



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO  
EMPRESARIAL

Campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTOR

Javier Jhonathan Pereira Vega (ORCID: 0000-0002-8080-3000)

ASESOR

Dr. Miguel Antonio Cornejo Guerrero (PhD) (ORCID: 0000-0002-7335-6492)

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**

Dedico este proyecto de investigación a mi familia  
y a todos los que me apoyaron en el momento indicado.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por ayudarme en este camino que lleva  
a los confines del mundo. A todos mis familiares,  
que me dieron la guía necesaria en este inflexible trayecto.

## PÁGINA DEL JURADO

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, *PRESENTADO EN LA MODALIDAD DE: INFORME DE INVESTIGACIÓN*

Presentado por Don (a)

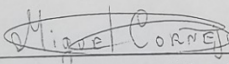

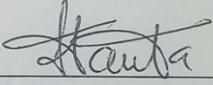
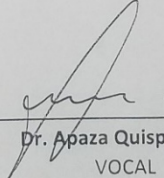
\_\_\_\_\_  
PEREIRA VEGA, JAVIER JHONATHAN

Cuyo Título es:

**CAMPAÑA GRÁFICA SOBRE EL BULLYING Y LA PERCEPCIÓN DE ALUMNOS DE PRIMARIA DE DOS I.E., VILLA EL SALVADOR - LIMA, 2019**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la Resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (número)  
QUINCE (letra).

Lima, 01 de julio de 2019

 _____ Ph.D Cornejo Guerrero Miguel Antonio PRESIDENTE		 _____ Mgtr. Tanta Restrepo, Juan Jose SECRETARIO
 _____ Dr. Apaza Quispe, Juan VOCAL		

*NOTA:* En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo Javier Jhonathan Pereira Vega identificado con DNI N° 47411887, 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 y 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, 28 de abril del 2019



---

Javier Jhonathan Pereira Vega

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: “Campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima, 2019” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial.

Javier Jhonathan Pereira Vega

## ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
PÁGINA DEL JURADO .....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii

### I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática.....	1
1.2 Trabajos previos.....	3
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	8
1.4 Formulación del problema.....	15
1.5 Justificación del estudio.....	15
1.6 Hipótesis.....	16
1.7 Objetivos.....	17

### II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación.....	19
2.2 Operacionalización de variables.....	21
2.3 Población y muestra.....	23

2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
2.4.1	Validez y confiabilidad.....	24
2.5	Métodos de análisis de datos.....	25
2.6	Aspectos éticos.....	47
<b>III.</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>48</b>
<b>IV.</b>	<b>DISCUSIÓN</b> .....	<b>56</b>
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>59</b>
<b>VI.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>61</b>
<b>VII.</b>	<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>62</b>
<b>VIII.</b>	<b>ANEXOS</b> .....	<b>66</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Identificación de variables.....	20
<b>Tabla 2.</b> Matriz de operacionalización de variables. ....	21
<b>Tabla 3.</b> Prueba Binomial. ....	25
<b>Tabla 4.</b> Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach. ....	26
<b>Tabla 5.</b> Prueba de Chi cuadrado Hipótesis general.....	42
<b>Tabla 6.</b> Prueba de Chi cuadrado Hipótesis específica 1.....	43
<b>Tabla 7.</b> Prueba de Chi cuadrado Hipótesis específica 2.....	44
<b>Tabla 8.</b> Prueba de Chi cuadrado Hipótesis específica 3.....	45
<b>Tabla 9.</b> Prueba de Chi cuadrado Hipótesis específica 4.....	46

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Indicador Imagen .....	27
<b>Gráfico 2.</b> Indicador Cromática.....	28
<b>Gráfico 3.</b> Indicador Tipografía.....	29
<b>Gráfico 4.</b> Indicador Volante.....	30
<b>Gráfico 5.</b> Indicador Afiche.....	31
<b>Gráfico 6.</b> Indicador Díptico.....	32
<b>Gráfico 7.</b> Indicador Burlas.....	33
<b>Gráfico 8.</b> Indicador Exclusión.....	34
<b>Gráfico 9.</b> Indicador Golpes.....	35
<b>Gráfico 10.</b> Indicador Empujones.....	36
<b>Gráfico 11.</b> Indicador Selección.....	37
<b>Gráfico 12.</b> Indicador Organización.....	38
<b>Gráfico 13.</b> Indicador Interpretación.....	39
<b>Gráfico 14.</b> Indicador Experiencia.....	40
<b>Gráfico 15.</b> Indicador Sensación.....	41

## ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Matriz de operacionalización de variables.....	66
<b>Anexo 2.</b> Matriz de consistencia .....	70
<b>Anexo 3.</b> Encuesta.....	74
<b>Anexo 4.</b> Carta de presentación .....	75
<b>Anexo 5.</b> Tabla de evaluación de expertos.....	77
<b>Anexo 6.</b> Briefing .....	80
<b>Anexo 7.</b> Primer Boceto .....	82
<b>Anexo 8.</b> Piezas Gráficas .....	83
<b>Anexo 9.</b> Registro Fotográfico de Charla en el Colegio .....	88
<b>Anexo 10.</b> Prueba de Turnitin.....	91
<b>Anexo 11.</b> Recursos y presupuesto.....	92
<b>Anexo12.</b> Financiamiento .....	92
<b>Anexo 13.</b> Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	93
<b>Anexo 14.</b> Pantallazo Turnitin firmado.....	94
<b>Anexo 15.</b> Formulario de autorización de publicación de tesis .....	95
<b>Anexo 16.</b> Autorización de la versión final .....	96

## RESUMEN

Este proyecto de investigación tiene como objetivo establecer la relación significativa entre una campaña gráfica y la percepción de alumnos de 5to y 6to grado de primaria, entre 10 a 12 años de edad, de dos colegios de Villa el Salvador.

Hecha la observación anterior, este proyecto de investigación se desarrolló con un diseño no experimental, de tipo no aplicada, un nivel de investigación correlacional, y enfoque cuantitativo. Cuya población es de 950 estudiantes conformados por dos instituciones “I.E. 6066 Villa el Salvador” y “I.E. Fe y Alegría N°17”, teniendo una muestra de 274 alumnos. Para recolectar los datos se usó como herramienta una encuesta basada en 15 preguntas con la escala de medición ordinal o Likert, que a su vez fue validada por tres expertos en la materia y puesta a prueba por el estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach. El último mencionado alcanzó un puntaje de 0,849. En otras palabras, nos permite señalar que el instrumento tiene una alta confiabilidad

Con los resultados obtenidos mediante las encuestas, se realizó el método estadístico “Chi Cuadrado de Pearson”, obteniendo un valor de Significancia de 0,000 menor que 0,05, de esta manera afirmamos que existe correlación positiva media entre las variables: Campaña gráfica sobre el bullying, y la percepción de alumnos de primaria. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general de la investigación; si existe relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

Palabras Claves: Gráfica, percepción y bullying.



## ABSTRACT

This research project aims to establish a relationship between a graphic campaign and the perception of 5th and 6th grade primary school students, between 10 and 12 years of age, of two schools in Villa El Salvador.

Based on the previous observation, this research project was developed with a non-experimental, non-applied design, a correlational level of research, and a quantitative approach. Whose population is of 950 students conformed by two institutions “I.E. 6066 Villa el Salvador” and “I.E. Fe y Alegría N ° 17”, having a sample of 274 students. To collect the data, a survey was used as a tool based on 15 questions with the ordinal measurement scale or Likert, which in turn was validated by three experts in the field and put to the test by the reliability statistic Alpha of Cronbach. The last mentioned reached a score of 0.849. In other words, it allows us to point out that the instrument has a high reliability

With the results obtained through the surveys, the statistical method "Chi Square of Pearson" was performed, obtaining a Significance value of 0.000 less than 0.05, in this way we affirm that there is an average positive correlation between the variables: Graphic campaign on the bullying, and the perception of primary school students. Therefore, the null hypothesis is rejected and the general hypothesis of the investigation is accepted; if there is a significant relationship between a graphic campaign about bullying and the perception of elementary students of two I.E. Villa El Salvador, Lima, 2019.

Keywords: Graphic, perception and bullying.

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Realidad Problemática

En la actualidad se ha visto una serie de casos que reportan violencia física o acoso escolar, muchos pasan desapercibidos, puesto que la víctima en su mayoría no reporta este problema por miedo a represalias. En complementación, según el último reporte de la UNESCO sobre bullying dado a conocer en el Simposio Internacional de Violencia Escolar y Bullying en el 2017, nos manifiesta que cerca del 11% de estudiantes, son víctimas de burlas entre compañeros dentro y fuera del colegio, en tanto el 4% afirma haber sido agredido de distintas formas, como empujones, en muchas ocasiones durante el mes. El intervalo en las que fluctúa este comportamiento de manera más álgida es entre los 11 y 13 años de edad. Por eso debemos prevenir, informando a los niños de 5to y 6to de Primaria, ya que estarían a puertas de llegar a ese punto álgido de 11 y 13.

Por lo anteriormente planteado tenemos como objetivo de estudio determinar la relación entre la campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de los alumnos de primaria, de esa manera reforzar todo tipo de información, antes de que se puedan ver involucrados en esta problemática o prevenirlos ante esta situación. En esta investigación se busca desarrollar, comprender y determinar que una Campaña gráfica puede ser elaborada de manera eficiente para lograr informar eficazmente a posibles niños acosadores o víctimas de este problema.

Según Betancourt, A. (2019, p. 149): Cuando hablamos de bullying no solo se trata de un simple abucheo, el bullying es una forma de violencia que debe tratarse a tiempo, o de lo contrario puede llevar a generar graves daños emocionales.

Después de las consideraciones anteriores, nacen muchas interrogantes entre las cuales: ¿Por qué los niños sufren de bullying?, ¿Por qué los niños no buscan ayuda al sufrir de acoso o bullying? ¿Una buena gráfica acompañado de un mensaje estructurado, puede influir en los alumnos?, es por eso que nuestra vocación como profesionales en el campo del diseño gráfico, Nos planteamos nuestra pregunta problema: ¿Qué relación existe entre una Campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E. de Villa el Salvador 2019?

Según un informe estadístico de “SíseVe” (2019, p.2) del Ministerio de Educación nos dice: Este problema se gesta en mayor porcentaje en escuelas públicas, el 84% de los casos de violencia son registrados en colegios del estado, mientras que un 16% en escuelas privadas.

Esta situación inquietante nos lleva a intervenir y establecer medidas para informar sobre el bullying y los daños psicológicos que tienen que conllevar los niños en las escuelas públicas. Este proyecto aportará a establecer un modelo de campaña para entender y aconsejar sobre que medidas tomar frente a la problemática del bullying, ya que hay un vacío de información en el nivel de Primaria respecto a este problema, según el programa curricular de Minedu recién se habla abiertamente sobre el bullying en quinto grado de secundaria. Es importante también mencionar que la campaña gráfica es una importante herramienta de difusión, por lo tanto, nos permitirá tomar diferentes espacios desde los cuales llegaremos a cada alumno, y autoridades de diferentes instituciones educativas. Este proyecto tendrá relevancia social ya que ayudará a los niños a estar informados, prevenidos y alertas ante esta problemática que aqueja a miles de niños en todo el Perú. En ese mismo sentido esta investigación aportará utilidad teórica puesto que reforzaremos con sólidos conocimientos que servirán de base y de utilidad para poder replicarlo en diferentes instituciones.

En este propósito cabe mencionar que esta investigación tiene viabilidad, puesto que este proyecto cuenta el apoyo de dos Instituciones Educativas Nacionales dispuesta a facilitarnos el acceso a su alumnado. Además, la inversión económica es manejable, para cualquier investigador. No obstante, también nos encontramos con deficiencias, ya que en la actualidad en el Perú las instituciones encargadas del área de investigación, no exploran el área del diseño gráfico empresarial, ya que es algo nuevo como carrera profesional. Por ello, ha sido una labor ardua encontrar investigaciones o investigadores que apoyen el presente proyecto de investigación.

## 1.2 Trabajos Previos

Después de haber manifestado la real magnitud de este problema, se decidió buscar diferentes investigaciones previas para poder darle sustento a este proyecto de investigación. Podemos encontrar temas como el bullying, donde se comenta que esta problemática tiene distintos matices y causas, que no solo vienen de una simple riña entre niños. Distintos elementos gráficos, como infografías, material didáctico, son algunas de las herramientas válidas, usadas por algunos investigadores, todo esto acompañado de la percepción, le dará el aval correspondiente a la presente investigación.

A continuación, mencionaremos diferentes autores nacionales e internacionales:

Chirino, S. (2016), en su tesis “Relación de una campaña social sobre el bullying y el comportamiento de las alumnas de la institución educativa Rosa de Santa María, Breña, Lima 2016” para obtener el grado de Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial. Sostiene como objetivo hallar una relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y el comportamiento de las alumnas. Su proyecto de investigación es no experimental, de enfoque cuantitativo, y de nivel de investigación correlacional. Para este estudio se escogió como población a las estudiantes de secundaria siendo un total de 1324 alumnas de los turnos mañana y tarde, obteniendo una muestra de 298 alumnas, pertenecientes al Centro Educativo “Rosa de Santa María” del distrito de Breña. En sus conclusiones expone que hay una relación parcial entre las dimensiones planteadas, siendo la más llamativa estratégica y acción, demostrando que hay alto valor de relación, logrando motivar a muchas alumnas a combatir el bullying.

Travezaño, A. (2017), en su tesis “Infografía sobre el bullying y la percepción de los estudiantes de 3ro, 4to y 5to de secundaria de dos I.E. de Independencia, Lima, 2017.” Para obtener el grado de Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial. Teniendo como objetivo de investigación determinar la relación que existe entre la Infografía sobre el bullying y la percepción de los estudiantes de 3ero, 4to y 5to de secundaria de dos I.E. de Independencia. Su investigación tiene un enfoque cuantitativo, el diseño de investigación es no experimental, el tipo aplicado y el nivel Correlacional. Su población está conformada por 905 estudiantes del 3ro, 4to y 5to de secundaria de los I.E.: 3056 Gran Bretaña y República de Colombia.

La magnitud de la muestra es de 270 alumnos, del 3ro 4to y 5to de secundaria de dos Instituciones Educativas en el distrito de Independencia. En la investigación se enuncia que existe una relación alta de casi el 99% de relación entre sus dos variables (infografía sobre el bullying y percepción) debido a que las piezas gráficas incluidas en la infografía fueron novedosas para los niños. Los estudiantes al sentirse atraídos por la gráfica les resulto más fácil poder digerir el mensaje sobre el no bullying. Dentro de sus conclusiones manifiesta que las piezas gráficas son una herramienta poderosa al nivel educativo puesto que la comprensión es mucho más sencilla si es que mostramos gráficos fáciles de entender, y generamos mensajes directos, de esta manera su percepción será alta, por consiguiente, almacenarán y usaran información, en ese mismo sentido afirma que el material gráfico es percibido con mayor estímulo.

Vilela, C. (2017), en su tesis “Diseño de una historieta sobre el bullying y la percepción visual de los estudiantes de 1ro y 2do grado de secundaria en dos instituciones educativas de Puente Piedra, Lima, 2017”, Para obtener el grado de de Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial. Posee como objetivo la relación significativa entre el diseño de una historieta sobre el bullying y la percepción visual de adolescentes de primero y segundo grado de secundaria de dos instituciones de puente piedra. Este proyecto tiene un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, y un nivel de investigación correlacional, de tipo aplicada. Su población fue de 1020 estudiantes entre 1ro y 2do de secundaria, de dos instituciones “Augusto B. Leguía” y la “I.E. República de Japón”. En este proyecto se manifiesta que la historieta sobre el bullying y la percepción de estudiantes de 1ro y 2do de secundaria de dos instituciones ser Relación, ya que la correlación de Pearson de la hipótesis general, es de 0,651 con una significancia menor al 0.05 con el 99% de confianza. Enfatiza en las conclusiones que los estudiantes asocian los elementos gráficos de la historieta con las sensaciones, parte de los componentes de la percepción. Además, nos expresa abiertamente que las piezas gráficas generan reflexión en los estudiantes por lo tanto da como opción valida profundizar en el material gráfico, para la enseñanza de los niños y adolescentes en la etapa escolar.

Quispe, M (2018), en su tesis “Diseño de un cartel sobre el bullying y la percepción en adolescentes de 1ero a 3ero de secundaria de dos I.E. Comas, Lima - 2018”. Para Obtener el grado de Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial. Su proyecto posee como objetivo Identificar la relación del diseño de un cartel sobre el bullying y la percepción de los

adolescentes de 1ro a 3ro de secundaria de dos I.E, Comas, Lima – 2018. Su investigación tiene un diseño no experimental, con un nivel de estudio correlacional, de tipo aplicada, Cuenta con una población de 940 adolescentes de dos colegios del distrito de Comas, como el “2022 Sinchi Roca” y “2048 José Carlos Mariátegui”, con una muestra total de 274 alumnos de primero a tercero de secundaria. Entre sus conclusiones podemos hallar que el diseño de un cartel sobre el bullying y la percepción de los adolescentes de primero a tercero de secundaria tiene una correlación muy alta de 0.645 y una significancia de 0,000. De esa manera anuncia que los carteles (Afiches), pueden ser una débil influencia, ya que no siempre despiertan la atención en niños. Además, en una de sus recomendaciones manifiesta que los futuros tesis deben contribuir con nuevas piezas (Da un ejemplo el díptico) para contribuir con fuertes cimientos en conocimiento a la siguiente generación de estudiantes.

Campomanez, R. (2017), con su tesis titulada “Relación entre un diseño de libro pop-up sobre el bullying y el conocimiento en niños de 8 a 12 años de edad en dos colegios de San Martín de Porres, Lima - 2017”. Tiene como objetivo determinar la relación que existe entre un diseño de libro pop-up sobre el bullying y el conocimiento en niños de 8 a 12 años de edad en dos colegios de San Martín de Porres, Lima, 2017. Para la obtención del grado de Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial. El proyecto tiene un diseño de investigación No experimental, Nivel Correlacional, enfoque cuantitativo y de tipo aplicada. Teniendo como población 1003 niños, la muestra estuvo conformada por 278 niños de 8 a 12 años. Entre sus conclusiones se halla la relación entre las variables, con una correlación de Pearson de 0,820 lo que indica una relación positiva notable, manifestando que los gráficos y el uso de libros o textos mostrados de manera dinámica acercarán al problema a los niños de manera lúdica por lo tanto llegando a ampliar sus conocimientos y así mismo le darán la importancia que requiere. La autora también recomienda difundir más sobre el tema del bullying en distintos colegios, para que no solo los niños tomen la seriedad del problema, sino también los profesores y directores del colegio. De forma integral podemos apoyar a las víctimas y concientizar a los que ocasionan el bullying tanto como a los espectadores.

Gonzáles, M. (2014), con su tesis “Diseño de material didáctico de aprendizaje aplicado a la prevención del bullying, en niños del Colegio providencia”, para obtener el título de diseñadora gráfica en la Universidad de Chile. Teniendo como objetivo desarrollar material didáctico para la prevención del bullying. El proyecto de investigación tiene un nivel de

investigación causal, un tipo de investigación aplicada, y diseño de investigación no experimental. Además, expone que logró reforzar la educación en valores a través de este proyecto narrando de forma dual texto con imagen, para poder representar situaciones que los niños de 9 a 11 años vean como cotidianas y de esta manera colaborar con la formación de juicios que ayudaron a prevenir comportamientos que provoquen el acoso escolar (bullying).

Zambrano, A. (2015), con su tesis titulada “Campana gráfica para disminuir la violencia y acoso en la escuela Othón Castillo Vélez.” Para obtener el título de Ingeniera en Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil. Este proyecto de investigación tiene como objetivo disminuir el índice de violencia y acoso entre los estudiantes de sexto grado de la escuela Othón Castillo Vélez. Su proyecto de investigación es de tipo exploratoria, y enfoque cuantitativo. Para este estudio se tomó como muestra 48 alumnos de sexto grado (9 a 11 años), de una población de 190 de diferentes grados A, B, C, D, y E de la escuela Othón Castillo Vélez ubicada en la parroquia Febres Cordero, un suburbio de la ciudad de Guayaquil. En este trabajo de investigación llegan a la conclusión que muchos estudiantes desean instruirse en el tema, para no incitar el acoso, y poder ayudar a algún compañero víctima del bullying.

Sacoto, M. (2016), en su tesis “Diseño de una campana para concientizar a niños cuencanos acerca del bullying.” Trabajo final para la obtención del título de Licenciado como Diseñador Gráfico. La investigación se realizó por medio de un estudio exploratorio descriptivo que recogió datos de los principales colegios de la ciudad de Cuenca y de esa forma centrarse en analizar el conocimiento que tienen los jóvenes acerca del bullying. Tenía como objetivo aportar en la concientización y disminución del bullying en las escuelas, mediante la creación de una campana social que ayude a visibilizar el problema y a informar sobre sus peligros y consecuencias. Este proyecto propuso promover la no violencia en las escuelas mediante un sistema gráfico a partir de la implementación de una serie de afiches que permitió lograr una concientización sobre el bullying en centros educativos. Uno de los logros de la campana, fue llegar a calar en los niños, dándole herramientas poderosas de empoderamiento, hacer ver que está mal quedarse callado ante un acto de acoso escolar, por lo mencionado anteriormente, las piezas gráficas hicieron un gran trabajo en esta investigación, llegando a concluir que el diseño puede llegar a estimular y persuadir de manera positiva.

