How Pictures Are Increasingly Influencing You. Recuperado de: <http://www.a2lc.com/blog/bid/68354/persuasive>

-graphics-how-pictures-are-increasingly-influencing-you

- Louis, G. T. (2008). *The Dictionary of Homophobia: A Global History of Gay & Lesbian Experience*. Canada: Government.
- 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 Ancon, Lima 2018*. Recuperado http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/27256?fbclid=IwAR_08oH-Dw19fkz9_0uigXMX5mucpdjhgQOMMvjYTLtiMLMe5SWxlc24aCfk
- Metodología de la investigación: Las variables. Publicado el 12 de Mayo del 2013. Recuperado de: <http://adelajesus.blogspot.com/>
- Montero, O. (24 de marzo de 2017). *Ideología del miedo: la homofobia en el Perú*. Recuperado de: <https://cosas.pe/cultura/58864/ideologia-del-miedo-la-homofobia-en-el-peru/>
- Mueller, R. J. (2019). *Principles of Classroom Learning and Perception*. Taylor & Francis Limited, 2019.
- Muñoz, G. (Julio/Octubre, 2013). *Técnicas e Instrumento*. *Sociedad y Ambiente*, 1 (2), 167 – 170.
- Muñoz, J. (2012). *Homofobia, laberinto de la ignorancia*. Recuperado de: http://computo.ceiich.unam.mx/webceiich/docs/libro/Homofobia_elect.pdf
- Murillo. (2008- 2009). *La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica*. Fragmento de Murillo (2008) Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Naranjo, A – Centro de estudios especializados – CESDE; Escuela de Comunicación Visual / Diseño Gráfico Digital; Asignatura: Comunicación Visual; Fragmento extraído de “Piezas Gráficas” – Aviso, Pág. 7. Recuperado de:

<http://files.cvgrafico.webnode.com.co/200000046-5b1ab5c139/DC%2017%20Piezas%20Gr%C3%A1ficas.pdf>

Neisser. (2013). La Percepción en el diseño gráfico. Artículo de reflexión. Recuperado de: http://www.bernnny56.com/lecturas/2/2_0_1.pdf

Orbegozo, F. (2016). Perú no penaliza los crímenes por homofobia.

Recuperado de: <https://elcomercio.pe/lima/peru-penaliza-crimenes-homofobia-221276>

Otano, R. (2001). El oficio de mirar; Posters: vuelta al lenguaje mágico. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=Z3ityV6r_4sC&pg=PA25&dq=el+afiche&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjUi9XN0_vhAhUwUt8KHTtHBKIQuwUIVzAJ#v=onepage&q=el%20afiche&f=false

Oviedo, L. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la Teoría Gestalt. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n18/n18a10.pdf>

Parera, D. (2017). Diseño gráfico publicitario: diseño gráfico y dirección de arte publicitaria.

Recuperado de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788491710479.pdf>

Parker, R. y Aggleton, P. (2003). Culture, Society and Sexuality: A Reader. London: Taylor & Francis Group.

Penariol, T. (December, 2015). The impact of homophobia on adolescent health. Recuperado

de: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-81452015000400664&script=sci_arttext&tlng=en

Piaget, J. (2013). La Percepción en el diseño gráfico. Artículo de reflexión. Recuperado

