



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO
GRÁFICO EMPRESARIAL**

Libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de
5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTORA:

Br. Andrea Jazmín Janampa Huerta

ASESOR:

Dr. Juan Apaza Quispe

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

2018

PÁGINA DEL JURADO

DEDICATORIA

A la mujer más importante en mi vida, mi madre. Por estar siempre conmigo, por brindarme una educación y motivarme cada día a conseguir todo lo que me propongo.

¡Gracias mamá por tu paciencia, tus consejos y amor infinito!

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia, por estar conmigo en los momentos difíciles, cuando creí que no lo lograría. A mi hermana por no dudar en ofrecerme la mano para lo que sea.

A los profesores, que me dedicaron su tiempo y me guiaron en esta investigación. A mis amigos Kelly y los plasmitos, por su apoyo, por creer en mí y darme palabras de aliento.

¡Muchísimas gracias a todos, los quiero demasiado!

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Andrea Jazmín Janampa Huerta con DNI N° 73033384, 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, 5 de Diciembre del 2018



Andrea Jazmín Janampa Huerta

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.”, 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.

Andrea Jazmín Janampa Huerta

ÍNDICE

Carátula.....	i
Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Índice de tablas.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad Problemática.....	13
1.2. Trabajos Previos.....	14
1.3. Teorías Relacionadas al tema.....	17
1.4. Formulación del problema.....	26
1.5. Justificación del estudio.....	26
1.6. Hipótesis.....	27
1.6.1. Hipótesis General.....	27
1.6.2. Hipótesis Específicos.....	27
1.7. Objetivos.....	28
1.7.1 Objetivo General.....	28
1.7.2 Objetivos Específicos.....	28
II. MÉTODO.....	29
2.1. Diseño de Investigación.....	30
2.2. Variables y Operacionalización.....	30
2.3. Población y muestra	33
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad...35	
2.5. Métodos de Análisis de datos.....	36
2.6. Aspectos Éticos.....	49

III. RESULTADOS.....	50
IV. DISCUSIÓN.....	53
V. CONCLUSIONES.....	57
VI. RECOMENDACIONES.....	60
REFERENCIAS.....	62
ANEXOS.....	66
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	67
Anexo 2: Matriz de operacionalización.....	69
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos.....	72
Anexo 4: Validación de expertos.....	73
Anexo 5: Permiso de las I.E.....	76
Anexo 6: SPSS vista de variables.....	79
Anexo 7: Brief.....	82
Anexo 8: Registro de campo.....	90
Anexo 9: Cronograma de Actividades.....	93
Anexo 10: Presupuesto del Proyecto.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Operacionalización de Variables.....	31
Tabla 02: Estadísticas de fiabilidad.....	36
Tabla 03: Frecuencia del indicador Cubierta.....	37
Tabla 04: Frecuencia del indicador Formato.....	37
Tabla 05: Frecuencia del indicador Tipografía.....	38
Tabla 06: Frecuencia del indicador Imágenes.....	38
Tabla 07: Frecuencia del indicador Diferencias físicas.....	39
Tabla 08: Frecuencia del indicador Diferencias biológicas.....	40
Tabla 09: Frecuencia del indicador Roles sociales.....	40
Tabla 10: Frecuencia del indicador Orientación.....	41
Tabla 11: Frecuencia del indicador Color.....	42
Tabla 12: Frecuencia del indicador Figura y fondo.....	42
Tabla 13: Frecuencia del indicador Profundidad.....	43
Tabla 14: Frecuencia del indicador Dirección.....	44
Tabla 15: Frecuencia del indicador Velocidad.....	44
Tabla 16: Pruebas de chi cuadrado entre las variables Libro pop-up sobre los estereotipos de género y Percepción Visual.....	45
Tabla 17: Pruebas de chi cuadrado entre la variable Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la dimensión Percepción de la forma.	46
Tabla 18: Pruebas de chi cuadrado entre la variable Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la dimensión Percepción del espacio.	47
Tabla 19: Pruebas de chi cuadrado entre la variable Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la dimensión Percepción del movimiento.....	48

RESUMEN

La presente investigación busca determinar la relación entre un Libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. Por lo cual se diseñó un libro pop-up que retrata los principales estereotipos de género en la infancia.

En este proyecto de investigación se trabajó con dos variables de estudio: Libro pop-up sobre estereotipos de género y Percepción visual. En cuanto a la metodología esta es de enfoque cuantitativo – correlacional, diseño no experimental. Tuvo como población finita a una muestra de 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios ubicados en el distrito de Ate. Se aplicó como instrumento de recolección de datos un cuestionario de 13 ítems con 5 alternativas en la escala de Likert, válido por tres expertos. A su vez, se realizó un análisis estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad del instrumento, cuyo valor fue 0.698, lo que determinó que el instrumento tuvo un nivel de confiabilidad regular.

Los datos recolectados pasaron por el programa estadístico IBM SPSS Statistics 23.0, obteniendo en los resultados un valor de significancia de 0.000 menor a 0.05, por lo que se aceptó la hipótesis de investigación, lo que demuestra que si existe relación entre la variable libro pop-up sobre los estereotipos de género y la percepción visual.

Palabras claves: Libro, libro pop-up, estereotipos, género, percepción visual.

ABSTRACT

This research seeks to determine the relationship between a pop-up book on gender stereotypes and visual perception in 5th and 6th grade students in three schools of Ate, Lima 2018. For this purpose, a pop-up book was designed that portrays the main gender stereotypes in childhood.

In this research project we worked with two study variables: Pop-up book on gender stereotypes and visual perception. In terms of methodology, this is a quantitative approach - correlational, non-experimental design. It had as a finite population a sample of 273 5th and 6th grade primary school students from three schools located in the district of Ate. A questionnaire of 13 items with 5 alternatives on the Likert scale, valid by three experts, was applied as a data collection instrument. In turn, a Cronbach's Alpha reliability statistical analysis was performed to measure the reliability of the instrument, whose value was 0.698, which determined that the instrument had a level of regular reliability.

The data collected went through the statistical program IBM SPSS Statistics 23.0, obtaining in the results a significance value of 0.000 less than 0.05, for which the research hypothesis was accepted, which shows that if there is a relationship between the variable book pop-up on gender stereotypes and visual perception.

Keywords: Book, pop-up book, stereotypes, gender, visual perception.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Los estereotipos de género en la actualidad son un problema universal que surge, y se impone a una edad muy temprana del individuo, diciéndole qué puede y qué no puede hacer, además de cómo debe comportarse según su sexo biológico. Por ejemplo, ya desde la época prehistórica tenemos precedentes de cómo se impartieron los roles de género en las civilizaciones sedentarias, donde el hombre primitivo se encargaba de la caza y la mujer se ocupaba de la cosecha de toda clase de alimentos y la descendencia. Sin embargo estos roles y estereotipos han ido cambiando y amoldándose a través del tiempo, dependiendo de la época y contexto histórico, hasta la actualidad.

Según estudios realizados en el 2017 a 15 países por la Organización Mundial de la Salud y la Universidad de John Hopkins ubicada en Baltimore, Estados Unidos, se concluyó que los estereotipos impuestos por el entorno social, pueden ser muy perjudiciales cuando el individuo comienza la adolescencia. Teniendo como consecuencias la baja autoestima, bullying, embarazos prematuros, etc. Por tal motivo los expertos recomiendan prestar una mayor importancia y trabajar con igualdad de género en la etapa de la niñez y pre adolescencia.

Si bien hubo un gran avance en temas de igualdad de género en estos últimos años en lo que respecta a América Latina, la imagen estereotipada en hombres y mujeres en los medios de comunicación sigue siendo un problema latente, pues se demanda en la mujer belleza, y buenos atributos físicos, en cuanto a los hombres se les atribuye inteligencia y simpatía, por otro lado expertos aseguran que los estereotipos son perjudiciales en la salud de los hombres, sobre todo en Latinoamérica, pues se muestran incómodos y niegan a realizarse exámenes médicos de próstata, y otras afecciones en cuanto a enfermedades de transmisión sexual, dejándose llevar por prejuicios en torno a la virilidad.

Nuestra sociedad peruana actual no es la excepción en cuanto a este tipo de problemas, pues existen muchos prejuicios relacionados al género y la sexualidad, donde tanto mujeres como hombres se ven afectados. Pero este problema nace y se fomenta principalmente en las aulas de clase, donde desde muy temprana edad los maestros normalizan estos estereotipos de género, interiorizando conceptos de feminidad y masculinidad. Podemos resaltar también que en nuestro país existe una gran escasez de material didáctico-informativo acerca de estos temas relacionados al género en las

instituciones educativas, pues estas no cuentan con suficiente apoyo económico del estado para invertir en libros que permitan a los estudiantes aprender de una manera divertida.

Una opción dentro del diseño editorial que ha sabido ganarse un lugar en los últimos años fomentando la lectura de manera dinámica entre los niños es el libro pop-up. Las primeras documentaciones de estos libros surgen en el siglo XIII, y a diferencia de ahora estos iban principalmente dirigidos hacia un público mayor, tratando temas culturales de anatomía, ciencia y astrología. Pero no es hasta mediados del siglo XVIII cuando esta técnica optó por centrarse en la literatura infantil. De esta manera los libros pop-up han evolucionado con el paso del tiempo, optando hoy en día por un enfoque más educativo, ocupando temas complejos de una manera dinámica y sutil, para que los más pequeños puedan percibir y asimilar de mejor manera lo que se les plantea.

Por tal motivo con esta investigación se pretende determinar cuál es la relación entre un libro pop-up sobre los estereotipos de género y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de 3 colegios de Ate, Lima 2018. De tal modo se tendrá como resultado un producto editorial con técnica pop-up, que contribuya a la sociedad, invitando a los niños a percibir visualmente e informarse acerca de los estereotipos de género que prevalecen en nuestra sociedad actual. Además se busca incentivarlos a no seguir los roles de género, rompiendo de raíz estos conceptos de feminidad y masculinidad que se han venido formando desde casa, y que solo aluden al sexismo y la desigualdad.

1.2. Trabajos Previos

Palacios, M. (2010) en su trabajo para obtener su Licenciatura en Diseño Gráfico e Industrial “Elaboración de libros, aplicando la técnica Pop-Up, y de ilustración dirigido a niños de 10 – 12 años sobre la fauna y la leyenda de las islas Galápagos, con el fin de incentivar a los niños con la lectura y conocimiento de las islas”, Universidad de las Américas, Ecuador. El tipo de investigación fue de metodología cualitativa y cuantitativa, con un diseño no experimental y un enfoque mixto. El instrumento de recolección de datos fue el de una encuesta, que fue llevada a cabo en una muestra de 400 niños entre 10 – 12 años, residentes de la ciudad de Quito. Concluyó en que el empleo de los libros pop-up contribuye en el aprendizaje, entretenimiento y lectura, ya que permite la interactividad y facilita la comprensión del tema. A su vez concluyó que a pesar de estar en una era

tecnológica, el libro nunca dejará de ser un instrumento de aprendizaje necesario para el desarrollo humano de nuestra sociedad.

Moreno, J. y Muso, M. (2016) en su proyecto de investigación previo a la obtención del título de ingenieros en Diseño Gráfico Computarizado. “Elaboración de un libro ilustrado en Pop Up de la fiesta popular de la Virgen de las Mercedes, para su difusión en los niños de tercer grado de educación básica de la unidad Educativa Ana Páez de la Ciudad de Latacunga.” de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador. El tipo de investigación fue cuantitativa bajo un diseño no experimental. Se emplearon 3 encuestas dirigidas a los estudiantes de tercer grado de primaria, docentes y el representante de la casa de la cultura de Cotopaxi. Llegando a la conclusión de que los docentes de tercer año de la unidad educativa “Ana Páez” consideran que es muy interesante transmitir la historia de las fiestas populares de la Virgen de las Mercedes por medio de un libro ilustrado pop up, este novedoso libro atraerá rápidamente al público objetivo al que está dirigido.

Urbano (2011) en su tesis para obtener el título de licenciada en administración de empresas de diseño, “Diseño de un libro pop up, como apoyo educativo para el sub-área de La electricidad del museo de los niños de Caracas”. Su investigación tuvo un diseño no experimental-descriptivo y un tipo de investigación de campo con enfoque cuantitativo y cualitativo. Para la recolección de datos empleó un cuestionario en una muestra conformada por 204 personas abarcando dos grupos, un primer grupo de padres e hijos y un segundo grupo de especialistas del museo. Llegando a la conclusión de que el material didáctico tiene un papel determinante en el interés del niño por aprender, ya que a simple vista el lector se crea la expectativa de cómo será la experiencia lectora/ educativa, así como el libro pop-up puede llegar a ser una alternativa de costos no muy elevados en cuanto a su producción.

Tene, S. (2016) en su tesis de grado para obtener el título de ingeniera en diseño gráfico computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi, “Elaboración de un libro pop-up de las tribus urbanas de la ciudad de Latacunga mediante un estudio descriptivo específico para la difusión en los estudiantes de primero de bachillerato de la unidad educativa "Victoria Vásquez Cuví - Simón Bolívar - Elvira Ortega" en el periodo 2014-2015”. La investigación fue descriptiva, diseño no-experimental. La recolección de datos se dio mediante la entrevista a los Psicólogos pertenecientes a los Primeros de Bachillerato de la Unidad Educativa, y entrevistas a un miembro de cada una de las tribus urbanas

existentes en la ciudad de Latacunga así como una encuesta conformada por 7 ítems a 117 estudiantes de primero de Bachillerato de la Unidad Educativa Victoria Vásconez Cuví - Simón Bolívar - Elvira Ortega, llegando a la conclusión de que en el diseño de productos editoriales no se crea largos textos acompañados de imágenes sino se crea integración, producto del trabajo en equipo de escritores, ilustradores editores, con la finalidad de crear una conexión entre el libro y el lector. También se concluyó en que si bien vivimos en un proceso de tecnología, el libro siempre será una herramienta importante para el aprendizaje y el desarrollo humano y recordar que dentro de cualquier proceso gráfico los usuarios determinaran la eficiencia del producto final.

Vargas, L. (2017), en su tesis “Relación entre el diseño de un cuento infantil “Fonchito y la luna” con la técnica Pop Up y la comprensión lectora en los niños de tres colegios de 6 a 8 años de edad del nivel primaria del distrito de Carabayllo, Lima – 2017” para obtener el título profesional de licenciada en arte y diseño gráfico empresarial en la Universidad César Vallejo, trabajó con una investigación de metodología cuantitativa bajo un diseño no experimental de tipo correlacional. El instrumento de recolección de datos empleado fue una encuesta de 13 ítems la cuál fue aplicada a una muestra de 267 alumnos. La cuál concluyó que se logró fomentar la lectura con el diseño del cuento infantil en la técnica Pop Up ya que captó la atención de los pequeños lectores, proponiendo un modelo alternativo y dinámico, ya que no era un cuento tradicional, el lector podía interactuar con imágenes tridimensionales y elementos interactivos.

Campomanez, R. (2017) en su tesis “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” de la Universidad César Vallejo. El método de investigación fue cuantitativo de tipo correlacional. Su instrumento de recolección de datos fue una encuesta, aplicada a una muestra conformada por 278 niños de 8 a 12 años de edad. Se demostró que el uso de las técnicas de estos libros permite a los niños entender y comprender el problema del bullying de manera interactiva. Por tal motivo amplían sus conocimientos e interés por el tema.