Rosero, N. (2014), en su tesis “Las percepciones del bullying en las violencias escolares”. Proyecto para obtener el título de magister en política social de la infancia y adolescencia en la Universidad Politécnica Salesiana del País de Ecuador. Posee como objetivo principal Conocer la dimensión del fenómeno bullying desde la percepción de los estudiantes entre 12 a 15 años y profesores, frente a esta problemática. Tiene un enfoque cuantitativo de tipo aplicada. Este estudio se desarrolló en adolescentes de educación general básica, con una muestra de 210 estudiantes y 39 profesores. Entre sus conclusiones más destacables nos comenta que el adolescente no suele acudir a autoridades escolares, docente o familiares. Esto deja entrever que los estudiantes prefieren habla con chicos de su edad, o con alguien próximo a ellos. La autora también recomienda que la prevención del bullying debe abordarse con intervenciones inmediatas, ya que, según la percepción de los alumnos, los profesores no le dan la importancia del caso, a este tipo de problemas. Por lo tanto, debe promoverse más investigaciones sobre esta problemática, para involucrar más a la familia como a las autoridades.

Espinoza, A. (2015) en su proyecto “Campaña publicitaria anti bullying y su incidencia en los estudiantes de instituciones educativas particulares y fiscales del sector urbano de la ciudad de Riobamba durante el periodo académico 2013-2014”. Tesis para obtener el grado de Licenciado en la especialidad de Diseño Gráfico en la Universidad Nacional de Chimborazo facultad de ciencias de la educación humanas y tecnologías en Riobamba Ecuador. Su investigación tiene como objetivo diseñar una campaña publicitaria y su incidencia en los estudiantes de instituciones fiscales. El proyecto de investigación tiene un enfoque cuantitativo. Teniendo como población 11 Instituciones Educativas de la cual la muestra por cada una fue de 38 estudiantes a las cuales se le aplico el instrumento de la encuesta. Entre las conclusiones más relevantes nos manifiesta que las campañas publicitarias, ya sea por medios gráficos o audiovisuales ayudan a incentivar el cambio de conducta mientras se apelen a la sensibilización del prospecto. Dentro de algunas recomendaciones también es prudente realizar charlas a los estudiantes, como también a profesores y padres de familia, mencionando medidas que se deben adoptar en caso de detectar alguna víctima o victimario.



### 1.3 Teorías relacionadas al tema

Este proyecto de investigación contiene dos aspectos, por lo tanto, serían: campaña gráfica sobre el bullying y la percepción. Las teorías relacionadas al tema están planteadas sobre distintos autores que sustentarán con bases teóricas, a fin de profundizar en este proyecto. Para una mayor comprensión sobre el tema de investigación, vamos a separar campaña gráfica sobre el bullying y percepción. En primer lugar, se enunciará sobre campaña gráfica, en segundo lugar, respecto al Bullying, y en tercer lugar se terminará con percepción.

Sobre el primer aspecto según Vélez, M. y González, A. (2015, p.13), Es una planeación publicitaria que gira alrededor de una idea central, consta de piezas gráficas impresas, tales como: volantes, folletos (dípticos y trípticos), anuncios, afiches. Dentro de la campaña, El diseño gráfico es una forma de comunicación, mediante mensajes gráficos, buscando generar algún tipo de reacción.

Cabe agregar también que las campañas gráficas son un conjunto de disciplinas, con el objetivo de convencer o persuadir a un determinado prospecto. Según Stanton, Etzel y Bruce (2013 p.12), definen una campaña gráfica como una sucesión coordinada de esfuerzos promocionales alrededor de un solo tema, puesto que se han diseñado para llegar a una meta predeterminada. Es un ejercicio en planeación estratégica. Una campaña gira alrededor de una idea central o punto focal. Esta “idea” es un tema que consiste en presentar ciertos atractivos. Es importante recabar en este punto ya que una misma campaña sigue un mismo eje, y por lo tanto un mismo lineamiento gráfico que nos da directrices para poder ejecutar distintas piezas gráficas.

En complementación, la campaña es un programa o plan de publicidad amplio en el que se establecen diferentes puntos, uno de ellos busca resolver algún problema de comunicación. Las campañas se desarrollan bajo estrategias de marketing, y buscan atraer al prospecto en base a estas. (Guzmán, 2003 p.30). Es decir; se trata de un plan a corto plazo que, por lo general. Los soportes pueden relacionarse a folletos, vallas, afiches, entre otros, conforme a lo manifestado por eso se define la Campaña Gráfica como la creación, diagramación y diseñar para diferentes publicaciones o soportes impresos, tales como: volantes, folletos (dípticos y trípticos), vallas, anuncios, afiches. (Vélez, M. y González, A., 2015, p.13)

Vélez y González definen la imagen como la parte esencial para atraer al espectador. Las imágenes están creadas para poder ser percibidas, y en consecuencia mediadoras para que el consumidor o público pueda entender la representación de una realidad. Contribuye a entablar una conexión, dar impresión, antes de que puedan leer alguna parte de tu pieza gráfica. La imagen en el diseño en estas últimas décadas, puede ser manipulada en distintos programas para causar un mayor impacto, lo que denominamos como tratamiento digital de imagen. (Vélez, M. y González, A., 2015, p.13)

Es también de vital importancia manifestar que, según Vélez, M. y González, A. (2015, p.20), la cromática o color, produce muchas sensaciones, sentimientos, y debería agrandar tanto como armonizar en el arte. En este sentido la Ambrose, G. y Harris, P. (2014, p.155) “El color debe llamar la atención y puede usarse para despertar algún tipo de respuesta emocional, por lo tanto, podría mejorar la captación de ideas”.

Según Dabner D. (2018, p.9) El color afecta los sentidos, hasta en algunas instancias puede cambiar el comportamiento, por sorprendente que suena la cromática puede manejar nuestra psicología, y juega un papel importante en la vida del prospecto. El color provoca en los receptores reacciones que pueden estar vinculada a su educación.

Siguiendo el desglose de nuestros indicadores la tipografía no es un elemento superfluo en la estructura de la pieza gráfica, por lo que debemos tener cuidado de cómo utilizarlo, siendo legible y comprendido al instante. (Vélez, M. y González, A., 2015, p.42). Hecha la observación anterior, la tipografía puede producir un efecto neutral o despertar algún tipo de pasión, expresar alguna personalidad. Es el medio visual por el que se da forma a un mensaje que puede llegar a ser potente, y causar algún tipo de sensación en el lector, debido a que hay miles de familias tipográficas. (Ambrose, G. y Harris, P. 2014, p.57)

Para sustentar lo enunciado anteriormente es importante mencionar que Silvana C. (2014 p.17), en un artículo expone que un anuncio se compone de posibles elementos como una imagen secundaria, subtítulo o textos secundarios, diseños que contienen detalles de información técnica o comparable. Por otra parte, también hay elementos imprescindibles en el diseño de un anuncio como una ilustración fundamental o fotografía, el texto principal o también llamado titular, el slogan, texto argumental, producto (puede estar insertado en la pieza dentro de la ilustración o en alguna fotografía) y el logo de la marca.

El volante es una pieza gráfica de dimensiones menores, suele ser de contacto rápido, en consecuencia, la imagen debería transmitir información llamándonos la atención a primera vista, cabe resaltar que el contenido debería ser breve y conciso, mientras que el afiche debe ser visto a lo lejos, En el afiche la imagen debe resaltar, ya que el público objetivo lo verá mientras se encuentra en movimiento. Cabe también mencionar que este tipo de piezas son las que más rápido tienen cercanía con el prospecto a nivel informativo, por lo tanto, deben ser de fácil recordación. (Vélez, M. y González, A., 2015, p.14)

Los plegables (Dípticos o trípticos) Son piezas gráficas que permiten un contenido más extenso de información, permitiendo un uso adecuado de imágenes o texto. (Vélez, M. y González, A., 2015, p.18)

Es importante también mencionar que el bullying es el tema de mi aspecto Campaña Gráfica, por lo tanto, se decidió definir basándose en fundamentos teóricos.

Según Gómez A. (2014, p.845) El bullying se puede definir como la intimidación, el abuso, el maltrato físico y psicológico de un niño o grupo de niños sobre otro u otros. Estas acciones negativas de distinta índole, pueden incluir bromas, burlas, golpes, exclusión, conductas de abuso con connotaciones sexuales y, desde luego, agresiones físicas.

El bullying psicológico para Gómez incluye conductas menos evidentes a las personas que no estamos al tanto del problema, como la propagación de rumores, burlas, exclusión social o el rechazo y la manipulación de las amistades. (Gómez A., 2014, p.844)

Dentro del medio estudiantil las burlas son un tipo de ofensa que buscan ridiculizar, por algunos son vistas como algo común, Gómez nos brinda un testimonio en el que un niño de otros grupos lo señalaban con uno o varios apodos, al tercer mes, este alumno acosado, no soportó el maltrato, y su mamá lo cambió de colegio. Los gestos, las bromas, o los apodos, que terminan por dañar a un alumno, no deben ser soslayadas por los adultos. La exclusión busca apartar a un individuo o a varios de un grupo o ambiente, también es otro problema que aqueja, aunque mayormente sucede entre niñas. (Gómez A., 2014, p.853)

En complementación con lo mencionado anteriormente; A diferencia de la agresión que puede ser de una persona a otra, la exclusión puede tratarse de un grupo social, aunque puede haber un iniciador, se trata de cerrarle las puertas a una o más personas, a pertenecer a un determinado grupo. (Matienzo G., p.3, 2019)

Conforme a Betancourt A. (2014 p.149), También nos afirma que las manifestaciones más comunes de bullying en las escuelas, son comportamientos directos, como burlarse, hacer bromas de algún defecto en la otra persona o insultar. Pero no solo son esas, también incluyen conductas indirectas, como la exclusión, difundir rumores, el rechazo, o la manipular mediante tretas, a ese tipo de conductas podemos denominarlas como bullying Psicológico.

Algunas de las manifestaciones tradicionales de la violencia escolar son conductas directas: golpear, patear, escupir, pellizcar. El bullying Físico o violencia física entre alumnos, forma parte de una cultura enraizada pero también es una manifestación para ejercer poder sobre otros. Los golpes son una forma de violentar y atentar contra la integridad de algún estudiante, es la forma más directa y agresiva de hacer daño. Los Empujones son otro tipo de violencia física con el objetivo de intimidar, moviéndolos bruscamente, llegando a tirarlos al suelo en algunos casos. En esta parte el aspecto físico influye bastante, los acosadores que ejercen el bullying físico en todo momento están respaldado por su fuerza y apoyados por su peso y estatura. (Gómez A., 2014, p.865)

Sobre la base de las consideraciones anteriores estos tipos de comportamientos ejecutados por niños, empiezan a volverse acoso escolar o bullying cuando empiezan adquirir ciertas características por ejemplo cuando el agredido no puede defenderse, o cuando el grupo que le agrede es superior numéricamente hablando. Otra característica es la continuidad, estar en constante hostigamiento a la víctima.

Siguiendo la misma línea Betancourt A. (2014 p.161) afirma que El bullying está marcado por una clara intención de perjudicar al otro individuo. La niña, niño o el adolescente agrede por que busca molestar o dañar al otro. Este tipo de personas tratan de buscar a algún “blanco fácil”, es decir todas sus conductas agresivas la dirigirán hacia su víctima para poder perjudicarla.

Otra definición resaltable es la de Espada C. (2014 p.2) El bullying, es todo tipo de maltrato físico o psicológico, que es continuo, por parte de un niño hacia otro, o de un grupo a otro. Este tipo de conductas son intencionadas, buscan someterlo y asustarlo. Pueden buscar un resultado favorable para el victimario o simplemente saciar sus ansias de agredir.

Tenemos como principales tipos de acoso escolar o bullying, los que se detalla a continuación. Según expone Enríquez M., Garzón F. (2015 p.226) el maltrato físico se encuentra en primer lugar, haciendo referencia a comportamientos agresivos directos contra un

individuo o contra los objetos que posee, el agraviado a veces expuesto a enfrentarse cara a cara con el agresor donde se evidencian conductas agresivas, como golpes en el rostro o en alguna parte del cuerpo, empujar, o causar daños en algún material educativo, robo de pertenencias, entre otras.

En este orden ideas también Enríquez M., Garzón F. (2015 p.226) nos expone que el maltrato psicológico, social o relacional, referido a ciertos actos, convierten a una persona vulnerable en una posible víctima, llegando hasta el aislamiento de un grupo social. El humillar, ignorar a una persona, desvalorizarla, pudiendo ser de manera directa o por medio de algún tercero es también considerado un maltrato. Esta modalidad de acoso se centra en disminuir la autoestima de la víctima, fomentándole inseguridad y temor.

Es evidente entonces que tanto el acoso psicológico como el físico representan problemas significativos que deberían tratarse con la seriedad y premura correspondiente tanto en el sistema educativo como desde el hogar.

Según un informe estadístico emitido por la ONG Internacional Bullying sin Fronteras (2019) Del continente en 18 países, siete de cada 10 niños en América Latina son víctimas de este acorralamiento que comienza a veces con un simple empujón y termina en no pocas ocasiones con la muerte de la víctima o algún daño irreparable. Acorde a lo mencionado anteriormente el Perú se encuentra en séptimo lugar con el mayor porcentaje en casos de acoso escolar dentro de América latina. Por lo mencionado anteriormente, es alarmante conocer que nuestro país tiene una sociedad de niños que son violentos o que buscan perjudicar al otro, probablemente estos niños (victimarios), puedan ejercer violencia también cuando sean mayores.

En tercer lugar, tenemos nuestro siguiente aspecto, La percepción es la imagen mental que se forma, mediante la experiencia. Los estímulos sensoriales pueden ser iguales, pero cada individuo percibe algo distinto, a este fenómeno se le conoce como Componentes de percepción. Pero no todo lo que se siente es percibido por eso hay un proceso de tres fases, llamado Proceso de percepción. (Rivera J., Arellano R., Molero V., 2014, p.68)

Para apoyar lo mencionado anteriormente; “La percepción como proceso psicológico: la parte sensorial, pues se abstrae información del medio; Empieza desde la atención , un proceso de estructuración e interpretación de la realidad donde la información es organizada y se asocian conceptos, y un proceso afectivo, en donde la forma en que se interpretará el objeto

tendrá que ver con componentes de la percepción: la experiencia previa, la sensación , las relaciones del sujeto con el mundo y su forma de ser, estructurando la persona su campo perceptivo de acuerdo con unos principios generales y conformidad con su propia experiencia.” (Osorio C., 2019, p.4)

Nos manifiesta también Arias que la percepción es una interpretación externa, mediante los sentidos, pero no solo sensoriales, sino también implican conocimiento y concepción. La percepción varía de un individuo a otro, y es influenciado por factores socioculturales. Así mismo nos comenta Arias C. (2015 p.10), La percepción podría ser interpretada como una parte esencial de la conciencia, imprime la realidad tal y como es experimentada a través de sentidos. Entonces la percepción se puede definir como resultado de un proceso de información, que tiene estimulación a receptores, esto se debe a la actividad propia del sujeto.

Nos enuncia Gorostiaga J. (2012 p.3) Ciertos códigos como la educación y la cultura nos ayudan a saber manejarnos de manera correcta en diferentes entornos. Existe un factor común dentro de un conjunto social, que es percibir de una misma manera un cierto estímulo. Dentro de una sociedad los códigos son compartidos, y determinantes para la percepción. Según se ha citado en líneas anteriores se desarrolla en una primera instancia como un factor cultural y social. En el mismo marco de observaciones anteriores, es vital poder reforzar conocimiento en los niños sobre la prevención, usando la percepción, es por eso que el presente proyecto usará distintas herramientas visuales para poder abordar a niños antes de que lleguen al punto álgido donde suceden más casos de bullying (11 a 13 años) según manifestó la UNESCO en el Simposio Internacional de Violencia Escolar y Bullying en el 2017.

El proceso de la percepción según Rivera, nos manifiesta que todos los individuos reciben información a través de sus cinco sentidos, pero no todo lo que se recibe es percibido, ya que necesitan pasar por un proceso perceptivo, donde se selecciona, organiza e interpreta los distintos estímulos, para poder adaptarlo de acuerdo al nivel de comprensión de cada persona. (Rivera J., Arellano R., Molero V., 2014, p.75)

La selección es la primera etapa en el proceso de percepción. La selección se refiere al hecho de que el individuo percibe de acuerdo a sus intereses, actitudes, valores y necesidades. El individuo procesa la información, se obtiene un mensaje, en el que el sujeto ejecuta un juicio de valor para luego dar como resultado una reacción. (Rivera J., Arellano R., Molero V., 2014, p.75)

La segunda etapa es la organización, Los individuos clasifican de manera rápida, asignándole una concepción, que puede variar de acuerdo a como han sido clasificadas, de esta forma se obtienen distintos resultados. Luego se analiza en grupo las características. Mientras los mensajes sean más simples o básicos mejor serán percibidos.

(Rivera J., Arellano R., Molero V., 2014, p.83)

La tercera etapa es la interpretación, y esta puede variar de acuerdo a la experiencia previa. En esta última fase el individuo trata de darle contenido (Entendimiento) a los estímulos previamente seleccionados y organizados. Los estereotipos, o pensamientos se forman en gran parte gracias a la interpretación perceptual, que un sujeto le da a un determinado mensaje.

(Rivera J., Arellano R., Molero V., 2014, p.90)

Para complementar lo anteriormente escrito, lo que se percibe se le da un significado, que depende de nuestras experiencias previas. Podemos recibir todo tipo de información, y lo comparamos con un arsenal de distintas imágenes acumuladas, por eso es importante que la imagen no sea difícil de interpretar, para que el proceso sea sencillo. (William, J., Michael, J., Bruce, W. p.108)

Estímulos sensoriales iguales pueden ir dirigidos a distintas personas, pero cada individuo lo interpretará de manera distinta este fenómeno como lo llama Rivera, Nos da dos factores que van a influir en el resultado, estos inputs (factores) los denominaremos como componentes en la percepción. (Rivera J., Arellano R., Molero V., 2014, p.70)

Las sensaciones y los inputs internos forman parte de los componentes de la percepción dentro de estos inputs el que va acorde a mi variable, es la experiencia. El sujeto aprende de las experiencias previas, y esto afecta su comportamiento. Mientras más experiencias acumule, cambiará la forma de percepción y respuesta. Por eso es importante crear una asociación positiva entre estímulo y experiencia, para facilitar la labor informativa y de fácil retención en nuestro prospecto. (Rivera J., Arellano R., Molero V., 2014, p.73)

Según Rivera precisa que una sensación es un estímulo que proviene de un medio externo y se configura como imagen, aroma, sonido, entre otros. Pero no todas las sensaciones se transforman en percepción, solo cuando tiene algún significado para el sujeto, por eso es de considerable importancia analizar que tipo o cual es la experiencia de este individuo con estas

sensaciones. La Percepción incrementa o se fortifica de acuerdo a la cultura y experiencia de una persona. (Rivera J., Arellano R., Molero V., 2014, p.71)

#### **1.4 Formulación del Problema**

##### **Problema General:**

¿Qué relación existe entre una Campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador- Lima 2019?

##### **Problemas específicos**

- ¿Qué relación existe entre el diseño gráfico y la percepción en alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019?
- ¿Qué relación existe entre las piezas gráficas sobre el bullying y la percepción en alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019?
- ¿Qué relación existe entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019?
- ¿Qué relación existe entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019?

#### **1.5 Justificación del estudio**

Esta investigación se realizó por que busca establecer la relación entre una campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de los alumnos, ya que en el actual panorama según los últimos estudios nacionales el bullying sigue siendo un problema latente. Se demostrará que el diseño de una campaña gráfica, creativa y bien planteada, puede contribuir a mejorar la percepción de los niños respecto a este tema.



La presente investigación puede tener utilidad, porque al demostrar que existe una relación directa entre dos variables, no sólo colaborará a que los alumnos de 10 a 12 años mejoren su percepción, sino ayudará a prevenir futuros casos de bullying, ya que una correcta información crea una cultura de conciencia.

La importancia de este proyecto se establece en la posibilidad de poder repercutir en las demás escuelas esta campaña gráfica, y potenciar la mejora de la percepción de los niños sobre el bullying a través de un buen desarrollo gráfico.