http://www.bernnny56.com/lecturas/2/2_0_1.pdf

- Smith, D. (1 April 2017). The Difference Between a Brand and a Logo (and How Brand Positioning Fits Into the Picture). Recuperado de: <https://www.envision-creative.com/brand-positioning-difference-between-logo-and-brand/>
- Soberón, G y Feinholz, D. (2007). Homofobia y Salud. Recuperado <http://www.conbioetica-mexico.salud.gob.mx/descargas/pdf/publicaciones/memorias/homofobia.pdf>
- Tamayo, M (2012). El Proceso de la Investigación científica. Editorial Limusa S.A. México.1997. Recuperado de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Vargas, L (1994). Sobre el concepto de percepción. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>
- Velasquez, G (2017). Relación entre una pieza gráfica sobre educación ambiental y la percepción en niños de 4to a 6to de primaria de dos instituciones educativas en Los Olivos, Lima – 2017 Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/18947/Gabriel_VA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villa, L. (2017). Todavía 72 países criminalizan a los homosexuales. Recuperado de: <https://www.publico.es/sociedad/homofobia-todavia-72-paises-persiguen.html>
- Wicker, D. (2015). Perception and Interpretation of Life: An Interactive Guide to Determining Your Perception of Life. Bloomington: AuthorHouse.
- Wong, W. (1988). Principios de un diseño de color. Recuperado de: http://www.centroculturalhaedo.edu.ar/cch/actualizacion_permanente/Principios%20del%20Diseno%20en%20Color,%20Wucius%20Wong.pdf
- Yuni, J. (2014). Técnicas para Investigar. Recuperado de: <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%C3%A9nicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Tabla 11. Matriz de Consistencia.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA	POBLACION	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Problema general ¿Existe relación entre Piezas gráficas sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019?</p> <p>Problemas específicos 1.¿Qué relación existe entre estrategia comunicativa sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre Piezas gráficas sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.</p> <p>Objetivos específicos Demostrar la relación entre percepción y estrategia comunicativa sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019. Demostrar la relación entre percepción y</p>	<p>Hipótesis general Existe relación entre Piezas gráficas sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.</p> <p>Hipótesis específicas 1. Existe una relación entre percepción y estrategias comunicativas sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019. 2. Existe una relación entre percepción y materiales didácticos sobre la homofobia y la</p>	<p>Independiente Piezas Gráficas</p> <p>Homofobia</p>	<p>1) ESTRATEGIA COMUNICATIVA 1.1.Transmitir 1.2.Posicionamiento</p> <p>2) MATERIALES DIDACTICOS 2.1. Información 2.2. Persuasión</p>	<p>La investigación se tipifica de la siguiente manera:</p> <p>Enfoque de la investigación</p> <p>- CUANTITATIVA (Encuesta).</p> <p>Tipo: APLICADA</p> <p>Nivel: -Correlacional</p>	<p>Población La población estará conformada por: -Adolescentes de 14 a 16 años.</p> <p>Muestra La muestra estará conformada por: - Adolescentes de la I.E.EFRO. (20)</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>ESTADÍSTICOS: Los datos serán procesados con el software estadístico SPSS 22.</p>

<p>2.¿Qué relación existe entre materiales didácticos sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019?</p> <p>3.¿Qué relación existe entre prejuicios sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019?</p> <p>4.¿Qué relación existe entre estereotipos sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019?</p>	<p>materiales didácticos sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.</p> <p>Demostrar la relación existe entre percepción y prejuicios sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.</p> <p>Demostrar la relación existe entre percepción y estereotipos sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.</p>	<p>percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.</p> <p>3. Existe relación entre percepción y prejuicios sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.</p> <p>4. Existe relación entre percepción y estereotipos sobre la homofobia y la percepción en estudiantes de cuarto y quinto secundaria en dos instituciones educativas, Comas, 2019.</p>	<p>Dependiente</p> <p>-Percepción.</p>	<p>1)PERJUICIO 1.1.Características negativas 1.2.Beligencia</p> <p>2)ESTEREOTIPO 2.1.Cultural 2.2.Social</p> <p>1) PROCESOS COGNITIVOS 1.1.Interpretación 1.2.Significado</p> <p>2) PROCESOS PSIQUICOS 2.1.Aprendizaje 2.2. Símbolo</p>	<p>Diseño: Transseccional. No Experimental</p> <p>Tiempo: -Transversal • Causal</p>	<p>Tipo de Muestreo -No Probabilístico (Intencional)</p>	
---	--	--	---	---	---	--	--