Martinez, M. (2017) en su tesis para obtener el título en diseño gráfico en la Universidad César Vallejo, “Diseño de un libro pop-up sobre el reciclaje de residuos sólidos y el aprendizaje en niños de 7 a 8 años de tres instituciones educativas en San Juan de Lurigancho, Lima - 2017”. La metodología de su investigación fue cuantitativa, de

diseño no-experimental de tipo correlacional, en la cual mediante una encuesta realizada a una muestra de 285 niños llegó a la conclusión que existe relación entre el diseño de un libro pop-up sobre el reciclaje de residuos sólidos y el aprendizaje en niños de 7 a 8 años en tres instituciones educativas en San Juan de Lurigancho Lima – 2017, demostrando que el diseño pop-up aporta al aprendizaje significativo de los niños.

1.3. Teorías Relacionadas al tema

Como introducción a este capítulo es necesario resaltar que esta investigación centra sus bases teóricas en los conceptos de Bhaskaran (2006) y Trebbi (2012) en cuanto al diseño editorial y técnica pop-up respectivamente, J. Cook & Cusack (2010) sobre los estereotipos de género y Arnheim (2002) con sus aportes en psicología sobre la percepción visual.

Con respecto a la primera variable de estudio libro pop-up, se le define como un objeto tridimensional, cuya lectura pone en marcha una serie de sistemas móviles. Para Trebbi se caracterizan por su naturaleza lúdica ya que el lector no se limita a pasar las páginas. Si bien la animación es automática al abrir una página, el sistema móvil provoca una variación de contenido (2012, pg.8). Esta última parte es esencial para entender que el libro pop-up le proporciona un valor agregado al contenido y tema, volviéndolo visualmente atractivo, dinámico y brindándole al lector una experiencia de lectura no convencional.

Situándonos en el presente, en una era totalmente digital, los libros impresos no son cosa del pasado, pues al contrario estos siguen innovado en cuanto al diseño para competir con los formatos digitales. Dentro de estos formatos impresos encontramos al libro pop-up, que en sus orígenes por el siglo XIII, iban dirigidos a un público mayor, conteniendo en su mayoría temas científicos y culturales. Pero no es hasta el siglo XVIII que se inclinaron por la literatura infantil, abarcando cuentos infantiles y obras literarias clásicas, ganando terreno en el mercado. Hoy en día los libros pop-up siguen siendo los favoritos de un público infantil, por su naturaleza lúdica. No obstante en la actualidad no se limitan a la literatura, también abarcan temas educativos y de impacto social.

Con lo que respecta a esta investigación, si bien el libro pop-up es un formato de libros no convencional, este se rige de principios básicos del diseño como cualquier otro

formato. Por lo que se abarcará esta variable desde una perspectiva editorial. Donde se ahondará en el diseño editorial y los elementos que lo componen.

Partiendo de lo extenso a lo específico, cabe definir que el diseño gráfico es aquella actividad que se encarga de proyectar comunicaciones visuales a partir de formas, tamaños, colores, imágenes. Mientras que el diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se centra específicamente en la maquetación y composición de publicaciones como libros, revistas, periódicos, folletos, que Bhaskaran (2006, pg.6) define como una publicación impresa, que tiene como principal objetivo el de comunicar algo. Pues es sabido que un buen diseño no solo debe ser atractivo visualmente, sino que este debe comunicar de manera asertiva el mensaje, plasmando el contenido de la mejor manera posible y siempre acorde al público al que va dirigido.

Bhaskaran menciona 6 elementos básicos del diseño de una publicación, de los cuales basados en los objetivos trazados en esta investigación resumiré en: cubierta, formato, tipografía e imágenes.

Comenzando con la cubierta situamos la parte externa del libro, la cual engloba la portada y la contraportada (Bhaskaran, 2006, pg.46). En este punto es importante resaltar que el famoso refrán de “no juzgues a un libro por su portada” no aplica en el diseño editorial, o por lo menos no en el de nuestros días. Puesto que vivimos en una era marcada por el comercio, lo que vemos de primera instancia es un factor clave en la demanda de un producto. Por lo que en el diseño editorial, la cubierta de un libro es fundamental para despertar el interés del lector, en este caso el lector infantil. Pero el mejor diseño será aquél que no solo atraiga la mirada del lector potencial por ser colorido y llamativo, sino por la información que este le proporciona del tema y el interés que despierte en él.

En cuanto a la distribución de los elementos en una portada, De Buen expone que la portada tradicional contiene el título del libro en la parte superior, y en la inferior el nombre del autor, editorial, y en algunos casos algún logo o ilustración. A su vez manifiesta que antiguamente se dejaba la contraportada en blanco. (2000, pg.353). En la actualidad podemos ver como la imagen (ilustración, fotografía, etc) ha tomado protagonismo en la cubierta, plasmando desde los más coloridos fondos, hasta las más pequeñas ilustraciones, en especial si se trata de libros dirigidos a un público infantil. Además es necesario llenar la contraportada con un pequeño resumen del contenido o

tema, puesto que actualmente los libros se comercializan sellados. En lo que respecta a los libros pop-up, la portada, al igual que su contenido puede optar por salir de lo convencional, implementando figuras en relieve, cortes y mecanismos móviles o de sonido dependiendo del formato.

Dicho lo anterior, Bhaskaran sostiene que el formato abarca la manifestación física -o digital- de la publicación, integrando factores como el tamaño y forma. (2006, pg. 2). En términos de elaboración de libros impresos es necesario resaltar que el presupuesto es crítico para la elección del formato, e influirá en la calidad del papel, el tipo de cubierta, o incluso en el tamaño. En cuanto a la fabricación de libros pop-up, estos resultan ser de costos más elevados que los libros infantiles tradicionales ya que su elaboración sigue siendo artesanal, pues a pesar de los avances tecnológicos no se han inventado aún máquinas que puedan montar estos sistemas y cumplir con las tareas de encolado y plegado tan complejas de los libros pop-up. A su vez demandan más impresiones a color debido a la mayor cantidad de ilustraciones, además siempre deben optar por una cubierta en tapa dura para proporcionar peso y solidez a la base y que esta soporte los mecanismos móviles creados por los ingenieros de papel.

Trebbi (2012, pg.15) nos dice que los lugares de mayor producción de libros móviles se concentran en EE.UU y el continente Europeo, en países como Italia, Francia e Inglaterra, y en América del Sur, en Colombia. Por lo tanto la producción de estos libros es muy baja a nivel nacional. Según un artículo web reciente del diario Gestión pese a que la industria editorial de novelas en nuestro país ha sorprendido en los últimos años, esto difiere en cuanto a libros infantiles y textos escolares pues se sigue luchando, con la situación económica, el presupuesto por parte del estado y con los cambios de metodología en las enseñanzas, ya que resulta mucho más asequible y entretenido reforzar de manera lúdica algún tema mediante videos, por lo que el libro ya no es una primera opción como material didáctico. Esto sirve de gran impulso a mi investigación puesto que la elaboración de una propuesta pop-up sale de lo tradicional y puede ser de mucho interés para los niños.

Retomando los aspectos del formato y centrándonos en la forma que estos pueden ocupar Trebbi afirma que los libros pop-up pueden tener formas variadas gracias a los sistemas de plegado y unión de páginas, valiéndose de la dirección de las aperturas, proponiendo así principios de lectura diferentes (2012, pg.144). De manera que la forma que pueda adoptar el libro estará ligada a la encuadernación, que va desde lo tradicional,

con formatos cuadrados o rectangulares, hasta las más pintorescas adoptando la forma de algún objeto o silueta. En cualquiera de los casos Trebbi sostiene que el libro se convierte en actor de su propia narración gracias a su formato. Por tanto el atractivo y una de las razones por las que la distribución de publicaciones físicas no ha sido derrotada por los medios digitales, es la sensación de tocar un libro y percibirlo por medio de los sentidos.

Ahora veamos la importancia que tiene la tipografía en el diseño editorial. Para Bhaskaran la tipografía es la forma visual que recibe una idea escrita (2006, pg.68). Es decir que la tipografía viene a ser la morfología del texto, plasmada por medio de una fuente tipográfica. En el diseño este elemento es sumamente importante ya que gracias a él se puede establecer jerarquías en el contenido, indicando al lector el recorrido visual. Pues un texto con una fuente más decorativa, con mayor grosor, tamaño y de color llamativo, será leído antes que una fuente pequeña, opaca y menos decorativa. Bhaskaran también expone que la tipografía cuenta con una personalidad, esta puede transmitir seriedad, elegancia, informalidad, etc. Entre otras características esta puede jugar con formas reemplazando algunas letras, con tal que no pierda legibilidad. En este proyecto se tomará muy en cuenta los puntos mencionados en vista de que estará dirigido a niños entre 9-11 años de edad que recién están empezando a adquirir una habilidad lectora.

Por último tenemos a la imagen, la cual engloba fotografías e ilustraciones. Bhaskaran define como elemento que comunica un mensaje, apoyando o reemplazando el texto (2006, pg.74) El tipo de imagen más popular de hoy en día a nivel general es la fotografía puesto que es mucho más fácil de obtener a comparación de dibujos e ilustraciones, sin embargo en los libros dirigidos para niños el más empleado es la ilustración infantil, ya sea tradicional o digital. En los libros pop-up la imagen es igual o más importante que el texto en sí. Dejándose interpretar sin necesidad de grandes párrafos que aburran al pequeño lector.

Resumiendo lo que debemos saber acerca de los libros pop-up, podemos afirmar que estos libros son en general muy versátiles, lo que los hace perfectos para abarcar temas que requieran de un alto contenido gráfico-lúdico para su mayor interés y comprensión. Debido a esto se le consideró en gran medida para tratar un tema tan importante como es los estereotipos de género a niños entre 10-12 años con la intención de medir su percepción visual ante esta pieza gráfica.

Con respecto al tema, en primer lugar hay que recalcar que los términos sexo y género son dos conceptos muy distintos, este primero se refiere al sexo biológico con el que nace el individuo y el segundo abarca ideologías sobre los roles y comportamientos de este. Dada esta aclaración, los estereotipos de género según los teóricos J. Cook & Cusack (2010) aluden a una construcción socio-cultural, con respecto a las diferencias físicas, biológicas, sexuales y sociales de hombres y mujeres (pg.23). Dentro de estas diferencias podemos distinguir una variedad de características, roles, comportamientos y capacidades que se atribuyen y ponen en desventaja tanto a mujeres como hombres, dependiendo de su ámbito social. Esta problemática afecta al individuo en cualquier etapa de su vida, sin embargo los estudios han demostrado que se desarrolla con mayor intensidad, en la adolescencia, por lo que muchos expertos recomiendan exponer este tema abiertamente en la infancia para mitigar el impacto negativo en la adolescencia y juventud.

Podemos abarcar dos dimensiones dentro de los estereotipos de género: Los estereotipos de sexo y los estereotipos sobre los roles sexuales.

Para J. Cook & Cusack los estereotipos de sexo son suposiciones que engloban atributos y características de naturaleza física o biológica que poseen los hombres y las mujeres (2010, pg.29). Es decir las diferencias físicas y diferencias biológicas entre hombres y mujeres. En cuanto a las diferencias físicas, más que nada hace alusión a la percepción que tenemos para distinguir físicamente ambos sexos. Pero es necesario recalcar que estas varían de acuerdo al contexto socio-cultural. Por ejemplo en una sociedad donde se ha impuesto que el hombre lleva una cabellera corta y la mujer la tiene que llevar larga. Podemos pasar por alto que un hombre tenga cabello largo, si es que este pertenece a otro tipo de religión, de caso contrario podemos dejarnos llevar por ciertos prejuicios. Como otro ejemplo tenemos al país de Escocia donde no está mal visto que un hombre lleve Klit, (falda), puesto que es una vestimenta tradicional de esta cultura. De esta manera los estereotipos y sus consecuencias dependen mucho del entorno social al que pertenezcamos.

Sobre las diferencias biológicas, J. Cook & Cusack nos dicen que estos estereotipos son causantes de que a muchas mujeres se les niegue oportunidades laborales de riesgo físico, por ser más débiles a comparación de los hombres (2010, pg.24). Hoy en día a nivel mundial aún existe una errónea percepción de que los hombres son más fuertes que las mujeres, esto basándonos en la estructura corporal y la masa muscular. Pero estos factores

no siempre determinan las capacidades físicas y solo aluden al sexismo. Cabe mencionar como un caso sobre los estereotipos de sexo a un comercial de conciencia social de la marca Always, en el cual les pidieron a un grupo de adolescentes y jóvenes del sexo femenino que corrieran como una chica, y obtuvieron como resultado un esfuerzo casi nulo, aparentando correr delicadamente, sin embargo cuando les hicieron esta petición a un grupo de niñas ellas corrieron con todas sus fuerzas. Por consiguiente podemos reafirmar que es en la adolescencia donde los estereotipos de género tienen un impacto perjudicial provocando en este caso, que muchas mujeres, se sientan inseguras de sus capacidades.

En cuanto a nuestra segunda dimensión estereotipos sobre los roles sexuales para J. Cook & Cusack es aquel que describe una noción normativa o estadística sobre los roles o comportamientos apropiados de hombres y mujeres (2010, pg.32) Un claro ejemplo de este tipo de estereotipo está ligado a las funciones de debían desempeñar ambos sexos dentro del hogar en siglos pasados. En nuestro país tanto hombres como mujeres tenemos derecho a la educación. Sin embargo aún en muchos hogares, el hombre sigue siendo el que trabaja y se encarga de solventar económicamente a la familia y la mujer se dedica a la crianza de los hijos y las labores del hogar. Esto en su mayoría debe a un factor machista, que limita a muchas mujeres del país a superarse y ejercer una profesión. Y en el caso de los hombres también puede tener consecuencias negativas provocándoles una responsabilidad desmesurada y presión familiar.

Como segunda variable de estudio en esta investigación tenemos a la percepción visual. Para hablar de la percepción es necesario mencionar como pequeño preludeo a la teoría de la Gestalt, aporte de la psicología surgida a principios del siglo XX, que en definitiva ayudó a nuestra sociedad actual a desarrollar un mejor lenguaje visual.

La teoría de Arheim (2002) se centra en sus observaciones sobre la incapacidad de un individuo de construir y expresar correctamente en palabras su apreciación de una obra de arte o una pieza artística, debido a que no logra decodificar y organizar los mensajes visuales percibidos dentro del análisis perceptual. Reforzando el concepto de este autor, Alonso (2011, pg.8) define a la percepción visual como la interpretación de estímulos de naturaleza externa a los cuales el individuo reacciona, relacionándolos con sus conocimientos previos y estado emocional. De nuestra variable percepción visual podemos destacar tres dimensiones de importancia para esta investigación: percepción de la forma, percepción del espacio y percepción del movimiento.

Sobre la percepción de la forma, existen dos tipos de forma según Arnheim, el objeto material y la imagen de él percibida por la mente. Para esta investigación nos centraremos en la segunda, la cual define como la forma visible del contenido. La forma del objeto observable sirve para informarnos acerca de su naturaleza, a través de su aspecto exterior (Arnheim, 2002, pg.109). Uno de los principales atributos de la forma es la tridimensionalidad, es decir que esta forma tiene un ancho, una altura y base.