## 1.6 Hipótesis

### General:

**H<sub>1</sub>:** Si existe relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

**H<sub>a</sub>:** Existe mediana relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

### Hipótesis específicas:

- **H<sub>1</sub>:** Si existe relación significativa entre el Diseño gráfico y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la Diseño Gráfico y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>a</sub>:** Existe mediana relación significativa entre el Diseño gráfico y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

- **H<sub>2</sub>:** Si existe relación significativa entre las piezas gráficas y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre las piezas gráficas y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>a</sub>:** Existe mediana relación significativa entre las piezas gráficas y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

- **H<sub>3</sub>:** Si existe relación significativa entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>a</sub>:** Existe mediana relación significativa entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

- **H<sub>4</sub>:** Si existe relación significativa entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>a</sub>:** Existe mediana relación significativa entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

## **1.7 Objetivos**

### **General**

Determinar qué relación existe entre la campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

### **Específicos**

- Determinar la relación existente entre el diseño gráfico y la percepción en alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

- Determinar la relación existente entre las piezas gráficas sobre el bullying y la percepción en alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.
- Determinar la relación existente entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.
- Determinar la relación existente entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

## **II. MÉTODO**

### **2.1 Diseño de Investigación**

La presente investigación se ubica en el diseño de investigación no experimental, transversal y correlacional. Es no experimental, porque es un estudio que se ejecuta sin la utilización deliberada de variables y solo se estudia los fenómenos en su contexto natural para después analizarlos, además es una investigación transversal ya que los datos se recolectarán en un solo momento.

Acorde a Hernández, Fernández, y Baptista (2014, p.152), “Es una investigación que se desarrolla sin manipulación deliberada de variables. Esto quiere decir que solo observaremos el fenómeno en su contexto natural, para luego analizarlos”.

#### **Tipo de investigación**

La investigación es de tipo aplicada, ya que a través de nuestras competencias profesionales crearemos una campaña gráfica y así presentaremos a los niños de dos I.E., para que ellos refuercen esta información y de esa manera demostrar el objetivo de mi investigación.

Conforme a Hernández et. al. (2014, p.25) "Tal clase de investigación cumple dos

propósitos fundamentales: a) producir conocimiento y teorías (investigación básica) y b) resolver problemas (investigación aplicada). Gracias a estos dos tipos de investigación la humanidad ha evolucionado."

### **Nivel de investigación**

Este proyecto de investigación posee un nivel de estudio correlacional, ya que tenemos como principal objetivo demostrar la relación que poseen las dos variables: "Campaña gráfica" y "la percepción"; de esta manera poder correlacionarlas para lograr aceptar mi hipótesis.

Según Hernández et al. (2014, p.93), "este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables".

#### **Enfoque:**

Posee un enfoque Cuantitativo debido a que se levantarán datos de las dos variables y se mostrará la relación que ambas poseen demostrando la realidad parcial.

Conforme a Hernández et al. (2014, p.37) "Utiliza la recopilación de datos para demostrar que la hipótesis con cimiento en la medida numérica y el análisis estadístico, con el fin de instituir pautas de conductas y evidenciar teorías".

#### **2.1.1 Identificación de Variables**

El presente proyecto contiene dos variables ("X" y "Y") que buscan ser correlacionales con el fin de responder a nuestras preguntas de investigación y por correspondiente lograr nuestros objetivos.

Tabla 1. Identificación de variables.

<b>Variable “X”</b>	<b>Variable “Y”</b>
Campaña Gráfica sobre el bullying	Percepción de los alumnos
<b>Según su naturaleza</b>	<b>Según su naturaleza</b>
Cualitativo	Cualitativo

Fuente: Elaboración propia.

### **Variable “X”: Campaña Gráfica sobre el bullying**

Según Vélez, M. y González, A. (2015, p.13) Es el diseño de piezas gráficas impresas, tales como: volantes, folletos (dípticos y trípticos), anuncios, afiches. Dentro de la campaña, El diseño gráfico es una forma de comunicación, mediante mensajes gráficos, buscando generar algún tipo de reacción.

Acorde a Gómez A. (2014, p.845) El bullying se puede definir como la intimidación, el abuso, el maltrato físico y psicológico de un niño o grupo de niños sobre otro u otros. Estas acciones negativas de distinta índole, pueden incluir bromas, burlas, golpes, exclusión, conductas de abuso con connotaciones sexuales y, desde luego, agresiones físicas.

### **Variable “Y”: Percepción de los alumnos**

Conforme a Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.68)

La percepción es la imagen mental que se forma, mediante la experiencia. Los estímulos sensoriales pueden ser iguales, pero cada individuo percibe algo distinto, a este fenómeno se le conoce como Componentes de percepción. Pero no todo lo que se siente es percibido por eso hay un proceso de tres fases, llamado Proceso de percepción.

## 2.1.2 Operacionalización de Variables

Tabla 2. Matriz de operacionalización de variables.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE” X”						
VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS	ENUNCIADO
Campana Gráfica	Es una planeación publicitaria que gira alrededor de una idea central, consta de piezas gráficas impresas, tales como: volantes, folletos (dipticos y tripticos), anuncios, afiches. Dentro de la campaña, El diseño gráfico es una forma de comunicación, mediante mensajes gráficos, buscando generar algún tipo de reacción. Vélez, M. y González, A. (2015, p.13)	Diseño Gráfico Vélez, M. y González, A. (2015, p.13)	La imagen es la parte esencial para atraer al espectador, por eso es necesario causar impresión. Dentro del diseño La cromática es otra parte esencial ya que produce muchas sensaciones, debería agradar tanto como armonizar en el arte. No menos importante es la tipografía debe ser legible y comprendido al instante. Una campaña gráfica está conformada por piezas como el volante: ya que es una gráfica que debe ser de contacto rápido, por eso La imagen debería transmitir información. En el afiche la imagen debe resaltar, ya que el público objetivo lo verá mientras se encuentra en movimiento. Otra pieza importante son los dipticos son piezas gráficas que permiten un contenido más extenso de información.	Imagen Vélez, M. y González, A. (2015, p.13)	La Imagen en la pieza me causa impresión.	Cuánto te impresionó la imagen.
				Cromática Vélez, M. y González, A. (2015, p.20)	El color debe agradar al receptor	Cuánto te gustó el color de fondo.
				Tipografía Vélez, M. y González, A. (2015, p.42)	La tipografía debe entenderse.	El texto en las gráficas se entiende.
		Piezas Gráficas Vélez, M. y González, A. (2015, p.13)		Volante Vélez, M. y González, A. (2015, p.14)	Las imágenes del volante transmiten información.	En las imágenes de los volantes entiendes diferentes situaciones sobre bullying
				Afiche Vélez, M. y González, A. (2015, p.14)	La imagen debe resaltar en los afiches.	La imagen de los afiches destaca.
				Dipticos Vélez, M. y González, A. (2015, p.18)	El diptico te informa de manera más completa sobre herramientas de defensa.	El Diptico te brinda información más completa sobre: Que hacer en casos de bullying.
Bullying	El bullying se puede definir como la intimidación, el abuso, el maltrato físico y psicológico de un niño o grupo de niños sobre otro u otros. Estas acciones negativas de distinta índole, pueden incluir bromas, burlas, golpes, exclusión, conductas de abuso con connotaciones sexuales y, desde luego, agresiones físicas. Gómez A. (2014, p.845)	Bullying Psicológico Gómez A. (2014, p.844)	Dentro del bullying psicológico las burlas son un tipo de ofensa que buscan ridiculizar, por algunos son vistas como algo común, mientras que la exclusión busca apartar a un individuo o a varios de un grupo o ambiente. El daño físico como los golpes son una forma de violentar y atentar contra la integridad de algún estudiante. Los Empujones son otro tipo de violencia física con el objetivo de intimidar.	Burlas Gómez A. (2014, p.853)	Se entiende como una ofensa que busca ridiculizar a otra persona.	En las Gráficas entendiste que las burlas son parte del Bullying
				Exclusión Gómez A. (2014, p.844)	Se entiende como una forma de mantenerlo apartado.	En las Gráficas reconociste que la exclusión es parte del Bullying
		Bullying Físico Gómez A. (2014, p.865)		Golpes Gómez A. (2014, p.865)	Se entiende como una forma de violencia.	En las Gráficas miraste que los golpes son parte del Bullying
				Empujones Gómez A. (2014, p.865)	Se entiende como agresión o intimidación.	En las Gráficas reconociste que los empujones son parte del Bullying

Fuente: Elaboración propia.

Continuación de tabla 2. Matriz de operacionalización de variables.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE "Y"						
VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS	ENUNCIADOS
Percepción	<p>La percepción es la imagen mental que se forma, mediante la experiencia. Los estímulos sensoriales pueden ser iguales, pero cada individuo percibe algo distinto, a este fenómeno se le conoce como Componentes de percepción. Pero no todo lo que se siente es percibido por eso hay un proceso de tres fases, llamado Proceso de percepción.</p> <p>Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.68)</p>	Proceso de percepción Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.75)	<p>La percepción consta de un proceso con diferentes etapas la selección, el individuo procesa la información, se obtiene un mensaje, para luego dar como resultado una reacción. La organización clasifica asignándole una concepción. En la última fase la interpretación le da un contenido (Entendimiento) a los estímulos previamente seleccionados y organizados.</p> <p>Uno de los componentes es la experiencia, ya que una asociación positiva entre estímulo y experiencia tendrá una buena respuesta. Tenemos como segundo componente a la sensación esta se transforma en percepción cuando genera algún significado para el sujeto.</p>	Selección Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.75)	Se procesa información para dar como resultado una reacción.	La campaña me pareció interesante logrando captar mi atención.
				Organización Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.83)	Los individuos clasifican de manera rápida, asignándole una concepción.	Después de ver los dípticos, volantes y afiches pienso que puedo prevenir y contrarrestar el bullying
				Interpretación Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.90)	Se entiende gracias a estímulos.	Logré entender y comprender que no debo practicar el bullying
		Experiencia Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.73)		Asocia la imagen a algún contexto cotidiano.	Las imágenes que veo en la campaña se asocian a alguna situación vivida.	
		Sensación Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.71)		Impresión que Genera algún significado para el individuo.	La campaña sobre el Bullying, me generó algún significado de preocupación, brindándome herramientas para contrarrestar el bullying.	
		Componentes de la percepción Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.70)				

Fuente: Elaboración propia.

### 2.3 Población y muestra

El universo poblacional de este proyecto de investigación es finita y se encuentra conformada por 950 estudiantes de 10 a 12 años pertenecientes a la Institución Educativa técnica 6066 “Villa el Salvador” y a la Institución Educativa “Fe y alegría N°17” del distrito de Villa el Salvador.

#### Muestra:

El tamaño de la muestra del presente trabajo de investigación se encuentra conformado por 274 estudiantes de 10 a 12 años del 5to y 6to grado de primaria. Para poder obtener el número indicado de la muestra fue necesario aplicar la fórmula para población finita:

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

Dónde:

<b>n:</b>	Tamaño de la muestra
<b>N:</b>	Población o universo = 950 niños
<b>Z:</b>	nivel de confianza = 95% / 1.96
<b>p:</b>	Probabilidad de éxito o proporción esperada 50% = 0.5
<b>q:</b>	Proporción de individuos que no poseen las características de estudio 50% = 0.5
<b>e:</b>	Margen de error = 0.05

$$n = \frac{950 \times 1.96^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{0.05^2 \times (950 - 1) + 1.96^2 \times 0.05 \times (1 - 0.05)} = 274 \text{ niños}$$



## **2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos**

Utilizaré la técnica de la encuesta, dado que con esta técnica podemos tener más cercanía con los sujetos que estarán en observación, mediante cuestionarios que han sido validados por un grupo de conocedores de la materia. Además, que nos permitirá levantar data numérica ya que el enfoque de nuestra investigación es cuantitativo. Para validar el presente proyecto de investigación utilizaré muestreo aleatorio simple a la muestra.

### **2.4.1. Validez y confiabilidad**

Para conseguir la recolección de datos, antes este instrumento fue sometido a una evaluación por parte de un juicio de expertos.

Hernández et al. (2014, p. 204), manifiesta que la validez de expertos depende del grado en que el instrumento mide las distintas variables, partiendo desde el punto de vista de los versados en la materia.

Cabe agregar que la encuesta está desarrollada con 15 preguntas, realizada a 274 estudiantes de dos instituciones educativas, validada por 3 docentes con grado de doctor y magísteres, especializados en el campo del diseño y metodología. Cabe resaltar que antes de desarrollar la encuesta a gran escala, se realizó una prueba piloto con 20 alumnos para corroborar la validez de nuestra encuesta.

En el desarrollo de mi investigación, el instrumento pasó por una validación de expertos por el Dr. Juan Apaza Quispe, Magister Melchor Agüero Liliana, y Magister Rodarte Santos Jessica . Quienes me brindaron su apreciación acerca del contenido de mi instrumento y de mis piezas gráficas, de esta manera obtuve como resultado un instrumento capaz de ser aplicado a mi muestra.

Hernández et al. (2014, p. 200), Nos indica que un instrumento de confiabilidad al momento de aplicarlo nos debe mostrar resultados semejantes y consistentes.

Después de las consideraciones anteriores, probaremos la confiabilidad del instrumento, usando el método estadístico de “Alfa de Cronbach” con el programa IBM SPSS 21, cuyos resultados se obtuvieron de una encuesta de 274 alumnos en dos instituciones educativas en villa el salvador. (I.E. 6066 Villa el Salvador y Fe y alegría N°17).

## 2.5 Métodos de análisis de datos

Sobre las bases de las consideraciones anteriores, los datos fueron adquiridos a través de una encuesta realizada, para luego pasarlas al programa estadístico SPSS 21, obtener las tabulaciones y de esta manera desarrollar las interpretaciones correspondientes para el presente proyecto de investigación.

### Prueba de Alfa de Cronbach

Tabla 3. Prueba estadística de fiabilidad Alfa de Cronbach.

**Resumen del procesamiento de los casos**

	N	%
Casos Válidos	274	100,0
Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
Total	274	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,849	15

Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos observar el alfa de Cronbach nos brinda el valor de validez de 0,849, por lo tanto, podemos afirmar que el instrumento utilizado tiene una fiabilidad considerable.

## Prueba Binomial

Tabla 4. Prueba Binomial.

		Categoría	N	Proporción observada	Prop. de prueba	Sig. exacta (bilateral)
Melchor Agüero Liliana	Grupo 1	Si	10	.91	.50	.012
	Grupo 2	no	1	.09		
	Total		11	1.00		
Apaza Quispe Juan	Grupo 1	Si	10	.91	.50	.012
	Grupo 2	no	1	.09		
	Total		11	1.00		
Rodarte Marisol Jessica	Grupo 1	Si	10	.91	.50	.012
	Grupo 2	no	1	.09		
	Total		11	1.00		

Fuente: IBM SPSS Statistics 21

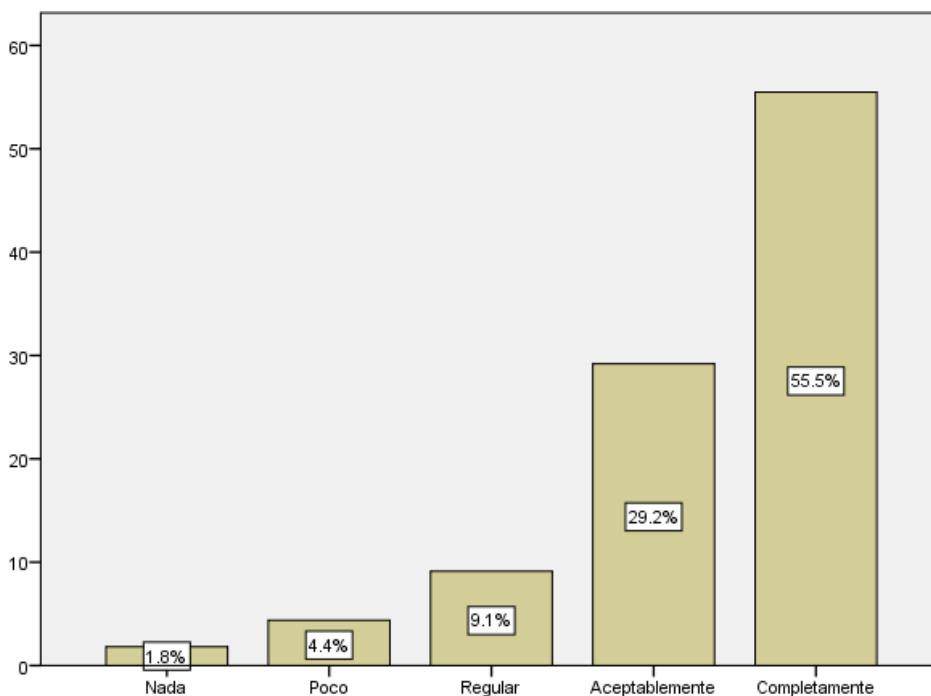
### Análisis descriptivo

Usaremos cuadros de porcentajes para detallar de manera descriptiva los porcentajes obtenidos por medio de nuestra encuesta realizada a los distintos alumnos, observaremos la frecuencia de cada uno por medio de las tablas según su variable y dimensión.

En esta primera descripción de la variable “Campaña Gráfica sobre el Bullying”, haremos un análisis de las dimensiones: “Diseño gráfico”, “piezas gráficas”, “bullying psicológico” y “bullying físico”.

## 1. Cuánto te impresionó la imagen

Gráfico 1: Indicador Imagen

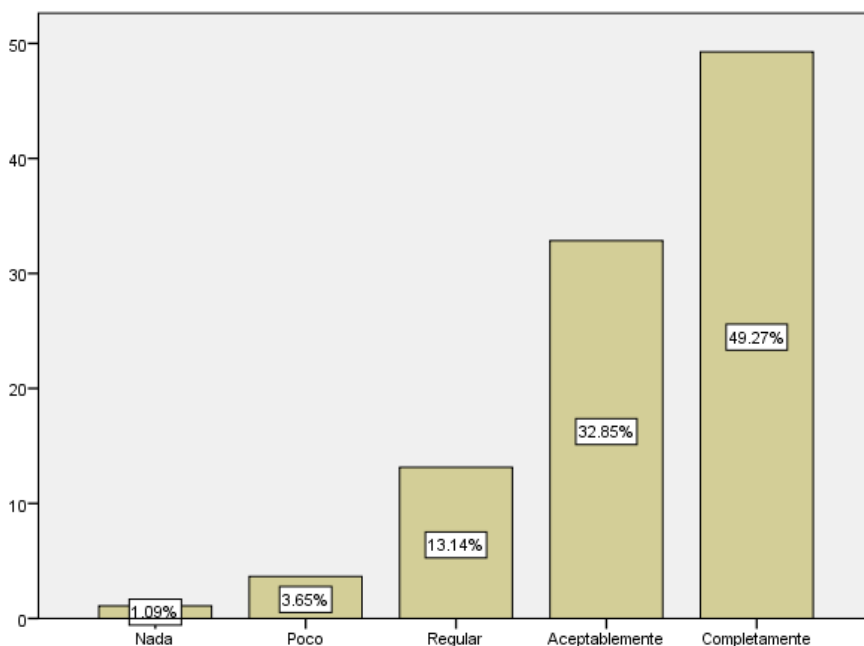


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como se puede observar en el gráfico, afirmamos que, de 274 alumnos de 10 a 12 años, el 93.8% (Regular- aceptablemente-completamente). El 9.1% nos comenta que le pareció regular, El 29.2% nos manifiesta que las imágenes impresionan aceptablemente, entre tanto el 55.5% afirma que las imágenes impresionan completamente. En este orden de ideas podemos declarar que los resultados positivos son considerables, la campaña gráfica contiene piezas gráficas cuyas imágenes impresionan al prospecto. Mientras que el 6.2% (poco-nada). 4.4% marcó que poco, mientras el 1.8%, considera que nada.

## 2. Cuánto te gustó el color de fondo

Gráfico 2: Indicador Cromática

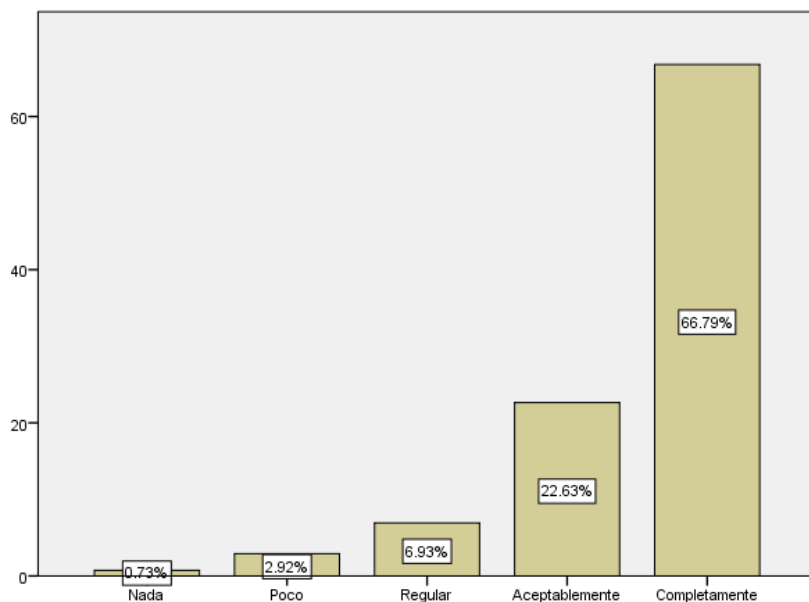


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como visualizamos en el gráfico, afirmamos que de 274 alumnos el 95.26% (Aceptablemente – completamente-regular), le llama la atención y le gusta el color de fondo. El 13.14% marcó regular, el 32.85% le gustó aceptablemente el color, entre tanto el 49.27% señaló que le gustó completamente el uso del color en las gráficas. Mientras que el otro 4.74% (Poco y nada) nos niega el enunciado. El 3.65% le gustó poco, finalmente tan solo el 1.09% declara no agradaarle nada el color.