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Percepción	<p>Menciona que la percepción como proceso cognitivo consiste en la evocación, conclusión y significación en torno a la impresión del ambiente físico y social, donde actúan los procesos psíquicos donde se halla la memoria, el aprendizaje y la simbolización.</p> <p>Contrariamente define la percepción como un proceso de sustracción y elección de información importante que apruebe lo destacado del mayor grado de lógica y relación posibles con el mundo adyacente. (Vargas,1994. p.48)</p>	<p>Procesos Cognitivos Son los procedimientos que lleva a cabo el ser humano para incorporar conocimientos. (Vargas,1994. p.48)</p>	<p>Interpretación Es el hecho de que un contenido material, ya dado e independiente del intérprete, sea “comprendido” o “traducido” a una nueva forma de expresión. (Vargas,1994. p.48)</p>	¿Las piezas gráficas te ayudan a comprender el tema sobre la “Homofobia”?
			<p>Significado Es el concepto o idea que se asocia a la forma sensible o perceptible (significante) del signo y al objeto que representa en todo tipo de comunicación. (Vargas,1994. p.48)</p>	¿Lograste comprender el significado de las imágenes y palabras en las piezas graficas sobre la homofobia?
		<p>Procesos Psíquicos Son todas aquellas fases mentales que permiten a la persona tomar conciencia de sí misma y de su entorno, se encuentran en la naturaleza de cualquier manifestación conductual y hacen posible la adaptación de comportamiento a las situaciones y exigencias ambientales. (Vargas,1994. p.48)</p>	<p>Aprendizaje Es el proceso a través del cual se modifican y adquieren habilidades, destrezas, conocimientos, conductas y valores. (Vargas,1994. p.48)</p>	¿Las piezas graficas sobre la homofobia te han dejado un aprendizaje?
			<p>Símbolo Signo que establece una relación de identidad con una realidad, generalmente abstracta, a la que evoca o representa. (Vargas,1994. p.48)</p>	¿Pudiste reconocer los símbolos de manera clara y efectiva en las piezas graficas?

Anexo 2. Tabla 2. Matriz de Operalización.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Piezas gráficas	Todo modelo de pieza publicitaria debe transmitir, de manera indiscutible y clara, el diseño de utilitarios didáctica y la base objetiva de la estrategia comunicativa. Por ello, todos los componentes deben coincidir precisamente con el tema que se busca mostrar; contribuyendo un mismo significado. Puede que sea una singularidad del producto o servicio o un posicionamiento simbólico que haga referencia a los estereotipos culturales de los destinatarios. (Parera, 2017.p 20)	Estrategia Comunicativa Son quienes transmiten a los elementos visuales, textos e ilustraciones un significado icónico. (Parera, 2017.p 20)	Transmitir Se define como enviar una información o un mensaje a un público mediante un medio el cual se puede interpretar de diferentes maneras dependiendo del receptor. (Parera, 2017.p 20)	¿Las piezas graficas sobre homofobia te transmiten un mensaje claro?
			Posicionamiento Es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto o servicio ocupe un lugar distintivo en la mente del consumidor o público objetivo. (Parera, 2017.p 20)	¿Las piezas graficas sobre la homofobia se mantienen en tus recuerdos por un largo tiempo?
		Materiales Didácticos Pueden ser cualquier tipo de dispositivo diseñado y elaborado con la intención de facilitar un proceso de enseñanza y aprendizaje. (Parera, 2017.p 20)	Informativo El emisor da a conocer brevemente hechos, circunstancias reales o algún tema particular al receptor. (Parera, 2017.p 20)	¿Las piezas graficas sobre la homofobia te informan sobre el tema?
			Persuasión Es aquella habilidad que tienen las personas para transmitir ideas y que éstas sean difundidas por quien actúa como receptor de las mismas. (Parera, 2017.p 20)	¿El Diseño de las piezas graficas sobre Homofobia te convence para tener más respeto hacia los homosexuales?
Homofobia	Por homofobia no se entienden las antipatías o las desconfianzas o los recelos morales que los gays suscitan, algo muy arraigado y de eliminación ardua incluso entre los propios gays, sino el encono activo del perjuicio, la beligerancia que viene de la convicción de la falta de humanidad de los disidentes sexuales. (Muñoz, 2012 p. 26)	Perjuicio Daño moral o material que una persona o una cosa causan en el valor de algo o en la salud o el bienestar de alguien. Pueden ser materiales o simbólicos. (Muñoz, 2012 p. 26)	Daño Moral Es el dolor, la angustia, la aflicción física o espiritual, la humillación, y, en general, los padecimientos que se han infligido a la víctima. (Muñoz, 2012 p. 26)	¿El mensaje de las piezas graficas sobre la Homofobia muestra que se puede generar un daño moral?
			Beligerancia Implica tener una actitud o disposición a la guerra o al conflicto, también se refiere a alguien o algo que es combativo, belicoso o agresivo. (Muñoz, 2012 p. 26)	¿El mensaje de las piezas gráficas podría disminuir los conflictos entre homosexuales y homofóbicos?
		Estereotipo Es un concepto, idea o modelo de imagen que se le atribuye a las personas o grupos sociales, muchas veces de manera preconcebida y sin fundamentos teóricos. (Muñoz, 2012 p. 26)	Cultural Se utiliza como adjetivo calificativo para designar a todos los hechos, eventos, situaciones, objetos o personajes que se relacionen con el marco de la cultura (Muñoz, 2012 p. 26)	¿Este tipo de piezas graficas sobre Homofobia influyen en tus costumbres o educación?
			Social Es aquello perteneciente o relativo a la sociedad. Recordemos que se entiende por sociedad a conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad. (Muñoz, 2012 p. 26)	¿Leer este tipo de piezas graficas sobre Homofobia afectan tus relaciones sociales?