Trebbi (2012, pg.144) identifica formas tridimensionales de una sola pieza y piezas añadidas dentro del libro pop-up. En cuanto a la técnica de una sola pieza nos explica que consiste en la creación de volumen a partir de una sola hoja de papel doblada en dos. Al asociar recortes y plegados en la hoja (Trebbi, 2012, pg.144). Increíblemente esta técnica resulta ser de las más sencillas ya que con tan solo un par de cortes y plegados en el lugar indicado, nos puede dar como resultado las más elaboradas y complejas formas tridimensionales. Por otro lado, con respecto a la técnica pop-up con piezas añadidas esta consiste en colocar y pegar sobre las dos páginas de un libro -tomando como base el pliegue central- piezas de papel plegadas para crear volúmenes y movimientos (pg.144). Esta técnica pop-up también denominada imagen explosiva, no requiere intervención alguna del lector, ya que funciona por sí sola.

El teórico Jackson Paul también nos habla de ambas técnicas: una sola pieza y piezas añadidas, denominándolas pop-up de 90° y pop-up de 180° sucesivamente. Nos dice que los pop-up de 180° tienen la ventaja de ser una técnica que se puede contemplar desde todos los ángulos, a diferencia de los pop-up de 90° que se aprecian mejor desde uno de los lados (2014, pg.8). Estos datos son relevantes al momento de considerar qué formas tridimensionales implementar en la creación de un libro pop-up.

Dentro de nuestra dimensión percepción de la forma, podemos distinguir como características a la orientación y color del objeto. Con respecto a la primera, la teoría de Arnheim expone que el aspecto exterior de un objeto no es estático, es decir que no se mantiene siempre igual, este cambia y un ejemplar cualquiera no es idéntico a otros ejemplares de la misma especie (2002, pg. 112). La manera en la que percibamos el objeto en cuestión dependerá mucho de la orientación o posición en la que lo visualicemos. Puesto que cambiará significativamente de forma acorde al lugar en el que nosotros nos encontremos, generando así diversas perspectivas.

En cuanto a nuestra segunda característica: el color, se conoce por los estudios biológicos que nuestros ojos contienen gran cantidad de células, entre las cuales destacan los conos, que son los responsables de la visión de este. Se considera que estos conos son sensibles a tres colores: rojo verde y azul. Por consiguiente, Arnheim expone que la percepción del color es similar para todas las personas, sea cual sea su edad, formación o cultura. (2002, pg.336) por supuesto hay que aclarar que su apreciación y connotación pueden diferir para cada individuo, dependiendo de su cultura, sus preferencias u otros factores subjetivos.

Como segunda dimensión tenemos a la percepción del espacio. Esta trabaja de la mano con la forma (objeto). El espacio, al igual que la forma se puede delimitar por 3 atributos, en este caso: altura, anchura y profundidad. Sin embargo, esta se rige de aspectos bidimensionales como por ejemplo la ley de la figura y fondo y por otro lado, la profundidad, cuyo estudio es necesario para lograr un mayor alcance en la investigación.

En cuanto a la ley figura-fondo se trata de dos planos bidimensionales superpuestos. Uno de ellos ha de ocupar más espacio que el otro, por lógica se podría inferir que este viene a ser el fondo, por lo que la parte más pequeña directamente visible vendría ser la figura y estar delimitada por un marco, en este caso el fondo. (Arnheim, 2002, pg.236). Dentro de esta ley se pone en discusión que no siempre se tiene la certeza de cuál es la figura o cuál es el fondo, puesto que tanto figura como fondo adoptan una forma determinada y reconocible. Por lo que distinguir la figura del fondo dependerá de la percepción de cada individuo.

Con respecto a la profundidad, su percepción dentro del espacio tridimensional resulta ser mucho más sencilla que en un plano bidimensional puesto que es más probable percibir la profundidad entre dos elementos superpuestos basándonos en factores como la distancia y el tamaño tridimensionales a comparación de un plano bidimensional que se rige de figuras planas, Arnheim (2002, pg. 257) explica que observamos la imagen que se sitúa en frente en su totalidad, mientras que solo podremos observar una parte de la imagen de atrás. Bajo este criterio se puede percibir la profundidad en un espacio tanto tridimensional como bidimensional.

Como última dimensión, la percepción del movimiento. Alberich, Gómez y Ferrer explican que la percepción del movimiento, al igual que el color, no se produce en el ojo

del espectador, sino en su cerebro como resultado del procesamiento de las neuronas ante estímulos en la retina.” (2013, pg. 61). Por otro lado, Arnheim expone que el movimiento es el punto de atracción visual más fuerte a la atención (2002, pg.377). El movimiento de objetos y piezas, desencadena una serie de reacciones en el individuo, por lo que su estudio es esencial en esta investigación para la apreciación de las piezas móviles en el libro pop-up. Como aspectos específicos del movimiento encontramos la dirección y la velocidad.

En relación a la dirección y su percepción la teoría de Arnheim (2002, pg. 387) sostiene que el individuo puede invertir la dirección en la que se mueve un objeto. Por ejemplo, si uno se encuentra dentro de un carro en movimiento y observa a su alrededor podría parecer que los objetos se mueven hacia atrás pero realmente somos nosotros los que nos movemos hacia adelante. Otra de sus teorías sostiene que es mucho más probable observar una línea moverse y/o extenderse en dirección de su propia posición dentro del plano u orientación (vertical-horizontal) que moverse paralelamente.

Con razón a la velocidad, se podría decir que es la causante del movimiento, ya que según Arnheim (2002, pg.389) el movimiento de un objeto solo será perceptible dentro de ciertos límites de velocidad. Como ejemplo tenemos a las manecillas del reloj. Podemos observar a simple instancia el movimiento del segundero, pero no de la manecilla que marca la hora, sin embargo, está en movimiento, y podremos darnos cuenta que avanzó, transcurrido un tiempo determinado. Así como también a simple instancia los objetos grandes se mueven más despacio que los objetos pequeños.

Como podemos apreciar la percepción visual es compleja, e individual puesto que varía según cada persona. Los estudios de esta rama en la psicología nos han permitido entender un poco más como funciona la visión del ser humano y su capacidad perceptual de las cosas que lo rodean. Por consiguiente, el libro en técnica pop-up sobre los estereotipos de género a realizarse en esta investigación incorporará elementos móviles que capten la atención de los alumnos de 5to y 6to grado de primaria de los tres centros educativos ubicados en el distrito de Ate, de esta manera se pueda llevar a cabo el estudio y determinar la relación entre la percepción visual que tienen sobre la pieza gráfica y los estereotipos de género en nuestra sociedad.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema General

¿Qué relación existe entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018?

1.4.2. Problemas Específicos

- ¿Qué relación existe entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción de la forma en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018?
- ¿Qué relación existe entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del espacio en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018?
- ¿Qué relación existe entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del movimiento en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018?

1.5. Justificación del estudio

Esta investigación busca determinar si existe relación entre un libro pop-up sobre los estereotipos de género y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate.

Actualmente en la educación de nuestro país el tema de los estereotipos de género no es explorado a temprana edad como debería. Hoy en día aún se pueden encontrar imágenes y contenido que fomentan a la desigualdad de género en muchos textos escolares sin embargo nadie hace nada al respecto debido a que los estereotipos de género son un problema normalizado en nuestra sociedad. Por consiguiente, existe una gran escasez de material didáctico-informativo acerca de estos temas relacionados al género y los estereotipos en las instituciones educativas.

La relevancia de este proyecto de investigación está en la elaboración de un libro con técnica pop-up que permita a los niños percibir visualmente e informarse acerca de los estereotipos de género que prevalecen en nuestra sociedad. Se escogió el libro pop-up debido que es una pieza editorial muy eficiente si se desea plasmar un tema con alto

contenido gráfico-visual que sea llamativo y dinámico. A través de ello se busca incentivarlos a romper con los conceptos de feminidad y masculinidad que se han venido formando desde casa, y que solo aluden al sexismo y la desigualdad de género.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

- H_i : Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.
- H_o : Existe relación negativa entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

1.6.2. Hipótesis Específicas

- H_i : Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción de la forma en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.
- H_o : Existe relación negativa entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción de la forma en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

- H_i : Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del espacio en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.
- H_o : Existe relación negativa entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del espacio en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

- H_i : Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del movimiento en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

- H_i : Existe relación negativa entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del movimiento en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Definir la relación entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Determinar la relación entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción de la forma en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.
- Determinar la relación entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del espacio en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.
- Determinar la relación entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del movimiento en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.
-

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

Sobre el diseño de investigación, Palella, S. y Martins, F. (2012) exponen que este es la estrategia que adopta el investigador para responder el problema planteado en el estudio, los cuales se clasifican en diseño experimental, no experimental y bibliográfico (pg. 86).

La presente investigación ha sido realizada bajo un diseño no experimental puesto que no hay alteración ni manipulación de variables, ni dependencias entre ellas, coincidiendo con los autores en que en esta investigación no se construye una situación específica, simplemente se observan las que ya existen (2012, pg. 87). Es de corte transversal ya que la recolecta de datos se da en un solo momento. Es de tipo aplicada ya que precisa de una aplicación inmediata y no desarrollo de teorías (Behar, 2008, pg.20). Por lo que este tipo de investigación requiere de un marco teórico que centre sus bases en estudios y teorías previas de autores, con información confiable sin ninguna alteración.

El estudio tiene un enfoque metodológico cuantitativo ya que se miden las variables y se obtienen los resultados en base a datos estadísticos y un nivel correlacional, puesto que determinará la relación que existe entre las variables de la investigación.

2.2. Variables y Operacionalización

Esta investigación comprende 2 variables de estudio:

- **Variable I: Libro pop-up sobre los estereotipos de género**

Los libros pop-up según Trebbi (2012, pg. 8) se caracterizan por su naturaleza lúdica, puesto que el lector no se limita a pasar las páginas. Si bien la animación es automática al abrir una página, el sistema móvil provoca una variación de contenido resultando en un formato no convencional.

Sin embargo este se rige de principios u elementos básicos del diseño como cualquier otro formato (Bashkaran, 2006, pg.8).

Los estereotipos de género aluden a una construcción socio-cultural, con respecto a las diferencias físicas, biológicas, sexuales y sociales de hombres y mujeres.

(J. Cook & Cusack, 2010, pg.23)

- **Variable II: Percepción visual**

La percepción visual en un individuo según Arnheim (2002) consiste en la decodificación e interpretación de mensajes visuales ligados a sus conocimientos previos y su estado emocional (pg.17).

A continuación se presenta la matriz de operacionalización de variables, cada una con sus dimensiones e indicadores correspondientes:

Tabla N° 1: Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Libro pop-up sobre los estereotipos de género	<p>Los libros pop-up se caracterizan por su naturaleza lúdica, puesto que el lector no se limita a pasar las páginas. Si bien la animación es automática al abrir una página, el sistema móvil provoca una variación de contenido resultando en un formato no convencional. (Trebbi, 2012, pg.8).</p> <p>Sin embargo este se rige de principios u elementos básicos del diseño como cualquier otro formato. (Bhaskaran, 2006, pg.8).</p> <p>Los estereotipos de género aluden a una construcción socio-cultural, con respecto a las diferencias físicas, biológicas, sexuales y sociales de hombres y mujeres (J. Cook & Cusack, 2010, pg.23)</p>	<p>Libro que contiene imágenes de papel tridimensionales y que dispone de mecanismos que permiten su movilidad con el fin de exponer temas de interés que requieran de un contenido gráfico para su mejor apreciación, como son los estereotipos de género.</p>	<p>Diseño Editorial</p> <p>Publicación impresa, que tiene como principal objetivo el de comunicar algo. (Bhaskaran, 2006, pg.6)</p>	<p>Cubierta</p> <p>Parte externa del libro, la cual engloba la portada y la contraportada. (Bhaskaran, 2006, pg.46)</p>
				<p>Formato</p> <p>Manifestación física -o digital- de la publicación, integrando factores como el tamaño y forma. (Bhaskaran, 2006, pg. 2)</p>
				<p>Tipografía</p> <p>Forma visual que recibe una idea escrita. (Bhaskaran, 2006, pg.68)</p>
				<p>Imágenes</p> <p>Elemento que comunica un mensaje, que sirve como apoyo o reemplazo del texto. (Bhaskaran, 2006, pg.74)</p>

			<p>Sexo</p> <p>Noción generalizada que concierne a los atributos de naturaleza física o biológica que poseen hombres y mujeres.</p> <p>(J. Cook & Cusack, 2010, pg.29)</p>	<p>Diferencias físicas</p> <p>Nociones generalizadas según las cuales los hombres y las mujeres poseen características físicas diferenciadas.</p> <p>(J. Cook & Cusack, 2010, pg.29)</p>
				<p>Diferencias biológicas</p> <p>Las capacidades innatas como el embarazo y las diferencias hormonales</p> <p>(J. Cook & Cusack, 2010, pg.24)</p>
			<p>Roles Sexuales</p> <p>Comportamientos apropiados de hombres y mujeres.</p> <p>(J. Cook & Cusack, 2010, pg.32)</p>	<p>Roles sociales</p> <p>Posición que debe adoptar el hombre y la mujer en la sociedad.</p> <p>(J. Cook & Cusack, 2010, pg.33)</p>
Percepción visual	La percepción visual en un individuo se da mediante la decodificación e interpretación de mensajes visuales ligados a sus conocimientos previos y su estado emocional (Arnheim, 2002, pg.17)	La percepción visual es la interpretación de los estímulos externos visuales relacionados a los conocimientos previos del individuo.	<p>Forma</p> <p>Nos informa sobre la naturaleza de las cosas a partir de su aspecto exterior.</p> <p>(Arnheim, 2002, pg.109)</p>	<p>Orientación</p> <p>El aspecto exterior de un objeto concreto no se mantiene siempre igual.</p> <p>(Arnheim, 2002, pg.112)</p>
			<p>Espacio</p> <p>Se delimita por: altura, anchura y profundidad rigiéndose de aspectos bidimensionales.</p> <p>(Arnheim, 2002, pg.228)</p>	<p>Color</p> <p>Es igual para todas las personas, sea cual sea su edad, formación o cultura.</p> <p>(Arnheim, 2002, pg.336)</p>
				<p>Figura y fondo</p> <p>Planos superpuestos bidimensionales donde una de las imágenes está delimitada por el borde de la otra.</p> <p>(Arnheim, 2002, pg.236)</p>

				<p>Profundidad</p> <p>Percepción de la figura y fondo entre volúmenes dentro del espacio tridimensional.</p> <p>(Arnheim, 2002, pg.249)</p>
			<p>Movimiento</p> <p>Es la incitación visual más fuerte a la atención.</p> <p>(Arnheim, 2002, pg.377)</p>	<p>Dirección</p> <p>Se percibe según las condiciones reinantes en el campo visual.</p> <p>(Arnheim, 2002, pg.387)</p>
				<p>Velocidad</p> <p>Se requiere ciertos límites de velocidad para efectuar un movimiento perceptible al instante.</p> <p>(Arnheim, 2002, pg.389)</p>

2.3. Población y muestra

- **Población:**

La población objetivo, Según Arias, F. (2012, pg. 81) es un conjunto finito o infinito de elementos con características en común, relevantes dentro de la investigación y sus conclusiones. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

En esta investigación se consideró una población finita, puesto que se tuvo alcance a ella y al número exacto de los individuos que la conformaban. Comprendida por un total de 950 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres instituciones educativas ubicadas en el distrito de Ate, Lima-Perú.