### 3. El texto en las gráficas se entiende

Gráfico 3: Indicador Tipografía

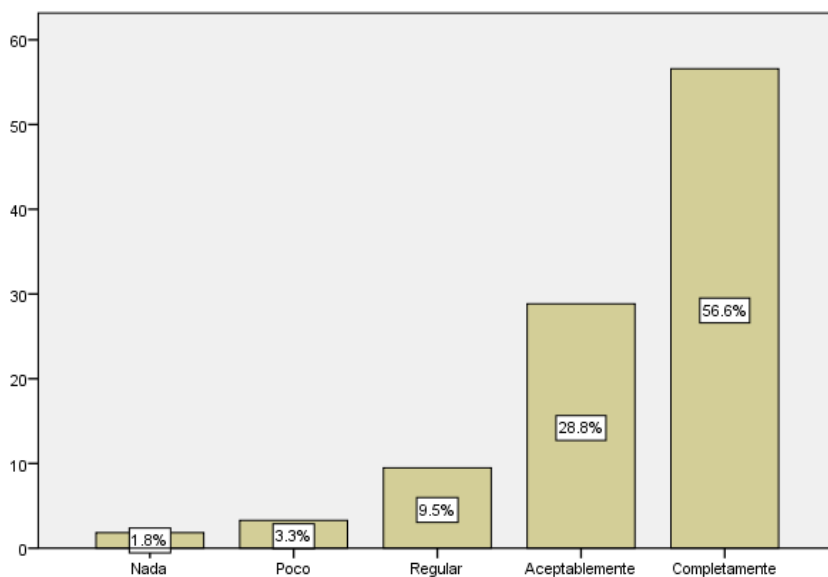


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos verificar el 96.35% (Regular, aceptablemente y completamente) cree que el texto es claro y entendible. El 6.93% marcó regular, el 22.63% manifestó que aceptablemente, entre tanto el 66.79% declaró que el texto en las gráficas se entiende completamente. Mientras que el otro 3.65% lo niega. De la muestra de 274 personas solo el 2.92% entendió poco, y una reducida cifra de 0.73% indicó que no entendió nada.

#### 4. En las imágenes de los volantes entiendes diferentes situaciones sobre bullying

Gráfico 4: Indicador Volante.

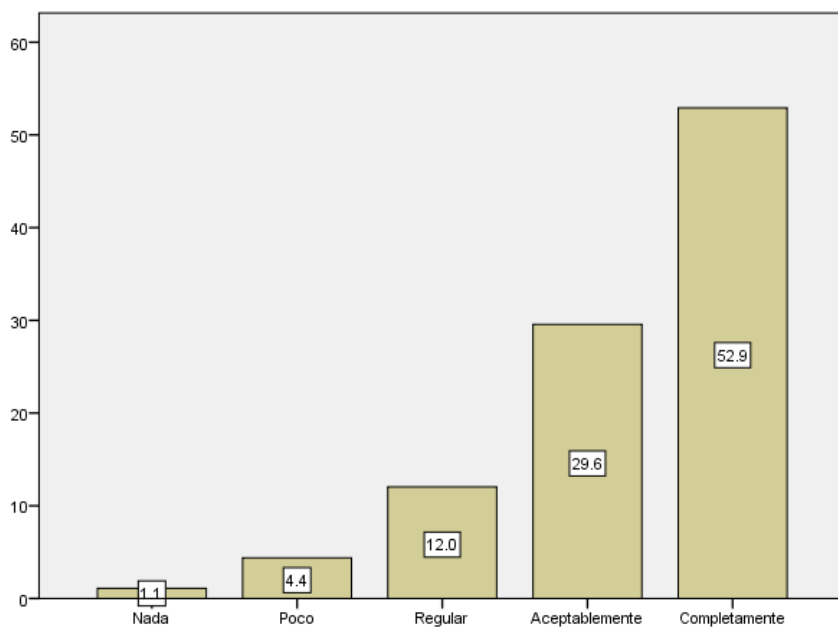


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos observar el 94.9% (Aceptablemente, completamente y regular), afirma que las imágenes de los volantes te permiten reforzar conocimientos sobre situaciones del bullying. El 9.5% marcó que regular, el 28.8% señaló que aceptablemente, entre tanto el 56.6% nos manifiesta que las imágenes en los volantes se entendieron completamente. Mientras que el 5.1% nos dice que no. Una pequeña cifra de 3.3% no comenta que en las imágenes de los volantes se entendió poco, y solo el 1.8% entendió nada.

## 5. La imagen de los afiches destaca

Gráfico 5: Indicador Afiche.



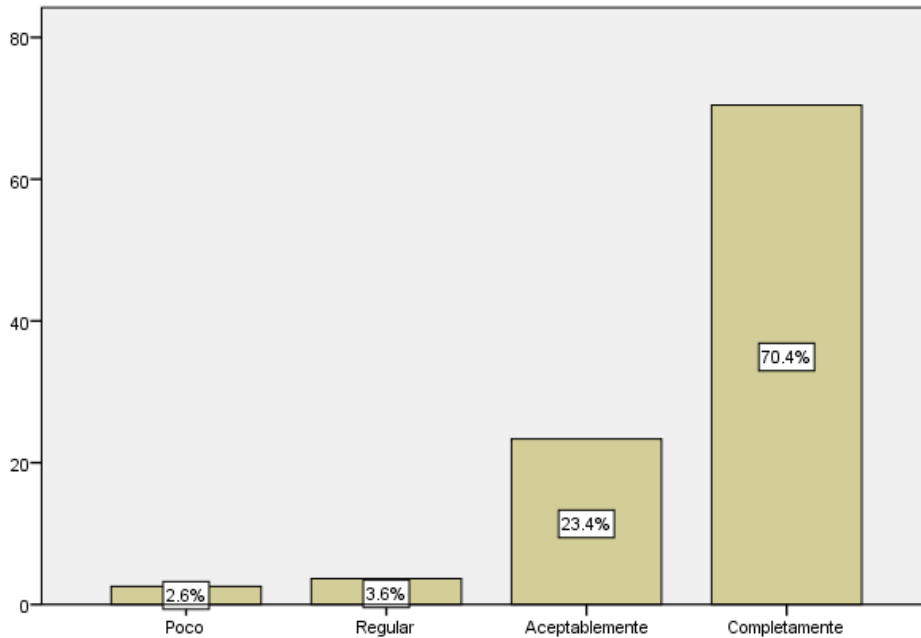
Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos visualizar el 94.5% (Aceptablemente, completamente y regular), afirma que las imágenes de los afiches resaltan sobre el texto y el fondo. El 12% manifiesta que regular, el 29.6% marcó aceptablemente, entre tanto el 52.9% manifiesta que las imágenes destacan. Mientras que el 5.5% nos niega el enunciado. El 4.4% marcó que poco, y una reducida cifra de 1.1% señala que las imágenes no destacan nada.



## 6. El Díptico te brinda información más completa sobre: Qué hacer en casos de bullying

Gráfico 6: Indicador Díptico.

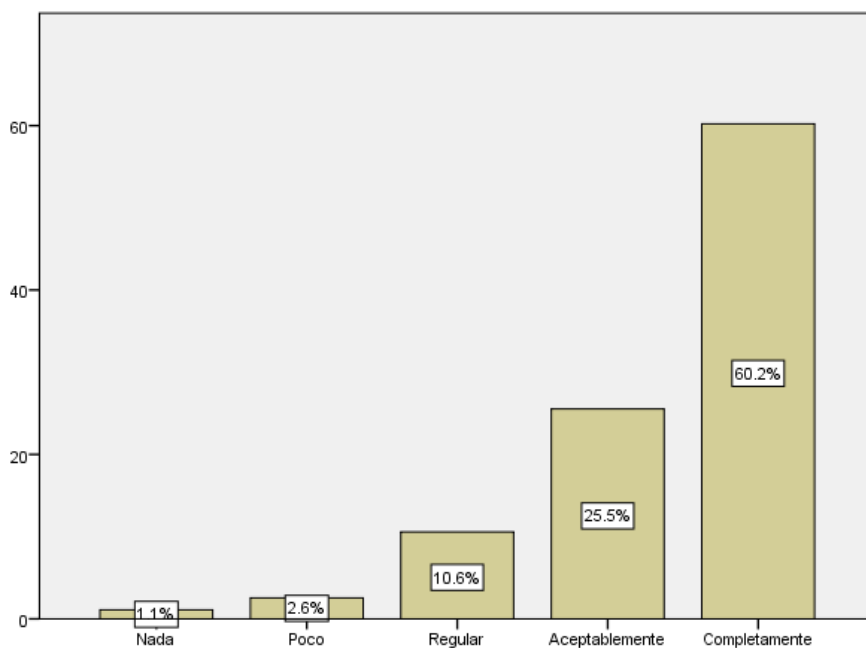


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos verificar el 97.4% (Completamente, aceptablemente y regular), afirma que el díptico te brinda información más completa sobre qué hacer en casos de bullying. El 3.6% marcó regular, el 23.4% aceptablemente, entre tanto una elevada cifra del 70.4% señaló que el díptico te informa completamente sobre qué acciones tomar. Mientras que tan solo el 2.6% (poco) lo niega.

## 7. En las Gráficas entendiste que las burlas son parte del Bullying

Gráfico 7: Indicador Burlas.

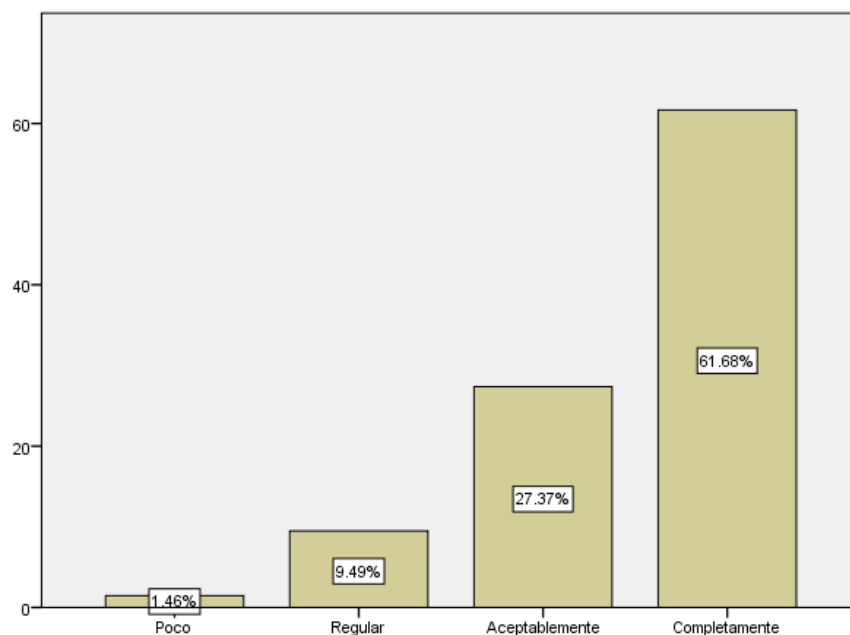


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos observar el 96.3% (completamente, aceptablemente y regular), observa en las gráficas que las burlas son parte del bullying. El 10.6% marcó regular, el 10.6% expuso que aceptablemente, entre tanto el 60.2% nos señala que completamente gracias a los artes se entiende que las burlas son parte de la problemática. Mientras que el 3.7% (Poco y Nada) nos manifiesta que no. Una pequeña cifra de 2.6% señaló que poco, y tan solo el 1.1% nos dice que en las gráficas no se entendió nada sobre las burlas.

## 8. En las Gráficas reconociste que la exclusión es parte del Bullying

Gráfico 8: Indicador Exclusión.

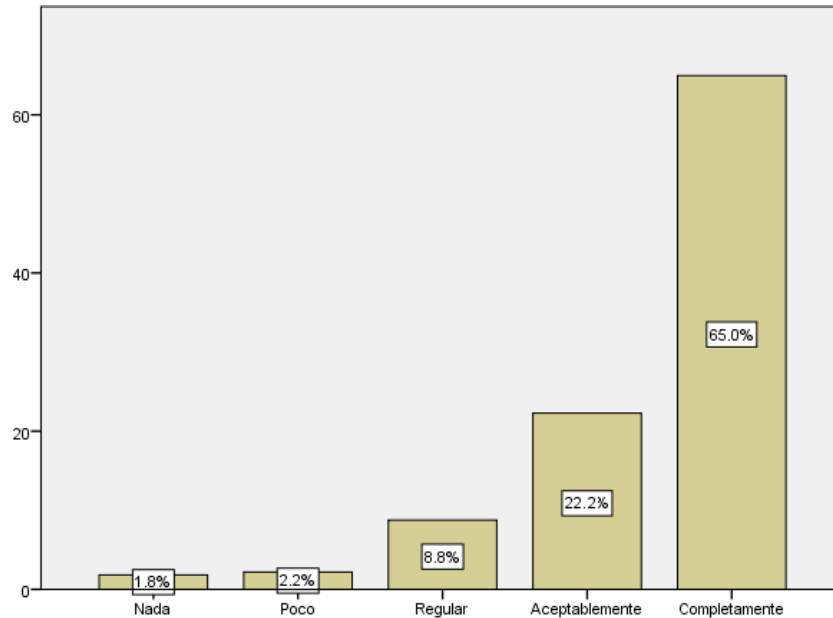


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos verificar el 98.54% (completamente, aceptablemente y regular), afirma que en las gráficas identifica que la exclusión es parte del bullying. El 9.49% marcó regular, el 27.37% señala aceptablemente, entre tanto el 61.68% nos manifiesta que completamente se reconoce la exclusión. Mientras que una reducida cifra de 1.46% (Poco) nos dice que se reconoció poco el tema de la exclusión en las gráficas.

## 9. En las Gráficas miraste que los golpes son parte del Bullying

Gráfico 9: Indicador Golpes

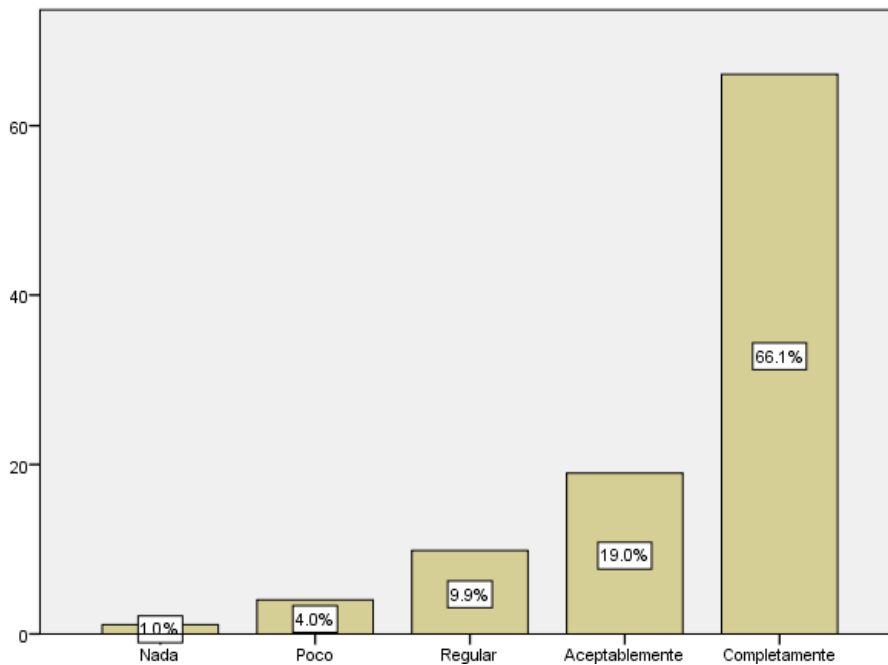


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos visualizar el 96% (completamente, aceptablemente y regular) pudo observar que los golpes son parte del bullying en las gráficas. El 8.8% marcó regular, el 22.2% señala que aceptablemente, y una elevada cifra de 65% nos enuncia que en las gráficas se observa completamente los golpes como una acción dentro del tema del bullying. Mientras que solo el 4% (nada y poco) nos niega ese enunciado. El 2.2% expresa que poco, y el 1.8% no miro nada relacionado a golpes en las piezas.

## 10. En las Gráficas reconociste que los empujones son parte del Bullying

Gráfico 10: Indicador Empujones

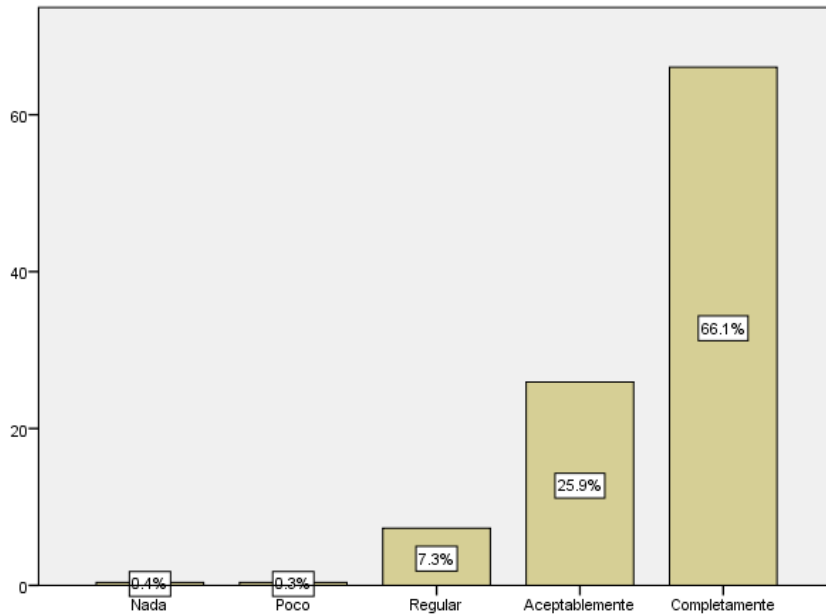


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos observar el 95% (completamente, aceptablemente y regular) reconoce que los empujones son parte del bullying en las piezas gráficas. El 9.9% marcó regular, el 19% señaló que aceptablemente, entre tanto una elevada cifra del 66.1% manifiesta que se observa los empujones en las piezas. Mientras que el 5% (nada y poco). El 4% enuncia que poco, y el 1% indica que no reconoció nada.

## 11. La campaña me pareció interesante logrando captar mi atención

Gráfico 11: Indicador Selección

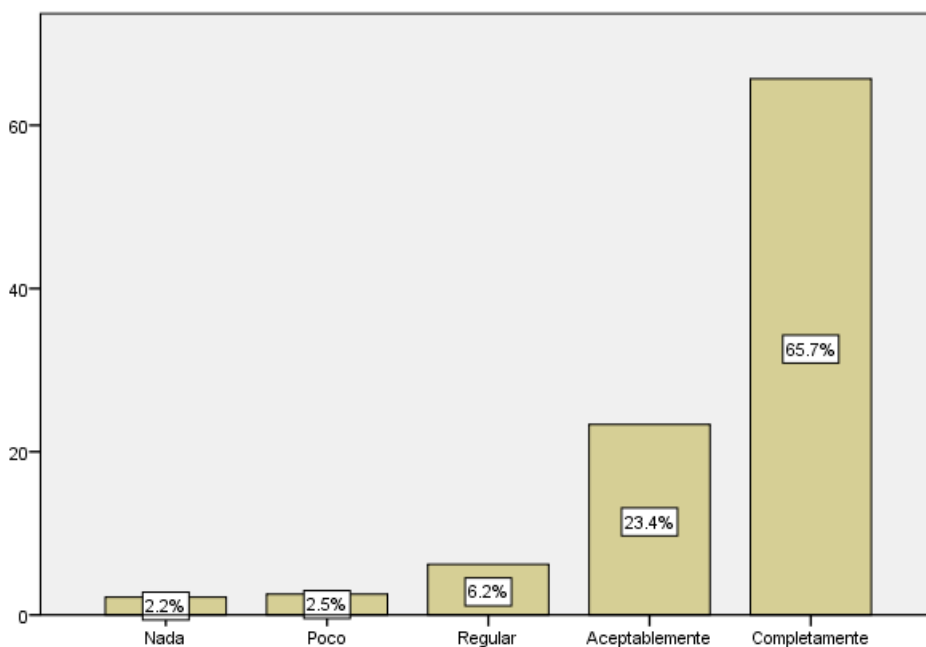


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos verificar el 99.3% (Regular, aceptablemente y completamente), afirma que la campaña gráfica le pareció interesante logrando captar su atención. El 7.3% señala regular, el 25.9% marcó aceptablemente y el 66.1% enuncia que la campaña le pareció completamente interesante. Mientras que tan solo el 0,7% (Poco y nada) Una reducida cifra del 0.3% y el 0.4% nos dice que poco o nada les pareció interesante y mucho menos logró captar su atención.