CUESTIONARIO DE PIEZAS GRAFICAS SOBRE LA HOMOFOBIA Y PERCEPCIÓN

A. INTRODUCCIÓN:

ESTIMADO (A) estudiante, el presente cuestionario es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información. **B. INDICACIONES:**

- Este cuestionario es ANÓNIMO. Por favor, responde con sinceridad.
- Lea detenidamente cada ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas. Contesta a las preguntas marcando con una “X”

El significado de las letras es: 1=EN TOTAL DESACUERDO, 2= EN DESACUERDO 3= ALGO DE ACUERDO, 4=DE ACUERDO y 5= TOTALMENTE DE ACUERDO

VARIABLES	ITEMS	1	2	3	4	5
PIEZAS GRAFICAS	¿Las piezas graficas sobre homofobia te transmiten un mensaje claro?					
	¿Las piezas graficas sobre la homofobia se mantienen en tus recuerdos por un largo tiempo?					
	¿Las piezas graficas sobre la homofobia te informan sobre el tema?					
	¿El Diseño de las piezas graficas sobre Homofobia te convence para tener más respeto hacia los homosexuales?					
HOMOFOBIA	¿El mensaje de las piezas graficas sobre la Homofobia muestra que se puede generar un daño moral?					
	¿El mensaje de las piezas gráficas podría disminuir los conflictos entre homosexuales y homofóbicos?					
	¿Este tipo de piezas graficas sobre Homofobia influyen en tus costumbres o educación?					
	¿Leer este tipo de piezas graficas sobre Homofobia afectan tus relaciones sociales?					
PERCEPCIÓN	¿Las piezas gráficas te ayudan a comprender el tema sobre la “Homofobia”?					
	¿Lograste comprender el significado de las imágenes y palabras en las piezas graficas sobre la homofobia?					
	¿Las piezas graficas sobre la homofobia te han dejado un aprendizaje?					
	¿Pudiste reconocer los símbolos de manera clara y efectiva en las piezas graficas?					

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 4. Validación de experto N° 1.



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Melchor Agüero Liliana

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: UCV

Fecha: 10.09.2019

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Piezas gráficas sobre la homofobia y percepción en estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas, 2019.

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		
TOTAL		10	01	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Anexo 5. Validación de experto N° 2



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Rodarte Santos Jessica Marisol

Título y/o Grado:

Ph. D... () Doctor... () Magister... Licenciado... () Otros. Especifique

Universidad que labora:

César Vallejo

Fecha: 20 09 19

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Piezas gráficas sobre la homofobia y percepción en estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas, 2019.

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?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		✓	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL		10		

SUGERENCIAS:

Firma del experto: _____

Anexo 6. Validación de experto N° 3



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Lapañ Salguero, Magaly Patricia

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: UCV

Fecha: 13, 09, 19

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Piezas gráficas sobre la homofobia y percepción en estudiantes de secundaria en instituciones educativas, Comas, 2019.

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		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

.....

Firma del experto:

Anexo 7. Solicitud de permiso – Institución Educativa Esther Festini de Ramos Ocampo



"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"



CARTA-140-2019-ADGE/LIMA-NORTE

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

Lima, 26 de setiembre de 2019

Señor
Yaringaño Mayta Jorge Raul
Director
Esther Festini de Ramos Ocampo
Av. Tupac Amaru Nro.1526 P.J. La Libertad. (Alt Km 12)
Presente.-

De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted y expresarle un cordial saludo a nombre de la Universidad César Vallejo y a la vez presentarle a **SÁNCHEZ TRIVEÑOS LISET DAYANNA**; quien actualmente se encuentra cursando el X ciclo en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención nos ha manifestado su interés para realizar Encuesta para la evaluación de Piezas Gráficas sobre la Tesis elaborada para la asignatura DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, 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,



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

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



Anexo 8. Solicitud de permiso – Institución Educativa Peruano Suizo



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

CARTA-139-2019-ADGE/LIMA-NORTE

ESCUELA PROFESIONAL DE
ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Lima, 26 de setiembre de 2019

Señor
Dennis Nilton Levano Sánchez
Director
IE PERUANO SUIZO
Av. Tupac Amaru/ escalera de Carabayllo. Cal. 13a Nro. S/N
Presente.