- **Muestra:**

Se tomó como muestra a 273 estudiantes:

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

Dónde:

Z: nivel de confianza, $Z\alpha = 95\%$ de confianza $\Rightarrow Z\alpha = 1.96$

N: Población

p: probabilidad a favor, $= 0.5$

q: probabilidad en contra, $1 - (0.5)$

e: error que se prevé cometer si es del 5%, $e = 0.05$

n: Tamaño de la muestra

Por lo tanto:

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

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5 \times 950}{0.0025 \times (949) + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{912.38}{2.3725 + 0.9640}$$

$$n = \frac{912.38}{3.3365}$$

$$n = 273.4542$$

$$n = 273$$

- **Muestreo:**

El muestreo empleado en esta investigación fue un no probabilístico intencional, sobre el muestreo no probabilístico Palella, S. y Martins, F. (2012) nos dicen que es aquel que se emplea cuando no se puede determinar la probabilidad (pg.110).

En cuanto al muestreo por conveniencia o intencional son seleccionados a juicio del investigador, para eso se requiere de conocimientos previos de la población objeto (Behar, 2008, p. 53).

Para un mejor control de la muestra empleada en esta investigación en el siguiente cuadro se presenta la distribución de la muestra, de la ca por cada institución educativa:

Institución Educativa	I.E. Santa Elena	I.E.1135	I.E. Sagrada familia
N° de alumnos	105	95	73
TOTAL	273		

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

- **Técnica:**

La técnica empleada en esta investigación fue la encuesta. Según Behar (2008) la técnica de recolección de datos a base de una encuesta, van a dirigirnos a la verificación del problema de investigación, el instrumento es determinado por el tipo de estudio. (p. 55).

- **Instrumento:**

Se aplicó un cuestionario conformado por 13 preguntas (ítems), planteadas a partir de los indicadores. De las cuales las 7 primeras están orientadas a la primera variable de estudio: libro pop-up sobre los estereotipos de género y las 6 preguntas restantes se enfocan en la percepción visual.

Se empleó la escala de medición de Likert para las alternativas:

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

- **Validación**

El instrumento de esta investigación es válido puesto que fue sometido a una evaluación por medio de juicio de expertos, donde se brindó la matriz de consistencia, la matriz de operacionalización de variables y la pieza gráfica a tres docentes especializados, quienes evaluaron y determinaron que las preguntas del cuestionario estén bien planteadas de acuerdo al tema de investigación.

- **Confiabilidad del instrumento:**

Para determinar la confiabilidad del instrumento de recolección de datos se empleó el estadístico de análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach el cuál arrojará un valor que determinará si el instrumento es fiable.

Si se obtiene 0,25 = Baja confiabilidad

Si resulta 0,50 = Fiabilidad media o regular

Si supera 0,75 = Es aceptable

Si es mayor a 0,90 = Es elevada

Tabla N° 2: Estadísticas de fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.698	13

Los resultados del estadístico Alfa de Cronbach determinaron que el instrumento tiene un valor de fiabilidad de 0.698, lo que significa que el nivel de confiabilidad es regular.

2.5. Métodos de Análisis de datos

La presente investigación contó con un método de análisis de datos cuantitativo, ya que se empleó un instrumento de estudio de recolección de datos, el cuál fue una encuesta de 13 ítems aplicada a niños de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018, para medir nuestras variables.

Seguidamente se introdujo los datos obtenidos de las encuestadas aplicadas en el programa estadístico IBM SPSS Statistics 23.0 el cual nos arrojó los siguientes resultados.

- Análisis Descriptivo

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la encuesta elaborada en la investigación, aplicada a alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate – Lima 2018, conformada por 13 preguntas (ítems), con 5 alternativas en la escala de Likert.

Tabla N° 3: Frecuencia del indicador Cubierta

		¿La portada del libro despierta tu interés para continuar leyendo?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	2,9	2,9	2,9
	De acuerdo	92	33,7	33,7	36,6
	Muy de acuerdo	173	63,4	63,4	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 2,9% no está de acuerdo ni en desacuerdo, y un 63,4% está muy de acuerdo en que la portada del libro despertó su interés para continuar leyendo.

Tabla N° 4: Frecuencia del indicador Formato

		¿Te parece interesante un libro en técnica pop-up?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	5,9	5,9	5,9
	De acuerdo	106	38,8	38,8	44,7
	Muy de acuerdo	151	55,3	55,3	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 5,9% no está de acuerdo ni en desacuerdo, mientras un 55,3% está muy de acuerdo en que un libro en técnica pop-up es interesante.

Tabla N° 5: Frecuencia del indicador Tipografía

		¿La letra del título y contenido se entienden con facilidad?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	,4	,4	,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	5,9	5,9	6,2
	De acuerdo	117	42,9	42,9	49,1
	Muy de acuerdo	139	50,9	50,9	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 0,4% está en desacuerdo

con que la letra del título y el contenido se entienden con facilidad, y un 50,9% está muy de acuerdo.

Tabla N° 6: Frecuencia del indicador Imágenes

¿Las ilustraciones son de tu agrado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	,4	,4	,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	6,6	6,6	7,0
	De acuerdo	96	35,2	35,2	42,1
	Muy de acuerdo	158	57,9	57,9	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 0,4% está muy en desacuerdo y un 57,9% muy de acuerdo con que las ilustraciones son de su agrado.

Tabla N° 7: Frecuencia del indicador Diferencias físicas

¿Las ilustraciones plasman correctamente las diferencias físicas entre los personajes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	4,8	4,8	4,8
	De acuerdo	120	44,0	44,0	48,7
	Muy de acuerdo	140	51,3	51,3	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 4,8% no está de acuerdo ni en desacuerdo con que las ilustraciones plasmen correctamente las diferencias físicas entre los personajes, mientras que un 51,3% está muy de acuerdo.

Tabla N° 8: Frecuencia del indicador Diferencias biológicas

¿Consideras que las diferencias biológicas crean desigualdad de género?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	8	2,9	2,9	2,9
	En desacuerdo	12	4,4	4,4	7,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	34	12,5	12,5	19,8
	De acuerdo	112	41,0	41,0	60,8
	Muy de acuerdo	107	39,2	39,2	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 2,9% está muy en desacuerdo con que las diferencias biológicas crean desigualdad de género y un 41% está de acuerdo.

Tabla N° 9: Frecuencia del indicador Roles sociales

¿El libro te ayudó a evidenciar los roles de género que existen en la sociedad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	1,1	1,1	1,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	6,2	6,2	7,3
	De acuerdo	119	43,6	43,6	50,9
	Muy de acuerdo	134	49,1	49,1	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 1,1% está en desacuerdo y un 49,1% está muy de acuerdo en que el libro le ayudó a evidenciar los roles de género que existen en la sociedad.

Tabla N° 10: Frecuencia del indicador Orientación

¿Los elementos del libro pop-up se leen de arriba hacia abajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,7	,7	,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	9,2	9,2	9,9
	De acuerdo	96	35,2	35,2	45,1
	Muy de acuerdo	150	54,9	54,9	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 0,7% está en desacuerdo con que los elementos del libro se leen de arriba hacia abajo, mientras que un 54,9% está muy de acuerdo.

Tabla N° 11: Frecuencia del indicador Color

¿Los colores rosado y azul son estereotipos en niños y niñas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	1,5	1,5	1,5
	En desacuerdo	7	2,6	2,6	4,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	11,0	11,0	15,0
	De acuerdo	105	38,5	38,5	53,5
	Muy de acuerdo	127	46,5	46,5	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 1,5% está muy en desacuerdo, en que los colores rosado y azul son estereotipos de género y un 46,5% está muy de acuerdo.

Tabla N° 12: Frecuencia del indicador Figura y fondo

¿Logras distinguir a los personajes del fondo en las ilustraciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	,4	,4	,4
	En desacuerdo	3	1,1	1,1	1,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	9,2	9,2	10,6
	De acuerdo	98	35,9	35,9	46,5
	Muy de acuerdo	146	53,5	53,5	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 0,4% está muy en desacuerdo, y un 53,5% está muy de acuerdo en que los personajes no se pierden con el fondo de las ilustraciones.

Tabla N° 13: Frecuencia del indicador Profundidad

¿Las imágenes explosivas superpuestas transmiten una sensación de profundidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	,4	,4	,4
	En desacuerdo	3	1,1	1,1	1,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	9,2	9,2	10,6
	De acuerdo	100	36,6	36,6	47,3
	Muy de acuerdo	144	52,7	52,7	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 0,4% está muy en desacuerdo, y un 52,7% de los alumnos están muy de acuerdo con que las imágenes explosivas superpuestas les transmiten sensación de profundidad.

Tabla N° 14: Frecuencia del indicador Dirección

¿Las piezas móviles trabajan en el sentido de las flechas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,7	,7	,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	5,9	5,9	6,6
	De acuerdo	105	38,5	38,5	45,1
	Muy de acuerdo	150	54,9	54,9	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 0,7% está en desacuerdo con que las piezas móviles trabajan en sentido de las flechas, mientras el 54,9% está muy de acuerdo.

Tabla N° 15: Frecuencia del indicador Velocidad

¿Al abrir el libro la imagen explosiva es lo primero en captar tu atención?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	2,9	2,9	2,9
	De acuerdo	91	33,3	33,3	36,3
	Muy de acuerdo	174	63,7	63,7	100,0
	Total	273	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Los resultados evidencian que de los 273 alumnos encuestados de 5to y 6to grado de primaria de los 3 colegios ubicados en Ate - Lima, un 2,9% no está de acuerdo ni en desacuerdo, y un 63,7% está muy de acuerdo en que la imagen explosiva es lo primero en captar su atención.

- **Análisis Inferencial**

A continuación se presentan los resultados de contrastación de hipótesis del problema general y específicos del trabajo de investigación:

HIPÓTESIS GENERAL

- H_i : Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.
- H_o : Existe relación negativa entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

Tabla N° 16: Pruebas de chi cuadrado entre las variables Libro pop-up sobre los estereotipos de género y Percepción visual.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	246,897 ^a	100	,000
Razón de verosimilitud	217,046	100	,000
Asociación lineal por lineal	65,023	1	,000
N de casos válidos	273		

a. 106 casillas (87,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Dado que el valor de significancia es de 0,000 es menor que 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación la cual nos indica que “Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

Libro pop-up sobre estereotipos de género / Percepción de la forma

- H_i: Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción de la forma en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.
- H_o: Existe relación negativa entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción de la forma en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

Tabla N° 17: Pruebas de chi cuadrado entre la variable Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la dimensión Percepción de la forma.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	86,897 ^a	50	,001
Razón de verosimilitud	91,108	50	,000
Asociación lineal por lineal	24,486	1	,000
N de casos válidos	273		

a. 42 casillas (63,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Dado que el valor de significancia es de 0,001 es menor que 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación la cual nos indica que “Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción de la forma en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.”

Libro pop-up sobre estereotipos de género / Percepción del espacio

- H_i : Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del espacio en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.
- H_o : Existe relación negativa entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del espacio en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

Tabla N° 18: Pruebas de chi cuadrado entre la variable Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la dimensión Percepción del espacio.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	127,774 ^a	60	,000
Razón de verosimilitud	108,029	60	,000
Asociación lineal por lineal	42,476	1	,000
N de casos válidos	273		

a. 53 casillas (68,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Dado que el valor de significancia es de 0,000 es menor que 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación la cual nos indica que “Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del espacio en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.”

Libro pop-up sobre estereotipos de género / Percepción del movimiento

- Hi: Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del movimiento en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.
- Hi: Existe relación negativa entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del movimiento en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

Tabla N° 19: Pruebas de chi cuadrado entre la variable Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la dimensión Percepción del movimiento.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	82,703 ^a	30	,000
Razón de verosimilitud	89,564	30	,000
Asociación lineal por lineal	41,436	1	,000
N de casos válidos	273		

a. 19 casillas (43,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,16.

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 273 alumnos de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate - Lima, 2018.

Dado que el valor de significancia es de 0,000 es menor que 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación la cual nos indica que “Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción del movimiento en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.”

2.6. Aspectos éticos

La presente investigación tuvo respaldo en teorías confiables de libros y artículos científicos sin llegar a manipular o alterar ningún tipo de dato proporcionando así un instrumento de recolección de datos confiable. Para un correcto proceso de investigación se pidió permiso para poder aplicar el instrumento de recolección de datos (cuestionario) a los directores de los tres centros educativos correspondientes.

Por otro lado en esta investigación se empleó la normativa Apa del año 2015 así como el programa estadístico IBM SPSS Statistics 23.0 para el Análisis de los resultados.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados

De la hipótesis general podemos afirmar que existe una relación positiva entre las variables de estudio Libro pop-up sobre los estereotipos de género y Percepción Visual, en los estudiantes de 5to y 6to de primaria de 3 colegios ubicados en el distrito de Ate (Tabla 16, pg. 45). Podemos afirmar que el diseño de un libro en técnica pop up resultó interesante a la mayor cantidad de encuestados (Tabla 4, pg.37). Logrando llamar su atención por ser novedoso y atractivo visualmente, así como también se logró que los estudiantes identifiquen los estereotipos de género, generando en ellos un impacto visual gracias a los mecanismos móviles. Logrando que el libro pop-up sea en efecto una herramienta de aprendizaje no convencional que por medio de sus formas tridimensionales con una propuesta de lectura diferente ayudó a los alumnos de 5to y 6to grado de primaria a comprendan el tema de una manera eficaz.

Así mismo, los resultados evidenciaron que existe una relación positiva entre la variable Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la Percepción de la forma (Tabla 17, pg.46). Dejando en evidencia que aspectos como la orientación de la forma y el color, clave en la percepción visual que el público lector tenga hacia la pieza editorial. Con lo que respecta a la orientación de las piezas móviles y su percepción se demostró en los resultados (Tabla 10, pg.41) que un 54,9% está muy de acuerdo en que la lectura de los elementos se leen de arriba hacia abajo. Por otro lado en cuanto al color (Tabla 11, pg.42) un 46,5% de los alumnos estuvieron de acuerdo en que los colores azul y rosado son estereotipos de género comunes en la niñez.

En cuanto a la percepción del espacio, se determinó que existe una relación positiva entre la variable Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la Percepción del espacio (Tabla 18, pg.47). Lo que evidencia la correcta distribución de los elementos en el libro pop-up. Como se pudo observar en los resultados (Tabla 12, pg.42) un 53,5% estuvo muy de acuerdo en que los personajes no se pierden con el fondo de las ilustraciones. Así como en los resultados (Tabla 13, pg.43) se evidenció que 52,7% de los alumnos están muy de acuerdo con que las imágenes explosivas superpuestas les transmiten sensación de profundidad. Demostrando que los elementos planteados en el libro lograron esa característica propia de la tridimensionalidad.

Por último se evidenció una relación positiva entre la variable Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la Percepción del movimiento (Tabla 19, pg.48). Pues el libro pop-up logró captar la atención de los alumnos por su dinamismo y versatilidad. En los resultados de la (Tabla 14, pg.44) un 54,9% de los alumnos estuvieron de acuerdo en que las piezas móviles se movían en sentido de las flechas. Así como los resultados (Tabla 15, pg.44) evidenciaron que de los 273 alumnos un 63,7% estuvo muy de acuerdo en que la imagen explosiva es lo primero en captar su atención. Lo que demuestra que el movimiento es un factor determinante para generar un impacto visual en el pequeño lector.