## 12. Después de ver los dípticos, volantes y afiches pienso que puedo prevenir y contrarrestar el bullying

Gráfico 12: Indicador Organización

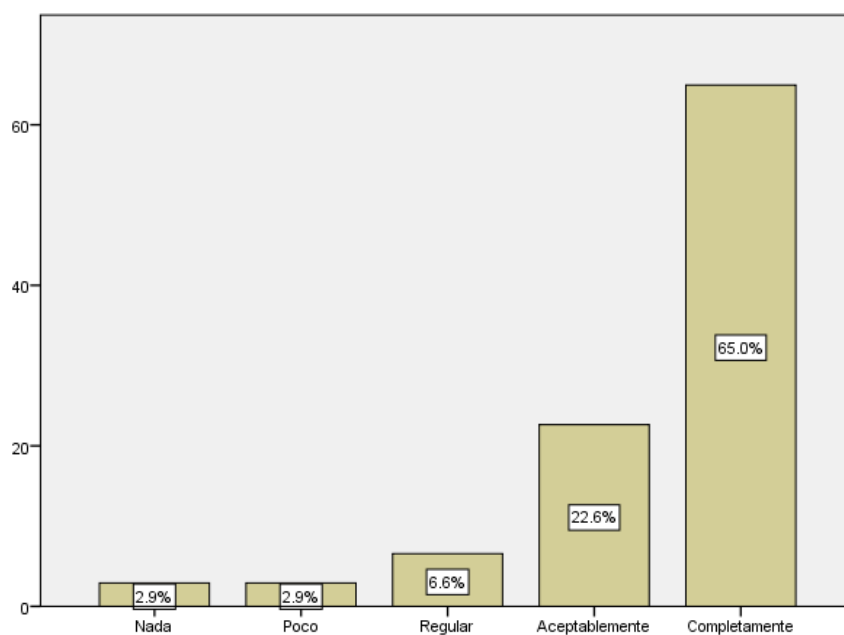


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos visualizar el 95.3% (Regular, aceptablemente y completamente) nos manifiesta que después de ver los dípticos, volantes y afiches, piensa que puede prevenir y contrarrestar el bullying. El 6.2% marcó que regular, el 23.4% señala que aceptablemente, y el 65.7% nos enuncia que después de ver las piezas piensa que puede prevenir y contrarrestar completamente el tema del bullying. Mientras que solo el 4.7% (poco y nada) nos dice lo contrario.

### 13. Logré entender y comprender que no debo practicar el bullying

Gráfico 13: Indicador Interpretación



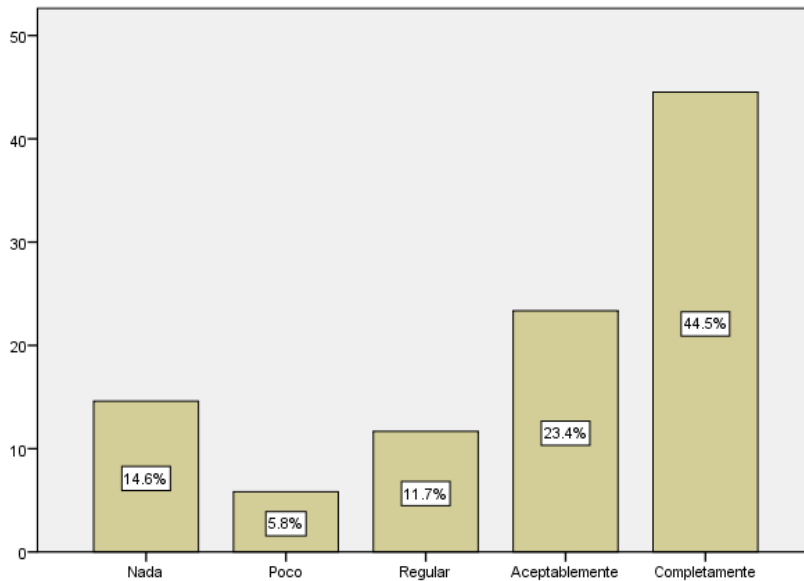
Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos observar el 94.2% (completamente, aceptablemente y regular) El 6.6% marcó regular, el 22.6% señaló que aceptablemente, entre tanto el 65% nos expone que ha logrado y entendido completamente que no debe practicar el bullying. Mientras el 2.9% declara que poco, y finalmente el 2.9% no entendió, ni comprendió nada. Eso nos lleva a un total del 5.8% que nos niega el enunciado.



## 14. Las imágenes que veo en la campaña se asocian a alguna situación vivida

Gráfico 14: Indicador Experiencia

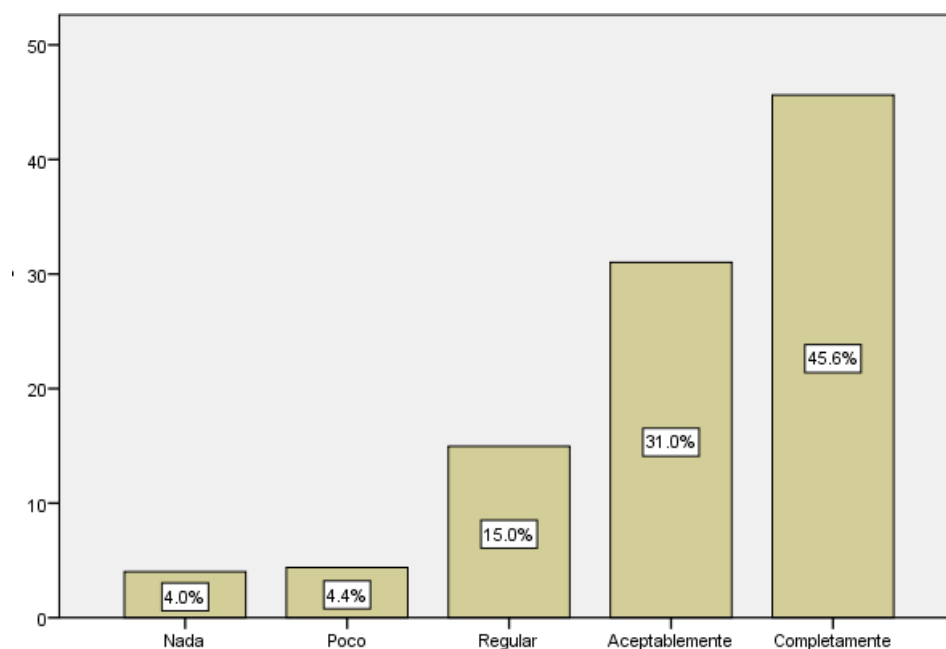


Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos verificar el 79.6% (Regular, aceptablemente y completamente) nos dice que las imágenes de la campaña las asocia a alguna situación vivida. El 11.7% marcó regular, el 23.4% señaló aceptablemente, entre tanto el 44.5 % nos enuncia que la campaña lo asocia completamente a alguna experiencia. Mientras que el 20.4% (Poco y Nada). El 5.8% enuncia que poco, y finalmente un 14.6% nos manifiesta que no asocio nada a alguna situación vivida.

### 15. La campaña sobre el Bullying, me generó algún significado de preocupación, brindándome herramientas para contrarrestar el bullying

Gráfico 15: Indicador sensación



Fuente: IBM SPSS Statistics 21

Como podemos observar el 91.6% (Regular, aceptablemente y completamente) nos manifiesta que la campaña sobre el bullying les generó una impresión de preocupación y los incentiva a ayudar a sus compañeros de alguna situación vinculada al bullying. El 15% marcó regular, el 31% señaló que aceptablemente, entre tanto el 45.6% enuncia que completamente la campaña le pareció positiva en todo sentido. El 4.4% declara que poco, y el tan solo el 4% nos manifiesta que nada. Un total de 8.4% (poco y nada) nos expone negativamente.

## Análisis Inferencial

### Prueba de Hipótesis general

#### Formulamos las hipótesis estadísticas:

**H<sub>1</sub>:** Si existe relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

**H<sub>a</sub>:** Existe mediana relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

Tabla 5. Prueba de Chi Cuadrado Hipótesis General

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	62,660 <sup>a</sup>	8	,000
Razón de verosimilitud	33,993	8	,000
Asociación lineal por lineal	27,469	1	,000
N de casos válidos	274		

a. 9 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,03.

Fuente: IBM SPSS Statistics 21

#### Interpretación:

Observamos que el valor de Significancia (Valor Critico Observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis general. Es decir, la campaña gráfica sobre el bullying tiene una relación positiva media con la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador -Lima, 2019.

## Prueba de Hipótesis específicas

### Formulamos las hipótesis estadísticas:

- **H<sub>1</sub>:** Si existe relación significativa entre el Diseño gráfico y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la Diseño Gráfico y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>a</sub>:** Existe mediana relación significativa entre el Diseño gráfico y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

Tabla 6. Prueba de Chi cuadrado Hipótesis específica 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	36,085 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitud	24,291	12	,019
Asociación lineal por lineal	16,199	1	,000
N de casos válidos	274		

a. 12 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Fuente: IBM SPSS Statistics 21

### Interpretación:

Observamos que el valor de Significancia (Valor Critico Observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis general. Es decir, el diseño gráfico tiene una relación positiva media con la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

### Formulamos las hipótesis estadísticas:

- **H<sub>2</sub>:** Si existe relación significativa entre las piezas gráficas y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre las piezas gráficas y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>a</sub>:** Existe mediana relación significativa entre las piezas gráficas y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

Tabla 7. Prueba de Chi cuadrado Hipótesis específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	185,449 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	47,469	16	,000
Asociación lineal por lineal	31,668	1	,000
N de casos válidos	274		

a. 17 casillas (68,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.

Fuente: IBM SPSS Statistics 21

### Interpretación:

Observamos que el valor de Significancia (Valor Critico Observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis general. Es decir, las piezas gráficas tienen una relación positiva media con la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

### Formulamos las hipótesis estadísticas:

- **H<sub>3</sub>:** Si existe relación significativa entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>a</sub>:** Existe mediana relación significativa entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

Tabla 8. Prueba de Chi cuadrado Hipótesis específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28,818 <sup>a</sup>	12	,004
Razón de verosimilitudes	16,698	12	,161
Asociación lineal por lineal	4,938	1	,026
N de casos válidos	274		

a. 12 casillas (60,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,00.

Fuente: IBM SPSS Statistics 21

### Interpretación:

Visualizamos que el valor de Significancia (Valor Crítico Observado)  $0,004 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis general. Es decir, el bullying psicológico tiene una relación positiva media con la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

### Formulamos las hipótesis estadísticas:

- **H<sub>4</sub>:** Si existe relación significativa entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

**H<sub>a</sub>:** Existe mediana relación significativa entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.

Tabla 9. Prueba de Chi cuadrado Hipótesis específica 4

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	285,258 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	22,445	16	,129
Asociación lineal por lineal	12,145	1	,000
N de casos válidos	274		

a. 18 casillas (72,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.

Fuente: IBM SPSS Statistics 21

### Interpretación:

Visualizamos que el valor de Significancia (Valor Critico Observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis general. Es decir, el bullying físico tiene una relación positiva media con la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.

## **2.6 ASPECTOS ÉTICOS**

El presente proyecto de investigación es íntegramente desarrollado a base de distintas fuentes bibliográficas de reconocidos autores, en este mismo orden la data e información utilizada por anteriores investigaciones, han sido apropiadamente citadas mediante las normas APA, por ende, este proyecto no cae en ningún tipo de plagio de información.

Además, los datos recabados a través de las encuestas y su tabulación mediante el programa SPSS refleja una auténtica realidad del caso expuesto, es fidedigna y se encuentra exenta de todo tipo de alteración.



### III. RESULTADOS

En la presente tesis se desarrolló un trabajo de campo donde aplicamos nuestra herramienta el cuestionario, donde se respondieron 15 preguntas sobre la campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de los alumnos de primaria. Las encuestas se realizaron en dos instituciones, obteniendo los resultados mostrados a continuación:

1° ítem “Cuánto te impresionó la imagen”, obtuvimos como resultado de 274 alumnos de 10 a 12 años, el 93.8% (Regular- aceptablemente-completamente) 9.1% Marcó regular, 29.2% Señaló Aceptablemente, entre tanto el 55.5% manifestó que la imagen le impresionó complemente. En general la muestra afirma que la campaña gráfica contiene piezas gráficas cuyas imágenes impresionan al prospecto. El indicador imagen ha sido creado para ser percibido y también mediador entre el público, para que de esta manera asimilen el problema como realidad, un problema latente, algo que no se puede soslayar, sino debe ser tratado con urgencia para ayudar a miles de niños que pasan por esta circunstancia. Con las cifras obtenidas se observa que hay un mayor porcentaje que afirma que le impresionó la imagen; debido a que las imágenes usadas en mis piezas han pasado por un arduo proceso de post producción que le ha dado cierto realismo, afirmación que se vio corroborada en la realización de la charla con los niños como en las encuestas, esto contribuye a entablar una conexión con el espectador. La imagen gráfica dentro de esta campaña sobre el bullying, ha desempeñado un papel importante, cumpliendo funciones de llamar la atención, y motivar. Dentro de la imagen se usó como símbolo la máscara que cubre el rostro de un niño que por dentro se encuentra triste, un elemento fácil de identificar, y que se encuentra en los ratos de juego de cualquier niño. Cumpliendo una fácil comprensión dentro de la mente de cada receptor, de esta manera ellos pudieron percibirlo de manera satisfactoria. Vemos que solo el 6.2% (poco - nada) nos niega eso, no todos los niños pueden opinar igual, de este mismo modo creemos que los niños no se sintieron impresionados, porque ellos esperaban otro tipo de imagen “una más caricaturizada”, y más alejada de la realidad, cuando nosotros buscamos todo lo contrario, de todas formas, las cifras positivas son muy altas.

2° ítem “Cuánto te gustó el color de fondo”, obtuvimos como resultado que de 274 niños el 95.26% (Regular, aceptablemente y completamente), De acuerdo a las cifras obtenidas a los niños les agradó el color, es más cuando estuvimos realizando las charlas los niños

organizaban por cada color las piezas, como si se tratara de un juego , no podemos pasar por alto que cada pieza contiene consejos para tratar el bullying, los niños tenía contacto directo y encima interactuaban con las gráficas y todo gracias al Indicador Color. La cromática tiene un aspecto influyente que puede pasar desapercibido para algunos, pero dentro de nuestras gráficas ha mejorado la captación óptica de los niños, quiere decir que han entendido la imagen central, mejorando su atención al momento recibir información, y en muchos casos una manera de actuar positiva frente a esta problemática. El 4.74% (Poco y nada) no le gustó el color de fondo que se usó detrás de los personajes, por encontrarse un tanto sobria.

3° ítem “El texto en las gráficas se entiende” nos da como resultado que el 96.35% (Regular, aceptablemente y completamente) nos afirma categóricamente que el texto es legible, según la dimensión Diseño Gráfico el texto debe ser comprendido al instante, y los niños nos confirman este aspecto, ya que las cifras son muy positivas. La atención es muy importante al momento de transmitir algo, debemos tener cuidado con las palabras que se eligen, hemos mostrado en las gráficas palabras sencillas para niños en grado de primaria, se logró que estas palabras tengan una evocación de imagen en la mente de cada niño. El slogan de nuestra campaña gráfica “no dejes que te cambien la cara”, tiene una cierta tonalidad emotiva e imperativa, que ha encontrado un espacio en los niños, muchos de ellos entonaban el slogan fuertemente en cada salón después de la charla. Una baja cantidad conformada por el 3.65% nos comenta que solo entendió poco el texto en las piezas.

4° ítem “En las imágenes de los volantes entiendes diferentes situaciones sobre bullying”, el 94.9% (Aceptablemente, completamente), el indicador “volante” expone que las imágenes deben ser de fácil recepción ya que los volantes son de contacto rápido, por lo tanto, la imagen debe transmitirnos información, los resultados obtenidos nos explican de que ha sucedido tal afirmación. Los volantes se transmitieron rápidamente entre compañeros, cada uno le comentaba a otro compañero que situación de bullying había en su gráfica, por lo tanto, podemos afirmar que la mayoría de niños pudo observar, y comprender que las situaciones de bullying son situaciones graves, algo que no podemos tolerar y debemos combatir en unión. Sólo el 5.1% nos manifiesta que poco o nada le transmitieron las imágenes, ellos más se guiaron por el texto que por las imágenes en los volantes.

5° ítem “La imagen de los afiches destaca” en el cuadro de porcentajes nos muestra que el 94.5% (Regular, aceptablemente y completamente) está de acuerdo con este ítem. Los que marcaron regular sumaron un porcentaje de 12%, mientras que el 29.6% marcaron aceptablemente, y 52.9% marcaron que la imagen destacó completamente. Por consiguiente, obtenemos como resultado que la imagen es visiblemente resaltante, según nuestro indicador los afiches deben destacar a lo lejos, ya que será observados desde una cierta distancia, este resultado nos muestra que este tipo de gráficas si son bien utilizadas nos dará la cercanía al prospecto. Aquí hay un detalle importante los mismos niños fueron los que colocaron los afiches dentro de su salón, sin ninguna coacción de por medio, podemos interpretar de esta manera que a los niños les pareció una imagen agradable, y que a todas luces resalta. De 274 alumnos el 5.5% nos expone que la imagen no destaca, por que no pudo reconocer la imagen, cabe mencionar que este porcentaje es muy reducido.

6° ítem “El Díptico te brinda información más completa sobre: Qué hacer en casos de bullying” adquirimos como resultado que el 97.4% (Regular, aceptablemente y completamente), nos afirma que díptico nos brinda información vital, el indicador Díptico es un importante referente ya que tiene contacto con nuestro público, los niños al leer este tipo de piezas se mostraron muy positivos. Nuestra pieza gráfica está conformada por un sobre que contiene el díptico, al abrirlo y retirar la pieza dentro del sobre, se observa que al niño de la portada le cambia el rostro. Sin información piensas que te encuentras sólo, y que no hay ninguna solución evidente para esta problemática. Muchos de los niños hablaron y comentaron entre ellos, sobre esta pieza gráfica, eso hará que la información no solo sea algo aburrido que leer, sino le da un valor agregado para que nuestros receptores asimilen estos conocimientos. Algo que se vio evidenciado, durante las charlas, y las encuestas. Además, pudieron complementar esta información vital para poder contrarrestar el bullying. Mientras que en un bajo porcentaje de 2.6% no le pareció que el díptico le haya brindado información más completa.

7° ítem “En las Gráficas entendiste que las burlas son parte del Bullying”, obtuvimos como resultado que el 96.3% (Regular, aceptablemente y completamente), el 10.6% entendió regular, el 25.5% entendió aceptablemente, y por último en una elevada cifra el 60.2% entendió completamente. En general observamos que muchos de estos niños se sintieron culpables por que identificaron que las burlas son parte del bullying. Muchos de ellos

comentaban haberlo realizado en algún momento, y hasta algunos de ellos se acercaron al expositor, para poder comentarle que cambiarían su actitud. El receptor manifiesta que observa en las gráficas acciones, que denotan burlas, por lo tanto, se logra entender que las burlas forman parte del accionar del bullying. Mientras que el 3.7% nos niega el séptimo ítem.

8° ítem “En las Gráficas reconociste que la exclusión es parte del Bullying”, conseguimos como resultado que el 98.54% (Regular, aceptablemente y completamente), El 9.49% marcó regular, el 27.37% marcó que aceptablemente, mientras que el 61.68% reconoció completamente la exclusión como parte del bullying. Dentro del grupo de niños, comentaban que habían excluido en algún momento a algún compañero y que gracias a las gráficas habían entendido que esa también era una forma de bullying. El receptor afirmó que en las gráficas se puede identificar que la exclusión es parte del bullying, transmitir la exclusión en una imagen es algo complicado, pero se logró gracias a las distintas piezas que mostramos. Entre tanto el 1.46% nos expone que solo entendió poco el tema de la exclusión como apartar a alguien de un grupo social.

9° ítem “En las Gráficas miraste que los golpes son parte del Bullying” adquirimos como resultado que el 96% (Regular, aceptablemente y completamente) El 8.8% señaló regular, el 22.2% marcó aceptablemente, entre tanto el 65% marcó completamente. Muchos niños comprendieron que los golpes son una forma de mostrar fragilidad, y poca estabilidad emocional. Las gráficas ayudaron a que los niños puedan leer distintos consejos y observar que los golpes no solo dejan huellas físicas sino psicológicas, muchos de ellos tomaron conciencia y eso se vio evidenciado en las encuestas. La dimensión bullying físico fue uno de nuestros principales temas en las gráficas, gracias a eso los alumnos observaron que los golpes y otro tipo de ataques forman parte del acoso físico. Mientras que solo el 4% (nada y poco) nos niega ese enunciado.