De mi consideración:

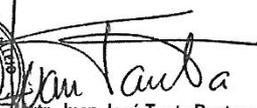
Es grato dirigirme a usted y expresarle un cordial saludo a nombre de la Universidad César Vallejo y a la vez presentarle a **SÁNCHEZ TRIVEÑOS LISET DAYANNA**, quien actualmente se encuentra cursando el X ciclo en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención nos ha manifestado su interés para realizar Encuesta para la evaluación de Piezas Gráficas sobre la Tesis elaborada para la asignatura DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, 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,




Ing. **Juan José Tanta Restrepo**
Coordinador de la Escuela Profesional de
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad César Vallejo
Lima Norte

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



Anexo 10. Datos Spss

basehomofobia.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 12 de 12 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	var	var	var	var
1	4	4	5	5	2	3	4	4	4	3	5	3				
2	3	2	4	3	2	5	3	3	4	3	4	5				
3	4	3	5	3	2	3	4	3	4	3	4	5				
4	3	2	4	5	3	5	4	1	4	5	5	4				
5	3	3	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5				
6	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3				
7	4	2	4	2	2	4	2	2	4	2	2	2				
8	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	3	5				
9	1	2	3	2	5	2	2	1	4	4	4	2				
10	1	1	1	2	1	4	2	1	4	4	2	3				
11	4	3	4	2	4	3	4	5	4	4	4	3				
12	5	2	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4				
13	5	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	3				
14	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5				
15	3	3	3	4	1	2	4	5	4	4	3	3				
16	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5				
17	1	4	1	2	5	2	2	1	4	4	4	2				
18	3	3	4	4	4	3	2	2	5	4	4	5				
19	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4				
20	1	5	1	1	3	5	2	5	1	1	3	1				
21	4	2	4	4	1	4	4	2	5	4	4	3				
22	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3				

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

basehomofobia.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 12 de 12 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	var	var	var	var
23	3	3	4	5	2	2	5	2	4	4	4	5				
24	4	4	4	4	5	2	2	5	2	5	5	5				
25	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2				
26	4	4	4	4	2	3	5	2	4	4	4	4				
27	5	4	5	4	1	5	2	4	5	3	4	5				
28	4	3	5	5	1	4	2	3	4	5	4	3				
29	4	5	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4				
30	5	5	5	4	1	5	4	4	5	5	5	4				
31	5	4	5	3	2	4	4	1	4	3	4	5				
32	3	2	4	4	1	4	3	1	4	4	4	5				
33	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5				
34	4	5	4	5	1	3	1	1	4	5	5	5				
35	4	4	5	5	1	5	5	1	4	5	4	4				
36	3	3	4	4	5	3	1	5	4	3	3	4				
37	4	4	4	4	1	4	4	1	4	5	4	5				
38	5	5	3	1	1	5	2	5	5	5	5	5				
39	5	5	3	4	1	5	2	5	5	3	2	4				
40	4	5	3	1	4	4	4	5	3	4	5	5				
41	3	4	5	5	4	2	3	2	2	3	5	5				
42	3	3	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3				
43	4	4	5	4	1	5	4	2	5	5	4	4				
44	4	2	5	5	1	4	2	2	4	4	4	4				
45	2	2	4	2	2	4	1	2	4	4	4	4				

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

basehomofobia.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 12 de 12 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	var	var	var	var
46	5	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	5				
47	5	3	3	1	3	3	1	1	4	3	3	3				
48	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5				
49	4	5	5	5	1	5	3	2	5	4	5	5				
50	3	3	4	4	1	4	4	3	4	4	4	5				
51	2	2	5	4	1	5	4	4	5	5	5	5				
52	4	4	4	4	1	3	4	2	4	4	4	4				
53	4	1	4	4	1	1	1	1	2	5	5	5				
54	4	1	2	4	1	1	1	1	2	3	2	5				
55	4	4	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4				
56	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	5				
57	3	2	4	3	3	4	3	2	4	4	5	5				
58	4	3	4	4	1	4	5	1	5	5	5	5				
59	3	4	5	3	1	3	1	4	3	5	4	5				
60	5	4	5	5	4	1	2	1	5	4	5	5				
61	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5				
62	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5				
63	5	2	1	5	3	5	1	4	2	5	5	4				
64	5	3	5	5	1	4	3	1	5	5	5	5				
65	5	4	4	5	1	4	4	4	4	5	5	5				
66	5	5	5	5	1	5	5	2	5	5	5	5				
67	5	5	5	5	1	5	4	4	5	5	5	5				

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

BRIEF

SIN = El mensaje de quitar o dejar de lado las palabras o acciones que agreden a las personas.