IV. DISCUSIÓN

4.1. Discusión

Después de haber analizado los resultados del presente proyecto de investigación cuyo título es “Libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de ate, lima 2018.” Se puede afirmar que en efecto las piezas tridimensionales y los mecanismos móviles de un libro ilustrado sobre los estereotipos de género en técnica pop-up generaron un impacto visual, despertando el interés del pequeño lector, proporcionándole así una experiencia de lectura no convencional y facilitándoles de esta manera la comprensión del tema. Resultado que se ve respaldado por Vargas, L (2017) quién en su tesis *Relación entre el diseño de un cuento infantil “Fonchito y la luna” con la técnica Pop Up y la comprensión lectora en los niños de tres colegios de 6 a 8 años de edad del nivel primaria del distrito de Carabayllo, Lima – 2017*. Trabajó bajo un diseño metodológico similar a mi investigación, la metodología fue cuantitativa, diseño no experimental de tipo correlacional. Al igual que en la presente investigación su instrumento de recolección de datos fue una encuesta de 13 ítems, aplicada a una muestra de 267 alumnos, a diferencia de mi muestra la cual fue de 273 alumnos. La autora concluyó en que se logró fomentar la lectura con el diseño de un cuento en técnica pop up, ya que esta captó la atención de los pequeños lectores, gracias a su propuesta alternativa y dinámica, pues no era un cuento tradicional, y el lector podía interactuar con las imágenes y los elementos.

De igual manera en la investigación de Campomanez, R. (2017) en su tesis *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*. Demuestra que el uso de las técnicas de estos libros permite a los niños entender y comprender el tema de manera interactiva. Por tal motivo amplían sus conocimientos e interés por el tema. Lo cual concuerda y respalda los resultados de esta investigación obtenidos en (Tabla 9, pg.40) donde se demostró que un 80% de los estudiantes considera que el libro les ayudó a evidenciar los roles de género, informándoles sobre las actividades que desde tiempos remotos se sugiere que realicen los y mujeres dentro del hogar, y que aún en la actualidad perduran y se debe erradicar pues solo genera desigualdad y violencia.

Una de las razones por las que un libro en técnica pop up no es común en los librerías de las casas, o como material de aprendizaje es debido a su costo elevado a comparación de un libro tradicional, y el poco presupuesto designado por parte del estado a las

instituciones educativas. Hecho que podemos suponer puesto que la producción de esta pieza editorial es parcialmente artesanal, pues cada libro pop-up es una pieza de arte única, con diferentes formatos y mecanismos móviles, y no existen aún máquinas que estén programadas para armar todos estos mecanismos. Sin embargo Urbano (2011) en su tesis *Diseño de un libro pop up, como apoyo educativo para el sub-área de La electricidad del museo de los niños de Caracas*. Investigación cuya metodología fue de un diseño no experimental-descriptivo, pero a diferencia de nuestra investigación fue de tipo de investigación de campo con un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). La autora llegó a la conclusión de que este puede llegar a ser una alternativa de costos no muy elevados en cuanto a su producción. Hecho que aporta y concuerda con nuestra investigación puesto que la elaboración del libro fue artesanal y los costos fueron para nada elevados. A su vez, la autora sostiene que esta clase de material didáctico tiene un papel determinante en el interés del niño por aprender, ya que a simple vista el lector se crea la expectativa de cómo será la experiencia lectora/educativa. De acuerdo a los resultados (Tabla 4, pg.37) el diseño de un libro bajo esta técnica resultó interesante a la mayor cantidad de encuestados, generando un impacto visual por ser llamativo y visualmente atractivo, lo cual se asemeja y concuerda con los resultados de Urbano.

En relación a las imágenes, Tene, S. (2016) en su investigación *Elaboración de un libro pop-up de las tribus urbanas de la ciudad de Latacunga mediante un estudio descriptivo específico para la difusión en los estudiantes de primero de bachillerato de la unidad educativa "Victoria Vásquez Cuví - Simón Bolívar - Elvira Ortega*. Llega a la conclusión de que en el diseño de productos editoriales no basta con implementar imágenes a los largos textos. Si no se busca la integración entre estos dos elementos. Por ello en esta investigación y su pieza editorial se buscó la integración del texto con las imágenes (ilustraciones) mediante las formas. La investigación de Tene fue descriptiva, diseño no-experimental, por lo que se asemeja a nuestra investigación. No obstante la recolección de datos se dio mediante la entrevista a los Psicólogos pertenecientes a los Primeros de Bachillerato de la Unidad Educativa, y entrevistas a un miembro de cada una de las tribus urbanas existentes en la ciudad de Latacunga así como una encuesta conformada por 7 ítems a 117 estudiantes de primero de Bachillerato de la Unidad Educativa Victoria Vásquez Cuví - Simón Bolívar - Elvira Ortega, por lo que podemos inferir que su investigación pudo llegar a tener más alcance dado los diferentes

instrumentos de recolección de datos y la muestra, a diferencia de esta investigación que solo contó con un cuestionario de 13 ítems a los alumnos. También concluyó que si bien vivimos en un proceso de tecnología, el libro siempre será una herramienta importante para el aprendizaje y el desarrollo humano y recordar que dentro de cualquier proceso gráfico los usuarios determinaran la eficiencia del producto final. Pues en mi posición de investigadora concuerdo con la autora puesto que los resultados de esta investigación demostraron que un libro ilustrado con una portada colorida y llamativa atrae la atención y genera el interés de los alumnos, quienes al momento de la encuesta contaban con un dispositivo audiovisual en el aula el cuál no fue un distractor.

V. CONCLUSIONES

5.1. Conclusiones

1. Habiendo obtenido y analizado los resultados de esta investigación se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación la cual determinó que existe una relación positiva entre el diseño de un libro pop-up sobre estereotipos de género y percepción visual en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. Por lo tanto podemos afirmar que el diseño de un libro en técnica pop-up genera un impacto visual en los alumnos proporcionándoles una experiencia de lectura única y divertida, influyendo en su interés por el tema y facilitándoles la comprensión mediante su tridimensionalidad y formas móviles.
2. Con respecto a la relación entre el libro pop-up sobre estereotipos de género y la percepción de la forma (orientación y color) de los alumnos se obtuvo resultados favorables, lo que determinó que existe una relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y la percepción de la forma en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. Pues el diseño propuesto en esta investigación fue de gran aceptación por los estudiantes. Mediante la orientación de las piezas móviles y su lectura se llegó a la conclusión de que estas trabajan de arriba hacia abajo y en cuanto a los colores llegaron a llamar su atención, a la vez logró que el pequeño lector identificara y relacionara los colores azul y rosado a los estereotipos de género tanto en la cubierta como en las páginas internas. Al diseñar una pieza editorial dirigida en especial a niños, se debe optar por una portada llamativa y con algún formato diferente a la portada tradicional puesto que es lo que primero que los pequeños lectores percibirán y de esto dependerá su grado de interés.
3. Se aceptó la segunda hipótesis específica de investigación la cual determinó que existe una relación positiva entre el libro pop-up sobre estereotipos de género y la percepción del espacio (figura-fondo y profundidad) de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. La ubicación de los elementos dentro de un espacio es importante para lograr que el elemento no se pierda o pase desapercibido en el diseño. Para ello un diseñador debe optar por un contraste de colores o diferencias de tamaños. En el caso de un libro pop-up la tridimensionalidad de estos ayudan a que el lector pueda distinguir las formas y elementos, brindándoles una

sensación de profundidad. Mediante esta pieza editorial se llegó a ellos de una manera amigable haciéndoles recordar que tienen la libertad de escoger. A su vez llegaron a comprender que tanto hombres como mujeres tienen las mismas oportunidades y deben tener la libertad de poder escoger lo que les gusta y seguir sus sueños sin importar que muchas personas piensen que no es lo adecuado para una niña o lo adecuado para un niño.

4. Por último se aceptó la hipótesis y determinó que existe una relación positiva entre un libro pop-up sobre estereotipos de género y la percepción del movimiento (dirección y velocidad) en estudiantes de 5to y 6to de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. Tratándose de un libro dirigido a niños, es fundamental que este traiga señales o instrucciones que indiquen al lector de qué manera manipular las piezas móviles. Por lo que se considera la señalética de mucha ayuda. Por otro lado la velocidad en la que trabajan los mecanismos genera un impacto visual en ellos llegando a interesarse mucho más por la pieza editorial.

VI. RECOMENDACIONES

6.1. Recomendaciones

Se recomienda profundizar sobre los estereotipos de género en la etapa de la niñez y pre-adolescencia, pues es ahí donde realmente se puede llegar a estos niños informando y creando conciencia, para evitar futuros problemas como el bullying, la baja autoestima, violencia de género, entre otros.

Por tanto se recomienda hacer uso de la técnica pop-up como herramienta de aprendizaje ya que esta te permite transformar textos y cuentos dándole tridimensionalidad a las formas generando más interés en el niño y volviéndose una experiencia que difícilmente olvidarán.

También se recomienda optar por una propuesta más interesante como el libro pop-up para facilitar el aprendizaje de un tema tan delicado como son los estereotipos de género, y los problemas sociales que conlleva. Pues se demostró que el libro pop-up generó un impacto visual y logra despertar el interés en los pequeños lectores por su interactividad, su diseño sus formas y colores.

Por consiguiente, en cuanto al diseño de la pieza se recomienda ser muy preciso en los cortes, y estudiar los mecanismos móviles más comunes para un correcto plegado y funcionalidad del libro.

REFERENCIAS

Referencias:

Alberich, Gómez y Ferrer (2013) *Percepción Visual*. España: Barcelona.

Alonso, C. (2010). *Percepción Visual*. Recuperado de <http://es.calameo.com/read/000710094974b208123ec>

Arias, F (2012) *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*, 6ª ed. Venezuela: Caracas. Recuperado de: <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Arnheim, R. (2002). *Arte y Percepción Visual*, 2ª ed. España: Madrid.

Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Shalom. Recuperada de <http://www.trabajosocialbadajoz.es/colegio/wp-content/uploads/2011/05/Introducci%C3%B3n-a-la-Metodolog%C3%ADa-de-la-Investigaci%C3%B3n.pdf>

Bhaskaran, L. (2006). *¿Qué es el Diseño Editorial?* España: Barcelona

Campomanez, 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 para obtener el título profesional de licenciada en Arte & Diseño Gráfico Empresarial, Universidad César Vallejo de Perú).

De Buen, J. (2000). Manual de Diseño Editorial, 1ª ed. México: D.F.

J. Cook & Cusack (2010) *Estereotipos de género: Perspectivas Legales Transnacionales*. Colombia: Bogotá

Martinez, M. (2017). “*Diseño de un libro pop-up sobre el reciclaje de residuos sólidos y el aprendizaje en niños de 7 a 8 años de tres instituciones educativas en San Juan de Lurigancho, Lima - 2017*”. (Tesis para obtener el título profesional de licenciada en Arte & Diseño Gráfico Empresarial, Universidad César Vallejo de Perú).

Moreno, J. y Muso, M. (2016). “*Elaboración de un libro ilustrado en Pop Up de la fiesta popular de la Virgen de las Mercedes, para su difusión en los niños de tercer grado*”

de educación básica de la unidad Educativa Ana Páez de la Ciudad de Latacunga.” (Proyecto de investigación en diseño gráfico de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3633/1/T-UTC-000065.pdf>

Palacios, M. (2010). *“Elaboración de libros, aplicando la técnica Pop-Up y de ilustración dirigido a niños de 10-12 años sobre la fauna y leyenda de las islas Galápagos con el fin de incentivar a los niños con la lectura y conocimiento de las islas”*. (Tesis para optar Título de Diseño Gráfico e Industrial, Universidad de las Américas). Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1963>

Palella, S. y Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Venezuela: Caracas.

Tene, S. (2016). *“Elaboración de un libro pop-up de las tribus urbanas de la ciudad de Latacunga mediante un estudio descriptivo específico para la difusión en los estudiantes de primero de bachillerato de la unidad educativa "Victoria Vásconez Cuví - Simón Bolívar - Elvira Ortega" en el periodo 2014-2015”*. (Tesis de grado para obtener el título de ingeniera en diseño gráfico computarizado de la Universidad Técnica de Cotopaxi – Ecuador).

Trebbi, J. (2012). *El universo mágico de libros tridimensionales*, 1ª ed. España: Barcelona.

Jackson, P. (2014). *La magia del papel: corte y plegado para diseños pop-up*, 1ª ed. España: Barcelona.

Ortega y Gutiérrez (2010). *Arte pop-up: libros de arte móviles y desplegables*. España: Langreo.

Urbano, X. (2011). *“Diseño de un libro pop-up, como apoyo educativo del sub-área “la electricidad” del museo de los niños de caracas.”* (Tesis para optar título en Administración y diseño Gráfico, Universidad Nueva Esparta). Recuperado de http://handbook.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/TECNOLOGICAS_20/Electricidad/89.pdf

Vargas, L. (2017). *“Relación entre el diseño de un cuento infantil “Fonchito y la luna” con la técnica Pop Up y la comprensión lectora en los niños de tres colegios de 6 a 8*

años de edad del nivel primaria del distrito de Carabaylo, Lima – 2017” (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en Arte & Diseño Gráfico Empresarial, Universidad César Vallejo de Perú).