10° ítem “En las Gráficas reconociste que los empujones son parte del Bullying” obtuvimos como resultado que el 95% (Regular, aceptablemente y completamente). El 9.9% señaló regular, el 19% marcó aceptablemente, entre tanto el 66.1% marcó que reconoció completamente los empujones como parte del bullying. Muchos de los alumnos durante la charla confesaron haber empujado a algún amigo, sin pensar que era un acto de violencia. Luego de leer el material, se dieron cuenta que no debían practicarlo, todo empieza con pequeños empujones, y luego puede desencadenar problemas mayores. Los empujones se

ocultan bajo el manto de la indiferencia según nuestro indicador, hacer que los niños reconozcan los empujones dentro de la cadena del bullying como un acto de violencia, tuvo un resultado positivo, de esta manera podemos afirmar que los alumnos manifestaron que tanto el bullying físico como psicológico, han sido reconocidos inmediatamente. Mientras que el 5% (nada y poco) nos dice que no.

11° ítem “La campaña me pareció interesante logrando captar mi atención”, adquirimos como resultado que el 99.3% de los alumnos de primaria les pareció interesante nuestra campaña gráfica, logrando captar su atención por consiguiente recibiendo la información y obteniendo una recepción positiva de cada pieza gráfica. Obtuvimos un resultado muy alentador, y corroborando que bajo una campaña bien estructurada y con planteamiento creativo puedes crear un nexo entre el prospecto y la campaña, no solo logrando que puedan mirar superficialmente la gráfica sino llamando su atención y generando un interés. De acuerdo al proceso de la percepción “la selección”, los niños lograron un proceso de información, dando como resultado una reacción positiva o emocional. Mientras que tan solo el 0.7% les pareció una campaña poco llamativa, poco o nada interesante, ya que no tuvieron un proceso correcto de información esto puede darse, porque el contenido de intereses, creencias y valores, no se adapta a su personalidad o conocimiento que hasta ese momento tenían los niños encuestados, de igual modo, podemos afirmar que nuestras cifras son muy positivas.

12° ítem “Después de ver los dípticos, volantes y afiches pienso que puedo prevenir y contrarrestar el bullying”. De 274 alumnos el 95.3% (Regular, aceptablemente y completamente) Se obtuvo como resultado que el prospecto al leer las distintas piezas gráficas y observar la correcta distribución de texto, e imágenes nos ayuda no solo de manera estética, sino que influye en gran medida al entendimiento del niño, los mensajes mientras más sencillos se presenten mejor serán percibidos ya que el organismo produce formas simples. Nuestra relación entre figura y fondo en nuestros volantes, dípticos y afiches fueron cuidadosamente tratados para que el niño pueda entenderlo fácilmente, gracias a “la organización” en el proceso perceptivo. Esto también lo corrobora las preguntas del ítem 1 y 2. Mientras que solo el 4.7% (poco y nada) nos manifiesta lo contrario, esto se debe a que las personas tienen un proceso de aprendizaje distinto, y la organización como proceso de percepción no tuvo el suficiente estímulo.

13° ítem “Logré entender y comprender que no debo practicar el bullying” de 274 estudiantes de primaria el 94.2% (Regular, aceptablemente y completamente) nos afirma que entendió la campaña gráfica sobre el bullying, y además que ahora es consciente que no debe practicar el acoso entre compañeros del colegio. De acuerdo al proceso de percepción “la interpretación”; los alumnos tratan de darle un contenido a los estímulos anteriormente seleccionados y organizados, con una buena interacción del entorno y la experiencia de cada alumno contribuyo a que las cifras sean ostentosas, además de que cada niño le dio un significado positivo que servirá para transmitir a otros compañeros. Mientras que el 5.8% nos manifiesta que no comprendió mucho, la forma en que interpretamos los estímulos, pueden ser bajos o muy altos de acuerdo al enriquecimiento de experiencia o variación de intereses de cada persona.

14° ítem “Las imágenes que veo en la campaña se asocian a alguna situación vivida” conseguimos como resultado que el 79.6% (Regular, aceptablemente y completamente), nos expresa que las imágenes que se ven en las piezas gráficas se asocian a alguna experiencia previa, logrando así el componente necesario para almacenar la información sobre el bullying. Las imágenes mostradas en las piezas son de diversas situaciones de bullying, en la que el niño reconoció como algo que ha visto o se ha visto inmerso. Los individuos se comportan frente a un estímulo de forma diferente porque cada vez aprenden más, y por lo tanto es importante generar una asociación positiva. El 20.4% manifiesta que las imágenes mostradas en las gráficas no se asocian a ninguna experiencia o contexto pasado. Obtuvimos estos resultados porque el individuo aprende de las experiencias, la acumulación de estas, harán que varíe y cambie su respuesta frente a este tipo de estímulos que son las piezas gráficas.

15° ítem “La campaña sobre el Bullying, me generó algún significado de preocupación, brindándome herramientas para contrarrestar el bullying”, obtuvimos como resultado que el 91.6% (Regular, aceptablemente y completamente) nos expone que la campaña les generó un sentido de preocupación, el estímulo debe ser adecuado a la capacidad sensitiva del público para que estos entiendan el mensaje de la manera más óptima, la sensibilidad del individuo viene determinado por su capacidad receptiva y la intensidad con la que recibió el mensaje, vemos como efectiva la campaña , ya que no solo hubo un buen estímulo, sino que además les ha motivado a poder ayudar y exponer casos de bullying, de esta manera dejamos agentes activos que están informados, la buena información contribuye una cultura de conciencia

crítica e integral. Mientras que una pequeña cifra del 8.4% (poco y nada) nos expone que no se siente preocupado ni motivado, esto se da muchas veces a que en los umbrales de la percepción no se da la cantidad de estímulo necesario y sin la cantidad diferencial, la persona no adquiere la recepción que se necesita, esto quiere que decir los mensajes transmitidos son adquiridos bajo la percepción de cada niño, pero no tienen que ser percibidos uno igual que otro, ya que cada individuo experimenta una sensación muy distinta a otro, por lo tanto no todos los estímulos son detectados.

Uno de los resultados más importantes es la contrastación de la hipótesis general realizamos la prueba sobre la variable Campaña gráfica y la variable Percepción, Si la significancia obtenida es menor a  $0.05 =$  se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, de acuerdo a lo mencionado anteriormente, realizamos la prueba de Chi Cuadrado y obtuvimos como resultado 0,000 de valor de significancia (Valor Critico Observado) por lo tanto menor a 0,05. Aceptamos la hipótesis general y rechazamos la hipótesis nula. En efecto la campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de los alumnos de primaria de dos instituciones educativas de villa el salvador se relaciona significativamente. La campaña gráfica y la percepción se han relacionado fuertemente por que la campaña se ha dimensionado en dos: “Piezas gráficas” y “diseño gráfico”, implementándose de manera correcta bajo ciertos puntos establecidos por el proceso de la percepción y los componentes. La percepción y la campaña han sido correlacionados por su alta creatividad en la idea central, mostrando un tono de comunicación simple que al momento de interactuar con el prospecto ha construido información que servirá de provecho no solo a los niños sino a su contexto en general. La idea central “No dejes que te cambien la cara” consistió en presentar ciertos atractivos, situaciones, fáciles de identificar, todo esto sobre un mismo eje y un correcto emplazamiento de dirección artística, facilitaron la comprensión rápida de cada niño. Vemos que el diseño conceptual, (Menos, es más) donde visualizamos menos elementos innecesarios, y nos enfocamos en el personaje central y el titular ayuda a que los niños sean rápidamente estimulados bajos sensaciones que llevan a una eficiente percepción.

Eso llevará a la correlación entre la Variable percepción y la dimensión diseño gráfico, otra de las pruebas fue piezas gráficas y la percepción, por lo tanto, en ambas se puede declarar que existe una correlación positiva ya que se obtiene la significancia asintótica de  $0,000 < 0,05$ , con 95% de confianza y un margen del 5% de error, por lo tanto, aceptamos la

hipótesis general y rechazamos la hipótesis nula. Las piezas gráficas han sido parte importante en el transcurso de esta tesis, ha sido el lienzo que se ha encargado de la parte visual, encargándose de una correcta jerarquía y pesos visuales adecuados que hicieron digerible el mensaje, mientras el diseño gráfico ha dado forma al mensaje, la recepción en los niños ha sido la más óptima posible gracias a que se ha sabido identificar los indicadores correctos, y se ha tenido una correcta herramienta como encuesta. Gracias a eso hemos desprendido que los niños despiertan una relación sensorial a estímulos gráficos, quiero decir que, en una charla acompañada con gráficas bien armadas, genera inputs internos, estos son la motivación de aprender y ayudar. Muchos de los niños con los que se mantuvo contacto, propusieron más charlas como estas, y no sólo eso, sino que ahora podrán a ayudar a otros niños que ellos saben que tienen este problema conocido como bullying. Las piezas gráficas no solo quedan en un primer contacto, muchas de ellas serán llevadas a casa, y enseñadas a los padres, para tener un segundo contacto, sin mencionar que las piezas fueron puestas en el salón y en las afueras del colegio, produciendo muchas más vistas. De esta forma podemos decir categóricamente que las piezas gráficas y el diseño gráfico tienen relación con la percepción.

Se realizó la prueba de hipótesis específica entre bullying psicológico y la percepción, obteniendo como resultado que existe una correlación positiva con un valor de significancia asintótica de  $0,004 < 0,05$ , con 95% de confianza y un margen del 5% de error, por lo tanto, aceptamos la hipótesis general y rechazamos la hipótesis nula. Hacer que los niños identifiquen el bullying psicológico bajo su percepción fue satisfactorio, los niños establecieron un nexo cuando este tema se les presento a través del medio gráfico, pudieron identificar sus tipos, así como el significado que encierra, hasta interactuaron en las charlas respondiendo las preguntas del expositor. De la misma manera con la dimensión bullying físico y la percepción, obtuvimos como resultado que existe una correlación positiva con un valor de significancia asintótica de  $0,000 < 0,05$ , con 95% de confianza y un margen del 5% de error, por lo tanto, se aceptó la hipótesis general y se rechazó la hipótesis nula. Esta fue la dimensión más fácil de identificar por los niños, el bullying físico como los golpes y empujones, pasaron por una “selección”, proceso de la percepción, ya que muchos de ellos habían participado directamente, y los que no, habían sido observadores, eso llevó a una rápida interpretación, viéndose reflejado en las encuestas.



#### IV. DISCUSIÓN

Cabe resaltar que los antecedentes usados se refieren a una campaña gráfica como campaña social o usan un material de diseño como Infografía, cartel, siendo éstas piezas gráficas que tienen un mismo objetivo, informar sobre el bullying. Los investigadores lo correlacionan con la variable percepción o percepción visual.

Mediante los resultados obtenidos se tuvo una relación positiva entre las variables Campaña Gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria con una muestra de 274 alumnos, este resultado significa que los niños de primaria percibieron de manera eficiente las piezas gráficas, logrando informarse sobre el bullying para luego estar prevenidos y alertas contra este mal. Esto también significa que el mensaje y las imágenes presentadas en el diseño fueron simples, con mensajes directos para que los niños lo comprendan de manera ágil. Estos resultados son claramente apoyados por la investigación de Travezaño A. (2017), la magnitud de su muestra es de 270 alumnos, del 3ro 4to y 5to grado de secundaria de dos Instituciones Educativas en el distrito de Independencia. Su investigación nos dice que si mostramos un tema o problemática por medios gráficos de manera simplificada genera una alta percepción y comprensión entre niños en etapa del colegio. De esta manera coincide con el resultado sobre mi contrastación de hipótesis general, una campaña bien planteada mostrando ciertos atractivos, presentando situaciones de manera simple con un mensaje directo, ayuda a la percepción y comprensión de los alumnos. Cabe agregar que Travezaño enuncia que existe una relación alta de casi el 99% de relación entre sus dos variables infografía sobre el bullying y la percepción, su investigación es no experimental, y tiene un enfoque cuantitativo al igual que mi tesis.

Siguiendo con lo anteriormente comentado, también se logró demostrar que la campaña a los niños les pareció interesante, y no solo eso, sino que además logró llamar su atención, este resultado entra en debate con la tesis de Quispe M. (2018); Diseño de un cartel sobre el bullying y la percepción de alumnos de dos instituciones educativas, su investigación tiene un diseño no experimental, con un nivel de estudio correlacional, de tipo aplicada, cuenta con una muestra de 274 alumnos. Nos expone que hay una correlación positiva débil y que una pieza gráfica como los carteles o afiches apenas logran despertar la atención en los alumnos, ya que

nos dice que solo tienen una “ligera intención”. Refuto tajantemente, que los carteles o afiches no logren despertar la atención de los alumnos, ya que una gráfica con un mensaje simplificado, tiene una clara intención de comunicar directamente al prospecto. Además, respaldo mi opinión con las pruebas obtenidas en mis resultados del ítem N°11, con un 99.3% de respuestas positivas, donde los alumnos nos manifiestan que les llamó la atención, de una muestra de 274 alumnos. Asimismo, para respaldar lo mencionado anteriormente, la autora Vilela, C. (2017), nos manifiesta que dentro de sus resultados las piezas gráficas como historietas, dípticos y afiches, atraen la atención de los estudiantes, y estos identifican los elementos gráficos de manera sencilla.

En este mismo orden y dirección se logró demostrar que a los alumnos de primaria les generó un significado de preocupación la campaña y además les brindó herramientas para contrarrestar el bullying, este resultado se relaciona grandemente con la investigación de Vilela C. (2017); Diseño de una historieta sobre el bullying y la percepción visual, este proyecto tiene un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y un nivel de investigación correlacional. En la investigación de Vilela manifiesta que una pieza gráfica como su historieta, y la percepción, tienen una correlación de Pearson del 0,651 con una significancia menor al 0.05 con el 99% de confianza. Nos expone que los estudiantes asocian los elementos gráficos con “las sensaciones”, siendo esto parte de los componentes de la percepción. Además, nos expresa de manera abierta que las piezas gráficas generan reflexión en los estudiantes, en efecto su resultado coincide en sobremanera con la presente tesis, en el ítem N°15, donde se habla sobre la sensibilidad de cada persona, viene determinado por la capacidad receptiva y la intensidad con la que recibe el mensaje, esto quiere decir que “la sensación” nos ayuda a que la gráfica sea percibida con éxito entre los niños de primaria y la campaña gráfica.

Como se manifestó anteriormente en la realidad problemática, según el programa curricular Minedu, para Primaria, no se le toma la importancia necesaria, se le trata como si fuera un problema sin ningún interés, recién en quinto grado de secundaria se les pide a los profesores de manera contundente, tratar este tema. Por lo dicho anteriormente, no se va a esperar hasta quinto de secundaria para recién entrar en acción, cuando los puntos más álgidos de violencia escolar están registrados entre 11 y 13 años, por lo tanto con la campaña gráfica “no dejes que te cambien la cara”, se llena este vacío donde se dictan charlas a los niños, se les

deja participar, contar sus problemas, y gracias a las piezas gráficas se les aconseja, y se les brinda conocimiento, se les ofrece herramientas para que puedan contrarrestar el bullying en su salón. Se les da a los profesores también dípticos, donde se les incita a promover didácticas que ayuden en esta problemática, no se podrá decir que con esto se solucionará el problema en todo el Perú, porque evidentemente solo se ha tratado el problema en dos colegios, pero si se puede decir que gracias a esta campaña se ha logrado ayudar a muchos niños a estar informados, prevenidos y alertas ante esta problemática, una correcta información crea una cultura de conciencia.

De esta manera se podrá responder a la pregunta problema de la investigación, qué relación existe entre una campaña gráfica y la percepción de los alumnos. Una campaña gráfica consigue tener relación con la percepción del público objetivo, cuando se recurre a un buen diseño entre todos los elementos, esto abarca la diagramación, el titular, la cromática y la imagen gráfica, facilita la comprensión de lo abstracto accediendo a las representaciones más profundas de nuestro prospecto, varios niños asociaban las imágenes de bullying con alguna situación que ellos hayan vivido otro porcentaje negaba tal afirmación, pero muchos de ellos decían que usarían las herramientas para luchar contra el bullying, la percepción de los niños sobre el bullying ha logrado ser contundente. Por más que ellos no hayan sido víctimas o si lo hayan sido, han interpretado toda esa información, y se han sentido muy motivados, a seguir luchando, no solo por ellos, sino para ayudar a su contexto. Dadas las condiciones que anteceden se puede confirmar que no solo existe una relación de percepción, sino podemos decir que, si esta campaña se usa como modelo, para ser replicado en distintas instituciones motivaría a muchos chicos a entender, y transmitir herramientas en contra del bullying. Zambrano, A. (2015), con su tesis titulada “Campaña gráfica para disminuir la violencia y acoso en la escuela Othón Castillo Vélez.”. Con una muestra de niños de edad entre 9 a 11 años de la ciudad de Guayaquil en Ecuador, la misma edad de los niños que se trató en esta presente investigación, Zambrano tiene resultados que apoyan de manera particular los resultados de esta tesis, los niños a los que la autora había encuestado manifestaban estar interesados en seguir instruyéndose, algunos mostraban intenciones de ayudar a un compañero de su salón, por consiguiente podemos exponer que los resultados de la pregunta problema se ven reforzados por esta investigación.

## V. CONCLUSIONES

Se concluye que existe relación positiva media entre la campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de los alumnos de primaria de dos instituciones educativas. Esto se basa en los resultados obtenidos (Ver pág. 42, Tabla N°4) donde obtenemos un valor de Significancia (Valor Critico Observado)  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis general. Por lo tanto, este resultado responde a nuestro objetivo general. De esta manera, se concluye que el proceso de percepción y sus componentes, se correlacionan con la campaña gráfica bajo ciertos puntos como la comunicación simple, diseño conceptual, ayudan a realizar una eficiente percepción. Nuestra idea central “No dejes que te cambien la cara” presentó ciertos atractivos que contribuyeron en facilitar identificar problemas de bullying, por consiguiente, los niños pudieron relacionarlo a contextos sociales. Todo esto sumado a la correcta manipulación artística de fotografía facilitaron que el niño pueda percibir y por ende comprender.

Existe relación positiva media entre el diseño gráfico y la percepción, de acuerdo a los resultados logrados (Ver pág. 43, Tabla N°5) donde se obtiene un valor  $0,000 < 0,05$  rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis de la investigación. Por las consideraciones anteriores, podemos afirmar que hay relación significativa, respondiendo a nuestro objetivo específico. De esta manera se concluyó que el diseño gráfico ayudó a estructurar el mensaje gráfico, los niños han desprendido una relación sensorial a los estímulos gráficos, acompañada de la charla, ha generado inputs internos, que los niños han interpretado con la motivación de aprender y ayudar.

Por otro lado, entre las dimensiones pieza gráfica sobre el bullying y la percepción en alumnos de primaria, podemos llegar a la conclusión que existe una relación positiva media, gracias a los datos obtenidos (Ver pág. 45, Tabla N°6) donde obtenemos como valor de significancia  $0,000 < 0,05$ , por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis general. Sobre la base de las consideraciones anteriores podemos manifestar que hay relación significativa. Por lo tanto, se concluye las piezas gráficas tienen una correlación con la percepción por ser las encargadas de dar el aspecto visual, la correcta jerarquía y pesos visuales, formando un mensaje digerible a los niños a través de imágenes y textos, que lo llevan a entender esta problemática. Las piezas gráficas no solo tuvieron un primer contacto en

la charla, sino que también fueron llevadas a casa y enseñada a los padres lo cual ha permitido una diversificación del mensaje.

Se concluye que podemos establecer que existe relación positiva media entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria, ya que podemos observar (ver pág. 46, tabla N° 7) que, en la tabla de chi cuadrado, obtenemos como valor de significancia de  $0,004 < 0,05$  por consiguiente rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis de investigación. Entonces se concluye que los niños identificaron el bullying psicológico bajo su percepción de manera conforme, ya que establecieron un nexo a través del medio gráfico, pudiendo identificar sus tipos, el significado que encierra el bullying psicológico, viéndose corroborando en las encuestas y las charlas expuestas.

Por último, llegamos a la conclusión que existe relación positiva media entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos instituciones educativas de Villa el Salvador. Esta afirmación se basa en los números alcanzados (Ver pág.48, tabla N°8) donde podemos visualizar un valor de significancia de  $0,000 < 0,05$  por consiguiente rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis general. En este mismo orden y dirección, el resultado responde a nuestro objetivo específico. El bullying físico es una de las dimensiones más fáciles de ilustrar para los niños, la “selección” como proceso de percepción llevó a un procesamiento de información que se tradujo en una reacción positiva que permitió que los niños tomen una posición de preocupación e interés por tener herramientas para contrarrestar este mal. Los niños identificaron estas acciones de acoso físico, para poder estar prevenidos y alertas ante esta problemática.

## **VI. RECOMENDACIONES**

En este capítulo, se propondrá diferentes recomendaciones respecto a los resultados y conclusiones que se obtuvieron en la tesis presente.