ETIQUETAS = Resultado o agresión verbal, que llega a ser más dañina que la agresión física, puesto que deja más repercusiones psicológicas, ambas agresiones causadas por la ignorancia entre otros motivos que se encuentran en las personas agresoras.

SIN ETIQUETAS, es el nombre de la marca que representa al concepto creativo de las piezas gráficas. Este concepto se basa en el mensaje que se busca transmitir a los estudiantes como, el respeto y empatía hacia la orientación sexual de cada persona.

MARCA

TARGET

- Adolescentes de entre 14 y 15 años
- I.E Esther Festini de Ramos Ocampo y I.E Peruano Suizo.
- 4to y 5to de secundaria
- **NSE:** B y C
- **Distrito:** Comas.

TIPOGRAFÍA

Tipografía: Combinación de fuentes para facilitar la lectura, al mismo tiempo generar dinamismo y representar los conceptos del respeto (sans serif) y empatía (serif).



El logo tiene la forma de una etiqueta rota por la mitad, para reforzar el concepto de quitar las etiquetas, por ello tanto el papel, la pita, los colores en la parte inferior y la palabra ETIQUETAS, están dañadas

CONCEPTO CREATIVO



Así como el resultado de la homofobia, la agresión que es un gran problema social dado que por muchas razones es bastante común que las personas de orientación sexual distinta a lo que gran parte de la sociedad considera como natural (heterosexualidad), sean tachadas o etiquetadas de forma denigrante por gran parte de la sociedad.

MISIÓN

Dar a conocer el contexto real del la homofobia en el Perú.
Promover el respeto y empatía hacia las personas homosexuales, en las instituciones educativas de Comas.

VISIÓN

Conseguir que la información brindada sea transmitida y aceptada de forma adecuada en todos los colegios del Perú. Así poder reducir las causas y consecuencias de la homofobia.

OBJETIVOS

Ser una marca reconocida en el ámbito educativo por transmitir mensajes de responsabilidad social, que aporten a la tolerancia entre las personas de distintas orientaciones sexuales.

CROMATICA



SIMBOLOS

Elementos visuales básicos que no guardan ninguna similitud con los objetos del entorno natural. No poseen ningún significado, excepto el que se les asigna.

Se utilizó los simbolos para identificar el tema, ya que se les asignó un significado único. La forma en corazón trata de reflejar el amor entre las personas y el color rojo representa el amor entre ellos.



TIPOGRAFÍA

Segoe Print Bold

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789

HEAVY MFG EXTRA ROUGH

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789**

Ebrimas

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789

Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789

CENTURY GOTHIC

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
0123456789**

LOGO



FORMA

Se utilizó una etiqueta, la cual esta rota en la parte del medio para reforzar el concepto de quitar las etiquetas estereotipadas.

PALABRA “SIN”