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

LIBRO POP-UP SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA PERCEPCIÓN VISUAL EN ESTUDIANTES DE 5TO Y 6TO GRADO DE PRIMARIA DE TRES COLEGIOS DE ATE, LIMA 2018.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Libro Pop-up sobre los estereotipos de género	DISEÑO EDITORIAL (Bhaskaran, 2006, pg.6)	Cubierta (Bhaskaran, 2006, pg.46)
¿Qué relación existe entre un libro pop-up sobre los estereotipos de género y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018?	Definir la relación entre un libro pop-up sobre los estereotipos de género y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.	Hi: Existe relación positiva entre un libro pop-up sobre los estereotipos de género y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. H ₀ : Existe relación negativa entre un libro pop-up sobre los estereotipos de género y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. Ha: Existe una mediana relación entre un libro pop-up sobre los estereotipos de género y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.			Formato (Bhaskaran, 2006, pg.2)
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas			Tipografía (Bhaskaran, 2006, pg.68)
- ¿Qué relación existe entre el diseño editorial y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018?	-Determinar la relación entre el diseño editorial y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.	- Hi: Existe relación positiva entre el diseño editorial y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. - H ₀ : Existe relación negativa entre el diseño editorial y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. - Ha: Existe una mediana relación entre el diseño editorial y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.			Imágenes (Bhaskaran, 2006, pg.74)
- ¿Qué relación existe entre los estereotipos de sexo y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018?	-Determinar la relación entre los estereotipos de sexo y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.	- Hi: Existe relación positiva entre los estereotipos de sexo y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. - H ₀ : Existe relación negativa entre los estereotipos de sexo y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018. - Ha: Existe una mediana relación entre los estereotipos de sexo y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres		SEXO (J. Cook & Cusack, 2010, pg.29)	Diferencias físicas (J. Cook & Cusack, 2010, pg.24)
				ROLES SEXUALES (J. Cook & Cusack, 2010, pg.32)	Diferencias biológicas (J. Cook & Cusack, 2010, pg.24)
				Roles sociales (J. Cook & Cusack, 2010, pg.33)	

<p>- ¿Qué relación existe entre los estereotipos sobre los roles sexuales y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018?</p>	<p>-Determinar la relación entre los estereotipos sobre los roles sexuales y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.</p>	<p>colegios de Ate, Lima 2018.</p> <p>- Hi: Existe relación positiva entre los estereotipos sobre los roles sexuales y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.</p> <p>- H₀: Existe relación negativa entre los estereotipos sobre los roles sexuales y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.</p> <p>- Ha: Existe una mediana relación entre los estereotipos sobre los roles sexuales y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.</p>	<p>Percepción Visual</p>	<p>FORMA (Arnheim, 2002, pg.109)</p>	<p>Orientación (Arnheim, 2002, pg.112)</p>	
				<p>ESPACIO (Arnheim, 2002, pg.228)</p>	<p>Color (Arnheim, 2002, pg.336)</p>	
				<p>Figura y fondo (Arnheim, 2002, pg.236)</p>		
				<p>Profundidad (Arnheim, 2002, pg.249)</p>		
				<p>MOVIMIENTO (Arnheim, 2002, pg.377)</p>	<p>Dirección (Arnheim, 2002, pg.389)</p>	
				<p>Velocidad (Arnheim, 2002, pg.389)</p>		

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
						1	2	3	4	5
LIBRO POP- UP SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO	<p>Los libros pop-up se caracterizan por su naturaleza lúdica, puesto que el lector no se limita a pasar las páginas. Si bien la animación es automática al abrir una página, el sistema móvil provoca una variación de contenido resultando en un formato no convencional. (Trebbi, 2012, pg.8).</p> <p>Sin embargo este se rige de principios u elementos básicos del diseño como cualquier otro formato. (Bhaskaran, 2006, pg.8).</p>	<p>Libro que contiene imágenes de papel tridimensionales y que dispone de mecanismos que permiten su movilidad con el fin de exponer temas de interés que requieran de un contenido gráfico para su mejor apreciación, como son los estereotipos de género.</p>	<p>Diseño Editorial Publicación impresa, que tiene como principal objetivo el de comunicar algo. (Bhaskaran, 2006, pg.6)</p>	<p>Cubierta Parte externa del libro, la cual engloba la portada y la contraportada. (Bhaskaran, 2006, pg.46)</p>	<p>La portada del libro despierta tu interés para continuar leyendo.</p>					
				<p>Formato Manifestación física -o digital- de la publicación, integrando factores como el tamaño y forma. (Bhaskaran, 2006, pg. 2)</p>	<p>Te parece interesante un libro en técnica pop-up.</p>					
				<p>Tipografía Forma visual que recibe una idea escrita. (Bhaskaran, 2006, pg.68)</p>	<p>La letra del título y contenido se entienden con facilidad.</p>					
				<p>Imágenes Elemento que comunica un mensaje, que sirve como apoyo o reemplazo del texto. (Bhaskaran, 2006, pg.74)</p>	<p>Las ilustraciones son de tu agrado.</p>					

	Los estereotipos de género aluden a una construcción socio-cultural, con respecto a las diferencias físicas, biológicas, sexuales y sociales de hombres y mujeres (J. Cook & Cusack, 2010, pg.23)		<p>Sexo Noción generalizada que concierne a los atributos de naturaleza física o biológica que poseen hombres y mujeres. (J. Cook & Cusack, 2010, pg.29)</p>	<p>Diferencias físicas Nociones generalizadas según las cuales los hombres y las mujeres poseen características físicas diferenciadas. (J. Cook & Cusack, 2010, pg.29)</p>	Las ilustraciones plasman correctamente las diferencias físicas entre los personajes.					
				<p>Diferencias biológicas La capacidades innatas como el embarazo y las diferencias hormonales (J. Cook & Cusack, 2010, pg.24)</p>	Consideras que las diferencias biológicas crean desigualdad de género.					
			<p>Roles Sexuales Comportamientos apropiados de hombres y mujeres. (J. Cook & Cusack, 2010, pg.32)</p>	<p>Roles sociales Posición que debe adoptar el hombre y la mujer en la sociedad. (J. Cook & Cusack, 2010, pg.33)</p>	El libro te ayudó a evidenciar los roles de género que existen en la sociedad.					
PERCEPCIÓN VISUAL	La percepción visual en un individuo se da mediante la decodificación e interpretación de mensajes visuales ligados a sus conocimientos previos y su estado emocional (Arnheim, 2002, pg.17)	La percepción visual es la interpretación de los estímulos externos visuales relacionados a los conocimientos previos del individuo.	<p>Forma Nos informa sobre la naturaleza de las cosas a partir de su aspecto exterior. (Arnheim, 2002, pg.109)</p>	<p>Orientación El aspecto exterior de un objeto concreto no se mantiene siempre igual. (Arnheim, 2002, pg.112)</p>	Los elementos del libro pop-up se leen de arriba hacia abajo.					
				<p>Color Su percepción es igual para todas las personas, sea cual sea su edad, formación o</p>	Los colores rosado y azul son estereotipos en niños y niñas.					

				cultura. (Arnheim, 2002, pg.336)						
			Espacio Se delimita por: altura, anchura y profundidad rigiéndose de aspectos bidimensionales. (Arnheim, 2002, pg.228)	Figura y fondo Planos superpuestos bidimensionales donde una de las imágenes está delimitada por el borde de la otra. (Arnheim, 2002, pg.236)	Logras distinguir a los personajes del fondo en las ilustraciones.					
				Profundidad Percepción de la figura y fondo entre volúmenes dentro del espacio tridimensional. (Arnheim, 2002, pg.249)	Las imágenes explosivas superpuestas transmiten una sensación de profundidad.					
			Movimiento Es la incitación visual más fuerte a la atención. (Arnheim, 2002, pg.377)	Dirección Se percibe según las condiciones reinantes en el campo visual. (Arnheim, 2002, pg.387)	Las piezas móviles trabajan en el sentido de las flechas.					
				Velocidad Se requiere ciertos límites de velocidad para efectuar un movimiento perceptible al instante. (cf. Arnheim, 2002, pg.389)	Al abrir el libro la imagen explosiva es lo primero en captar tu atención.					

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO SOBRE LA RELACIÓN ENTRE UN LIBRO POP-UP SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA PERCEPCIÓN VISUAL

Lee cuidadosamente las preguntas y marca con una (X) en la alternativa que corresponda de acuerdo a tu opinión.

Género: Femenino Masculino **Grado y Sección:** _____ **Edad:** _____

PREGUNTAS		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
		1	2	3	4	5
1	¿La portada del libro despierta tu interés para continuar leyendo?					
2	¿Te parece interesante un libro en técnica pop-up?					
3	¿La letra del título y contenido se entienden con facilidad?					
4	¿Las ilustraciones son de tu agrado?					
5	¿Las ilustraciones plasman correctamente las diferencias físicas entre los personajes?					
6	¿Consideras que las diferencias biológicas crean desigualdad de género?					
7	¿El libro te ayudó a evidenciar los roles de género que existen en la sociedad?					
8	¿Los elementos del libro pop-up se leen de arriba hacia abajo?					
9	¿Los colores rosado y azul son estereotipos en niños y niñas?					
10	¿Logras distinguir a los personajes del fondo en las ilustraciones?					
11	¿Las imágenes explosivas superpuestas transmiten una sensación de profundidad?					
12	¿Las piezas móviles trabajan en el sentido de las flechas?					
13	¿Al abrir el libro la imagen explosiva es lo primero en captar tu atención?					

ANEXO 4: VALIDACIÓN DE EXPERTOS



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: *Melchor Agüero Liliana*

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: *UCV*

Fecha: *28 / 09 / 18*

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de tres colegios de Ate, Lima 2018.

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

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		x	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL		10	0'	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Apellidos y nombres del experto: *Montel Figueroa Ana María*

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora:

Fecha:

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
Libro pop-up sobre los estereotipos de género y la percepción visual en estudiantes de 5to y 6to grado de primaria de Tres colegios de Ate, Lima 2018.

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

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

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Apellidos y nombres del experto: BELENZA Zavala Ponce L.

Título y/o Grado:

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

 Universidad que labora: Universidad Cesar Vallejo

Fecha: _____

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

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

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

SUGERENCIAS: _____

Firma del experto:


 40196226

ANEXO 5: PERMISO DE LAS I.E



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

CARTA-206-2018-ADGE/LIMA-NORTE

ESCUELA PROFESIONAL DE
ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Lima, 03 de octubre de 2018

Señor
HEBER BAZÁN DOMÍNGUEZ
Director
I.E.P. LA SAGRADA FAMILIA
Av. San Alfonso N°356 - Ate
Presente.

De mi consideración:

Por medio de la presente permitame saludarlo cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; quien actualmente se encuentra matriculado en el X ciclo (semestre 2018-II) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	JANAMPA HUERTA, ANDREA JAZMÍN	73033384

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención solicita permiso para realizar unas encuestas para su 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,



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

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

CARTA-202-2018-ADGE/LIMA-NORTE

ESCUELA PROFESIONAL DE
ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Lima, 03 de octubre de 2018

Señorita

MAGDALENA SOCORRO LAZARO RAYMUNDO

Directora

I.E. N°0067 SANTA ELENA

Av. Simón Bolívar N°106 - Coop. De Vivi. Santa Elena - Ate

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 2018-II) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	JANAMPA HUERTA, ANDREA JAZMIN	73033384

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención solicita permiso para realizar unas encuestas para su 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.

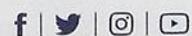
Atentamente,



Mg. Juan José Santa Restrepo

Coordinador de la Escuela Profesional de
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad Cesar Vallejo
Lima Norte

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

CARTA-175-2018-ADGE/LIMA-NORTE

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

Lima, 24 de setiembre de 2018

Señorita
EDELMIRA CANCHAYA FERNANDEZ
Directora
I.E. SANTA CLARA N°1135
Pasaje Humanidades S/N - Santa Clara - Ate
Presente.

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarlo(a) cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; quien actualmente se encuentra matriculado en el X ciclo (semestre 2018-II) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	JANAMPA HUERTA, ANDREA JAZMIN	73033384

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención solicita permiso para realizar unas encuestas para su Proyecto de Investigación, para cuyo efecto solicitamos a usted otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

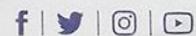
Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

Atentamente,



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

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

ANEXO 6: SPSS VISTA DE VARIABLES

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

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Preg1	Númerico	8	0	¿La portada del libro despierta tu interés para continuar leyendo?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Preg2	Númerico	8	0	¿Te parece interesante un libro en técnica pop-up?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	Preg3	Númerico	8	0	¿La letra del título y contenido se entienden con facilidad?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	Preg4	Númerico	8	0	¿Las ilustraciones son de tu agrado?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	Preg5	Númerico	8	0	¿Las ilustraciones plasman correctamente las diferencias físicas entre los personajes?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Preg6	Númerico	8	0	¿Consideras que las diferencias biológicas crean desigualdad de género?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	Preg7	Númerico	8	0	¿El libro te ayudó a evidenciar los roles de género que existen en la sociedad?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	Preg8	Númerico	8	0	¿Los elementos del libro pop-up se leen de arriba hacia abajo?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	Preg9	Númerico	8	0	¿Los colores rosado y azul son estereotipos en niños y niñas?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	Preg10	Númerico	8	0	¿Logras distinguir a los personajes del fondo en las ilustraciones?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	Preg11	Númerico	8	0	¿Las imágenes explosivas superpuestas transmiten una sensación de profundidad?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	Preg12	Númerico	8	0	¿Las piezas móviles trabajan en el sentido de las flechas?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	Preg13	Númerico	8	0	¿Al abrir el libro la imagen explosiva es lo primero en captar tu atención?	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	V1	Númerico	8	0	Variable 1: Libro Pop-up	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Escala	Entrada
15	VID1	Númerico	8	0	Diseño Editorial	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Escala	Entrada
16	VID2	Númerico	8	0	Sexo	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Escala	Entrada
17	V2	Númerico	8	0	Variable 2: Percepción Visual	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Escala	Entrada
18	V2D1	Númerico	8	0	Forma	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Escala	Entrada
19	V2D2	Númerico	8	0	Espacio	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Escala	Entrada
20	V2D3	Númerico	8	0	Movimiento	{1, Muy en ... Ninguno	8	8	Derecha	Escala	Entrada

Vista de datos Vista de variables

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

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 20 de 20 variables

	Preg1	Preg2	Preg3	Preg4	Preg5	Preg6	Preg7	Preg8	Preg9	Preg10	Preg11	Preg12	Preg13	V1	VID1	VID2	V2	V2D1	V2D2	V2D3	var	var
1	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	32	18	14	29	10	9	10		
2	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	31	17	14	29	10	9	10		
3	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	30	19	11	26	8	9	9		
4	5	5	4	5	4	1	4	5	4	5	4	5	5	28	20	19	26	9	9	10		
5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	30	19	11	26	8	9	9		
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
7	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	32	17	15	26	8	9	9		
8	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	32	18	14	28	9	10	9		
9	5	5	4	5	5	3	5	4	2	5	3	3	5	32	19	13	22	6	8	8		
10	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	2	2	5	33	19	14	22	8	7	7		
11	5	3	4	5	5	1	5	5	3	5	5	5	5	28	17	11	26	8	8	10		
12	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	29	17	12	24	8	8	8		
13	4	5	4	4	4	2	5	4	4	5	5	4	5	28	17	11	27	8	10	9		
14	5	4	4	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	29	18	11	27	9	8	10		
15	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	32	20	12	27	8	9	10		
16	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	32	20	12	27	8	9	10		
17	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	29	17	12	24	8	8	8		
18	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	31	18	13	29	10	10	9		
19	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	30	16	14	28	9	9	10		
20	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	33	18	15	28	9	9	10		
21	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	31	18	13	27	9	9	9		
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	28	16	12	25	8	9	8		
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
24	5	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	31	18	13	26	8	9	9		
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	28	16	12	25	8	8	9		
26	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	30	17	13	26	7	9	10		
27	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	30	17	13	25	10	7	8		
28	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	31	18	13	28	9	9	10		
29	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	30	18	12	26	7	9	10		
30	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
31	5	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	30	18	12	27	8	10	9		
32	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	32	19	13	26	9	9	8		
33	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	32	20	12	29	9	10	10		
34	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	33	20	13	29	9	10	10		
35	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	34	19	15	27	9	8	10		
36	5	5	5	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	29	16	13	30	10	10	10		
37	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	28	17	11	24	8	8	8		