Se recomienda a los futuros investigadores, realizar planteamientos sobre campañas gráficas ya que son una gran herramienta para brindar información y sirve para motivar a los alumnos a tomar distintas decisiones. Es importante también mencionar debe haber limpieza en el diseño, una correcta jerarquización, diagramación, composición, y correcto emplazamiento de grillas, sin atiborrar elementos, los niños van a asimilar mejor la información, si la pieza gráfica es limpia y no parece arte barroco. Realiza una investigación de referencias gráficas, sé perfeccionista en cada detalle de la post producción, con eso lograrás que la campaña resuene no solo en los niños, sino que también lo comenten las autoridades del colegio.

Otro punto a tener en cuenta, es que los niños son muy audaces al leer y percibir el material gráfico, captan muy rápido las ideas, pero se les puede cautivar más aún cuando dejas que los niños descubran por sí solos el material, dentro de las piezas gráficas de este proyecto, se tenía un díptico que cambiaba de rostro cada vez que lo sacabas del sobre, esa característica hizo que varios niños lo platicuen entre compañeros, no olvidemos darle ese valor agregado del cual tu prospecto hable.

Se recomienda que cuando se elaboran piezas gráficas para centros educativos, no se debería dejar de lado a los educadores, ya que en el material gráfico fácilmente podríamos agregar una sección para los docentes, comentándoles estrategias de solución de problemas, los consejos para problemas tan fuertes y arraigados como el bullying, serán tomados en cuenta.

Por último, se recomienda a los profesores, directores de instituciones educativas públicas, desarrollar un plan integral sostenible en el tiempo junto a los padres de familia, para mitigar la problemática del bullying. También es necesario apoyarse con jóvenes que realizan este tipo de investigaciones con vínculo en el diseño gráfico publicitario, ya que son iniciativas, que pueden calar sobremanera en los niños.

## VII. REFERENCIAS

- Alvarado, C. (2005) *La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos*. ( 2ª ed.) España: Universidad de Sevilla.
- Ambrose G., Harris P. (2014). *Fundamentos del diseño Gráfico*. (2ª ed.) España.
- Arias, C. (2015) *Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas*. (10a ed.) Colombia.
- Betancourt, A. et al. (2014) *Prevención del acoso escolar Bullying y Cyberbullying*. Costa Rica: Versalles S.A.
- Campomanez Ortega, R. (2017) *Relación entre un diseño de libro pop-up sobre el bullying y el conocimiento en niños de 8 a 12 años de edad en dos colegios de San Martín de Porres, Lima-2017* (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo). (Acceso el 28 de abril de 2019)
- Chirinos Paucar, M. (2016), *Relación de una campaña social sobre el bullying y el comportamiento de las alumnas de la institución educativa Rosa de Santa María, Breña, Lima 2016* (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo). Recuperada de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/868>
- Dabner D. (2018) *Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design* (6ª ed.) EE.UU.: San Diego
- Enríquez, M., Garzón, F. (2015) *El Acoso Escolar*. (10a ed.) Colombia.
- Espada, C. (2014) *El Bullying*. Recuperado de: <http://www.eduinnova.es/dic09/bullyng.pdf>
- Espinoza, A. (2015) Campaña publicitaria anti bullying y su incidencia en los estudiantes de instituciones educativas particulares y fiscales del sector urbano de la ciudad de

Riobamba durante el periodo académico 2013-2014. (Tesis de Licenciatura) Recuperada de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2038/1/UNACH-FCEHT-DS%C3%91-GRF-2015-000008.pdf>

Gómez, A. (2014) *Bullying: el poder de la violencia*. (8ª ed.). México.

González, M. (2014), Diseño de material didáctico de aprendizaje aplicado a la prevención del bullying, en niños del Colegio providencia. (Tesis de Licenciatura) Recuperada de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/1004100>

Gorostiaga, J. (2012) *La percepción como medio de desarrollo del individuo*. Recuperada de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=1126](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1126)

Guía Infantil por Matienzo Gabriela (2019) *El Bullying silencioso*. Recuperada de <https://www.guiainfantil.com/articulos/educacion/bullying/el-bullying-silencioso-cuando-un-nino-usa-la-exclusion-social-como-acoso/>

Guzmán J. (2003) *Desarrollo de Campaña Publicitaria*. México.

Hernández R., Collado C., Baptista P. (2014) *Metodología de la Investigación*. (6a ed.) México: Edamsa Impresiones.

Mendoza, A. (2014) *Hacia una definición del diseño gráfico*. México

MINEDU (2016), *Programas curriculares de la Educación Básica Regular*. Recuperado de <http://www.minedu.gob.pe/curriculo/>



ONG Internacional Bullying Sin Fronteras (Abril, 2019) *Estadísticas de Bullying en América Latina. Primer Estudio Internacional*. Recuperado de <https://bullyingsinfronteras.blogspot.com/2019/02/estadisticas-de-bullying-en-america.html>

Osorio, C. (2019) La percepción en la publicidad vs. La percepción en la psicología. Bolivia: Universidad Pontificia Bolivariana.

Quispe Ramos, M. (2018), *Diseño de un cartel sobre el bullying y la percepción en adolescentes de 1ero a 3ero de secundaria de dos I.E. Comas, Lima – 2018* (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo). (Acceso el 28 de abril de 2019)

Rosero, N. (2014) Las percepciones del bullying en las violencias escolares. (Tesis de Magister) Recuperada de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5529/1/UPS-QT03842.pdf>

Rivera, J. Arellano R., Molero V., (2014) *Conducta del Consumidor estrategias y tácticas aplicadas al marketing*. España: Esic

Sacoto, M. (2016), Diseño de una campaña para concientizar a niños cuencanos acerca del bullying. (Tesis de Licenciatura) Recuperada de [http://rraae.org.ec/Record/0010\\_b7cf7b9230d7b1cddb595845b86ddcc0/Details](http://rraae.org.ec/Record/0010_b7cf7b9230d7b1cddb595845b86ddcc0/Details)

Save the Children (2015), Pautas para profesores y profesoras ante el acoso escolar. Recuperado de <https://www.savethechildren.es/publicaciones/consejos-para-profesores-frente-al-bullying-o-acoso-escolar>

Silvana, C. (2014) Análisis del diseño gráfico en las campañas publicitarias del evento de Expo Boda (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/03/05/Avendano-Carol.pdf>

SISEVE (septiembre 2019) *Estadística Sobre violencia escolar en el Perú*. Recuperado de <http://www.siseve.pe/seccion/estadisticas>

Travezaño Zavala, A. (2017), *Infografía sobre el bullying y la percepción de los estudiantes de 3ro, 4to y 5to de secundaria de dos I.E. de Independencia, Lima, 2017*. (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo). (Acceso el 27 septiembre 2018)

UNESCO (Enero, 2017) *Reporte de la UNESCO da a conocer cifras sobre el Bullying*  
Recuperado de <https://en.unesco.org/news/new-unesco-report-school-violence-and-bullying-be-released-international-symposium-issue>

Vélez, M. y González, A. (2015) *El diseño gráfico*. España.

Vilela Villegas, C. (2017), *Diseño de una historieta sobre el bullying y la percepción visual de los estudiantes de 1ro y 2do grado de secundaria en dos instituciones educativas de Puente Piedra, Lima, 2017*. (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo). (Acceso el 28 de abril de 2019)

William, J., Michael, J., Bruce, W. (2015) *Fundamentals of Marketing* (13a. ed.) New York: McGraw-Hill Interamerican.

Zambrano, A. (2015) Campaña gráfica para disminuir la violencia y acoso en la escuela Othón Castillo Vélez. (Tesis de Ingeniería) Recuperada de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10258>

## VIII. ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE” X”						
VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS	ENUNCIADO
Campana Gráfica	<p>Es una planeación publicitaria que gira alrededor de una idea central, consta de piezas gráficas impresas, tales como: volantes, folletos (dípticos y trípticos), anuncios, afiches.</p> <p>Dentro de la campaña, El diseño gráfico es una forma de comunicación, mediante mensajes gráficos, buscando generar algún tipo de reacción.</p> <p>Vélez, M. y González, A. (2015, p.13)</p>	Diseño Gráfico	<p>La imagen es la parte esencial para atraer al espectador, por eso es necesario causar impresión. Dentro del diseño La cromática es otra parte esencial ya que produce muchas sensaciones, debería agradar tanto como armonizar en el arte. No menos importante es la tipografía debe ser legible y comprendido al instante. Una campaña gráfica está conformada por piezas como el volante; ya que es una gráfica que debe ser de contacto rápido, por eso La imagen debería transmitir información. En el afiche la imagen debe resaltar, ya que el público objetivo lo verá mientras se encuentra</p>	Imagen Vélez, M. y González, A. (2015, p.13)	La Imagen en la pieza me causa impresión.	Cuánto te impresionó la imagen.
				Cromática Vélez, M. y González, A. (2015, p.20)	El color debe agradar al receptor	Cuánto te gustó el color de fondo.
				Tipografía Vélez, M. y González, A. (2015, p.42)	La tipografía debe entenderse.	El texto en las gráficas se entiende.
		Piezas Gráficas Vélez, M. y González, A. (2015, p.13)		Las imágenes del volante transmiten información.	En las imágenes de los volantes entiendes diferentes situaciones sobre bullying	
				Afiche Vélez, M. y González, A.	La imagen debe resaltar en los afiches.	La imagen de los afiches destaca.

Bullying			en movimiento. Otra pieza importante son los dípticos son piezas gráficas que permiten un contenido más extenso de información.	(2015, p.14)		
				Dípticos Vélez, M. y González, A. (2015, p.18)	El díptico te informa de manera más completa sobre herramientas de defensa.	El Díptico te brinda información más completa sobre: Que hacer en casos de bullying.
	El bullying se puede definir como la intimidación, el abuso, el maltrato físico y psicológico de un niño o grupo de niños sobre otro u otros. Estas acciones negativas de distinta índole, pueden incluir bromas, burlas, golpes, exclusión, conductas de abuso con connotaciones sexuales y, desde luego, agresiones físicas. Gómez A. (2014, p.845)	Bullying Psicológico Gómez A. (2014, p.844)	Dentro del bullying psicológico las burlas son un tipo de ofensa que buscan ridiculizar, por algunos son vistas como algo común, mientras que la exclusión busca apartar a un individuo o a varios de un grupo o ambiente. El daño físico como los golpes son una forma de violentar y atentar contra la integridad de algún estudiante. Los Empujones son otro tipo de violencia física con el objetivo de intimidar.	Burlas Gómez A. (2014, p.853)	Se entiende como una ofensa que busca ridiculizar a otra persona.	En las Gráficas entendiste que las burlas son parte del Bullying
				Exclusión Gómez A. (2014, p.844)	Se entiende como una forma de mantenerlo apartado.	En las Gráficas reconociste que la exclusión es parte del Bullying
				Golpes Gómez A. (2014, p.865)	Se entiende como una forma de violencia.	En las Gráficas miraste que los golpes son parte del Bullying
				Empujones Gómez A. (2014, p.865)	Se entiende como agresión o intimidación.	En las Gráficas reconociste que los empujones son parte del Bullying

Fuente: Elaboración propia.

**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE” Y”**

<b>VARIABLES DE ESTUDIO</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>ENUNCIADOS</b>
Percepción	<p>La percepción es la imagen mental que se forma, mediante la experiencia. Los estímulos sensoriales pueden ser iguales, pero cada individuo percibe algo distinto, a este fenómeno se le conoce como Componentes de percepción. Pero no todo lo que se siente es percibido por eso hay un proceso de tres fases, llamado Proceso de percepción.</p> <p>Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.68)</p>	<p>Proceso de percepción Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.75)</p>	<p>La percepción consta de un proceso con diferentes etapas la selección, el individuo procesa la información, se obtiene un mensaje, para luego dar como resultado una reacción. La organización clasifica asignándole una concepción. En la última fase la interpretación le da un contenido (Entendimiento) a los estímulos previamente seleccionados y</p>	<p>Selección Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.75)</p>	<p>Se procesa información para dar como resultado una reacción.</p>	<p>La campaña me pareció interesante logrando captar mi atención.</p>
				<p>Organización Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.83)</p>	<p>Los individuos clasifican de manera rápida, asignándole una concepción.</p>	<p>Después de ver los dípticos, volantes y afiches pienso que puedo prevenir y contrarrestar el bullying</p>
				<p>Interpretación Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.90)</p>	<p>Se entiende gracias a estímulos.</p>	<p>Logré entender y comprender que no debo practicar el bullying</p>

		Componentes de la percepción Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.70)	organizados. Uno de los componentes es la experiencia, ya que una asociación positiva entre estímulo y experiencia tendrá una buena respuesta. Tenemos como segundo componente a la sensación esta se transforma en percepción cuando genera algún significado para el sujeto.	Experiencia Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.73)	Asocia la imagen a algún contexto cotidiano.	Las imágenes que veo en la campaña se asocian a alguna situación vivida.
			Sensación Rivera J., Arellano R., Molero V., (2014, p.71)	Impresión que Genera algún significado para el individuo.	La campaña sobre el Bullying, me generó algún significado de preocupación, brindándome herramientas para contrarrestar el bullying.	

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 2.** Matriz de consistencia.

Título: Campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima, 2019

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Dimensiones e indicadores	Metodología
<p><b>General:</b> ¿Qué relación existe entre una Campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador- Lima 2019?</p> <p><b>Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué relación existe entre el diseño gráfico y la percepción en alumnos de primaria de</li> </ul>	<p><b>General:</b> Determinar qué relación existe entre la campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la relación existente entre el diseño gráfico y la percepción en alumnos de primaria</li> </ul>	<p><b>General:</b> <b>H<sub>1</sub>:</b> Si existe relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019. <b>H<sub>0</sub>:</b> No existe relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019. <b>H<sub>a</sub>:</b> Existe mediana relación significativa entre una campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de</p>	<p><b>1). Diseño Gráfico</b> 1.1. Imagen 1.2. Cromática 1.3. Tipografía</p> <p><b>2). Piezas Gráficas</b> 2.1. Volante 2.2. Afiche 2.3. Dípticos</p> <p><b>3). Bullying Psicológico</b> 3.1. Burlas 3.2. Exclusión</p> <p><b>4). Bullying Físico</b> 4.1. Golpes 4.2. Empujones</p> <p><b>5). Proceso de percepción</b></p>	<p><b>Diseño de investigación:</b> No experimental</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Aplicada</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Correlacional</p>

<p>dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué relación existe entre las piezas gráficas sobre el bullying y la percepción en alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019?</li> <li>• ¿Qué relación existe entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019?</li> <li>• ¿Qué relación existe entre el bullying físico y</li> </ul>	<p>de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la relación existente entre las piezas gráficas sobre el bullying y la percepción en alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</li> <li>• Determinar la relación existente entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</li> <li>• Determinar la relación existente entre el bullying físico y la</li> </ul>	<p>alumnos de primaria de dos I.E. Villa el Salvador, Lima, 2019.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>H<sub>1</sub>:</b> Si existe relación significativa entre el Diseño gráfico y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</li> <li>• <b>H<sub>0</sub>:</b> No existe relación significativa entre la Diseño Gráfico y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</li> <li>• <b>H<sub>a</sub>:</b> Existe mediana relación significativa entre el Diseño gráfico y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</li> <li>• <b>H<sub>2</sub>:</b> Si existe relación significativa entre las piezas gráficas y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el</li> </ul>	<p>5.1. Selección 5.2. Organización 5.3. Interpretación</p> <p><b>6). Componentes de la percepción</b></p> <p>6.1. Experiencia 6.2. Sensación</p>	
---	---	--	---	--



<p>la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019?</p>	<p>percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</p>	<p>Salvador - Lima 2019.</p> <p><b>H<sub>0</sub>:</b> No existe relación significativa entre las piezas gráficas y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</p> <p><b>H<sub>a</sub>:</b> Existe mediana relación significativa entre las piezas gráficas y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>H<sub>3</sub>:</b> Si existe relación significativa entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</li> </ul> <p><b>H<sub>0</sub>:</b> No existe relación significativa entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</p> <p><b>H<sub>a</sub>:</b> Existe mediana relación significativa entre el bullying psicológico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</p>		
---	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>H<sub>4</sub>:</b> Si existe relación significativa entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</li> </ul> <p><b>H<sub>0</sub>:</b> No existe relación significativa entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</p> <p><b>H<sub>a</sub>:</b> Existe mediana relación significativa entre el bullying físico y la percepción de los alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima 2019.</p>		
--	--	---	--	--

Fuente: Elaboración propia.

### Anexo 3. Encuesta

Escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial



#### Campaña gráfica sobre el Bullying

Nombres y apellidos: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

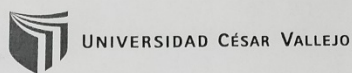
Grado y sección: \_\_\_\_\_

Sexo: M F

Estimados alumnos, esperamos su colaboración, respondiendo con sinceridad el presente cuestionario. Lea usted con atención y conteste a las preguntas, encerrando en un  o una  tu respuesta. Teniendo en cuenta que 5 es la escala más alta y la 1 la más baja.

	5 COMPLETAMENTE 😊	4 ACEPTABLEMENTE 😊	3 REGULAR 😐	2 POCO 😞	1 NADA 😡
1. ¿Cuánto te impresionó la imagen? Siendo 5 la escala más alta, 1 la más baja.					
2. ¿Cuánto te gustó el color de fondo? Siendo 5 la escala más alta, 1 la más baja.					
3. ¿El texto en las gráficas se entiende? Siendo 5 la escala más alta, 1 la más baja.					
4. ¿En las imágenes de los volantes entiendes diferentes situaciones sobre bullying?					
5. ¿La imagen de los afiches destaca? Siendo 5 la escala más alta, 1 la más baja.					
6. El Díptico te brinda información más completa sobre: ¿Qué hacer en casos de bullying?					
7. ¿En las Gráficas entendiste que las burlas son parte del Bullying?					
8. ¿En las Gráficas reconociste que la exclusión es parte del Bullying?					
9. ¿En las Gráficas miraste que los golpes son parte del Bullying?					
10. ¿En las Gráficas reconociste que los empujones son parte del Bullying?					
11. La campaña me pareció interesante ¿logrando captar mi atención?					
12. ¿Después de ver los dípticos, volantes y afiches pienso que puedo prevenir y contrarrestar el bullying?					
13. ¿Logré entender y comprender que no debo practicar el bullying?					
14. ¿Las imágenes que veo en la campaña se asocian a alguna situación vivida?					
15. ¿La campaña sobre el Bullying, me generó algún significado de preocupación, brindándome herramientas para contrarrestar el bullying?					

## Anexo 4. Carta de Presentación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARGO

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

CARTA-004-2019-ADGE/LIMA-NORTE

ESCUELA PROFESIONAL DE  
ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Lima, 11 de abril de 2019

Señora  
**MATILDE RITUAY TAFUR**  
Directora del Colegio  
**COLEGIO FE Y ALEGRÍA N° 17**  
Av. Revolución sector 3 Grupo 15 s/n - Villa El Salvador  
Presente.

De mi consideración:

Por medio de la presente permitame saludarla cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; quien actualmente se encuentra matriculado en el X ciclo (semestre 2019-I) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	PEREIRA VEGA, JAVIER JHONATHAN	47411887

En el marco de la agenda académica, el estudiante en mención solicita permiso para realizar una encuesta en su institución educativa para su 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,



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

Lima Norte Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel. :(+511) 202 4342 Fax. :(+511) 202 4343  
Lima Este Av. Del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel.:(+511) 200 9030 Anx.: 2510  
Ate Carretera Central Km. 8.2 Tel.:(+511) 200 9030 Anx.: 8184  
Callao Av. Argentina 1795 Tel.:(+511) 202 4342 Anx.2650



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARGO

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

CARTA-005-2019-ADGE/LIMA-NORTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Lima, 11 de abril de 2019

Señor  
**MARCELINO PRUDENCIO**  
Director del Colegio  
INSTITUCIÓN EDUCATIVA N° 6066 - VILLA EL SALVADOR  
Av. Revolución sector 3 Grupo 15 s/n - Villa El Salvador  
Presente -

De mi consideración:

Por medio de la presente permitame saludarlo cordialmente y a la vez presentarle a nuestro estudiante; quien actualmente se encuentra matriculado en el X ciclo (semestre 2019-I) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	PEREIRA VEGA, JAVIER JHONATHAN	47411887

En el marco de la agenda académica, el estudiante en mención solicita permiso para realizar una encuesta en su institución educativa para su 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,



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

Lima Norte Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel. :(+511) 202 4342 Fax. :(+511) 202 4343  
Lima Este Av. Del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel.:(+511) 200 9030 Anx.: 2510  
Ate Carretera Central Km. 8.2 Tel.:(+511) 200 9030 Anx.: 8184

**Anexo 5. Tabla de evaluación de expertos**

 **UCV**  
UNIVERSIDAD  
CESAR VALLEJO

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: APAZA QUISPE JUAN

Título y/o Grado:  
Ph. D... ( ) Doctor...  Magister... ( ) Licenciado... ( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: UCV LIMA NORTE

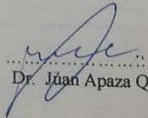
Fecha: 16.04.19

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

CAMPANA GRÁFICA SOBRE EL BULLYING y la percepción de alumnos dominantes de una I.E., UTA SÁNCHEZ-UMA, 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		
SUGERENCIAS:		TOTAL		
		<u>10</u>		<u>1</u>

Firma del experto:   
Dr. Juan Apaza Quispe





### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: *Melchor Agüero Liliann*

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: *UCV*

Fecha: *11.04.2019*

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

*COMPARACIÓN ENTRE EL DISEÑO Y LA PERCEPCIÓN DE ALUMNOS DE PRIMARIA DE UNA I.E. VILLA CESAR VALLEJO - UCV, 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		<i>10</i>	<i>01</i>	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

*Liliann Melchor A.*



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: *Jessica Mansol Rodarte Santos*

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: *Universidad César Vallejo*

Fecha: *22.04.19*

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

*CAMPAÑA CAMPESINA SOBRE EL ALUJINGO (percepción de alumnos deprimidos de una I.E., DISTRITO DE SALVADOR - LIMA, 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:

*Falta utilizar definiciones que contribuyan a los ítems y enunciados, dichas definiciones están en el marco teórico varias veces y otras no*

Firma del experto: \_\_\_\_\_



## Anexo 6. Briefing

**¡NO DEJES QUE TE  
CAMBIEN LA CARA!**

–BRIEFING–

### CAMPAÑA "No dejes que te cambien la cara"

- ¿Cuál es su marca? (Nombre) ¿Rubro?