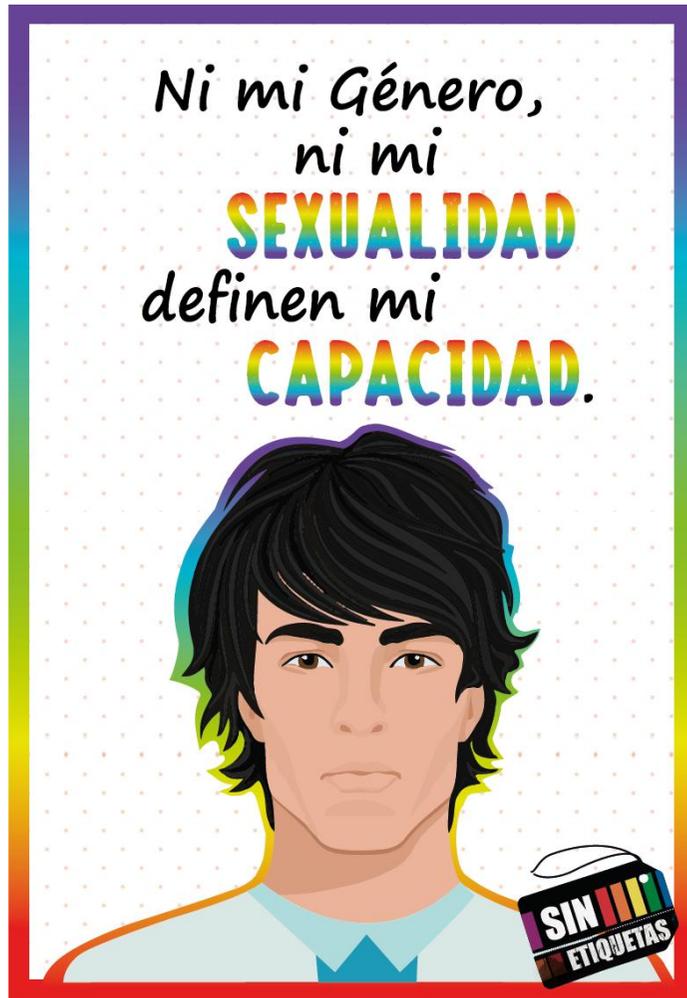
Apoya el concepto de quitar palabras que agreden a las personas homosexuales.

PALABRA “ETIQUETAS”

Se muestra la palabra “ETIQUETAS” en la zona desglosable con pequeñas rupturas dando a entender que se esta tratando de retirar esta adjetivo en las personas.

Anexo 12. Piezas gráficas.

42cm



29.7cm

Afiche

- **Mensaje:** Su sexualidad no impide que el realice sus logros.
- **Tipografía:** Heavy MFG Extra Rough
Segoe Print Bold
- **Colores de fondo:** Colores de la bandera LGBT.
- **Formas:** Se aplicó un marco con los colores de la bandera LGBT.
- **Personaje:** Hombre homosexual.
- **Logo:** Sin etiquetas.



- **Mensaje:** Su sexualidad no impide que el realice sus logros.
- **Tipografía:** Heavy MFG Extra Rough Segoe Print Bold
- **Colores de fondo:** Colores de la bandera LGBT.
- **Formas:** Se aplicó un marco con los colores de la bandera LGBT.
- **Personaje:** Mujer homosexual.
- **Logo:** Sin etiquetas.

29.7 cm



Díptico (p1)

- **Mensaje:** Mostrar cuales son las consecuencias de la Homofobia, Informar sobre esta y como evitarla.
- **Tipografía:** Segoe Print, Fácil lectura y la hace más agradable de lo que realmente quiere puesto que la línea grafica busca empatía.
- **Colores:** En alusión a la bandera LGTB. En relación al tema principal (Homofobia).
- **Formas:**
Símbolos de orientación sexual: Solo se utilizaron tres símbolos para no desviar la atención del tema objetivo.
- **Frase:** Busca generar empatía.
- **Logo:** Sin Etiquetas.
- **Materiales:** Couche

Díptico (p2)

- **Mensaje:** Información de qué es la homofobia y sus consecuencias.
- **Tipografía:** Heavy MFG Extra Rough – Título
Century Gothic – Concepto general
BREAK IT- Consecuencias.
- **Colores:** Se mantiene la línea gráfica del afiche.
- **Formas:**
Corazón siendo señalado que representa la actitud que se tiene hacia los homosexuales.
Mundo, para mostrar las cifras a nivel mundial.
Gráficos estadísticos.
Cerebro, que representa la aceptación de las personas.



Banner

- **Mensaje:** Frase que ayude a generar empatía y respeto a los homosexuales.

- **Tipografía:** Segoe Print Bold

Heavy MFG Extra Rough

- **Colores:** Se mantiene la línea gráfica del afiche.

- **Formas:**

Símbolos de géneros, representados en un corazón para mostrar la unión y amor de estos.

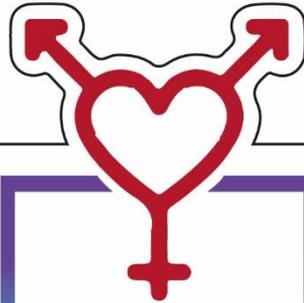
1 m



2 m



*No hay
libertad,
si la
SEXUALIDAD
define los
DERECHOS*



*Sin
ETIQUETAS,
es una
PERSONA
amando
a otra.*



*No más
ETIQUETAS
somos
IGUALES
somos una
persona
como tú.*



Separadores

- **Mensaje:** Frases positivas que ayuden a que las personas sean empáticas.
- **Tipografía:** Heavy MFG Extra Rough
Elephant
- **Colores:** Se mantiene la línea gráfica del afiche.
- **Formas:**
Símbolos de géneros, representados en un corazón para mostrar la unión y amor de estos.
Imágenes que refuerzan el mensaje.

Anexo 13. Carta de presentación para aplicar encuesta en el I.E Esther Festini de Ramos Ocampo.



"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"



CARTA-140-2019-ADGE/LIMA-NORTE

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

Lima, 26 de setiembre de 2019

Señor
Yaringaño Mayta Jorge Raul
Director
Esther Festini de Ramos Ocampo
Av. Tupac Amaru Nro.1526 P.J. La Libertad. (Alt Km 12)
Presente.-

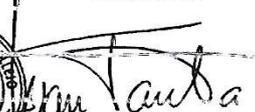
De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted y expresarle un cordial saludo a nombre de la Universidad César Vallejo y a la vez presentarle a **SÁNCHEZ TRIVENOS LISET DAYANNA**; quien actualmente se encuentra cursando el X ciclo en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención nos ha manifestado su interés para realizar Encuesta para la evaluación de Piezas Gráficas sobre la Tesis elaborada para la asignatura DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, 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,



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

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

Anexo 14. Carta de presentación para aplicar encuesta en el I.E Peruano Suizo.



"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

CARTA-139-2019-ADGE/LIMA-NORTE

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

Lima, 26 de setiembre de 2019

Señor
Dennis Nilton Levano Sánchez
Director
IE PERUANO SUIZO
Av. Tupac Amaru/ escalera de Carabayllo. Cal. 13a Nro. S/N
Presente.



De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted y expresarle un cordial saludo a nombre de la Universidad César Vallejo y a la vez presentarle a **SÁNCHEZ TRIVEÑOS LISET DAYANNA**, quien actualmente se encuentra cursando el X ciclo en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención nos ha manifestado su interés para realizar Encuesta para la evaluación de Piezas Gráficas sobre la Tesis elaborada para la asignatura **DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**, 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,



Juan José Tanta Restrepo
Ing. **Juan José Tanta Restrepo**
Coordinador de la Escuela Profesional de
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad Cesar Vallejo
Lima Norte

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



Anexo 15. Autorización.



**INSTITUCION EDUCATIVA
"ESTHER FESTINI DE RAMOS OCAMPO"**
UGEL N°04- COMAS
AV. TUPAC AMARU N° 5271 / TELEF. 7473287

AUTORIZACIÓN

EL DIRECTOR DE LA INSTITUCION EDUCATIVA "ESTHER FESTINI DE RAMOS OCAMPO" DEL DISTRITO DE COMAS, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, JURISDICCION DE LA UNIDAD DE GESTION EDUCATIVA LOCAL N° 04, el que suscribe.

AUTORIZA :

A la Señorita **SANCHEZ TRIVEÑOS LISET DAYANNA** Estudiante del X Ciclo de la Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial de la U.C.V. está autorizada por la dirección de la I.E. para realizar la aplicación de una encuesta a las estudiantes de 4to. y 5to. Grado de la I.E. para la evaluación de Piezas Gráficas sobre Tesis elaborada, por lo que se solicita brindar las facilidades que el caso amerite.

Se expide la presente para los fines a que hubiera lugar.

Comas , 01 de octubre del 2019


[Signature]
Mg. Jorge R. Yariniano Mayta
DIRECTOR
Esther Festini De Ramos Ocampo
C.A. 1420647537

Anexo 16. Recursos y presupuesto.

CODIGO	RECURSOS	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
76.75.0012.1300	LAPTOP	1	2000 SOLES	2.379 SOLES
47.51.0005.5167	IMPRESIÓN, COPIAS Y ANILLADOS	9 5 9	109 SOLES	
47.03.0008.0751	IMPRESIÓN DE AFICHE A MEDIDA	5	20 SOLES	
47.51.0001.9759	IMPRESIÓN DE DIPTICOS	300	100 SOLES	
47.03.0022.0132	BANNER	5	80 SOLES	
14.03.0023.9572	INCENTIVOS	300	70 SOLES	

Anexo 17. Evidencia de encuesta.