Vista de datos Vista de variables

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

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 20 de 20 variables

	Preg1	Preg2	Preg3	Preg4	Preg5	Preg6	Preg7	Preg8	Preg9	Preg10	Preg11	Preg12	Preg13	V1	VID1	VID2	V2	V2D1	V2D2	V2D3	var	var
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
39	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	30	17	13	26	8	9	9		
40	4	4	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	28	17	11	30	10	10	10		
41	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	30	17	13	27	9	8	10		
42	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	33	18	15	28	10	9	9		
43	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	31	18	13	26	9	8	9		
44	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	31	19	12	27	8	9	10		
45	5	5	4	4	5	4	2	5	5	2	1	5	5	29	18	11	23	10	3	10		
46	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	31	18	13	28	10	8	10		
47	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	32	19	13	30	10	10	10		
48	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	34	19	15	27	9	9	9		
49	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	2	4	5	27	17	10	24	8	7	9		
50	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	32	18	14	28	10	9	9		
51	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	29	18	11	28	10	9	9		
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
53	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	34	20	14	29	9	10	10		
54	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	32	20	12	30	10	10	10		
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
56	5	5	4	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	32	19	13	26	10	6	10		
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
58	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	32	20	12	28	8	10	10		
59	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	31	19	12	28	10	9	9		
60	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	30	19	11	29	10	9	10		
61	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	34	19	15	30	10	10	10		
62	5	4	5	5	5	2	3	5	5	4	3	4	4	29	19	10	25	10	7	8		
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
64	5	4																				

TESS FINAL.sev [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

28: VISIBLE: 20 de 20 variables

	Preg1	Preg2	Preg3	Preg4	Preg5	Preg6	Preg7	Preg8	Preg9	Preg10	Preg11	Preg12	Preg13	V1	V1D1	V1D2	V2	V2D1	V2D2	V2D3	var	var	
75	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	31	19	12	30	10	10	10			
76	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	35	20	15	27	5	5	5			
77	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	34	19	15	28	10	8	10			
78	4	4	5	5	3	2	5	4	4	5	5	5	4	28	18	10	27	8	10	9			
79	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	29	16	13	29	9	10	10			
80	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	31	16	15	27	10	9	8			
81	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	31	18	13	25	8	8	10			
82	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	31	18	13	25	8	8	8			
83	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	33	19	14	24	8	8	8			
84	5	4	4	4	4	4	4	3	2	5	5	5	4	29	17	12	23	5	10	8			
85	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	30	17	13	22	7	7	8			
86	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	30	18	12	26	9	7	10			
87	5	5	4	5	5	4	5	5	1	5	3	4	4	33	19	14	22	6	8	8			
88	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	31	18	13	27	9	10	8			
89	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	31	18	13	25	8	8	9		
90	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	31	19	12	23	7	8	8		
91	5	5	4	5	5	2	4	5	5	5	4	5	5	30	19	12	29	10	9	10			
92	4	4	2	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4	26	14	12	25	7	9	9			
93	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	32	19	13	30	10	10	10			
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	35	20	15	29	10	10	9			
95	4	5	5	4	4	5	4	2	4	4	4	4	5	31	18	13	23	6	8	9			
96	4	5	5	4	5	4	4	4	2	5	4	4	5	31	18	13	24	6	9	9			
97	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	33	19	14	29	10	9	10			
98	4	5	4	5	5	5	2	5	5	4	4	5	5	30	18	12	28	10	8	10			
99	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	32	17	15	26	9	8	9			
100	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	3	25	14	11	24	9	7	8			
101	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	5	30	18	12	25	8	9	8			
102	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	33	19	14	29	10	9	10			
103	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	34	20	14	29	9	10	10			
104	4	3	4	5	4	4	3	5	5	4	3	3	5	27	16	11	25	10	7	8			
105	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	32	19	13	28	9	9	10			
106	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	31	19	12	26	8	9	9			
107	5	5	3	5	4	3	5	4	3	4	5	5	5	32	19	13	25	7	9	9			
108	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	32	18	14	26	8	8	9				
109	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	35	20	15	26	8	9	9			
110	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	33	19	14	27	8	9	10			
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10			

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Proveedor de datos | Casos: 100 | Método: PLS

TESS FINAL.sev [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

28: VISIBLE: 20 de 20 variables

	Preg1	Preg2	Preg3	Preg4	Preg5	Preg6	Preg7	Preg8	Preg9	Preg10	Preg11	Preg12	Preg13	V1	V1D1	V1D2	V2	V2D1	V2D2	V2D3	var	var
112	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	30	17	13	24	8	7	9		
113	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	31	18	13	25	7	9	9		
114	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	30	17	13	25	9	8	8		
115	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	34	19	15	29	10	9	10		
116	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	32	19	13	29	10	9	10		
117	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	35	20	15	29	9	10	10		
118	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	35	20	15	28	8	10	10		
119	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	32	18	14	27	10	9	8		
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
121	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	26	16	10	25	9	8	8		
122	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	33	18	15	28	9	10	9		
123	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	34	20	14	28	9	10	9		
124	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	31	18	13	29	10	9	10		
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
126	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	30	19	11	28	8	10	10		
127	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	30	18	12	26	10	8	8		
128	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	28	17	11	29	9	10	10		
129	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	33	19	14	25	9	8	8		
130	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	32	20	12	29	9	10	10		
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
132	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	32	19	13	29	10	9	10		
133	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	27	16	11	25	8	9	8		
134	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	32	19	13	28	10	9	9		
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10		
136	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	30	17	13	27	9	8	10		
137	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	33	18	15	28	10	9	9		
138	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	31	18	13	26	9	8	9		
139	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	32	20	12	26	8	9	9		
140	5	5	4	4	4	4	2	4	5	2	5	4	5	29	18	11	25	9	7	9		
141	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	30	17	13	28	10	8	10		
142	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	32	19	13	30	10	10	10		
143	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	34	19	15	27	9	9	9		
144	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	31	19	12	27	9	8	10		
145	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	33	18	15	29	9	10	10		
146	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	31	20	11	25	8	9	8		
147	4	4	3	5	4	5	3	5	5	3	5	4	4	28	16	12	27	10	8	9		
148	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	33	19	14	27	10	10	7			

Vista de datos Vista de variables

TESS FINAL.sev [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

28: VISIBLE: 20 de 20 variables

	Preg1	Preg2	Preg3	Preg4	Preg5	Preg6	Preg7	Preg8	Preg9	Preg10	Preg11	Preg12	Preg13	V1	V1D1	V1D2	V2	V2D1	V2D2	V2D3	var	var
150	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	28	15	13	26	8	10	5		
151	5	5	4	5	5	4	3	5	5	3	4	4	5	33	19	14	26	8	8	10		
152	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	30	18	12	28	8	10	10		
153	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	31	19	12	28	9	10	9		
154	5																					

TESS FINAL.sav [CorpusDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Var Datos Transformar Gráficos Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

28: Visible: 20 de 20 variables

	Preg1	Preg2	Preg3	Preg4	Preg5	Preg6	Preg7	Preg8	Preg9	Preg10	Preg11	Preg12	Preg13	V1	V1D1	V1D2	V2	V2D1	V2D2	V2D3	var	var	
189	3	5	5	5	5	4	3	4	4	3	5	5	3	30	18	12	24	8	8	8			
190	5	4	4	4	3	1	5	3	5	3	4	4	4	26	17	9	23	8	7	8			
191	4	3	4	5	4	3	3	5	4	4	5	5	3	26	16	10	26	9	9	8			
192	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	31	18	13	27	10	8	9			
193	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	31	16	15	30	10	10	10			
194	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	33	20	13	29	10	10	9			
195	4	4	4	3	4	5	5	3	5	4	5	5	5	29	15	14	27	8	9	10			
196	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	3	4	31	17	14	24	7	10	7			
197	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	30	16	14	28	9	9	10			
198	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	3	5	30	18	12	27	10	9	8			
199	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	34	20	14	28	10	10	8			
200	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	29	17	12	28	10	8	10			
201	4	5	4	4	4	2	5	5	3	5	4	4	4	28	17	11	25	8	9	8			
202	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	33	18	15	29	10	9	10			
203	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	34	20	14	30	10	10	10			
204	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	28	16	12	24	8	8	8			
205	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	32	19	13	28	10	8	10			
206	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	30	18	12	28	8	10	10			
207	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	30	17	13	27	9	9	9			
208	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	33	20	13	26	8	9	9		
209	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	32	18	14	27	9	8	10			
210	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	32	18	14	27	9	9	9			
211	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	33	19	14	25	8	9	8			
212	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	30	19	11	27	8	9	10			
213	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	27	14	13	24	7	9	10			
214	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	31	18	13	24	7	7	10			
215	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	28	16	12	22	6	8	8			
216	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	30	17	13	24	9	7	8			
217	3	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	28	16	12	24	8	7	9			
218	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	32	17	15	30	10	10	10			
219	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	35	20	15	28	9	9	10			
220	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	35	20	15	25	6	9	10			
221	4	4	4	3	4	3	5	4	3	5	4	4	4	27	15	12	24	7	9	8			
222	4	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	27	14	13	24	7	9	8			
223	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	29	15	14	25	8	8	9			
224	4	4	5	3	4	2	4	4	4	5	3	4	5	26	16	10	25	8	8	9			
225	4	3	5	4	3	4	3	5	4	4	3	4	3	4	26	16	10	23	5	7	7		

Visita de datos [Visita de variables](#)

TESS FINAL.sav [CorpusDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Var Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

28: Visible: 20 de 20 variables

	Preg1	Preg2	Preg3	Preg4	Preg5	Preg6	Preg7	Preg8	Preg9	Preg10	Preg11	Preg12	Preg13	V1	V1D1	V1D2	V2	V2D1	V2D2	V2D3	var	var	
225	4	3	5	4	3	4	3	5	4	3	4	3	4	26	16	10	23	9	7	7			
226	5	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	4	4	30	17	13	21	6	8	7			
227	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	35	20	15	25	8	8	9			
228	5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	31	19	12	22	6	8	8			
229	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	34	19	15	24	7	9	8			
230	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	3	5	34	20	14	24	8	8	8		
231	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	26	15	11	25	9	9	10			
232	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	25	14	11	25	8	9	8			
233	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	27	16	11	25	9	8	8			
234	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	25	14	11	25	7	10	8			
235	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	34	20	14	29	9	10	10			
236	3	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	3	28	16	12	26	9	10	7			
237	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	30	16	14	25	8	8	9			
238	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	5	3	29	16	13	24	8	8	8			
239	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	30	17	13	21	6	7	8			
240	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	32	18	14	28	9	9	10			
241	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	5	4	4	33	20	13	22	6	8	8			
242	5	4	4	3	3	5	4	5	4	5	4	5	4	28	15	12	27	9	9	9			
243	5	4	4	4	5	4	4	3	3	2	4	4	5	30	17	13	21	6	6	9			
244	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	32	18	14	27	10	9	8			
245	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	34	20	14	27	9	10	8			
246	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	27	16	11	21	7	6	8			
247	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	27	16	11	20	6	7	7			
248	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	35	20	15	29	10	9	10			
249	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	33	20	13	29	9	10	10			
250	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	31	18	13	26	8	9	9			
251	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10	10			
252	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	34	20	14	30	10	10	10			
253	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	30	17	13	25	8	9	8			
254	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	29	17	12	24	8	8	8			
255	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	30	16	14	25	8	9	8			
256	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	34	20	14	29	9	10	10			
257	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	31	17	14	26	8	10	8			
258	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	30	18	12	24	8	8	8			
259	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	31	18	13	26	8	9	9			
260	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	25	13	12	23	5	7	8			
261	5	5	4	5	6	5	5	5	5	5	3	3	3	5	34	19	15	26	10	8	8		

Visita de datos [Visita de variables](#)

TESS FINAL.sav [CorpusDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

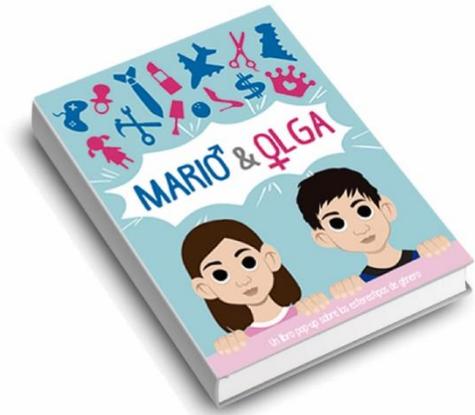
Archivo Editar Var Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

28: Visible: 20 de 20 variables

	Preg1	Preg2	Preg3	Preg4	Preg5	Preg6	Preg7	Preg8	Preg9	Preg10	Preg11	Preg12	Preg13	V1	V1D1	V1D2	V2	V2D1	V2D2	V2D3	var	var
261	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6	3	3	5	34	19	15	26	10	8	8		
262	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	31	19	12	27	7	10	10		
263	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	32	18	14	28	9	10	9		
264	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35	20	15	30	10	10			

ANEXO 7: BRIEF

MARIO♂ & OLGA♀



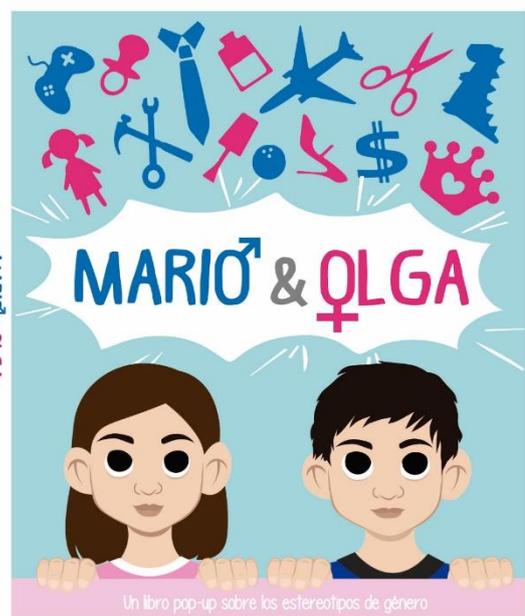
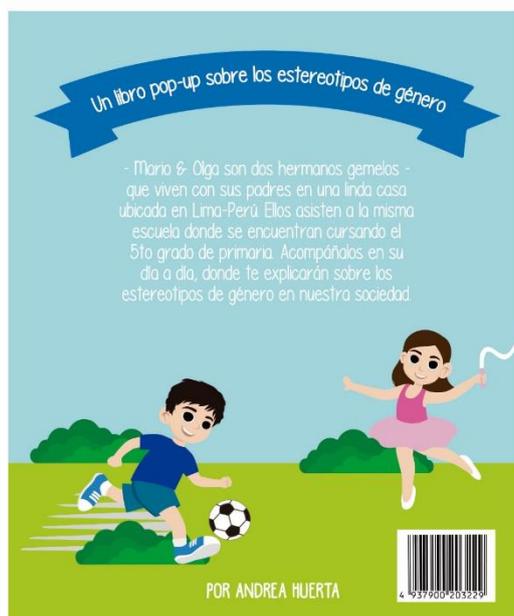
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El libro con técnica pop-up "Mario & Olga", es una pieza gráfica editorial que abarca el tema de los estereotipos de género, dirigida especialmente a un público infantil. Este libro pretende trabajar la percepción visual de los niños mediante las diversas técnicas del pop-up. A través de sus páginas con ayuda de los personajes, lograrán identificar los diversos estereotipos de género que imperan en nuestra sociedad.

FORMATO - PORTADA/CONTRAPORTADA



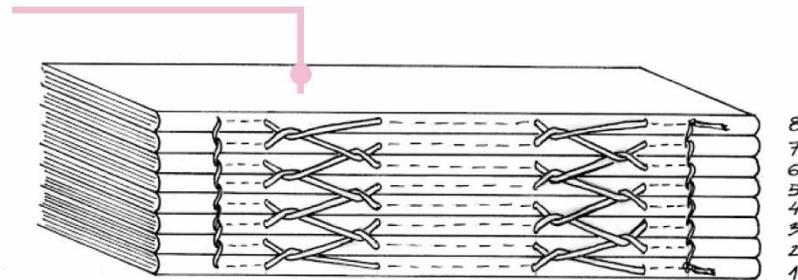
El formato escogido es de 20 x 24 cm, ya que es un tamaño adecuado (mediano) el cual los niños podrán manipular sin mucho esfuerzo. A su vez se consideró este tamaño debido a que hay ilustraciones con elementos pequeños que en un formato de menor tamaño pasarían desapercibidos.



MATERIAL / ENCUADERNACIÓN

Los materiales empleados en la portada y contraportada del libro en tapa dura fueron **cartón maqueta** y **adhesivo**. Para las páginas se empleó **opalina** con un tipo de **encuadernación tradicional**.

ENCUADERNACIÓN
TRADICIONAL



COLORES / PERSONAJES



Los colores empleados en el libro son variados, sin embargo podemos resaltar diversas tonalidades de azul para identificar a Mario, el personaje masculino. Así como una variedad de tonalidades entre rosa-morado para abarcar al personaje femenino Olga.

MARIO♂

CMYK: 52 / 0 / 21 / 0
RGB: 157 / 200 / 208
HTML: #9DC8D0

CMYK: 97 / 53 / 37 / 0
RGB: 9 / 101 / 133
HTML: #096585

CMYK: 95 / 50 / 4 / 0
RGB: 31 / 106 / 172
HTML: #1F6AAC

CMYK: 99 / 93 / 5 / 0
RGB: 1 / 51 / 132
HTML: #013384

CMYK: 83 / 82 / 72 / 63
RGB: 32 / 31 / 31
HTML: #201F1F



OLGA

CMYK: 0 / 42 / 4 / 0
 RGB: 225 / 179 / 205
 HTML: #E1B3CD

CMYK: 0 / 61 / 5 / 0
 RGB: 213 / 142 / 179
 HTML: #D58EB3

CMYK: 0 / 82 / 17 / 0
 RGB: 200 / 95 / 138
 HTML: #C85F8A

CMYK: 0 / 96 / 21 / 0
 RGB: 191 / 47 / 116
 HTML: #BF2F74

CMYK: 62 / 90 / 97 / 53
 RGB: 64 / 34 / 13
 HTML: #40220D

TIPOGRAFÍA

En el libro Mario & Olga se escogieron dos tipos de fuente. Tomando en cuenta que va dirigido a niños, para el contenido se utilizó una fuente que de alguna manera refuerza la lectura en ellos puesto que hay mucha similitud entre las letras “a” y “o”.

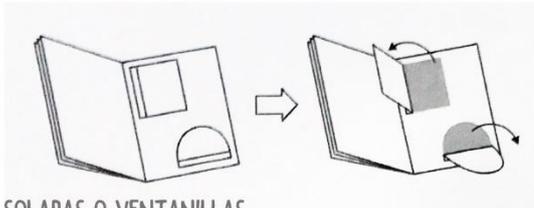
BLACK COFFEE-REGULAR

ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 —————
 ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 —————
 1234567890

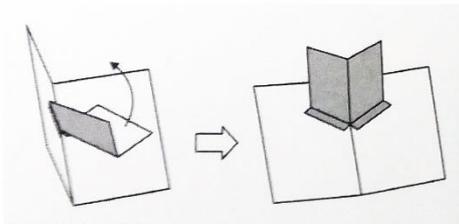
Please write me a song

ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 —————
 abcdefghijklmn
 ñopqrstuvwxyz
 —————
 1234567890

DISEÑO / TÉCNICAS POP-UP



SOLAPAS O VENTANILLAS

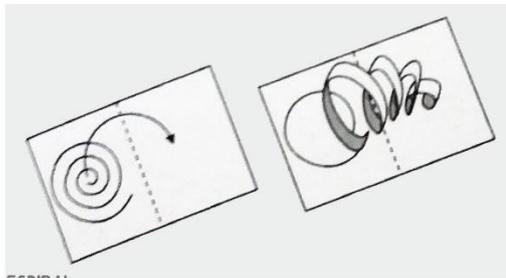


"V" HORIZONTAL

PRIMERA PÁGINA

Al abrir el libro nos encontramos con lo que vendría a ser la casa/habitaciones de Mario y Olga. En esta primera página se presenta a los personajes, ¿quiénes son? ¿cuáles son sus colores favoritos? ¿qué ropa les gusta o no les gusta vestir? ¿con qué juguetes juegan? Se abarcan los estereotipos en la niñez con respecto a los colores, la ropa y los juguetes. Resaltando los colores estereotipados por cada género (azul y rosado). Para el texto se usó el formato de "tarjeta en cascada" cuyo movimiento le añade dinamismo a la página haciendo que la lectura salga de los convencional.





ESPIRAL

SEGUNDA PÁGINA

En esta página Mario & Olga se encuentran en el colegio. Ambos asisten al 5to grado de primaria y les encanta practicar su deporte favorito en el curso de educación física. En esta segunda página se abarcan los estereotipos con respecto a los deportes, dando el mensaje de que las niñas también juegan fútbol y también se plasman en esta página algunos comentarios que generan desigualdad de género como: "Juegas como niña", "Corres como niña" y "Peleas como niña".



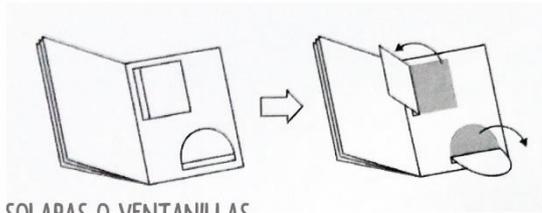
MARIO & OLGA
asisten a la misma escuela y se encuentran cursando el 5to grado de primaria.

¿QUÉ SON LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO?

♀ | ♂

Los estereotipos de género son creencias acerca de cómo son o como deben ser y comportarse los hombres y mujeres.





SOLAPAS O VENTANILLAS

TERCERA PÁGINA

En esta página el libro se centra en los estereotipos de género que existen en la niñez, en cuanto a las profesiones. Pues se espera que el niño tenga inclinación por carreras como construcción y demás, y la niña carreras más allegadas a la medicina o la educación.



LAS PROFESIONES NO TIENEN GÉNERO

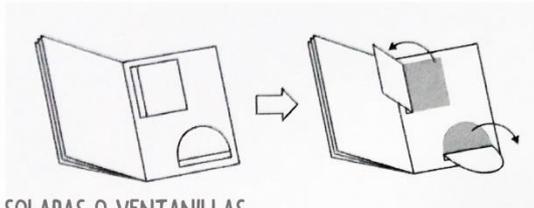
En la escuela también hablaron sobre las profesiones, la maestra les platicó sobre lo muy importante y necesarios que son cada una de ellas

Mario ama a todos los animales, incluso a los insectos y su sueño es llegar a ser el mejor veterinario de todo el Perú y el mundo

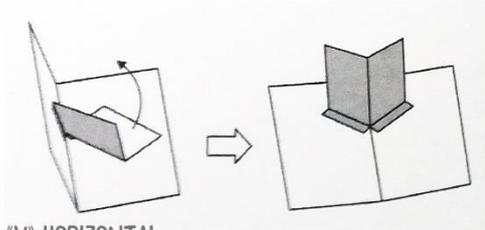
En cuanto a Olga, su sueño es convertirse en una gran arquitecta y diseñar hermosas casas y edificios en todo el mundo.

ELEMENTOS





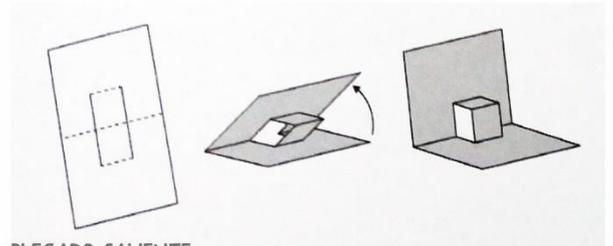
SOLAPAS O VENTANILLAS



"V" HORIZONTAL

TERCERA PÁGINA

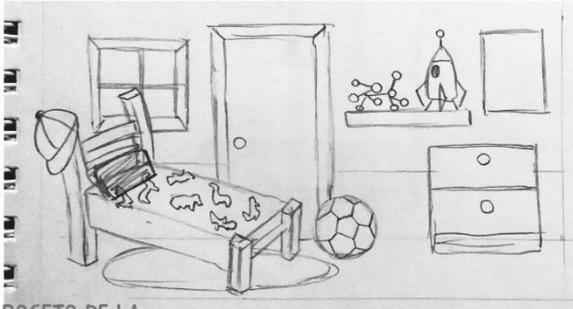
En esta página se muestra una escena típica en la cocina donde Mario exige a su hermana Olga que le sirva sus alimentos. Aquí se evidencian los roles de género que existen aún en nuestra sociedad y que solo aluden al machismo y a la desigualdad.



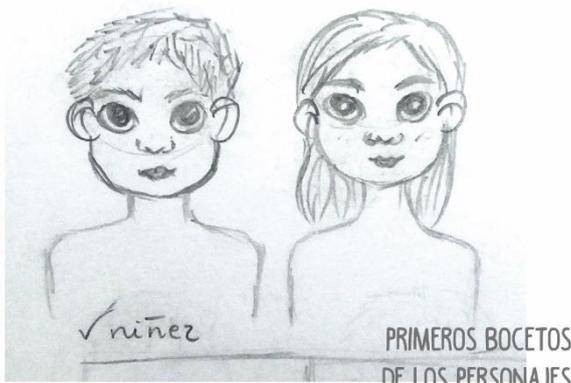
PLEGADO SALIENTE



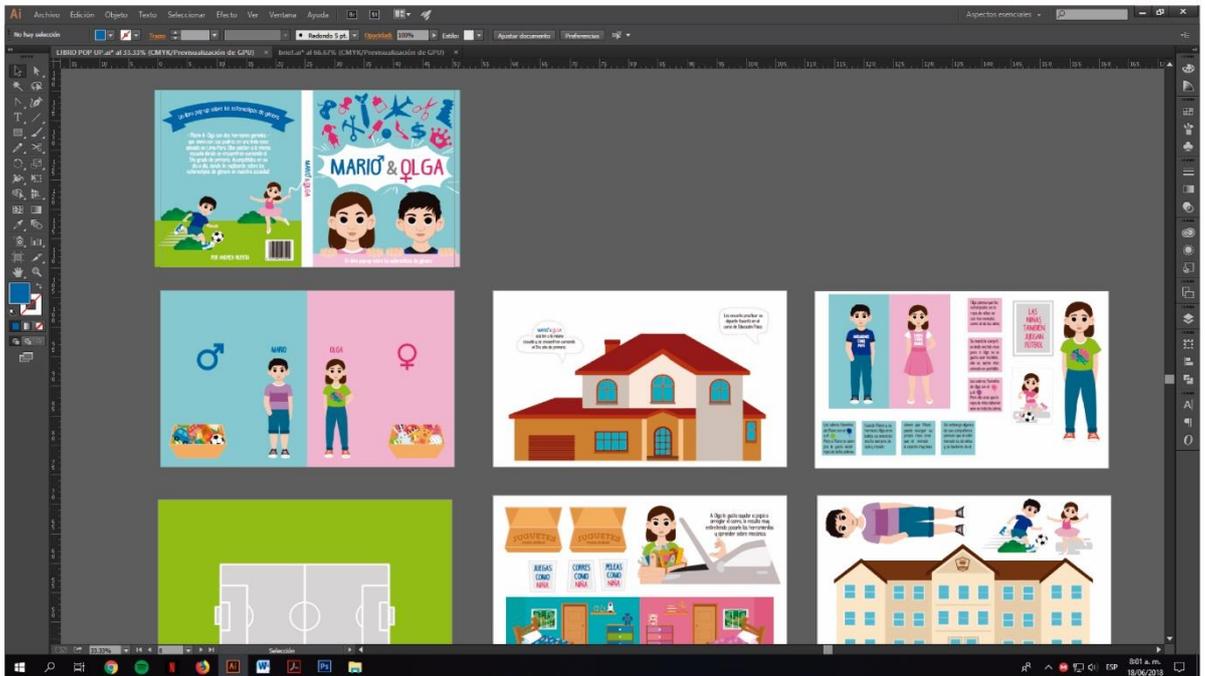
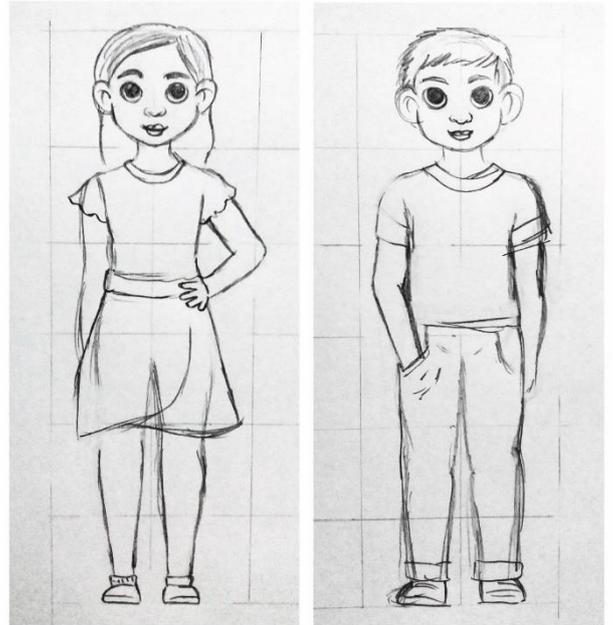
BOCETOS/ VECTORIZACIÓN



BOCETO DE LA HABITACIÓN DE MARIO



Para la realización de ilustraciones del libro pop-up Mario & Olga se usó el software Adobe Illustrator. En el cuál se vectorizó todas las ilustraciones a partir de bocetos a lápiz.



ANEXO 8: REGISTRO DE CAMPO







ANEXO 9: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	Sem 10	Sem 11	Sem 12	Sem 13	Sem 14	Sem 15	Sem 16
1. Reunión de coordinación																
2. Presentación del esquema de desarrollo de proyecto de Investigación																
3. Validez y Confiabilidad del instrumento de recolección de datos																
4. Recolección de datos																
5. Procesamiento de datos																
6. Jornada de investigación 1																
7. Descripción de resultados																
8. Discusión de resultados																
9. Conclusiones y Recomendaciones																
10. Entrega preliminar de la tesis																
11. Presentación con las observaciones levantadas																
12. Revisión y observación de informe de tesis por los jurados																
13. Jornada de investigación 2																

ANEXO 10: PRESUPUESTO DEL PROYECTO

RECURSOS Y PRESUPUESTO DEL PROYECTO		
		Costo
MATERIALES	Silicona	S/. 12.00
	Cutter	S/. 16.00
	Bisturí de papel	S/. 8.00
	Cartulina	S/. 10.00
	Cartón maqueta	S/. 20.00
	300 hojas de colores	S/. 30.00
PIEZA GRÁFICA (5 unidades)	100 impresiones en opalina A3	S/. 200.00
	5 adhesivos	S/. 20.00
IMPRESIONES	Encuestas	S/. 30.00
	Anillados	S/. 35.00
TRANSPORTE		S/. 40.00
		S/. 441.00