"No estás solo", es una ONG en contra del bullying.

- ¿Qué realiza? (En que se especializa)

Realizamos campañas gráficas sociales, buscamos ayudar a niños y/o adolescentes que atraviesan duras etapas escolares cuando no deberían serlo. Un niño debe gozar, no sentirse maltratado en una etapa tan linda como la del colegio.

- ¿Dónde está ubicada? (Lugar, detalles)

Av. Brasil 111 , Pueblo Libre , Somos una ONG Peruana , formada por peruanos y extranjeros.

- ¿Cuál es su Posicionamiento? (Ventaja Diferencial, de otras entidades y/o marcas, Como lo reconoce el prospecto.)

Nuestro posicionamiento como ONG, es que ayudamos a niños con la calidad humana que ellos necesitan, somos una ONG muy mediática que busca valerse de distintos medios publicitarios, entre ellos prensa gráfica y redes sociales.

- ¿Cuáles son sus objetivos o metas de su ONG? ¿Cuál es el nombre de su campaña? (De la marca con la que trabajaremos)

Ofrecer lo mejor de lo nuestro, transmitiendo conocimientos. Para que los demás conozcan sobre el bullying y como combatirlo. Tratando de mitigarlo en todo el Perú. Posicionar nuestra ONG como una de las más sólidas.

- ¿Cuáles son sus fortalezas y/o debilidades?

Fortalezas  
Personal profesional  
Atención de calidad  
Excelentes Campañas sociales  
Debilidades  
Una ONG relativamente nueva

**¡NO DEJES QUE TE  
CAMBIEN LA CARA!**

- **Si tu marca fuera una Persona ¿Cómo sería? (¿Qué edad tendría?, ¿qué personalidad tendría?, ¿Cuál sería su estilo de vida?, Etc.)**

Sería un niño de 10 años, muy sociable. Siempre que ve algún problema entre amigos, los ayuda, y les da consejos. Cuando ve situaciones de bullying, nunca se queda callado y habla con alguna autoridad, o persona de confianza. Siempre busca solucionar estos tipos de problemas. No tiene un estilo de vida ostentoso, pero si es muy estilizado y le gusta las cosas armoniosas y bien planteadas.

- **¿Cuál es tu Target Group (Público Objetivo - Edad, Nivel Socio económico, Estilo de vida)?**

Nuestro prospecto son niños, niñas y adolescentes entre 9 a 16 años de edad. Solo en temas de campaña si solemos disminuir el rango, para ser más efectivos y calar más rápido en la sociedad. El nivel socioeconómico no importa mucho en el tema de campañas sociales, ya que el bullying, sucede en todo tipo de ámbito. En esta campaña nos enfocaremos en colegios del estado.

- **¿Como ONG, trabajan con alguna entidad?**

Trabajamos de la mano con el ministerio de educación del Perú. Desde luego ellos nos comparten una plataforma para reportar casos de bullying. <http://www.sise-ve.pe/>

- **¿Qué busca lograr con esta campaña?**

Con esta campaña buscamos centrarnos en un rango de edad más pequeño para tratar ser más directos. Es importante empoderar al niño, hacer que este reconozca sus herramientas de ayuda, él no se encuentra sólo nos tiene a nosotros como ONG, y a su contexto social. Siempre están los profesores para poder ejercer su rol de autoridad, o los padres que también tienen un rol importante en este tipo de problemas. Las víctimas de bullying por lo general piensan que se encuentran solas, pero no es así. Las víctimas tienen distintas formas de poder solucionar este problema, y nosotros le ayudaremos a que las conozcan. También buscamos reforzar conocimientos, ya que según la malla curricular del ministerio de educación los niños deben recibir una clase sobre el bullying en 5to y 6to de primaria. Pero esto no es suficiente necesitan charlas acompañadas de este tipo de iniciativas como campañas gráficas que ayudarán a concientizar y adquirir una percepción significativa, para ayudar a muchos chicos que atraviesan este problema, todos juntos de mano de nuestros amigos, profesores, padres, decimos: "No dejes que te cambien la cara".

Anexo 7. Primer Boceto.



Anexo 8. Piezas Gráficas.



ONG  
no estás solo

PERDEDOR

RETRASADO

MUERETE

**¡NO DEJES QUE TE  
CAMBIEN LA CARA!**

Pon un límite a los comportamientos irrespetuosos, y  
acude a una persona de confianza.





ONG  
no estás solo



¡NO DEJES QUE TE  
CAMBIEN LA CARA!

Si eres víctima de bullying, debes acudir a una persona de confianza y tratar el problema inmediatamente.



 ONG  
no estás solo

**¡NO DEJES QUE TE  
CAMBIEN LA CARA!**

Si eres víctima de bullying, debes acudir a una persona de confianza y tratar el problema inmediatamente.



**¡NO DEJES QUE TE  
CAMBIEN LA CARA!**



Si alguna mala conducta ocurre mientras el profesor no está, trata de usar una grabadora bajo la camisa, para luego usarlo como prueba.

 **ONG**  
**no estás solo**

**¡NO DEJES QUE TE  
CAMBIEN LA CARA!**



Rompe el silencio y cuéntaselo a tus padres, para que puedan comunicarlo al colegio por escrito.

 **ONG**  
**no estás solo**

## ¿QUÉ HACER ANTE EL BULLYING?

Si un compañero o compañera te hace daño con frecuencia y durante un cierto tiempo:

- Es posible que te sientas triste, temeroso, avergonzado y culpable, porque sufres una situación injusta.
- No guardes el secreto. Si hay algo que te hace daño, no te lo calles. Hablarlo no es chivarse, es exigir el respeto que todos merecemos.
- Cuéntalo a tus padres o algún adulto de confianza. Es importante que lo cuentes en el colegio.
- Procura no estar solo y evita situaciones o lugares que puedan ser arriesgados.
- No respondas de la misma manera, es decir, agrediendo.
- En el momento en el que te hacen daño crea un escudo imaginario a tu alrededor que te proteja. Todo lo que te están diciendo rebota como una pelota. Respira, piensa que eres fuerte.
- Todos tenemos derecho a ser protegidos contra cualquier forma de violencia y a ser tratados con respeto.

Recuerda que también puedes:

Reportar un caso de bullying, para eso necesitas registrarte, de esta manera evitaremos casos falsos, si puedes hacer con la ayuda de un adulto o tu hermano mayor.

Sólo necesitas ingresar a la siguiente dirección:

[www.alsolve.pe](http://www.alsolve.pe)



Pautas para alumnos y alumnas ante el Acoso Escolar

# BULLYING

ONG  
NO estás solo

## ¿QUÉ ES BULLYING?

El acoso escolar o bullying consiste en hacer daño a un compañero o compañera de forma intencionada y repetida, utilizando cualquiera de las siguientes formas de agresión:



### Verbales

Poner mote, tomar el pelo, amenazar, hacer burlas, hablar mal de otros, insultar, despreciar, provocar, amenazar.



### Sexuales

Molestar, hacer tocamientos sin consentimiento, hacer burlas del cuerpo, la intimidad o la orientación sexual de otro.



### Físicas

Dar un empujón, dar una patada a otro, arrojar cosas, quitar, romper o esconder las pertenencias de alguien, hacer muecas o gestos de desprecio.



### Sociales

Excluir a alguien de alguna reunión o de alguna forma, difundir rumores, aislar, ignorar, humillar, extorsionar.

Fuente: [savethechildren.es/acoso-escolar](http://savethechildren.es/acoso-escolar)

## ¿QUÉ HACER ANTE EL BULLYING?



Si observas que un compañero o compañera acosa a otro niño o niña:

- Puede que sientas miedo o rechazo ante esa situación, pero actúa.
- Si ves que tú solo no puedes ponerle freno y que no es lo más conveniente: **pide ayuda a un adulto**. Esto no es "delatar", es ser solidario con quien lo necesita.
- Apoya al compañero o compañera que está siendo acosado. Nadie merece que lo traten mal.

Si agredes a algún compañero o compañera:

- Pregúntate: "¿Qué es lo que me sucede?, ¿por qué me hace gracia o me siento más fuerte cuando molesto a otras personas?".
- Piensa cómo se debe sentir la persona a la que le estás haciendo daño.
- Habla de lo que te sucede con algún adulto. Alguien que te escuche y te ayude.
- Controla tus emociones para que éstas no te controlen a ti. La violencia no es una buena manera de responder.

Fuente: [savethechildren.es/acoso-escolar](http://savethechildren.es/acoso-escolar)



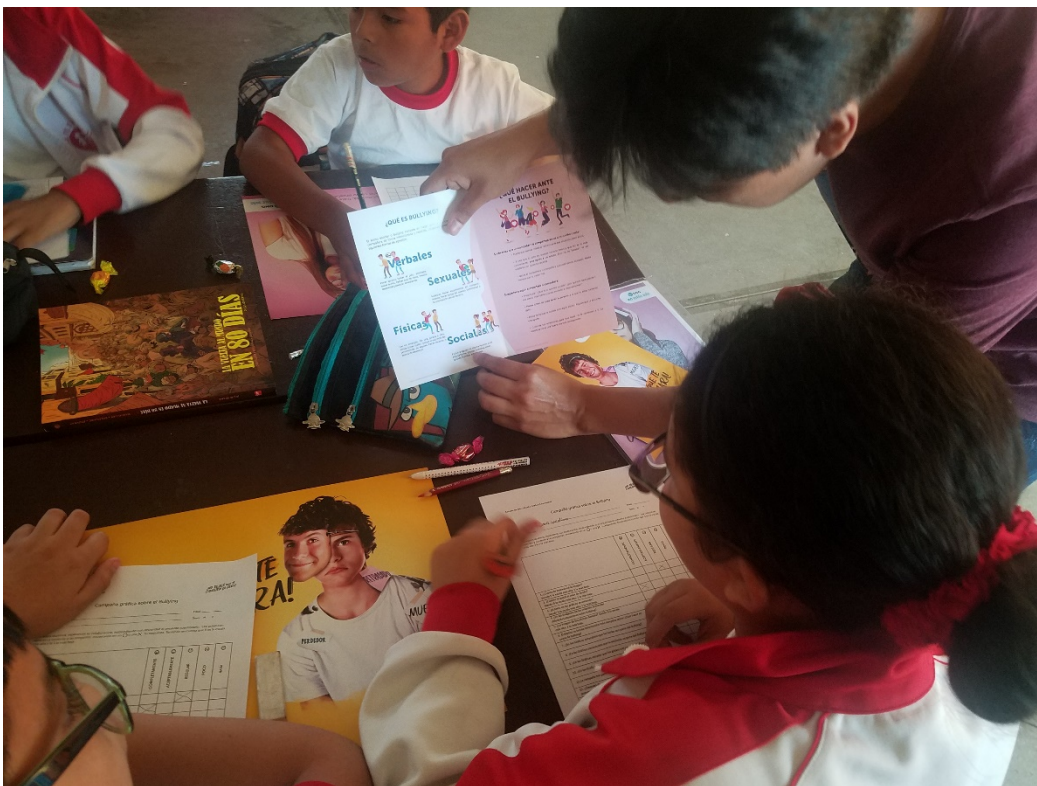
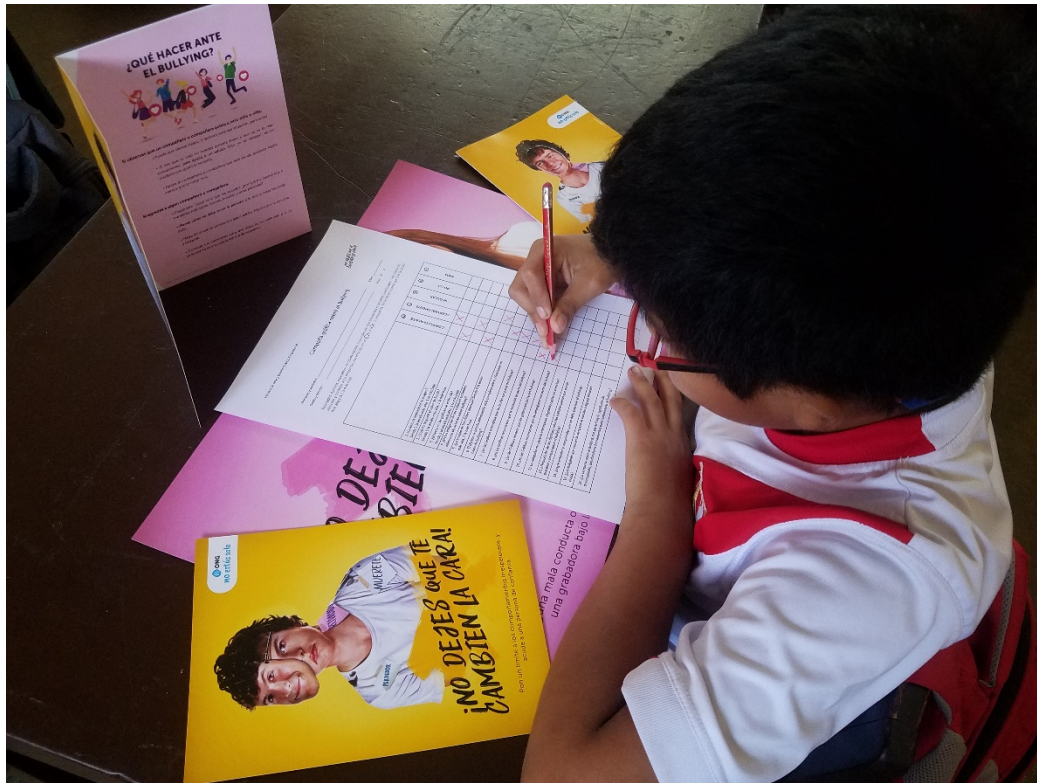
Anexo 9. Registro Fotográfico de Charla en el Colegio











## Anexo 10. Prueba de Turnitin

The screenshot shows the Turnitin Feedback Studio interface. The main document area displays a document titled "Campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima, 2019". The document is from the Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela Académica Profesional de Arte y Diseño Gráfico Empresarial. The author is Javier Ibarra Pereira Vega. The document is for a thesis titled "TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL". The similarity report on the right shows a 21% match. The sources listed are:

Rank	Source	Match %
1	Entregado a Universidad...	14 %
2	repositorio.ucv.edu.pe	3 %
3	biblio3.luf.edu.gt	1 %
4	Entregado a CONACYT	<1 %
5	repositorio.unh.edu.pe	<1 %
6	repositorio.ug.edu.ec	<1 %
7	es.slideshare.net	<1 %
8	repository.ut.edu.co	<1 %
9	docs.com	<1 %

Entregar: Carga de archivo individual

PASO ● ● ●

Felicidades, se ha completado tu entrega. Este es tu recibo digital. Puedes imprimir una copia desde el Visualizador de documentos.

« Página 1 »

**Autor:**  
Javier Pereira

**Título del ejercicio:**  
Primera entrega

**Título de la entrega:**  
Campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima, 2019

**Nombre del archivo:**  
Proyecto\_v13\_FormatoSoloTurnitin.docx

**Tamaño del archivo:**  
848.89K

**Total páginas:**  
62

**Total de palabras:**  
15656

**Total de caracteres:**  
82689

**Fecha de entrega:**  
25-jun.-2019 10:39p. m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:**  
1147125608



### **Anexo 11. Recursos y presupuesto**

Para la consumación de mi tesis se realiza una lista con el presupuesto de los gastos emitidos, donde detallo los recursos usados durante todo el intervalo de tiempo que duró este proyecto de investigación.


<b>Cuantificador MEF</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
50.20.0004.0001	Anillados	6	S/. 90
71.06.0005.0016	Folders	2	S/.6
71.72.0005.0227	Papel Hoja Bond A4	4 paquetes de Medio Millar	S/.40
54.11.0001.0014	Libro de Metodología de investigación	1	S/. 30
50.01.0005.1552	1era Impresión de Prototipos de Gráficas	30 piezas	S/.50
50.01.0005.1552	2da Impresión de Piezas Gráficas Finales	300 piezas	S/. 500
90.10.0006.0016	Pasajes en Movilidad	12 viajes	S/.15
04.01.0001.0038	Refrigerios	4 almuerzos	S/.40

Fuente: Elaboración propia.

### **Anexo 12. Financiamiento**

El desarrollo de este proyecto no cuenta con auspiciadores, por lo tanto, los recursos usados en su totalidad son aportados por el investigado.

### Anexo 13. Acta de aprobación de originalidad de tesis

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 30
--	--	--

Yo, *Cornejo Guerrero Miguel Antonio*, docente de la Facultad Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad César Vallejo Campus Los Olivos, revisor de la tesis titulada

"CAMPAÑA GRÁFICA SOBRE EL BULLYING Y LA PERCEPCIÓN DE ALUMNOS DE PRIMARIA DE DOS I.E., VILLA EL SALVADOR - LIMA, 2019"

Del estudiante PEREIRA VEGA, JAVIER JHONATHAN constato que la investigación tiene un índice de similitud de 2.1...% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 01 de julio de 2019



*Miguel Cornejo*  
Ph.D Cornejo Guerrero Miguel Antonio  
DNI: 06538026


Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



Anexo 14. Pantallazo Turnitin firmado

Feedback Studio - Google Chrome  
 https://www.turnitin.com/.../feedback-studio...  
 feedback studio

Campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de los EE. UU. el febrero - Lima, 2019



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Campaña gráfica sobre el bullying y la percepción de alumnos de primaria de los EE. UU. el febrero - Lima, 2019


**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
 Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

**AUTOR:**  
 Iván Domínguez Paredes Vique  
 D.L. 01010341000000000000000000000000

**ASESOR:**  
 Miguel Antonio Cárdena Guerrero, Ph.D.  
 I.C. 00000000000000000000000000000000

**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



Resumen de coincidencias

21 %

Ver fuentes en inglés (Español)

Id	Descripción	Porcentaje
1	Entrenado a Universitario	14 %
2	Expositor de arte y diseño gráfico	3 %
3	Arte y diseño gráfico	1 %
4	Entrenado a Universitario	<1 %
5	Expositor de arte y diseño gráfico	<1 %
6	Entrenado a Universitario	<1 %
7	Expositor de arte y diseño gráfico	<1 %
8	Entrenado a Universitario	<1 %
9	Expositor de arte y diseño gráfico	<1 %
10	Entrenado a Universitario	<1 %
11	Expositor de arte y diseño gráfico	<1 %

11 documentos con coincidencias

Página 1 de 62    Número de palabras: 15944

**Anexo 15.** Formulario de autorización de publicación de tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Javier Jhonathan Pereira Vega  
D.N.I. : 47411887  
Domicilio : Urb. Pachacamac Barrio 1 Mz.L Lote 12  
Teléfono : Fijo : 2936092 Móvil : 958048647  
E-mail : pereiravegadesign@gmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias de la Comunicación  
Escuela : Arte & Diseño Gráfico Empresarial  
Carrera : Arte & Diseño Gráfico Empresarial  
Título : Licenciado Arte & Diseño Gráfico Empresarial

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....  
Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Javier Jhonathan Pereira Vega

Título de la tesis:

Campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima, 2019

Año de publicación : 2020

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Sí autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : .....

Fecha : 11/02/2020



**Anexo 16. Autorización de la versión final**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA DE ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL.

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

PEREIRA VEGA JAVIER JHONATHAN

INFORME TÍTULADO:

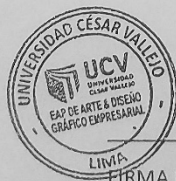
CAMPAÑA GRÁFICA SOBRE EL BULLYING Y LA PERCEPCIÓN DE ALUMNOS DE PRIMARIA DE DOS I.E., VILLA EL SALVADOR - LIMA, 2019

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

SUSTENTADO EN FECHA: 01-07-2019

NOTA O MENCIÓN: 15



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN